



METODHANDBOK

Tack!

Vi på IQ och STAD vill rikta ett stort tack till AIK fotboll, Djurgården fotboll, Hammarby fotboll, Levy restaurants, Operakällaren, Stockholm Live och Polismyndigheten i Stockholm för er delaktighet i arbetet med att ta fram denna metodhandbok om Fotboll utan Fylla.

Författare

Åsa Markén, IQ
Daniel Knudtzon, STAD
Frida Bergenblad, STAD

Formgivning

IQ och Perfect Fools

Upplaga 1:1, 2019

Innehåll

Sammanfattning av metodhandboken	4
Bakgrund	5
Vad är ett fotbollsarrangemang	9
Alkohollagen	9
Arrangör	10
Aktörer.....	12
Offentlig tillställning.....	13
Vad består insatsen av	15
Samverkan och mobilisering av nyckelaktörer	16
Utbildning	18
Tillsyn	20
Kommunikation och policy	21
Alkoholpolicy.....	26
Uppföljning	29
Kriterier för Fotboll utan Fylla	30



Sammanfattning av metodhandboken

Metodhandboken du håller i handen just nu ska hjälpa dig att starta upp och arbeta utifrån den alkoholpreventiva arbetsmetoden Fotboll utan Fylla. Målet med metoden är att skapa en 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.

I följande kapitel kan du läsa om metoden och bakgrunden till varför Fotboll utan Fylla har utvecklats samt vad fotbollsklubbar och resten av lokalsamhället vinner på att arbeta preventivt när det gäller alkohol och fotboll. Det finns även en beskrivning av metoden och hur den ska tillämpas för att uppnå bästa möjliga resultat. Boken ger dig även svar på vem som har ansvar för vad inför ett fotbollsarrangemang och vad som gäller enligt alkohollagen.

Här finns även mallar, checklistor och förslag på utformning av handlingsplaner och policy, samt konkreta tips och citat från nyckelpersoner som arbetat i projektet. Mer information går att se på hemsidan: www.fotbollutanfylla.se.



Bakgrund

I slutet av 2015 inledde IQ och STAD (Stockholm förebygger alkohol- och drogproblem) tillsammans med de tre herrallsvenska fotbollsklubbarna AIK, Djurgården och Hammarby, satsningen Fotboll utan Fylla.

Våld och brottslighet i samband med fotbollsarrangemang var då en prioriterad samhällsfråga – inte minst efter dödsfallen i Stockholm 2002 och i Helsingborg 2014. Tidigare hade supportervåld klassificerats som ett problem för klubbarna, men betecknades nu som ett samhällsproblem. Oron för våld påverkar alla människors möjlighet och vilja att vistas på offentlig plats i anslutning till fotbollsarrangemangen, inte endast fotbollspubliken. Därför skulle nu ansvaret delas av flera aktörer som gemensamt behövde agera för att stävja utvecklingen.

OM IQ

IQ, Systembolagets dotterbolag, har i uppdrag att verka för ett smartare förhållningssätt till alkohol. Målet är att skapa medvetenhet och eftertanke kring olika aspekter av alkohol och stötta en beteendeförändring både hos individen själv och dennes omgivning.



– Jag hoppas och tror att ännu fler går på fotboll och med egna ögon ser att den kraftiga fyllan minskat, upplever den fantastiska stämningen och tittar på riktigt bra fotboll.

Henrik Berggren, vd Djurgårdens IF Fotboll

Det övergripande syftet med satsningen var att öka tryggheten i samband med herrallsvenska fotbollsmatcher genom att minska alkoholberusningen hos besökarna. Som en del av detta ville vi, genom Fotboll utan Fylla, förändra attityden till alkohol och få besökarna att börja reflektera över sin egen och andras alkoholkonsumtion i samband med fotbollsmatcher. Genom att minska andelen kraftigt berusade personer på fotbollsmatcher syftade Fotboll utan Fylla till att skapa en så positiv fotbollsupplevelse för så många som möjligt.

Men för att kunna förändra attityder och beteenden behövs kunskap om nuläget. Därför inleddes satsningen med promille- och observationsstudier på arenorna och attitydundersökningar bland allmänheten. Det följdes av informationsinsatser, opinionsbildning, mobilisering av nyckelaktörer, framtagande av samverkansstrukturer, ökad samverkan samt konkreta åtgärder såsom utbildningsinsatser.

OM STAD

STAD tillhör Centrum för psykiatriforskning, ett samarbete mellan Stockholms läns landsting och Karolinska Institutet. STAD har som mål att förebygga alkohol- och drogproblem genom att påverka tillgänglighet och efterfrågan på alkohol och droger i samhället.

Uppföljningen 2017 visar att arbetet gett god effekt. Exempelvis sjönk andelen kraftigt berusade personer med 40 procent. Andelen kraftigt berusade personer som nekats inträde ökade med 154 procent. Och andelen kraftigt berusade personer som nekats köpa alkohol inne på arenorna ökade med 78 procent.

Vad vinner arrangören på att arbeta med metoden?

Att arbeta förebyggande är alltid positivt, oavsett hur stort problem arrangören har med fylla under sina arrangemang. Att arrangören arbetar tillsammans med aktörerna och gemensamt sätter upp tydliga mål skapar också en starkare sammanhållning hos personalen, vilket i sin tur bidrar till ytterligare positiva effekter. Något som AIK, Hammarby och Djurgården lyft fram som mycket positivt.

