



Fotboll utan Fylla

INNEHÅLL

1. Blåsstudie
2. Skådespelarstudie
3. Attitydundersökning kring alkohol och fotboll
4. Fotboll utan Fylla – arbetet framåt
5. Fotboll utan Fylla i media

I början av 2016 startade IQ och STAD (Stockholm förebygger alkohol- och drogproblem), tillsammans med de tre allsvenska fotbollsklubbarna AIK, Djurgården och Hammarby, satsningen Fotboll utan Fylla. Syftet med satsningen är att skapa en så positiv fotbollsupplevelse för så många som möjligt genom att minska andelen kraftigt berusade personer på fotbollsmatcher och att förändra attityden till alkohol i samband med fotboll.



Mikael Ahlerup, vd AIK Fotboll, Henrik Berggren, vd Djurgården Fotboll, Johanna Gripenberg, sektionschef STAD, Juan-Pablo Roa, vd IQ och Henrik Kindlund, vd Hammarby Fotboll.

– Det finns många förutfattade meningar kring alkohol och fotboll. I och med denna satsning får vi nu för första gången en bild av hur det faktiskt ser ut. Att vi nu kan utgå från fakta är jättebra och vi inom AIK ser fram emot att arbeta med detta projekt, säger Mikael Ahlerup, vd AIK Fotboll.

Under arbetets gång har tre olika studier presenterats; en blåsstudie, en skådespelarstudie och en attitydundersökning, som alla redovisas mer ingående nedan.

– Alkohol och alkoholkonsumtion inför, under och efter våra allsvenska fotbollsmatcher

upplevs bitvis som problematisk. Vi på STAD vill med detta projekt vara med och skapa ett långsiktigt och samordnat alkohol- och drogförebyggande arbete för att öka tryggheten i samband med fotboll, säger Johanna Gripenberg, sektionschef på STAD.

I första skedet är arbetet koncentrerat till de tre allsvenska fotbollsklubbarna i Stockholm men ambitionen är att lärdomar från projektet, på sikt, även ska kunna användas av andra idrottsföreningar och på andra arenor runt om i landet.

Blåsstudie

Resultatet från blåsstudien presenterades vid en pressträff på Tele2 Arena den 13 april 2016. Studien genomfördes bland 3287 besökare vid åtta olika matcher under perioden april-oktober 2015, då AIK, Djurgården och Hammarby spelade herrallsvenska matcher. Promillenivån mättes bland besökare på sex olika områden på respektive arena, inklusive hemmaklack, bortaklack och familjeläktare.

– Att gå på fotboll är för många stockholmare en väldigt positiv upplevelse och AIK, Djurgården och Hammarby har jobbat hårt med att skapa bra stämning och trygga arrangemang. Men vi ser också att det finns en hel del personer som druckit ganska mycket alkohol i samband med fotboll. Jag är övertygad om att färre kraftigt berusade personer på läktaren och en förändrad attityd till alkohol i samband med fotboll kommer att resultera i en ännu bättre fotbollsupplevelse för fler besökare, säger Juan-Pablo Roa, vd på IQ.

För de medverkande klubbarna är frågan om alkohol och alkoholkonsumtion i samband med deras respektive matcher både viktig och angelägen.

– Jag är glad att vi nu, tack vare den genomförda blåsstudien, faktiskt vet hur det ser ut när det gäller alkohol på våra matcher. Fotboll utan Fylla handlar inte om att torrlägga våra matcher utan att minska andelen kraftigt berusade personer, öka tryggheten och skapa en ännu bättre fotbollsupplevelse för våra besökare, säger Henrik Berggren, vd Djurgården Fotboll.

RESULTAT:



Hälften av alla testade personer hade druckit alkohol.



Tio procent av samtliga testade hade en promille eller högre.



Den genomsnittliga promillehalten bland de besökare som druckit alkohol var 0,63 promille.

METOD: Datainsamlingen genomfördes av sex olika team från STAD med tre personer i varje och skedde före och under första halvlek samt i pausen på flera olika ställen på de olika arenorna. Deltagandet var frivilligt och anonymt och skedde genom ett systematiskt urval där var tredje person som gick förbi tillfrågades att vara med. Runt 23 procent av de tillfrågade avböjde att delta i studien. De som deltog fick uppgive kön, ålder och alkoholkonsumtion utanför arenan samt blåsa i alkoholmätare.

Skådespelarstudie

Den 11 maj 2016 presenterades resultatet från en skådespelarstudie som STAD genomfört. Skådespelare hade agerat kraftigt berusade och sedan försökt komma in på Tele2 Arena och Friends Arena i samband med att AIK, Djurgården och Hammarby spelat herrallsvenska matcher. I studien undersöktes även möjligheten för de "kraftigt berusade" skådespelarna att köpa alkohol på krogarna utanför arenorna, och i kioskerna och barerna inne på arenorna.

– Resultat från studien visar att det uppenbarligen finns problem kopplade till alkohol och alkoholservice i samband med herrallsvensk fotboll. Nu tar vi på IQ tillsammans med STAD, AIK, Djurgården, Hammarby och övriga inblandade krafttag för

att förbättra situationen, säger Juan-Pablo Roa, vd på IQ.

