



International Research Institute of Stavanger
www.irisresearch.no

Olav Befring, Kirsten Allred,
Sverre M Nesvåg

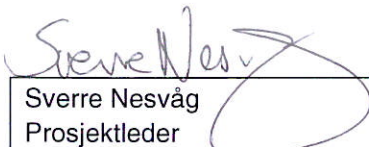

Forebygging, bygging eller underbygging?

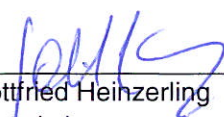
Evaluering av
Norsk senter for rusfri
miljøutvikling (NSRM)


Rapport RF – 2006/065

Prosjektnummer: 7201979
Prosjektets tittel: Evaluering av NSRM
Oppdragsgiver(e): Norsk senter for rusfri miljøutvikling
ISBN: 82-490-0445-0
Gradering: Åpen

Stavanger, 05.05.2006

 Sverre Nesvåg Prosjektleder	05.05.06	 Terje Lie Kvalitetssikrer	05.05.06
---	----------	--	----------


Gottfried Heinzerling
Senterleder
(Samfunns- og næringsutvikling)


05.05.06

Ingen del av denne rapporten kan reproduseres i noen form uten skriftlig tillatelse fra Rogalandsforskning ©.

Forord

Formålet med dette prosjektet har vært å evaluere virksomheten til Norsk senter for rusfri miljøutvikling (NSRM). Evalueringen er et svar på myndighetenes krav om at organisasjoner som får tilskudd til rusforebyggende arbeid skal dokumentere effekt av sine tiltak. Arbeidet har vært gjennomført i perioden mai 2005 til og med mars 2006.

Rapporten tar for seg tre forskjellige typer undersøkelser for fire forskjellige organisasjoner. Fremstillingen av resultatene har dermed blitt ganske omfattende. For lesere som ikke ønsker å ta seg igjennom rapporten i sin helhet, anbefales det å se på leseveiledningen som er gitt i kapittel 1.1.

Vi takker NSRM for oppdraget, og for all hjelp og støtte underveis i prosjektet.

Stavanger, mai 2006

Sverre M Nesvåg, prosjektleder

Sammendrag

På oppdrag fra Norsk senter for rusfri miljøutvikling (NSRM), har International Research of Stavanger (IRIS), gjennomført en landsomfattende evaluering av de virksomhetene som er tilknyttet de fire organisasjonene, tilsluttet NSRM; Norske Vandrerhjem (NoVa), Norske Misjonshotell & Gjestehus (NM hotels), Landslaget for alkoholfrie samlings- og serveringssteder (LASS) og Norske Lagsbruk (NL).

Et mangfold av virksomheter

Det har vært en stor utfordring å skulle evaluere virksomhetene innenfor NSRM. Utfordringen har ligget på mange plan, både i forhold til hva som skulle defineres som populasjonen for evalueringen, hvordan virksomhetene skulle vurderes ut fra ulike målsettinger i forhold til rusforebyggende arbeid, hvilke metoder og spørsmålsstillinger som ville være relevante i forhold til de tilbud og aktiviteter vi finner innenfor de ulike virksomhetene, og selvsagt i forhold til alle de mer praktiske utfordringene som evalueringen har stilt oss overfor.

En av utfordringene har vært å få oversikt over det store mangfoldet av organisasjoner, tilbud og aktiviteter som finnes innenfor de fire organisasjonene under NSRM, og som skulle utgjøre ”organisasjonspopulasjonen” i evalueringen. Helt fra starten var det klart at det verken var mulig eller ønskelig å inkludere all denne virksomheten i den evalueringen som skulle foretas. Vel har NSRM vist til den totale virksomheten blant annet når de skulle begrunne sine søknader om tilskudd fra direktoratet, men søknadene har ellers alltid vist til konkrete prosjekter og innenfor det store virksomhetsmangfoldet. Underveis i evalueringen har vi opplevd at vi flere ganger har måttet foreta nye vurderinger av hvilke deler av virksomheten som våre utvalg skulle trekkes fra.

Det er derfor ikke riktig å si at dette er en fullskalaevaluering av den totale virksomheten innenfor NSRM. I de fire organisasjonene under NSRM er det i ulik grad og ut fra ulike kriterier, foretatt avgrensninger i forhold til den totale virksomheten. Men selv om vi har måttet foreta disse avgrensningene i forhold til den opprinnelige målsettingen om å evaluere den totale virksomheten innenfor de fire organisasjonene i NSRM, er det allikevel en omfattende virksomhet som her er evaluert. Om vi slår sammen anslagene i avnittene overfor, får vi et totalt antall virksomheter som utgjør populasjonen for denne evalueringen på ca. 150. Siden dette utgjør den absolutt mest aktive delen av medlemsmassen innenfor NSRM, må vi kunne si at evalueringen omfatter en svært stor del av den totale virksomheten. Ved bruk av ulike metoder for datainnsamling har vi samlet inn data fra 59 av disse. Fra 13 av virksomhetene er det samlet inn data både i form av spørreskjema og i form av feltarbeid med intervju eller telefonintervju. Det må derfor sies å være et ganske solid datamateriale som nå foreligger.

Teoretisk grunnlag og problemstillinger

De fleste evalueringer av rusforebyggende arbeid retter seg mot tiltak og prosjekt som har som viktigste og ofte eneste målsetting å oppnå bestemte rusforebyggende effekter. Nå brukes det mange virkemidler og metoder for å oppnå disse effektene, og ofte kan formuleringene av hvilke effekter som en mener å oppnå, gjøre det vanskelig å foreta

gode evalueringer. Den vanligste utfordringen for mange forebyggingsaktører har imidlertid vært å få aksept for at tiltak som øker kunnskapsnivået eller endrer den kritiske bevisstheten om egne verdier og vaner, skal ha en verdi på linje med tiltak som har som uttalt målsetting å endre risikofylte vaner direkte (om nå det er mulig).

I denne evalueringen dreier det seg om virksomheter som i ulik grad har de rusforebyggende målsettingene som eksplisitte begrunnelser for sin virksomhet. På NSRM- og organisasjonsnivå er nok de rusforebyggende målsettingene nokså eksplisitt formulerte, men dette varierer svært mye på enkeltvirksomhetsnivå. Vi har dermed vært i en situasjon der det er vi som evaluatorene og oppdragsgiverne i NSRM og de fire organisasjonene som har måttet formulere en felles forståelse av hvordan tilbudene og aktivitetene i virksomhetene kan tenkes å ha rusforebyggende effekter.

Det første settet av problemstillinger har gått på hvilke **direkte** effekter aktivitetene og tilbudene i virksomhetene innenfor NSRM kan tenkes å ha i forhold til alkoholvaner. Utgangspunktet er data om holdninger og vaner i forhold til bruk av alkohol blant ulike referansegrupper.

Den første problemstillingen for evalueringen har vært i hvilken grad virksomhetene innen NSRM har noen direkte effekter på holdninger og vaner i forhold til alkoholbruk blant unge medlemmer, frivillige og deltakere i ulike tilbud og aktiviteter?

I forhold til evalueringen er ungdom den mest sentrale målgruppen, slik NSRM selv oppfatter det. Evalueringen har tatt utgangspunkt i målsettinger om utsatt debut og i graden av restriktive holdninger og verdier knyttet til bruk av alkohol.

Men gjennom å tilby alkoholfrie overnattings- og forsamlingssteder og alkoholfrie arrangement, kan det også tenkes andre kriterier for evaluering av virksomhetenes innvirkning på verdier, holdninger og vaner i forhold til bruk av alkohol.

Fra andre undersøkelser vet vi at hyppig reisevirksomhet korrelerer med et høyt alkoholforbruk (se for eksempel Nesvåg & Lie 2004, om arbeidsreiser). *I forhold til reisende som ellers er brukere av alkohol, har vi derfor spurt om i hvilken grad det alkoholfrie tilbudet om overnattings eller forsamlingslokaler bidrar til at disse reduserer sin alkoholbruk i forbindelse med sin fritids- eller arbeidsreisevirksomhet.*

Mer spesifikt kan vi også se på målgrupper for virksomhetene som ikke er brukere av alkohol i det hele tatt. En alkoholfri livsstil krever en bevisst holdning til egne verdier og vaner, i et samfunn der alkohol ellers er blitt stadig mer vanlig. *Vi har derfor stilt spørsmålet om i hvilken grad virksomhetene innen NSRM, gjennom sine tilbud og aktiviteter, bidrar til å kunne opprettholde eller lette ønsket om en alkoholfri livsstil blant totalavholdne medlemmer, frivillige, kunder og deltakere.*

Rusforebyggende arbeid passer ikke helt som betegnelse på tilbud med et eksplisitt eller implisitt mål om å støtte kunder som ønsker et redusert alkoholforbruk i forbindelse med sin reisevirksomhet, eller medlemmer, frivillige, kunder og deltakere som ønsker å opprettholde en alkoholfri livsstil. Vi har derfor heller kalt dette for et underbyggende arbeid, det vil si tilbud og aktiviteter som bidrar til å underbygge og forsterke verdier og holdninger om mer restriktive alkoholvaner enn det vi ellers finner i vårt samfunn.

Felles for disse problemstillingene om hvordan tilbud og aktiviteter kan tenkes å påvirke atferd, er imidlertid en instrumentell forståelse av hvordan enkeltindivider kan påvirkes. Vi har derfor funnet behov for utfordre en slik forståelse, for dermed både å kunne problematisere hvilke muligheter det er for å påvirke enkeltindividers handlingsvalg, og for å utvide vår forståelse av hvordan virksomhetene innen NSRM kan tenkes å ha en innflytelse på kontekstuelle faktorer som virker inn på slike handlingsvalg.

Begrepet ”health promotion” eller helsefremmende arbeid, tar utgangspunkt i en forståelse av hvordan enkeltindivider fortolker og forhandler om makt og mening i et stadig samspill med betydningsfulle andre, innenfor en videre sosial og kulturell kontekst. Helsefremmende arbeid defineres som ”prosessen å gjøre den enkelte så vel som fellesskapet i stand til å vinne kontroll over faktorer som virker inn på helsen for dermed å forbedre sin helse” (Elvbakken, Fjær et al. 1994). Ut fra en slik definisjon legges det både vekt på utvikling av en helsefremmende politikk på alle samfunnsområder, skape helsefremmende lokalsamfunn og sosiale miljø, og utvikle personlige ferdigheter.

I forhold til rusforebyggende arbeid vil en helsefremmende strategi være preget av tilbud og tiltak som er preget av ressursorientering, dialog, samhandling og refleksjon. Det vil være strategier som setter alkoholbruken inn i en kulturell og samfunnsmessig sammenheng og som i mindre grad er preget av tiltak som spesifikt er rettet mot å endre individuelle alkoholvaner. Det vil være en strategi som snarere bidrar til å skape ytre materielle, sosiale og kulturelle rammer der enkeltpersoner kan utvikle seg og ta valg innenfor en samværskultur, der alkohol spiller en mindre eller helt fraværende rolle.

Ut fra et slikt perspektiv har vi tenkt oss at tilbud og aktiviteter i NSRM-virksomhetene kan ha flere effekter og funksjoner. Som for de mer direkte mulige effektene i forhold til alkoholvaner, har vi igjen tatt utgangspunkt i en relativt generell problemstilling og spurt: *I hvilken grad bidrar tilbud og aktiviteter, og de lokale organisasjonene i seg selv, til å påvirke rusmiddelkulturen i lokalsamfunn eller i sosiale og kulturell nettverk, gjennom å være synlige og aktive sosiale og kulturelle arenaer og fellesskap?*

Den samme problemstillingen har vi også formulert overfor mindre og tettere fellesskap og nettverk. Igjen synes ungdomsfellesskap å være en særskilt viktig målgruppe. Men vi har også sett på fellesskap og nettverk av personer og organisasjoner som framstår med mer restriktive og sub-kulturelle eller mot-kulturelle verdier og vaner i forhold til bruk av alkohol.

I forhold til ungdom har vi også sett spesielt på en problemstilling som dukker opp i forbindelse med organisert reisevirksomhet. *Flere av virksomhetene tilbyr muligheter for overnatting i et alkoholfritt miljø, og vi har stilt spørsmål om i hvilken grad slike tilbud bidrar til å skape trygghet for at barn og unge i mindre grad eksponeres for bruk av alkohol ved slik reisevirksomhet.* Dette kunne selvsagt også utvides til andre grupper som på tilsvarende vis kan ønske seg mindre eller ingen eksponering for alkohol under sine reiseopphold.

Til sammen har disse problemstillingene gitt oss en brei tilnærming til hvordan den omfattende og varierte virksomheten innenfor NSRM kunne evalueres. Men det har

også stiller oss overfor store utfordringer i forhold til hvilke metoder som måtte anvendes for å kunne skaffe fram data som kan besvare disse problemstillingene.

Metoder

Denne forståelsesmodellen måtte få stor innvirkning på det metodiske opplegget for evalueringen. For det første måtte vi ta i bruk et stort mangfold av metoder for å fange mangfoldet av tilbud og aktiviteter i virksomhetene. I evalueringen har vi for det første benyttet spørreskjemaundersøkelser til ulike respondentgrupper, i form av kundeundersøkelser for NoVa og NM hotels og arrangementsundersøkelser for LASS og NL. For det andre har vi gjennomført en undersøkelse med telefonintervju til representanter for organisasjoner som inngår i kundenettverkene til NoVa og NM hotels. Og for det tredje har vi gjort feltarbeid ved å besøke et mindre utvalg virksomheter innen LASS og NL.

Vi har også lagt vekt på at utvalget av virksomheter i de enkelte undersøkelsene skulle være slik at de kunne gi mulighet for det som kalles metodetriangulering. Det betyr at vi har både spørreskjemadata og telefonintervjudata fra 6 virksomheter innen NoVa og NM hotels, og spørreskjemadata og feltarbeidsdata fra syv virksomheter innen LASS og NL. På den måten har vi kunnet øke påliteligheten og gyldigheten av de data som er samlet inn, og for å kunnet foreta en analyse av virksomhetene ut fra ulike empiriske og teoretiske perspektiv.

For det andre har vi måttet anvende et mest mulig helhetlig perspektiv i forhold til hvilken informasjon vi ønsket om tilbudene og aktivitetene i den enkelte virksomhet. Vår forståelsesmodell inkluderer både individnivået, organisasjonsnivået og lokalkonteksten eller nettverkskonteksten for den enkelte virksomheten. Modellen inkluderer dermed faktorer og forhold som virker både direkte og indirekte inn på handlingsvalgene til de enkelte kundene, medlemmene, frivillige og unge og voksne deltakerne, både i forhold til sin generelle relasjon til de aktuelle virksomhetene og mer spesifikt i forhold til sine verdier holdninger og vaner i forhold til bruk av alkohol. Det ville blitt opplevd som irrelevant om vi kun skulle være interessert i informasjon som hadde med alkoholbruk å gjøre. Og det vil vært lite respektfullt om vi ikke var interessert i helheten i den mangfoldige virksomheten innenfor de fire organisasjonene.

Men samtidig har denne brede og helhetlige tilnærmingen stilt oss overfor en stor utfordring når vi skulle forsøke å skille ut de sidene ved virksomheten som kan sies å være mest relevant i forhold til den totale virksomheten og de mangfoldige motivene og målsettingene som driver virksomhetene. I gjennomgangen av de enkelte undersøkelsene har vi valgt å gi ganske helhetlige bilder av tilbudene, aktivitetene og virksomhetene. I sammenfatningen av resultatene i tabellene nedenfor er det imidlertid de mest sentrale indikatorene i forhold til rollen som forebygger, bygger og underbygger, som er tatt med.

Indikatorer	Kundeundersøkelse		Nettverksundersøkelse	
	NoVa	NM hotels	NoVa	NM hotels
RESPONDENTER / ORGANISASJONER	Tilfeldige kunder: 97 svar 35 % er 40 år eller eldre (45 % er 29 år eller yngre) Gruppegjester: 165 svar 45 % er 40 eller eldre (43 % er 29 år eller yngre)	Tilfeldige kunder: 294 svar 88 prosent er 40 år eller eldre (64 % er 60 år eller eldre) Gruppegjester: 438 svar Hotell: 92 % er 40 år eller eldre (5 % er 29 år eller yngre) Leirsted: 36 % er 40 år eller eldre (60 % er 29 år eller yngre)	3 virksomheter i NoVa 13 brukerorganisasjoner	3 virksomheter i NM hotels 15 brukerorganisasjoner
ALKOHOLFORBRUK SISTE 12 MÅNEDER	En andel på 40 % av respondentene har drukket månedlig eller oftere de siste 12 måneder	En andel på 14 % har drukket månedlig eller oftere de siste 12 måneder.		
FORMÅLET MED BESØKET	Respondenter fra undersøkelsen av ”tilfeldige kunder” eller mindre jevnt over de fire aktuelle svarkategoriene (men flest er der sammen med andre personer i forening eller lag) For gruppegjestene er formålet i hovedsak klasse-/skoletur og ”annet”	Over halvparten av gjestene i undersøkelsen for ”tilfeldige kunder” har valgt ”ferie/fritidsreise” som formål for oppholdet (mange er der sammen med familie og/eller venner) For gruppegjestene ved hotell er hovedformålet med oppholdet et livssynsarrangement. Tilsvarende gjelder for gjester ved leirstedene, i tillegg til kurs/seminar.	Variert brukergruppe bestående av mange skoler og idrettsorganisasjoner, men også kommuner, bedrifter og ideelle organisasjoner.	En forholdsvis homogen brukergruppe bestående av stort sett menigheter (ifm konfirmantleire), skoler (leirskole) og andre kristne organisasjoner.
BEGRUNNELSE FOR VALG AV OVERNATTINGSSTED	Overnattingsstedets beliggenhet er det viktigste for gjestene ved vandrerhjemmene, dernest pris. På spørsmål om hvilke faktorer som har påvirket valg av et alkoholfritt overnattingssted sier	De fleste hotellgjestene er svært opptatt av at overnattingsstedet er alkoholfritt, og at det har vært på anbefaling av kjenner og kjente. Leirstedene velger sted ut fra tradisjon og pris.	Det at vandrerhjemmene er alkoholfrie er ikke avgjørende for valg, men betraktes som positivt av noen. Andre brukere ville ha valgt et annet sted med	Beliggenhet og pris er viktig for valg av sted. Beliggenhet dreier seg om avstand fra bosted, og nærhet til attraktive aktivitetssteder. Brukere som reiser med

	omtrent en tredjedel av respondentene seg enige i at de opplever alkoholfrie steder som tryggere og roligere enn steder med alkohol,	Viktige faktorer som valg av et alkoholfritt overnattingssted er tidligere erfaringer fra alkoholfrie overnattingssteder, og at gjestene opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere og roligere enn steder med alkoholserving. Leirstedsgjestene legger spesielt stor vekt på at bruk av alkohol ikke passer med formålet for oppholdet.	alkoholserving dersom prisen er tilnærmet den samme. Ikke alle brukerne er klar over at vandrerhjemmene er alkoholfrie.	ungdom vektlegger betydningen av gode uteområder og avstand til butikker og utesteder Fellesrom/andaktsrom er også viktig for en del av brukerne. Det at stedet er alkoholfritt, er tilnærmet selvsagt for brukerne.
OPPLEVELSE AV OPPHOLDET / KOMME TILBAKE BETALE MER FOR RUSFRITT OVERNATTINGSSTED	Respondentene stiller seg positive til å komme tilbake til det vandrerhjemmet de har overnattet ved. De er imidlertid i liten grad villige til, generelt sett, til å betale mer for alkoholfrie overnattingssteder.	De aller fleste respondentene ønsker å komme tilbake til det aktuelle NM overnattingsstedet. De er også i all hovedsak villige til å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted.	Brukernes erfaringer med vandrerhjemmene er stort sett gode. Ved to av vandrerhjemmene ble det konsumert alkohol.	Svært positive erfaringer med oppholdet. Respondentene fremhever den gode atmosfæren ved minst ett av stedene og at de føler seg svært hjemme. Andre bruker stedet utelukkende pga at det har passende lokaler.
MARKEDSFØRING / KUNDEKONTAKT			Enkelte tiltak gjennom SILO-prosjektet selv om det varierer fra vandrerhjem til vandrerhjem. Det er også en del variasjon i brukergrupper blant vandrerhjemmene. Det er liten kontakt med kunder i etterkant av et opphold.	Lite systematisk og målrettet markedsføring utover det som skjer via NM hotels, selv om det finnes gode tiltak (blant annet utsendelse av eget tidsskrift og videopresentasjon). Det er lite kundekontakt etter opphold, men dette er stort sett heller ikke nødvendig fordi så stor andel av brukerne bestiller igjen fra år til år.

Indikatorer	Arrangementundersøkelse		Feltstudier	
	LASS	NL	LASS	NL
RESPONDENTER / ORGANISASJONER	De fleste frivillige er over 30 år (62 %), 10 % er under 19 år. Av de unge deltakerne er litt over en tredjedel 15 år eller yngre, mens 12 % er over 18 år. Svært mange voksne deltakere er 59 år eller eldre (69 %).	Nær halvparten av de frivillige er over 30 år, mens en tredjedel er under 19 år. Av de unge deltakerne er 79 % 15 år eller yngre (5 % er over 18 år). Nær halvparten av de voksne deltakerne er yngre enn 36 år, mens en andel på 16 % er 59 år eller eldre.	Fire virksomheter i LASS, hvorav tre har nær tilknytning til avholdsbevegelsen IOGT. Den fjerde har sitt utspring i tidligere ungdomsarbeid gjennom metodistkirken. Kringsjås Venner: Hytte åpen for allmennheten. Tilbudet trekker årlig omtrent 30 000 besøkende. IOGT Tromsø, losje. Medlemsmøter og temakvelder åpne for alle. Globus Kafé. Fredagskafé for ungdom under 18 år med mellom 80-100 faste brukere. Solhaug Rusforebyggings-senter har åpent to kvelder i uken, og engasjerer 250 barn og ungdommer i alderen 8-11 år og 12-18 år.	Tre ungdomslag. UL Breidablikk. Nyoppstartet ungdomsklubb som ukentlig trekker 30-50 brukere. UL Rett Leid driver ungdomsklubb for 12 til 18 åringer. Tilbudet trekker ca 20 besøkende ukentlig. Nakkerud UL har barne-diskotek for 3. til 6. klasse, og ungdoms-diskotek for de litt eldre (60-70 besøkende). Alle klubbene styres og drives av ungdommen selv. To av lagene har hjelp av kommunalt ansatt klubbleder i 20 % stilling.
ALKOHOLFORBRUK / ERFARING MED RUSMIDLER	Mer enn halvparten av de frivillige/ledere har ikke drukket i det hele tatt siste 12 måneder. Av de unge oppgir 14 % at de drikker månedlig eller oftere (64 % har ikke drukket). Mellom 12-20 % har prøvd andre rusmidler enn alkohol mer enn 2 ganger. Litt under halvparten ønsker	Omtrent halvparten av de frivillige/ledere drikker mer eller mindre regelmessig. 32 % av de unge deltakerne oppgir at de har drukket månedlig eller oftere (36 % har ikke drukket). Mellom 4-6 % har prøvd andre rusmidler enn alkohol mer enn 2		Ungdomslagene balanserer mellom å drive tydelig rusforebyggende arbeid overfor ungdommene, det å beholde den voksne brukerguppen, og det å tilby et attraktivt

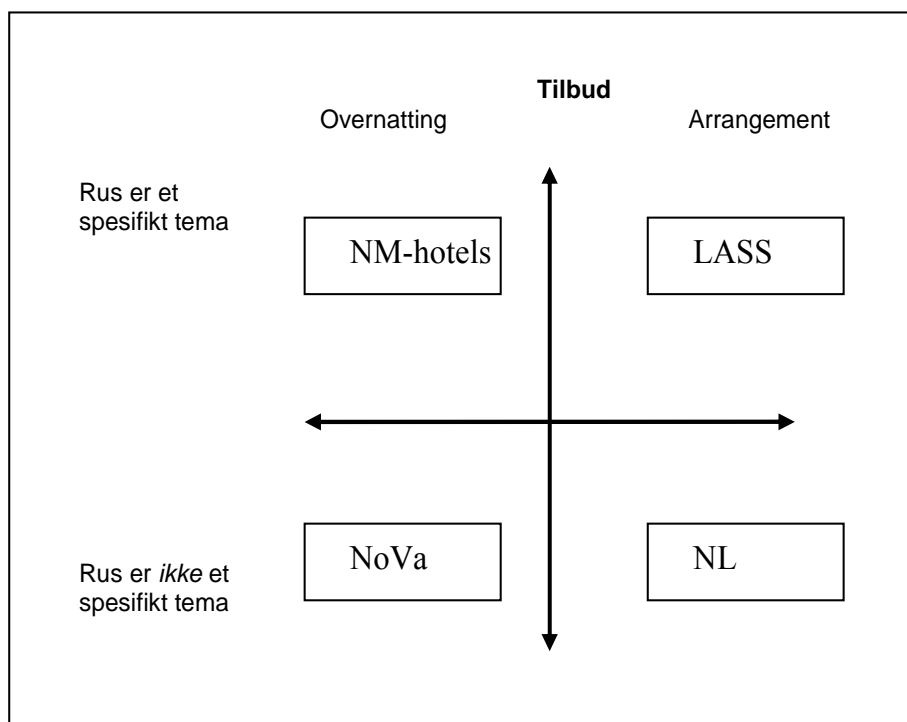
	ikke å ha en livsstil uten bruk av alkohol Omtrent 90 % av de voksne deltakerne har ikke drukket/bare noen få ganger siste 12 måneder.	ganger. 24 % ønsker ikke å ha rusfri livsstil. Voksne: nær 60 % drikker mer eller mindre regelmessig.		utleielokale for private aktører. Dette er en vanskelig balanse, som ikke er problematisert i særlig grad.
ALKOHOLBRUK I FORBINDELSE MED ARRANGEMENTET	Verken de frivillige eller de voksne tror at det forekommer bruk av alkohol ifm det aktuelle arrangementet, men de frivillige tror at noen deltakere vil dra videre til tilstelninger med alkohol etter arrangementet (til sammen 14 %). Ca 20 % av de voksne og 33 % av de unge vil dra videre til tilstelninger med alkohol etter arrangementet. Noen få unge (14 %) har drukket rett før/under arrangementet.	De frivillige/ledere tror ikke det nytes alkohol under arrangementet, men til sammen 20 % tror at noen deltakere vil dra videre til tilstelninger med alkohol etter arrangementet. De unge har ikke drukket alkohol før/under arrangementet, og kun et fåtall vil dra videre til tilstelning med alkohol etterpå. De voksne deltakerne tror det forekommer bruk av alkohol ifm arrangementet (11 %), og litt over 20 % vil dra videre til tilstelninger med alkohol etterpå.	Rusfrie arrangementer. Det ene tilbudet der det reelt sett kan forekomme bruk av alkohol/andre rusmidler er Kafé Globus. Kaféen har inngangsvakt og toaletter og annet kontrolleres regelmessig.	I utgangspunktet rusfrie arrangementer. Det forekommer fra tid til annen at noen forsøker å komme inn på ungdomsklubb/-diskotek med alkohol eller etter å ha konsumert alkohol. Dette skjer imidlertid ikke særlig ofte.
INNHOLD / MÅLGRUPPE	Svært stor variasjon i tilbudene; fra ungdomskafé til IOGT-losjemøter	Fortrinnsvis ungdomsklubb og diskotek. Noen få leikarringtilstelninger, dataspill.	Kringsjås Venner er et kulturverntiltak og potensielt også et sekundærforebyggende tiltak (elever med behov for tilrettelagt undervisning). Kafé Globus er et rusfritt alternativ for ungdom, parallelt i tid med rusholdige arrangement. Brukergruppen er i stor grad innvandrerungdom. IOGT i Tromsø har synkende	

			medlemstall og høy gjennomsnittsalder blant medlemmene. Engasjementet for avholdssaken er overlatt til det personlige initiativ. Solhaug fokuserer på å gi ungdom mestringsopplevelser uten bruk av rusmidler.	
ROLLE I ORGANISASJON-EN	Over halvparten av de frivillige har ubetalte tillitsverv i organisasjonen, mens nær en tredjedel ikke er medlemmer. En tredjedel av de unge er på arrangementet for første gang. Av de voksne deltakerne er de fleste medlemmer eller har tillitsverv i organisasjonen. De fleste har også deltatt flere ganger.	Over halvparten av de frivillige har ubetalte tillitsverv, mens 15 % har betalte tillitsverv/er ansatt i organisasjonen. En andel på 18 % av de unge deltakerne er der for første gang. De fleste voksne deltakerne er ikke medlemmer i organisasjonen som arrangerer tilstelningen, men de fleste har deltatt på arrangementet flere ganger.	Tilbudene drives av noen få ildsjeler som legger ned mye arbeid. Opprettholdelse av tilbud er veldig personavhengig for tre av organisasjonene.	Tilbudene drives av noen få ildsjeler som legger ned mye arbeid.
MOTIVASJON FOR DELTAKELSE	De frivilliges hovedgrunn for å stille på arrangementet er at de ønsker å støtte organisasjonens arbeid (78,4 %), og at de ofte stiller opp på slike arrangement (64,9 %). Nær en fjerdedel følte seg helt eller delvis forpliktet til å stille. Det er flere som er uenige enn enige i utsagnet om at de bare stiller på arrangementer som er alkoholfrie. De unges grunn for deltakelse er at de hadde lyst til å komme (60 %), mens 22 % deltok fordi foreldre/voksne ville de skulle gjøre det. Nær 30 % mener at det er helt eller delvis riktig.	De frivillige/ledere bidrar fordi de ønsker å støtte organisasjonens arbeid (63 %), og de stiller ofte opp på denne typen arrangement (52 %). Det er flere som er uenige enn enige i utsagnet om at de bare stiller som frivillige på arrangementer som er alkoholfrie. Tre fjerdedeler av de unge deltakere stiller på arrangementet fordi de hadde lyst, og mer enn halvparten mener at det er helt eller delvis riktig at det er få andre tilbud i området. De fleste voksne deltar fordi de		Ungdom blir gitt ansvar for å organisere og drive egne tilstelninger, som kan bidra positivt for å opprettholde deltakelse.