Bland annat leder detta arbetssätt till en positiv arbetsmiljö som ger personalen goda förutsättningar att genomföra sitt jobb. Dessutom blir personalen tryggare i sina respektive roller när de vet vad som förväntas av dem i olika situationer.

Genom att tydligt kommunicera ut syftet och målen med arbetet blir även besökarna mer medvetna. De vet då vad som gäller när de köper sin matchbiljett.

Ytterligare en vinst med metoden är att säkerheten under arrangemangen höjs. Exempelvis underlättas en eventuell utrymning av arenan om alla besökare kan ta till sig viktig information på rätt sätt. Möjligheterna för detta ökar betydligt om berusningsnivån på besökarna hålls nere.

Så här har promille- och observationsstudien genomförts:

Mätningar och observationsstudie

STAD ansvarade för att mätningarna utfördes på ett sätt som säkerställer kvalitén av datainsamlingen. För att få en så representativ bild som möjligt vid promillemätningarna placerades team runt om på arenan som slumpmässigt tillfrågade besökare om de ville vara med i studien. De som tackade ja fick då svara på några korta frågor, för att sedan blåsa i en alkoholmätare som visade promillehalten i blodet. Att delta i studien var frivilligt och anonymt.

Vid observationsstudien använde utbildade skådespelare en standardiserad scen av kraftig berusning för att undersöka i vilken utsträckning de blev insläppta på arenan och kunde köpa alkohol inne på arenan.

Utvärderad och säkerställd metod

Att arbeta med metoden Fotboll utan Fylla är utvärderat och säkerställt som effektivt, och det är alltså inte nödvändigt med en baslinjemätning. Vill klubben ändå ha en kartläggande bild att utgå ifrån, kom ihåg att det i så fall är viktigt att baslinjemätning genomförs innan arbetet påbörjas för att ge en korrekt bild av läget!



– Att vi redan kan se så stora förändringar när det gäller exempelvis andelen kraftigt berusade personer är otroligt roligt. Det tyder på att sättet vi jobbar på, i kombination med det stora engagemang och hårda arbete från alla inblandade i Fotboll utan Fylla, fungerar.

Johanna Gripenberg, sektionschef STAD

Vad är ett fotbollsarrangemang?

Här beskrivs vad en arrangör respektive en aktör har för ansvar och skyldigheter i samband med ett fotbollsarrangemang. Arrangören har huvudansvaret medan aktörerna ofta är flera och ansvarar för specifika områden. Avsnittet inleds med en kort text om alkohollagen. Det är viktigt att ha kunskap om vad lagen innebär eftersom den gäller vid servering av alkoholhaltiga drycker på arenan.

Alkohollagen

Alkohollagen är en social skyddslag och finns till för att skydda den enskilde individen. Den ska förebygga och minska risken för sociala och medicinska skador.

För att få servera alkohol på en arena krävs enligt alkohollagen ett alkoholtillstånd. I alkoholtillståndet står vilket/vilka områden som är serveringsområden, alltså var på arenan alkoholen får säljas och drickas. Serveringsområdet kan vara antingen hela arenan eller bara vissa delar, exempelvis en inhägnad restaurang eller bar.

Enkelt sammanfattat – du inte får vara mer berusad på ett allsvenskt fotbollsarrangemang än vad du får vara på en restaurang eller krog där det serveras alkohol.

Minderåriga gäster, det vill säga gäster under 18 år, får besöka serveringsområdet. De får däremot inte serveras alkohol, oavsett om vårdnadshavaren går med på det. Den som serverar en minderårig är personligt ansvarig och riskerar böter eller fängelse upp till 6 månader. Utöver det kan även restaurangen/baren förlora sitt serveringstillstånd. Det är alltså den serveringspersonal som lämnar ut alkoholen som är skyldig att kontrollera att gästen är 18 år eller äldre. Finns minsta tveksamhet ska den som serverar alltid be om legitimation.

Det är också förbjudet att servera alkohol till en gäst vid misstanke om att denne kommer att överlåta alkoholen till någon som är under 18 år eller märkbart påverkad.

Arrangör

Det är alltid fotbollsklubben som spelar på hemmaplan som är arrangör av matchen. De måste söka tillstånd hos Polismyndigheten för att få arrangera matchen, ett så kallat tillstånd för offentlig tillställning (se sid 13). Det är alltså fotbollsklubben som har huvudansvaret för hela arrangemanget och är den som står som ansvarig om något skulle hända under tiden arrangemanget pågår.

Några krav som alltid gäller är följande:

- Det är varken tillåtet att ta med egen alkohol in på arenan eller för personalen att förvara den
- Märkbart påverkade personer ska nekas inträde*
- Märkbart påverkade personer ska avvisas från serveringsområdet
- Ingen märkbart påverkad person får serveras alkohol
- Ingen person under 18 år får serveras alkohol

*om en märkbart påverkad person får tillträda arenan står inte angivet i alkoholtillståndet. Detta är oftast ett kriterium satt av Polisenmyndigheten för att arrangören ska få genomföra idrottsevenemanget. Läs mer på sidan 13 om offentlig tillställning.



