

CCV centrum voor
criminaliteitspreventie en
veiligheid

**Veiligheid
maken we
samen**

Webinar 'met gedragswetenschap drugs- en feesttoerisme in jouw stad ontmoedigen'

Joeri Vig | Adviseur



Programma

- 14.00 uur Welkom en opening
door Joeri Vig – Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid
- 14.05 uur Aanleiding webinar
door Thirza Lagewaard - ministerie van Justitie en Veiligheid
- 14.10 uur Aanleiding en context campagne ‘Stay away’
door Jelmer Peter – gemeente Amsterdam
- 14.20 uur Presentatie over campagne ‘Stay away’
door Daniël Nagel – gemeente Amsterdam
- 15.05 uur Meer grip op gedrag? Bepaal je koers met het InterventieKompas
door Sara Wester – Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid
- 15.30 uur Einde webinar



Gemeente
Amsterdam

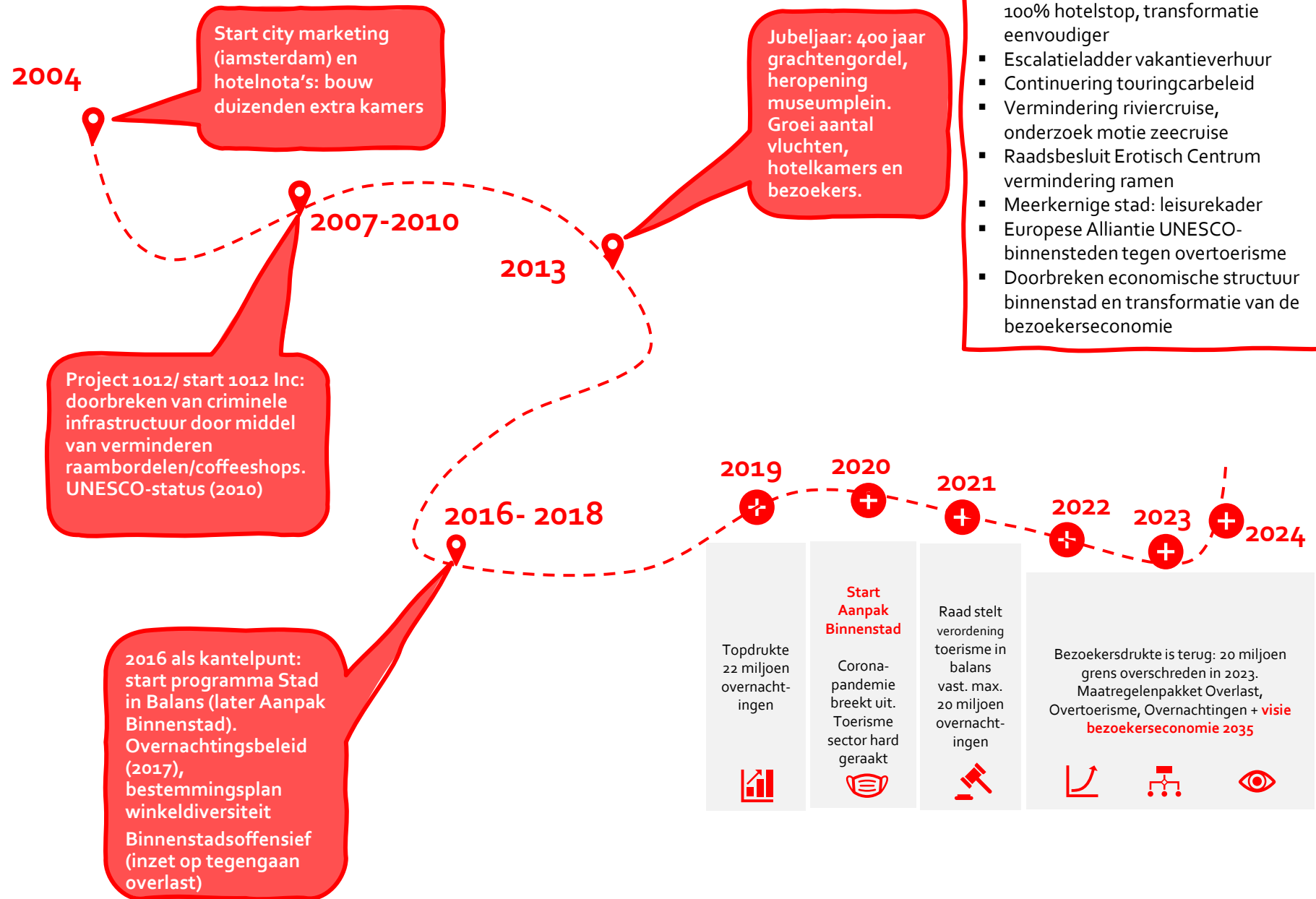
Stay Away reinvented

Een kijkje in de keuken

Februari 2024



Tijdlijn toerisme in Amsterdam| 2016 kantelpunt



Overlast



1. De start van een gerichte, digitale ontmoedigingscampagne op buitenlandse bezoekers die alleen naar Amsterdam komen voor alcohol, drugs en seks om Amsterdam niet te bezoeken (Stay Away-campagne, begin 2023).
2. Een pilot in het Wallengebied waarbij drie op- en afstapvoorzieningen aan de Oudezijds Voorburgwal worden beperkt.
3. Een aanpak voor het weren van overlast gevende vrijgezellenfeesten in samenwerking met ondernemers, touroperators, hotels en belangenverenigingen, zoals KHN.
4. Een onderzoek naar het uitbreiden van het rondleidingsverbod en/of het opnemen van een vergunningvoorschrift voor horecaken met een verbod op het ontvangen van georganiseerde kroegentochten (*pubcrawls*).
5. Een aanscherping van openingstijden horeca en raamprostitutie in het wallengebied.
6. Een blowverbod in (delen van) de binnenstad, gekoppeld aan de alcoholoverlastgebieden. Tevens wordt onderzocht of analoog aan de alcoholoverlastgebieden een verbod op de verkoop van softdrugs voor het gebruik anders dan in de coffeeshops – na 16.00 uur op donderdag t/m zondag, zoals in het alcoholoverlastgebied voor alcohol geldt – handhaafbaar is. Dit hangt samen met het nieuwe Imago van Amsterdam (maatregel 5 onder Overtoerisme): een nieuw verhaal voor Amsterdam heeft alleen kans van slagen als maatregelen worden genomen die dat ondersteunen.



Overtoerisme



1. Het opstellen van scenario's voor het beperken van het aantal riviercruises, het verder beperken van het aantal zeecruises, de uitvoering van het touringcarbeleid en een lobby op luchtvaartbelasting en budgetvluchten.
2. Samenwerking met ondernemers op het gebied van branchering.
3. Spreiding van het aanbod door het ontwikkelen van vrijetijdsvoorziening in centrumgebieden in onder andere Noord, Zuidoost, Nieuw-West en het verplaatsen van vrijetijdsvoorzieningen uit Centrum.
4. Spreiding van de vraag: inzet data gedreven interventies en onderzoek naar drijfveren van bezoekers om zo tot gedragsbeïnvloeding te komen;
5. De ontwikkeling van een Imagocampagne door amsterdam&partners die bijdraagt aan de visie op de bezoekerseconomie en de respectvolle bezoeker. Hierbij wordt nauw samengewerkt met Amsterdam 750.



Overnachtingen



1. *Vakantieverhuur*: onderzoek naar verdere aanscherping quotum B&B in wijken en verdere aanscherping van het beleid vakantieverhuur aan de hand van een escalatieladder.
2. Scenario's voor de aanpassing van de toeristenbelasting op basis van econometrisch onderzoek naar prijselasticiteit waarbij de effecten van een aanpassing van de toeristenbelasting op de overnachtingscapaciteit worden onderzocht. Verkenning mogelijkheden verbreding gemakkelijksretributie (VMR) en verhogen bestaande VMR voor passagiersvaartsector en evenementen.
3. *Hotelcapaciteit*: Inzet op transformatie van hotels naar een woon- of kantoorfunctie; het samenvoegen van hotelkamers in samenwerking met de sector en *extended stay* in hotels (verblijf vanaf 1 maand t/m 6 maanden).
4. In kaart brengen impact van de Verordening op toerisme in Balans Amsterdam in de MRA, waaronder overloopeffecten hotelovernachtingen. Daarover in gesprek gaan met de deelregio's.