	<p>at det er tilfeldig at de kom. Det å treffe nye mennesker er også en viktig grunn for deltakelse.</p> <p>Også de voksne deltar på arrangementet for å støtte organisasjonens arbeid og fordi de ofte stiller på alkoholfrie arrangementer (hhv 59 og 57 %). De føler seg ikke i særlig grad forpliktet til å delta.</p>	<p>ønsker å støtte organisasjonens arbeid (57 %), men samtidig mener til sammen 41 % at det er helt eller delvis riktig at de følte seg forpliktet til å delta.</p>		
HOLDNING TIL RUSFRIE ARRANGEMENT	<p>Så mange som 85 % av de frivillige er helt enig i at arrangement av denne typen virker rusforebyggende for ungdommen i lokalsamfunnet. Ungdommen mener at innholdet er viktigere enn at arrangementet er alkoholfritt. 57 % er helt eller delvis enige at det burde være flere alkoholfrie arrangement.</p> <p>Av de voksne er det til sammen 41 % som mener at alkoholfrie tilstelninger har betydning for eget alkoholforbruk på andre arenaer.</p>	<p>En andel på 38 % av de frivillige er helt enig i at alkoholfrie arrangement virker forebyggende for lokal ungdom. De unge selv legger mer vekt på det innholdsmessige enn at arrangementet er alkoholfritt. Nær $\frac{3}{4}$ mener at det er fint å ha et sted uten drikkepress, og 70 % er helt eller delvis enige i at det burde være flere alkoholfrie arrangement.</p> <p>En andel på 22 % av de voksne er helt eller delvis enige i at alkoholfrie tilstelninger har betydning for eget alkoholforbruk på andre arenaer.</p>		<p>Ungdomslagene bidrar både til å opprettholde den tradisjonelle holdningen til rusmidler i lokalsamfunnene og tar mål av seg til å tilby ungdommene rusfrie alternativer. Dette kan være problematisk, spesielt i tilfeller der ungdom under 18 år er tilstede på tilstelninger der det serveres alkohol.</p>

Forebygging, bygging eller underbygging?

Som vi har sett, er det svært stor variasjon mellom virksomheter og brukergrupper innen de ulike organisasjonene. Samtidig er det også noen klare systematiske forskjeller mellom de ulike organisasjonene. I figuren under har vi plassert de fire organisasjonene inn i en firefeltstabell ut fra to dimensjoner; 1) om virksomhetene primært tilbyr overnatting (med ulike tilbud om aktiviteter i tillegg) eller om de primært tilbyr ulike arrangement i et gitt lokale, og 2) om virksomhetene har rus som et spesifikt tema for sin virksomhet eller om rus ikke er et spesifikt, men heller et mer implisitt og uuttalt tema. Ut fra denne figuren vil vi gi en karakteristikk av de fire organisasjonenes rolle i forhold til rusforebyggende arbeid, med henvisning til de problemstillingene vi i utgangspunktet la til grunn for evalueringen.



Figur 1.1.1. Plassering av organisasjonene i forhold til type tilbud og rus som tema

NM hotels er en kjede av hotell, gjestehus og leirsteder med ulikt omfang av aktivitetstilbud. Mye på grunn av sin kristne ideologi er alkoholfrihet en uttalt verdi for disse virksomhetene. Virksomhetene er integrert i nettverk av organisasjoner med samme grunnleggende ideologi. Stedene er attraktive for mennesker som ønsker alkoholfrie omgivelser når de er på reise alene, og i enda sterkere grad når en reiser sammen med andre. De fleste stedene har også en standard, beliggenhet og pris som gjør dem attraktive også for andre grupper av frivillige organisasjoner, skoleklasser og

konfirmantgrupper. Vår vurdering er at virksomhetene innen NM hotels først og fremst spiller en rolle for mennesker og organisasjoner som ønsker å bygge opp om en alkoholfri samværskultur og en individuell rusfri livsstil. NM hotels driver det vi kunne kalle et ”rusfritt-underbyggende” arbeid. Kombinasjonen av innsatsfaktorer som stor frivillig innsats, pengestøtte fra organisasjonsnettet og ideologisk klarhet, gjør dem til sentrale arenaer for en alternativ rusfri samværskultur og livsstil. Vi er mer i tvil om i hvilken grad de klarer å spille en slik rolle overfor organisasjoner, fellesskap og personer som i utgangspunktet ikke deler en slik ideologi. Representerer de først og fremst en subkultur, snarere enn en motkultur? Det er først og fremst i arbeidet med å komme inn på andre markeder enn ”det kristne organisasjonsmarkedet”, at de kan spille en slik rolle. Det synes her mer å være snakk om et potensial enn en aktuell realitet.

NoVa er organisasjonen for vandrerhjemmene i Norge. Ideologien bak etableringen av ungdomsherberge/vandrerhjem-bevegelsen var først og fremst å skape et billig overnattingstilbud der ungdom fra mange land skulle omgås hverandre og lære hverandre bedre å kjenne. I en norsk tradisjon var alkoholfrihet en selvfølge på steder som ville fremme en byggende samværskultur for ungdom. Innenfor NoVa i dag finner vi virksomheter med alt fra en relativt klar alkoholfri profil til virksomheter som allerede har gitt opp alkoholfrihet som noen målsetting. Kundene deres gjør ikke mer enn å registrere at de ikke får kjøpe alkohol på stedet. Utover det, er det først og fremst prisen og beliggenheten som avgjør valget av overnattingssted. Samtidig gir alkoholfrihet den trygghet for skoleklasser og andre ungdomsgruppe-gjester, som de vandrerhjemmene med den klareste alkoholfrie profilen, best kan garantere. En videre utvikling av SILO-konseptet med en klarere alkoholfri profil som en kvalitet ved produktet, ville kunne styrket vandrerhjemmenes rusforebyggende rolle. Slik det er i dag, blir det for utydelig, men mulighetene for å bli mer tydelige er klart til stede.

Ungdomslagene innenfor NL har en lang og til dels ærerik historie: ”Noregs Ungdomslag ble opprettet som nasjonal enhet over lokalt, kulturelt arbeid. Organisasjonen ble drivkraften bak en rekke nye aktiviteter knyttet til sang, musikk, allmenndanning gjennom folkeakademiene, språkspørsmål og formidling av lokale skikker og kultur” (Dag, Per et al. 2000). I så måte ble ungdomslagene den ”frilynte” motkulturen til den pietistiske kristendomsbevegelsen, med alkoholfriheten felles med flere andre motkulturer. En mindre ærerik del av frilyntheten var at flere ungdomslag også ble eksponenten for en fest-kultur med alkoholbruk som et viktig element og der lokalene var viktigere enn organisasjonene.

Ungdomslagene i dag representerer også en svært stor variasjon i tilbud, aktivitet og i sitt forhold til alkohol. De beste er fremdeles foregangsinstusjoner for lokalt kulturarbeid, der kulturaktivitetene er viktigere enn drikkingen for samværskulturen. De dårligste er enten ikke annet enn et hus i forfall, eventuelt med utleie eller egne fester der den alkoholdominerte festkulturen enda eksisterer. Mange ungdomslag opplever et dilemma mellom det å drive tydelig rusforebyggende arbeid overfor ungdommene, det å beholde den voksne brukergruppen med arrangement der det også drikkes, og det å tilby et attraktivt utleielokale for private aktører. Ungdomslagene er derfor en svært interessant arena for å kunne utvikle en mer bevisst rusmiddelpolitikk for mange frivillige organisasjoner i samme situasjon.

Men barne- og ungdomsarrangementene er viktige rusfrie arenaer i mange lokalsamfunn og ikke minst den gruppen av ungdommer som selv er med og driver disse tilbudene, viser seg ofte å være ungdommer med en bevisst restriktiv holdning til alkohol og andre rusmidler. Ved å gi denne gruppen av ungdom muligheter for å videreutvikle rusrestriktive vaner, fungerer ungdomslagene klart rusforebyggende. Og i den grad disse ungdommene er trendsettere i sine lokalsamfunn, fungerer de også rusforebyggende overfor større ungdomsgrupper. De er dermed en viktig ressurs og motkraft til en ungdomskultur som ellers synes å bli stadig mer rusliberal.

LASS er først og fremst en organisasjon for avholdsbevegelsens mange lokale lag og organisasjoner, med sine lokaler rundt om i landet. I disse lokalene foregår det et meget stort spekter av virksomhet. I evalueringen har vi sett alt fra bygninger som kun fungerer som leieobjekt for annen virksomhet, via møtelokaler for ganske passive og innadvendte organisasjoner, til det mest aktive og innovative rusforebyggende arbeidet innenfor hele NSRM. Det gir derfor liten mening å snakke om LASS-virksomhetene på noe som helst generelt grunnlag. På de beste stedene er det ikke tvil om at tilbud og aktiviteter er av høy kvalitet. Men faktisk synes det som om de har sin beste funksjon i forhold til grupper av ungdom med høy risiko for utvikling av problematiske rusmiddelvaner. Deres rolle bør derfor vurderes i en samlet lokal strategi der flere aktører spiller på lag for å sikre oppvekstmiljøet og utvikler mestringsferdigheter hos ungdom i slike risikogrupper. Flere av de lokale avholdsorganisasjonene disponerer både kapital og lokaler som ofte svært enkelte kan bli viktige ressurser for personer som ønsker å utvikle nye og innovative forebyggende aktiviteter og virksomheter.

I en samlet vurdering av organisasjonene framstår NM hotels som den mest enhetlige organisasjonen. NM hotels spiller en svært viktig underbyggende rolle for deltakerne i det organisasjonsnettverket virksomhetene inngår i. Ut over dette nettverket er denne underbyggende rollen klart mindre betydningsfull. Det ligger både en stor utfordring og mulighet for NM hotels til også å nå en mer utvidet målgruppe.

For de tre andre organisasjonene er det først og fremst variasjonen innen som er slående. Vi finner virksomheter uten noen relevant aktivitet eller aktiviteter med liten eller ingen betydning i forhold til rusforebyggende arbeid. Og vi finner virksomheter med stor betydning. For noen vandrerhjem er betydningen klarest i forhold til å sikre trygge og attraktive alkoholfrie overnattingsmuligheter for barn og voksne på reise, alene eller i grupper. For mange ungdomslag ligger den største betydningen i den alternative samværskulturen som slike lag representerer, der opplevelser og ferdigheter uten bruk av alkohol blir viktige i en samværskultur som ellers er blitt nesten "alkoholavhengig". Og innenfor LASS finner vi noen virksomheter som driver et godt rusforebyggende arbeid overfor ungdom med høy risiko for å utvikle problematiske rusvaner. Felles for de tre organisasjonene er også det store uutnyttede potensiale som finnes for å utvikle betydningsfulle rus-forebyggende og byggende virksomheter.

Innhold

1	INNLEDNING	28
1.1	Leseveiledning	28
1.2	Norsk senter for rusfri miljøutvikling	29
1.3	Landslaget for alkoholfrie serverings- og samlingssteder.....	29
1.4	Norske Lagsbruk	30
1.5	Norske Vandrerhjem	31
1.6	Norske Misjonshotell & Gjestehus	31
2	TEORETISKE PERSPEKTIV OG PROBLEMSTILLINGER	33
2.1	Rusforebyggende arbeid.....	33
2.2	Enkeltindividets agenda	35
2.3	Utfordringene for rusforebyggende tiltak overfor den enkelte	36
2.4	Helsefremmende arbeid.....	37
3	METODE.....	39
3.1	Framgangsmåte	40
3.2	Utvalgene	41
3.3	Spørreskjemaundersøkelser.....	41
3.4	Feltstudier.....	44
3.5	Nettverksundersøkelser	45
4	KUNDEUNDERSØKELSE	47
4.1	Sammendrag resultater	47
4.2	Kundeundersøkelse tilfeldige gjester	50
4.3	Kundeundersøkelse gruppegjester.....	61
5	ARRANGEMENTUNDERSØKELSE	75
5.1	Sammendrag resultater arrangement.....	75
5.2	Arrangementsundersøkelse frivillige/ledere	77
5.3	Arrangementsundersøkelse unge deltakere.....	84
5.4	Arrangementsundersøkelse voksne deltakere	91
6	FELTSTUDIE	97
6.1	Sammendrag resultater	97
6.2	Feltstudie LASS virksomheter	101

6.3	Feltstudie Norske Lagsbruk virksomheter	114
7	NETTVERKSUNDERSØKELSE.....	125
7.1	Sammendrag resultater	125
7.2	Nettverksundersøkelse NM hotels	127
7.3	Nettverksundersøkelse NoVa.....	134
8	OPPSUMMERING OG KONKLUSJONER	141
8.1	Populasjon og mangfold.....	141
8.2	Temaene i datainnsamlingen.....	143
8.3	Oppsummering av de enkelte undersøkelsene	144
8.4	Forebygging, bygging eller underbygging?	147
9	VEDLEGGSTABELLER.....	151
9.1	Kundeundersøkelse tilfeldige kunder.....	151
9.2	Kundeundersøkelse gruppegjester.....	155
9.3	Arrangementsundersøkelse frivillige/ledere	157
9.4	Arrangementundersøkelse unge deltakere	159
9.5	Arrangementsundersøkelse voksne deltakere	162
10	REFERANSER.....	165
	VEDLEGG 1	167
	Veiledning kontaktpersoner.....	
	VEDLEGG 2	
	Infoskriv om undersøkelsen.....	
	VEDLEGG 3	
	Spørreskjema frivillige	
	VEDLEGG 4	
	Spørreskjema unge	
	VEDLEGG 5	
	Spørreskjema voksne.....	
	VEDLEGG 6	
	Kundeundersøkelse gruppe kunder	

VEDLEGG 7

Kundeundersøkelse tilfeldige kunder

Tabeller

Tabell 3.2.4.1. Antall respondenter, feltarbeid og nettverksundersøkelse. Organisasjon	40
Tabell 4.2.1. Fordeling gjester på overnattingssted. Totale tall og prosent.....	51
Tabell 4.2.2. Aldersfordeling på overnattingsstedene. Prosent	52
Tabell 4.2.3. Reisefølge*. Prosent	52
Tabell 4.2.4. Bruk av alkohol siste 12 måneder. Prosent	53
Tabell 4.2.5. Hovedformål med oppholdet. Prosent.....	53
Tabell 4.2.6. Begrunnelse for valg av overnattingssted. Prosent	54
Tabell 4.2.7. Alkoholfritt overnattingssted ble valgt fordi...*. Prosent.....	55
Tabell 4.2.8. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere*. Alle. Totale tall og prosent	56
Tabell 4.2.9. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere. Har <i>ikke</i> drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mnd. Totale tall og prosent.....	56
Tabell 4.2.10. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Totale tall og prosent.....	57
Tabell 4.2.11. Opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alle. Totale tall og prosent	57
Tabell 4.2.12. Opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Har <i>ikke</i> drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mnd. Totale tall og prosent.....	58
Tabell 4.2.13. Opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Totale tall og prosent	58
Tabell 4.2.14. Alkoholservering passer ikke med formålet for opphold. Alle. Totale tall og prosent	59
Tabell 4.2.15. Alkoholservering passer ikke med formålet for opphold. Har <i>ikke</i> drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mndr. Totale tall og prosent	59
Tabell 4.2.16. Alkoholservering passer ikke med formålet for opphold. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Totale tall og prosent.....	60
Tabell 4.2.17. Ville valgt alkoholfritt overnattingssted. Alkoholbruk siste 12 mndr. Prosent	61
Tabell 4.3.1. Fordeling på type overnattingssted. Totale tall og prosent	62
Tabell 4.3.2. Aldersgrupper fordelt på overnattingssted. Prosent	63
Tabell 4.3.3. Størrelse på reisefølget, overnattingssted. Prosent.....	63
Tabell 4.3.4. Bruk av alkohol siste 12 mnd. Prosent.....	64

Tabell 4.3.5. Hovedformål med oppholdet. Prosent.....	64
Tabell 4.3.6. Innvirkning på valg av overnattingssted? Prosent.....	65
Tabell 4.3.7. Faktorer som påvirket valg av overnattingssted. Respondenter som har hatt innvirkning på valg av overnattingssted. Prosent.....	65
Tabell 4.3.8. Faktorer som påvirket valg av overnattingssted. Respondenter som <i>ikke</i> har hatt innvirkning på valg av overnattingssted. Prosent.....	66
Tabell 4.3.9. Faktorer som påvirker valget av et alkoholfritt overnattingssted. Prosent	67
Tabell 4.3.10. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder. Prosent.....	67
Tabell 4.3.11. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fordelt på alkoholbruk*. Prosent	68
Tabell 4.3.12. Alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alle. Prosent.....	68
Tabell 4.3.13. Alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alkoholbruk. Alle*. Prosent	70
Tabell 4.3.14. Alkoholbruk og formål med opphold. Alle. Prosent.....	70
Tabell 4.3.15. Alkoholbruk og formål med opphold. Alkoholbruk. Alle*. Prosent.....	72
Tabell 4.3.16. Vil komme tilbake. Alle. Prosent	72
Tabell 4.3.17. Ville valgt et alkoholfritt overnattingssted selv om det kostet mer. Alle. Prosent	72
Tabell 4.3.18. Ville valgt et alkoholfritt overnattingssted selv om det kostet mer. Alle. Alkoholbruk. Prosent.....	73
Tabell 5.2.1. Aldersgrupper fordelt på kjønn. Prosent	78
Tabell 5.2.2. Forhold til organisasjonen fordelt på kjønn. Prosent	78
Tabell 5.2.3. Forhold til organisasjonen fordelt på rolle i arrangementet. Prosent	79
Tabell 5.2.4. Yrkeskategori fordelt på kjønn. Prosent.....	79
Tabell 5.2.5. Deltakelsesfrekvens i 2005. Prosent.....	80
Tabell 5.2.6. Alkoholbruk fordelt på organisasjon. Prosent.....	80
Tabell 5.2.7. Arrangementsbeskrivelse fordelt på målgrupper. Prosent	81
Tabell 5.2.8. Innhold fordelt på aldersgrupper. Prosent	81
Tabell 5.2.9. Motivasjon for deltakelse. Prosent	82
Tabell 5.2.10. Holdning til rusfrie arrangement. Prosent	83
Tabell 5.3.1. Deltakelse organiserte fritidsaktiviteter. Prosent.....	85
Tabell 5.3.2. Deltakelsesfrekvens fordelt på aldergruppene. Prosent	86

Tabell 5.3.3. Alkoholbruk og alder. Totale tall og prosent	86
Tabell 5.3.4. Rusfri livsstil. Totale tall og prosent	87
Tabell 5.3.5. Beskrivelse av arrangementene fordelt på målgruppene. Prosent.....	87
Tabell 5.3.6. Arrangementsinnhold fordelt på aldersgrupper, flere svar mulig. Prosent	88
Tabell 5.3.7. Motivasjon for deltakelse. Prosent	89
Tabell 5.3.8. Holdning til rusfrie arrangement. Prosent	90
Tabell 5.4.1. Aldersfordeling på deltakere fra NL og fra LASS. Totale tall og prosent	91
Tabell 5.4.2. Aldersgruppene fordelt på kjønn. Prosent.....	92
Tabell 5.4.3. Forhold til organisasjonen. Prosent.....	92
Tabell 5.4.4. Deltakelsesfrekvens fordelt på kjønn. Prosent	93
Tabell 5.4.5. Alkoholbruk fordelt på organisasjon. Prosent.....	93
Tabell 5.4.6. Innholdet i arrangementet fordelt på aldersgrupper*. Prosent	94
Tabell 5.4.7. Grunn for deltakelse på arrangementet. Prosent	94
Tabell 5.4.8. Holdninger til rusfrie arrangement. Prosent.....	95
Tabell 5.4.9. Frekvensfordeling for eget alkoholforbruk og holdning til rusfrie arrangement. Prosent	96
Tabell 9.1.1. Geografisk plassering av overnattingsstedene. Prosent	151
Tabell 9.1.2. Bruk av alkohol siste 12 måneder. Prosent	151
Tabell 9.1.3. Bruk av alkohol siste 12 måneder, kjønn. Prosent	152
Tabell 9.1.4. Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alle. Totale tall og prosent	152
Tabell 9.1.5. Valg av alkoholfritt overnattingssted fremfor ... Alle. Totale tall og prosent	152
Tabell 9.1.6. Valg av overnattingssted. Ikke drukket/sjelden. Totale tall og prosent ..	153
Tabell 9.1.7. Valg av overnattingssted. Har drukket. Totale tall og prosent.....	153
Tabell 9.1.8. Komme tilbake til overnattingsstedet. Alle. Totale tall og prosent.....	153
Tabell 9.1.9. Komme tilbake til overnattingsstedet. Har <i>ikke</i> drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mnd. Prosent	154
Tabell 9.1.10. Komme tilbake til overnattingsstedet. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Prosent	154
Tabell 9.1.11. Svarfrekvenser på spørsmål 6.1-6.6	154
Tabell 9.2.1. Geografisk plassering av overnattingsstedene. Prosent	155

Tabell 9.2.2. Bruk av alkohol siste 12 mnd. Prosent.....	155
Tabell 9.2.3. Hovedformål fordelt på aldersgruppe*. Prosent.....	155
Tabell 9.2.4. Svarfrekvenser på spm 7.1-7.6.....	156
Tabell 9.2.5. Hovedformål fordelt på aldersgruppe*. Prosent.....	156
Tabell 9.3.1. Grunn for deltakelse. Alle. Prosent.....	157
Tabell 9.3.2. Alder fordelt på organisasjon. Prosent.....	157
Tabell 9.3.3. Holdning til alkoholfrie arrangementer. Alle. Prosent.....	158
Tabell 9.3.4. Rolle i organisasjonen. Alle. Prosent.....	158
Tabell 9.4.1. Aldersfordeling organisasjon. Prosent.....	159
Tabell 9.4.2. Alkoholbruk. Prosent.....	159
Tabell 9.4.3. Har du noen gang prøvd følgende rusmidler? Alle. Prosent.....	159
Tabell 9.4.4. Rusfri livsstil. Alle. Prosent.....	160
Tabell 9.4.5 Sammenhenger mellom motivasjon og arrangementserfaring, Pearsons Correlation.....	160
Tabell 9.4.6. Antall ganger deltatt på arrangement. Alle. Prosent.....	160
Tabell 9.4.7. Motivasjon for deltakelse. Alle. Prosent.....	161
Tabell 9.4.8. Holdning til alkoholfrie arrangement. Alle. Prosent.....	161
Tabell 9.4.9. Sammenhenger mellom holdninger og erfaring og alder, Pearsons r.....	162
Tabell 9.4.10. Sammenheng mellom eget forbruk og holdninger til rusfrie arrangement.....	162
Tabell 9.5.1. Aldersfordeling. Prosent.....	162
Tabell 9.5.2. Rolle i organisasjonen. Alle. Prosent.....	163
Tabell 9.5.3. Antall ganger deltatt på arrangement. Alle. Prosent.....	163
Tabell 9.5.4. Motivasjon for deltakelse. Alle. Prosent.....	163
Tabell 9.5.5. Holdning til alkoholfrie arrangement. Alle. Prosent.....	164

Figurer

Figur 1.1.1. Plassering av organisasjonene i forhold til type tilbud og rus som tema....	15
Figur 2.4.1. Oversikt over ulike undersøkelsesnivå	39
Figur 4.2.1. Aldersgrupper fordelt på kjønn. Prosent.....	51
Figur 4.3.1. Aldersgrupper fordelt på kjønn. Prosent.....	62
Figur 5.3.1. Fordeling av aldersgrupper i utvalget i forhold til kjønn. Prosent.....	84
Figur 6.2.1. Solhaug rusforebyggingscenter	104
Figur 6.2.2. Kafe Globus	108
Figur 6.2.3. IOGT Tromsø.....	112
Figur 6.3.1. UL Rett Leid	115
Figur 6.3.2. UL Breidablikk	118
Figur 6.3.3. Nakkerud UL	121
Figur 8.4.1. Plassering av organisasjonene i forhold til type tilbud og rus som tema..	148

1 Innledning

Undersøkelsen er en oppfølging og videreutvikling av et forprosjekt gjennomført ved RF-Rogalandforskning (RF) høsten 2004-våren 2005 (Rapport RF-2005/097). Målsettingen med forprosjektet var å prøve ut metoder for innsamling av data vedrørende virkningene av rusforebyggende tiltak primært basert på frivillig arbeid. Forprosjektet viste med all tydelighet hvilke utfordringer forskningen står overfor i forbindelse med avdekking av årsaker til endringer i bruk av alkohol i befolkningen¹, eventuelt videreføring av allerede eksisterende måtehold/avhold. Den primære målgruppen i både forprosjektet, og i hovedprosjektet som denne rapporten er et resultat av, er ungdom i alderen 12-17 år. Det er sekundært også samlet inn data fra voksne personer over 18 år, og som har oppsøkt alkoholfrie samlings- og overnattingssteder innen nettverket til Norsk senter for rusfri miljøutvikling (NSRM).

Arbeidet er gjort i samarbeid med NSRM, som er en paraplyorganisasjon for Norske Lagsbruk, Norske Vandrerhjem, Norske Misjonshotell & Gjestehus, og Landslaget for alkoholfrie serverings- og samlingssteder (LASS).

1.1 Leseveiledning

Rapporten omfatter i utgangspunktet sju uavhengige undersøkelser, fem forskjellige spørreskjemaundersøkelser, en feltstudie og en nettverksundersøkelse. For å gjøre resultatene og dermed grunnlaget for konklusjonene lettere tilgjengelig for leserne, har vi laget sammendrag for hver av undersøkelsene. Disse sammendragene finner leseren i begynnelsen av hvert resultatkapittel (se tabellen under). For de som bare ønsker hovedkonklusjonene, anbefales det at man går direkte til kapittel 8, side 141.

Type undersøkelse	Spørreskjemaundersøkelse	Nettverksundersøkelse	Feltbesøk	Sammendrag
NM hotels	Kap. 4	Kap. 7		Side 47, 125
Norske Vandrerhjem	Kap. 4	Kap. 7		Side 47, 125
LASS	Kap. 5		Kap. 6	Side 75, 97
Norske Lagsbruk	Kap. 5		Kap. 6	Side 75, 97

¹ Se også Befring og Allred 2005.

1.2 Norsk senter for rusfri miljøutvikling

Norsk senter for rusfri miljøutvikling (NSRM) er en interesseorganisasjon bestående av fire medlemsorganisasjoner. Disse fire, Norske Vandrerhjem, Norske Misjonshotell & Gjestehus, Landslaget for alkoholfrie samlings- og serveringssteder og Norske Lagsbruk, har igjen til sammen ca 600 medlemsbedrifter.

NSRM arbeider for at de ca 600 medlemsvirksomhetene skal framstå som attraktive i konkurranse med steder der det serveres alkohol. Visjonen er at alkoholfrie miljøer skal få samme naturlige plass i folks bevissthet som valg av røykfrie miljøer, og at et variert tilbud av alkoholfrie drikke skal være en naturlig del av ethvert serveringsmiljø. NSRM ønsker å være den beste interesseorganisasjonen for rusfrie samlingssteder ved å fremme virksomhetenes ruspolitiske, faglige og økonomiske interesser.

Organisasjonen har som operative mål å bidra til å opprettholde og videreutvikle et bredt spekter av rusfrie overnattingssteder, samlingshus og serveringssteder, bidra til profesjonalisering av medlemsbedriftene for å skape lønnsomhet og vekst og bidra til en bevisstgjøring av det politiske miljø for å oppnå en offensiv holdning til alt som kan styrke den rusfrie samværskulturen (www.nsr.no).

NSRM får driftstilskudd gjennom tilskuddsordningen ”Driftstilskudd til Norsk senter for rusfri miljøutvikling” (kapittel 620 post 70 i statsbudsjettet) som forvaltes av Sosial- og helsedirektoratets. Formålet med tilskuddsordningen er å fremme rusfrihet og videreutvikle rusfrie miljøtilbud spesielt for ungdom (www.legatsiden.no). Tilskuddsordningen er en av tre tilskuddsordninger for rusforebyggende arbeid som forvaltes av direktoratet.

Det er målet om å bidra i det rusforebyggende arbeidet som er grunnlaget for fellesskapet mellom de fire landssammenslutningene i NSRM. I disse sammenslutningene er imidlertid de rusforebyggende målsettingene svært ulikt uttrykt og begrunnet.

1.3 Landslaget for alkoholfrie serverings- og samlingssteder

LASS er en sammenslutning av alkoholfrie restauranter, kafeer, hoteller og samlingslokaler, og består av bedrifter, eiendommer, institusjoner som eies eller drives av Avholdsfolkets Landsråd, eller dets medlemmer. Flere av stedene og tiltakene eies eller drives av organisasjoner tilsluttet ACTIS (Rusfeltets samarbeidsorgan), mens andre igjen drives av lokale organisasjoner eller lag som mener at det er viktig for lokalsamfunnet at det finnes alkoholfrie soner (www.lass.no).

LASS ble stiftet i 1949, da under navnet Landslaget for Alkoholfrie Restauranter (LAR), og markedsfører seg i dag under logoen ”Alkoholritt vertskap”. Hensikten med logoen er å skape et merkenavn som blir oppfattet positivt og som øker interessen for alkoholfrie serverings- og samlingssteder. Organisasjonen har i dag ca 100 medlemmer, og kompetansen LASS tilbyr sine medlemmer er innsyn i og tilgang til offentlige støtteordninger, bistand i planlegging og prosjektutvikling, oppdatering på relevant informasjon, og gjennomføring av kurs og konferanser. Organisasjonen tilbyr også veiledning innen bedrifts- og produktutvikling, markedsføring og personalutvikling.