– Genom Fotboll utan Fylla sprider vi ett smartare förhållningssätt till fotboll och alkohol. Det gör att fler kan njuta av att gå och se en match och arenapersonalen är trygg med vad som gäller vid servering av alkohol.

Karin Hagman, vd IQ



Aktörer

När två allsvenska fotbollslag möts är det ofta många olika aktörer som går samman för att skapa en så bra upplevelse som möjligt för besökarna. Förutom fotbollsklubben, som är huvudarrangör, finns aktörer som arenabolag, restauratorer, bemanningsföretag och ordningsvaktbolag med flera. Hur många och vilka aktörer som är inblandade kan variera beroende på arrangemangets och arenans storlek och upplägg.

Arenabolagets personal kan vara de första som möter gästen när de kontrollerar biljetten. Att arenabolagets personal har förståelse för arrangörens förhållningssätt till berusning är därför väldigt viktigt. Det är också viktigt att arrangören tydligt förmedlar hur personalen förväntas bemöta en märkbart påverkad gäst. Annars är det lätt att ansvaret skjuts över till någon annan, och att man därmed låter bli att agera.

En av de vanligaste orsakerna till att märkbart påverkade gäster kommer in på allsvenska fotbollsarrangemang är att personalen inte agerar, då de tror att ansvaret ligger hos någon annan att hantera situationen. Arrangören måste därför vara tydlig med att alla förväntas agera när de möter en berusad person. Att agera kan vara att ta ett samtal med personen, erbjuda vatten eller kalla på ordningsvakter som kan hjälpa till i bedömningen. Det viktiga är att personalen känner till sitt ansvar och fått goda förutsättningar att kunna agera. På så sätt kan man undvika att ingen gör något på grund av att man förväntar sig att det är någon annans ansvar.

Restauratörens personal är de som serverar alkohol inne på arenan och har därför en nyckelroll i att begränsa berusningen. Att servera alkohol till någon som är märkbart påverkad är olagligt enligt alkohollagen och kan leda till böter. Restauratören är därför ansvarig för att ge sin personal de verktyg som behövs för att göra en bra bedömning av gästens berusning, samt de förutsättningar som krävs för att kunna neka servering om någon är märkbart påverkad. Reglerna skiljer sig lite åt om man serverar folköl (se avsnitt folköl) eller alkoholstarkare alternativ, men varken folköl eller något alkoholstarkare får serveras till den som är märkbart påverkad.

Skulle arrangören, arenabolaget, restauratören eller någon annan aktör ha personal från ett bemanningsföretag måste även de få rätt förutsättningar för att kunna agera korrekt. I Fotboll utan Fylla har aktörerna tillsammans utvecklat webbutbildningen "Fotboll utan Fylla" som lägger en god grund för alla, oavsett arbetsgivare och funktion. Det viktigaste budskapet är att alla har ett ansvar att agera, antingen själv eller genom att ta hjälp av någon annan.

Offentlig tillställning

Det första som måste ske inför ett fotbollsarrangemang är att arrangören (fotbollsklubben) söker tillstånd eller skickar in en anmälan om offentlig tillställning till Polismyndigheten. Tillsammans med arrangören görs sedan en bedömning av vilka resurser som behövs för att genomföra matchen. Polismyndigheten svarar sedan arrangören med de villkor som behöver uppfyllas för att arrangemanget ska kunna genomföras.

Vad som är en offentlig tillställning finns beskrivet i Ordningslagen¹. Denna för med sig förhållningsregler som påverkar planeringen inför ett allsvenskt fotbollsarrangemang och avgör om matchen faktiskt ska bli av. Ett av villkoren som kan ställas på arrangören är att besökarna inte får vara märkbart påverkade av alkohol. Som nämnts tidigare är det en formulering som kommer från alkohollagen och kan enkelt översättas med att en gäst inte får vara mer berusad på ett allsvenskt fotbollsarrangemang än på en krog eller restaurang där det serveras alkohol.

En annan följd av villkoren i tillståndet för en offentlig tillställning är att arrangören ansvarar för säkerheten inne på arenan och att Polismyndigheten ansvarar för säkerheten utanför. Polismyndigheten arbetar alltså inte inne på arenan om det inte behövs. Det här gör att personalen inne på arenan, utöver sina vanliga arbetsuppgifter, fyller en viktig funktion för att upprätthålla de villkor som ställts i tillståndet.

En offentlig tillställning täcker allt som finns innanför arenaväggarna. När en besökare är på väg fram till arenan gäller samhällets vanliga lagar och regler, men så snart någon ställer sig i kö till arenan eller visar sin biljett (förklarar sin avsikt med att gå in på arenan, den offentliga tillställningen) så omfattas de av villkoren som finns i tillståndet. Därför är det viktigt att arrangören på ett pedagogiskt sätt förmedlar vad som står i tillståndet, vilka villkor som gäller, samt gör sina förväntningar mycket tydliga gentemot all personal som möter gästerna – alltså inte bara entrévärdar eller ordningsvakter.

¹ Ordningslagen (1993:1617) är en svensk lag, som innehåller särskilda föreskrifter om allmänna sammankomster och offentliga tillställningar samt föreskrifter om allmän ordning och säkerhet i övrigt dels vid sammankomster och tillställningar, på offentliga platser och vid vissa anläggningar och verksamheter.