I amsterdam.
Ontdek Amsterdam

Zien en doen ▾

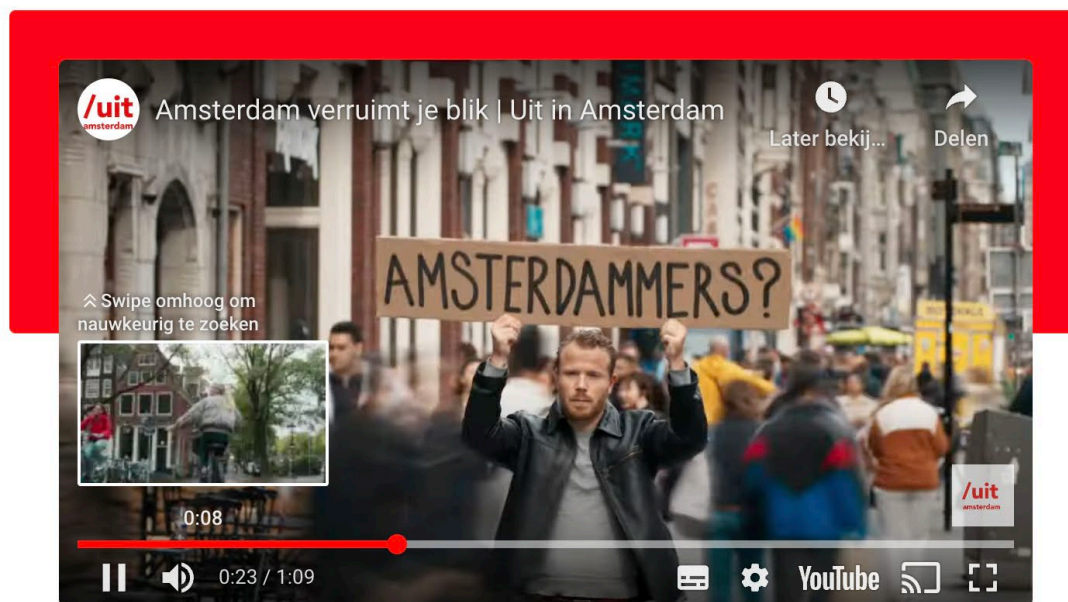
Plan je bezoek ▾

Tickets ▾

Bestel je City Card

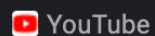


🏠 > Amsterdam verruimt je blik



Amsterdam verruimt je blik

Amsterdam doet iets met je. Hier experimenteer je, ontmoet je gelijkgestemden én deel je nieuwe ideeën. Zoveel mensen, zoveel perspectieven. En al die duizenden perspectieven maken de stad uniek en zorgen ervoor dat alles steeds verandert. Daarom houden we van onze stad. Dus zoek de verbinding met anderen, wees nieuwsgierig naar andere meningen en laat je fantasie de vrije loop. Amsterdam verruimt je blik.



YouTube

Groot erotisch centrum op komst in Amsterdam - Y...



Het Parool

Weren van touringcars in de binnensta...



Telegraaf

Blowverbod Amsterdam gaat in: hier mag ...



Gemeente.nu

Amsterdam: verbod op toeristische verhuur in c...



Het Parool

Raad stemt in met verbod op rondleiding...



	Amsterdam bezocht
Ja, meerdere keren	26%
Ja, één keer	36%
Nee	38%

9-2-2024 | 10

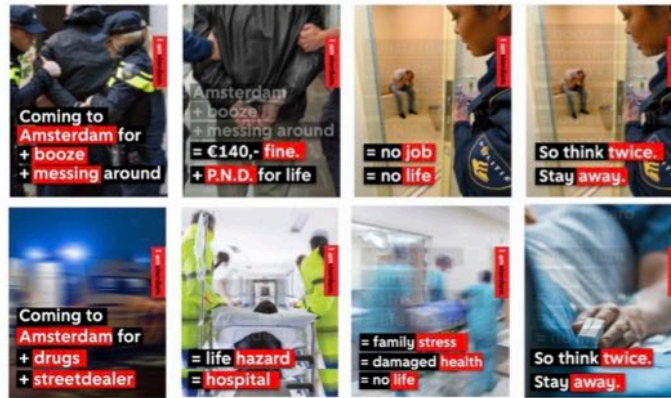


Stay Away concept

Risico's doelgroep
los gaan in
Amsterdam
expliciet maken



Concept 1



Concept 2



Concept 3

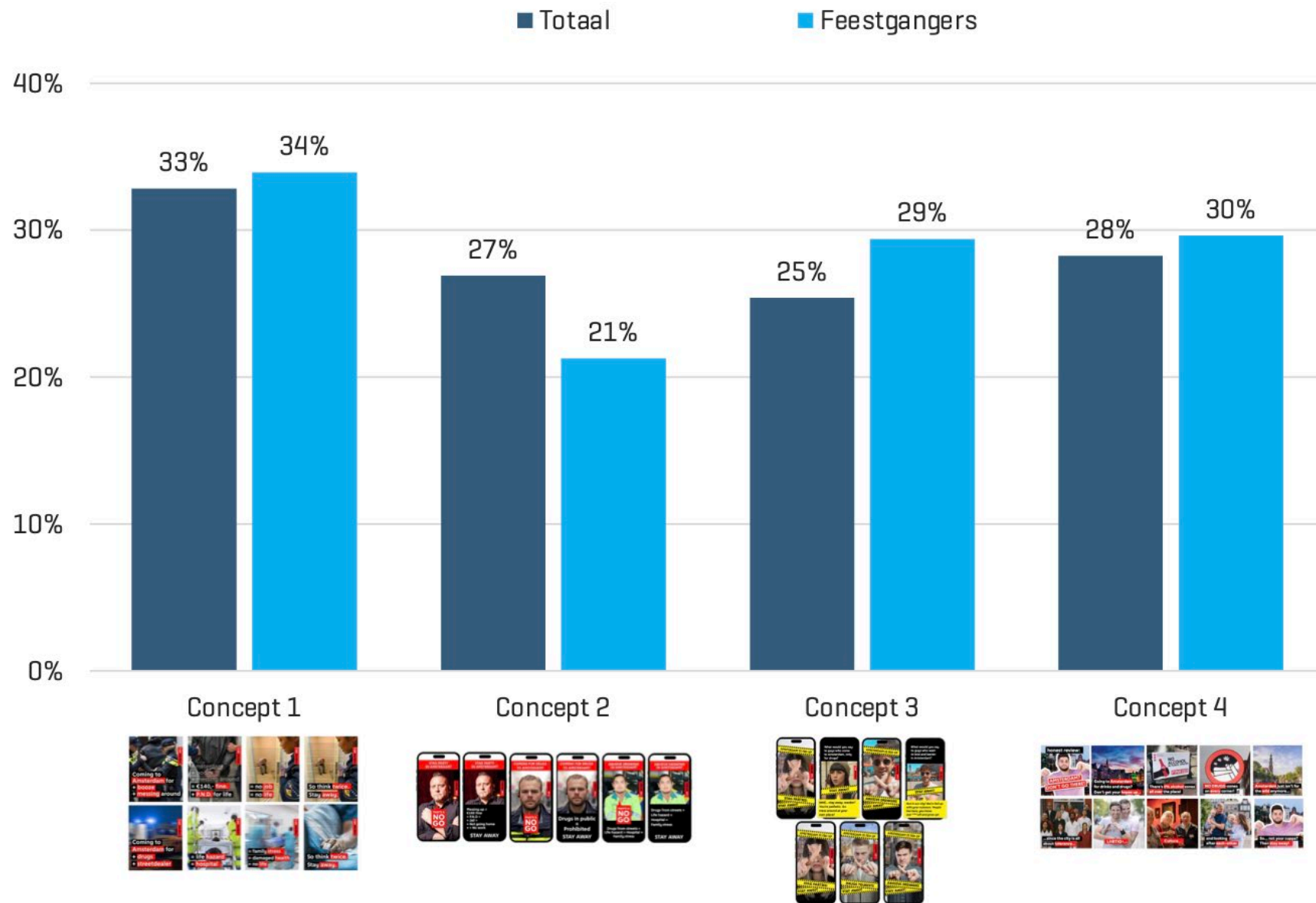


Concept 4

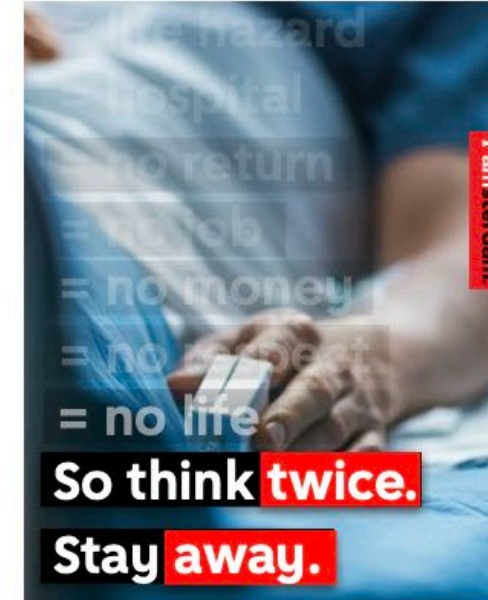
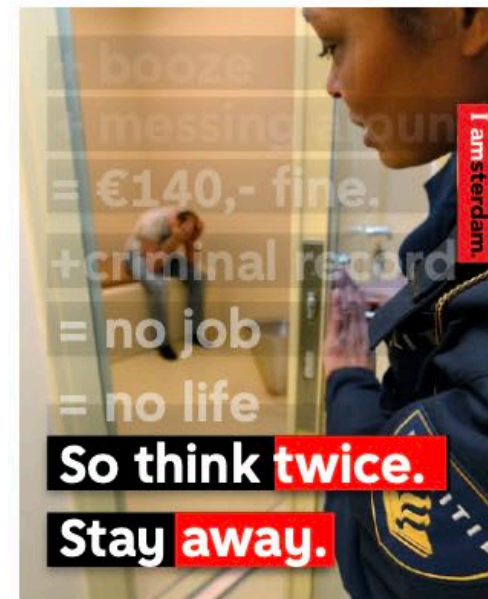
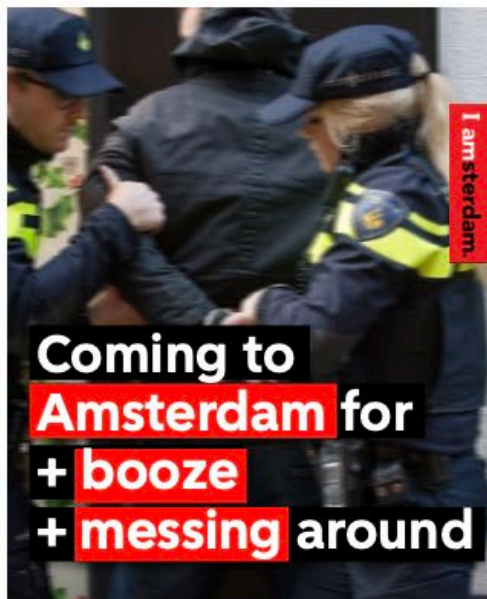




Minder geneigd om Amsterdam te bezoeken na zien van campagne



Via Invoegen | Koptekst en voettekst kunt u de tekst wijzigen





Stay away

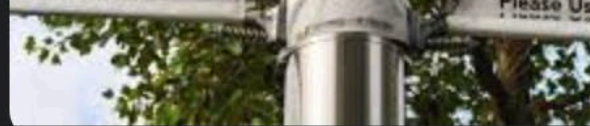
NL Times

Amsterdam tells British men to "stay aw...