Landslaget for alkoholfrie serverings- og overnattingssteder (LASS) er den sammenlutningen i NSRM som mest eksplisitt uttrykker rusfrihet som mål og virkemiddel i sin virksomhet. Målsettingen er å skape alkoholfrie tilbud som kan bidra til å redusere alkoholforbruket i Norge, gjennom å være en pådriver for etablering av nye alkoholfrie serverings- og samlingssteder, samt yte bistand til de som allerede driver innenfor rammen av et alkoholfritt vertskap. Det nasjonale målet er ”Et Alkoholfritt Vertskap i hver kommune” (Informasjonsbrosjyre, Melvær & Lien idé-entreprenør).

1.4 Norske Lagsbruk

Norske Lagsbruk (NL) er et samarbeidsorgan for forretningstiltak og lagshus tilknyttet Noregs Ungdomslag og Noregs Mållag, og som bistår ”fylkeslag eller lokallag med eierinteresser eller vedtektsfestet plass i styret” (www.lagsbruk.no). NL ble stiftet i 1979 under navnet Lagsbrukssamskipnaden. ”Lagsbruk” er en gammel betegnelse for et økonomisk foretak i regi av et lag eller forening. Administrasjonen er en del av kontorfellesskapet til NSRM i Torggata 1 i Oslo.

NL sin visjon er å være til hjelp i medlemsvirksomhetene sitt arbeid med å skape veldrevne forretningstiltak, samlingssteder og andre økonomiske aktiviteter som skal gi gode arbeidsvilkår, økonomi og status til eierorganisasjonene sitt arbeid for norsk kultur og tradisjon (www.lagsbruk.no). Organisasjonen har som formål ”å hjelpe til med utvikling av samarbeidstiltak mellom medlemsverksemdene. NL skal tilby medlemsverksemdene og deira eigarlag råd og rettleiing i organisatoriske, faglege, økonomiske og juridiske saker” (§2 i vedtektene), og har i dag ca 12 medlemmer, hvorav Noregs Ungdomslag (NU) og Noregs Mållag (NM) utgjør de to største. Medlemskapet i NU er en kollektiv tilknytning for alle lokallag i organisasjonen som eier eller driver et forsamlingshus (Årsmelding for 2003). Til sammen utgjør dette ca 300 av NUs til sammen vel 470 ungdomslag.

Noregs Ungdomslag definerer seg fullt og helt som en kulturorganisasjon som skal bidra til å utvikle tradisjonelle og nye folkelige kulturytringer. De har nylig hatt en omfattende debatt om hvilke målsettinger de skal ha i forhold til alkoholbruk og rusforebyggende arbeid, og det er en kjent sak at praksis i forhold til alkoholbruk og målsettinger om rusforebygging, varierer veldig fra lag til lag. På landsmøtet 2004 ble vedtektene i NU endret slik at de lokale lagene har fått større spillerom i forhold til disse spørsmålene: Stridens kjerne på landsmøtet i 2004, § 13², ble altså endret fra å gjelde arrangement i regi av alle lokale ungdomslag, til bare å gjelde NU sentralt.

2 Ordlyden i § 13 er nå at ”Noregs Ungdomslag skal arbeide aktivt for å skape ein attraktiv, rusfri samværskultur. Alle tilskipingar på sentralt plan skal vere rusfrie.”

1.5 Norske Vandrerhjem

Norske Vandrerhjem (NoVa - tidligere Norske Ungdomsherberger) ble opprettet i 1930. Organisasjonen er det norske leddet i den internasjonale bevegelsen International Youth Hostel Federation (IYHF). For NoVa er det at tilbudet skal være alkoholfritt, sett på som en kvalitet ved selve tilbudet. Særlig gjelder det tilbudet til frivillige organisasjoner og lag. Dette ser organisasjonen også i sammenheng med den fellesskapskulturen de ønsker skal prege vandrerhjemmene. Det at tilbudet er rusfritt, går imidlertid ikke eksplisitt frem av presentasjonen av tilbudet overfor kundene. Dette er noe gjestene vet eller erfarer når de kommer. Det er bare kvaliteten på tilbudet og miljøet, og tryggheten for både voksne og barn som eksplisitt blir markedsført.

NoVa har som formål å ”tilby rimelig overnatting og aktiviteter til medlemmer fra inn- og utland for å skape opplevelser og mellommenneskelig kontakt, og forståelse for egen og andres kultur og miljø. Organisasjonen skal ellers være politisk og religiøst nøytral, og representere et rusfritt innkvarteringstilbud”. Organisasjonen bygger på personlige medlemskap, som gir fordeler i form av medlemspris på overnatting, rabatter ved leie av bil, kjøp av medlemskap i Syklistenes Landsforbund og elektronisk medlemsblad tre ganger i året (www.vandrerhjem.no).

NoVa er inndelt i tre regioner. Landskontoret er det administrative og utførende organ i NoVa, og driver blant annet markedsføring for vandrerhjemmene og salg av medlemskap. Hovedkontoret ligger i Oslo og har fem ansatte. Landsmøtet er organisasjonens øverste myndighet.

I 2002 startet NoVa ”SILO-prosjektet” (Skole, Idrett, Lag og Organisasjon). Prosjektet har som mål å øke andelen gjester ved vandrerhjemmene utenom sesong, og har gått spesifikt ut mot barn og unge i skole, idrett og andre organisasjoner. Som et ledd i prosjektet har det blitt utviklet tilbud spesielt rettet mot denne gruppen, og det er per 2005 ca 14 vandrerhjemmene som har slike produkter å tilby.

1.6 Norske Misjonshotell & Gjestehus

Norske Misjonshotell & Gjestehus (NM hotels) er en paraplyorganisasjon for overnattings- og serveringssteder som er drevet av kristne organisasjoner (www.nm-hotels.no). Organisasjonen legger vekt på mye av de samme kvalitetene ved tilbudet sitt som NoVa gjør. De konkurrerer nok også mer med de samme komfort- og utstyrs-kvalitetene som andre hotellkjeder markedsfører seg med, men vil utmerke seg ved å være ”litt utenom det vanlige”. De presenterer seg da også med en eksplisitt uttalelse om rusfritthet: ”Vi ønsker at gjestene våre skal få oppleve gjestfrihet fra hjertet i et rusfritt miljø.”

NM hotels har som formål å ”gjennom sitt servicekontor, nettverk og samarbeidspartnere støtte medlemsbedriftenes eiere og ledere personlig, faglig og forretningsmessig”. Medlemskap kan søkes av overnattings- og serveringsbedrifter som drives etter kristne verdier, har et åndelig tilbud til gjester og medarbeidere og tilbyr et alkoholfritt miljø.

Per 2006 har NM hotels 63 medlemsvirksomheter fordelt på hoteller, gjestehus, leirsteder og retreatsteder. Organisasjonen ved sitt servicekontor har hovedkontor i Oslo, hvor det er to årsverk. NM hotels tilbyr sine medlemsvirksomheter et faglig og sosialt nettverk, hjelp med produktutvikling, markedsføring og profilering, i tillegg til opplæring og rekruttering av ledere og medarbeidere.

2 Teoretiske perspektiv og problemstillinger

2.1 Rusforebyggende arbeid

I forebyggingslitteraturen finner en som regel omfattende gjennomganger og definisjoner av ulike forebyggingsbegrep. I en gjennomgang av denne litteraturen (Hauge 1999) slås det imidlertid fast at det ikke finnes en bestemt og entydig definisjon av forebyggingsbegrepet. Denne rapporten er ikke anledningen for noen omfattende teoretisk drøfting av hva vi skal legge i forebyggingsbegrepet. Men det er nødvendig å gjøre kort rede for det teoretiske utgangspunktet for evalueringen, for på den måten å begrunne de hypotesene vi har lagt til grunn når vi skal vurdere den omfattende og varierte virksomheten innenfor NSRM-paraplyen.

Om en tenker ”bokstavelig” om begrepet forebygging, må det dreie seg om noe uønsket som skal forhindres. Satt sammen med ordet ”rus” blir dette fort komplisert. Begrep som rusforebygging og rusmiddelforebygging kan nok lede oss inn på hvilket felt av det forebyggende arbeidet vi snakker om, men særlig avklarende er ikke begrepene.

Vi går ut fra at det ikke er ”rus” som er det uønskede i seg selv, og ikke nødvendigvis heller ”rusmidlene”. Slik vi forstår begrepet, er det skadevirkninger av bruk av rusmidler som er det uønskede. Slike skadevirkninger er først og fremst av helsemessig og sosial karakter. De kan både være et resultat av det som betegnes som misbruk og avhengighet, og av enkeltepisoder av rusmiddelbruk blant brukere som ellers ikke betegnes som misbrukere eller avhengige. På den annen side vil den som bruker et rusmiddel på en bestemt måte, ha mer eller mindre bevisste forestillinger om hvilke opplevelser av gevinster som rusmiddelbruken gir.

Diskusjoner om hvilke rusmiddelvaner forebygging skal ha som mål, er slik sett mer et spørsmål om ønskelige og effektive virkemidler, enn om egentlige mål. Vanlige mål som ingen bruk av illegale rusmidler, utsatt debut blant unge, redusert totalforbruk blant enkeltgrupper eller i hele befolkningen, redusert bruk eller ingen bruk i enkelte situasjoner, eller totalavhold, bygger alle på vitenskapelige og/eller folkelige teorier om hvilke rusmiddelvaner som er ønskelige ut fra opplevde gevinster og som kan virke mest forebyggende i forhold til risikoen for ulike skadevirkninger.

Selv de tiltak som sies å være mest konkrete og spesifikke i forhold til å skulle hindre skadevirkninger av rusmiddelbruk, vil ofte ha endringer i vaner som uttalt mål. Målsettingene om endringer i vaner gis så legitimitet ut fra hvilken kunnskap man mener å ha om sammenhengene mellom vaner og risiko for skadevirkninger. Der vitenskapelige og folkelige teorier overlapper i synet på slike sammenhenger, vil det ofte også være stor enighet og legitimitet om målene; for eksempel totalavhold i forhold til all bruk av illegale rusmidler.

I forhold til virksomhetene innenfor de fire organisasjonene tilsluttet NSRM, er det nesten utelukkende bruk av alkohol som er det relevante rusmiddelet, og da er det

vanskeligere å definere klare og legitime målsettinger om hvilke vaner som er ønskelige og mest effektive i forhold til risikoen for skadevirkninger. Mellom de fire medlemsorganisasjonene i NSRM og de mange virksomhetene innen disse organisasjonene igjen, er det ulike syn på hvilke målsettinger en ønsker for bruken av alkohol og hvilke syn en har på sammenhengene mellom vaner og skaderisiko. I noen virksomheter er det klare målsettinger om totalt avhold fra alkoholbruk, i andre er det mer liberale eller uklare målsettinger. Overfor ungdom vil de fleste virksomheter kunne enes om at alkoholdebut bør utsettes lengst mulig, men uten at dette nødvendigvis er en spesifikk og uttalt målsetting med tilbudet eller aktiviteten.

Med et slikt utgangspunkt er det vanskelig å formulere et felles kriterium for å evaluere hvilke direkte effekter aktivitetene og tilbudene i virksomhetene innenfor NSRM kan tenkes å ha i forhold til alkoholvaner. I stedet har vi måttet formulere ulike kriterier for evaluering av vaner. Utgangspunktet er data om holdninger og vaner i forhold til bruk av alkohol blant ulike referansegrupper.

Den første problemstillingen for evalueringen er i hvilken grad virksomhetene innen NSRM har noen direkte effekter på holdninger og vaner i forhold til alkoholbruk blant unge medlemmer, frivillige og deltakere i ulike tilbud og aktiviteter?

I forhold til evalueringen er ungdom den mest sentrale målgruppen, slik NSRM selv oppfatter det. Evalueringen kan her ta utgangspunkt i målsettinger om utsatt debut og i graden av restriktive holdninger og verdier knyttet til bruk av alkohol.

Men gjennom å tilby alkoholfrie overnattings- og forsamlingssteder og alkoholfrie arrangement, kan det også tenkes andre kriterier for evaluering av virksomhetenes innvirkning på verdier, holdninger og vaner i forhold til bruk av alkohol.

Fra andre undersøkelser vet vi at hyppig reisevirksomhet korrelerer med et høyt alkoholforbruk (se for eksempel (Nesvåg and Lie 2004) om arbeidsreiser). *I forhold til reisende som ellers er brukere av alkohol, kan vi derfor spørre om i hvilken grad det alkoholfrie tilbudet om overnattings eller forsamlingslokaler bidrar til at disse reduserer sin alkoholbruk i forbindelse med sin fritids- eller arbeidsreisevirksomhet.*

Mer spesifikt kan vi også se på målgrupper for virksomhetene som ikke er brukere av alkohol i det hele tatt. En alkoholfri livsstil krever en bevisst holdning til egne verdier og vaner, i et samfunn der alkohol ellers er blitt stadig mer vanlig. *Vi kan derfor stille spørsmålet om i hvilken grad virksomhetene innen NSRM, gjennom sine tilbud og aktiviteter, bidrar til å kunne opprettholde eller lette ønsket om en alkoholfri livsstil blant totalavholdne medlemmer, frivillige, kunder og deltakere.*

Rusforebyggende arbeid passer ikke helt som betegnelse på tilbud med et eksplisitt eller implisitt mål om å støtte kunder som ønsker et redusert alkoholforbruk i forbindelse med sin reisevirksomhet, eller medlemmer, frivillige, kunder og deltakere som ønsker å opprettholde en alkoholfri livsstil. Vi mener ”underbyggende arbeid”, det vil si tilbud og aktiviteter som bidrar til å underbygge og forsterke verdier og holdninger om mer restriktive alkoholvaner enn det vi ellers finner i vårt samfunn, kan være et dekkende begrep.

Felles for disse problemstillingene om hvordan tilbud og aktiviteter kan tenkes å påvirke atferd, er imidlertid en instrumentell forståelse av hvordan enkeltindivider kan påvirkes. Vi finner behov for å utfordre en slik forståelse, for dermed både å kunne problematisere hvilke muligheter det er for å påvirke enkeltindividets handlingsvalg, og for å utvide vår forståelse av hvordan virksomhetene innen NSRM kan tenkes å ha en innflytelse på kontekstuelle faktorer som virker inn på slike handlingsvalg.

2.2 Enkeltindividets agenda

Alle mennesker har sine egne ønsker og ambisjoner for sine liv. Dette er en drivkraft man må ha en noenlunde realistisk holdning til når man tar sikte på å endre eller styre enkeltindividets holdninger og adferd (Nesvåg, S.M, i "Dit høna sparker", informasjonsavis fra Østnorsk kompetansesenter 2005, Rusforebyggende arbeid – i hvilken retning?)

For det første kan man relativt sikkert si at hovedtrekkene i et menneskes handlings- og tankemønster, trolig er lagt fast vel innen man når tenårene (Freud, Ericksen m fl, I Pervin and John 1997). Det finnes også forskning som viser til medfødte personlighetstrekk (Smith and Ulvund 1991). Man kan dermed på mange måter si at livet mer eller mindre består av modereringer og forbedringer av egen adferd for å nå opplevde målsettinger, kortsiktige som langsiktige.

For det andre er det forskning som antyder at det rett og slett ikke eksisterer biologiske mekanismer i mennesket som har evnen til å lagre kunnskap (Stacey 2001), men at dette er noe som kontinuerlig må fortolkes og reforhandles i møte med den/de signifikante andre (Løgstrup, K.E, I Lévinas 1996; Nortvedt, Bauman et al. 1996; Løgstrup, K.E, I Hauge 1999). Man kan snakke om en dynamisk hukommelse, men ikke en statisk datamaskinmetaforisk hukommelse. Det å være menneske er kontinuerlig å konstruere og rekonstruere sin identitet, og sin oppfatning av verden gjennom å forhandle om mening og makt (Mead 1962; Berger and Luckmann 1966).

Som veiledende i disse møtene med den/de signifikante andre, er det videre slik at jo mer avklart, eller fraværende, maktperspektivet i den kommunikative interaksjonen er, jo mer konstruktiv og meningsbærende vil kommunikasjonen være (Habermas 1984). Det er ikke mulig å konstruere/rekonstruere sin identitet alene. Det er noe som må gjøres i møte med flere, eller minst to (Wittgenstein 1997). Mennesket er således helt avhengig av denne kollektive korrigeringen/forhandlingen for å kunne fungere i samfunnet.

Det sentrale i en "herredømmefri diskurs" (jfr. Habermas) vil videre være anerkjennelsen av at mennesket tenker bakover i tid, men handler framover (Hegel and Østerberg 1999), og slik sett alltid vil søke å tolke og forhandle om nye opplevelser/erfaringer ut fra kontinuerlige fortolkninger av tidligere opplevelser/erfaringer (Piaget, mfl, I Pervin and John 1997). Vi er avhengige av å drive en kontinuerlig reforhandling også av våre tidligere erfaringer, eventuelt vår forståelse av andres erfaringer (vikarierende læring).

I forhold til holdningskampanjer eller lignende direkte tilnærminger til primærforebyggende tiltak, er det altså vanskelig å nå fram med budskap som ikke på noen måte oppleves som relevant, eller avklart, for den/de budskapet er myntet på³. Presentasjonen av et budskap, eller overbevisning generelt, er dermed vel så mye et spørsmål om legitimiteten til avsender (Lysgaard 1961), som det er snakk om retorisk og kommunikativ kompetanse hos den som leverer budskapet (Befring and Allred 2005).

Sett i lys av denne teoretiske framstillingen av individets agenda, er det ikke vanskelig å forstå hvorfor for eksempel tradisjonell kateterpreget undervisning, eller patologisk undervisning (Dale 1999), der eleven blir servert ”ferdigtygget” informasjon, har mindre effekt på holdninger til, og bruk av rusmidler, enn for eksempel mer interaktive tilnærminger der elevene aktivt oppdager, og kontrollert erfarer farene med rusmidler, i samspill med medelever og jevnaldrende (NOU 2003:4). I interaktive tiltak er forhandlingspotensialet for den enkelte rett og slett større, og uten at den enkelte selv direkte må erfare negative konsekvenser av rusmidler. Den indirekte erfaringen kan altså fungere nesten like bra som direkte erfaringer, bare opplevelsen er realistisk nok og blir tatt inn som et ledd i individets egen identitetskonstruksjon, og ikke minst om argumentet overlever møtet med den/de signifikante andre.

2.3 Utfordringene for rusforebyggende tiltak overfor den enkelte

De man søker å ha en innvirkning på er med andre ord aktive konstruktører av egen identitet, i en prosess som aldri stopper opp og som stadig møter nye arenaer og nye individer der ens identitet og rolle må reforhandles og rekonstrueres. Det relativt uforutsigbare i dette, ligger i at ”vårt” individ møter andre identitetskonstruktører med samme formål, og som alle søker etter å være litt unik i forhold til de andre, og gjerne litt lik de som lar deg være den du har lyst til å være. Nøkkelordet for konstruktive møtearenaer ligger her i begrepet kontinuerlig tilpasning til den/de signifikante andre.

På bakgrunn av dette kan man si at det å prøve å planlegge endringer i menneskers holdninger i en gitt retning, gjennom forskjellige informasjonskampanjer og lignende, og dermed hoppe bukk over den nødvendige identitetskonstruksjonsprosessen hos den enkelte, ikke bare neglisjerer de signifikante andre på andre forhandlingsarenaer. Det kan også fort bli oppfattet som et autoritært forsøk på å avklare et makt- og meningsforhold som ikke kan avklares. Dette går sikkert helt greit med de aller yngste, men når puberteten setter inn er det en helt annen sak. Det de lokale tiltakene må vie særlig oppmerksomhet, og ha respekt for, er enkeltindividets behov for autonomi.

3 Se også om fornorskingen av den samiske befolkningen i Norge i Darnell, F. and A. Hoem (1996). Taken to extremes : education in the Far North. Oslo, Scandinavian University Press.

En annen utfordring forebyggere står overfor, er det som ofte omtales som ”generasjonskløften”, og kanskje særlig for NL sine medlemmer er dette sentralt. Noregs Ungdomslag, som NL er et tjenesteapparat for, tar jo mål av seg å være en brobygger mellom generasjonene. I sitt essay ”Das problem der generationen” framholder Karl Mannheim (1952) at det er en grunnleggende forskjell mellom generasjoners forståelse av verden, og at det sentrale begrepet her er erfaring. Vi fortolker tilværelsen gjennom erfaring, og våre erfaringer er annerledes ved 16 år enn ved 36 år, eller ved 46 år. 16-åringens fortolkning av verden vil dermed fortone seg annerledes enn 46-åringens fortolkning, og derfor vil 16-åringen oppføre seg annerledes enn 46-åringen. På bakgrunn av dette vil så kommunikasjonen mellom de to generasjonene være anstrengt, og bære preg av en kamp om forståelse/mening og definisjonsmakt, en kamp om hva som er god musikk, kule klær osv (Bjarte Bøe i ”Dit hønå sparker”, 2005).

Voksne, og kanskje også rusfeltet, har i all tid forsøkt å legge tilrette for at de unge skal gjøre seg de riktige erfaringene, men vi har altså ingen garantier for at kommende generasjoner vil adoptere våre holdninger eller våre sosiale institusjoner (Berger and Luckmann 1966). Vi må dermed passe oss for å redusere de unge til gjenstridige motstandere, der løsningen er å innprente sunn fornuft gjennom målrettede, informative og faktapregede opplysningstiltak.

2.4 Helsefremmende arbeid

Begrepet ”health promotion” eller helsefremmende arbeid, tar utgangspunkt i denne forståelsen av hvordan enkeltindivider fortolker og forhandler om makt og mening i et stadig samspill med betydningsfulle andre, innenfor en videre sosial og kulturell kontekst. Helsefremmende arbeid defineres som ”prosessen å gjøre den enkelte så vel som fellesskapet i stand til å vinne kontroll over faktorer som virker inn på helsen for dermed å forbedre sin helse” (Elvbakken, Fjær et al. 1994). Ut fra en slik definisjon legges det både vekt på utvikling av en helsefremmende politikk på alle samfunnsområder, skape helsefremmende lokalsamfunn og sosiale miljø, og utvikle personlige ferdigheter.

I forhold til rusforebyggende arbeid vil en helsefremmende strategi bestå av tilbud og tiltak som er preget av ressursorientering, dialog, samhandling og refleksjon. Det vil være strategier som setter alkoholbruken inn i en kulturell og samfunnsmessig sammenheng og som i mindre grad er preget av tiltak som spesifikt er rettet mot å endre individuelle alkoholvaner (Rønningen 2005). Det vil være en strategi som snarere bidrar til å skape ytre materielle, sosiale og kulturelle rammer der enkeltpersoner kan utvikle seg og ta valg innenfor, enn en samværskultur der alkohol spiller en mindre eller helt fraværende rolle.

Ut fra et slikt perspektiv kan vi tenke oss at tilbud og aktiviteter i NSRM-virksomhetene kan ha flere effekter og funksjoner. Som for de mer direkte mulige effektene i forhold til alkoholvaner, kan vi igjen ta utgangspunkt i en relativt generell problemstilling og spørre: *I hvilken grad bidrar tilbud og aktiviteter, og de lokale organisasjonene i seg*

selv, til å påvirke rusmiddelkulturen i lokalsamfunn eller i sosiale og kulturelle nettverk, gjennom å være synlige og aktive sosiale og kulturelle arenaer og fellesskap?

Den samme problemstillingen kan vi også formulere overfor mindre og tettere fellesskap og nettverk. Igjen synes ungdomsfellesskap å være en særskilt viktig målgruppe. Men vi vil også se på fellesskap og nettverk av personer og organisasjoner som framstår med mer restriktive og subkulturelle eller motkulturelle verdier og vaner i forhold til bruk av alkohol.

I forhold til ungdom vil vi også se spesielt på en problemstilling som dukker opp i forbindelse med organisert reisevirksomhet. *Flere av virksomhetene tilbyr muligheter for overnatting i et alkoholfritt miljø, og vi kan stille spørsmål om i hvilken grad slike tilbud bidrar til å skape trygghet for at barn og unge i mindre grad eksponeres for bruk av alkohol ved slik reisevirksomhet.* Dette kan selvsagt også utvides til andre grupper som på tilsvarende vis kan ønske seg mindre eller ingen eksponering for alkohol under sine reiseopphold.

Til sammen gir disse problemstillingene oss en bred tilnærming til hvordan den omfattende og varierte virksomheten innenfor NSRM kan evalueres. Men det stiller oss også overfor store utfordringer i forhold til hvilke måleindikatorer og metoder som må anvendes for å kunne skaffe fram data som kan besvare disse problemstillingene. Måleindikatorerne i evalueringen har vært:

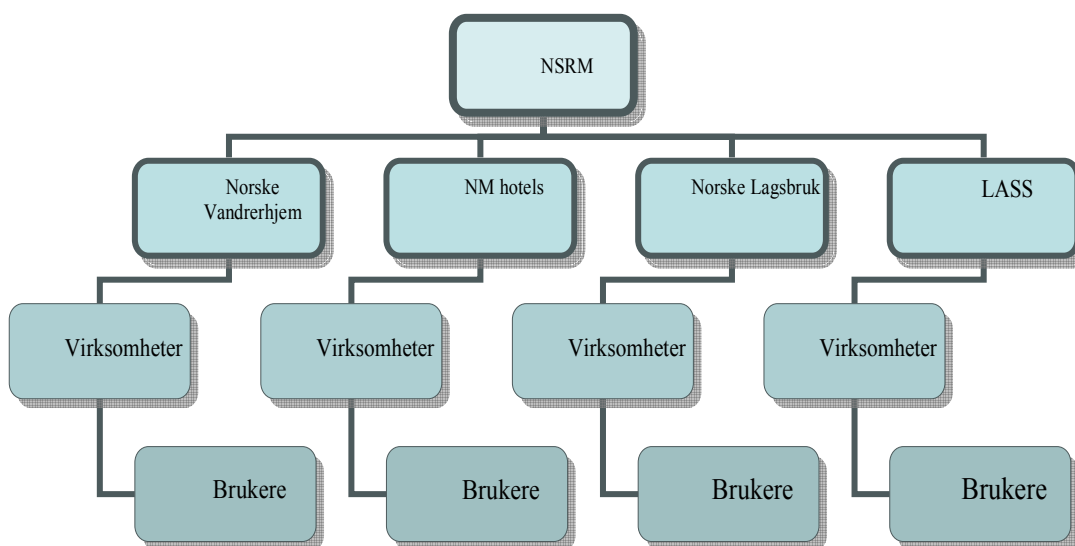
- Egne vaner og holdninger til bruk av alkohol og andre rusmidler
- Opplevde formål med de aktivitetene og tilbudene som respondentene har vært med i eller har benyttet.
- Hvilke målgrupper det har vært for aktivitetene og tilbudene og hvilken rolle respondentene selv har hatt.
- Hvilke begrunnelse, argument eller motivasjon respondentene bruker for å delta i aktivitetene eller bruke tilbudene.
- Hvordan respondentene har opplevd aktivitetene og tilbudene og spesielt hvordan bruk eller ikke bruk av alkohol er relevant i forhold til aktivitetene eller tilbudene.

Med disse indikatorene som utgangspunkt ble det så designet et metodisk opplegg for evalueringen. Dette designet presenteres i neste kapittel.

3 Metode

Et oppdrag med å evaluere virksomheten under NSRM, byr på store metodiske utfordringer. Som vi allerede har gjort rede for, er NSRM en paraplyorganisasjon for fire separate paraplyorganisasjoner. Disse fire organisasjonene har et stort antall medlemsorganisasjoner, som igjen varierer svært mye i forhold til både målsettinger, målgrupper og tilbud. I så måte må dette evalueringsoppdraget mer sees på som et knippe av enkeltevalueringer som forsøkes vurdert samlet, heller enn en stringent evaluering av et tiltak eller en organisasjon.

Dette er også bakgrunnen for at det ble lagt opp til en bred metodisk tilnærming i prosjektet. Det er gjennomført flere separate spørreskjemaundersøkelser til ulike målgrupper (virksomhetsnivå og brukernivå, se figuren under). Videre er det gjennomført feltarbeid med besøk til ulike organisasjoner og deres nærmiljø. Under disse feltarbeidene er det gjort observasjoner av lokaler og virksomheten i disse, og gjennomført en rekke intervju og samtaler med ulike aktører som ledere, brukere og samarbeidspartnere. Til slutt er det gjennomført en intervjuundersøkelse i organisasjonsnettverket (brukernivå) til et utvalg av medlemsvirksomheter som ikke har det nære lokalsamfunnet som sin mest relevante kontekst for sin virksomhet.



Figur 2.4.1. Oversikt over ulike undersøkelsesnivå

Gjennom den brede metodiske tilnærmingen har det også vært et mål å få til en såkalt metodetriangulering, ved at vi har samlet inn data om de samme virksomhetene ved hjelp av både kvantitative og kvalitative metoder. Dette er ment å styrke det datagrunnlaget vi har for den mer overordnede analysen av datamaterialet.

Den største utfordringen i forhold til det metodiske opplegget, har allikevel gått på definering av populasjoner og utvalg, og på logistikken i forhold til utsending/tilbakesending av skjema og få kontakt for feltarbeidsavtaler og avtaler om telefonintervju. Den store variasjonen både mellom og innen de fire paraplyorganisasjonene, har gitt oss noe ulike utfordringer, se spesielt kapittel 3.3.4

Dette er altså en evaluering, eller rettere, et knippe av evalueringer, der det gir liten mening å snakke om utvalgets representativitet i forhold til den totale aktiviteten disse virksomhetene representerer. Både antall gjestedøgn og antall arrangement og arrangementsdeltakere er det vanskelig å angi innenfor en definert undersøkelsesperiode. I stedet vil vår vurdering av datagrunnlaget mer måtte gå på om vi mener at datamaterialet er tilstrekkelig for å vurdere den faktiske variasjonen i målsettinger, målgrupper og tilbud, og om antallet svar i hver kategori er store nok til å gjennomføre forsvarlige statistiske analyser og kvalitative vurderinger. Dette vil bli vurdert i presentasjonen av hver av delundersøkelsene og i den samlede drøftingen til slutt i rapporten.