TIPS: Sätt upp information i personalutrymmen om vad som gäller och var personalen kan få veta mer.

TÄNK PÅ:

- Polismyndighetens uppgift är att se till så att en offentlig tillställning som har fått tillstånd ska kunna genomföras. Det är därför viktigt att alla aktörer samverkar så att arrangören inte tvingas till strängare villkor än vad säkerheten inne på arenan kräver.
- Hög alkoholberusning och en känsla av otrygghet har en tydlig koppling, men eftersom säkerhetsaspekten inne på arenan inte bara gäller bråk och stök utan även utrymning vid en allvarlig händelse så är berusningsfrågan viktig att hantera innan något händer, annars kan det vara försent.
- Om arrangören genom utbildning kan få alla som arbetar på en offentlig tillställning att arbeta med berusningsfrågan parallellt med de ordinarie arbetsuppgifterna så är mycket vunnet. Arbetet i Fotboll utan Fylla har visat att en gemensam ambition och målbild vad gäller alkoholberusning kommer att göra en stor skillnad.

Vad består insatsen av?

STAD har sedan 1995 bedrivit ett framgångsrikt alkohol- och drogförebyggande arbete i krogmiljö och har utvecklat och utvärderat metoden Ansvarsfull alkoholservering (den så kallade STAD-modellen). De tre delarna som krävs för att lyckas med det förebyggande arbetet utifrån STAD-modellen är: mobilisering av nyckelaktörer och samverkan, utbildning samt ökad tillsyn och policyarbete.

Utvärderingen av metoden har visat på en 29 % minskning av våldsbrottsligheten, samt att för varje krona som har spenderats på Ansvarsfull alkoholservering har samhället sparat 39 kronor i form av uteblivna kostnader för våldsrelaterade brott.

För att anpassa modellen till satsningen Fotboll utan Fylla har "kommunikation" lagts till som en fjärde del, då det är av avgörande betydelse att både internt och externt kommunicera ut vad, varför och hur arbetet genomförs.



– Det är oerhört glädjande att det arbete vi genomfört tillsammans med övriga parter inom Fotboll utan Fylla redan gett så positiva resultat. Nu har vi en metod som vi vet fungerar.

Henrik Kindlund, vd Hammarby Fotboll



Samverkan och mobilisering av nyckelaktörer

Samverkan och mobilisering av nyckelaktörerna är en stor och grundläggande del i arbetsmetoden. För att arbetet ska lyckas och bli långsiktigt måste alla aktörer känna ett ägandeskap.

Människor ska känna sig trygga på arenan och på platser i anslutning till denna, såväl före som under och efter ett fotbollsarrangemang. Med det sagt är det viktigt att alla aktörer har en gemensam målbild och förståelse om varför det är viktigt att arbeta med Fotboll utan Fylla, att de ser sin del och hur de kan påverka helhetsbilden.

När ni planerar ett arrangemang:

Fundera på vad ni vill att era besökare ska känna och tänka innan, under och efter match. Vilka förväntningar ska de ha, hur ska de kunna uppleva det på plats och vilken känsla tar de med sig (förutom vinst eller förlust) när de går därifrån?

Vilka besökare vill ni ha på matcherna? Är det någon grupp som är viktigare att attrahera? Hur kan ni lägga upp arrangemanget så det tilltalar de ni vill ska komma? Kan det vara speciella aktiviteter eller miljöer?

TIPS:

1. Rita upp arenan. Tänk igenom vad som sker och var.
2. Lägg upp en plan. Vad kan ni göra? Och var?

Utgå från frågorna:

- Hur tar man sig in? Vad händer där?
- Hur rör man sig inne på arenan?
- Var står man still, exempelvis innan matchen eller under pausen?
- Var pratar man med varandra? Och var väntar man på varandra?
- Var är man mottaglig för information/upplevelser/synintryck?
- Ska informationen vara rörlig eller i text? Är det olika för olika platser?

3. Gör en riskanalys. Vad kan gå snett?
Se till att ha en plan B.

Kommunicera ert upplägg till besökarna innan arrangemanget. Anpassa kommunikationen så att den passar om ni har en prioriterad grupp som ni gärna vill ska komma

Se över om det behövs ett körschema. Det är ett enkelt sätt att få en övergripande bild av vad som kommer att ske under arrangemanget. Det underlättar även för att kunna fokusera på uppgiften och att ta ett gemensamt ansvar så att allt flyter på.

Utgå från följande frågor:

- Vad händer under arrangemanget?
- Var händer det?
- När händer det?
- Vem gör vad?

Utbildning

Webbutbildning "Fotboll utan Fylla"

Fotboll utan Fyllas webbaserade utbildning har som mål att ge all personal samma kunskapsgrund vad gäller alkoholhantering, samt att utmana föreställningar om att det är "någon annans" ansvar att ta hand om berusade gäster. Webbutbildningen genomförs med fördel av alla som arbetar vid ett fotbollsarrangemang, oavsett om arbetsuppgiften handlar om alkoholservering eller inte. Det ger förutsättningar för bättre förståelse och samarbete mellan all personal, men även mellan de olika arbetslagen.