BBC

Amsterdam launches stay away a...



NL Times

It won't stop us!" British not convin



Euronews.com

See Amsterdam's newest campaign urging ...



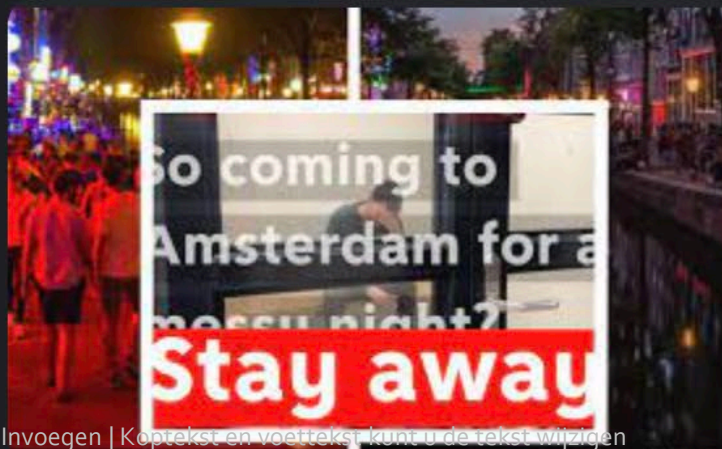
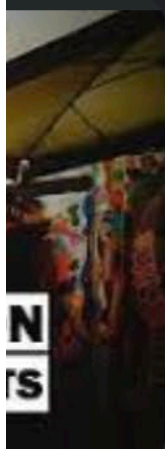
RTL Nieuws

Stay Away-campagne in Amsterdam moet o...



DutchNews.nl

Oat-milk drinking, BBC-reading



Via Invoegen | Kopieer tekst en voeg tekst, klink u de tekst wijzigen



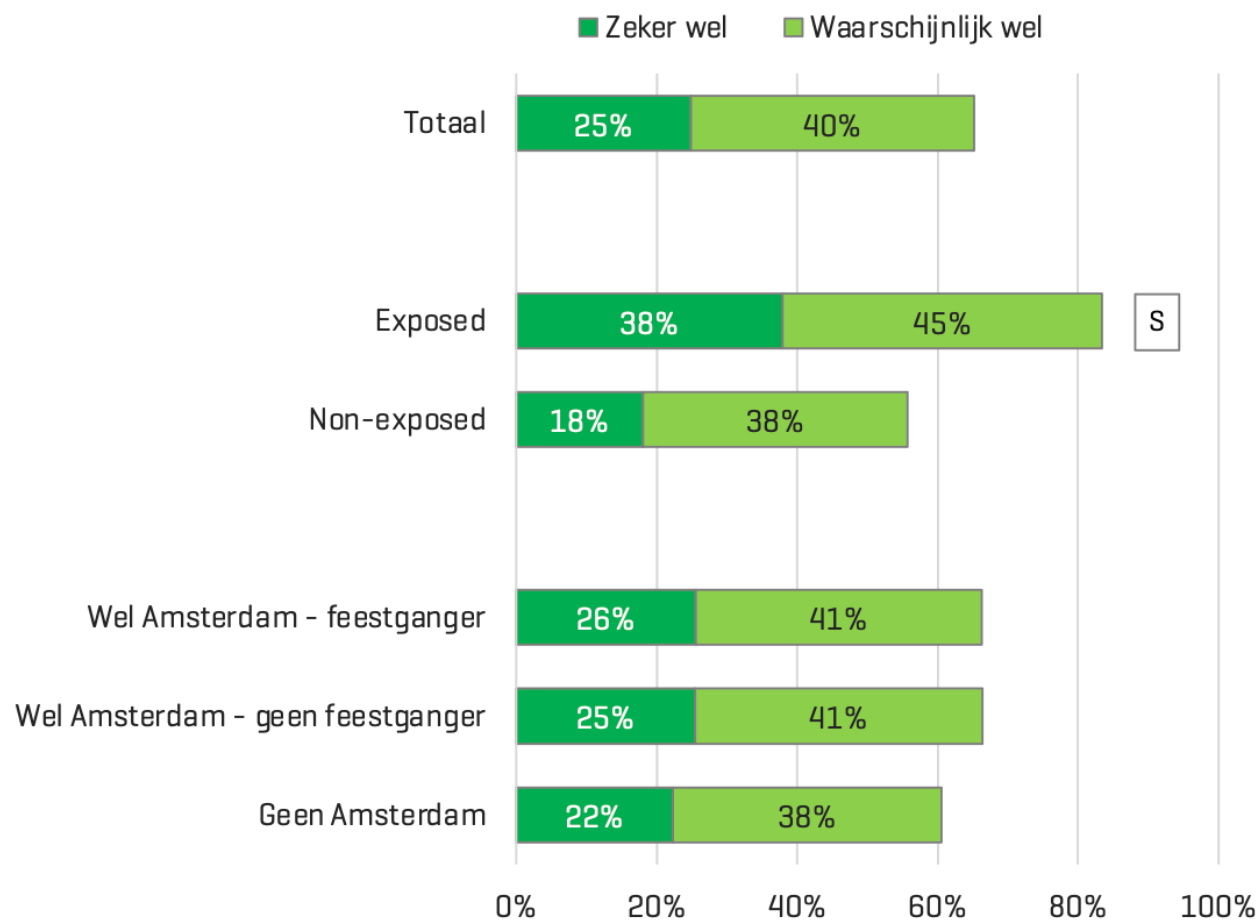
So coming fo
to Amsterda

STAY AWAY - PR bereik





Invloed video op gedrag bij bezoek aan Amsterdam



Figuur 6: Stel, je brengt komend jaar een bezoek aan Amsterdam. Denk je dat deze video invloed heeft op jouw gedrag? (n=809)

S = significant verschil
[95% betrouwbaarheidsinterval]



Global Amsterdam e-reputation of “Stay Away”

Effect of the “Stay Away” campaign on Amsterdam’s e-reputation globally



Compared to Amsterdam’s global Net Sentiment Index, **that of the “Stay Away” campaign is expectedly much more negative**. Although a **much smaller proportion of content was present in January**, it **already was more negatively polarized** than it was positively. From thereon, **the vast majority of stories on the campaign spread inherently negativity content**, regardless of the volume. Interestingly, **February 2023 held the most negative score**, with a strong focus of stories on the ban of publicly smoking cannabis.



amsterdam &
partners

JAN-MAY 2023



UK Amsterdam e-reputation of “Stay Away”

Effect of the “Stay Away” campaign on Amsterdam’s e-reputation in the UK



Amsterdam’s **Net Sentiment Score in the United Kingdom** fluctuated much more strongly, with a score close to 0 during March when the campaign was mostly present. When it comes to the **NSI of the campaign** in the UK, **February and March hold the lowest scores**, and a pattern similar to that seen in Amsterdam’s global e-reputation is represented. Interestingly, **the negativity associated to the campaign in the UK has recovered slightly more quickly than globally**.



Negative Sentiment Drivers

What **vigilance points** to watch reputation-wise?



Most of the negative content on Amsterdam along the course of 2023 has associated the city with **wanting to move away from the tourism it is commonly negatively associated with**. Destinations suffering from over tourism are sometimes cited in online content as **wanting to “follow Amsterdam’s example”**. Other content brings up Amsterdam’s decision to **ban the use of marihuana in the streets of the center**. Naturally, content on the **“Stay Away” campaign also surfaced**, some being simply **informative**, while others citing it as **discriminatory**. Finally, anecdotal stories were present, such as **a football player drowning in a canal**, stories on it being an **over-crowded destination**, as well as a **destination to go to for sex tourism**.

- Many stories on the **“Stay Away” campaign**, some being simply **informative**, while others calling it **discriminatory**
- **Bans on smoking cannabis outside** in the central district of Amsterdam
- Amsterdam wanting to **move away from the tourism it is “used to attracting”**, with destinations like Bali wanting to **“follow this example”**
- **Sex tourists will no longer be able to go** to Amsterdam, and the possibility of the **red-light district being moved to a new area**
- Amsterdam spoken of as **a destination to go to for sex tourism**
- The city named in a list of **“top 10 destinations to avoid due to over-tourism”**
- **A football player drowning** in one of **Amsterdam’s canals**

Some topics mentioned may be not “mainstream” in the sentiment flow, sometimes even “anecdotal” or outside the tourism space strictly, however they can generate a negative influence on the overall attractiveness of Amsterdam in potential travelers’ minds.