Tabellen nedenfor gir en oversikt over hvilke undersøkelser som er gjennomført i forhold til hver av organisasjonene og hvor omfattende datagrunnlaget er.

Tabell 3.2.4.1. Antall respondenter, feltarbeid og nettverksundersøkelse. Organisasjon

	NM hotels	NoVa	LASS	NL
Kundeundersøkelse				
Antall tilfeldige kunder	294	97		
Antall gruppegjester	438	165		
Til sammen	= 732	= 262		
Arrangementsundersøkelse				
Antall ledere/frivillige			43	75
Antall unge deltakere			117	310
Antall voksne deltakere			131	74
Til sammen			= 291	= 459
Feltstudier				
Antall virksomheter			4	3
Nettverksundersøkelse				
Antall virksomheter	3	3		
Antall brukerorganisasjoner	15	12		

3.1 Framgangsmåte

Det ble tidlig avgjort at NL, NoVa, LASS og NM hotels, hver for seg, skulle utarbeide en oversikt over medlemmer som hadde potensial for å kunne bidra med data, og som IRIS så skulle trekke et utvalg fra. Når utvalget var gjort, ble det igjen overlatt til organisasjonene å opprette kontakt, og skaffe forpliktende avtaler, med de utvalgte

medlemmene. NL, NoVa, LASS og NM hotels skulle i utgangspunktet selv stå for oppfølgingen av, og eventuell purring på, utsendte spørreskjemaer.

I den første kontakten med medlemmene innhentet NSRM informasjon om hvor mange personer medlemmene regnet med skulle komme på deres arrangement, og dermed hvor mange spørreskjemaer de ville ha tilsendt. Dette tallet ble også brukt som et estimat for størrelsen på utvalget i forhold til ønsket datagrunnlag. Når så første opptelling var gjort, ble det bestemt å trekke noen flere medlemmer fra LASS og NL for å nå målsettingen om ca 200 arrangementsarrangører og 200 voksne deltakere.

I forsendelsen til den enkelte virksomhet ble det lagt en detaljert veiledning for hvordan skjemaene skulle deles ut og samles inn (se vedlegg 1) og en ferdig frankert og adressert ”norgespakke” som skjemaene skulle legges i.

3.2 Utvalgene

Kriteriene for deltakelse i undersøkelsen var at man hadde en eller annen form for aktivitet i innsamlingsperioden, og geografisk spredning. For NM hotels og NoVa medførte dette at undersøkelsen bare dekker helårsåpne overnattingssteder. For de medlemmene som skulle svare på arrangementsundersøkelsen var det i tillegg et krav at arrangementet/-ene skulle omfatte aldersgruppen 12-17 år.

Som i forprosjektet for dette evalueringsoppdraget, var forskergruppen avhengig av at de fire organisasjonene i NSRM hadde god kjennskap til, og oversikt over, sine medlemsorganisasjoner og deres aktiviteter, for å kunne få et tilstrekkelig stort og representativt datagrunnlag. Forskergruppen innledet derfor et inngående samarbeid med sentralledet i LASS, NL, NoVa og NM hotels, i starten av datainnsamlingsperioden. Hensikten med denne tilnærmingen var todelt. For det første ønsket vi en kvalitetssikring av utvalget fra hver av organisasjonene, og for det andre ville vi benytte organisasjonenes posisjon for å få oppnevnt en kontaktperson ved hver av virksomhetene. Kontaktpersonene skulle så stå som ansvarlig for utdeling og innsamling av spørreskjemaer der bruk av spørreskjema var aktuelt, og ved de virksomhetene der feltstudier var aktuelt, etablere kontakt mellom IRIS og lokale personer som kunne sies å ha en legitim formening om virksomheten. I tillegg til den personlige kontakten, supplerte IRIS også sentralledet med et notat med informasjon om prosjektet, og som de skulle bruke når de tok kontakt med de enkelte virksomhetene (vedlegg 2). Sentralledets oppgave var altså å ta kontakt med og forberede virksomhetene på hva som skulle skje og hvilke roller og oppgaver de skulle ha. Det ble også opplyst om mulig forlenging av datainnsamlingsperioden dersom det ikke var kommet inn tilstrekkelig med svar innen tidsfristen.

3.3 Spørreskjemaundersøkelser

Det ble utarbeidet fem forskjellige spørreskjemaer til de ulike målgruppene i prosjektet. Ett skjema til mer eller mindre tilfeldige overnattingsgjester, ett skjema til større grupper som hadde inngått forskjellige samarbeidsavtaler med overnattingsstedet, og tre skjemaer til virksomheter som avholdt en eller annen form for arrangement i den

aktuelle datainnsamlingsperioden. For alle fem skjemaene ble det gjort et poeng av å gjøre de så korte og konsise som mulig. Dette både på bakgrunn av intern kritikk i forskermiljøene om at det ofte samles inn langt mer data enn man faktisk gjør seg nytte av i framstillingen av resultater, og på den andre siden IRISs ønske om å ikke bidra til å overlesse, og dermed utmatte, potensielle datakilder. Skjemaene var derfor bare på to sider hver.

3.3.1 Kundeundersøkelsene

Med tilfeldige overnattingsgjester er det i dette prosjektet ment gjester som uavhengig av forskjellige samarbeidsavtaler, har oppsøkt et alkoholfritt overnattingstilbud. Det var voksne personer over ca 18 år som skulle bli tildelt skjema for tilfeldige overnattingsgjester ute i virksomhetene. I forhold til overnattingsgjester som kom som en del av en gruppe i forbindelse med avtaler inngått med overnattingsstedet, som for eksempel skoleklasser, menigheter ol, skulle skjemaene deles ut til alle i gruppen som var over ca 15 år. Vi var her primært ute etter de som hadde en informert oppfatning av hvorfor de var kommet til akkurat det overnattingsstedet. Begge skjemaene til overnattingsgjester ble distribuert ved et utvalg overnattingssteder i NoVa, NM hotels, og virksomheter fra LASS⁴.

3.3.2 Arrangementsundersøkelsene

Spørreskjemaene for arrangementsundersøkelsene besto av tre ulike skjemaer; ett skjema for ledere/frivillige som sto for gjennomføringen av arrangementet, ett for voksne deltakere over 18 år og ett for ungdom i alderen 12-17 år. Skjemaene inneholdt spørsmål om alkoholforbruk, årsaken til deltakelse på arrangementet, opplevelsen av arrangementet og eventuell forekomst av rusmiddelbruk før, under eller etter arrangementet. Arrangementsundersøkelsene ble sendt ut til utvalgte medlemsvirksomheter i NL og i LASS.

3.3.3 Antall svar

Det ble, for hver av de fire organisasjonene, lagt til grunn et ønsket antall svar på 200 for hver organisasjon på hver type arrangementundersøkelse, og 300 for hver organisasjon på hver av kundeundersøkelsene.

Samlet sett mottok vi 994 svar på kundeundersøkelsene, fordelt på 603 svar fra undersøkelsen ”gruppegjester” (438 svar fra NM hotels og 165 svar fra NoVa) og 391 svar fra undersøkelsen ”tilfeldige kunder” (294 svar fra NM hotels og 97 svar fra NoVa). Målet om 300 svar fra hver organisasjon ble ikke nådd, men for hver undersøkelse, og samlet sett, anser vi likevel at antallet svar er tilstrekkelig for å kunne gjennomføre pålitelige analyser.

4 Det ble ikke mottatt svar fra de tre virksomhetene i LASS.

Når det gjelder de tre arrangementsundersøkelsene mottok vi samlet sett 750 svar, fordelt på 118 svar fra ledere/frivillige (75 svar fra NL, 43 svar fra LASS), 427 svar fra unge deltakere (310 svar fra NL og 117 svar fra LASS) og 205 svar fra voksne deltakere (74 fra NL og 131 svar fra LASS). Målet om til sammen 400 respondenter for hver type undersøkelse kun ble nådd for unge deltakere. Antallet er likevel også her tilstrekkelig for å gjennomføre analyser (Hinkle 1998).

3.3.4 Frafall

Etter hvert som medlemmer av forskjellige grunner likevel ikke kunne delta i undersøkelsen, prøvde IRIS, i samråd med organisasjonene i NSRM, å supplere med nye medlemmer fra de opprinnelige listene (se kapittel 3.1 overfor).

3.3.4.1 Norske Vandrerhjem

Uttrekk av vandrerhjem til de to spørreskjemaundersøkelsene, tilfeldige gjester og gruppegjester, tok utgangspunkt i en liste fra NoVa over alle helårsåpne vandrerhjem. Fra denne listen ble det trukket ut 10 og 11 vandrerhjem til henholdsvis gruppeundersøkelsen og undersøkelsen ”tilfeldige gjester”. Flere av de opprinnelig uttrukne vandrerhjemmene måtte imidlertid erstattes med andre før oppstart av datainnsamlingsperioden. Årsakene var blant annet at virksomheter som skulle delta i undersøkelsen for gruppegjester ikke hadde gruppegjester i det aktuelle tidsrommet, og tilsvarende; at virksomheter som skulle delta i undersøkelsen for tilfeldige gjester utelukkende hadde gruppegjester i tidsrommet for datainnsamling. Enkelte vandrerhjem falt også ut av utvalget fordi de ikke hadde nok gjester i perioden. Det var også tre vandrerhjem som ikke overholdt medlemskravet om alkoholfrihet, og som falt ut av utvalget av den grunn.

Etter at NoVa hadde informert alle virksomhetene som inngikk i undersøkelsen, ble pakker med spørreskjema sendt ut fra IRIS. I flere tilfeller kom det tilbakemelding fra virksomhetene om at de enten hadde forlagt skjemapakken eller ikke mottatt den. I minst tre tilfeller ble nye skjemapakker sendt ut til virksomheter, etter den opprinnelige datainnsamlingsperioden (5. – 25. september 2005). På grunn av dette, og at det kom inn for få svar, ble datainnsamlingsperioden for mange av virksomhetene forlenget med flere uker. IRIS mottok siste skjemaforsendelse i midten av desember 2005.

3.3.4.2 NM hotels

Utvalget av henholdsvis 8 og 10 virksomheter for de to spørreskjemaundersøkelsene (tilfeldige gjester og gruppegjester) ble gjort med bakgrunn i oversiktslister fra NM hotels. Også her måtte det gjøres en del endringer i forhold til de virksomhetene som ble trukket ut, spesielt i undersøkelsen av tilfeldige gjester hvor enkelte virksomheter ikke kunne delta fordi de hadde for få gjester i datainnsamlingsperioden. Det ble også gjort en del omskiftninger av virksomheter mellom de to undersøkelsene, basert på tilbakemeldinger fra virksomhetene om hvilke typer gjester de ville ha i den aktuelle perioden.

Det var også for NM hotels problemer med å få inn svar i løpet av den oppsatte datainnsamlingsperioden. Flere av virksomhetene i NM hotels hadde ”feil” gjester i

perioden; utenlandske og barn under 15 år, noe som førte til at virksomhetene ble gitt mer tid til innsamling av skjema. Siste skjemaforsendelse ble mottatt i november 2005.

3.3.4.3 Norske Lagsbruk

NL hadde ca 100 medlemmer (ut av 300) som kunne være aktuelle som datagrunnlag. Tallet var basert på de ungdomslagene som i 2003 sa at de hadde ungdomsklubb/diskotek på regelmessig basis. Det ble trukket ut 25 ungdomslag til å delta i undersøkelsen. Av disse opprinnelige 25, måtte imidlertid en tredjedel erstattes med andre. Årsakene til frafall var blant annet at ungdomslaget ikke hadde arrangement innen den fastsatte fristen (perioden september/oktober 2005), eller at det var for få brukere. Ett av ungdomslagene var lagt ned, og i et annet tilfelle var det kommunen som drev ungdomsklubben i ungdomslagets hus.

Det var til slutt 21 ungdomslag som sendte inn utfylte spørreskjema. Ett av disse ungdomslagene ble besøkt i forbindelse med forprosjektet, og ble bedt om å også ta del i spørreundersøkelsen i hovedprosjektet.

3.3.4.4 LASS

Basert på en liste hvor medlemsvirksomhetene var kategorisert i organisasjonsmedlemmer, ferieeiendommer, kommersielle aktører, og øvrige medlemmer ble det trukket ut fem virksomheter fra kategorien ”kommersielle aktører” og 11 virksomheter fra kategorien ”øvrige medlemmer”. De to virksomhetstypene var tiltenkt forskjellige spørreskjema; de kommersielle skulle få skjema for kundeundersøkelse, de øvrige skulle delta i arrangementsundersøkelsen.

Etter nøyere overveielse ble det, fra IRIS side, besluttet å se bort fra rene spisesteder. Dermed ble to av de fem kommersielle aktørene tatt ut av utvalget. De resterende skulle inngå i en av de to typene undersøkelser (kundeundersøkelse og arrangementsundersøkelse). Det viste seg imidlertid å være store problemer med å få nok virksomheter til å delta i både kunde- og arrangementsundersøkelsene. Dette skyldes for en stor del at virksomhetene i LASS eier bygningsmasse, som de leier ut, og ikke selv har arrangementer i nevneverdig grad. Enkelte virksomheter valgte også å ikke delta fordi de ikke vurderte egen virksomhet som primært rusforebyggende. Etter stort påtrykk fra både IRIS og LASS kom det inn svarskjema til arrangementsundersøkelsen fra til sammen åtte LASS-virksomheter. To av disse virksomhetene deltok i forprosjektet, og ble bedt om å også delta i hovedprosjektet.

3.4 Feltstudier

Bruken av feltstudier har i dette prosjektet hatt to hensikter. For det første er feltstudier innen temaområdet rusforebygging i frivillig sektor, vurdert som en nødvendig innfallsvinkel for forskergruppen for å supplere data fra de kvantitative undersøkelsene. Studiene gjør at forskergruppen blir bedre kjent med, og får større forståelse for lokale variasjoner og utfordringer i den store bredden av virksomheter som er organisert inn

under NSRM. For det andre tror IRIS det er viktig å vise frivillig sektor at forskningen er villig til å gå et ekstra skritt i innsamlingen av et best mulig datagrunnlag, og på den måten sikre oss at organisasjonsmedlemmene føler seg sett og hørt, før ”noen” feller dommen over virkningene av arbeidet som gjøres. På den måten øker man også sannsynligheten for at virksomhetene selv kan dra nytte av resultatene, og videreutvikle og forbedre sine tiltak. NSRM hadde, som nevnt i forprosjektet og forutfor IRISs engasjement, gjort seg negative erfaringer med en noe overforenklet evaluering av sine virksomheter⁵.

Feltstudiene inkluderte både observasjoner i forbindelse med ulike arrangementer hos utvalgte medlemsorganisasjoner, og intervjuer av så vel grupper som enkeltindivider som hadde et reelt grunnlag for å kunne ha en formening om virkningene av tiltaket. Dette gjaldt både i forbindelse med arrangement, og i andre settinger under besøket.

Ettersom forskergruppen ikke på forhånd hadde mulighet til å gjøre seg bedre kjent med hvilke individ/grupper som kunne ha legitime oppfatninger av tiltaket, ble disse valgt ut på bakgrunn av lokal kjennskap gjennom kontaktpersonene ved de utvalgte medlemsorganisasjonene. Kontaktpersonene fikk noe veiledning i forhold til hvem de skulle plukke ut, i forkant av besøket fra forskergruppen. Et sentralt stikkord i utvelgingsfasen var her representativitet.

Feltstudiene ble gjennomført blant medlemsorganisasjoner i LASS og NL i månedsskiftet oktober/november. Medlemsvirksomhetene ble valgt ut på bakgrunn av data fra spørreundersøkelsene og i samarbeid med NSRM. Utvalget ble primært gjort ut fra lag som driver ungdomsklubb eller andre typer åpne arrangement for ungdom.

Noen av feltstudiene som ble gjennomført i forprosjektet ble vurdert som så verdifulle at de også inngår i datagrunnlaget til hovedprosjektet.

3.5 Nettverksundersøkelser

Det ble gjennomført en nettverksundersøkelse med utgangspunkt i til sammen seks forskjellige virksomheter innen NoVa og NM hotels. Målgruppen var ansatte i virksomhetene og ansatte/frivillige hos deres kunder/brukerorganisasjoner.

Etter en innledende samtale med en representant for hver av organisasjonene, henholdsvis NM hotels og NoVa, ble det gjennomført samtaler med hver av de seks utvalgte virksomhetene. I denne samtalen ble virksomhetene bedt om å oversende kontaktlister over sine kunder. Fem brukere fra hver virksomhet ble deretter kontaktet og intervjuet per telefon (for en virksomhet kom vi kun i kontakt med tre brukerorganisasjoner). Intervjuguiden som ble benyttet i telefonintervjuene med brukerorganisasjonene inkluderte spørsmål om hvordan brukeren kom i kontakt med overnattingsstedet, hvorfor stedet ble valgt og hvilke erfaringer brukeren hadde gjort seg.

5 Rapport RF 2005/097

4 Kundeundersøkelse

I dette kapitlet presenteres resultatene fra de to kundeundersøkelsene. Som beskrevet i metodekapitlet, ble det utarbeidet to spørreskjemaer rettet mot overnattingsgjester ved virksomheter tilknyttet NM hotels, og NoVa. Det ene skjemaet var rettet mot mer eller mindre tilfeldige gjester som ankom virksomheten på eget initiativ, det andre skjemaet var rettet mot kunder som ankom som deltakere i en organisert gruppe.

4.1 Sammendrag resultater

Resultatene fra begge undersøkelsen er oppsummert i kapittel 4.1.1 og 4.1.2. For lesere som ønsker å fordype seg mer i resultatene, anbefales det å lese hele kapittel 4.2 og 4.3.

4.1.1 Tilfeldige kunder

De innkomne besvarelsene (391) fordeler seg svært ujevnt på de to organisasjonene, og i forhold til respondentenes alder. Nesten halvparten av respondentene i undersøkelsen er over 60 år. Virksomheter i NM hotels har flest eldre gjester. Gjestene ved vandrerhjem er betydelig yngre, her er tre fjerdedeler under 50 år.

Det er bare en ganske liten del av respondentene ved misjonshotellene som har drukket alkohol månedlig eller oftere i løpet av de siste 12 måneder. En større andel av gjestene ved vandrerhjemmene har drukket alkohol enn gjestene ved misjonshotellene.

Samlet sett er hovedformålet med oppholdet ferie/fritidsreise og opphold i forbindelse med lag, organisasjon eller forening som kunden er medlem av. Det er dermed rimelig å anta at utvalget ikke utelukkende består av ”tilfeldige” gjester, men at det også er en del respondenter som er del av en gruppe.

Gjester fra de to overnattingstypene har lagt vekt på ulike forhold når det gjelder grunn for å velge det aktuelle overnattingsstedet. De fleste hotellgjestene har lagt vekt på at overnattingsstedet er alkoholfritt, og at det har vært på anbefaling fra venner og kjente. For gjester ved vandrerhjem er det imidlertid beliggenheten som er det viktigste; det at overnattingsstedet er i nærhet til relevante aktiviteter og tilbud, og pris.

Mer enn tre fjerdedeler av respondentene som ikke drikker eller drikker svært lite er i stor grad enige i at det ikke passer med alkoholserving ut fra formålet med oppholdet. De har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder, og opplever disse som tryggere/roligere enn steder med alkoholserving. Det er flere med tidligere erfaring fra alkoholfrie overnattingssteder blant NM hotels sine gjester enn blant gjestene til NoVa.

Alle respondentene ønsker å komme tilbake til overnattingsstedet dersom det skulle bli aktuelt, men det er store forskjeller i forhold til å ville betale mer for et overnattingssted uten alkohol. Av de som selv ikke drikker eller drikker sjelden er tre fjerdedeler av NM hotels sine gjester villige til å betale mer, mens tre fjerdedeler av gjestene ved vandrerhjem *ikke* er det.

Vi ser av resultatene over at det er ganske forskjellige grupper gjester som befinner seg ved de to typene overnattingsvirksomheter. Gjestene ved misjonshotellene er eldre og mer avholdne. De velger bevisst alkoholfrie overnattingssteder, og som da samtidig er kristne. (Respondentene fikk ikke spørsmål om livssyn i spørreskjemaet, men det er nærliggende å tro at svært mange av gjestene ved misjonshotellene bekjenner seg til den kristne tro. Det er dermed rimelig å anta at det er kristne personer som velger å bo på kristne, og sekundært også alkoholfrie, overnattingssteder). Pris er i denne sammenheng relativt underordnet.

Også vandrerhjemmene er alkoholfrie, men flere av disse holder en lavere standard enn misjonshotellene, og har en helt annen kundegruppe. Vandrerhjemmene har en yngre kundegruppe, med et mer liberalt forhold til alkohol. De besøker vandrerhjemmene av forskjellige årsaker, men valg av sted er fortrinnsvis gjort ut fra at stedet har den rette beliggenhet og den rette prisen. Også gjestene ved vandrerhjemmene legger til dels vekt på at rolige/trygge overnattingssteder er et gode, men ikke et gode de er villige til å betale for. Den store andelen ”gjenbrukere” vi ser hos misjonshotellene, er ikke like stor hos vandrerhjemmene, og gjestene legger mindre vekt på anbefaling fra venner og kjente i valg av sted, enn det hotellgjestene gjør.

4.1.2 Gruppegjester

Svarene (603) fordeler seg også i denne undersøkelsen ujevnt på de to organisasjonene, med flest svar fra virksomheter i NM hotels. Det som samlet sett kjennetegner respondentene er at de er unge (halvparten er under 39 år), de er del av veldig store grupper (på over 50 personer) og de er på overnattingsstedet i forbindelse med et livssynsarrangement eller kurs/seminar. Mer enn to tredeler har ikke drukket, eller bare drukket noen få ganger, de siste 12 måneder. Andelen som ikke drikker noe særlig, er imidlertid mye større blant gjester ved misjonshotellene, enn det er blant gjester ved vandrerhjemmene.

Hva som oppgis som begrunnelse for valg av sted varierer etter hvilken type overnatting respondenten har krysset av for. For hotell- og pensjonatgjestene er alkoholfrihet, anbefaling fra venner og tradisjon viktig, mens gjestene ved vandrerhjem velger pris og nærhet til aktiviteter/tilbud. Gjester ved leirstedene (NM hotels) har vektlagt tradisjon og pris. Svarene fra de som har, og de som ikke har hatt innvirkning på valget av overnattingssted er svært like.

Gjester ved misjonshotellene og leirstedene har i langt større grad gode erfaringer fra alkoholfrie overnattingssteder, enn det gjestene ved vandrerhjemmene oppgir å ha. Hotellgjestene opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere, og er i stor grad enige i utsagnet om at bruk av alkohol ikke passer med formålet for oppholdet.

Som for denne foregående undersøkelsen (”tilfeldige kunder”) ønsker nesten alle respondentene å komme tilbake til overnattingsstedet på et senere tidspunkt dersom det skulle bli aktuelt. Det er ingen store forskjeller mellom de ulike overnattingstypene. Hotellgjestene er imidlertid mer innstilt på å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted, enn det gjester ved leirsteder og spesielt vandrerhjem er. Av hotellgjestene er både de som ikke drikker, og de som drikker villige til å betale mer for et alkoholfritt

overnattingssted, mens de vandrerhjemsgjestene som selv ikke drikker, er ikke villige til å betale mer for alkoholfritt overnattingssted.

Hotellgjestene er, som også i forrige undersøkelse, en homogen gruppe både aldersmessig, i forhold til alkoholbruk og i forhold til hvilken betydning alkoholfrie overnattingssteder har for dem. Pris har ikke hatt betydning for valg av overnattingssted, og respondentene er villige til å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted enn for et tilsvarende overnattingssted med alkoholserving. Disse gjestene vil velge alkoholfrie overnattingssteder, så lenge stedene også er kristne, og har en standard tilpasset eldre mennesker.

Leirstedgjestene har ikke lagt vekt på at stedet ikke har alkoholserving i sitt valg av overnattingssted. Samtidig sier svært mange av disse gjestene seg enige i at det ut fra formålet med overnattingen, ikke passer med alkoholserving, og rundt halvparten av respondentene er villige til å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted. Dette kan tolkes dit hen at leirstedene trekker til seg ulike grupper av gjester, som alkoholfrihet i ulik grad har betydning for. Pris er uansett viktig for de fleste, men der de gruppene som alkoholfrihet ikke betyr så mye for kan ha mulighet til å velge et rimeligere alternativ, kan dette bli mer problematisk for de gruppene som alkoholfrihet betyr mye for, men som ikke har mulighet for betale mer.

Gjestene ved vandrerhjem er en enda mer differensiert gruppe enn leirstedgjestene. Det er mange unge som overnatter der, men det er også stor spredning i aldersgruppene. Det er ingen gruppestørrelse som skiller seg ut, men de aller fleste oppholder seg i byer. Dette forklarer kanskje også hvorfor det er mange som oppgir at de er der pga skole- eller klassetur. Det at stedet ikke har alkoholserving er helt underordnet, både for nåværende og fremtidige valg av overnattingssted. Pris og beliggenhet er avgjørende, og når så mange av gjestene befinner seg på vandrerhjem i byer, vil det sannsynligvis være god tilgang til alternativer dersom prisen blir for høy for denne gruppen. Det er en del gjester som har tidligere gode erfaringer fra alkoholfrie overnattingssteder, men det er like mange som ikke har det. Anbefaling fra venner og kjente, og tradisjon, som grunner for å velge et sted er også underordnet pris.

Oppsummeringsvis kan vi si at resultatene fra denne undersøkelsen er svært like resultatene fra den foregående kundeundersøkelsen. Det er eldre mennesker ved misjonshotellene, yngre ved vandrerhjemmene. I tillegg er det unge mennesker ved leirstedene (som er virksomheter organisert under NM hotels). Aldersmessig er gjestene ved leirsted og vandrerhjem ganske like, men i forhold til alkoholbruk og villighet til å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted ligger de et sted mellom hotellgjestene (restriktive/betalingsvillige) og vandrerhjemsgjestene (mer liberale/betalingsuvillige).

I og med at respondentene i denne undersøkelsen ble spurt om hovedformålet med oppholdet, får vi bekreftet antakelsen fra undersøkelsen "tilfeldige gjester", om at det er kristne som drar til kristne overnattingssteder. Dette gjelder mange av gjestene ved hoteller og leirsteder. Disse gruppene med gjester er like ved at de begge velger "tradisjon" som viktig grunn for å dra til et sted, men der hotellgjestene er svært opptatt av at stedet ikke har alkoholserving, er leirstedgjestene mest opptatt av pris. Dette kan ha sammenheng med at leirstedene tar imot blant annet konfirmantgrupper og skoleklasser, der prisen ofte vil være helt avgjørende for valg av sted.

4.2 Kundeundersøkelse tilfeldige gjester

Denne delen av kundeundersøkelsen omfatter svar fra 391 kunder som har oppholdt seg på en overnattingsvirksomhet som er medlem i enten NM hotels eller i NoVa.

For den delen av kundeundersøkelsen som omhandler såkalte ”tilfeldige gjester” ble det for NM hotels trukket ut åtte virksomheter. Sju av virksomhetene deltok, noe som til sammen ga 294 svar. Det er stor spredning i antall svar fra hver enkelt virksomhet, fra 5 til 86. Hver virksomhet som deltok i undersøkelsen fikk tilsendt 100 spørreskjemaer. Et overslag over antall gjestedøgn fra de virksomhetene som har svart, viser at de til sammen har hatt litt i underkant av 10 000 gjestedøgn i den aktuelle innsamlingsperioden.

For NoVa ble omtrent halvparten av de 22 helårsåpne vandrerhjemmene valgt ut til å delta i undersøkelsen, men kun fem av disse returnerte svarskjema fra sine gjester. To av vandrerhjemmene som også inngår i undersøkelsen for gruppegjester, ble lagt til i etterkant for å sikre et tilstrekkelig antall svar. Det vil si at to vandrerhjem inngår i datamaterialet fra begge undersøkelsene, men med forskjellige kundegrupper. Fra disse til sammen sju vandrerhjemmene mottok vi 97 svar. Også her varierer antallet svarskjema fra det enkelte vandrerhjem en del, fra åtte til 25. Fem av virksomhetene har oppgitt antall gjestedøgn for september 2005, og utgjør til sammen ca. 4600.

Det ble sendt ut spørreskjema til tre medlemsbedrifter i LASS, men ingen av disse svarte på undersøkelsen.

I følgebrevet som fulgte med spørreskjemaene til de aktuelle overnattingsstedene, ble virksomhetene instruert om å dele ut spørreskjemaene til alle overnattingsgjester over 18 år som sjekket inn i uke 36, 37 og 38 (2005), og som *ikke* var del av en gruppe (for eksempel lag/forening/skoleklasse). For å sikre tilstrekkelig antall respondentsvar ble imidlertid den planlagte innsamlingsperioden for mange av virksomhetene utvidet flere ganger. Siste svarforsendelse ble mottatt i midten av desember 2005.

4.2.1 Beskrivelse av utvalget

For at det skulle være mulig å se på forskjeller mellom de to organisasjonene, og for at alle respondenter skulle finne et passende alternativ, ble det i spørreskjemaet gitt muligheter for å krysse av på en av fire typer overnattingssted: ”hotell”, ”gjestehus/pensjonat”, ”vandrerhjem” og ”annet”.