Eftersom det ofta är ett större antal extraanställd personal som arbetar vid fotbollsmatcher är det en bra idé att erbjuda även dem att gå webbutbildningen. Den tar cirka 15 minuter att genomföra och innehåller delprov och examination.

Ansvarsfull alkoholservering med arenainriktning

Som komplement och fördjupning bör en tvådagars utbildning i Ansvarsfull alkoholservering anpassad till idrottsarrangemang erbjudas till personal på chefs- och ansvarspositioner. Denna utbildning har fokus främst på alkoholservering. Exempel på moment som ingår i utbildningen är: medicinska effekter av alkohol, alkohollagen, konflikthantering, alkoholtillsyn, alkohol och våld, samt ett diskussionspass.

Hantering av folköl är ofta vanligast förekommande på arenor. Därför är det viktigt att passet gällande alkoholtillsyn är inriktat på just folkölshantering. Alla som utbildas ska få en djupare förståelse och kunskap om att servering av folköl innebär samma ansvar som servering av starkare alkohol. Även diskussionspasset bör vara riktat och ha fokus på frågor gällande folkölshantering.

Här kan STAD vara ett stöd i hur utbildningen ska läggas upp. Även många kommuner runt om i landet erbjuder idag utbildningar i ansvarsfull alkoholservering till sina krogar. Dessa kan också vara till hjälp i arbetet och är förhoppningsvis redan en part i samverkan.

Uppstartsutbildning

En uppstartsutbildning är ett effektivt inslag inför premiären av fotbolls-säsongen. Det är ett bra tillfälle att samla alla som arbetar på arenan under ett fotbollsarrangemang, oavsett position och ställning, för att lättare komma igång och få en klarare gemensam bild av det kommande året.

Syftet med utbildningen är att personal från alla inblandade aktörer träffas för att diskutera samverkan och tydliggöra ansvarsfördelning, framför allt gällande alkohol och berusning i samband med fotbollsarrangemang.

Vid det första utbildningstillfället är det viktigt att personalen får en genomgång av vad Fotboll utan Fylla är och vad arbetssättet innebär för dem rent konkret. Framför allt bör personer med chefsansvar, personalansvar eller liknande bjudas in. Det är viktigt att de vet hur metoden fungerar och varför det är viktigt att arbeta med den så att de kan föra det vidare ut i organisationen.

Förslag på upplägg och diskussionsunderlag finns på fotbollutanfylla.se

Året efter att arbetet med Fotboll utan Fylla har startat kan uppstarts-utbildningen med fördel fokusera på eventuella utmaningar som har uppstått under året. Diskutera kring dessa utmaningar och möjliga lösningar i mindre grupper. Nu bör inte bara chefer och personer med personalansvar bjudas in, utan alla som arbetar på arenan. Under året är det de som har mött besökarna, svarat på frågor och sett vad som funkar bra och mindre bra i praktiken. Ha gott om tid för mindre gruppdiskussioner där alla får dela med sig av sina erfarenheter. De ser oftast mycket olika ut beroende på om man är vakt, en publikvärd eller någon som säljer folköl i kiosken. Vad som kommer fram här utgör en bra grund för fortsatta diskussioner för arbetet framåt i referens-, arbets- och styrgrupperna.

Följande år kan fokus fortsatt vara på saker som har kommit upp under föregående säsong. Ett förslag är att alla aktörer får dela med sig av vad som har varit positivt med Fotboll utan Fylla som metod, ge konkreta exempel på förändringar som gjorts sedan start och hur det har mottagits av både den egna personalen och besökarna på arenan.

Denna utbildning görs en gång per år inför säsongsstart. Den person som är utpekad ansvarig för Fotboll utan Fylla i klubben har ansvar för att sätta bollen i rullning och planerar upplägget tillsammans med en arbetsgrupp med de aktörerna som ska närvara. STAD stöttar självklart med förslag på upplägg och kan vid behov närvara (till exempel vid första tillfället då Fotboll utan Fylla presenteras).

Tillsyn

Folköl

På svenska arenor och vid olika arrangemang runtom i landet serveras ofta folköl (upp till 3,5%).

Hantering av folköl skiljer sig en del ifrån hanteringen av alkoholstarkare drycker. Det skiljer sig bland annat i tillsyn och tillstånd men även i vem som har ansvar vid servering. En folköl på 50 cl är ett standardglas (se bild standardglas), vilket innebär att en folköl på 50 cl innehåller motsvarande ren alkoholmängd som ett glas vin (15–20 cl) eller 4 cl starksprit.

Standardglas

50 cl starköl dvs Stor stark = 1,5 standardglas / 1 flaska vin (75 cl) = 6 glas



Bilden visar vad ett standardglas innehåller. Skillnaden mellan dryckerna är att de innehåller olika mängd vätska vilket påverkar upptagningen i kroppen. Men mängden alkohol är densamma i alla. Det är bra att ha med sig att 50 cl folköl innehåller lika mycket alkohol som tex 4 cl whisky.



