

## Campagneoverzicht ‘Zien drinken, doet drinken’ 2024

Informatie voor gemeenten, GGD-en en instellingen voor Verslavingszorg die bij de campagne willen aansluiten. De campagne start op **maandag 4 november 2024** en duurt twee weken. Tot en met vrijdag 15 november 2024 zetten we twee campagne-video's doelgroepgericht in op Facebook en Instagram. Alle actuele praktische informatie is te vinden op [www.ziendrinkendoetdrinken.nl](http://www.ziendrinkendoetdrinken.nl). Ook is er een uitvoerige [handreiking voor professionals](#) beschikbaar ter voorbereiding op deelname aan de campagne.

### In dit overzicht, de volgende informatie:

1. Doel en doelgroep
2. Landelijke inzet
3. Regionale & lokale inzet
4. Campagneteam

### Webinar ter voorbereiding op de nieuwe campagne

Om gelijk volledig op de hoogte te zijn, organiseren we een webinar op **donderdag 12 september 2024** van 16.00-16.45 uur. In de campagne-nieuwsbrief kun je lezen hoe je je voor het webinar kunt opgeven. [Schrijf je dus gelijk in voor deze nieuwsbrief](#).

Wij werken tijdens deze campagne samen met GGD GHOR NL, Verslavingskunde Nederland en het Trimbos-instituut. De campagne wordt in 2024 voor de vijfde keer uitgevoerd. De campagne van de Alliantie Alcoholbeleid Nederland wordt gefinancierd door het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

## I. Doel en doelgroep

In 2024 zijn de concrete **campagneboodschappen**: “Kinderen kopiëren jouw drinkgedrag” en “Als je alcohol drinkt, drink dan niet als er kinderen zijn”. Ook wordt het logo ‘Zien drinken, doet drinken’ op alle materialen getoond.

Het algemene **doel** van de campagne ‘Zien drinken, doet drinken’ in 2024 is om bij te dragen aan het voorkomen dat jongeren onder de 18 jaar alcohol drinken. De **doelgroep** zijn ouders van peuters, kleuters en jonge schoolgaande kinderen, van 2 tot en met 12 jaar. Er wordt geen onderscheid gemaakt wat betreft de opleiding, sociaal economische status of herkomst van ouders.

De campagne is gebaseerd op overtuigende wetenschappelijke studies waaruit blijkt dat kinderen al op zeer jonge leeftijd een positieve verwachting van alcoholgebruik kunnen ontwikkelen, met name als ouders en anderen in aanwezigheid van hun kinderen alcohol gebruiken. Deze positieve verwachtingen normaliseren het alcoholgebruik en kunnen bijdragen aan het ongewenst drinken van alcohol door de kinderen op te jonge leeftijd.

### Drie doelen van de campagne: kennis, houding en gedrag

- **Kennis:** het eerste doel van de campagne is dat ouders bekend raken met het feit dat het drinken van alcohol in de omgeving van hun kinderen ongewenste invloed kan hebben op het toekomstig drinkgedrag van hun kinderen.
- **Houding:** als tweede doel beoogt de campagne te bereiken dat ouders positief staan ten opzichte van het advies niet te drinken in aanwezigheid van hun kinderen.
- **Gedrag:** Als derde geldt het gedragsdoel dat erop gericht is ouders daadwerkelijk te doen besluiten geen alcohol te drinken in aanwezigheid van hun kinderen.

## II. Landelijke inzet van de campagne

### Persaandacht bij de start

Voorafgaande aan de campagne wordt een onderzoek onder jonge ouders uitgevoerd om o.a. na te gaan in hoeverre zij reeds bekend zijn met de campagneboodschap. Dit naar aanleiding van de voorgaande campagnes in de afgelopen 4 jaar. Op basis hiervan sturen we op **maandag 4 november 2024** een persbericht naar de landelijke media waarin ook de start van de nieuwe campagne wordt aangekondigd. Regionale en lokale deelnemers aan de campagne krijgen het persbericht onder embargo op donderdag 31 oktober 2024 toegestuurd.

### Twee video's voor sociale media

Op de sociale media worden voor de ouders van jonge kinderen twee video's ingezet. Deze video's kunnen ook regionaal en lokaal worden ingezet.

1. [Deze video van 2023](#) toont het alcoholgebruik door ouders in aanwezigheid van jonge kinderen sluit af met: "Kinderen kopiëren jouw drinkgedrag"
2. Deze nieuwe video laat zien dat kinderen al op jonge leeftijd het drinkgedrag van hun ouders opmerken. Voor de getoonde ouders is dat zichtbaar verrassend waardoor de afsluitende boodschap "Kinderen kopiëren jouw drinkgedrag" op een originele manier duidelijk wordt gemaakt. De nieuwe video zal naar verwachting in de loop van september gereed zijn.

### Inzet influencers

We zoeken enkele, gegeven de doelgroep jonge ouders, relevante 'influencers' die ingezet kunnen worden in hun rol als ouder om de campagneboodschap gedurende de twee campagneweken uit te dragen. De namen van deze influencers zijn nog niet bekend. Ideeën daarover zijn welkom.

## III. Regionale en lokale inzet van de campagne

Uit de evaluatie van de campagne in 2023 bleek dat de bekendheid van de campagne bij jonge ouders in belangrijke mate tot stand kwam door deelname van regionale en lokale instellingen. Dit toont het succes en daarmee het belang aan van regionale en lokale deelname.