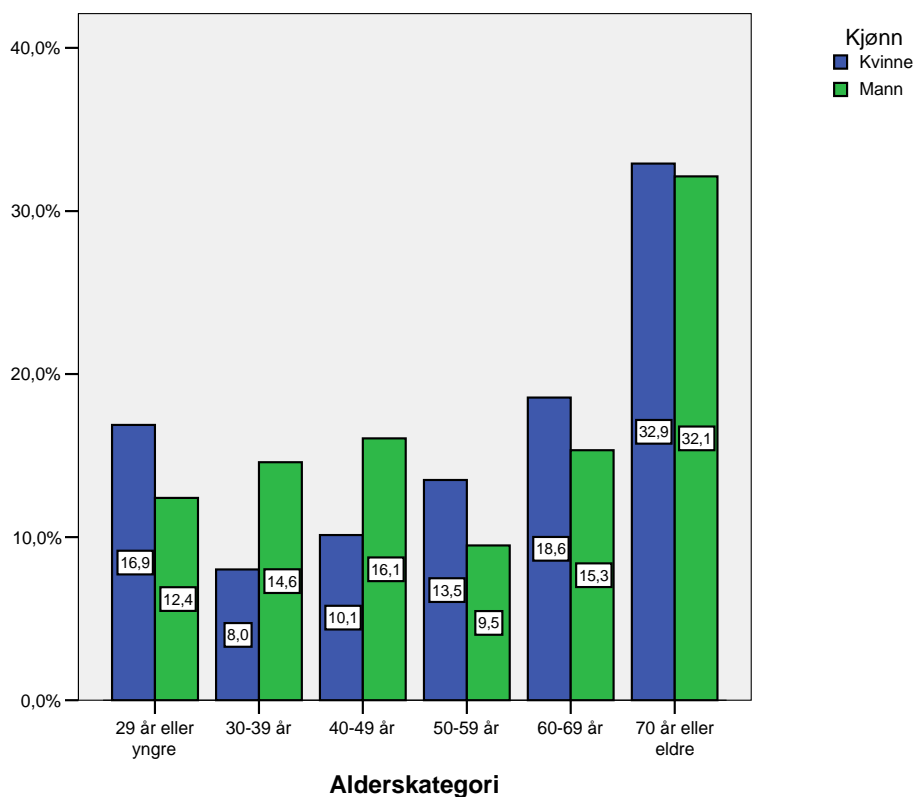
Tabell 4.2.1 viser fordelingen av besvarelser på de fire kategoriene. 201 respondenter har oppgitt at de har overnattet på hotell, 47 på gjestehus/pensjonat mens 36 personer har krysset av for ”annet”. Det er 96 respondenter som har bodd på vandrerhjem. 11 personer har ikke oppgitt overnattingskategori.

Tabell 4.2.1. Fordeling gjester på overnattingssted. Totale tall og prosent

Er du gjest ved:	Hotell	Gjestehus/ Pensjonat	Vandrerhjem	Annet	Total
Antall	201	47	96	36	380
Prosent	52,9	12,4	25,3	9,5	100,0

NM hotels kategoriserer sine overnattingsvirksomheter i byhotell, sommerhotell, gjestehus og leirsteder (www.nm-hotels.no), men ikke alle virksomhetene i NM hotels bruker en av de fire betegnelsene som del av navnet. Eksempelvis bruker enkelte steder betegnelser som ”senter”, ”gård” og lignende. NoVa sine medlemsvirksomheter har alle ”vandrerhjem” som del av navnet, men som ikke alltid benyttes i praksis.

Respondentenes egne svar på hvor de er gjester, stemmer godt med den registreringen som ble gjort av innkomne svarskjema og type overnattingsvirksomhet skjemaet kom fra. Den interne fordelingen på ulike virksomhetstyper i NM hotels er imidlertid litt usikker, og alle resultatene fra kategoriene ”hotell”, ”gjestehus/pensjonat” og ”annet” har derfor i den videre fremstillingen av resultater blitt slått sammen til en, og gitt navnet ”NM hotels”. Resultatene for de ulike virksomhetstypene kan dermed tas til inntekt for virksomhetene i de to hovedorganisasjonene, NM hotels og NoVa.



Figur 4.2.1. Aldersgrupper fordelt på kjønn. Prosent

Som vi ser av Figur 4.2.1 er aldersfordelingen blant respondentene litt skjev. Den største kategorien (til sammen 33 prosent av utvalget) er i aldersgruppen 70 år eller eldre. Nesten 50 prosent av respondentene er 60 år eller eldre. På de resterende fire alderskategoriene fordeler respondentene seg forholdsvis jevnt.

En andel på til sammen 73 prosent er gjester på et overnattingssted som ligger på et tettsted eller i et bygdesamfunn. Resten av gjestene befinner seg på overnattingssteder i byer (se Tabell 9.1.1 i vedleggsdelen, side 151).

Ved å dele respondentene inn etter hvilken type overnattingssted de har vært på (Tabell 4.2.2), ser vi at den aldersmessige skjevfordelingen ikke er jevnt fordelt på de to organisasjonene. En andel på 64 prosent av hotellgjestene er eldre enn 60 år. For de som har bodd på et vandrerhjem er forholdet motsatt. Her er kun 12 prosent 60 år eller eldre, mens det er flest respondenter i alderen 39 år eller yngre (til sammen 65 prosent).

Tabell 4.2.2. Aldersfordeling på overnattingsstedene. Prosent

	Organisasjon		Total
	NM hotels	NoVa	
29 år eller yngre	5,2	45,3	15,2
30-39 år	7,0	20,0	10,2
40-49 år	11,8	12,6	12,0
50-59 år	12,2	10,5	11,8
60-69 år	21,3	6,3	17,5
70 år eller eldre	42,5	5,3	33,2
Total	100,0	100,0	100,0

Til sammen en tredjedel av respondentene oppgir at de er på stedet sammen med venner, og nær en tredjedel er der sammen med familie. Andelen som har svart at de er sammen med andre personer i forening eller lag er nesten tilsvarende stor med 30 prosent. Det er litt flere blant vandrerhjemsgjestene som har svart at de er på stedet sammen med "andre". Det var på dette spørsmålet mulig å oppgi flere alternativer, men bare ca 20 prosent av respondentene har krysset av for mer enn en kategori.

Tabell 4.2.3. Reisefølge*. Prosent

Er du her alene eller med flere?	Organisasjon		Total
	NM hotels	NoVa	
Alene	11,4	11,5	11,4
Sammen med familie	35,9	22,9	32,6
Sammen med arbeidskolleger	2,4	12,5	4,9
Sammen med venner (utenom kolleger)	37,6	21,9	33,7
Sammen med andre personer i forening eller lag	29,7	32,3	30,3
Andre	4,8	18,8	8,3

*Det var mulig å sette flere kryss

4.2.2 Bruk av alkohol

Ved hotellene er andelen respondenter som har drukket alkohol månedlig eller oftere, ganske liten (til sammen 14 prosent). Tilsvarende gjelder ikke for gjestene på vandrerhjemmene, der 40 prosent har drukket månedlig eller oftere de siste 12 måneder (se Tabell 4.2.4). Hele 72 prosent av gjestene ved hotellene har ikke drukket i det hele tatt, mot 20 prosent av gjestene ved vandrerhjemmene.

Tabell 4.2.4. Bruk av alkohol siste 12 måneder. Prosent

Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	Organisasjon		Total
	NM hotels	NoVa	
Jeg har ikke drukket	71,6	20,0	58,9
Noen få ganger	14,2	40,0	20,6
Stort sett en gang i måneden	3,1	15,8	6,3
Stort sett en gang i uken	7,6	16,8	9,9
Stort sett flere ganger i uken	3,5	7,4	4,4
Total	100,0	100,0	100,0

Det er ikke spesielt store forskjeller mellom kjønnene når det gjelder bruk av alkohol (se Tabell 9.1.3 i vedleggsdelen, side 152).

4.2.3 Formål med oppholdet

Samlet sett er de aller fleste overnattingsgjestene i undersøkelsen på stedet på grunn av ferie eller fritidsreise. Det er imidlertid en del forskjeller i svarene fra de to respondentgruppene. Over halvparten (57 prosent) av hotellgjestene har valgt "ferie/fritidsreise", mens svarene fra gjestene ved vandrerhjem fordeler seg mer eller mindre jevnt over de fire aktuelle svarkategoriene, se Tabell 4.2.5.

Tabell 4.2.5. Hovedformål med oppholdet. Prosent

Hovedformålet med oppholdet:	Organisasjon		Total
	NM hotels	NoVa	
I forbindelse med jobb	7,4	17,9	10,0
Ferie eller fritidsreise	56,7	29,5	49,9
I forbindelse med en organisasjon/forening/lag jeg er medlem	26,1	29,5	26,9
Annet hovedformål:	9,9	23,2	13,2
Total	100,0	100,0	100,0

4.2.4 Begrunnelse for valg av overnattingssted

Det de fleste respondentene i undersøkelsen totalt sett har oppgitt som en av flere mulige grunner for valg av et alkoholfritt overnattingssted, er anbefaling fra venner eller kjente (41 prosent). Også det at stedet ikke har alkoholserving (40 prosent) er et mye brukt alternativ i spørreskjemaene. Bare rundt ni prosent har valgt det aktuelle overnattingsstedet fordi det var det første og beste alternativet eller det eneste ledige overnattingsstedet i området.

Hvis vi ser på svarene fra de to organisasjonene, er det en del forskjeller. Gjestene ved NM hotels legger mer vekt på alkoholfrihet enn det gjestene ved vandrerhjemmene gjør, som igjen er mer opptatt av nærhet til aktiviteter og tilbud, og ”andre årsaker”. ”Andre årsaker” går fortrinnsvis på at andre enn respondenten har bestemt valg av sted.

Tabell 4.2.6. Begrunnelse for valg av overnattingssted. Prosent

Hovedgrunner til valg av overnattingssted*	Organisasjon		Total
	NM hotels	NoVa	
Det var helt tilfeldig / første og beste alternativ	3,9	19,1	7,7
Det var eneste (ledige) overnattingsmulighet i området	1,1	2,1	1,3
Fordi det ikke er alkoholserving her	50,5	6,4	39,6
Best pris/kvalitet	27,7	25,5	27,2
Nærhet til relevante aktiviteter og tilbud	19,3	38,3	24,0
Anbefaling fra venner/kjente/andre	49,5	17,0	41,4
Andre årsaker til valg av overnattingssted	25,6	27,7	26,1

* Det var mulig å sette flere kryss

4.2.5 Faktorer som har påvirket valg av et alkoholfritt overnattingssted

I spørreskjemaet ble respondentene bedt om å ta stilling til en rekke utsagn om forhold som har hatt betydning for valg av det alkoholfrie overnattingsstedet. Svaralternativene var på en fem-punkts skala der ”liten grad” og ”stor grad” utgjorde ytterpunktene. Det ble også gitt mulighet for å svare ”ikke aktuelt” i en egen kolonne. Svaralternativene ”liten grad” og ”nokså liten grad” har blitt slått sammen til én i tabellen under, det samme har svaralternativene ”nokså stor grad” og ”stor grad”.

Av de som har tatt stilling til utsagnene, ser vi at 72 prosent av respondentene opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere eller roligere. Likeledes ser vi at en nesten tilsvarende stor andel (68 prosent) oppgir at alkoholserving ikke passer med formålet for oppholdet. Andelen som oppgir tidligere gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder som valgårsak, er 61 prosent.

Tabell 4.2.7. Alkoholritt overnattingssted ble valgt fordi...*. Prosent

	Liten grad	Både og	Stor grad	Ikke aktuelt	Total
De jeg er her sammen med nyter ikke alkohol	18,3	9,0	41,5	31,3	100,0
Bruk av alkohol er i konflikt med mitt livssyn	25,0	6,7	45,7	22,6	100,0
Jeg har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	14,2	8,5	60,6	16,7	100,0
Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere	10,2	5,7	71,9	12,3	100,0
Alkoholservering passer ikke med formålet for mitt opphold	9,8	5,5	67,7	16,9	100,0
Jeg har helsemessige grunner for å styre unna overnattingssteder med alkoholservering	46,2	4,1	10,5	39,1	100,0

*De som har unnlatt å svare på spørsmålet (missing), er ikke med i tabellen.

Det er verdt å merke seg at for alle utsagnene i tabellen over, er det mange som har benyttet seg av alternativet ”ikke aktuelt” eller ikke svart i det hele tatt. Særlig utsagnet ”jeg har helsemessige grunner for å styre unna overnattingssteder med alkoholservering” har en høy andel ”missing” (125 personer) og ”ikke aktuelt” (39 prosent av de som har svart). Dette kan tolkes både som at utsagnene ikke var relevante, altså at respondenten skulle ha krysset av for ”ikke aktuelt”, eller at respondenten for eksempel ikke hadde ”gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere”. Dersom vi ser på hva respondentene har svart på spørsmålet om hvem de er på overnattingsstedet sammen med, er både skoleklasser, menigheter og idrettslag blant respondentene. Disse skulle ifølge vedlagte instruksjoner i utsendelsen, ikke svare på skjema for tilfeldige kunder, men på skjema for gruppegjester (se kapittel 4.3). Spørsmålsrekken har dermed vært relativt uaktuell for disse respondentene.

I den videre fremstillingen vil vi se på resultatene fra tre av utsagnene i Tabell 4.2.7. Andelene som har svart ”ikke aktuelt” eller som har unnlatt å svare, er noe mindre på disse tre utsagnene enn for de andre, og vil bli oppgitt for hvert av de aktuelle utsagnene.

I de påfølgende tabellene, har vi valgt å vise hvordan respondentene har svart, fordelt på organisasjonstilhørighet og eget alkoholforbruk. Bakgrunnen for denne delingen er å se hvorvidt det er forskjeller mellom de ulike virksomhetstypene og mellom gjester som er avholdne/måteholde med alkohol og de som ikke er det, i begrunnelsen av valg av overnattingssted.

4.2.5.1 Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder

74 personer i undersøkelsen har ikke vurdert utsagnet om gode erfaringer i det hele tatt, mens 53 personer har svart ”ikke aktuelt”. Av de som har svart, er det til sammen 72 prosent som oppgir gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere som en viktig årsak til valg av overnattingssted.

Det er langt flere ved misjonshotellene som har krysset av for tidligere gode erfaringer (84 prosent), enn det er blant gjestene ved vandrerhjemmene (38 prosent).

Tabell 4.2.8. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere*. Alle. Totale tall og prosent

		Organisasjon		
		NM hotels	NoVa	Total
Jeg har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	Liten grad	9,5	30,2	14,4
	-	2,0	4,8	2,7
	Både og	5,0	27,0	10,2
	-	5,0	12,7	6,8
	Stor grad	78,6	25,4	65,9
	Total prosent	100,0	100,0	100,0
Antall		201	63	264

*Antall missing og de som har svart "ikke aktuelt" er ikke tatt med i tabellen

Tabell 4.2.9 viser svarene for de respondentene som har oppgitt at de ikke har drukket i løpet av de siste 12 måneder, eller bare har drukket noen få ganger. En andel på til sammen 88 prosent av NM hotels gjestene oppgir at tidligere gode erfaringer i stor grad bestemte valg av sted. For vandrerhjemmene, derimot, fordeler svarene seg temmelig jevnt på svarkategoriene "liten grad", "både og", og "stor grad".

Tabell 4.2.9. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere. Har *ikke* drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mnd. Totale tall og prosent

Har ikke drukket/kun få ganger		Organisasjon		
		NM hotels	NoVa	Total
Jeg har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	Liten grad	6,1	31,6	10,6
	-	1,1	5,3	1,8
	Både og	5,0	26,3	8,7
	-	5,0	7,9	5,5
	Stor grad	82,8	28,9	73,4
	Total prosent	100,0	100,0	100,0
Antall		180	38	218

Når det gjelder de som har et litt hyppigere alkoholforbruk, ser vi i Tabell 4.2.10 at 53 prosent av hotellgjestene oppgir at tidligere gode erfaringer i liten grad eller nokså liten grad påvirket valget. For gjester ved vandrerhjemmene har en andel på til sammen 32 prosent sagt seg uenige i å ha slike erfaringer. Antallet respondenter i tabellen er til sammen bare 42 personer, og utgjør dermed en marginal gruppe i utvalget.

Tabell 4.2.10. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Totale tall og prosent

Har drukket		Organisasjon		Total
		NM hotels	Norske Vandrerhjem	
Jeg har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	Liten grad	41,2	28,0	33,3
	-	11,8	4,0	7,1
	Både og	5,9	28,0	19,0
	-	5,9	20,0	14,3
	Stor grad	35,3	20,0	26,2
Total prosent		100,0	100,0	100,0
Antall		17	25	42

4.2.5.2 Alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere

Det er en del forskjeller mellom gjester ved hoteller og gjester på vandrerhjem på utsagnet om alkoholfrie overnattingssteder oppleves som tryggere og roligere. Den største andelen som oppgir at ”alkoholfrie overnattingssteder er tryggere/roligere” som en viktig bakgrunn for valg av overnattingssted, finner vi på hotellene med til sammen 89 prosent. Tilsvarende andel på vandrerhjemsgjestene er 58 prosent. En fjerdedel av gjestene ved vandrerhjemmene opplever i liten grad alkoholfrie overnattingssteder som tryggere og roligere.

Det er 57 personer som ikke har svart på spørsmålet, mens 41 personer har krysset av for ”ikke aktuelt”.

Tabell 4.2.11. Opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alle. Totale tall og prosent

		Organisasjon		Total
		NM hotels	NoVa	
Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere	Liten grad	4,9	23,9	9,2
	-	2,7	1,5	2,4
	Både og	3,5	16,4	6,5
	-	3,5	25,4	8,5
	Stor grad	85,4	32,8	73,4
Total prosent		100,0	100,0	100,0
Antall		226	67	293

Som for de som har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder, ser vi at den generelle positive holdningen til alkoholfrie overnattingssteder er sterkere blant de avholdne/måteholdne, enn hos de som drikker alkohol. Tilnærmet alle (95 prosent) som har bodd på hotell, og som ikke drikker/drikker lite, har krysset av for at de i stor grad opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere og roligere, se Tabell 4.2.12. To tredeler av vandrerhjemsgjestene er av samme oppfatning.

Tabell 4.2.12. Opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Har *ikke* drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mnd. Totale tall og prosent

Har ikke drukket/kun få ganger		Organisasjon		Total
		NM hotels	NoVa	
Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere	Liten grad	1,0	17,5	3,8
	-	1,0		,8
	Både og	2,5	17,5	5,1
	-	3,0	25,0	6,8
	Stor grad	92,4	40,0	83,5
Total prosent		100,0	100,0	100,0
Antall		197	40	237

Når det gjelder de som oppgir at de drikker alkohol hver måned eller oftere, er bildet et litt annet. Her er det en jevnere fordeling, både for hotellgjestene og vandrerhjemsgjestene, på svaralternativene. Vi ser likevel at til sammen 45 prosent oppgir at tidligere gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder, bare i liten eller nokså liten grad har påvirket valg av sted.

Det er kun en femtedel av utvalget som oppgir at de drikker månedlig eller oftere, og som til sammen utgjør 51 personer

Tabell 4.2.13. Opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Totale tall og prosent

Har drukket		Organisasjon		Total
		NM hotels	NoVa	
Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere	Liten grad	36,0	34,6	35,3
	-	16,0	3,8	9,8
	Både og	12,0	15,4	13,7
	-	8,0	26,9	17,6
	Stor grad	28,0	19,2	23,5
Total prosent		100,0	100,0	100,0
Antall		25	26	51

4.2.5.3 Alkoholservering og formålet med opphold

Respondentene ble bedt om å vurdere utsagnet ”alkoholservering passer ikke med formålet for mitt opphold” i et forsøk på å si noe om hvem som benytter seg av alkoholfrie overnattingssteder. I Tabell 4.2.14 nedenfor ser vi at det er noen forskjeller mellom hotellgjestene og gjestene ved vandrerhjemmene når det gjelder hvor enige de er i dette utsagnet. En andel på til sammen 89 prosent av hotellgjestene mener at alkoholservering er i konflikt med formålet for oppholdet, mens det tilsvarende tallet for gjestene ved vandrerhjem er 61 prosent.

55 personer i undersøkelsen har valgt avkryssingsalternativet ”ikke aktuelt”, mens 66 ikke har svart på spørsmålet i det hele tatt.

Tabell 4.2.14. Alkoholservering passer ikke med formålet for opphold. Alle. Totale tall og prosent

		Organisasjon		Total
		NM hotels	NoVa	
Alkoholservering passer ikke med formålet for mitt opphold	Liten grad	8,0	17,4	10,4
	-	,5	4,3	1,5
	Både og	3,0	17,4	6,7
	-	3,5	11,6	5,6
	Stor grad	85,1	49,3	75,9
Total prosent		100,0	100,0	100,0
Antall		201	69	270

I Tabell 4.2.15 ser vi at de aller fleste respondentene som ikke drikker eller som drikker sjelden, oppgir at alkoholservering ikke passet med formålet for oppholdet, og at dette har hatt betydning for valg av overnattingssted. Som for utsagnet om opplevd trygghet (Tabell 4.2.12 ovenfor), ser vi at hotellgjestene også her er en noe mer homogen gruppe enn gjestene ved vandrerhjemmene.

Tabell 4.2.15. Alkoholservering passer ikke med formålet for opphold. Har *ikke* drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mndr. Totale tall og prosent

Har ikke drukket/kun få ganger		Organisasjon		Total
		NM hotels	NoVa	
Alkoholservering passer ikke med formålet for mitt opphold	Liten grad	4,6	14,3	6,5
	-	,6	2,4	,9
	Både og	2,3	23,8	6,5
	-	3,4	4,8	3,7
	Stor grad	89,1	54,8	82,5
Total prosent		100,0	100,0	100,0
Antall		175	42	217

En andel på til sammen 61 prosent av de som drikker månedlig eller oftere oppgir også at alkoholservering er i konflikt med formålet for oppholdet, men her er det samtidig en andel på til sammen 31 prosent som mener at dette ikke har hatt betydning for valg av sted (Tabell 4.2.16). Det er forholdsvis liten forskjell i svarene på hotellgjester og vandrerhjemsgjester. Det er for øvrig bare 49 personer i denne kategorien i undersøkelsen.

Tabell 4.2.16. Alkoholserving passer ikke med formålet for opphold. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Totale tall og prosent

Har drukket	Organisasjon		Total
	NM hotels	NoVa	
Alkoholserving passer ikke med formålet for mitt opphold			
Liten grad	30,4	23,1	26,5
-		7,7	4,1
Både og	8,7	7,7	8,2
-	4,3	23,1	14,3
Stor grad	56,5	38,5	46,9
Total prosent	100,0	100,0	100,0
Antall	23	26	49

4.2.6 Opplevelse av oppholdet

Respondentene i undersøkelsen fikk spørsmål om de kunne tenke seg å komme tilbake til det aktuelle overnattingsstedet ved en senere anledning dersom det ble aktuelt, og dette har så godt som alle svart bekreftende på. Bare fem respondenter blant hotellgjestene og én blant vandrerhjemsgjestene kunne ikke tenke seg å komme tilbake til det aktuelle overnattingsstedet (Se også Tabell 9.1.9 og Tabell 9.1.10 i vedleggsdelen).

På spørsmål om respondentene ville betale ekstra for alkoholfri overnatting, gitt at tilbudet var av tilsvarende kvalitet, er svarene litt mer nyansert. Et flertall av gjestene ved NM hotels (77 prosent) svarer at de ville ha valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholserving, selv om dette kostet litt ekstra, mens den tilsvarende andelen blant vandrerhjemsgjestene, er på litt over 26 prosent (se Tabell 9.1.5).

Som vi ser av Tabell 4.2.17 er det også ganske store forskjeller i betalingsvillighet etter hva respondentene har oppgitt som sitt alkoholforbruk siste 12 måneder. Av hotellgjestene som ikke har drukket/drukket lite, er det 87 prosent som ville betalt mer for et alkoholfritt overnattingssted. For gjestene på vandrerhjem er den tilsvarende andelen 39 prosent.

For de hotellgjestene og vandrerhjemsgjestene som har drukket månedlig eller oftere er det nesten ingen som er villige til å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted. Igjen bør vi imidlertid huske på at de som drikker månedlig eller oftere, utgjør en liten del av utvalget.

Tabell 4.2.17. Ville valgt alkoholfritt overnattingssted. Alkoholbruk siste 12 mndr.
Prosent

Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholserving, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?		Organisasjon		Total
		NM hotels	NoVa	
Drikker sjelden eller aldri	Ja	86,8	38,9	77,7
	Nei	13,2	61,1	22,3
	Total	100,0	100,0	100,0
Drikker månedlig eller oftere	Ja	15,8	5,4	10,7
	Nei	84,2	94,6	89,3
	Total	100,0	100,0	100,0

4.3 Kundeundersøkelse gruppegjester

Undersøkelsen av ”gruppegjester” har svar fra til sammen 691 respondenter. Fordelingen av svar fra virksomheter i NM hotels og overnattingssteder i NoVa er svært skjev. Det er en stor overvekt av respondenter fra misjonshotellene.

For NM hotels ble det trukket ut 11 virksomheter som skulle delta i undersøkelsen. Hver virksomhet fikk tilsendt 100 spørreskjema. Alle de uttrukne virksomhetene gjennomførte undersøkelsen og returnerte svar fra til sammen 438 respondenter. Det er stor spredning i antall svar fra hver enkelt virksomhet, fra fire til 97. Antallet gjestedøgn for september 2005 for de 11 virksomhetene er ca. 6100.

Til sammen ni helårsåpne vandrerhjem ble valgt ut til å delta. Det kom svar fra sju av disse, med til sammen 165 skjema. Det største antall skjema fra en virksomhet er 58, mens én virksomhet har returnert kun ett svarskjema. Bare tre av virksomhetene har returnert følgeskrivet, så vi har ikke oversikt over det samlede antall gjestedøgn for disse virksomhetene.

I informasjonsbrevet som de aktuelle virksomhetene mottok samtidig med spørreskjemaene, ble det opplyst om at skjemaene skulle leveres ut til alle overnattingsgjester som var del av en gruppe (forening/lag/skoleklasse), og som sjekket inn i uke 36, 37 og 38 (2005). Det var kun personer over 15 år som skulle ha skjemaet. For å sikre nok svar, ble imidlertid innsamlingsperioden utvidet, og det siste skjemaet for gruppeundersøkelsen ble mottatt i november 2005.

4.3.1 Beskrivelse av utvalget

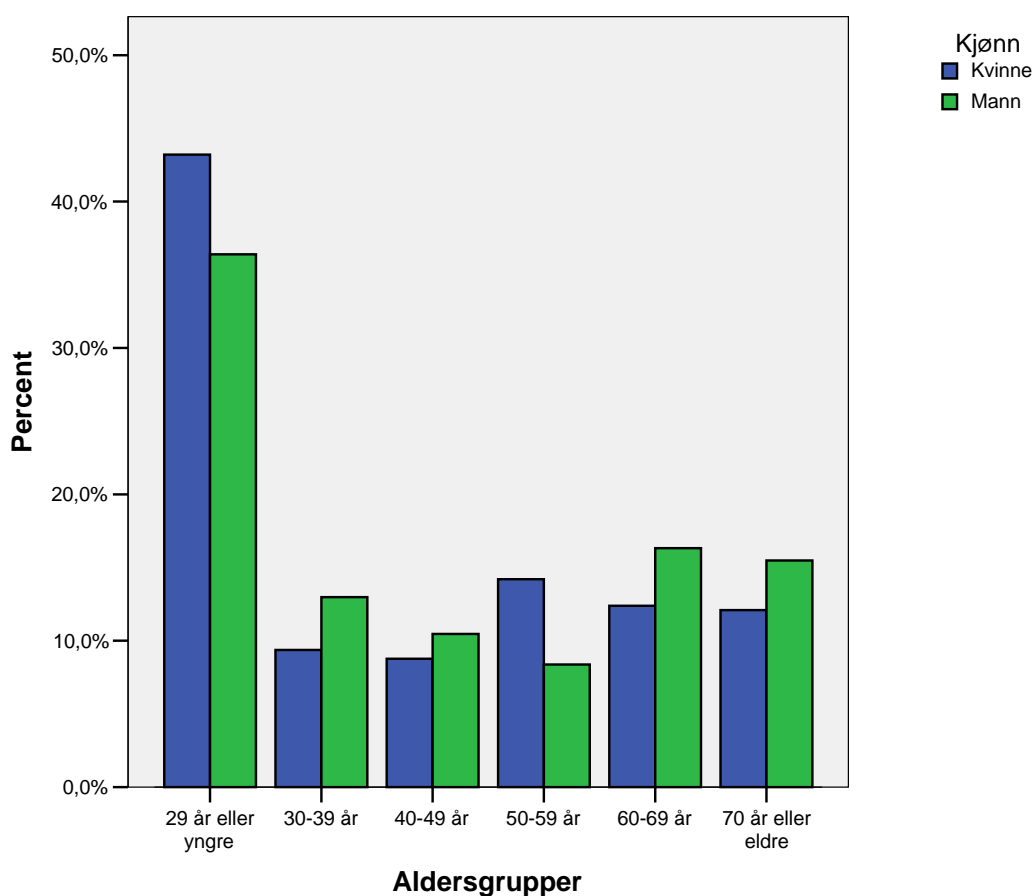
Som vi ser av fordelingen i Tabell 4.3.1 har 158 respondenter oppgitt at de er gjester ved et vandrerhjem, mens til sammen 420 gjester har svart at de bor på enten et hotell, gjestehus eller leirsted. De tre sistnevnte typene overnattingssteder er alle medlemmer i NM hotels. Det er 13 personer som har svart ”annet”, mens seks personer ikke har svart.

Tabell 4.3.1. Fordeling på type overnattingssted. Totale tall og prosent

Er du gjest ved:	Hotell	Gjestehus/ Pensjonat	Vandrerhjem	Leirsted	Annet	Total
Antall	115	37	158	268	13	591
Prosent	19,5	6,3	26,7	45,3	2,2	100,0

I forhold til registreringen av svarsendingene underveis i prosjektet, er det klart at respondenter som har krysset av for et annet alternativ enn vandrerhjem, alle er gjester ved en virksomhet i NM hotels. I den videre fremstillingen av resultater er de tre kategoriene hotell, gjestehus/pensjonat og annet slått sammen til en, og gitt betegnelsen "NM hotels". Kategoriene "leirsted" og "vandrerhjem" er beholdt som de er.