Associaties



Beeld



Intentie





● amsterdam weed

29 jan 2023

21 mei 2023

Interesse per regio ?



Interesse per regio ?

Verenigd Koninkrijk

Zoekinteresse

95



● amsterdam coffee shop

Interesse per regio ?

Frankrijk

Zoekinteresse

20





**Is Amsterdam echt de stad waar je
heen wilt als (Party) toerist?**



**Om de toeristen te weren,
Gaan we hen benaderen voor de reis begint.**



Google Zoeken

Ik doe een gok

Google aangeboden in: [Frysk](#)



Amsterdam stag party

- amsterdam stag party
- amsterdam stag party **ideas**
- amsterdam stag party **events**
- amsterdam **bachelor** party
- amsterdam **bachelor** party **ideas**
- amsterdam **bachelor** party **reddit**
- amsterdam stag **parties**
- amsterdam stag **do**
- amsterdam stag **do activities**
- amsterdam stag **do ideas**



stag party amsterdam



Inloggen

Afbeeldingen

Video's

Stay away

Nieuws

Maps

Boeken

Vluchten

Financieel

Alle filters ▼

Tools

SafeSearch ▼

Ongeveer 2.560.000 resultaten (0,44 seconden)

Resultaten voor **Amsterdam** · Regio kiezen ⋮



Amsterdam Stag Party

<https://AmsterdamRules.com>

· Vertaal deze pagina ⋮

Amsterdam Rules

Amsterdam Stag Party tons of **Stag Do**Activities, For the best experience **Amsterdam** Bachelor.



lastnightoffreedom.co.uk

<https://www.lastnightoffreedom.co.uk> · Vertaal deze pagina ⋮

The Ultimate Amsterdam Stag Do Guide 2023

Hotel City Garden offers a cosy and contemporary stay in the upmarket Leidesplein area of **Amsterdam**. This hotel is centrally located for all your **stag do** ...

Resultaten zoeken voor



Tripadvisor

[Amsterdam Stag Party - Alles...](#)



Facebook

[Amsterdam Stag Party](#)



Ho

Bedrijven ⋮





[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

The Ultimate Amsterdam Experience

Welcome to Amsterdam Rules we will make your visit unforgettable!
Let us help you discover the rules of Amsterdam.

BUILD YOUR EXPERIENCE

Your Stag Do Starts Here
Plan Your Stag in Three Easy Steps

1 ACTIVITIES
Add Some Epic Activities

2 ACCOMMODATION
Choose from Hotels and Apartments

3 GET QUOTE
View Prices and Book



[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

What is the reason for your visit?

Stagparty

Honeymoon

Sightseeing



[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

What is the reason for your visit?

Stagparty

Honeymoon

Sightseeing



[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

With how many **people are you?**

1-4

5-10

10-20

20+



[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

Until what time
would you like to go out?

02:00

05:00



[Reviews](#) [Rules](#) [Amsterdam Rules](#) [Contact](#)

Until what time
would you like to go out?

02:00

05:00



[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

Amsterdam isn't the right fit for your stag party!
Bars in Amsterdam close at 02:00





[Reviews](#) [Rules](#) [Amsterdam Rules](#) [Contact](#)

Would you like a guided tour
along the sex workers' windows?



[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

Would you like a guided tour
along the sex workers' windows?

NO

YES



[Reviews](#) [Rules](#)

[Amsterdam Rules](#)

[Contact](#)

Amsterdam isn't the right fit for your visit!
**Guided tours may no longer be allowed
along sex workers' windows in Amsterdam.**



YouTube

Home

Shorts

Subscriptions

Library

History

Your videos

Watch later

Liked videos

Show more

Subscriptions

Timeless Advent...

Kurzesagt – In ...

FloorBurnin62

Vox

Rum for Breakfast

Blue Lightning T...

Armada Music TV

Show 149 more

Search

AllMusicDeep HouseLo-fiNPR MusicMixesPhonograph recordLiveMusic festivalsAlbumsUnderground Hip Hop

Bars in Amsterdam close at 02:00.

Amsterdam Rules

Still thinking about going to Amtsterdam? Make sure you know the rules they may dissappoint you.

Ad · AmsterdamRules

If Mac Miller made lofi hip hop radio

Ivy Station Records

3.8M views · 2 years ago

deep house sunrise mix

Chris Luno

1.1M views · 8 months ago

Post Malone: Tiny Desk Concert

NPR Music

8.2M views · 1 month ago

Rolf - Strand

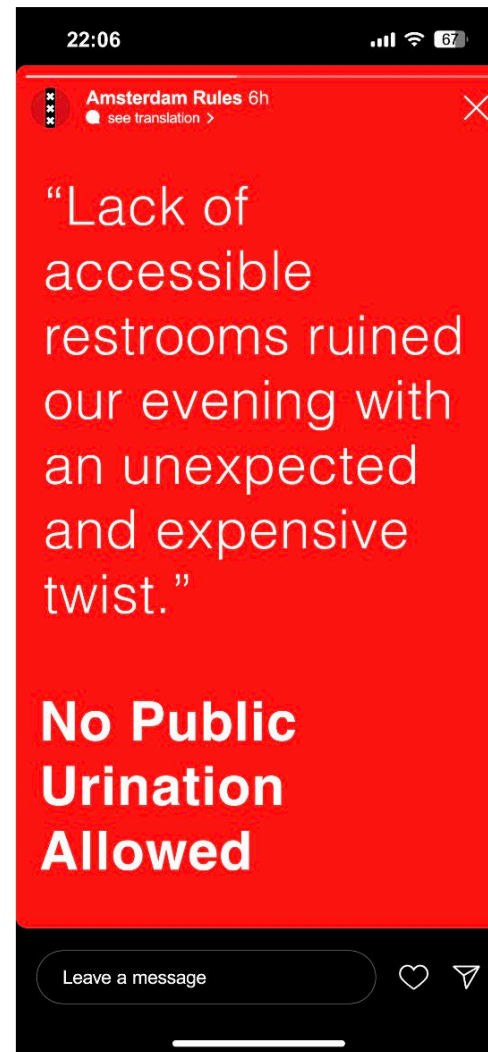
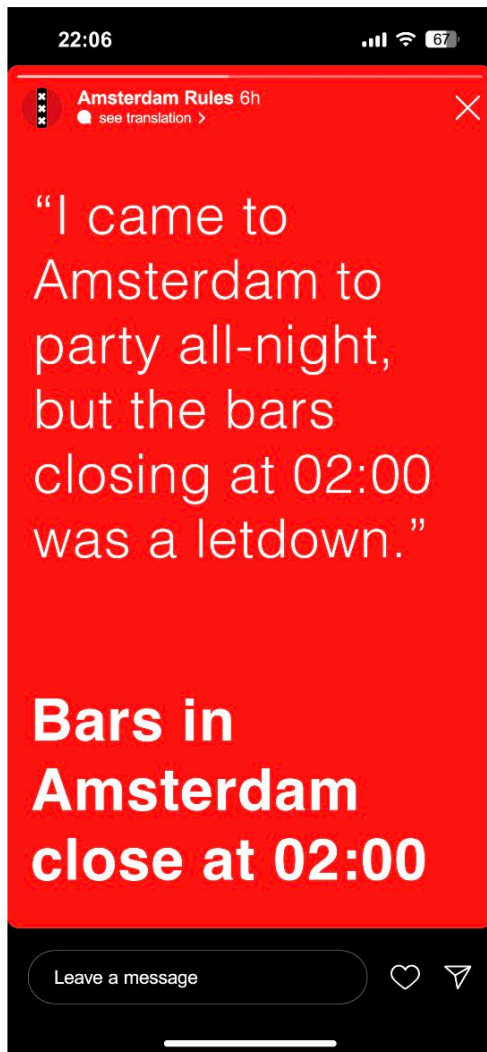
Aan & Matig Animatie

189K views · 1 year ago

Hawaiian Grooves with Roger Bong (Aloha Got Soul)

