



STÖRA LANGNINGEN – LUND

En utvärdering av Alkoholkommitténs och Lunds kommuns
informationskampanj våren 2007

I det här
området säljs
alkohol
dygnet runt.
Bland annat
till 13-åringar.

alkoholkommittén

I en lägenhet
i det här området
säljs alkohol
dygnet runt.
Bland annat till
14-åringar.

alkoholkommittén

Några gator
bort säljs alkohol
helt öppet.
Bland annat till
13-åringar.

alkoholkommittén

Här på Linero
säljs alkohol till
vem som helst.
Bland annat till
15-åringar.

alkoholkommittén

Sett någon som
säljer alkohol till
ungdomar?
Tipsa polisen på
tel 020-99 11 99.

alkoholkommittén

INNEHÅLL

Teknisk beskrivning:

| | |
|--|---|
| Informationskampanjen Störa langningen i Lund våren 2007 | 3 |
| 200 telefonintervjuer | 3 |
| Om rapporten | 3 |

Resultatsammanfattning:

| | |
|---|----|
| Så har kampanjen uppmärksammats | 4 |
| Affischer | 4 |
| Radioinslag | 6 |
| TV-reklam | 7 |
| Bevakning i media | 7 |
| Uppmärksammat någon del av kampanjen | 8 |
| | |
| Lätt att få tag på alkohol i Lund | 9 |
| | |
| Inställning till att tipsa polisen | 9 |
| | |
| Diskussioner etc | 10 |
| | |
| Synpunkter på kampanjen | 11 |
| | |
| Andra insatser för att förhindra langning | 12 |
| | |
| Om de svarande | 13 |
| | |
| <i>Tabeller</i> | 14 |
| | |
| <i>Med egna ord</i> | 17 |

INFORMATIONSKAMPANJEN STÖRA LANGNINGEN I LUND VÅREN 2007

I slutet av april 2007 sattes ett antal affischer upp på större trekantstavlur och mindre valaffischliknade skyltar runt om i Lunds kommun. Budskapet var att det på många håll i staden langas alkohol till mycket unga personer. Invånare som hade mer information om detta uppmanades att tipsa polisen om vad de visste. Under två veckor pågick affiseringen. Samtidigt sändes radiospots och lokala TV-reklaminslag på samma tema – lagning till ungdomar under 18 år. Flera pr-aktiviteter riktade mot massmedia genomfördes under samma period.

Det var statliga Alkoholkommittén som tillsammans med Lunds kommun och polisen stod bakom kampanjen.

Alkoholkommittén har gett Utrednings- och statistikkontoret (USK) i uppdrag att utvärdera kampanjens genomslag bland kommunernas medborgare.

200 TELEFONINTERVJUER

För att mäta hur allmänheten uppmärksammat informationen genomförde Utrednings- och statistikkontoret en telefonpejling bland 200 slumpmässigt utvalda boende mellan 18 och 65 år i Lunds kommun. Intervjuerna gjordes veckan efter att kampanjen avslutats. Vid senaste årsskiftet bodde 69 700 invånare 18-65 år i Lunds kommun.

Frågorna handlade om uppmärksamhet och bedömning av informationen

OM RAPPORTEN

I den inledande sammanfattningen på sidorna 4-13 redovisas resultaten i form av text, tabeller och diagram. Alla tabeller som ligger till grund för sammanfattningen finns på sidorna 14-16. Slutligen finns i avsnittet "Med egna ord" på sidorna 17-26 i klartext de svar på öppna frågor som inte kodats och redovisats i tabellbilagan.

SÅ HAR KAMPANJEN UPPMÄRKSAMMATS

En av de centrala uppgifterna för denna utvärdering är att beskriva hur väl de olika inslagen i informationskampanjen uppmärksammats bland boende i Lund. Vi talar i det här fallet om boende mellan 18 och 65 år.

AFFISCHER

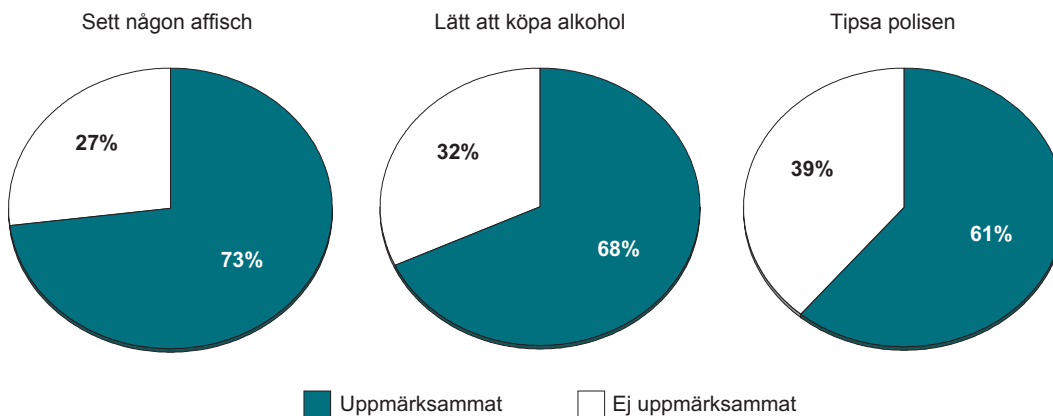
Affischer i olika storlek satt uppsatta på en hel del platser i Lund med omnejd. De fanns på större trekantsspelare men även i betydligt mindre storlek av modell valaffisch. Dessa ”valaffischer” var placerade där det normalt sett inte affischeras.

Affischerna/skyltarna hade två olika teman, en där budskapet var att det på flera platser säljs alkohol även till mycket unga och en där de som hade information om var ungdomar under 18 år kan köpa alkohol ombads tipsa polisen om detta.

Alla affischer hade en distinkt rosa färg. Det fanns inga illustrationer, endast text.

Affischerna hade uppmärksammats av nästan tre fjärdedelar av Lundaborna mellan 18 och 65 år. Högst uppmärksamhetsvärde får skyltarna med budskapet att det är lätt för unga att köpa alkohol. Affischer med det budskapet fanns i fler varianter och fler exemplar.

Andel boende i Lund som har uppmärksammat affischer på stan



Affischerna har suttit uppsatta och även uppmärksammats i olika delar av staden. 45 % av de som sett någon affisch har lagt märke till dem när de vistats i centrala Lund. 46 % har sett affischer i det egna bostadsområdet medan 9 % minns att de sett affischerna på andra platser i kommunen.

I det här
området säljs
alkohol
dygnet runt.
Bland annat
till 13-åringar.

alkoholkommittén

I en lägenhet
i det här området
säljs alkohol
dygnet runt.
Bland annat till
14-åringar.

alkoholkommittén

Några gator
bort säljs alkohol
helt öppet.
Bland annat till
13-åringar.

alkoholkommittén

Här på Linero
säljs alkohol till
vem som helst.
Bland annat till
15-åringar.

alkoholkommittén

Sett någon som
säljer alkohol till
ungdomar?
Tipsa polisen på
tel 020-99 11 99.

alkoholkommittén

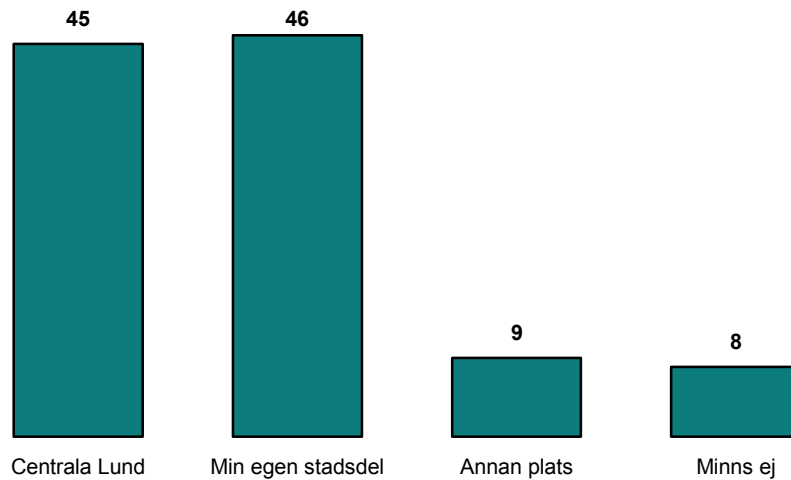
Här på Norra
Fäladen säljs
alkohol till
vem som helst.
Bland annat till
15-åringar.

alkoholkommittén

Här i centrum
säljs alkohol till
vem som helst.
Bland annat till
15-åringar.

alkoholkommittén

Lade du märke till affischen i Lund centrum, din egen stadsdel eller på annan plats?
(% av de som uppmärksammat någon affisch)



I Lund gick dessutom några sandwichmen omkring med affischerna. Endast 5 % hade lagt märke till affischerna på det sättet.

Vad var det som gjorde att så pass många lade märke till affischerna? Var det budskapet, färgen, den ovanliga placeringen, uppmärksamhet i media eller något annat? Självklart är det inte lätt att korrekt själv veta bestämt. Trots det kan det vara intressant att höra vad som de intervjuade själva tror fångade deras uppmärksamhet.