När en starköl säljs i en bar på en arena har den som serverat ölen ansvar för att den inte konsumeras av någon som är märkbart påverkad. På samma sätt får en folköl inte heller säljas till den som är märkbart påverkad. När någon köper en folköl på exempelvis en bensinmack har expediten precis samma ansvar. Ansvaret sträcker sig så länge personen som sålt folkölen kan ha uppsikt över den. Inne på en arena kan möjligheten att ha fortsatt uppsikt vara väldigt begränsad. Ansvaret faller därför sedan på den som köpt folkölen att inte låta den vidare till någon som är märkbart påverkad eller under 18 år.

Vid allsvenska fotbollsarrangemang är det viktigt att fundera över hur många folköl en gäst kan köpa med sig samtidigt, särskilt eftersom serveringspersonalen inte har möjlighet att se vem som dricker folkölen.

Kommunikation och policy

Kommunikation

Kommunikationen är viktig för att tydliggöra mål och syfte med satsningen Fotboll utan Fylla. Den syftar även till att få människor att reflektera över vilken roll alkoholen har i samband med fotboll och hur man skulle vilja att det var. Detta gäller både besökare som kommer på arrangemangen och de som arbetar på och kring arrangemangen.

När det gäller alkohol finns det en del vanliga uttryck som är bra att reflektera kring, exempelvis "alkoholfria alternativ". Genom att använda det uttrycket

bygger vi på den rådande normen om att alkohol är utgångspunkten som den alkoholfria varianten är ett alternativ till. Då kan det vara bättre att kalla det för alkoholfri dryck, och därmed jämställa alla drycker oavsett alkoholhalt.

Fundera på om hur ni benämner alkoholfritt på arenan, hemsidan eller annan plats i samband med fotbollsarrangemang.

1. VISA HUR DET VERKLIGEN SER UT

Det är många som har åsikter kring alkohol i samband med fotboll, men det finns inte alltid en tydlig bild av hur det verkligen ser ut. Det är svårt att uppnå en förståelse för ett problem, konsekvenserna av en företeelse och i slutändan en attitydförändring om man inte vet hur problemet ser ut och i vilken omfattning det existerar.

Första steget är därför att ta reda på hur det verkligen ser ut. Samla alla aktörerna och prata tillsammans igenom nuläget. Forma en gemensam bild av situationen och sprid den informationen till de inblandade; klubbar, arenaägare, restauratörer på arenorna och Polismyndigheten.

Nästa steg är att förmedla informationen till beslutsfattare, fotbollsintresserade och den breda allmänheten.

2. KOMMUNICERA INTERNT OCH EXTERNT

Internt är det viktigt att nå ut med tydlig information till samtliga medarbetare och säkerställa att var och en vet vad som förväntas av hen samt vilken utbildning ni som arbetsgivare erbjuder. Det är även viktigt att personalen är insatt i vad som kommuniceras externt.

Externt är det viktigt att lyfta vad som görs och varför, så att supportrar är förberedda på eventuella nya regler eller aktiviteter när de kommer till arenan. På så sätt kan kommunikationen stötta de som arbetar under arrangemanget. Det är även bra att lyfta vilka positiva effekter satsningen har.

3. VAR TYDLIG MED ATT DET INTE HANDLAR OM ATT TORRLÄGGA ARENORNA

Frågor kring alkoholvanor och konsumtion är ofta känsliga och många kan tro att syftet med Fotboll utan Fylla är att torrlägga arenorna. Inom ramen för satsningen är det därför viktigt att vara tydlig i all intern som extern kommunikation att det inte handlar om att förbjuda människor som går på fotboll att dricka alkohol. Kommunikationens fokus bör ligga på fördelarna med det ni vill åstadkomma – att skapa en så positiv fotbollsupplevelse för så många som möjligt. Det gör det lättare att få med sig personer internt och i synnerhet externt då det genererar en positivare bild.

Exempel på intern information

Det här innebär Fotboll utan Fylla för dig som jobbar under match

- **Med hjälp av en webbutbildning** kommer det bli tydligare vad som förväntas av dig före, under och efter fotbollsevenemang.
- **Samarbetet med andra personer** som jobbar på fotbolls-evenemangen kommer att stärkas. Det kommer även bli tydligare vilket ansvar var och en har och vad det gemensamma målet är.
- **Dessutom kommer du få information** kring alkoholpolicyn hos företaget du jobbar på.
- **Med hjälp av Fotboll utan Fylla** kan vi tillsammans skapa en positiv fotbollsupplevelse för så många som möjligt!

Exempel på extern kommunikation

Det här innebär Fotboll utan Fylla för dig som går på match

- **För att skapa en ännu bättre fotbollsupplevelse** och öka tryggheten för dig som besökare kommer vi arbeta för att minska fyllan innan, under och efter match. Det handlar om att minska andelen kraftigt berusade personer – inte om att torrlägga våra matcher.
- **På arenan gäller samma regler för berusning som på krogen.** Detta innebär att du riskerar att bli nekad att komma in på arenan, eller serverad alkohol inne på arenan, om du är kraftigt berusad.
- **Tips inför match:** Kom i tid så du hinner in på läktaren innan avspark – laddad och redo för en positiv fotbollsupplevelse där du är med och hejar fram vårt lag. Och du! Glöm inte biljetten.

Riktlinjer

Det finns ett antal riktlinjer för hur loggan/märket Fotboll utan Fylla får användas. IQ hjälper till vid frågor om loggan/märket Fotboll utan Fylla.