My Analog Journal

229K views · 2 months ago





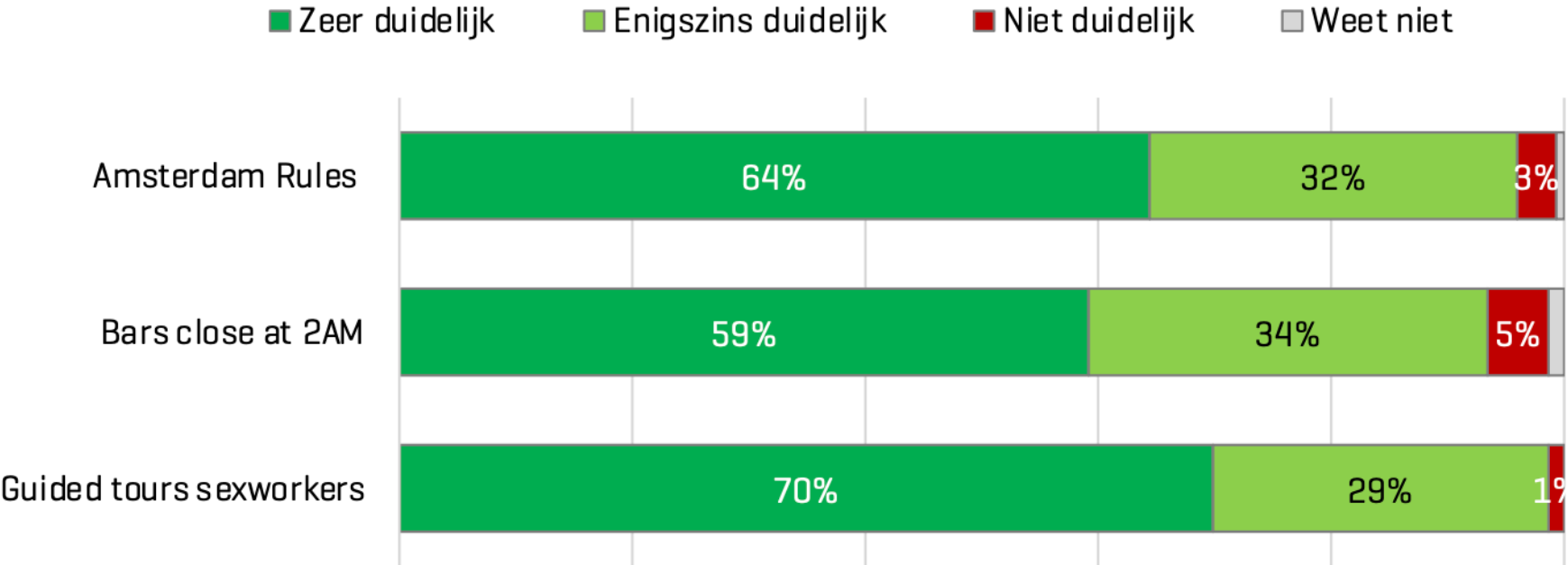
	BD [n=152]
Mannen	100%
18-25 jaar	36%
26-35 jaar	64%
% Hardcore feestgangers	61%

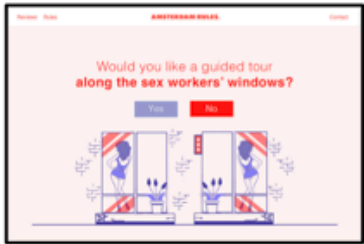
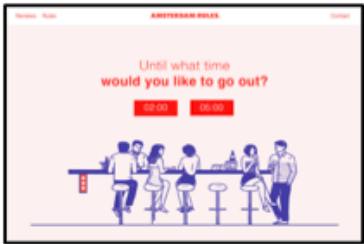


Campagneboodschap komt (zeer) duidelijk over

Boodschapoverdracht

Op de website wordt duidelijk gemaakt dat Amsterdam door de regels misschien wel helemaal niet de stad is waar je naar toe wilt om te feesten.



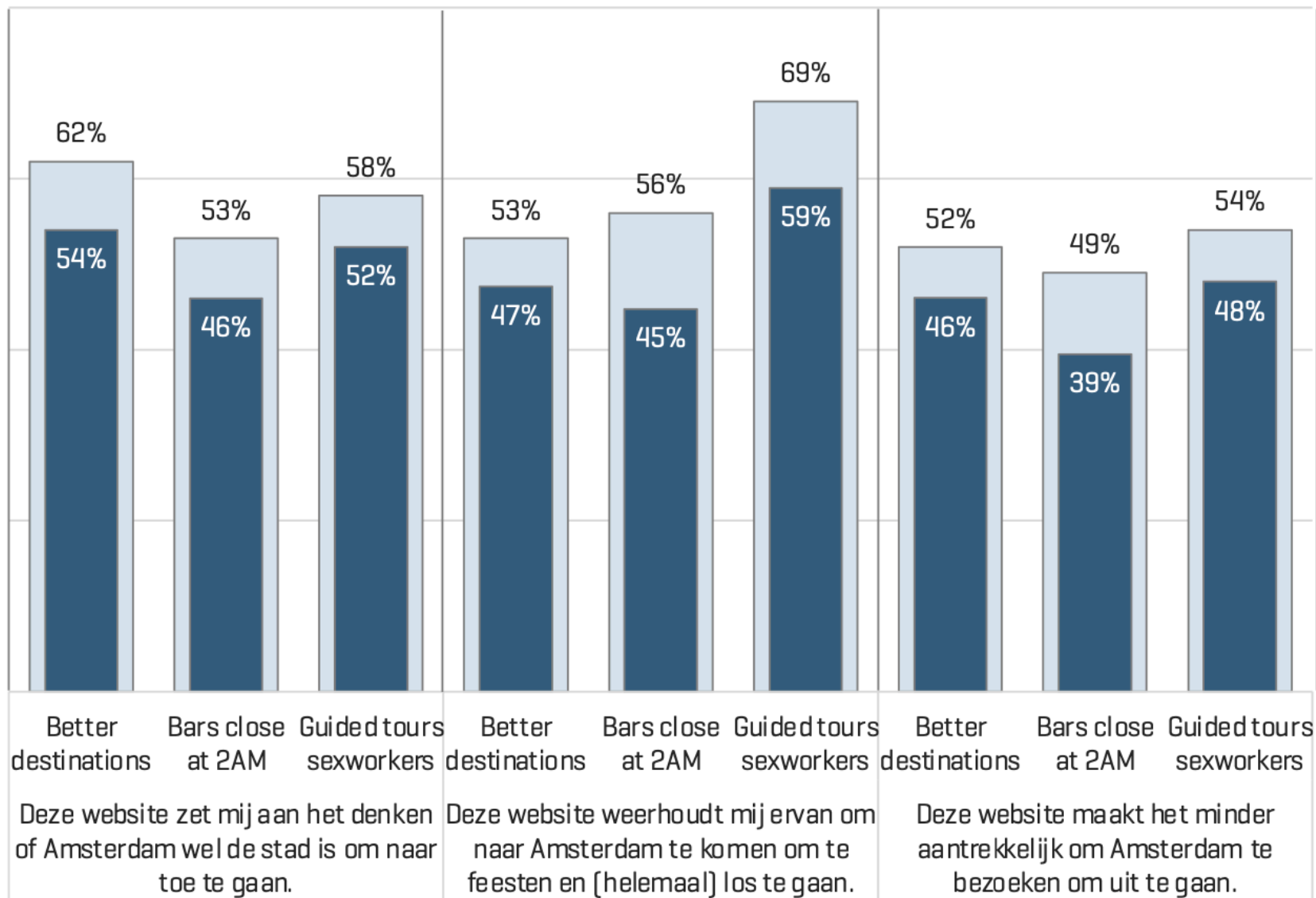


Amsterdam Rules	Voorafgaand	Na tonen conceptrichting
Amsterdam is een stad waar je helemaal los kan gaan.	87%	62%
Amsterdam is een stad met een breed aanbod aan kunst en cultuur.	84%	71%
Amsterdam staat vooral bekend om zijn kroegen, coffeeshops en het Wallengebied [Red Light district].	87%	76%
Amsterdam trekt mij vooral omdat je daar helemaal los kan gaan.	81%	50%
Amsterdam is de perfecte plek voor een vrijgezellenfeest.	87%	59%
Ik beschouw Amsterdam als een echte feeststad.	83%	64%



Stellingen effectiviteit website

□ Hardcore feestgangers ■ Feestgangers



AMSTERDAM RULES.

Rules

The Ultimate Amsterdam Experience

Let's discover why Amsterdam rules

BUILD YOUR EXPERIENCE

AM STER DA



Meer grip op gedrag?

Bepaal je koers met het InterventieKompas



Het CCV - expertteam gedrag



Mick Claessens



Mirjam Prinsen



Sara Wester

Vacature

Stelling

Minimale overlast is een kwestie van goede handhaving

Stelling

Als burgers maar bewust worden gemaakt van het probleem, dan zal het probleem verdwijnen

We weten het wel, maar doen het niet?