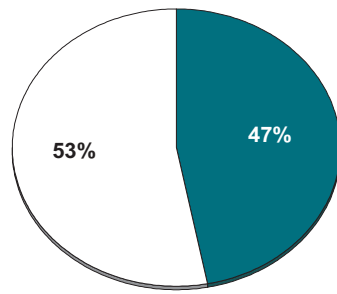
I första hand tror man att den rosa färgen drog ögonen till sig. Även affischernas placering nämns av flera – att de satt på ovanliga ställen eller på platser där man brukar röra sig. Några, men färre, lyfter fram budskapet i affischerna. Läs samtliga svar på sidorna 17 och 18.

RADIOINSLAG

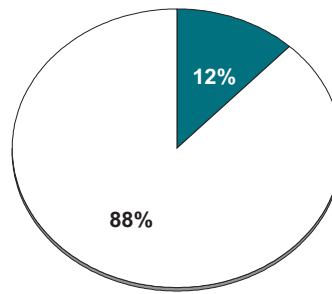
Den andra delen av kampanjen bestod av reklaminslag i radiokanalen Mix Megapol. Inslagen sändes samtidigt som affischeringen. Var fjärde intervjuad hade lyssnat på Mix Megapol under de aktuella två veckorna. Inslagen var utformade som intervjuer med ungdomar på ett café. De berättade hur lätt de kunde få tag på alkohol genom langare.

47 % av de som lyssnat på Mix Megapol kom ihåg dessa radioinslag när de fick dem beskrivna för sig. Det motsvarar 12 % av samtliga boende i Lund mellan 18 och 65 år.

% av de som lyssnat på radiokanalen



% av samtliga



Uppmärksammat

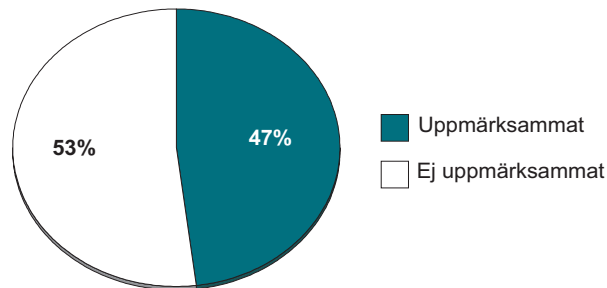
Ej uppmärksammat

TV-REKLAM

Alkoholkommittén har tidigare sänt ett antal reklamslag i TV som visar hur ungdomar köper sprit av langare från bakluckan på en bil, i ett garage och hur de får den hemlevererad vid dörren. I några snabba klipp visas sedan hur illa det kan gå för ungdomarna senare på kvällen när de blir berusade.

Dessa reklamslag sändes lokalt över Skåne i TV 4 under kampanjperioden med en hänvisning till närpolisens tipstelefon.

47 % av samtliga hade uppmärksammat dessa filmer.

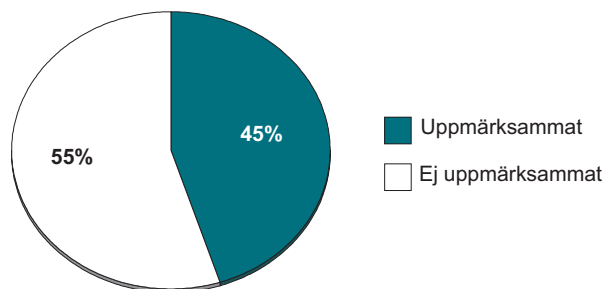


Uppmärksammat

Ej uppmärksammat

BEVAKNING I MEDIA

Kampanjen uppmärksammades en hel del i lokalpressen. 45 % hade läst eller lyssnat på bevakningen av kampanjen i media.



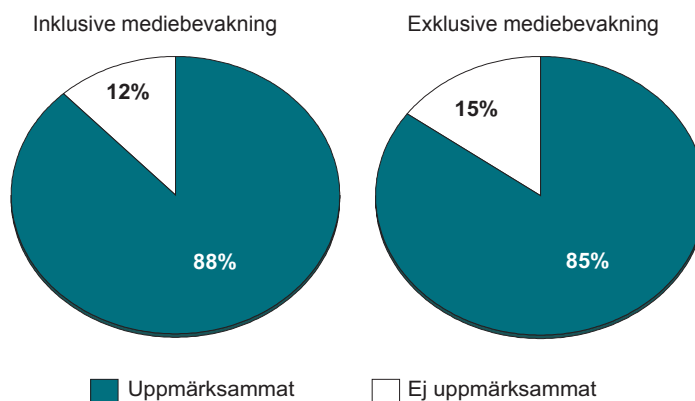
Uppmärksammat

Ej uppmärksammat

UPPMÄRKSAMMAT NÅGON DEL AV KAMPANJEN

Av redovisningen hittills har det framgått att en stor del av Lundaborna har tagit del av kampanjen på olika sätt. Endast 12 % har inte lagt märke till någon del. Räknar vi bort dem som endast tagit del av kampanjen genom redaktionella inslag i media återstår 85 % som noterat någon av kampanjens tre delar.

Uppmärksammat någon del av kampanjen



Affischerna är den enskilda insats som nått flest. Men många har tagit del av flera olika inslag i kampanjen, oftast då med tonvikt på kombinationer som innefattat affisshering, TV och mediernas rapportering.

Delar av kampanjen som uppmärksammats (% av samtliga)

| | |
|-----------------------------------|------------|
| Enbart affischer | 21 |
| Enbart radio | 1 |
| Enbart TV | 3 |
| Enbart Mediabevakning | 3 |
| Affischer/radio | 2 |
| Affischer/TV | 14 |
| Affischer/mediabevakning | 12 |
| Radio/TV | 0 |
| Radio/mediabevakning | 1 |
| TV/media | 6 |
| Affischer/radio/TV | 2 |
| Affischer/radio/mediabevakning | 1 |
| Affischer/TV/mediabevakning | 16 |
| Radio/TV/mediabevakning | 1 |
| Affischer/radio/TV/mediabevakning | 3 |
| Ej uppmärksammat | 12 |
| Summa | 100 |

Tabellen kan även sammanfattas så här:

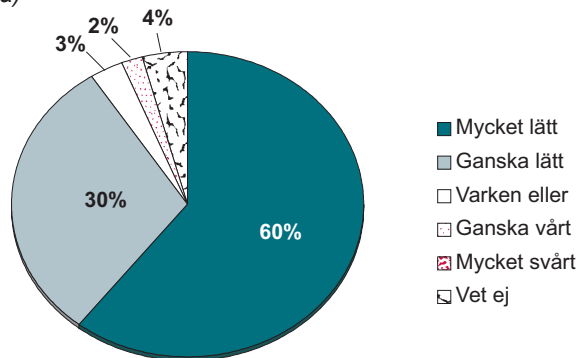
| | |
|---|------|
| Lagt märke till kampanjen på ett (1) sätt | 28 % |
| Lagt märke till kampanjen på två sätt | 35 % |
| Lagt märke till kampanjen på tre sätt | 21 % |
| Lagt märke till kampanjen på fyra sätt | 3 % |
| Ej lagt märke till kampanjen | 12 % |

Lunds kommun har en ambitiös webbplats med information om alkohol och andra droger – droginformo.com. Samtliga affischer hade webbplatsens adress längst ned för den som ville ta del av mer information. 15 % anger att de uppmärksammat att denna webbplats fanns.

LÄTT ATT FÅ TAG PÅ ALKOHOL I LUND

Kampanjens budskap är att det är lätt för ungdomar under 18 år att få tag på alkohol i Lund idag. Är det även Lundabornas uppfattning? Det får man nog säga att det är. Vår tionde saknar uppfattning, men övriga ger tydligt uttryck för att man anser att det är lätt eller rent av mycket lätt.

Tror du själv att det är lätt eller svårt för ungdomar under 18 år att få tag på alkohol i Lund? (% av samtliga)



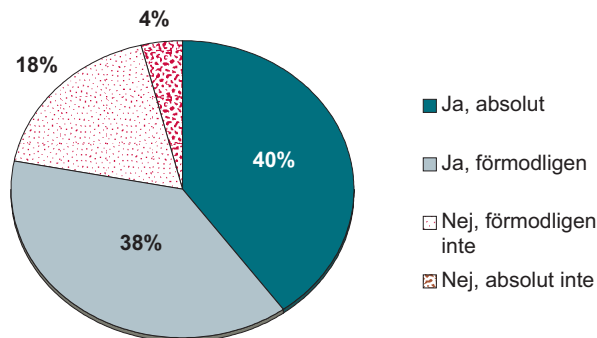
Kommentarerna om hur lätt det är handlar ofta om att man tycker att det är sorligt att det är på det här viset. Andra menar att det alltid har varit så, Ytterligare andra hänvisar till att Lund ligger i södra Sverige och det är nära till kontinenten. Några menar att det är kompisar, syskon och föräldrar som förser unga men sprit. (se sid 18-20).