De fleste overnattingsstedene i undersøkelsen befinner seg utenfor store byer (se Tabell 9.2.1 i vedleggsdelen, side 151). Henholdsvis 85 og 80 prosent av hotellgjestene og leirstedgjestene oppgir at stedet de befinner seg på ligger på et tettsted eller i et bygdesamfunn. De fleste (til sammen 84 prosent) av gjestene ved vandrerhjemmene befinner seg i en by.



Figur 4.3.1. Aldersgrupper fordelt på kjønn. Prosent

Som vist i figuren over, er hovedtyngden av gjestene i denne undersøkelsen unge mennesker. En andel på rundt 40 prosent er yngre enn 29 år.

Det er stor forskjell mellom de to virksomhetstypene i alderen på gjestene. De eldste gjestene finner vi på hotellene, mens de yngre er på vandrerhjem og leirsted (Tabell 4.3.2).

Tabell 4.3.2. Aldersgrupper fordelt på overnattingssted. Prosent

Aldersgrupper	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
29 år eller yngre	5,1	59,7	43,2	40,3
30-39 år	2,5	15,2	11,6	10,8
40-49 år	5,1	11,0	12,9	9,9
50-59 år	19,0	7,2	11,6	11,6
60-69 år	32,3	3,0	14,2	14,1
70 år eller eldre	36,1	3,8	6,5	13,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Siden denne undersøkelsen er rettet mot gjester som ankom overnattingsstedet som en del av en gruppe, fikk respondentene spørsmål om hvor mange personer det var i deres reisefølge. Av plasshensyn har svarene blitt delt inn i fire kategorier (Tabell 4.3.3): liten gruppe (1-6 personer), middels stor gruppe (7-29 personer), stor gruppe (30-49 personer), veldig stor gruppe (50-99 personer).

Vi ser at over halvparten av respondentene ved hotellene har svart at de er del av en stor gruppe, og at omtrent halvparten av leirstedgjestene sier at de er del av en veldig stor gruppe. De fleste som er del av små eller middels store grupper finner man ved vandrerhjemmene med til sammen 58 prosent.

Tabell 4.3.3. Størrelse på reisefølget, overnattingssted. Prosent

Gruppestørrelse:	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Små grupper	22,1	12,2	18,8	16,6
Middels store grupper	19,5	22,4	39,6	26,3
Store grupper	53,2	15,2	27,3	28,7
Veldig store grupper	5,2	50,2	14,3	28,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

4.3.2 Bruk av alkohol

I forhold til bruk av alkohol er det en ganske markant forskjell på hotellgjester og leirstedgjester (NM hotell), og gjester ved vandrerhjemmene. En andel på til sammen 90 prosent av gjestene ved hotell og en andel på 69 prosent av gjestene på leirsted har ikke drukket alkohol, eller bare drukket noen få ganger siste 12 måneder (Tabell 4.3.4). For vandrerhjemmene er denne andelen 41 prosent.

Tabell 4.3.4. Bruk av alkohol siste 12 mnd. Prosent

Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Nei	64,6	37,3	11,8	38,1
Noen få ganger	25,5	31,9	29,4	29,5
Stort sett en gang i måneden	5,0	16,7	26,1	15,9
Stort sett en gang i uken	3,1	12,9	22,2	12,7
Stort sett flere ganger i uken	1,9	1,1	10,5	3,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

4.3.3 Formål med oppholdet

Formålet med oppholdet for de fleste respondentene i utvalget (32 prosent) er livssynsarrangement, og kurs/seminar (24 prosent), men her er det en del forskjeller mellom de ulike typene overnattingssteder. Omtrent 40 prosent av gjestene ved hotell har oppgitt livssynsarrangement som hovedformål med oppholdet, mens bare 17 prosent av gjestene ved vandrerhjemmene har dette som hovedformål. Det de fleste ved vandrerhjemmene har oppgitt som formål, er skole-/klassetur og ”annet”. Respondenter fra leirsteder har kurs/seminar og livssynsarrangement som hovedformål med oppholdet (med henholdsvis 37 og 35 prosent).

Tabell 4.3.5. Hovedformål med oppholdet. Prosent

Hovedformålet med oppholdet:	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Møtevirksomhet	23,3	6,4	5,8	10,9
Kurs/seminar	10,4	36,8	14,7	23,6
Skole-/klassetur	1,2	16,9	28,2	15,6
Livssynsarrangement	40,5	35,3	16,7	31,8
Annet hovedformål	24,5	4,5	34,6	18,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fordelt på alder ser vi at de yngre overnattingsgjestene oppgir ”kurs/seminar” og naturlig nok ”skole/klassetur”, mens de litt eldre oppgir ”livssynsarrangement” og ”annet hovedformål”. Se også Tabell 9.2.5, side 156.

4.3.4 Begrunnelse for valg av overnattingssted

Når mange personer reiser til et overnattingssted som en gruppe, er det rimelig å anta at ikke alle personer i gruppen har hatt like stor innflytelse på valg av sted. I det minste i de tilfellene der det *ikke* er tradisjon å dra til et spesielt sted. Respondentene fikk dermed, tidlig i skjemaet, spørsmål om de hadde hatt noen innvirkning på valg av overnattingssted. Fordelingen på de som har hatt muligheter til å bestemme overnattingssted, og de som ikke har hatt slike muligheter, er temmelig jevnt fordelt på de ulike typene overnattingssted. Andelen som ikke har hatt innvirkningsmuligheter, er litt større ved leirstedene.

Tabell 4.3.6. Innvirkning på valg av overnattingssted? Prosent

Hadde du noen innvirkning på valg av overnattingssted?	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Ja	28,8	13,2	31,0	22,3
Nei	71,3	86,8	69,0	77,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Av de respondentene som svarer bekreftende på at de har hatt innvirkning på valg av overnattingssted (til sammen omtrent 150 personer), har flest hotellgjester krysset av for alternativet ”fordi det ikke er alkoholserving her” som begrunnelse for valg av et alkoholfritt overnattingssted. Også anbefaling fra andre og tradisjon er viktige faktorer for valg av overnattingssted (Tabell 4.3.7). Respondentene fra vandrerhjemmene har krysset av for pris og beliggenhet (begge 37 prosent), mens gjester ved leirstedene har først og fremst lagt vekt på at det er tradisjon (54 prosent) å dra til det aktuelle leirstedet, deretter pris (37 prosent).

Tabell 4.3.7. Faktorer som påvirket valg av overnattingssted. Respondenter som har hatt innvirkning på valg av overnattingssted. Prosent

Valgårsaker*	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Det var eneste (ledige) overnattingsmulighet i området		14,3	4,1	5,4
Fordi det ikke er alkoholserving her	63,0	17,1	6,1	29,2
Best pris/kvalitet	10,9	37,1	32,7	26,2
Nærhet til aktuelle aktiviteter/tilbud	15,2	31,4	32,7	26,2
Anbefaling fra andre	30,4	17,1	18,4	22,3
Tradisjon	39,1	54,3	18,4	35,4
Andre årsaker	8,7	8,6	14,3	10,8

*Det var mulig å sette flere kryss

Av de respondentene som har oppgitt at de *ikke* har hatt innvirkning på valg av overnattingssted, har flest hotellgjester krysset av for alternativene ”tradisjon” og ”fordi det ikke er alkoholserving her”. Gjester ved vandrerhjemmene har valgt nærhet til aktiviteter/tilbud og pris som det de mener har vært viktigste utvelgelsesfaktorer, mens gjester ved leirstedene igjen har valgt ”tradisjon” som viktigste årsak til valg av sted.

Tabell 4.3.8. Faktorer som påvirket valg av overnattingssted. Respondenter som *ikke* har hatt innvirkning på valg av overnattingssted. Prosent

Valgårsaker*	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Det var eneste (ledige) overnattingsmulighet i området	1,8	10,1	10,5	8,1
Fordi det ikke er alkoholserving her	38,5	8,7	5,7	15,5
Best pris/kvalitet	6,4	20,2	32,4	19,7
Nærhet til aktuelle aktiviteter/tilbud	6,4	19,7	35,2	20,1
Anbefaling fra andre	16,5	8,3	10,5	10,9
Tradisjon	45,9	56,9	22,9	45,8
Andre årsaker	31,2	18,8	13,3	20,6

*Det var mulig å sette flere kryss

Vi ser at svarene fra de som har vært med på å velge overnattingssted, og de som ikke har det, er svært like. Den eneste forskjellen er de av hotell- og leirstedgjesterne som ikke har hatt mulighet for å påvirke valg av sted, har lagt større vekt på ”andre årsaker” som utvelgelsesfaktor enn det ”utvelgerne” har gjort.

4.3.5 Faktorer som påvirket valg av et alkoholfritt overnattingssted

Respondentene ble bedt om å gi en vurdering av i hvilken grad en rekke utsagn hadde hatt betydning for at et overnattingssted uten alkoholserving hadde blitt valgt. Mange valgte å svare ”ikke aktuelt” på disse utsagnene. Spesielt de to første påstandene: ”det nytes ikke alkohol i vårt reisefølge” og ”det nytes ikke alkohol på det arrangementet vi er med på”, har omtrent 40 prosent av utvalget ikke funnet det hensiktsmessig å ta stilling til. I den videre fremstillingen av resultater har svaralternativene ”liten grad” og ”nokså liten grad” blitt slått sammen til én, det samme har svaralternativene ”nokså stor grad” og ”stor grad”.

Av de som har tatt stilling til utsagnene, ser vi at mellom 34 og 60 prosent i stor grad sier seg enig i at dette har hatt betydning for å velge et alkoholfritt overnattingssted, se Tabell 4.3.9 under. Det er kun utsagnet ”bruk av alkohol er i konflikt med vårt livssyn” som en andel på 24 prosent i liten grad mener har hatt betydning for valg av overnattingssted.

Tabell 4.3.9. Faktorer som påvirker valget av et alkoholfritt overnattingssted. Prosent

	Liten grad	Både og	Stor grad	Ikke aktuelt	Total
Det nytes ikke alkohol i vårt reisefølge	13,9	8,7	35,4	42,0	100,0
Det nytes ikke alkohol på det arrangementet vi er med på	13,2	5,9	40,3	40,6	100,0
Vi har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	10,2	4,8	56,5	28,5	100,0
Bruk av alkohol passer ikke med formålet for vårt opphold	9,7	5,2	52,7	32,4	100,0
Bruk av alkohol er i konflikt med vårt livssyn	24,1	14,7	34,0	27,2	100,0
Alkoholfrie overnattingssteder oppleves som tryggere/roligere	11,2	13,3	60,0	15,5	100,0

4.3.5.1 Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder

For de to overnattingskategoriene ”hotell” og ”leirsted” er det mellom 60 og 70 prosent som mener at gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder har vært viktig for valg av sted denne gangen. For vandrerhjemmene er det litt over 34 prosent som mener at dette i stor grad har påvirket overnattingsvalget.

Tabell 4.3.10. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder. Prosent

Vi har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Liten grad	2,5	7,3	22,6	10,3
Både og		6,1	6,0	4,6
Stor grad	62,2	66,5	33,8	56,7
Ikke aktuelt	35,3	20,0	37,6	28,4

I tabellen nedenfor ser vi hvordan svarene fordeler seg i forhold til alkoholbruk. Det er en del forskjeller i svarene etter hvor mye alkohol respondenten har oppgitt å ha drukket siste 12 måneder. Av de som ikke har drukket/drukket få ganger, er 64 prosent som mener at gode erfaringer har påvirket valg av overnattingssted. Av de som oppgir at de har drukket månedlig eller oftere, er denne andelen 43 prosent.

Tabell 4.3.11. Erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fordelt på alkoholbruk*. Prosent

Alkoholforbruk	Vi har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere			
	Liten grad	Både og	Stor grad	Ikke aktuelt
Har ikke drukket, drukket noen få ganger	7,3	2,8	63,6	26,3
Har drukket en gang i måneden eller oftere	15,5	8,9	42,9	32,7
Total	10,1	4,8	56,6	28,5

*Antall missing er 98.

4.3.5.2 Alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere

Totalt sett er mer enn halvparten av respondentene i stor grad enige i utsagnet ”alkoholfrie overnattingssteder oppleves som tryggere/roligere” (Tabell 4.3.14). Graden av enighet varierer imidlertid etter hvilken type overnattingssted respondenten bor på. Gjester ved vandrerhjemmene er minst enige i at påstanden har hatt betydning for valg av overnattingssted (23 prosent). Det er også en stor andel blant vandrerhjemsgjestene som har svart ”både og” på utsagnet.

Tabell 4.3.12. Alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alle. Prosent

Alkoholfrie overnattingssteder oppleves som tryggere/roligere	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Liten grad	6,9	6,9	23,0	11,2
Både og	2,3	15,0	20,9	13,4
Stor grad	70,0	66,4	38,8	59,9
Ikke aktuelt	20,8	11,7	17,3	15,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Det er langt flere av de som ikke drikker som opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere (71 prosent), enn det er blant de som oppgir at de drikker månedlig eller oftere (38 prosent), se

Tabell 4.3.13.

Tabell 4.3.13. Alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alkoholbruk. Alle*. Prosent

Drukket eller ikke drukket siste 12 mnd	Alkoholfrie overnattingssteder oppleves som tryggere/roligere				Total
	Liten grad	Både og	Stor grad	Ikke aktuelt	
Har ikke drukket, eller bare drukket noen få ganger	7,3	8,5	71,3	12,9	100,0
Har drukket en gang i måneden eller oftere siste	19,2	22,7	37,8	20,3	100,0
Total	11,3	13,3	60,0	15,4	100,0

*Antall missing er 80

4.3.5.3 Bruk av alkohol og formålet med oppholdet

Der grupper overnatter ved et hotell, vandrerhjem eller lignende kan det i en del tilfeller være at formålet med å være på stedet forutsetter et fravær av alkohol, slik det for eksempel vil gjøre i forbindelse med konfirmantleir og menighetsturer. Til sammen en tredjedel av utvalget har valgt å svare ”ikke aktuelt” på om dette var en faktor i valg av sted. Men, også over halvparten av respondentene totalt sett svarer at dette i ”stor grad” er tilfelle. For leirstedene er andelen som har svart at dette i ”stor grad” er tilfelle oppe i 69 prosent, mens en andel på 31 prosent av gjestene ved vandrerhjemmene mener det samme (hotellgjestene: 46 prosent).

Tabell 4.3.14. Alkoholbruk og formål med opphold. Alle. Prosent

Bruk av alkohol passer ikke med formålet for vårt opphold	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Liten grad	5,3	6,1	20,3	9,7
Både og	,8	1,6	15,2	5,0
Stor grad	45,9	68,9	31,2	52,8
Ikke aktuelt	48,1	23,4	33,3	32,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

I Tabell 4.3.15 finner vi igjen samme forhold som i

Tabell 4.3.11. Av de som ikke har drukket siste 12 måneder (eller bare drukket noen få ganger) er 56 prosent enige i utsagnet ”bruk av alkohol ikke passer med formålet for oppholdet”. En litt mindre andel (45 prosent) av de som har drukket månedlig eller oftere er også i stor grad enige i dette utsagnet.

Tabell 4.3.15. Alkoholbruk og formål med opphold. Alkoholbruk. Alle*. Prosent

Drukket eller ikke drukkit siste 12 mnd	Bruk av alkohol passer ikke med formålet for vårt opphold				Total
	Liten grad	Både og	Stor grad	Ikke aktuelt	
Har ikke drukkit, eller bare drukkit noen få ganger	9,1	1,8	56,4	32,7	100,0
Har drukkit en gang i måneden eller oftere	10,6	12,4	45,3	31,8	100,0
Total	9,6	5,3	52,7	32,4	100,0

*Antall missing er 81.

4.3.6 Opplevelse av oppholdet

Som kommersielle aktører er det viktig at overnattingsstedene har fornøyde kunder, og som ønsker å komme tilbake. Nesten alle, 95 prosent, ønsker å komme tilbake til det overnattingsstedet de har brukt. Det er ingen store forskjeller mellom de ulike overnattingstypene.

Tabell 4.3.16. Vil komme tilbake. Alle. Prosent

		Organisasjon			Total
		NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrer-hjem	
Kunne du tenke deg å komme tilbake til dette overnattingsstedet ved en senere anledning, dersom det ble aktuelt?	Ja	98,0	94,5	92,1	94,9
	Nei	2,0	5,5	7,9	5,1
Total		100,0	100,0	100,0	100,0

Dersom det har vært viktig for gjesten at overnattingsstedet ikke har alkoholserving, kan man tenke seg at han/hun vil være villig til å betale litt mer enn for et tilsvarende sted med alkoholserving. Tabell 4.3.17 under viser at særlig gjester ved hotell er villig til å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted. Gjester ved vandrerhjem og leirsteder er litt mindre innstilt på dette.

Tabell 4.3.17. Ville valgt et alkoholfritt overnattingssted selv om det kostet mer. Alle. Prosent

		Organisasjon			Total
		NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrer-hjem	
Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholserving, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?	Ja	85,7	50,2	31,2	54,9
	Nei	14,3	49,8	68,8	45,1
Total		100,0	100,0	100,0	100,0

Hvorvidt det er forskjeller i betalingsvillighet etter om respondentene selv drikker eller ikke, vises i Tabell 4.3.18. Totalt sett er de som ikke drikker, eller drikker sjelden, mer villige til å betale mer for et alkoholfritt overnattingssted, enn de som oppgir et noe hyppigere alkoholforbruk. Her er det imidlertid store forskjeller mellom de ulike typene overnattingssteder. De minst betalingsvillige blant de som ikke drikker, er gjester ved vandrerhjem, og til dels ved leirstedene.

Blant de respondentene som svarer at de ville betalt mer for et alkoholfritt overnattingssted, er det 85 prosent som oppgir at de ikke har drukket siste 12 måneder eller bare har drukket noen få ganger. Av de som ikke er villige til å betale mer, er fordelingen på de som har og de som ikke har drukket nesten lik.

Tabell 4.3.18. Ville valgt et alkoholfritt overnattingssted selv om det kostet mer. Alle.
Alkoholbruk. Prosent

		Har ikke drukket, drukket noen få ganger	Har drukket en gang i måneden eller oftere	Total
Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholservering, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?	Ja	85,4	14,6	100,0
	Nei	45,6	54,4	100,0
Total		67,5	32,5	100,0

5 Arrangementundersøkelse

Arrangementsundersøkelsen har hatt tre målgrupper, og som i resultatdelen gjengis som tre separate undersøkelser. Alle tre gjelder respondenter fra virksomheter i enten NL eller i LASS. Resultatene fra undersøkelsen av frivillige/ledere, unge deltakere og voksne deltakere er fremstilt i henholdsvis kapittel 5.2, 5.3 og 5.4.

Vi mottok til sammen 750 svar på arrangementundersøkelsene i ungdomslag og utvalgte LASS-virksomheter, herav 427 deltakere under 18 år, 205 voksne deltakere over 18 år og 118 ledere og frivillige arrangører.

5.1 Sammendrag resultater arrangement

Resultatene fra alle tre arrangementsundersøkelsene er oppsummert i kapitlene 5.1.1, 5.1.2 og 5.1.3 under. For lesere som ønsker å fordype seg mer i resultatene, anbefales det å lese hele kapittel 5.2, 5.3 og 5.4.

5.1.1 Frivillige/ledere

Svarene er ujevnt fordelt på de to organisasjonene; 75 kommer fra ungdomslagene mens 43 er fra medlemsvirksomhetene i LASS. Alderen på respondentene varierer fra 13 til 77 år, men det er forholdsvis mange unge i undersøkelsen. Halvparten av respondentene er 29 år eller yngre, og halvparten er 30 år eller eldre. Mer enn halvparten av respondentene (56 prosent) er i lønnet arbeid.

Når det gjelder hvor mye respondentene har drukket i løpet av de siste 12 måneder, svarer til sammen 63 prosent at de ikke har drukket, eller bare har drukket noen få ganger. Andelen respondenter som ikke har drukket i det hele tatt, er svært mye større blant LASS virksomhetene er for virksomhetene i NL.

På spørsmål om respondentenes forhold til organisasjonene de stiller som arrangementsleder eller -frivillig for, svarer 58 prosent at de er medlemmer med ubetalte tillitsverv. Nær en fjerdedel av respondentene stiller som frivillig/leder, men er ikke medlemmer av organisasjonen. En andel på 78 prosent har deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen flere ganger, mens kun seks prosent er der for første gang.

Det er stort sett åpne arrangementer undersøkelsen tar for seg, der det innholdsmessige går på dans, aktivitetsskveld eller data og spill. Det er ikke tilfeldig at respondentene stiller som frivillig eller leder på arrangementene, og det heller ikke fordi respondentene føler seg forpliktet til å stille. De frivillige er på arrangementet fordi de ønsker å støtte organisasjonens arbeid (68 prosent).

Til sammen 18 prosent tror at noen deltakere vil dra videre til tilstelninger med alkohol etter arrangementet, samtidig som bare åtte prosent tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til det arrangementet de har rapportert fra. Svært mange (til sammen 55

prosent) tror at alkoholfrie arrangement bidrar til at ungdommen i lokalsamfunnet drikker mindre.

Fra følgebrevene fra hver av virksomhetene, vet vi at svært mange av tilstelningene i ungdomslagsregi er fritidsklubber og diskotek/dans. Det vil si at de aller fleste tilstelningene har ungdom som målgruppe. For LASS virksomhetene er det større mye større variasjon i tilstelningene, det er alt fra ungdomskafé til friluftsansettelse og losjemøter (noe som kan forklare den mye større andelen avholdne blant LASS respondentene).

Samlet sett bidrar de frivillige til at tilstelningene kan finne sted, og selv om man kan anta at en del av de frivillige er foreldre til ungdom som for eksempel deltar på ungdomsklubb, er det ikke følelsen av forpliktelse som er styrende for deltakelse. Det er heller å anse som et bidrag til organisasjonens arbeid, kanskje fordi de i så stor grad tror at ”arrangementer av denne typen medvirker til at ungdommen i lokalsamfunnet drikker mindre”?

5.1.2 Unge deltakere

Undersøkelsen av ”unge deltakere” har svar fra 427 respondenter. Fordelingen av svar fra virksomheter i NL og i LASS er svært skjev. Det er en stor overvekt av innkomne spørreskjema fra NL (310 besvarte skjema).

Målgruppen for undersøkelsen var unge i alderen 12 til og med 17 år, og 80 prosent av de som har svart er i denne aldersgruppen. Det er en noenlunde jevn fordeling av gutter og jenter i utvalget.

Det er store forskjeller i hvor ofte respondentene drikker ut fra hvilken alder de har. En andel på 89 prosent av 12-13 åringene har ikke drukket, mens den tilsvarende andelen blant 14-15 åringene er snaut 50 prosent. For de som er litt eldre (16-17 år) synker andelen som ikke har drukket til godt og vel 20 prosent.

Det er arrangementer ”åpne for alle” respondentene har vært på, og over halvparten har deltatt flere ganger på denne typen arrangementer. En andel på 22 prosent er på et slikt arrangement for første gang. ”Dans/diskotek” er det alternativet flest har krysset av for på spørsmål om hva hovedinnholdet i arrangementet er.

Ungdommenes begrunnelse for å delta på arrangementet, er at de ønsker å treffe nye mennesker (til sammen 70 prosent) eller fordi venner skulle dit (til sammen 60 prosent). En andel på til sammen 63 prosent er ikke enige i at det er tilfeldig at de har deltatt på akkurat dette arrangementet, og de er enda mer uenige (til sammen 75 prosent) i at de deltok fordi mor eller far ville det.

Mange (67 prosent) ønsker seg flere alkoholfrie arrangementer i sitt nærområde, og omtrent like mange mener at det er fint å slippe drikkepress. Det er deltakerne som ikke drikker, eller drikker lite, som ønsker seg flere rusfrie arrangementer. Det er også disse som i større grad setter pris på å slippe drikkepress.

Avslutningsvis kan vi si at de fleste ungdommene har vært på denne type tilstelning flere ganger, de drikker/drikker ikke på lik linje med tilsvarende norsk ungdom. Til

sammen 81 prosent er litt eller helt enig i at det er fint å ha et sted å være der det ikke er drikkepress. Det er de som ikke drikker som vil ha flere rusfrie arrangement, samtidig som vi ser at mange har muligheter for å delta på aktiviteter i nærmiljøet, som for eksempel idrett, musikk, osv. Selve tilstelningene er rusfrie, dette bekreftes både i svarene fra de frivillige, ungdommen selv, og i dokumentasjonen fra feltstudiene. Selv om det er noen som mener at de kommer til å drikke *etter* arrangementet.

5.1.3 Voksne deltakere

Arrangementundersøkelsen for voksne deltakere omfatter svar fra 205 respondenter. 74 svarene kommer fra voksne på arrangement i regi av ungdomslag, og 131 fra arrangement i regi av LASS virksomheter.

Det er stor spredning i alderen på respondentene. Nær halvparten av respondentene fra NL er under 36 år, mens nesten 70 prosent av respondenter fra LASS er 59 år eller eldre. Nesten tre fjerdedeler av respondentene i utvalget har ikke drukket, eller bare drukket noen få ganger, i løpet av de siste 12 månedene, men her er det store forskjeller mellom medlemmer i NL og LASS.

Nærmere 70 prosent av utvalget har deltatt på arrangement i regi av de respektive organisasjoner flere ganger i 2005. Spesielt blant de eldre respondentene er det i stor grad snakk om mer eller mindre faste brukere. Selv om det er mange faste brukere, er det likevel mer enn en tredjedel av utvalget som ikke er medlemmer i organisasjonene. Det er omtrent like mange som er medlemmer og har tillitsverv, som det er medlemmer uten tillitsverv.

Respondentenes grunn for å delta, er at de ønsker å støtte organisasjonen som står for arrangementet. Til sammen tre fjerdedeler av utvalget oppgir dette som viktigste grunn. Nesten like mange (66 prosent) stiller ofte opp på rusfrie arrangement. Respondentene føler seg ikke forpliktet til å stille. Det ser ut til at lojaliteten til organisasjonen øker med alderen.

En forholdsvis liten andel på 20 prosent opplyser at de, etter arrangementet, trolig kommer til å dra videre på tilstelninger med alkohol. Det er ellers en sammenheng mellom eget forbruk og holdningen til rusfrie arrangement, men denne er ikke like sterk som blant de unge arrangementsdeltakerne.

5.2 Arrangementsundersøkelse frivillige/ledere

Av de totalt 118 svarene fra frivillige/ledere, kommer 75 fra ungdomslag og 43 fra LASS-virksomheter. Antallet svar fra frivillige/ledere fra hvert arrangement varierer mellom 1 og 12, men hovedtyngden ligger på tre til fire respondenter. Kun ett av ungdomslagene i undersøkelsen har ikke sendt inn skjema utfylt av frivillige/ledere. Fem av LASS-virksomhetene har sendt inn svar fra frivillige/ledere, og to av disse står for til sammen 30 av de 43 respondentene.

5.2.1 Beskrivelse av utvalget

I dette avsnittet presenterer vi et utvalg karakteristika av ledere og frivillige i arrangementene. Alderen på deltakerne i undersøkelsen varierer fra 13 til 77 år. I tabellen nedenfor har vi, for å lette framstillingen av utvalget, delt respondentene inn i omtrent like store aldersgrupper. Halvparten av respondentene er 29 år eller yngre, halvparten er 30 år eller eldre. Det er en liten overvekt av kvinner i aldersgruppen 30-43, og for menn over 44 år.

Tabell 5.2.1. Aldersgrupper fordelt på kjønn. Prosent

		Kjønn		Total
		Kvinne	Mann	
Aldersgruppe	19 år eller yngre	22,2	24,0	23,0
	20-29 år	23,8	20,0	22,1
	30-43 år	31,7	20,0	26,5
	44 år eller eldre	22,2	36,0	28,3
Total		100,0	100,0	100,0

Det er en del forskjeller i aldersfordeling mellom de to organisasjonene. I LASS er de fleste frivillige over 30 år (62 prosent), mens 10 prosent er under 19 år. I NL er nær halvparten av de frivillige over 30 år, mens en tredjedel er under 19 år, se Tabell 9.3.2 på side 157.

I spørreskjemaet inkluderte IRIS et spørsmål om respondentenes forhold til organisasjonen de var med å arrangere aktiviteter for. Tabell 5.2.2 nedenfor viser at 58 prosent av respondentene er medlemmer med ubetalte tillitsverv. Det er flere kvinner enn menn som ikke er medlem i organisasjonen.

Ved å skille mellom de to organisasjonene ser vi at innenfor LASS virksomhetene er nær en tredjedel av de frivillige/ledere ikke medlemmer, mot 18 prosent av respondentene fra virksomheter i NL (se også Tabell 9.3.4, side 158).

Tabell 5.2.2. Forhold til organisasjonen fordelt på kjønn. Prosent

	Kjønn		Total
	Kvinne	Mann	
Jeg har et betalt tillitsverv/er ansatt i organisasjonen	9,7	13,7	11,5
Jeg har et ubetalt tillitsverv i organisasjonen	56,5	58,8	57,5
Jeg er medlem uten tillitsverv	4,8	11,8	8,0
Jeg er ikke medlem	29,0	15,7	23,0
Total	100,0	100,0	100,0

Respondentene ble også bedt om å angi hvorvidt de er leder/initiativtaker for arrangementet, eller frivillig støtte. Tabell 5.2.3 viser at 75 prosent av lederne har et

ubetalt tillitsverv, mens 15 prosent har et betalt tillitsverv. Blant de som oppgir å være frivillig støtte, har litt over 35 prosent ubetalte tillitsverv, mens 37 prosent ikke er medlemmer.