### Campagne posters

Er zijn dit jaar verschillende campagneposters beschikbaar gericht op de doelgroep jonge ouders. Deze posters zijn rond eind september 2024 te zien op de website [www.ziendrinkendoetdrinken.nl](http://www.ziendrinkendoetdrinken.nl). Regionale en lokale deelnemers kunnen aangeven welke posters ze willen inzetten en, indien gewenst, voorzien van hun eigen logo. De posters zijn als pdf-bestand te downloaden via de website en kunnen door de regionale en lokale deelnemers zelf worden afgedrukt.

### Posts voor de eigen social media

Op de campagnewebsite zijn diverse voorbeelden van posts (teksten en afbeeldingen) te vinden die lokaal en of regionaal kunnen worden ingezet op de eigen sociale media.

### Campagneflyer en een gadget voor ouders

Ook is er een flyer beschikbaar voor ouders. In deze flyer staat het doel van de campagne en verschillende tips over hoe zij aan de slag kunnen om het goede voorbeeld te geven. De flyer kan worden verspreid via JGZ locaties, huisartsen, gemeentehuizen, POH coördinatoren, bibliotheken, apotheken, jongerenwerk, basisscholen, kinderopvang en sportverenigingen.

Speciaal voor ouders is een frisviltje beschikbaar met daarop een QR code met een aantal leuke quizvragen. Tot 250 exemplaren kan het frisviltje tegen verzendkosten via [info@alcoholalliantie.nl](mailto:info@alcoholalliantie.nl) worden besteld. Bij een grotere afname worden extra kosten in rekening gebracht.

Op de campagnewebsite zijn voorbeeldteksten te downloaden die voor PO-scholen (directie, ouders en docenten) en een voorbeeld tekst voor op de website of in een nieuwsbrief voor VO scholen en voor sportverenigingen. Deze kanalen geven we extra aandacht om ouders te bereiken.

### Wachtkamerschermen

Ook is het weer mogelijk om de nieuwe campagnevideo tijdens de campagneweken te laten afspelen op de wachtkamerschermen van huisartsen of van bepaalde maatschappelijk instellingen. Er is een beperkt campagnebudget beschikbaar om aan de kosten hiervan bij te dragen. Wie belangstelling heeft kan een offerte opvragen voor het inzetten van deze schermen in de eigen regio via [info@alcoholalliantie.nl](mailto:info@alcoholalliantie.nl).

### Materiaal voor ouderavonden

Naast de campagneflyer is er dus ook het frisviltje, dat tijdens een ouderavond helpt om het gesprek met ouders op gang te krijgen. Daarnaast zijn er, als onderdeel van de campagne 'Zien drinken, doet drinken', voor ouders enkele korte video's gemaakt die ook (deels) op ouderavonden kunnen worden ingezet:

- **Video 1: [Alcoholreclame: uw kind ziet meer dan u denkt](#)**  
In deze film vertellen kinderen van groep 7 en 8 dat zij goed bekend zijn met alcoholreclame. Ondanks dat reclamemakers beweren dat zij zich niet richten op minderjarigen blijkt uit onderzoek en ook uit deze film dat kinderen wel worden geconfronteerd met alcoholreclame via de media.
- **Video 2: [De invloed van alcoholreclame: bespreek het met je kind](#)**  
Deze film is bedoeld om ouders te motiveren met hun kinderen te praten over alcoholreclame. Het vergroten van de zogenaamde mediawijsheid door ouders kan ertoe bijdragen dat kinderen minder gevoelig worden voor de schadelijke invloed van alcoholreclame.
- **Video 3: [Geen alcohol drinken als je kinderen erbij zijn? Wat vind jij?'](#)**  
Drie ouders geven in deze video een reactie op de vraag of zij bereid zijn alcohol te laten staan als hun kinderen erbij zijn. Het doel van deze video is ouders uit te nodigen zelf concreet op deze vraag in te gaan.

## IV. Campagneteam 'Zien drinken, doet drinken'

Het campagneteam van 'Zien drinken, doet drinken' 2024 bestaat uit vier mensen:

- **Laura Tiggelman** adviseert en ondersteunt de regio-deelnemers bij de voorbereiding en uitvoering van de campagne op lokaal en regionaal niveau.  
Contact: [lauratiggelman@alcoholalliantie.nl](mailto:lauratiggelman@alcoholalliantie.nl);
- **Kristel van der Pouw Kraan** is verantwoordelijk voor de website van de campagne, de interacties via de website en sociale media, de campagnenieuwsbrieven en het samenstellen en aanreiken van campagne-spots voor lokale en regionale deelnemers.  
Contact: [kristelvanderpouwkraan@alcoholalliantie.nl](mailto:kristelvanderpouwkraan@alcoholalliantie.nl);
- **Martina Berger** is verantwoordelijk voor de financiële administratie van de campagne.  
Contact: [info@alcoholalliantie.nl](mailto:info@alcoholalliantie.nl)
- **Wim van Dalen** is campagnecoördinator. Hij is namens het bestuur van AAN eindverantwoordelijk voor de campagne. Hij coördineert waar nodig de activiteiten, is verantwoordelijk voor de contacten met de media, overlegt met ondersteunende organisaties en draagt zorg voor de evaluatie en rapportage van het eindresultaat.  
Contact: [wvdalen@alcoholalliantie.nl](mailto:wvdalen@alcoholalliantie.nl), 06 53295544

*\*De productie van de campagnematerialen (posters, video's) en de inkoop van social media e.a. worden verzorgd door Reclamebureau Scheepens te Tilburg.*