Endast ett fåtal – 5 % – kan ange en plats där de vet att ungdomar under 18 år kan köpa alkohol. Men 5 % motsvarar trots allt 3 500 personer.

INSTÄLLNING TILL ATT TIPSA POLISEN

De boende i Lund som känner till något om lagningen till ungdomar under 18 år uppmanades i kampanjen att tipsa polisen. Hur ser de invånarna på en sådan ansats för att förhindra lagning? Som vi nyss konstaterat är det inte så stor andel som känner till var lagningen sker. Fyra av tio svarar att de säkert skulle tipsa om de hade sådan information. Ungefär lika stor del säger att de förmodligen skulle göra det medan 22 % förmodligen inte eller säkert inte skulle göra det.

Skulle du själv ringa och tipsa polisen om du kände till var eller hur ungdomar under 18 år kan få tag på alkohol i Lund?
(% av samtliga)



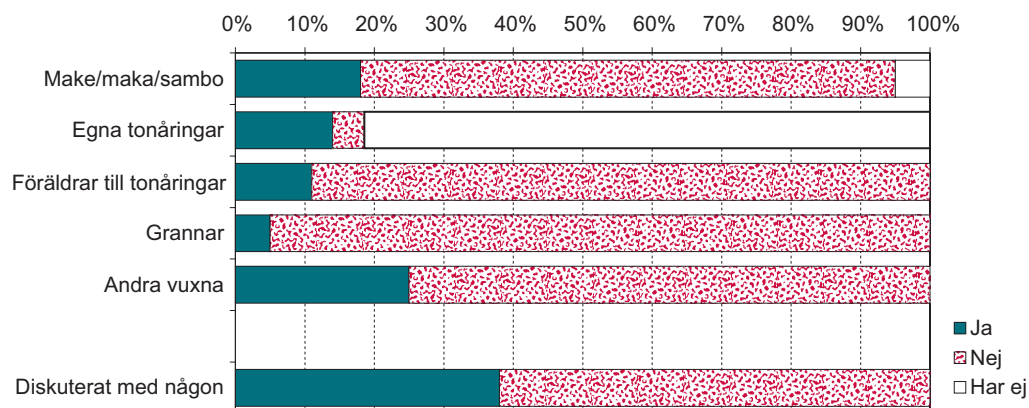
De intervjuade har en stor tilltro till att tips från allmänheten till polisen är ett effektivt sätt att förhindra langning av alkohol till ungdomar. Nästan tre av fyra anser att det är effektivt, 18 % att det inte är det, medan 10 % inte har någon uppfattning.

Orsaker till att detta inte skulle vara någon effektiv väg är att man inte tror att det gör någon nytta, att det är svårt att stoppa och att polisen saknar resurser för att följa upp tipsen eller att de inte prioriterar den typen av ärenden. Listningen finns på sidan 20-21.

DISKUSSIONER ETC

Tips till polisen är en konkret effekt av kampanjen. En annan är om kampanjen kan leda till diskussioner om lagning till ungdomar och vad man kan göra åt problemet. 39 % hade diskuterat kampanjens innehåll med någon, företrädesvis med make/maka/sambo eller egna tonårsbarn. Vilken längd eller djup dessa diskussioner har haft redde dock inte ut närmare.

Har Du diskuterat ämnet som kampanjen handlade om med... (% av samtliga)



Däremot har Lundaborna inte tagit så många andra initiativ med anledning av kampanjen. Åtminstone inte vid intervjutillfället veckan efter att kampanjen avslutats. 1 % uppgav att de hade ringt tipstelefonen. 2 % hade sökt ytterligare information i ämnet med anledning av kampanjen och 1 % att de tagit något annat initiativ.

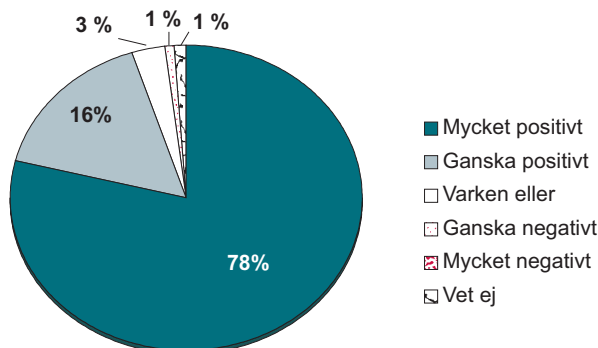
SYNPUNKTER PÅ KAMPANJEN

Bakom kampanjen stod statliga Alkoholkommittén och Lunds kommun. 12 % kunde korrekt ange Alkoholkommittén som avsändare medan 2 % nämnde Lunds kommun. De allra flesta (86 %) hade dock ingen uppfattning om vem som var avsändare.

I det här läget av intervjun avslöjade intervjuaren att Alkoholkommittén och Lunds kommun stod bakom kampanjen. Den intervjuade ombads att ta ställning till om det var positivt eller negativt att samhället genomför informationskampanjer att det här slaget.

Hela 78 % svarar då att det är mycket positivt och ytterligare 16 % att det är ganska positivt. 4 % är indifferent eller saknar åsikt, medan 1 % är negativt inställda.

Alkoholkommittén, som är del av Socialdepartementet, och Lunds kommun var avsändare. Tycker Du att det är positivt eller negativt att samhället gör sådana informationskampanjer? (% av samtliga)



Flera skäl till varför sådana informationskampanjer är bra framförs. Många – för att inte säga de allra flesta – argument känner vi igen från andra utvärderingar av alkoholinformation. Det handlar då t ex om att det rent allmänt är bra med information, att informationen sätter fokus på ett problem och fungerar som en tankeställare. Några hoppas att det kan få konkreta resultat i ett minskat drickande bland unga.

Varför är det positivt?*(% av de som anser att det är positivt)*

| | |
|--|----|
| Allmänt bra, behövs mycket information | 26 |
| Problemet tas på allvar , problemet är stort | 19 |
| Tankeställare, väcker, ruskar om | 11 |
| För att hindra att barn börjar dricka | 10 |
| Förhindra lagning | 5 |
| Skapar diskussioner | 2 |
| Alla blir informerade | 2 |
| Övrigt | 25 |

Alla synpunkter på varför man är positivt eller negativt inställd finns listade på sidorna 23-26.

De intervjuade hade en del synpunkter på kampanjen. De allra flesta är av positiv karaktär. Många är av mycket övergripande karaktär som att de är positivt inställda till den och tycker att den var bra och att den uppmärksammades. De negativa handlar bl a om att några affischer hade rivits ned. Läs listningen på sidorna 21-23.

ANDRA INSATSER FÖR ATT FÖRHINDRA LANGNING

Som vi sett anser Lundaborna att informationsinsatser av det här slaget är positiva. De menar också att tips till polisen kan vara ett effektivt sätt att stoppa lagning till ungdomar under 18 år. Men vad bör samhället göra mer för att angripa problemet?

I en avslutande öppen fråga fick de som hade tankar kring det lämna tips och idéer. Förslagen är av olika karaktär och detaljeringsgrad. All svar finns listade på sidorna 25-27. En grov klassificering av de oftast förekommande svaren ser ut så här.

Vilka övriga insatser tycker du bör göras för att förhindra att alkohol säljs till ungdomar under 18 år i Lund? (% av samtliga)

| | |
|--|----|
| Mer polisiära resurser - ökade insatser från polis | 23 |
| Mer information i skolorna | 18 |
| Ökat föräldraansvar | 17 |
| Mer upplysning allmänt | 15 |
| Hårdare straff | 5 |
| Föräldrar på stan | 3 |
| Övrigt | 17 |

OM DE SVARANDE

Det var en liten övervikt för män bland de intervjuade, 58 %. Åldersfördelningen var denna.

Den svarandes ålder(% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| 18-29 år | 29 |
| 30-49 år | 34 |
| 50- år | 27 |
| Summa | 100 |

12 % av de intervjuade hade tonårsbarn i hushållet.

TABELLER

Under tiden 23 april-6 maj genomfördes en informationskampanj om alkohol i Lund. Affischer satt uppsatta på annonstavlor i olika delar av Lunds kommun.