Logotypvarianter



Filnamn: FuF_CMYK.eps

Detta är huvudmärket, som ska prioriteras så långt det är möjligt. Märket får inte utformas på annat sätt eller återskapas med andra typsnitt. Märket består av tre färger:



Filnamn: FuF_Black.eps

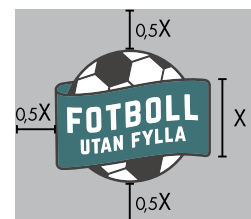
Det svarta märket ska endast användas då CMYK-märket inte går att använda och bara mot ljusa bakgrunder. Till exempel på material som trycks i svartvitt, profilmaterial, eller när märket måste tryckas i väldigt små storlekar.



Filnamn: FuF_Negative.eps

Det vita märket ska endast användas då CMYK-märket inte går att använda och bara mot mörka bakgrunder. Till exempel på material som trycks i svartvitt, profilmaterial, eller när märket måste tryckas i väldigt små storlekar.

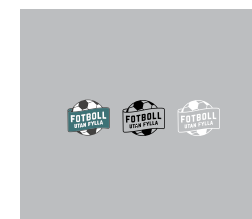
Förhållningsregler



Frizon

För att säkerställa märkets läsbarhet och tydlighet i olika sammanhang ska märket alltid ha ett visst avstånd till angränsande objekt och kanter.

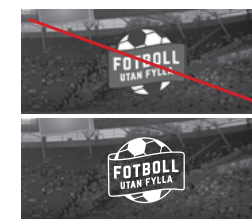
Utgå från banderollens höjd (X) och dela på hälften för att få fram rekommenderad frizon.



Minsta tillåtna storlek

Undvik i största möjliga mån att använda märket mindre än 15 mm i bredd.

Använd med fördel det svarta eller vita märket om det behöver appliceras mindre än så.



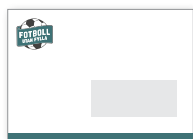
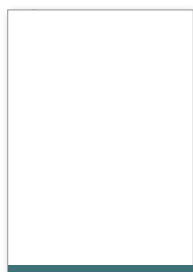
Svartvita produktioner

Vid material som ska tillverkas i endast svartvitt, t.ex. vid kopiering, skall inte CMYK-märket användas. Använd i stället det svarta eller vita märket, beroende på vad som passar bakgrunden bäst.

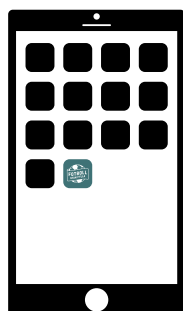
Exempel på applicering



Exempel teamtröja.



Exempel stationery.



Exempel app-ikon.

Rörligt material

Om ni vill ta fram rörligt material, lägg in Fotboll utan Fylla innan er egna logotyp. På så sätt förtydligas såväl budskap som avsändare. Efter Fotboll utan Fyllas logotyp kan ni lägga in fler loggor om ni är fler aktörer som står bakom budskapet.



Exempel slutruta reklamfilm.



Alkoholpolicy

En gemensam alkoholpolicy och värdegrund är ett värdefullt verktyg för att skapa en gemensam syn för alla inblandade aktörer i era fotbollsarrangemang och för att samlas kring gemensamma mål.

Har ni en alkoholpolicy är det ett bra tillfälle att se över innehållet samt undersöka om den används aktivt i ert arbete. Har ni ingen så bör ni sätta er tillsammans och skriva en.

Exempel på vilka rubriker som kan tas med i policyn:

BAKGRUND

Beskriver bakgrunden till varför alkoholpolicyn tagits fram. Ta gärna hjälp av era värderingar och / eller er värdegrund. Här kan även lagar och regler lyftas.

SYFTE OCH MÅL

Syftet med policyn är att ta ett tydligt ställningstagande kring alkohol. Betona gärna positiva utgångspunkter, såsom att ni arbetar för att främja hälsa, värnar om era anställda och era supportrar samt att ni vill skapa en positiv och inkluderande miljö.

TIPS:

Ta fram en handlingsplan för arbetet med policy & värdegrund där ni bestämmer vilka aktiviteter ni ska fokusera på att genomföra och sätt ett datum för när arbetet ska börja. Handlingsplanen är ett bra verktyg för att säkerställa att policyn och värdegrunden vävs in i verksamheten.

Det viktiga är att alla ställer sig bakom den gemensamma strategin och värdegrunden. Varje aktör ansvarar för att ta ut värdegrunden i sin verksamhet och bidra på det sätt de kan. Det viktigaste är inte att ta fram dokumentet, det viktigaste är att se till så att det faktiskt används i vardagen.

För att värdegrunden ska genomsyra verksamheten behöver den kontinuerligt upprepas och praktiseras i det vardagliga arbetet.

TIPS:

Arrangera en policy-workshop ihop med övriga aktörer. På så sätt skapar ni en samsyn för vad som gäller på era gemensamma arrangemang.

Målet är att skapa en säker och trevlig arbetsplats för personalen där attityden till alkohol är ansvarstagande och problem kan förebyggas genom en öppen dialog. Besökare på arrangemangen ska uppleva en positiv och säker miljö där alla känner sig inkluderade och välkomna.