Twée systemen om gedrag te verklaren



95%

5%

SYSTEEM 1



- ✓ Moeiteloos
- ✓ Intuïtief
- ✓ Automatisch
- ✓ Snel
- ✓ Geen controle

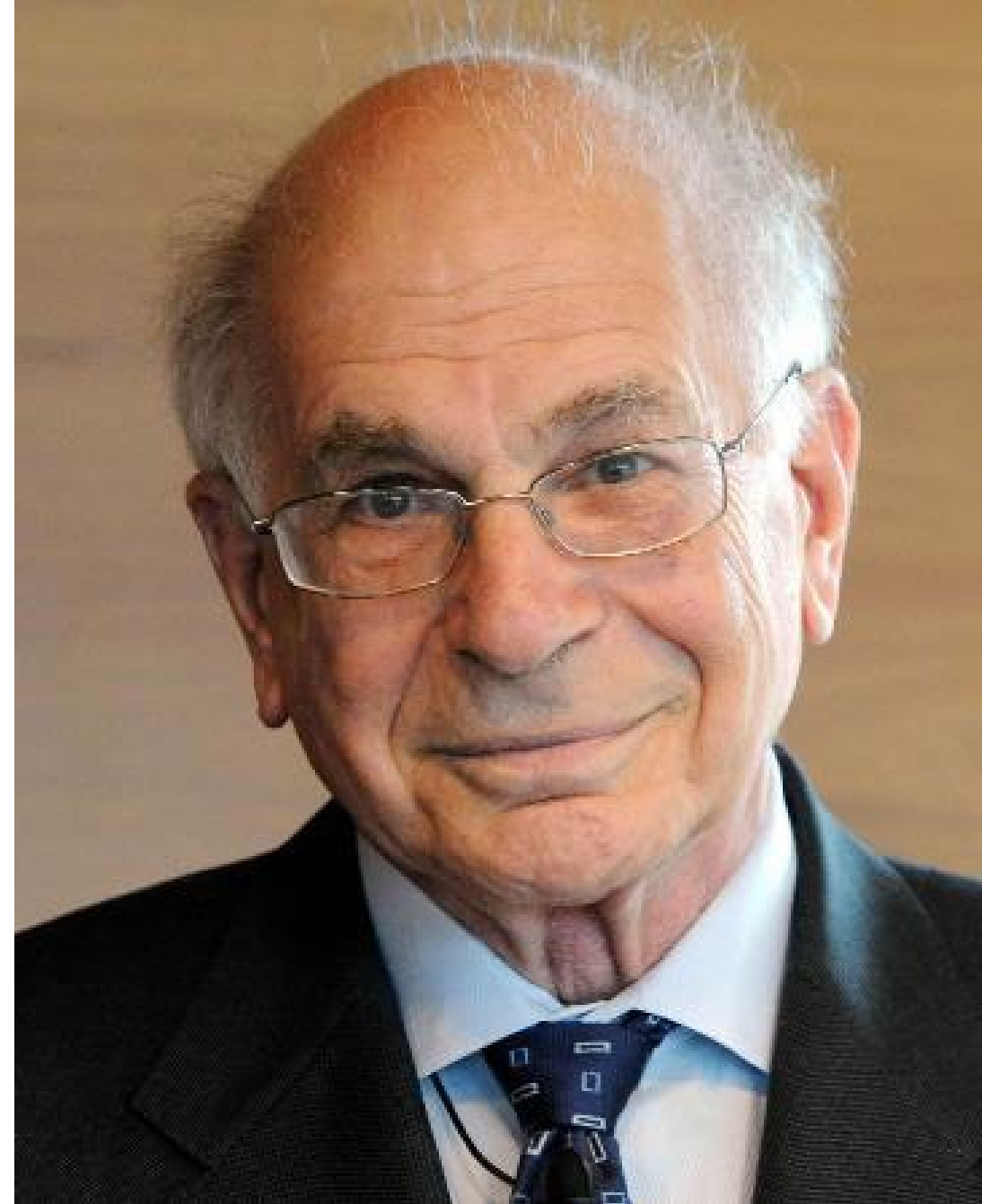
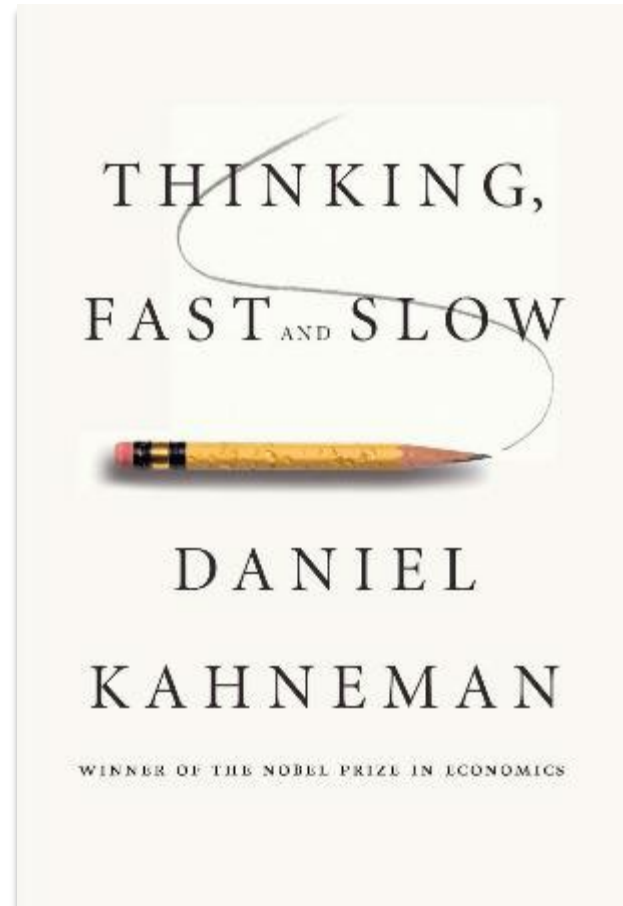


SYSTEEM 2



- ✓ Veel moeite
- ✓ Beredenering
- ✓ Aandacht nodig
- ✓ Langzaam
- ✓ Controle (keuze)

Kahneman: Systeem 1 en 2



Filmpje: <https://youtu.be/LjlyEtUiJAK>

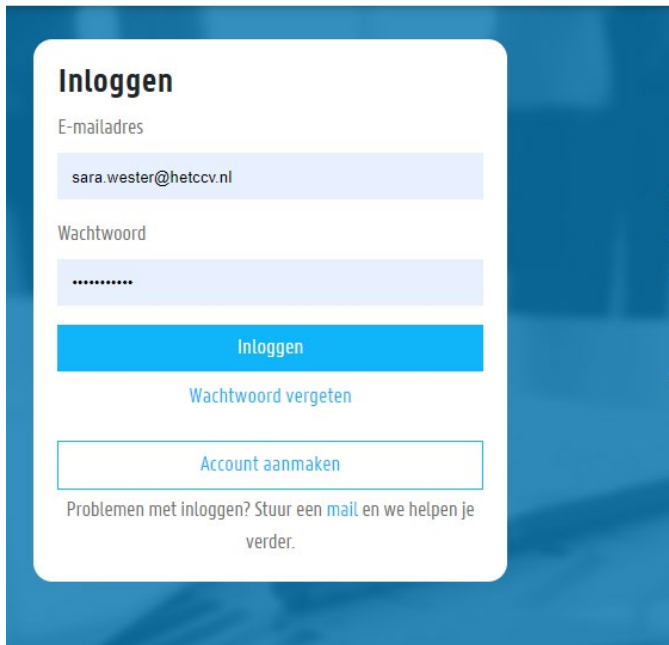




Met het InterventieKompas ontdek je hoe je gewenst gedrag kunt stimuleren.

www.interventiekompas.nl

Account en project aanmaken.

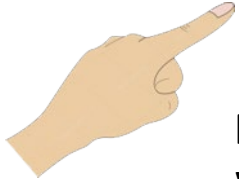


The screenshot shows a login and registration interface. At the top, it says 'Inloggen'. Below this, there are two input fields: 'E-mailadres' with the email 'sara.wester@hetccv.nl' and 'Wachtwoord' with masked characters. A blue 'Inloggen' button is below the password field. A link 'Wachtwoord vergeten' is below the button. A link 'Account aanmaken' is in a box below the login button. At the bottom, it says 'Problemen met inloggen? Stuur een mail en we helpen je verder.'

De stappen uit het Interventiekompas

- 1 **Projectgegevens invoeren**
- 2 **Doelgroepanalyse**
- 3 **Doelgroepverdeling**
- 4 **Koers bepalen**
- 5 **Project overzicht**

Stap 1: een goed begin



Formuleer het probleemgedrag zo duidelijk mogelijk:

Waarom is dit een probleem?

Voor wie is het een probleem?

Wie vertoont het gedrag?

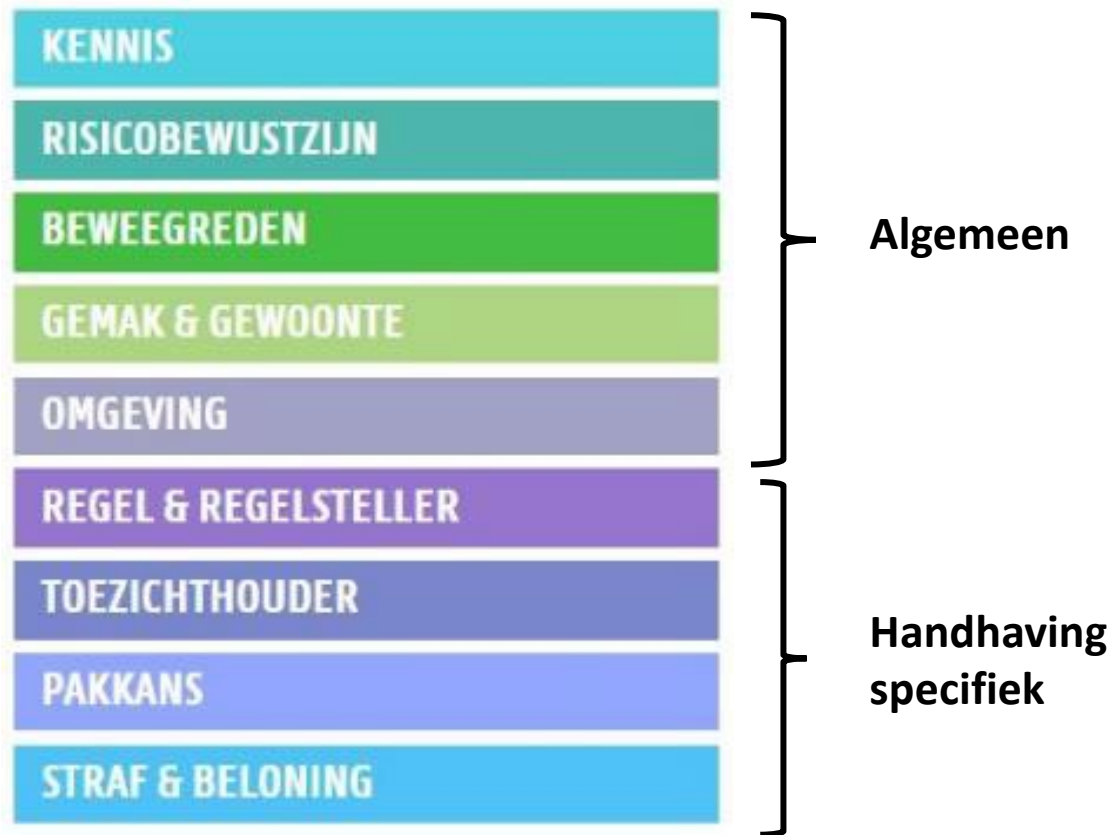
Formuleer het specifieke doelgedrag:

Welk concreet gedrag wil je straks zien?