Ett budskap i affischerna var att alkohol säljs på olika platser i Lund till vem som helst, även till 13-14 åringar. Texten var vit mot rosa bakgrund. Har du lagt märke till dessa affischer? (% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 68 |
| Nej/vet ej | 32 |
| Summa | 100 |

På andra affischer uppmanades de som sett att någon säljer alkohol till ungdomar att tipsa polisen. Texten var vit mot rosa bakgrund. Har du lagt märke till dessa affischer? (% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 61 |
| Nej/vet ej | 39 |
| Summa | 100 |

Uppmärksammat någon affisch (% av samtliga)

| | |
|------------------|------------|
| Ej uppmärksammat | 27 |
| Uppmärksammat | 73 |
| Summa | 100 |

Lade du märke till affischen i Lunds centrum, din egen stadsdel eller på annan plats? (% av de som uppmärksammat någon affisch)

| | |
|-------------------|----|
| Centrala Lund | 45 |
| Min egen stadsdel | 46 |
| Annan plats | 9 |
| Minns ej | 8 |

Lade du märke till sandwichmen med affischer? (% av de som uppmärksammat någon affisch)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 5 |
| Nej/vet ej | 95 |
| Summa | 100 |

Har du lyssnat på radiokanalen Mix Megapol någon gång under perioden 23 april-6 maj? (% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 25 |
| Nej | 75 |
| Summa | 100 |

I den kanalen har det sänts ett antal reklaminslag där tonåringar har intervjuats på ett café. De berättar hur de får tag på alkohol genom langare. Har du lagt märke till något av dessa reklaminslag? (% av de som lyssnat på de aktuella radiokanalerna under perioden)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 47 |
| Nej/vet ej | 53 |
| Summa | 100 |

I TV4 har det under samma period sänts tre olika reklaminslag som visar ungdomar som köper alkohol av langare; i ett garage, vid bakluckan på en bil och levererat hem till lägenheten. Har du lagt märke till något av dessa reklaminslag? (% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 47 |
| Nej/vet ej | 53 |
| Summa | 100 |

Har du lagt märke till kampanjen genom reportage i TV, radio, tidningar eller andra media? (% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 45 |
| Nej/vet ej | 55 |
| Summa | 100 |

Uppmärksammat kampanjen på något sätt (% av samtliga)

| | |
|------------------|------------|
| Ej uppmärksammat | 12 |
| Uppmärksammat | 88 |
| Summa | 100 |

Delar av kampanjen som uppmärksammas (% av samtliga)

| | |
|-----------------------|------------|
| Ej uppmärksammat | 12 |
| Enbart affischer | 21 |
| Enbart radio | 1 |
| Enbart TV | 3 |
| Enbart Mediabevakning | 3 |
| Aff/radio | 2 |
| Aff/TV | 14 |
| Aff/media | 12 |
| Radio/TV | 0 |
| Radio/media | 1 |
| TV/media | 6 |
| Aff/radio/TV | 2 |
| Aff/radio/media | 1 |
| Aff/TV/media | 16 |
| Radio/TV/Media | 1 |
| Aff/radio/TV/media | 3 |
| Summa | 100 |

På affischerna fanns en hänvisning till webbplatsen droginform.com. Har du uppmärksammat att webbplatsen finns?
(% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 15 |
| Nej/vet | 85 |
| Summa | 100 |

Tror du själv att det är lätt eller svårt för ungdomar under 18 år att få tag på alkohol i Lund?(% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Mycket lätt | 60 |
| Ganska lätt | 30 |
| Varken eller | 3 |
| Ganska svårt | 2 |
| Mycket svårt | 0 |
| Vet ej | 4 |
| Summa | 100 |

Känner du själv till någon plats där ungdomar under 18 år kan få tag på alkohol?
(% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 5 |
| Nej | 95 |
| Summa | 100 |

Skulle du själv ringa och tipsa polisen om du kände till var eller hur ungdomar under 18 år kan få tag på alkohol i Lund?
(% av samtliga)

| | |
|-----------------------|------------|
| Ja, absolut | 40 |
| Ja, förmodligen | 38 |
| Nej, förmodligen inte | 18 |
| Nej, absolut inte | 4 |
| Summa | 100 |

Tror du att tips från allmänheten till polisen är ett effektivt sätt att förhindra langning av alkohol till ungdomar under 18 år?
(% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 72 |
| Nej | 18 |
| Vet ej | 10 |
| Summa | 100 |

Har Du diskuterat ämnet som kampanjen handlade om med...
(% av samtliga)

...make/maka/sambo

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 18 |
| Nej | 77 |
| Har ej | 5 |
| Summa | 100 |

...egna tonåringar

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 14 |
| Nej | 4 |
| Har ej | 82 |
| Summa | 100 |

...föräldrar till tonåringar

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 11 |
| Nej | 89 |
| Summa | 100 |

...grannar

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 5 |
| Nej | 95 |
| Summa | 100 |

...andra vuxna

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 25 |
| Nej | 75 |
| Summa | 100 |

Diskuterat kampanjen med någon av ovanstående

% av de som lagt märke till kampanjen

| | |
|---------------|------------|
| Ej diskuterat | 61 |
| Diskuterat | 39 |
| Summa | 100 |

% av samtliga

| | |
|---------------|------------|
| Ej diskuterat | 62 |
| Diskuterat | 38 |
| Summa | 100 |

Har Du med anledning av kampanjen...
(% av samtliga)

...sökt ytterligare information?

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 2 |
| Nej | 98 |
| Summa | 100 |

...ringt tipstelefonen?

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 1 |
| Nej | 99 |
| Summa | 100 |

...tagit något annat initiativ?

| | |
|--------------|------------|
| Ja | 1 |
| Nej | 99 |
| Summa | 100 |

Minns Du vem som vem som var avsändare för informationskampanjen?(% av samtliga)

| | |
|----------------------|----|
| Ja, Alkoholkommitten | 12 |
| Ja, Lunds kommun | 2 |
| Ja, annat svar | 0 |
| Nej/vet ej | 86 |

Alkoholkommittén, som är del av Socialdepartementet, och Lunds kommun var avsändare. Tycker Du att det är positivt eller negativt att samhället gör sådana informationskampanjer?*(% av samtliga)*

| | |
|-----------------|------------|
| Mycket positivt | 78 |
| Ganska positivt | 16 |
| Varken eller | 3 |
| Ganska negativt | 1 |
| Mycket negativt | 0 |
| Vet ej | 1 |
| Summa | 100 |

Varför är det positivt?*(% av de som anser att det är positivt)*

| | |
|--|----|
| Allmänt bra, behövs mycket information | 26 |
| Skapar diskussioner | 2 |
| Tankeställare, väcker, ruskar om | 11 |
| Problemet tas på allvar , problemet är stort | 19 |
| Alla blir informerade | 2 |
| För att hindra att barn börjar dricka | 10 |
| Förhindra lagning | 5 |
| Övrigt | 25 |

Vilka övriga insatser tycker du bör göras för att förhindra att alkohol säljs till ungdomar under 18 år i Lund?(% av samtliga)

| | |
|---|----|
| Mer upplysning allmänt | 15 |
| Ökat föräldraansvar | 17 |
| Mer polisiära resurser- ökade insatser från polis | 23 |
| Föräldrar på stan | 3 |
| Hårdare straff | 5 |
| Mer information i skolorna | 18 |
| Övrigt | 17 |

Den svarandes ålder(% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| 18-29 år | 29 |
| 30-49 år | 34 |
| 50- år | 37 |
| Summa | 100 |

Den svarandes kön(% av samtliga)

| | |
|--------------|------------|
| Man | 58 |
| Kvinna | 42 |
| Summa | 100 |

Finns det barn i hushållet? (% av samtliga)

| | |
|---------------|----|
| 0-12 år | 17 |
| 13-18 år | 12 |
| 19- år | 10 |
| Har inga barn | 66 |

MED EGNA ORD

(Listning av svar på öppna frågor)

Varför tror du att du lade märke till affischerna?

- Affischen var ovanlig.
- Affischen var tydlig och påfallande.
- Affischerna fanns längs med vägen och syntes bra.
- Affischerna fanns nära systembolaget.
- Affischerna hade en rosa färg som är snäll för ögonen men som man ändå lägger märke till.
- Affischerna hade skarp färg och var stora.
- Affischerna hade stora bokstäver och var uppsatta på ett ställe som jag brukar passera varje dag.
- Affischerna hade vit bakgrund och har samma stil som alkoholkommittén brukar ha.
- Affischerna låg precis utanför min bostad.
- Affischerna satt uppsatta precis vid mitt arbete.
- Affischerna var bra gjorda och satt på bra ställen. Färgen bidrog även till fångad uppmärksamhet.
- Affischerna var färgglada.
- Affischerna var färgglada.
- Affischerna var färgglada.
- Affischerna var placerade mitt i gatan på en refug.
- Affischerna var placerade på strategiska platser.
- Affischerna var stora.
- Affischerna var uppsatta på ställen där det inte funnits affischer tidigare.
- Affischerna var väldigt färgglada.
- Affischerna var väldigt rosa i färgen.
- Affischerna väckte uppseende och satt på lyktstolpar där det i normala fall inte sitter reklam.
- Cyklade förbi där affischerna satt. Det var svårt att missa dem.
- De hade inte funnits där innan och färgen var grann.
- De satt uppsatta på ovanliga ställen som tex lyktstolpar.
- De syntes väldigt bra.
- De var färgglada och satt på konstiga ställen.
- De var rosa.
- De var rosa.
- De var rosa.
- De var stora, rosa och synliga.
- De var tydliga.
- De var tydliga. Färgvalet tror jag också spelade stor roll.
- De var väldigt färgglada.
- De var väldigt rosa.
- Dem satt på bra ställen. Det var en stark färg och en tydlig text.
- Dem var stora och i närheten av ett café.
- Dem var uppsatta på tavlor och lite överallt. De gick inte att undgå.
- Den rosa färgen.
- Det var en behaglig färg.
- Det var en speciell röd färg.
- Det var väldigt magstarka rubriker.
- Det är färgerna på affischerna som fångade uppmärksamheten och det faktum att kampanjer av slaget som det här inte har syntts tidigare.
- Det är inte ofta man ser affischer som är upphängda.
- Därför att affischerna stod så pass bra att man la märke till dem.
- Därför att affischerna var stora. Man kunde inte undgå att se dem.
- Därför att de var uppsatta på platser där man normalt inte sätter upp och annonserar/informerar om saker och ting.
- Eftersom budskapet var viktigt.
- Eftersom det är väldigt ovanligt att affischer sitter uppsatta på sådana ställen.
- Fanns utmed vägen.
- Färgen drog till sig blicken att läsa budskapet.
- Färgen fångade uppmärksamheten.
- Färgen och budskapet var tydligt.
- Färgen och budskapet affischerna hade.
- Färgen på affischerna.