Tabell 5.2.3. Forhold til organisasjonen fordelt på rolle i arrangementet. Prosent

Hva er din rolle i dette arrangementet?	Leder/ initiativtaker	Frivillig støtte
Jeg har et betalt tillitsverv/er ansatt i organisasjonen	14,8	7,8
Jeg har et ubetalt tillitsverv i organisasjonen	75,4	35,3
Jeg er medlem uten tillitsverv		19,6
Jeg er ikke medlem	9,8	37,3
Total	100,0	100,0

I overkant av 56 prosent av respondentene er i lønnet arbeid (Tabell 5.2.4), mens nærmere 25 prosent er under utdanning. Blant kvinnene utgjør andelen elever/studenter nesten 30 prosent, mens mennene fordeler seg omtrent likt mellom elever/studenter og pensjonister/trygdede (henholdsvis 18 og 16 prosent). Det er ellers små forskjeller i yrkeskategoriene i utvalget.

Tabell 5.2.4. Yrkeskategori fordelt på kjønn. Prosent

	Kjønn		Total
	Kvinne	Mann	
Lønsmottaker	57,8	54,0	56,1
Arbeidssøkende	3,1	6,0	4,4
Selvstendig næringsdrivende	4,7	4,0	4,4
Elev/Student	29,7	18,0	24,6
Pensjonist/Trygdet	3,1	16,0	8,8
Hjemmeværende	1,6	2,0	1,8
Total	100,0	100,0	100,0

Innefor den budsjetttrammen som gjelder for prosjektet, har IRIS ikke hatt mulighet til å fordype seg i rekrutteringsutfordringene for de enkelte ungdomslagene og LASS-medlemmene i spørreskjemaundersøkelsene. Tematikken omkring rekruttering er noe bedre ivaretatt i feltstudiedelen av denne rapporten. For likevel å få et innblikk i rekruttering også i spørreundersøkelsene, ba vi respondentene om å angi hvor ofte de stiller opp for organisasjonen i gjennomføringen av forskjellige arrangementer. Som det går fram av Tabell 5.2.5 har 85 prosent av lederne/initiativtakerne deltatt flere ganger på arrangement i regi av sin organisasjon. Det tilsvarende tallet for de som stilte som frivillig støtte, er nærmere 70 prosent. Bare litt over 6 prosent av respondentene i utvalget er med på arrangementet for første gang.

Tabell 5.2.5. Deltakelsesfrekvens i 2005. Prosent

Hvor ofte har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen?	Hva er din rolle i dette arrangementet?		Total
	Leder/ initiativtaker	Frivillig støtte	
Dette er første gang	3,3	9,4	6,2
Noen få ganger	11,7	20,8	15,9
Flere ganger	85,0	69,8	77,9
Total	100,0	100,0	100,0
Antall	61	53	114*

*4 missing

5.2.2 Bruk av alkohol

Respondentene fikk spørsmål om hvor ofte de har drukket i løpet av de siste 12 måneder. Til sammen 63 prosent oppgir at de ikke har drukket, eller bare har drukket noen få ganger, i den aktuelle perioden. Her er det imidlertid ganske store forskjeller på respondentene fra NL og LASS. Andelen respondenter som ikke har drukket i det hele tatt, er svært mye større blant respondenter fra LASS virksomhetene.

Tabell 5.2.6. Alkoholbruk fordelt på organisasjon. Prosent

		Organisasjon		Total
		NL	LASS	
Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	Jeg har ikke drukket	13,3	51,2	27,1
	Bare noen få ganger	37,3	32,6	35,6
	Stort sett en gang i måneden	32,0	11,6	24,6
	Stort sett en gang i uken	12,0	4,7	9,3
	Stort sett flere ganger i uken	5,3		3,4
Total		100,0	100,0	100,0

5.2.3 Beskrivelse av arrangementene

Mer enn tre fjerdedeler av arrangementene er åpne for alle. Knappe ni prosent er lukkede arrangementer for medlemmer av organisasjonene. Denne andelen er imidlertid større for voksne over 18 år, hvor 70 prosent av respondentene svarer at de har deltatt på et lukket arrangement. De unge under 18 år deltar stort sett på åpne arrangementer.

Tabell 5.2.7. Arrangementsbeskrivelse fordelt på målgrupper. Prosent

	Målgrupper			Total
	Bare ungdom 12-18 år	Bare voksne over 18 år	Alle aldre	
Lukket arrangement for medlemmer av organisasjonen	3,1	70,0	2,5	8,8
Arrangement for mer eller mindre "faste brukere"	21,9		7,5	14,9
Arrangement åpent for alle	75,0	30,0	90,0	76,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

I spørreskjemaet ble respondentene bedt om å sette maks to kryss for hva som var hovedinnholdet i arrangementet. Dersom svaralternativene som ble gitt (se Tabell 5.2.8) ikke var dekkende nok, kunne respondentene også skrive med egne ord hva arrangementet besto i. 15 respondenter benyttet seg av denne muligheten, men bare en av disse innholdsbeskrivelsene var vesensforskjellig fra kategoriene, og det var "tilrettelagt undervisning".

Som det går fram av tabellen under har 67 prosent av respondentene krysset av for kategorien "Dans/diskotek" som en av sine to mulige alternativer, mens 41 prosent har benyttet seg av kategorien "Aktivitetskveld". "Data/spill" var en annen kategori, og nesten 25 prosent krysset av for denne kategorien.

Tabell 5.2.8. Innhold fordelt på aldersgrupper. Prosent

	Målgrupper			Total
	Bare ungdom 12-18 år	Bare voksne over 18 år	Alle aldre	
Dans/diskotek	79,3	33,3	55,6	67,0
Aktivitetskveld (med mange ulike aktiviteter)	50,0		36,1	40,8
Møte med dagsorden	1,7	55,6	11,1	9,7
Musikkøving/-stevne/konsert			5,6	1,9
Idrettsaktivitet	1,7	11,1	5,6	3,9
Teater	6,9	11,1	8,3	7,8
Kulturverksted				
Data/Spill	29,3		22,2	24,3

I forsendelsen med spørreskjemaer som gikk ut til virksomhetene, ble det også lagt ved et følgebrev med spørsmål om hva som kreves av organisasjonen for å avholde arrangementet (se vedlegg 1). Av de ungdomslagene som har lagt ved denne informasjonen om arrangementet, er det klart at diskotek eller ungdomsklubb utgjør hovedtyngden av tilstelningene. Enkelte har mer spesifiserte ungdomsaktiviteter, som rockeklubb, LAN-party og leikarring. Kun ett ungdomslag har sendt svar fra deltakere

på et lukket medlemsmøte. Det antall deltakere som ungdomslagene har oppgitt at vanligvis er til stede på tilstelningene ligger mellom 20 og 100, men med hovedtyngden rundt 35-40 besøkende.

5.2.4 Motivasjon for deltakelse

I Tabell 5.2.9 har vi valgt å bare framstille den prosentvise fordelingen på spørsmålene om hvilke motiv som ligger bak den enkeltes deltakelse som leder eller frivillig støtte på det gjeldende arrangementet. Nærmere 45 prosent av respondentene er helt uenige i at de har stilt på arrangementet fordi de av en eller annen grunn føler seg forpliktet til å gjøre det, mens 17 prosent føler at de *er* forpliktet til å stille. En andel på 45 prosent oppgir at de også ville deltatt selv om de ikke var med på arrangørsiden. Nesten 70 prosent rapporterer at de er på arrangementet fordi det er den måten de ønsker å støtte organisasjonens arbeid på. Litt over 56 prosent av respondentene stiller ofte opp på den typen arrangement som de er med på å arrangere, og bare 17 prosent er helt eller delvis enig i at det er tilfeldig at de stilte på akkurat det arrangementet.

Tabell 5.2.9 Motivasjon for deltakelse. Prosent

	Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig	Total
Jeg følte at jeg var forpliktet til å delta på dette arrangementet	44,8	8,6	20,0	9,5	17,1	100,0
Jeg hadde hatt lyst til å delta på arrangementet selv om jeg ikke var med som leder/frivillig	11,5	8,7	13,5	21,2	45,2	100,0
Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonens arbeid på	4,7	2,8	7,5	16,8	68,2	100,0
Jeg stiller ofte opp for slike arrangement	3,9	7,8	13,6	18,4	56,3	100,0
Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet	55,7	14,2	13,2	8,5	8,5	100,0

Det er ingen signifikante forskjeller i motivasjon i forhold til bakgrunnsvariablene alder, kjønn, utdanningsnivå eller eget alkoholforbruk, for deltakelse som leder, eller frivillig støtte (spørsmål 7.1-7.5 i spørreskjemaet, vedlegg 3). Det kan dermed tyde på at arrangørene først og fremst er individer som engasjerer seg av idealistiske grunner. Om dette skyldes respondentene som har egne barn på arrangementet vet vi ikke, men litt over 60 prosent av utvalget oppgir at de ikke har omsorgsansvar for barn.

Som vist i Tabell 9.3.1 (side 157) er det ikke store forskjeller i svarene fra respondenter fra LASS og NL. Flest fra LASS er enige at de stiller på arrangementet for å støtte organisasjonens arbeid (78 prosent), og at de ofte stiller opp på slike arrangement (65 prosent). Nær en fjerdedel føler seg helt eller delvis forpliktet til å stille. I NL bidrar også de frivillige/ledere fordi de ønsker å støtte organisasjonens arbeid (63 prosent), og de stiller ofte opp på denne typen arrangement (52 prosent).

5.2.5 Holdninger til rusfrie arrangement

Heller ikke for spørsmålsrekken omkring respondentenes holdning til rusfrie arrangement er det noen sterke signifikante forskjeller i svarene i forhold til bakgrunnsvariablene alder, kjønn, utdanning eller eget forbruk.

Det er en viss antydning til at de yngre arrangørene i utvalget, i større grad tror at deltakerne drar videre til arrangement med rusmidler etterpå, men dette er ingen sterk sammenheng ($r = .267$, $p < .01$). Det er også en svak positiv sammenheng mellom alder og tro på effekt ($r = .233$, $p < .05$).

Tabell 5.2.10 nedenfor antyder dermed at utvalget, uavhengig av ovennevnte bakgrunnsvariabler, deler seg i to "leire". En andel på 58 prosent mener at det rusfrie elementet er et sentralt krav til arrangementene, mens litt over 23 prosent legger større vekt på innholdet. En andel på til sammen 28 sier seg enig eller litt enig i at de bare vil stille opp på rusfrie arrangement, mens de resterende 72 prosentene veksler mellom arrangement med og uten alkoholservering. Nesten 55 prosent av respondentene tror rusfrie arrangement har en innvirkning på ungdommens drikkevaner, samtidig som litt over 23 prosent er helt eller delvis enig at arrangementet de er med og arrangerer, først og fremst er for dem som har en rusfri livsstil.

Tabell 5.2.10. Holdning til rusfrie arrangement. Prosent

	Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	Total
Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig	58,0	7,1	7,1	4,5	23,2	100,0
Jeg stiller bare opp som frivillig på arrangement som er alkoholfrie	33,3	12,6	26,1	5,4	22,5	100,0
Jeg tror arrangement av denne typen medvirker til at ungdommen i lokalsamfunnet drikker mindre	5,3	7,1	18,6	14,2	54,9	100,0
Jeg tror at flere deltakere drar videre til tilstelninger/steder med alkohol etter dette arrangementet	51,4	14,4	16,2	9,9	8,1	100,0
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	37,5	17,0	22,3	7,1	16,1	100,0
Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet	78,4	9,0	4,5	3,6	4,5	100,0

Ingen av respondentene tror i nevneverdig grad at det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til det aktuelle arrangementet, men de frivillige/ledere tror at noen deltakere vil dra videre til tilstelninger med alkohol etter arrangementet (til sammen 14 prosent fra NL og 20 prosent fra LASS er helt eller litt enige i dette utsagnet).

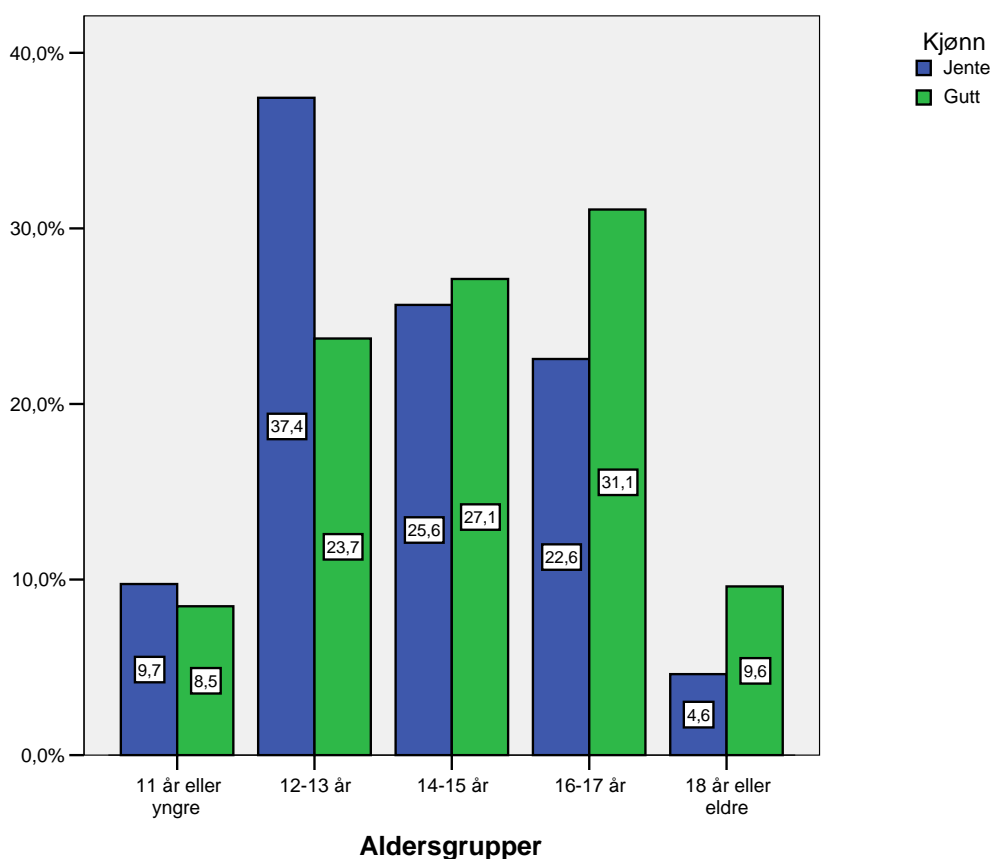
Så mange som 85 prosent av de frivillige i LASS er helt enig i at arrangement av denne typen virker rusforebyggende for ungdommen i lokalsamfunnet, mot en andel på 38 prosent av de frivillige i NL. For begge organisasjonene er det flere som er uenige enn enige i utsagnet om at de bare stiller på arrangementer som er alkoholfrie. For flere resultater for på de to organisasjonene, se Tabell 9.3.3 side 158.

5.3 Arrangementsundersøkelse unge deltakere

På undersøkelsen blant arrangementsdeltakere i alderen 12-18 år, fikk vi inn til sammen 427 svar. 310 av respondentene kommer fra deltakere på arrangement i regi av ungdomslag i NL, mens 117 svar er fra ulike virksomheter organisert i LASS.

5.3.1 Beskrivelse av utvalget

I den demografiske framstillingen av utvalget, har vi valgt å slå sammen variabelen alder i seks kategorier. Skjemaet skulle i utgangspunktet deles ut til ungdom i alderen 12-17. Det kom imidlertid også inn svar fra noen under 12 år (15 stk) og en del over 18 år (15 stk).



Figur 5.3.1. Fordeling av aldersgrupper i utvalget i forhold til kjønn. Prosent

Deltakerne i ungdomsundersøkelsen svarer godt til målgruppen for prosjektet. I overkant av 80 prosent av utvalget er i alderen 12-17 år. Det er små forskjeller i kjønn mellom aldersgruppene. Det er en del flere jenter (blå søyler i figuren) i alderen 12-13 år enn det er gutter (grønne søyler), mens det i aldersgruppen 16-17 år er litt flere gutter enn jenter.

Respondenter fra LASS er generelt eldre enn respondenter fra NL. I NL er en andel på 79 prosent 15 år eller yngre (5 prosent er over 18 år), mens en tredjedel fra LASS er i denne alderen (12 prosent er over 18 år). Se også Tabell 9.4.1, side 159.

For å få et bilde av tilgang til aktiviteter, ble respondentene bedt om å angi i hvilken grad de deltar på en rekke ulike fritidsaktiviteter. Respondentene ble bedt om å krysse av for hver aktivitet. Der respondenten har krysset av for ”sjelden/aldri” kan det være at respondenten har et slikt tilbud, men ikke ønsker å bruke det eller at tilbudet ikke finnes i nærheten av der respondenten bor.

Flest respondenter (53 prosent) har krysset av for at de ofte deltar i idrettslag. Ellers oppgir 25, 23 og 21 prosent at de går på henholdsvis ”kommunal fritidsklubb”, ”4H/ungdomslag/speider” og i ”musikkforening”.

En andel på 12 prosent av utvalget, 18 jenter og 33 gutter, oppgir at de sjelden eller aldri deltar på noen organiserte fritidsaktiviteter, bortsett fra kommunal fritidsklubb. Disse ungdommene utgjør det vi kan kalle ”uorganisert ungdom”.

Tabell 5.3.1. Deltakelse organiserte fritidsaktiviteter. Prosent

	Sjelden/aldri	Av og til	Ofte
Idrettslag	30,3	16,8	52,9
Musikkforening (f.eks korps/band/kor)	62,7	16,6	20,6
Kristen forening	73,2	19,5	7,4
Humanitær forening (f.eks Røde Kors)	89,0	9,1	1,9
Kommunal fritidsklubb	47,7	27,1	25,2
Politisk organisasjon	90,5	6,7	2,8
4H/ungdomslag/speider	60,3	16,6	23,1
Miljø/naturvernorganisasjon	85,6	11,4	3,1

Generelt for hele utvalget ser vi av Tabell 5.3.2 at 22 prosent deltar på arrangement i regi av virksomheter i NL eller LASS, for første gang. Nesten 55 prosent har deltatt flere ganger på arrangement i regi av gjeldende organisasjon. Disse må dermed være å regne som mer eller mindre faste brukere. Det kan se ut som om antallet faste brukere er høyest i aldersgruppene 11 år eller yngre og 18 år eller eldre, henholdsvis 62 prosent og 67 prosent, men ettersom det bare er ca 30 personer i disse aldersgruppene, i motsetning til i overkant av 100 i de andre, er dette vanskelig å slå fast. Det er likevel en antydning i tabellen til at andelen faste brukere har en slags ”naturlig avgang” med alderen, men dette argumentet forutsetter at organisasjonen har vært virksom overfor disse aldersgruppene i minst seks år.

Tabell 5.3.2. Deltakelsesfrekvens fordelt på aldergruppene. Prosent

Hvor mange ganger har du deltatt på arrangementet i regi av denne organisasjonen i 2005?	Aldersgrupper					Total
	11 år eller yngre	12-13 år	14-15 år	16-17 år	18 år eller eldre	
Dette er første gang	10,3	17,1	20,6	34,3	22,2	22,1
Noen få ganger	28,2	23,1	24,5	23,2	11,1	23,2
Flere ganger	61,5	59,8	54,9	42,4	66,7	54,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Det er litt flere fra LASS (36 prosent) som er på arrangementet for første gang enn det er fra NL (18 prosent), se også Tabell 9.4.6, side 160.

5.3.2 Bruk av alkohol

Det er store forskjeller i hvor ofte respondentene drikker ut fra hvilken alder de har. En andel på 89 prosent av 12-13 åringene har ikke drukket, mens den tilsvarende andelen blant 14-15 åringene er snaut 50 prosent. For de som er litt eldre (16-17 år) synker andelen som ikke har drukket til godt og vel 20 prosent.

Tabell 5.3.3. Alkoholbruk og alder. Totale tall og prosent

Alder	Har du drukket alkohol siste 12 måneder?				
	Jeg har ikke drukket	Noen få ganger	Stort sett en gang i måneden	Stort sett en gang i uken	Stort sett flere ganger i uken
11 år eller yngre	78,9	15,8	2,6		2,6
12-13 år	89,3	6,6	2,5	1,7	
14-15 år	49,5	33,7	9,9	5,9	1,0
16-17 år	21,3	43,6	11,7	14,9	8,5
18 år eller eldre	26,1	26,1	13,0	30,4	4,3
Total prosent	56,8	25,2	7,4	7,7	2,9
Antall	214	95	28	29	11

Respondentene fikk også spørsmål om de kunne tenke seg å ha en livsstil uten bruk av alkohol eller andre rusmidler. Svaralternativene var ”ja”, ”nei” eller ”ja, men bare fram til jeg er 18 år”. I tabellen under fremstilles svarene fra dette spørsmålet, fordelt på det respondentene har oppgitt at de har drukket i løpet av siste 12 måneder.

Som vi ser, er det svært mange blant de som ikke har drukket som også ønsker å ha en rusfri livsstil. Tilsvarende ser vi at andelene som svarer at de ikke ønsker å ha en livsstil uten bruk av alkohol øker med drikkehyppighet.

Tabell 5.3.4. Rusfri livsstil. Totale tall og prosent

Ønsker rusfri livsstil?	Har du drukket alkohol siste 12 måneder?				
	Jeg har ikke drukket	Noen få ganger	Stort sett en gang i mnd	Stort sett en gang i uken	Stort sett flere ganger i uken
Ja	67,8	32,8	27,3	7,7	
Ja, men bare fram til jeg er 18	23,9	23,0	4,5	3,8	
Nei	8,3	44,3	68,2	88,5	100,0
Total prosent	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Antall	180	61	22	26	8

Fordelt på organisasjon ser vi at 14 prosent av de unge i LASS drikker månedlig eller oftere, mens 64 prosent ikke har drukket i løpet av de siste 12 måneder. Tilsvarende tall for de unge i NL er henholdsvis 32 og 36 prosent (Tabell 9.4.2 side 159). Mellom 12-20 prosent av respondentene i LASS har prøvd andre rusmidler enn alkohol mer enn 2 ganger, mot mellom 4-6 prosent av respondentene i NL (Tabell 9.4.3 side 159).

Det er langt flere i LASS (46 prosent) enn i NL (24 prosent) som *ikke* ønsker å ha en livsstil uten bruk av alkohol (Tabell 9.4.4 side 160).

5.3.3 Beskrivelse av arrangementene

Vi vil også for ungdomsundersøkelsen gi en kort beskrivelse av arrangementene. Vi forventer til en viss grad at variablene for innhold og målgrupper, samsvarer med tilsvarende for undersøkelsen for frivillige/ledere, men ikke i tilstrekkelig grad til at vi kan trekke forhåndsstandardiserte paralleller. Ikke alle arrangementene i de tre arrangementsundersøkelsene har besvarelser fra alle de tre målgruppene for prosjektet.

Tabell 5.3.5 nedenfor viser at nesten 80 prosent av respondentene er på helt åpne arrangement.

Tabell 5.3.5. Beskrivelse av arrangementene fordelt på målgruppene. Prosent

Hva slags arrangement er dette?	
Lukket arrangement for medlemmer av organisasjonen	7,5
Arrangement for mer eller mindre "faste brukere"	13,3
Helt åpent arrangement	79,4
Total	100,3

På spørsmål om hva som er hovedinnholdet i de ulike arrangementene, kunne ungdommene velge, helst maks to kategorier, fra en liste på åtte kategorier (se Tabell 5.3.6). For de som ikke følte at dette var tilstrekkelig var det også mulig å utdype

innholdet. 34 respondenter valgte å benytte seg av dette, men ingen av utdypningene skilte seg nevneverdig ut i forhold til de oppsatte kategoriene og vil ikke bli brukt i den videre analysen.

Uavhengig av hvilken aldersgruppe ungdommene hører hjemme i er kategoriene ”dans/diskotek” (71 prosent) ”aktivitetskveld” (38 prosent) og ”data/spill” (27 prosent) de mest brukte alternativene. For 12-13 åringene er ”data/spill” en like mye brukt innholdskategori som ”aktivitetskveld”, som henholdsvis 36 og 35 prosent av respondentene i denne alderskategorien har brukt som en av sine to svaralternativ. For 16-17 åringene er også idrettsaktivitet en mye brukt innholdskategori, og nesten 24 prosent har valgt det som en av sine to svaralternativer.

Tabell 5.3.6. Arrangementsinnhold fordelt på aldersgrupper, flere svar mulig. Prosent

	Aldersgrupper					Total
	11 år eller yngre	12-13 år	14-15 år	16-17 år	18 år eller eldre	
Dans/diskotek	86,5	79,0	80,6	50,0	61,5	71,3
Aktivitetskveld (med mange ulike aktiviteter)	40,5	35,3	40,9	37,8	34,6	37,8
Møte med dagsorden	2,7	3,4	1,1	2,0	3,8	2,4
Musikkøving/-stevne/konsert		7,6	3,2	8,2	15,4	6,4
Idrettsaktivitet	2,7	5,9	3,2	23,5	3,8	9,4
Teater		3,4		3,1	3,8	2,1
Kulturverksted		2,5	2,2	2,0	3,8	2,1
Data/Spill	27,0	36,1	18,3	23,5	23,1	26,5
Annet innhold	5,4	8,4	8,6	8,2	23,1	9,1

5.3.4 Motivasjon for deltakelse

I Tabell 5.3.7 nedenfor har vi valgt å bare framstille frekvensfordelingen på spørsmålsrekken (spørsmål 5.1-5.7 i spørreskjemaet, se vedlegg 4) som ble konstruert for å finne ut av hvorfor ungdommen valgte å gå på akkurat det arrangementet de var på. Vi benytter bare frekvensfordelingene fordi det er fant noen åpenbare signifikante sammenhenger mellom disse svarene og bakgrunnsvariablene alder, kjønn, eget alkoholforbruk eller bekjentskap med rusmidler. Vi finner riktig nok en svak negativ, men signifikant sammenheng mellom det å ha lyst til å komme og en åpenhet for en rusfri livsstil ($r = - .164$, $p < .01$)⁶, og en svak positiv, men signifikant sammenheng

6 Koeffisienten r er et mål på samvarians, og sterke mål ligger i praksis ofte mellom $r = \pm 0,3$ og $r = \pm 0,7$.

Verdier over $r = \pm 0,9$ er uvanlig og kan tyde på nær identiske variabler $r = \pm 1$. Verdien p er et mål på hvor sikkert funnet er. $P \leq .01$ kan tolkes som at dersom vi gjorde ”eksperimentet” om igjen uendelig mange ganger, ville vi fått det samme resultatet i minst 99 prosent av tilfellene.

mellom å gå fordi venner skulle dit, og alkoholinntak siste 12 mnd ($r = .138, p < .01$), men dette er altfor vage resultater til å kunne utdypes nærmere.

Tabell 5.3.7 viser at over 70 prosent av ungdommene i undersøkelsen har kommet på det aktuelle arrangementet fordi de selv har lyst. Ungdom i de aktuelle aldersgruppene er kanskje ikke de første til å innrømme at de gjør noe som helst på noen som helst sine premisser enn sine egne, men vi ser i tabellen likevel en antydning til at de har kommet for å treffe andre/nye mennesker eller fordi vennene deres skulle dit (litt over 60 prosent ”helt” eller ”delvis enig”). Det er nok ikke tilfeldig at de er der de er (63 prosent helt eller delvis uenig), men det er i alle fall ikke fordi mor eller far ville at de skulle gå på arrangementet (75 prosent helt eller delvis uenig). På sistnevnte utsagn er det likevel en del flere blant LASS respondentene som deltok fordi foreldre/voksne ville de skulle gjøre det (22 prosent) enn det blant NL respondentene (9 prosent). (Se Tabell 9.4.7 side161 for flere forskjeller).

Tabell 5.3.7. Motivasjon for deltakelse. Prosent

	Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig
Jeg hadde lyst til å komme	3,7	1,7	9,5	13,7	71,5
Det er få andre tilbud her i området	10,8	12,9	23,7	22,7	29,9
Fordi jeg kan treffe andre/nye mennesker her	7,7	4,9	26,7	23,7	37,0
Fordi vennene mine skulle hit	8,4	8,4	22,0	24,3	36,8
Fordi mor/far/voksne ville at jeg skulle komme hit	65,0	10,2	12,5	6,3	6,0
Jeg deltar ofte på arrangement som dette	9,4	13,5	27,8	21,0	28,3
Det er mer eller mindre tilfeldig at jeg er på dette arrangementet	50,8	12,2	19,4	8,8	8,8

Vi finner ingen åpenbare signifikante sammenhenger mellom motivasjonsspørsmålene og de vanligste bakgrunnsvariablene alder, kjønn og rusbruk. Det er en moderat positiv og signifikant sammenheng mellom erfaring med arrangement i regi av organisasjonene og lysten til å delta på det aktuelle arrangementet ($r = .347, p < .01$). Jo oftere respondentene har deltatt før, jo større lyst har de for å komme dit. Det er rett nok en svak signifikant sammenheng mellom aktivitetstilbud og arrangementserfaring ($r = .190, p < .01$), men en mulig mangel på tilbud ser ikke ut til å veie opp for hvor fornøyd ungdommen er med arrangement i regi av sin organisasjon.

5.3.5 Holdninger til rusfrie arrangement

Som for arrangørene av de forskjellige arrangementene, ble også de unge deltakerne bedt om å svare på en spørsmålsrekke omkring deres holdninger til rusfrie arrangement. Tabell 5.3.8 viser at over halvparten av ungdommene (53 prosent) er litt eller helt enig i at det er innholdet som er viktig, og ikke om arrangementet er rusfritt eller ikke. Likevel mener 67 prosent av respondentene at det burde være flere alkoholfrie arrangement i

deres nærområde. Godt over 70 prosent gir også uttrykk for at de synes det er fint å slippe drikkepresset som ofte oppstår på arrangement der det serveres alkohol.

Noen unge deltakere i LASS (til sammen 14 prosent helt eller litt enig) har drukket rett før/under arrangementet, og 33 prosent av de unge vil dra videre til tilstelninger med alkohol etter arrangementet. Kun helt få (til sammen 4 prosent) av de unge i NL har drukket alkohol før/under arrangementet, mens en andel på 9 prosent vil dra videre til tilstelninger med alkohol etterpå (Tabell 9.4.8).