– Jag vet att både AIK och Djurgården håller med mig om att det är oacceptabelt att så pass många kraftigt berusade personer både fick komma in och köpa alkohol inne på arenorna

i samband med våra respektive matcher. Detta är något som vi måste förändra och jag är övertygad om att vi tillsammans med övriga inblandade parter kommer att lyckas, säger Henrik Kindlund, vd Hammarby Fotboll.

Försök att köpa alkohol på krogar utanför arenan av "kraftigt berusade" skådespelare.

Antal försök: 109
Antal nekanden: 74 (68%)



Försök att köpa alkohol inne på Tele2 Arena och Friends Arena av "kraftigt berusade" skådespelare.

Antal försök: 176
(kiosker och barer)
Antal nekanden: 56 (32%)



Entréförsök på Tele2 Arena och Friends Arena av "kraftigt berusade" skådespelare.

Antal försök: 70
Antal nekanden: 9 (13%)



METOD: Skådespelarstudien* genomfördes av STAD (Stockholm förebygger Alkohol- och Drogetproblem) på krogar utanför Tele2 Arena och Friends Arena, vid entrén till arenorna samt inne på arenorna vid sex olika herrallsvenska matcher under perioden augusti-oktober 2015. Vid de olika matcherna genomfördes datainsamlingen av sex olika team från STAD med en skådespelare, en observatör samt en forskare med övergripande ansvar för alla teamen. Datainsamlingen skedde före match, under 1:a halvlek, i pausen och under 2:a halvlek. Skådespelarstudien genomfördes av svenska manliga skådespelare som agerade kraftigt berusade enligt standardiserade scener. Skådespelarna genomförde tre olika försök: Köp av alkohol (en öl) vid barer utanför arenan, köp av alkohol (en öl) vid barer och kiosker inne på arenan, entréförsök till arenan.

Attitydundersökning kring alkohol och fotboll

Inom ramen för arbetet med satsningen Fotboll utan Fylla genomfördes även en undersökning bland allmänheten kring attityder och inställning till alkohol och fotboll.

I undersökningen har de tillfrågade fått ta ställning till ett antal påståenden kopplade till alkohol och fotboll. Bland resultaten framkommer att:



88%

instämmer i påståendet

Jag tycker att kraftigt berusade personer bör nekas att köpa alkohol inne på fotbollsarenor.

87%

instämmer i påståendet

Jag tycker att kraftigt berusade personer bör nekas att bli insläppta på fotbollsarenor.

85%

instämmer i påståendet

Jag tycker att kraftigt berusade personer bör avvisas från fotbollsarenor.

65%

instämmer i påståendet

Stämningen på läktaren skulle bli bättre om antalet kraftigt berusade personer på fotbollsarenorna minskade.

56%

instämmer i påståendet

Fler personer skulle besöka fotbollsmatcher om antalet kraftigt berusade personer på fotbollsarenorna minskade.

25%

instämmer i påståendet

Jag tycker att alkoholdrycker bör få säljas på fotbollsarenor.

METOD: Den riksförbundade undersökningen genomfördes, på uppdrag av IQ och STAD, av Novus under perioden 5-19 februari 2016 via deras webbpanel. Totalt deltog 1083 personer och deltagarfrekvensen var 66 procent.

Fotboll utan Fylla – arbetet framåt

Arbetet med att ta fram konkreta åtgärder inom ramen för Fotboll utan Fylla har redan påbörjats och framöver kommer de inblandade parterna i Fotboll utan Fylla vidta ytterligare en rad åtgärder för att minska andelen kraftigt berusade personer i samband med fotboll. Bland dessa åtgärder kan nämnas:

- Förbättrad samverkan mellan alla berörda parter.
- Anpassad utbildning i Ansvarsfull alkoholservering till krogpersonal utanför respektive arena samt till serveringsansvarig inne på respektive arena.
- Utbildning för entrépersonal från både arrangören och arenabolaget.
- Utbildning för serveringspersonal inne på respektive arena.
- Se över och arbeta med alkoholpolicy och till policyn kopplad handlingsplan.
- Klargörande av förväntningar på de olika aktörerna som är inblandade i samband med matcher. Vad förväntas av respektive aktör före, under och efter match?
- Förändra attityden till alkohol i samband med fotboll genom informationsinsatser och opinionsbildning.



– STAD har under lång tid, och med goda resultat, arbetat med att förändra attityden och öka kunskapen kring alkohol och alkoholservering på krogarna i Stockholm. Jag är övertygad om att vi tillsammans med övriga inblandade parter i Fotboll utan Fylla kan åstadkomma stora och positiva förändringar även på fotbollsarenor, säger Johanna Gripenberg, sektionschef på STAD.

Arbetet inom ramen för Fotboll utan Fylla bedrivs i olika arbetsgrupper där förutom IQ, STAD, AIK, Djurgården och Hammarby även polisen, arenorna och restauratörer ingår.

Fotboll utan Fylla i media

Satsningen Fotboll utan Fylla har fått stor medial uppmärksamhet. Här är några exempel.





För mer information
om Fotboll utan
Fylla kontakta:



Box 3675, 103 59 Stockholm.
E-post: info@iq.se www.iq.se



Stockholm förebygger Alkohol- och Drogproblem

Norra Stationsgatan 69 plan 7. 113 64 Stockholm.
E-post: stad.slso@sll.se www.stad.org