- Färgen var lite speciell.
 - Färgerna samt att de hängde på fel ställen.
 - Färgerna var starka.
 - Färgerna var så starka att man blev nyfiken på vad som stod på affischerna.
 - Färgglada
 - Färgglada affischer.
 - För att affischen står precis vid gatan där jag bor.
 - För att affischerna handlade om att yngre får tag i alkohol.
 - För att alkohol som säljs till ungdomar är hemskt.
 - För att de satt precis där jag går varje dag. Även för att de var rosa.
 - För att de var så färgglada.
 - För att de var uppsatta på ett sådant sätt att det inte gick att missa.
 - För att de är rosa och stora.
 - För att dem var rosa och satt på lyktstolpar.
 - För att den var nedriven och kastad på marken.
 - För de var i rosa och vitt.
 - För färgernas skull.
 - Hade en speciell färg.
 - Jag lade märke till affischen för att den var så färgstark, men också pga budskapet.
 - Jag lade märke till affischerna eftersom de var uppsatta på ovanliga ställen.
 - Jag lade märke till affischerna eftersom de var uppsatta på höga stolpar samt att färgen var tydlig och fin.
 - Jag lade märke till affischerna för att budskapet var tydligt.
 - Jag lade märke till affischerna för att de satt längs den väg jag kör till jobbet.
 - Jag lade märke till affischerna för att de var så färgstarka samt budskapet man ville förmedla.
 - Jag lade märke till affischerna för att dem var färgglada.
 - Jag lade märke till affischerna för att det satt på ett ställe där jag passerar dagligen.
 - Jag lade märke till dem för att de satt uppsatta på udda platser. Tex stolpar och liknande pelare.
 - Jag lade märke till dem för att de var precis utmed vägen.
 - Jag lade märke till färgen.
 - Jag lade märke till affischerna för att de var så färgglada.
 - Jag läste om det i tidningen.
 - Jag skulle tro att det berodde på att färgerna var vit och rosa.
 - Jag såg affischerna pga den straka färgen.
 - Jag såg det när jag körde bil till jobbet.
 - Jag såg när man satte upp affischerna och för att affischerna var rosa.
 - Jag tyckte att affischerna var färgglada.
 - Jag tyckte att affischerna var färgglada. Jag lade också märke till dem eftersom jag tittade efter bio-affischer.
 - Jag tyckte att budskapet var angeläget.
 - Jag tyckte att budskapet var bra.
 - Jag var intresserad av ämnet.
 - Jämförelsen i affischen gjorde att jag reagerade.
 - Lade märke till färgen och storleken på affischen.
 - Lade märke till färgen.
 - Lade märke till den ovanliga färgen.
 - Lade märkte till den vackra rosa färgen.
 - Pga av de starka färgerna. Affischerna var stora.
 - Pga av färgen och den stora texten.
 - Pga färgerna och för att de satt på en ovanlig plats.
 - Pga texten och färgerna.
 - Reklamkampanjen skapade debatt.
 - Roligt att se en affisch som är färgglad.
 - Satt på konstiga ställen.
 - Träffande slogan.
 - Ämnet är viktigt.
- Kommentarer kring hur lätt eller svårt det är för ungdomar under 18 år att få tag på alkohol i Lund**
- Alkohol är väldigt vanligt nu för tiden.
 - Alla springer runt helt onyktra på helgerna.

- Att alla som är intresserade av alkohol kan få det när man vill.
- Det finns säkert många som kan få tag på alkohol på ett väldigt enkelt sätt.
- Det har aldrig varit svårt att få tag på alkohol i Lund och det blir bara lättare och lättare.
- Det var inte så längesedan jag var ung så jag minns hur det var. Det var lätt att få tag på alkohol.
- Det är alldeles för lätt.
- Det är avskyvärt att vuxna människor säljer alkohol till barn.
- Det är bedrägligt att ungdomar kan få tag på alkohol så lätt.
- Det är fruktansvärt att äldre säljer alkohol till barn som är under 18 år.
- Det är för lätt att få tag på alkohol i det här landet. Men alkoholkulturen är som sådan att om man genomför ett förbud mot alkohol kommer det bara att föda motreaktioner vilket kommer att skapa en obalans i landet.
- Det är inte bra så klart.
- Det är inte bra, unga under 18 år ska inte ha tillgång till alkohol.
- Det är lätt att få kontakt med langare.
- Det är lätt att få tag på alkohol då Lund befinner sig i södra Sverige samt att det är nära till Tyskland.
- Det är lätt att få tag på alkohol tack vare slapphänta intagningsregler. Det är väldigt lätt att åka till Tyskland och handla sprit.
- Det är synd att det ska vara så.
- Det är synd att det är så lätt att få tag på alkohol för ungdomar.
- Det är tråkigt att det säljs alkohol till ungdomar under 18 år.
- Det är tråkigt att ungdomar får tag på alkohol så lätt.
- Det är tråkigt att ungdomar får tag på alkohol så lätt.
- Det är väldigt tråkigt att unga får tag i alkohol.
- Detta är inte bra alls.
- Detta är inte bra.
- Dricker inte alkohol.
- Finns alltid unga människor som köper ut till kompisar som är yngre. Föräldrar tänker att det är helt okej att köpa ut till 18-åringar.
- För ungdomar som har kontakter är det säkert jätte enkelt.
- Förfärligt att det är så lätt att få tag på alkohol.
- Ganska lätt att få tag på alkohol pga närhet till Danmark och Tyskland.
- Har hört att föräldrar själv köper alkohol till sina barn för att de inte ska köpa svartsprit.
- Har själv varit ung så jag vet hur enkelt det är.
- Jag antar att det finns kompisar som köper ut och att det finns langare som säljer billigt.
- Jag har hört det i tidningar.
- Jag har läst i media att det är ett stort problem.
- Jag har läst i tidningar och liknande.
- Jag har läst om detta problemet i tidningar.
- Jag tror att det finns många sätt att få tag på alkohol. Ungdomarna köper av vänner och bekanta.
- Jag tror att det tillhör friheten. Alla ungdomar kan få tag på alkohol alldeles för lätt.
- Jag tror att det väller in alkohol över bron mellan Danmark och Sverige och då hamnar det lätt i Lund.
- Jag tror att det är ganska svårt att få tag på alkohol om man är under 15 år och föräldrarna håller bra koll på dom.
- Jag tror att det är många langarna som vill tjäna pengar.
- Jag tror att det är nära till kontinenten och lättillgängligt.
- Jag tror att ganska många föräldrar i Lund som köper ut åt sina barn.
- Jag tror det beror på att äldre syskon köper ut och att äldre kompisar fixar alkohol åt de yngre.
- Jag tycker att det är mycket hemskt att så unga får tag på alkohol innan man är 18 år.