UPPTRÄDANDE & FÖRHÅLLNINGSSÄTT TILL ALKOHOL

Vad som förväntas av t.ex.: anställda, spelare, företrädare. Lyft också fram vikten av att personalen bemöter för berusade gäster på ett ansvarsfullt och trevligt sätt.

MARKNADSFÖRING

Hur alkohol framställs i marknadsförings- och kommunikationsmaterial

Exempel från RF: "Inom svensk idrott bör det inte förekomma någon marknadsföring eller sponsring av alkoholdrycker"

FÖRSÄLJNING OCH SERVERING

Vad som gäller vid försäljning av alkohol och alkoholfria drycker. Hur alkoholfria drycker presenteras.

Exempelvis: Alkoholfritt benämns som "alkoholfria drycker". Dessa drycker ska placeras i både menyer och bakom disken, så att de syns tydligt för gästen.

Exempel på aktivitet: Säkerställa att all personal genomför webbutbildningen Fotboll utan Fylla.

Exempel på Handlingsplan:

VAD?	VARFÖR?	HUR?
• Skriva ihop information	• För att kunna sprida den	• Med hjälp av Anton
• Lägga ut information om att alla ska genomföra webbutbildningen	• För att alla ska veta vad som gäller och vad som förväntas av dem när de arbetar under ett fotbollsarrangemang	• Utifrån underlag från Stina

UTBILDNINGAR

Vilka utbildningar erbjuds anställda/ledare/företrädare kring alkohol och hälsa?

Exempelvis: Alla som arbetar under ett fotbollsarrangemang ska ha genomfört webbutbildningen "Fotboll utan Fylla".

Du som är chef eller har en annan ansvarsposition bör ha gått utbildningen Ansvarsfull alkoholservering anpassad till idrottsarrangemang samt medverkat på uppstartsutbildningen.

FÖREBYGGANDE AV MISSBRUK OCH BEHANDLING / STÖD

Som arbetsgivare är det viktigt att ha en plan för hur man hanterar och förebygger missbruk bland de anställda. Det kan lyftas med hjälp av utbildningar och genom att föra en löpande dialog om alkohol.

Beskriv vilket typ av stöd de anställda erbjuds och vem som ansvarar för det. Här kan även rehabilitering inkluderas.

TIPS:

Fundera på hur alkoholkulturen ser ut internt. Bjuds de anställda på alkohol vid t.ex. personalfester och i sånt fall hur mycket?

HANDLINGSPLAN

För att tydliggöra hur policyn ska implementeras i er verksamhet kan ni konkretisera era mål i en handlingsplan. Förtydliga vad som ska göras, varför det ska göras hur, när, till vem samt vem som ska göra det och vart det ska göras.

NÄR?	VAR?	TILL VEM?	VEM GÖR?
• Feb	• På mötet x	• Kim	• Stina
• Mars	• Via nyhetsmail, lapp i personalrummet...	• Alla anställda som arbetar under fotbollsarrangemang	• Kim

Uppföljning

Eftersom att det här är ett långsiktigt arbete är det viktigt att löpande följa upp och utvärdera.

Det kan bland annat göras via publikundersökningar, medarbetarenkäter och via gruppdiskussioner där framgångsfaktorer och utvecklingsmöjligheter lyfts.

Har en baslinjemätning gjorts så kan den följas upp av uppföljande mätningar för att utvärdera arbetet.



– Att minska andelen kraftigt berusade personer i samband med de fotbollsmatcher som vi arrangerar är en väldigt viktig fråga för oss i AIK Fotboll. Arbetet med Fotboll utan Fylla har redan gjort en stor skillnad.

Jens T. Andersson, vd AIK

Kriterier för Fotboll utan Fylla

Det är viktigt att klubbens syfte med Fotboll utan Fylla är att sänka berusningsnivån på arenorna genom att minska andelen kraftigt berusade personer och på så sätt skapa ännu bättre stämning under fotbollsarrangemangen.

Följande kriterier måste uppfyllas:

SAMVERKAN

- Klubben har en utvald ansvarig som koordinerar arbetet med Fotboll utan Fylla.
- Klubben samverkar med berörda aktörer såsom restauratör, arenablag, polismyndighet och kommun.
- Klubben arbetar aktivt och stödjer Fotboll utan Fyllas samtliga komponenter (samverkan, utbildning, kommunikation och tillsyn/policy).

UTBILDNING

- Samtliga inblandade aktörer säkerställer att personalen som arbetar med matcherna är utbildade inom Fotboll utan Fylla.

KOMMUNIKATION

- Fotboll utan Fylla-budskap kommuniceras till besökare och personal, och ges tydligt utrymme på arenorna.
- Klubben ger ett tydligt utrymme i egna kanaler där supportrar/besökare normalt inhämtar information om och kring klubbens matcher.
- Inom klubben vet alla som arbetar med fotbollsarrangemang vad Fotboll utan Fylla innebär.

POLICY

- En Fotboll utan Fylla alkoholpolicy implementeras. Den används sedan aktivt i det löpande arbetet.
- Policyn tar upp hur insläpp och servering hanteras och beskriver vad som förväntas av personalen.
- Arenan/klubben vidtar nödvändiga åtgärder så att försäljning av alkohol inte sker till märkbart påverkade personer.



fotbollutanfylla.se