Stap 2: doelgroepanalyse



9 dimensies (bewust en onbewust)



Beweegredenen: Leef je (samen!) in in de doelgroep

- Is men gemotiveerd om zich in te spannen om de regels na te leven?
- Wat zijn de voor- en nadelen om de regels wel of niet na te leven?

Iedereen doet het, waarom zou ik dat niet mogen?

Ik word toch niet gecontroleerd

Dat ene pilletje verkopen aan vrienden kan geen kwaad

Gemak/Gewoonte

- Moet men moeite doen om de regel na te leven?
- Is het onderdeel van een routine?
- Hoe beïnvloed de fysieke omgeving het gedrag?



Ik doe het altijd zo en het gaat altijd goed.

In het weekend ga ik altijd los

Bij uitgaan hoort een pilletje erbij en je kunt het gemakkelijk krijgen.

Sociale omgeving

- In hoeverre stimuleren mensen in de omgeving het goede of ongewenste gedrag?



Iedereen doet het, waarom zou ik dat niet mogen?

Iedereen doet het, ik wil het ook!

Als ik niet mee doe, hoor ik er niet bij



Interventiekompas

Gedragsanalyse voor handhaving en toezicht

Een goed begin

Doelgroepanalyse

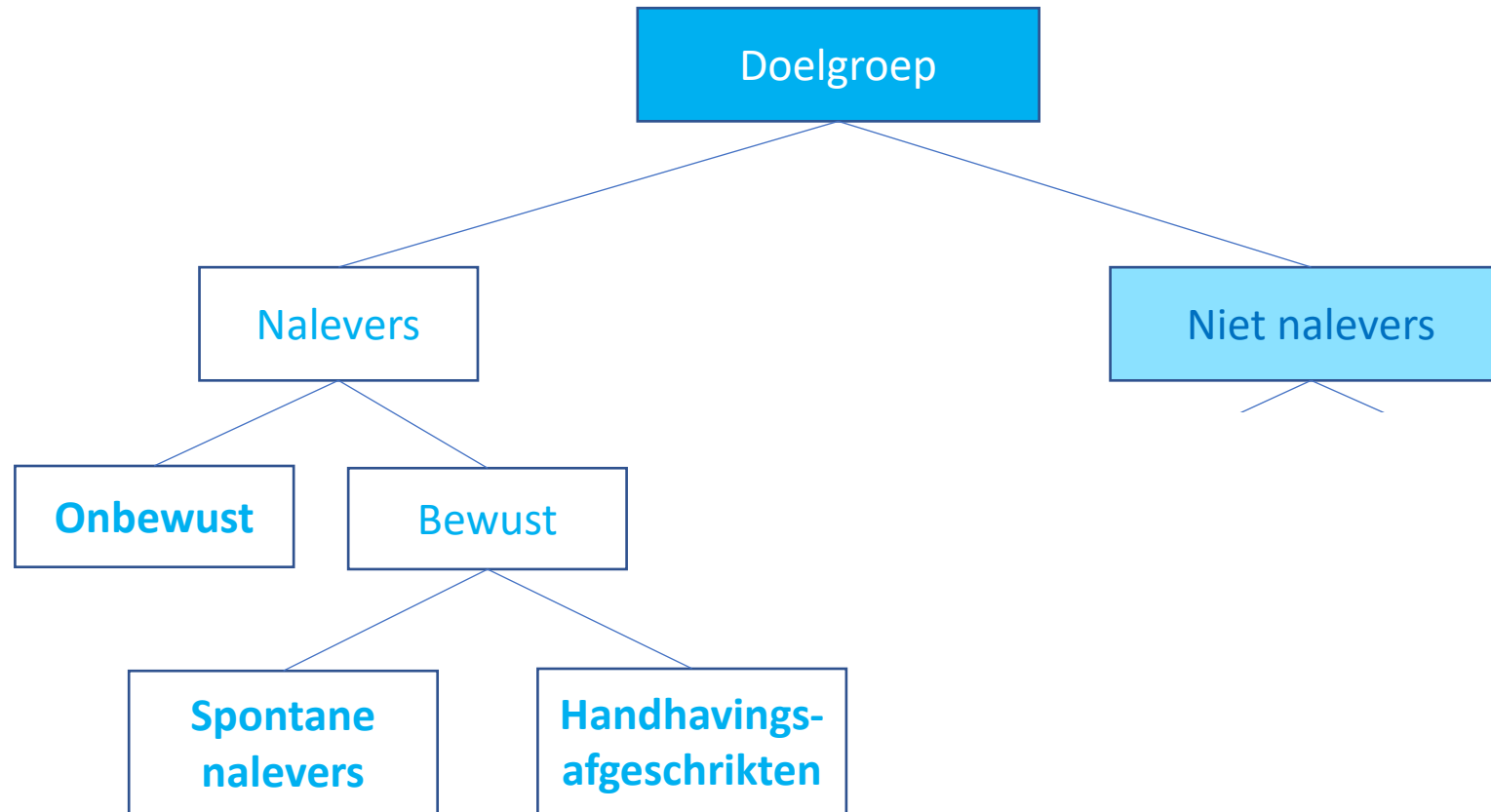
Doelgroepverdeler

Koers bepalen

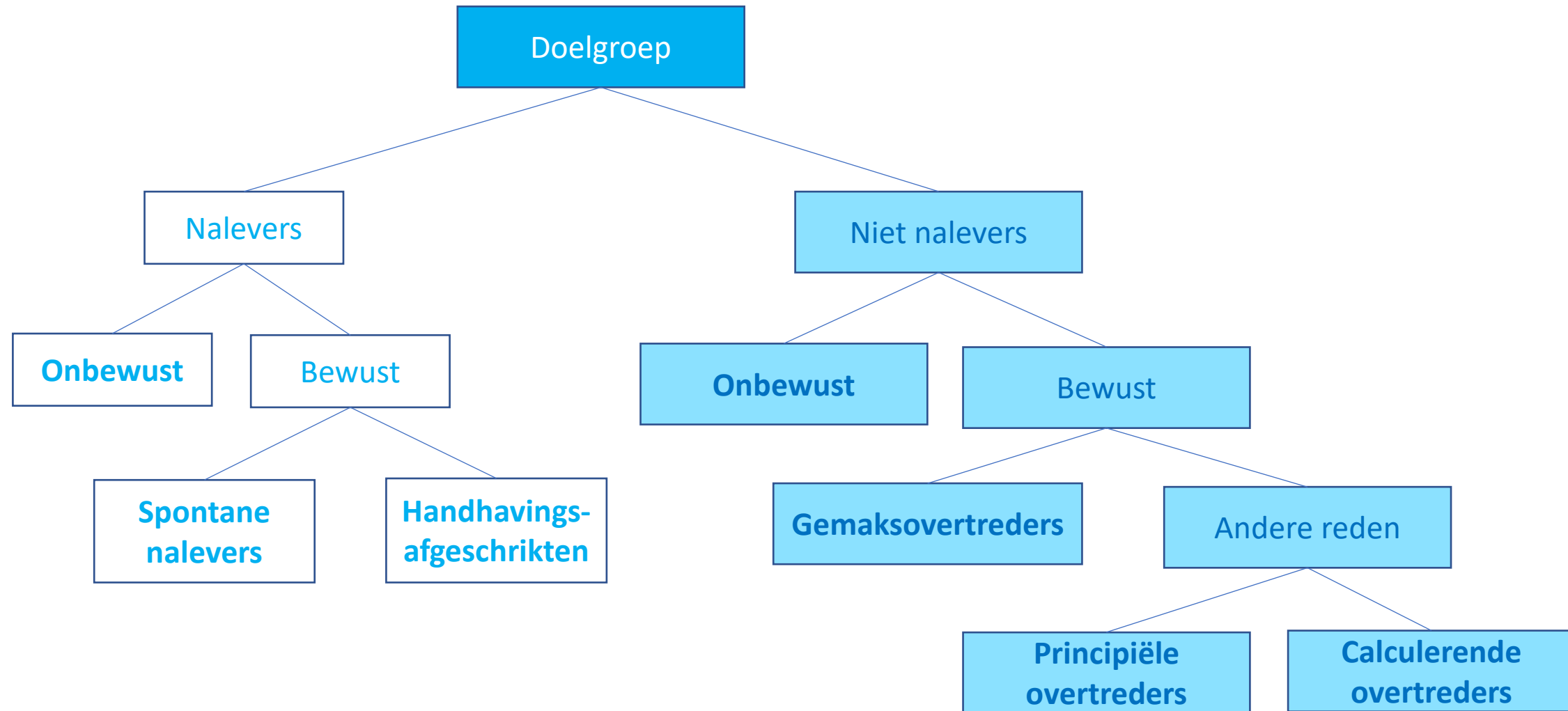
- Onbewuste nalever
- Spontane nalevers
- Handhavingsafgeschrikten
- Onbewuste overtreder
- Gemaksovertreder
- Principieel overtreder
- Calculerend