- Jag tycker att det är synd att unga får tag på alkohol.
 - Jag tycker det är dåligt att ungdomar får tag på alkohol så lätt.
 - Jag tycker inte om att unga har möjlighet till att få tag på alkohol.
 - Jag vet att det är väldigt enkelt att skaffa sprit.
 - Lätt att ta in alkohol, langarna tjänar på att sälja till yngre.
 - Man läser ganska mycket om att det är minderåriga som är berusade. Det kan ju inte vara alltför svårt att hitta alkohol.
 - Min syster jobbar på en fritidsgård så jag har varit där och hört hur ungdomar pratar om hur enkelt det är att få tag på alkohol.
 - När det gäller langning är det inte någon skillnad nu mot hur det var förr. Det har alltid varit lätt att få tag på alkohol. Möjligtvis är det lite lättare nu.
 - Nära till Danmark och Tyskland, enkelt att ta hem i mängder och sälja.
 - Ofta ser man ungdomar som är berusade i stadsparker.
 - Om droger är lätt att få tag i så är alkohol ingenting. Ungdomar har inga problem med att skaffa droger.
 - Personer som vill ha alkohol får tag i det helt enkelt.
 - Polisen skulle försöka att anstränga sig lite mer.
 - Svårt att veta för i vår familj har det inte varit tal om saken.
 - Tillgängligheten är hög. Äldre ungdomar köper ut åt mindre.
 - Tråkigt att det ska vara så.
 - Tycker att alkohol problemet har slängts iväg alldeles för långt. Man har inte gjort något åt problemet.
 - Ungdomarna har många kontakter.
 - Vad jag har hört så är det lätt överallt för ungdomar att få tag på alkohol.
 - Vi bor nära gränsen, det kommer in mycket smuggelsprit.
- Tror du att tips från allmänheten till polisen är ett effektivt sätt att förhindra langning av alkohol till ungdomar under 18 år? Nej, varför inte?**
- De finns alltid langare ändå.
 - De få tips som skulle komma in gör ingen nytta.
 - De som langar bryr sig inte om man anmäler till polisen så länge de tjänar pengar.
 - De som langar flyttar runt hela tiden och blir svåra att stoppa.
 - De som langar har sina kontakter och även om någon skulle ringa polisen så finns det andra ställen att köpa på.
 - Det handlar om uppfostran. Det är föräldrarna som har ansvaret för sina barn och inte polisen.
 - Det hjälper nog inte så mycket. Polisen har inte tid.
 - Det kommer alltid pågå.
 - Det kommer inte ge något resultat.
 - Det är ett inget effektivt sätt eftersom langning sker i det tysta.
 - Det är inte många tips som når fram till polisen.
 - Det är säkert effektivt, men jag tycker inte om att man tjallar på folk.
 - Detta kommer fortsätta oavsett.
 - Eftersom att det ändå fortsätter.
 - Eftersom jag tror att det är få människor som anmäler.
 - Inställningen till alkohol måste förändras från grunden. Det hjälper inte med tips.
 - Jag tror att det finns för lite poliser för att göra något åt saken.
 - Jag tror att folk drar sig för att blanda in myndigheterna. Tror inte att detta är det bästa sättet.
 - Jag tror att föräldrarna köper ut åt ungdomar under 18 år ändå.
 - Jag tror det kvittar vad vi gör. Ungdomar under 18 år får ändå tag på alkohol på något sätt.
 - Jag tror inte att det kommer att förhindra langningen. Det finns alldeles för många langare.

- Jag tror inte att polisen tar det på allvar.
 - Jag tror inte på att sätta dit folk. Satsa mer på upplysning och information.
 - Jag tror ändå inte att allmänheten bryr sig om att ringa polisen.
 - Langning kommer alltid att finnas och att tipsa polisen i längden kommer inte ge så mycket utdelning.
 - Man måste gripa langarna på bar gärning.
 - Mina erfarenheter och åsikter av polisen inte är så positiva. Det är meningslöst att kontakta polisen.
 - Mycket langning sker av folk som man känner ex. storebror, mamma osv.
 - Nej, upplysning är det bästa.
 - Polisen har annat att prioritera.
 - Polisen har inte tid med det.
 - Polisen har inte tid med något sådant.
 - Polisen har inte tid med sådant.
 - Tror inte att polisen kommer att göra något åt det.
 - Tror inte polisen kan tillföra så mycket i detta ärende.
 - Ungdomarna får tag på spriten i vilket fall.
 - Även om man ringer polisen och om de lovar att de ska vidta åtgärder så gör de ändå inte det.
- Har du några övriga synpunkter - positiva eller negativa - på informationskampanjens utformning?**
- Affischerna var snyggt gjorda.
 - All information och alla kampanjer är bra på sitt sätt.
 - Alla kampanjer är bra men om de går fram till allmänheten eller ej är en annan sak.
 - Bra att det finns en informationskampanj.
 - Bra att man gör sådana kampanjer.
 - Bra att man tar tag i fylleriet.
 - Bra på så vis att man i alla fall lägger märke till kampanjen.
 - Budskapet nådde fram.
 - De stora affischerna på stan var bra.
 - Den har varit bra. Det har varit mycket information via tv och radio.
 - Den var bra eftersom att jag lade märke till den.
 - Den var bra och uppmärksammas.
 - Den var bra.
 - Den var bra. Affischerna var tydliga och lätta att förstå.
 - Den är negativ. Budskapet i texten är dåligt.
 - Det behövs komma ut information om att det säljs alkohol till minderåriga.
 - Det fanns tipsnummer uppsatta på olika ställen.
 - Det har varit bra information.
 - Det har varit bra med mycket information.
 - Det har varit positivt och budskapet har nått fram bra.
 - Det jag föreslår är att man försöker skicka någon typ av information till alla föräldrar. Föräldrar är helt avgörande och det är många som langar till egna barn.
 - Det kan bli till det bättre.
 - Det var en bra kampanj.
 - Det verkar klokt att informera om att sådana problem finns.
 - Det verkar vara en bra kampanj.
 - Det är alltid bra med kampanjer som kan stävja att ungdomar dricker.
 - Det är bra att texterna på affischerna var så raka och tydliga.
 - Det är bra att ämnet uppmärksammas.
 - Det är en bra kampanj.
 - Det är positivt att man uppmärksammar ämnet.
 - Det är positivt eftersom jag uppmärksammat kampanjen.
 - Det är positivt med en sådan kampanj. Alla tar åt sig.
 - Det är svårt att nå ut med bara en enda kampanj. Det hade varit bra om föreningar och exempelvis kontaktnät i skolorna hade stått bakom en sådan kampanj.

- Eftersom jag inte lagt märke till affischerna har det inte direkt varit effektivt.
- Har bara positiva synpunkter på kampanjen. Den verkar ha varit väldigt uppmärksammasad.
- Information som kan ge kunskap är alltid bra i vilket ämne som helst.
- Informationskampanjen var jättebra.
- Jag har inget intresse i den här saken.
- Jag har tagit till mig mycket information.
- Jag lade märke till affischerna och det var positivt. Budskapet är bra och angeläget.
- Jag lade märke till den.
- Jag lade märke till den. Affischerna var uppsatta på udda ställen vilket drog uppmärksamheten till sig.
- Jag lade märke till skyltarna. Dem var väldigt färgglada.
- Jag tror att många människor fick sig en tankeställare genom dessa affischer.
- Jag tror på information och upplysning.
- Jag tycker att det överhuvudtaget är bra att det finns en kampanj som upplyser om problemet.
- Jag tycker att kampanjen var mycket bra utformad. Budskapet var tydligt och klart.
- Jag tycker det är positivt att det finns kampanjer om ämnet.
- Jag tycker nog att kampanjen var bra. Nu måste den följas upp med fler kampanjer för bästa resultat.
- Jag tyckte att budskapet var lite väl överdrivet.
- Jag tyckte den var bra. Den var tydlig och färgglad.
- Kampanjen gav ett mycket positivt intryck. Jag tror att det kan påverka langarna så att dem slutar sälja olagligt till ungdomar.
- Kampanjen var bra och informativ.
- Kampanjen var drastisk.
- Kampanjen vänder sig till vuxna och det är bra. Saken är den att alkohol finns i hela Sverige, det är en gammal kultur och den är svår att rubba.
- Kampanjen är bra och syns tydligt.
- Kampanjen är bra. Allmänheten måste få upp ögonen för problemet.
- Kampanjen är positiv. Man förklarar verkligen att detta är ett problem.
- Kampanjer är bara positiva.
- Kul med något annorlunda.
- Kunde gjort affischerna lite roligare.
- Kunde märkt ut med mer information så den syntes bättre. Det var svårt att se vad som stod på affischerna när man körde förbi.
- Lustigt att affischerna om det här ämnet satt utanför en krog.
- Man berättar bara vad som händer och inte så mycket om vad man kan göra för att komma åt problemet. Ett mer uppmanade budskap skulle vara bra.
- Man kunde knappt se vad det stod på affischerna.
- Man lade märke till kampanjen genom färgen. Men själva sättet de var uppsatta på var fruktansvärt eftersom de flesta affischerna var nedrivna.
- Mycket bra information. Budskapet nådde ut i samhället på ett bra sätt. Dock tråkigt att vissa drog ner affischerna.
- Mycket bra kampanj. Men jag tror många var negativa eftersom många affischer drogs ned.
- Mycket sprit kommer från Tyskland och Danmark. Det är bra att man gör något åt det.
- Nästa gång kanske ungdomarna kan vara med och utforma kampanjen.
- Positiva och tilltalande budskap som väckte intresse. Utformningen av affischerna var toppen.
- Positivt att vi tar tag i ungdomar som dricker sprit.
- Texten på affischerna var bra och har fått folk att reagera.
- Texterna är inte bra, de skulle ha varit annorlunda. Jag tyckte att den skulle riktas mer åt langarna. Det kändes

kanske som att texten riktades mot oss som bor i området.

- Tycker att utformningen av kampanjen är ganska bra men dock lite provocerande. Man kände sig lite påhoppad även fast man själv inte köper ut.
- Tyckte att kampanjen var lyckad. Det är inte ofta man brukar fastna för en kampanj på detta sätt.
- Tyckte det var en bra och skickligt gjord kampanj.
- Utformningen var enkel och lätt att uppmärksamma.
- Väldigt positivt då jag fått mycket information.

Varför är det positivt att samhället gör sådana informationsinsatser?

- Alkohol kan ge väldigt stora skador.
- Alkohol är ett stort problem som bara blir större och större.
- Alkohol är farligt.
- All information är jättebra.
- All möjlig information är bra. Men vi ska inte nöja oss med att informera, vi ska göra något åt det också.
- Alla behöver ha information om det här.
- Alla behöver information om detta.
- Alltid viktigt att kommunen försöker ta upp sådana problem.
- Alltid väcker det något intresse.
- Annars kommer många ungdomar råka illa ut på sikt.
- Att man fortsätter bekämpa problemet med alkoholen i yngre åldrar.
- Att unga får veta hur farligt det är med alkohol.
- Bidrar till att förebygga ej önskade alkoholvanor.
- Bra att de gör reklam för att förhindra spridningen av alkohol.
- Bra att engagera folk i problemet.
- Bra att man kommer tillrätta med detta missbruk.
- Bra att man uppmärksammar att langning pågår.

- Bra att man vidtar åtgärder för att motverka.
- Bra att ungdomar får reda på att det är farligt med alkohol i stora mängder och att de bör se upp för langare.
- Bra om folk får reda på problemen.
- Budskapet är positivt bara det inte går till överdrift.
- Det visar att det finns ett regelverk som fungerar.
- De påverkar ju folk för att sedan ta ställning.
- De som är under 18 gör allt möjligt dumt och därför är det bra att folk uppmannas att inte köpa ut alkohol.
- De är alltid någon som reagerar.
- De är inte bra med alkohol för ungdomarna.
- Det behöver göras något åt langning.
- Det behövs för att kunna motverka.
- Det behövs information om alkohol både till föräldrar och ungdomar.
- Det behövs information om droger både till ungdomar och föräldrar.
- Det behövs information om lagning av alkohol.
- Det blir diskussioner om ämnet.
- Det dricks alldeles för mycket bland ungdomarna.
- Det finns ingen anledning att barn under 18 år ska dricka.
- Det här med langning är ett väldigt stort problem. Och förbrukning av alkohol börjar stiga allt längre ned i åldrarna.
- Det måste bli en ändring på att minderåriga dricker sprit.
- Det rör folkhälsan hos unga människor.
- Det upplyser folk om hur illa det är med supandet.
- Det väcker tankar hos folk.
- Det är alltid bra att informera om riskerna med alkohol.
- Det är alltid positivt att samhället försöker motarbeta problemet med kampanjer.
- Det är alltid viktigt att kommunen och polisen tar tag i sådana situationer.

- Det är antagligen någon som fattar hur allvarligt det är att langa.
- Det är bland annat ett sätt att nå ut till skolor och den unga målgruppen.
- Det är bra att de ger upplysningar om att det är farligt med alkohol.
- Det är bra att det görs något. Frågan är bara hur det kommer att nå ut till målgruppen.
- Det är bra att fler engagerar sig om nu något ska göras åt problemet.
- Det är bra att folk blir medvetna om problemet.
- Det är bra att informera om alkohol.
- Det är bra att man uppmärksammar ämnet lite mer då det är många som har barn.
- Det är bra att problemet uppmärksammas. Jag tror inte att man funderar så mycket om man inte har ungdomar själv. Människor som inte har tonåringar blir också uppmärksamma på att alkohol säljs till minderåriga.
- Det är bra att så många som möjligt samarbetar.
- Det är bra att även samhället bryr sig om ungdomarna och inte bara föräldrarna.
- Det är bra då många inte har en aning om vad som händer.
- Det är bra upplysning för allmänheten.
- Det är ett problem som man ska kämpa för att motverka.
- Det är ett stort problem och därför är kampanjen bra.
- Det är ett ämne som behöver diskuteras mer.
- Det är ingen annan som gör liknande kampanjer.
- Det är inte bra att ungdomar dricker.
- Det är inte bra att ungdomar under 18 år dricker alkohol.
- Det är positivt att polisen och kommunen kopplas in till det här projektet.
- Det är positivt att tillsammans gå ut och försöka förändra.
- Det är positivt då alla blir påmind om att ta sitt ansvar.
- Det är positivt då det är ett angeläget ämne.
- Det är positivt eftersom det väcker uppmärksamhet.
- Det är positivt med så mycket information som möjligt.
- Det är positivt, nu kanske fler sätter sig in i problematiken.
- Det är positivt, vi får bort problemet.
- Det är positivt. Allmänheten behöver vakna och inse problemet.
- Det är statens skyldighet att ordna upp detta.
- Det är viktigt att inte uppmuntra drickande och att göra föräldrar och allmänheten uppmärksam på att problemet existerar.
- Det är viktigt att ungdomarna får veta att det händer mycket olyckor när man är full.
- Det är väldigt bra att det uppmärksammas eftersom problemet bara blir större och större.
- Detta borde verkligen uppmärksammas mer.
- Då kanske ungdomar förstår att det inte är bra.
- Därför att alkohol trots allt är ett gift.
- Därför att det får ju folk att tänka till. Många ser det som ett litet problem.
- Därför att det är något som behöver diskuteras i samhället.
- Därför att man får folk att inse problemet.
- Därför att ungdomar inte ska dricka.
- Fler får upp ögonen och anmäler langarna.
- Fler uppmärksammar problemet.
- Folk blir uppmärksamma på problemet.
- Folk börjar bry sig och tar förhoppningsvis mer ansvar.
- Får veta att det händer olagliga saker hos ungdomar utanför familjkretsen.
- Får väl alltid några ungdomar att tänka till.
- För att allmänheten tar till sig problemet.

- För att de sprids till alla som inte lägger märke till det i vanliga fall.
- För att det är alldeles för mycket alkohol bland ungdomar.
- För att det är bra att uppmärksamma folk om detta problemet.
- För att eventuellt förhindra det här.
- För att motarbeta det hela.
- För att samhället visar att vi tar allvarligt på att ungdomar under 18 år får tag på alkohol.
- För att uppmärksamma föräldrar.
- För man skall inte dricka om man är under 18 år.
- För mycket alkohol bland ungdomar är inte bra
- Föräldrarna har fått information om vad som händer och kan nu motverka langningen enklare.
- Ger i alla fall en viss upplysning om hur läget är med alkohol och ungdomar.
- Hoppas att alla vuxna tar åt sig informationen och att alla är medvetna om att det existerar.
- Hälsan är viktig.
- Information om folkhälsa är alltid bra.
- Information är det enda sättet att upplysa om problem.
- Jag anser att det är viktigt att sprida informationen till allmänheten.
- Jag ser baksidan av det här i mitt jobb, jättebra att vi tar tag i det.
- Jag tror att det är bättre att med information försöka stoppa langarna än att tjallare sätter ditt dem.
- Jag tror inte att folk tycker att det är så farligt som det är. Man tänker inte på konsekvenserna som kan drabba en själv.
- Jag tycker att det är dags att informera de unga i tidig ålder.
- Jag tycker att det är dags att man gör någonting åt det här problemet i Lund.
- Jag tycker att kampanjer liknande den här är positivt i samband med högtider, speciellt valborg.
- Jag tycker att ämnet är viktigt. Ju mer information alla får desto mer kan vi arbeta tillsammans för ett bättre samhälle.
- Jag tycker det är positivt. Det är bra att polisen är inblandad.
- Jag tycker det är viktigt att folk får tänka efter lite och att vi blir uppmärksamma.
- Jag tycker det är viktigt att informera ungdomarna i tidig ålder. Jag är själv nykterist och vet farorna med alkohol.
- Jag vet att det är skadligt att börja med droger och alkohol tidigt i åldrarna.
- Jag är emot att ungdomar dricker.
- Ju mer information som tas upp om ämnet desto bättre.
- Kampanjen är en stor hjälp för ungdomarna att inse riskerna med alkohol.
- Kampanjer får människor att ta till sig viktig information.
- Kan begränsa alkoholintaget och minska missbruket.
- Kan vara någon som reagerar och vaknar upp.
- Kommunal angelägenhet.
- Man hoppas att folk tar åt sig och framför allt ungdomar som är i fara.
- Man kämpar mot problemet som förhoppningsvis försvinner på sikt.
- Man lyfter upp problemet.
- Man ska väl om möjligt kunna förhindra att yngre människor använder alkohol.
- Man uppmärksammar ett bekymmer.
- Minskar langningen.
- Minskar på sikt langningen.
- Mycket bra att samhället engagerar sig.
- Nu kan vi stoppa langarna tillsammans.
- Något måste ju göras.
- Obehagligt att det finns folk som är 13 och 14 år fulla ute på stan.
- Om det kan ge resultat är det ett bra sätt att nå ut till ungdomarna.
- Om det är ett samhällsproblem är det bra att åtgärda det.
- Om det är sådana här informationskampanjer som krävs för att få stopp på problemet så är det positivt.