Doelgroepverdelers



Doelgroepverdelers





Koers bepalen

Gedraganalyse voor handhaving en toezicht

[Uitloggen](#) [Veelgestelde vragen](#) [Advies en training](#) [Contact](#) | [NL](#) [EN](#)



☐ NALEVERS

☐ Onbewuste nalever

5

☐ Spontane nalevers

10

☐ Handhavingsafgeschrikten

15

☐ OVERTREDERS

☐ Onbewuste overtreder

19

☐ Gemaksovertreder

51

☐ Principieel overtreder

0

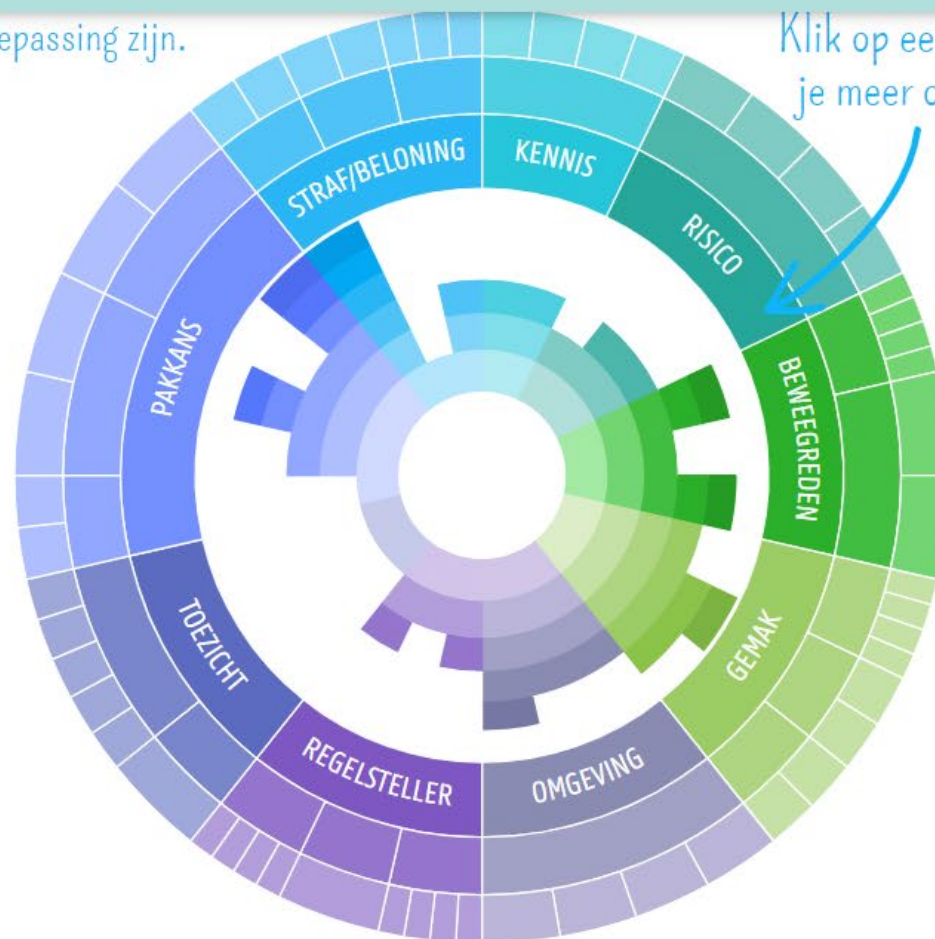
☐ Calculerend

0

die van toepassing zijn.



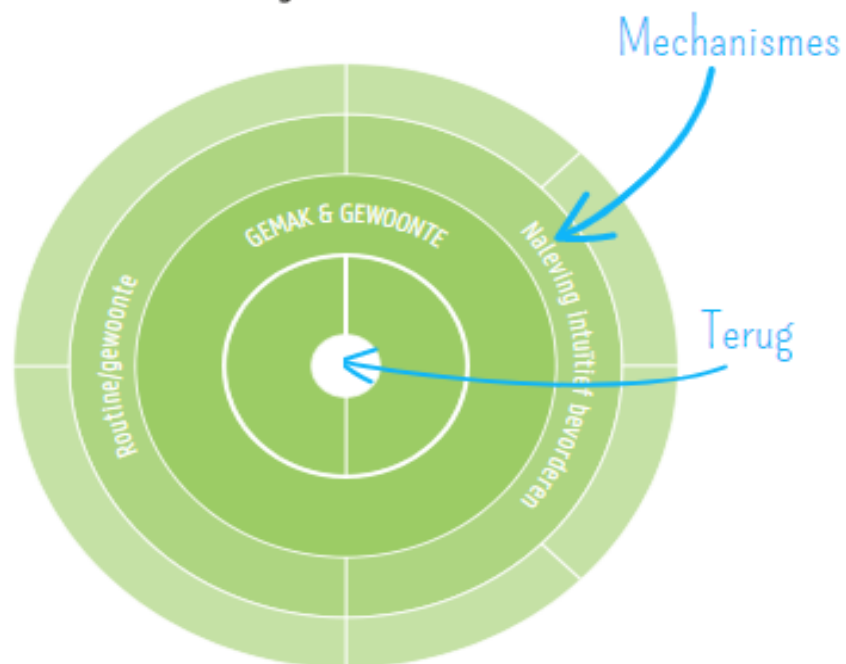
Klik op een categorie waar je meer over wilt weten.



Extra inspiratie: zoom in in het InterventieKompas

Categorie: Gemak & gewoonte

Klik op mechanismes om te ontdekken op welke manieren je naleving kunt stimuleren.



☒ Hulp te

CCV

Mechanisme: Naleving intuïtief bevorderen
Klik op de buitenste ring om voorbeelden te bekijken en op te slaan in je dossier.

Interventies



Samenvattend: alleen ‘bewustwording’ leidt niet tot verandering van gedrag, kijk daarom verder

- Het **InterventieKompas** helpt je om hier samen het gesprek over te voeren en oplossingen te bedenken gericht op de juiste doelgroep.
- Doe dit vooral samen met anderen die veel van het onderwerp weten.

Tips voor interventies

- Bied handelingsperspectief
- Integrale preventieaanpak

Voorbeeld Rutgers campagne

Rutgers

[Lees het laatste nieuws!](#)



**ZIE JE ONGEWENST
SEKSUEEL GEDRAG?
STEL DE VRAAG!**

Ongewenst seksueel gedrag is niet oké, ook niet bij concerten, op festivals en in de clubs. Als je denkt dat iemand wordt lastiggevalen, vraag dan: 'Ben je oké?'

Zo hebben we allemaal een mooie tijd.

Voorbeeld Rutgers campagne

HOE VRAAG JE: BEN JE OKE?



**HOE VRAAG JE BEN JE OKÉ
BIJ STRAATINTIMIDATIE?**

Zo help je een ander.



**WAT ALS JE HET SPANNEND
VINDT OM BEN JE OKE TE
VRAGEN?**

Zo kun je dat aanpakken op je
studentenvereniging.



**WAT ALS JE BEN JE OKÉ
VRAAGT EN ZE KENNEN
ELKAAR AL?**

Zo help je elkaar in de club.

Voorbeeld Rutgers campagne

ZIJ VROEGEN BEN JE OKÉ? TOEN ZE ONGEWENST SEKSUEEL GEDRAG ZAGEN



**BETE ZAG EEN JONGEN
MEERDERE MENSEN
LASTIGVALLEN**

Ze vroeg: Wat ben je eigenlijk
aan het doen?



**TESSEL ZAG EEN MEISJE
HUILEN OP STRAAT EN
BESLOOT IN TE GRIJPEN**

Ze vroeg: Ben je oke?



**BENTHE ZAG DAT EEN
JONGEN EEN MEISJE IN
HAAR KRUIS GREEP**

Samen met andere mensen
maakte ze duidelijk dat dat
niet oké is

Voorbeeld Rutgers campagne

BEN JE OKE TOOLKIT

Voorkom ongewenst seksueel gedrag in jouw poppodium, club, kroeg, festival of studentenvereniging.

Kies jouw locatie om naar de Ben je oké toolkit te gaan:

PODIUM/CLUB/HORECA

STUDENTENVERENIGING

FESTIVAL

Meer weten?

Trainingen/begeleiding:

- Begeleiding expertsessie met het InterventieKompas
- Training InterventieKompas gebruiken
- Vierdaagse training
'Gedragsverandering voor toezicht en handhaving'

Neem contact op:

Sara Wester

sara.wester@hetccv.nl

06 21 95 29 43

www.interventiekompas.nl

www.hetccv.nl/gedragsverandering

Laat ons weten wat wij voor jou kunnen betekenen

Onder het genot van een kopje koffie bij ons op kantoor of via:



030 751 6700



www.hetccv.nl



info@hetccv.nl



CCV centrum voor
criminaliteitspreventie en
veiligheid