- Positivt att minska alkoholkonsumtionen bland unga.
- Positivt att ta tag i problemet.
- Positivt bara de anstränger sig.
- Positivt då unga inte ska dricka alkohol. Man ska uppmärksamma detta problem.
- Positivt, man blir uppmärksammas om att problemet finns.
- Positivt. Det är alldeles för lätt att få tag på alkohol.
- Problemet är väldigt utbrett.
- Så att vi får bukt med langningen.
- Tyder på ett visst engagemang hos alla parter.
- Ungdomar börjar med alkohol väldigt tidigt.
- Ungdomar inte ska syssla med alkohol och droger.
- Ungdomar ska inte dricka.
- Ungdomar under 18 ska inte dricka sprit.
- Ungdomarna måste få veta vad de håller på med.
- Uppfattningen jag har om ungdomarna just nu är att man behöver information om vad alkohol kan betyda för hälsan.
- Upplyser folket.
- Uppmärksamma allmänheten på problemen med alkohol i yngre åldrar.
- Vi får göra vad vi kan för att få ungdomar under 18 år att avstå från alkohol.
- Vi har dålig dryckeskultur i Sverige.
- Vi måste uppmärksamma problemet mer.
- Vi ska försöka skydda våra ungdomar från att få tag på alkoholen via langning. Vi ska visa att problemet finns.
- Viktig fråga som bör uppmärksamma folket.
- Viktigt att ämnet kommer upp till ytan. Det är särskilt viktigt att föräldrar till tonåringar reagerar.
- Yngre ska inte blandas med sprit.
- Yngre ska inte dricka alkohol.

Varför är det negativt att samhället gör sådana informationsinsatser?

- Första gången jag såg affischerna var de lite väl uppseendeväckande.
- I normala fall tycker jag att kampanjer är bra och tjänar syfte men den här kampanjen gör inte det. Vi kan inte påverka problemet med langning.

Vilka övriga insatser tycker du bör göras för att förhindra att alkohol säljs till ungdomar under 18 år i Lund?

- Andra insatser som bör göras är att föräldrar pratar med sina barn.
- Anser att de vuxna ska föregå med ett gott exempel och ta sitt ansvar.
- Ansvar ligger på föräldrarna.
- Att folk verkligen tipsar polisen om de vet någonting.
- Att föräldrarna tar ansvar för sina barn.
- Att kommunpolitiker ser till att ungdomarna har någonstans att vara. Tex fritidsgårdar.
- Att man har mer koll vid gränserna. Inför belöning om man tipsar polisen.
- Att polisen försöker hålla koll på de som säljer.
- Att sänka priset på alkohol skulle kanske göra smuglingen mindre intressant för människor som försörjer sig på detta.
- Bland annat genom att informera ungdomar om vilka effekter alkohol medför.
- Bättre intresse från polisen att gripa langarna.
- Bättre kontroll vid affärer och pumpstationer. Propaganda mot alkohol och droger för unga och vuxna.
- De som köper ut till minderåriga skulle straffas hårdare.
- Det borde vara mer informationskampanjer och mer information till ungdomar och deras föräldrar.
- Det vore bra om man uppmanade folk att tipsa polisen om de sitter inne med information.
- Det är bra med ännu mer information i skolan. Föräldravandring på stan är ett annat bra tips. Det är föräldrarna som

- behöver informationen för att kunna påverka sina ungdomar.
- Det är föräldrarna som måste ta ett större ansvar.
 - Det är föräldrarnas ansvar att ungdomar under 18 år inte dricker.
 - Det är föräldrarnas ansvar.
 - Det är föräldrarnas sak att uppfostra sina barn.
 - Fler civilpolisier.
 - Fler nattvandrare.
 - Fler nattvandrare.
 - Fler polisinsatser skulle inte skada.
 - Fler ungdomsgårdar.
 - Fler ungdomshus. Förbjuda försäljning av alkohol på offentlig plats, dock ej på restauranger.
 - Fortsätt med liknande kampanjer.
 - Framför allt är det föräldrarna som ska se till att deras barn inte konsumerar alkohol.
 - Först och främst ska föräldrarna ska ta sitt ansvar för sina barn. Man ska försöka påverka kulturen som råder i landet med fortsatta kampanjer.
 - Försöka få tag på langarna genom civilpolisier.
 - Föräldrar eller vuxna som går runt på stan på kvällarna.
 - Föräldrainsformation i skolorna.
 - Föräldrarna och skolan ska uppfostra bättre.
 - Föräldrarna ska ha mer koll på sina barn.
 - Förändra attityden hos de vuxna som säljer alkohol.
 - Ge mer upplysning och information om alkohol i skolan.
 - Ge ut mer information på skolorna.
 - Genom utbildning och information om ämnet i skolorna.
 - Gör som i Danmark och gör det lagligt att dricka under 18 år. Jag tror då att drickandet minskar.
 - Ha en aktiv närpolis.
 - Ha informationsmöten med föräldrarna på skolor.
 - Informera i skolan.
 - Information redan när barnen är små.
 - Informera föräldrar och barn.
 - Informera i skolor.
 - Inför hårdare straff för langarna.
 - Inför informationsmöten på skolorna varje månad.
 - Insatser borde läggas på att hitta langarna och skrämja dem.
 - Insatser för att behålla systembolaget.
 - Jag anser att föräldrarna har ett mycket stort ansvar att ta hand om sina barn.
 - Jag anser att man ska ta till med hårdare kontroller vid tullen.
 - Jag tror att det behövs fler polisier.
 - Jag tror att föräldrarna spelar en stor roll. Föräldrarna behöver mer information för att kunna förmedla det till sina tonåringar.
 - Jag tror mycket på information.
 - Jag tycker att det behövs mer information till ungdomarna och det krävs att polisen handgripligen gör någonting för att förhindra den olagliga försäljningen.
 - Jag tycker att det borde vara fler polisier ute på kvällarna.
 - Jag tycker att det ska finnas mer fritidsgårdar dit ungdomar kan gå. Personalen på fritidsgårdarna ska informera tydligt om att man inte får dricka innan man är 18 år.
 - Jag tycker att föräldrarna har huvudansvaret för barnens hälsa och tycker också att dessa ska ta mer ansvar för sina barn och vara hårdare när det gäller frågor kring alkohol.
 - Jag tycker att langare ska straffas hårdare.
 - Jag tycker att man ska upplysa tonåringarna mer i skolorna.
 - Jag tycker att polisen ska lägga ner mer tid på att ta fast langare.
 - Jag tycker att skolan har ett stort ansvar. Aktiva föräldrar ska se efter sina egna barn.
 - Man behöver mer polisier på stan.
 - Man måste stoppa den billiga importen av alkohol från tyskland. Och sedan

tycker jag att man ska informera mer om de skadeverkningar langningen för med sig.

- Man ska inte vända sig till ungdomarna, man ska vända sig till de vuxna. Det behövs mer information.
- Man ska satsa på att informera föräldrarna.
- Man skall Informera både föräldrar och barn i skolan.
- Mer information i skolan. Jag tycker att man ska Intervjua folk som har varit påverkade tidigare.
- Mer information i skolor om skadeeffekter av alkohol och om hur utsatt man blir när man dricker. Ej nedskärning av närpoliserna.
- Mer information i skolorna och mer poliser ute på stan.
- Mer koll i tullen där spriten kommer in.
- Mer poliser kan vara en bra insats.
- Mer poliser på stan.
- Mer poliser som kontrollerar langare.
- Mer upplysningskampanjer.
- Mycket ligger hos föräldrarna. Det är dem som borde kontrollera sina barn bättre och inte låta dem springa runt hur som helst.
- Ordna fler evenemang som är drogfria.
- Polisen behöver jobba hårdare.
- Polisen behöver mer resurser. Minska invandringen.
- Polisen borde göra fler utryckningar när dem vet att langning pågår.
- Polisen kan göra en insats genom att följa alkoholtransporterna vidare genom landet.
- Polisen och socialen ska vara mer observanta.
- Problemet kommer alltid att finnas. Men med fortsatt information i skolan kommer det inte att bli värre.
- Problemet med langning kommer alltid att finnas men det är bra med kampanjer. Det är ett första steg mot att förhindra problemet.
- Provocera fram brott hos langarna för enklare gripande.
- Satsa mer på att informera.
- Se till att straffen för langare blir hårdare.
- Så mycket information som möjligt bör ges.
- Ta situationen på allvar och sätt dit langarna.
- Upplysning om alkoholens skadeverkningar är det bästa.
- Uppmana fler att ringa till polisen om de sitter inne med information.
- Öka priserna på alkoholen.

Utrednings- och statistikkontoret (USK) är en förvaltning i Stockholms stad. Vi är konsult åt stadens förvaltningar och bolag, men hjälper även andra kunder med allt inom statistik, prognoser och utredningar.



USK
UTREDNINGS- OCH
STATISTIKKONTORET

POSTADRESS: BOX 8320, 104 20 STOCKHOLM

BESÖKSADRESS: LÅNGHOLMSGATAN 27

TELEFON: 08-508 35 000

TELEFAX: 08-508 35 079

E-POST: info@usk.stockholm.se

WEBBPLATS: www.stockholm.se/usk