Tabell 5.3.8. Holdning til rusfrie arrangement. Prosent

	Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig
Det spiller ingen rolle for meg om arrangementet er rusfritt, det er innholdet som er viktig	27,3	7,5	12,3	11,3	41,6
Det burde være flere alkoholfrie arrangement her omkring	10,4	6,9	16,0	19,3	47,3
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	17,7	14,0	22,6	13,8	31,9
Det er fint å ha et sted/arrangement uten drikkepress	5,2	4,9	8,9	12,5	68,5
Jeg har drukket alkohol rett før/under dette arrangementet	86,0	2,6	4,4	2,9	4,2
Jeg kommer nok til å dra videre på tilstelninger med alkohol, etter dette arrangementet	64,4	5,3	14,4	5,3	10,6

I motsetning til hos arrangørene finner vi noen merkbare signifikante forskjeller⁷ mellom ungdommens holdninger til rusfrie arrangement og bakgrunnsvariablene alder og eget forbruk. Av de funn det er verdt å merke seg er at det først og fremst er de deltakerne som ikke drikker, eller drikker lite, som ønsker seg flere rusfrie arrangement ($r = -.440$, $p < .01$). Det er også disse som i større grad setter pris på å slippe drikkepresset som ofte følger med alkoholholdige arrangementer. Vi ser de samme tendensene blant de yngre deltakerne, men her er ikke sammenhengen så sterk som i forhold til erfaringer med alkohol. Resultatet kan tolkes dit hen at alkohol ikke er en like sterk inkluderings-/ekskluderingsfaktor hos de yngre som hos de eldre, og at det dermed er mer legitimt/akseptabelt å uttrykke motforestillinger mot alkohol for denne aldersgruppen. Behovet for å kunne tilby denne gruppen rusfrie arenaer er dermed en sentral utfordring.

Jo eldre ungdommene i utvalget er jo mer positive holdninger til alkohol uttrykker de. For eksempel registrerer vi en relativt sterk sammenheng mellom alder og intensjonen om å delta på arrangement med alkoholserving etter det rusfrie arrangementet de er på ($r = .473$, $p < .1$). Vi ser likevel en svak tendens til at de eldre ungdommene verdsetter

⁷ I denne undersøkelsen har vi valgt å sette en nedre grense for signifikante funn på $r = 0.3$, og krever i tillegg at signifikansnivået er på 99 prosent, altså $p \geq .01$

kvalitet framfor tilgangen til alkohol ($r = .188$, $p < .1$), men ikke tilstrekkelig til at det er grunnlag for videre undersøkelser. Se også Tabell 9.4.9 i vedleggsdelen av rapporten.

5.4 Arrangementsundersøkelse voksne deltakere

I undersøkelsen av voksne deltakere over 18 år på tilstelninger i regi av ungdomslag eller LASS-virksomheter, er LASS sterkest representert. Av de til sammen 205 respondentene, kom det inn 74 svar fra voksne på ungdomslagsarrangement, og 131 fra arrangement i regi av LASS. Av de sju virksomhetene i LASS som har svart på undersøkelsen, varierer antallet svar fra voksne personer mellom 4 og 69. En av virksomhetene i utvalget står dermed for over halvparten av respondentene.

Svært mange av ungdomslagene har ikke samlet inn skjema fra voksne deltakere. Det kan være flere årsaker til dette. Selv om mange av arrangementene er åpne for alle er det for eksempel ikke urimelig å tenke seg at det først og fremst er de under 18 som deltar. Ut fra det lave antallet svar fra voksne mange av lagene har returnert (mellom 2 og 4 stk), kan det også tenkes at dette dreier seg om voksne som har deltatt/bidratt på arrangement for ungdom. En tredje forklaring kan være at arrangementsansvarlig har trodd at spørreskjema kun skulle deles ut ved ungdomsarrangementer, eller at organisasjonene ikke har hatt arrangementer for voksne.

5.4.1 Beskrivelse av utvalget

I Tabell 5.4.1 har vi valgt å vise aldersfordelingen til respondentene fra de to organisasjonene. Ettersom det ikke på dette tidspunktet er aktuelt å sammenlikne resultatene med andre undersøkelser, er aldersgruppeinndelingen her gjort først og fremst av statistiske og fremstillingsmessige hensyn. Vi har valgt å plassere ca 50 respondenter i hver aldersgruppe. Det er til sammen 195 personer i utvalget som har oppgitt alder. Blant de som har deltatt på arrangement i regi av NL-virksomheter synker antallet med alderen, mens det for respondenter som har deltatt på arrangement i regi av LASS-virksomheter er omvendt.

Tabell 5.4.1. Aldersfordeling på deltakere fra NL og fra LASS. Totale tall og prosent

		Organisasjon		Total
		NL	LASS	
36 år eller yngre	Antall	34	15	49
	Prosent	47,9	12,1	25,1
37-58 år	Antall	26	24	50
	Prosent	36,6	19,4	25,6
59-74 år	Antall	11	39	50
	Prosent	15,5	31,5	25,6
75 år eller eldre	Antall		46	46
	Prosent		37,1	23,6
Total	Antall	71	124	195
	Prosent	100,0	100,0	100,0

Den noe ”tilfeldige” inndelingen i aldersgrupper på ca 50 personer, har likevel gitt en noenlunde grei kjønnsfordeling (Tabell 5.4.2) i utvalget. Det er nesten dobbelt så mange menn over 75 år, som det er kvinner i samme aldersgruppe, men ellers er det omtrent likt.

Tabell 5.4.2. Aldersgruppene fordelt på kjønn. Prosent

		Kjønn		Total
		Kvinne	Mann	
Aldersgrupper	36 år eller yngre	28,1	23,7	25,9
	37-58 år	29,2	21,5	25,4
	59-74 år	27,1	24,7	25,9
	75 år eller eldre	15,6	30,1	22,8
Total		100,0	100,0	100,0

Bare knappe fire prosent av utvalget (Tabell 5.4.3) har betalte tillitsverv i organisasjonen som står bak arrangementet de er på, mens nesten 30 prosent har et ubetalt tillitsverv (25 prosent av kvinnene, 34 prosent av mennene). Litt i overkant av 30 prosent av respondentene i utvalget er medlemmer uten tillitsverv, mens 37 prosent av utvalget ikke er medlemmer av organisasjonen. For kvinnene i utvalget utgjør dette nesten 44 prosent.

Tabell 5.4.3. Forhold til organisasjonen. Prosent

	Kjønn		Total
	Kvinne	Mann	
Jeg har et betalt tillitsverv/er ansatt i organisasjonen	3,1	4,3	3,6
Jeg har et ubetalt tillitsverv i organisasjonen	24,5	34,0	29,2
Jeg er medlem uten tillitsverv	28,6	33,0	30,7
Jeg er ikke medlem	43,9	28,7	36,5
Total	100,0	100,0	100,0

De voksne respondentene ble bedt om å angi hvor ofte de har deltatt på arrangement i regi av gjeldende organisasjon tidligere. Som for de unge, ser vi at det også blant de eldre i stor grad er snakk om mer eller mindre faste brukere. Nærmere 70 prosent av utvalget har deltatt flere ganger i 2005. Andelen respondenter som er på arrangementet for første gang, eller bare har vært noen få ganger siste året, er litt lavere blant de eldre enn blant de yngre (se kapittel 5.3.1). Den lille forskjellen i fordelingen mellom kjønnene, slik det går fram av tabellen nedenfor, er ikke signifikant (Independent-Sample T-test).

Tabell 5.4.4. Deltakelsesfrekvens fordelt på kjønn. Prosent

Hvor mange ganger har du deltatt på arrangementet i regi av denne organisasjonen i 2005?	Kjønn		Total
	Kvinne	Mann	
Dette er første gang	15,5	10,8	13,2
Noen få ganger	13,4	21,5	17,4
Flere ganger	71,1	67,7	69,5
Total	100,0	100,0	100,0

En andel på 51 prosent av de voksne deltakerne fra NL er ikke medlemmer av organisasjonen som står for tilstelningen, se Tabell 9.5.2 (side 163). Andelen ikke-medlemmer i LASS er 29 prosent.

5.4.2 Bruk av alkohol

For de 205 respondentene i utvalget, opplyser nær halvparten at de ikke har drukket i løpet av de siste 12 måneder, mens 15 prosent har drukket en eller flere ganger i uken i samme periode. Forskjellen mellom de to organisasjonene er imidlertid svært stor. Det er deltakere på LASS-virksomheter som utgjør de ”avholdne”, mens det er langt flere av deltakerne NL-virksomheter som drikker regelmessig.

Tabell 5.4.5. Alkoholbruk fordelt på organisasjon. Prosent

Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	Organisasjon		Total
	NL	LASS	
Jeg har ikke drukket	6,8	73,8	49,2
Noen få ganger	34,2	17,5	23,6
Stort sett en gang i måneden	30,1	3,2	13,1
Stort sett en gang i uken	24,7	5,6	12,6
Stort sett flere ganger i uken	4,1		1,5
Total	100,0	100,0	100,0

5.4.3 Beskrivelse av arrangementene

I likhet med arrangørene og de unge arrangementsdeltakerne, ble også de voksne bedt om å gi en kort karakteristikk av innholdet i arrangementet de er på. Tabell 5.4.6 nedenfor gjengir dette fordelt på aldersgruppene i utvalget. Respondentene ble bedt om å sette maks to kryss. Blant respondenter over 59 år er det ”møte med dagsorden” som er den mest brukte kategorien (45 prosent). For respondentene over 75 år er ”musikk” og ”kultur” gjengangere, der henholdsvis 75 og 57 prosent har benyttet disse som en av sine to mulige avkryssninger. For de litt yngre er ”idrett” (68 prosent), ”data/spill” (60 prosent) og ”dans/diskotek” (49 prosent), de mest brukte kategoriene. Av de som har benyttet seg av det åpne feltet ”annet”, er ”kaffe og vafler på søndagstur” en

gjenganger, og som ikke er dekket av de andre alternativene. De øvrige utdypningene skiller seg ikke nevneverdig ut fra forhåndskategoriene i spørreskjemaet.

Tabell 5.4.6. Innholdet i arrangementet fordelt på aldersgrupper*. Prosent

Arrangementsinnhold	Aldersgrupper			
	36 år eller yngre	37-58 år	59-74 år	75 år eller eldre
Dans/diskotek	49,1	33,3	17,5	
Aktivetskvelld (med mange ulike aktiviteter)	25,6	35,9	20,5	17,9
Møte med dagsorden	2,5	8,6	43,2	45,7
Musikkøving/-stevne/konsert			25,0	75,0
Idrettsaktivitet	66,7	33,3		
Teater		66,7	33,3	
Kulturverksted	14,3		28,6	57,1
Data/Spill	60,0	40,0		
Annet innhold	33,3	42,2	22,2	2,2

* Det var mulig å sette flere kryss

5.4.4 Motivasjon for deltakelse

En andel på 32 prosent av de voksne arrangementsdeltakerne føler seg helt eller delvis forpliktet til å stille på det aktuelle arrangementet, mens til sammen 53 prosent ikke føler seg forpliktet. Vi ser også av tabellen nedenfor at over 59 prosent oppgir deltakelse som den ønskede støtteformen for organisasjonens arbeid. Litt over 23 prosent oppgir at det var mer eller mindre tilfeldig at de ble med på akkurat dette arrangementet.

Tabell 5.4.7. Grunn for deltakelse på arrangementet. Prosent

	Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig
Jeg følte at jeg var forpliktet til å delta på dette arrangementet	44,7	8,6	13,8	18,4	14,5
Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonen på	8,2	4,1	11,1	18,1	58,5
Jeg stiller ofte opp på rusfrie arrangement	8,8	3,5	21,2	18,2	48,2
Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet	54,8	11,5	10,2	10,8	12,7

Av interesse for videre drøftelser kan vi nevne at det er en klar og positiv sammenheng mellom ønsket om å støtte organisasjonen, og det å stille opp på rusfrie arrangement ($r = .422$, $p < .01$). Det er også en viss negativ sammenheng mellom eget alkoholforbruk og det å ofte stille opp på rusfrie arrangement ($r = -.324$, $p < .01$). I praksis betyr dette at de som drikker ofte i mindre grad stiller opp på rusfrie arrangement, enn de som drikker sjelden eller aldri. Det ser også ut til at lojaliteten til organisasjonen øker med alderen.

Dess eldre respondentene i utvalget er, dess oftere deltar de på arrangement i regi av sin organisasjon ($r = .311$, $p < .01$).

Når det gjelder forskjeller mellom de to organisasjonene er det en del flere respondenter fra NL enn fra LASS som føler seg forpliktet til å delta, med henholdsvis 41 og 27 prosent som mener dette er helt eller delvis riktig (Tabell 9.5.4, side 163).

5.4.5 Holdninger til rusfrie arrangement

På spørsmål om utvalgets holdninger til rusfrie arrangement generelt, kan det se ut til at respondentene deler seg i to grupper. I Tabell 5.4.8 nedenfor, er 37 prosent litt eller helt enig i at arrangementets innhold er viktigere enn at det er alkoholfritt, mens nesten 50 prosent mener det nettopp er det rusfrie som er sentralt. Dette kan se ut til å snu litt når det gjelder arrangementets innvirkning på eget forbruk (over 60 prosent mener det ikke har en innvirkning på eget forbruk), men her må vi trolig ta høyde for at en del av disse respondentene allerede har et rusfritt standpunkt (se Tabell 5.4.9). Dette blir også understøttet av at det er en klar positiv sammenheng mellom alder og oppfattelsen av at arrangementet først og fremst er for dem som har en rusfri livsstil ($r = .431$, $p < .01$).

Tabell 5.4.8. Holdninger til rusfrie arrangement. Prosent

	Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig
Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig	44,9	4,8	13,2	7,8	29,3
Alkoholfrie tilstelninger har ingen betydning for mitt alkoholforbruk på andre arenaer	27,0	5,9	7,2	9,2	50,7
Jeg kommer trolig til å dra videre på tilstelninger/steder med alkohol, etter dette arrangementet	60,6	9,0	9,0	1,9	19,4
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	36,5	5,5	17,1	7,2	33,7
Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet	82,1	4,3	6,2	3,7	3,7

Av de voksne respondentene fra LASS er det til sammen 41 prosent som er helt eller delvis enig i at alkoholfrie tilstelninger har betydning for eget alkoholforbruk på andre arenaer, mens andelen som mener dette blant NL respondentene er 22 prosent. Det er litt flere blant respondentene fra NL som tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til arrangementet (11 prosent) enn det er blant respondentene fra LASS (4 prosent), se Tabell 9.5.5 side 164.

Verdt å merke seg i Tabell 5.4.9 er også det at 61 prosent av de som er helt enig i at innhold går foran at arrangementet skal være rusfritt, ikke har drukket eller bare drukket noen få ganger siste 12 måneder. Sammenhengen mellom eget forbruk og holdningen til rusfrie arrangement er dermed ikke like sterk blant de voksne, som blant de unge arrangementsdeltakerne (se kapittel 5.3.5).

Tabell 5.4.9. Frekvensfordeling for eget alkoholforbruk og holdning til rusfrie arrangement. Prosent

	Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig					Total
	Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	
Jeg har ikke drukket	64,0	50,0	18,2	38,5	26,5	44,3
Noen få ganger	14,7		31,8	46,2	34,7	24,6
Stort sett en gang i måneden	12,0	50,0	27,3		12,2	15,0
Stort sett en gang i uken	9,3		22,7	7,7	22,4	14,4
Stort sett flere ganger i uken				7,7	4,1	1,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

6 Feltstudie

Begrunnelsen for å bruke feltstudie som datainnsamlingsmetode er todelt. På den ene siden har NSRM sentralt gitt uttrykk for misnøye med tidligere evalueringer basert utelukkende på spørreundersøkelser, og på den annen side tror vi at det fra et faglig ståsted også er nødvendig å supplere kvantitative data med kvalitative data på grunn av den store bredden i aktiviteter og virksomheter under NSRM.

I framstillingen nedenfor tar vi for oss de fire LASS virksomhetene i undersøkelsen først, og deretter de tre NL virksomhetene.

6.1 Sammendrag resultater

På grunn av den store spennvidden i tilbudene blant de fire LASS-virksomhetene, er også sammendraget inndelt etter de ulike organisasjonene.

6.1.1 Virksomheter i LASS

Tre av LASS virksomhetene i undersøkelsen har nær tilknytning til avholdsbevegelsen IOGT, mens den fjerde har sitt utspring i tidligere ungdomsarbeid gjennom metodistkirken. Engasjementet og visjonene til særlig tre av disse er veldig imponerende, og spennvidden i innfallsvinkel i disse er veldig stor, fra personlig, individorientert engasjement og forpliktelse på Solhaug, til tilrettelegging for mestringsopplevelser i friluft i Kringsjås Venner.

Kringsjås venner ble formelt stiftet i 1991, for å restaurere Kringsjåseteren som ligger i byheiene, et mye brukt tur- og rekreasjonsområde like utenfor Haugesund. Samtidig med stiftelsen av Kringsjås venner ble det inngått en leie- og samarbeidsavtale med IOGT, som eier hytta. Hytta ble deretter restaurert på dugnad, og fremstår i dag som totalt rehabilitert. Området rundt hytta er også videreutviklet med lavvo og en fjøsbygning som omtales som sæteren. Kulturlandskapet rundt holdes i hevd ved hjelp av dugnadsinnsats fra vennene og ved at det er sluppet ut ca 30 villsau i området. Organisasjonen får noe støtte fra kommunen for skjøtsel av friluftsområdet.

Kringsjå-hytta er åpen for allmennheten, og hver søndag selges det kaffe og vafler til turgåere. Organisasjonen har ingen fast ansatte, og alt arbeid utføres av frivillige entusiaster.

Området trekker omtrent 30 000 besøkende hvert år, og stedet benyttes av skoler, barnehager og lokalbefolkningen ellers. I tillegg brukes området av elever med spesielt tilrettelagt undervisning. Kringsjås venner har store visjoner for den fremtidige bruken av området. Ønsket er at organisasjonen skal få støtte til en fast stilling, og at hytta og området rundt også kan brukes i rehabiliteringsarbeidet for personer med psykiske lidelser og/eller rusmisbruk.

På den ene siden er Kringsjås venner et kulturverntiltak, der målet er å få flest mulig av Hugesunds befolkning ut i friluft. På den andre siden har det et rusforebyggende potensial for brukere av Kringsjå, herunder elever med behov for tilrettelagt undervisning, tidligere rusmisbrukere eller personer med psykiske lidelser, men for disse gruppene er det ikke snakk om primærforebygging.

Globus Kafé i Drammen er en rusfri fredagskafé for ungdom under 18 år, men som har en noe annen åpningstid enn vanlige kafeer⁸. Bygningen hvor kafeen holder hus, eies av IOGT Buskerud. Filosofien bak ungdomsprosjektet til IOGT er å la ungdom få positive opplevelser uten alkohol.

Ungdomskafeen er en del av et større IOGT drevet økonomisk foretak, startet i 1946, der formålet er å gi et alkoholfritt serveringstilbud til både private og til næringslivet. Kafé og catering er ryggraden i virksomheten, og som har mellom 15 og 20 årsverk. Ungdomskaféen, som åpnet i januar 2004, er drevet av en sentral ildsjel i IOGT, men det er frivillige ungdommer og noen voksne som står for gjennomføringen. Kafé Globus har omfatter også et bofellesskap i samarbeid med barnevernet i kommunen, der foreldreløse mindreårige asylsøkere bor som en del av et introduksjonsprogram til det norske arbeids- og samfunns livet. Disse ungdommene får som et ledd i dette, oppgaver og plikter både på kafeen på dagtid, og på ungdomskafeen på kveldstid. Kafeen har mellom 80-100 faste brukere bestående av omtrent 70 prosent innvandrerungdom og 30 prosent etnisk norske ungdommer. Ungdomskafeen har et uformelt samarbeid blant annet med uteteamet i kommunen, og politiet som kommer innom av og til for å snakke med ungdommen. I tillegg til støtten fra Sosial- og helsedirektoratet, Drammen kommune og nærliggende IOGT-losjer, er det flere frivillige avholdsorganisasjoner som har fått tilbud om å kjøpe seg inn i prosjektet.

Kafé Globus er vel det som er nærmest å betrakte som et reelt rusfritt alternativ for ungdommen, i og med at det skjer parallelt i tid med rusholdige arrangementer. Brukergruppen er i stor grad innvandrerungdom, og de som er mest aktiv i kafédriften er enslige mindreårige asylsøkere.

IOGT Tromsø er et av de eldste medlemmene i avholdsbevegelsen i Norge. Bygningen hvor losjen holder til, Godtemplarhuset AS, ble kjøpt i 1880 og er i dag vernet. Losjen har, etter mange år med negativ medlemsutvikling og svak rekruttering av nye medlemmer, en relativt høy gjennomsnittlig alder. Tilbudet IOGT Tromsø tilbyr, kan dermed, selv om det rett nok er åpent for alle, beskrives mer eller mindre som vennekretsmessige medlemsmøter og foredragskvelder. Huset leies ellers ut til private aktører, og det er et krav om at alle arrangementer i huset skal være rusfrie.

Losjen hadde på det tidspunkt IRIS var på besøk, ikke selv noen konkrete rusforebyggingsprosjekter rettet mot ungdom, men ga uttrykk for at de forsøkte å støtte datterorganisasjonen Juvente, som også har tilholdssted i huset.

8 Når IRIS var i kontakt med Kafé Globus var åpningstiden fra kl 19 til kl 23

Hovedinntrykket fra IOGT i Tromsø er at det er en sovende organisasjon, der engasjementet for avholdssaken er overlatt til det personlige initiativ.

Solhaug rusforebyggingscenter er et aktivitetsbasert primærforebyggende foretak for barn og ungdom, stiftet i 2001 av John Arne M. Jenssen. Målsettingen til stiftelsen og senteret er å bidra til å heve debutalderen for alkoholbruk ved å tilby ungdommen fritidsaktiviteter med et åpent formidlet budskap om at de klarer seg bedre uten rusmidler. I praksis betyr dette å gi barn mulighet for voksenkontakt for å få dem til å føle seg sett og verdsatt. Gjennom de voksnes oppmerksomhet og holdninger, prøver senteret å bidra til at ungdommen bygger en trygg identitet og utvikler et mentalt apparat for å blant annet takle drikkepress. Solhaug har åpent to kvelder i uken, og engasjerer 250 barn og ungdommer i alderen 8 til 18 år.

Senteret har en stab på seks personer, alle frivillige ungdomsarbeidere som bor på stedet, og Solhaug samarbeider tett med blant annet kommunen, fylkesbarnevernet, og Midt-Norsk kompetansesenter for rusfaget. Senteret får også ubetinget, og litt økonomisk, støtte fra flere lokale/regionale frivillige organisasjoner. M

Solhaug lever til en viss grad i kryssilden mellom kirkesamfunnet som ønsker at Solhaug skal være en misjonsmark, og det opplevde behovet for rusforebyggende aktiviteter i lokalsamfunnet. Styrken til senteret ligger i nettverksbygging på organisatorisk nivå og personlig og faglig opprettholdt fokus på enkeltindividet.

6.1.2 Virksomheter i Norske Lagsbruk

IRIS besøkte tre ungdomslag i forbindelse med feltstudiene, Nakkerud UL på Østlandet, UL Breidablikk i Midt-Norge og UL Rett Leid i nord.

Nakkerud ungdomslag holder til på Nakkerud, ca 20 km fra Hønefoss. Laget ble etablert i 1920, og har et ungdomshus som i stor grad også fungerer som et bygdehus. Ungdomshuset Tyrihall sto ferdig i 1934, og leies ut til private aktører og foreninger. Ungdomslaget har i dag avtale med en barnepark som leier huset noen timer hver dag. Denne avtalen er viktig for den økonomiske driften av laget. Laget har også flere uformelle avtaler med andre frivillige organisasjoner om gratis bruk av huset mot gjenyttelser i form av for eksempel gratiskonsertter.

Laget har ingen rusparagraf, og stort sett alle arrangementer for voksne har alkoholservering, eventuelt at det nytes medbrakt alkohol. Når det gjelder barne- og ungdomsaktiviteter står laget for organiseringen av barnediskotek for 3. til 6. klasse, og ungdomsdiskotek for de litt eldre, med gjennomsnittlig 60-70 besøkende. Det er ungdommen som står for arrangementene, med tilsyn av voksne.

Fra ungdomslagets side har det vært forsøkt å få til et samarbeid med kommunen om å bruke Tyrihall som arena for kommunale tilbud. Dette fremstøtet har så langt ikke ført frem.

Det ungdomslaget som IRIS besøkte i midt-Norge heter **UL Breidablikk** og ligger i Aure kommune. Nærmeste større by er Kristiansund, litt over en times kjøretur unna.

Aure kommune har hatt stor fraflytting og har de siste årene befunnet seg på BUFDIRs (Barne, ungdoms- og familiedirektoratet) liste over kommuner med størst fraflytting.

Ungdomslaget ble etablert i 1895, og feiret dermed 110 års jubileum i 2005. Laget har ligget nede de siste ti årene, men er i ferd med å gjenreises av tilflyttede ildsjeler. Aktivitetene er foreløpig mest knyttet opp mot den nyoppstartede ungdomsklubben som ukentlig trekker mellom 30 og 50 brukere. Klubben ble i 2005 støttet med kommunal ungdomssekretær i 20 prosent stilling og 50 000 kroner i driftsstøtte. Selv om klubben har voksenhjelp i form av en kommunalt ansatt ungdomssekretær, er det de unge selv som driver klubben.

Ungdomslaget har som formål å gi ungdom et rusfritt aktivitetstilbud, samt å oppgradere og bevare ungdomshuset ”Skogvang”. Bygningen er bevaringsverdig, og trenger utbedring. Huset kan leies ut, men dette har så langt ikke blitt gjort særlig mye. Ungdomslaget legger ingen restriksjoner på potensielle leietakere i forhold til å servere alkohol.

Ungdomslaget i nord holder i Lavangen kommune. **UL Rett Leid** er ett av flere ungdomslag i kommunen, men lagets forsamlingshus er det største. Lavangen er en liten kommune, som tidligere har stått på BUFDIRs liste over søkerberettigede til midler fra ”Ungdomssatsinga i distriktene”.

UL Rett Leid ble stiftet i 1910, mens ungdomshuset ble reist i 1950 og renovert på 1980-tallet. Huset er et flerbrukshus for ungdomslag og leietakere. Laget har inngått avtale med kommunen om utleie til musikkskolen. Ungdomshuset trenger oppgradering, blant annet fordi gulvet siger, men leies likevel ut til private. Det er ingen krav om at leietaker skal ha alkoholfrie arrangementer. Heller ikke arrangementer for voksne i regi av ungdomslaget er alkoholfrie.

Laget driver ungdomsklubb for ungdommer i alderen 12 til 18 år. Målet er å gi ungdommen et reelt og attraktivt rusfritt tilbud. Klubben styres og drives av ungdommen, med hjelp av kommunalt ansatt klubbleder i 20 prosent stilling. Tilbudet trekker ca 20 besøkende ukentlig.

Tilbudene til de unge i ungdomslagene vi har sett på, er uten tvil rusfrie. Ungdommen gir uttrykk for at de er inneforstått med at de ikke kunne drikke der. Mange ungdomslag lykkes med å gi ungdommen et godt aktivitetstilbud. For å kunne framstå som reelle rusfrie alternativ forutsetter det at dette er helgearrangement i konkurranse med de rusholdige tilbudene. I vårt utvalg er det arrangement i ukedagene som er helt dominerende.

Balansen mellom å drive tydelig rusforebyggende arbeid overfor ungdommene, det å beholde den voksne brukergruppen, og det å tilby et attraktivt utleielokale for private aktører, er vanskelig for ungdomslagene. Men, det er ikke problematisert i særlig grad. I praksis betyr det at ungdommen ser at voksne drikker på voksenarrangementer, mens de unge ikke får drikke på sine arrangementer. Det betyr også at ungdomslagene, for å få huset leid ut, ikke kan legge føringer for alkoholbruk på potensielle leietakere.

Forskergruppen er inneforstått med at en stor del av rusdilemmaet skyldes økonomiske forhold. Men, samtidig så har ungdomslagene, kanskje spesielt på små steder, lenge

representert en motkultur til en pietistisk kristen tradisjon. Det kan likevel være uheldig å la ungdom under 18 år stå for servering på arrangementer for voksne der det serveres/nytes alkohol.

Ungdomslagene forsøker etter beste evne, ofte med mye innsats fra få, å drifte et lag og vedlikeholde en bygningsmasse. Ungdomstilbudene er da særlig kjærkomne overfor ungdommer som ikke deltar på organiserte aktiviteter, som for eksempel idrett/musikk, i ukedagene. Vi har det inntrykk at ungdomslagene lykkes med å gi ungdommen et godt aktivitetstilbud i ukedagene. Dette er imidlertid ikke likestilt med å gi ungdommen et rusfritt alternativ, som nemlig forutsetter helgearrangement i konkurranse med de rusholdige tilbudene.

Ungdomslagene har en del felles utfordringer, som både omfatter tilbudet til ungdommen i lokalmiljøet, og som delvis går ut over dette. De to ungdomslagene som driver ungdomsklubb, får økonomisk støtte fra kommunen. Denne støtten er ikke av permanent karakter, men blir sannsynligvis vurdert fra år til år. Dette vanskeliggjør planlegging av nye aktiviteter og tilbud for ungdommen.

Økonomien er stram i alle lagene, men der de som har muligheter for mer eller mindre faste avtaler med private brukere, får et basisgrunnlag for den økonomiske driften. Det er bygningsmassen ungdomslagene eier, som gir størst utfordringer økonomisk sett. Det er gamle bygninger, til dels bevaringsverdige, som fungerer, eller kan fungere som flerbrukshus og samlingssted for lokalbefolkningen.

Som aktive aktører i lokalsamfunnet, både som utleier og som arrangør for forskjellige tilstelninger, sender ungdomslagene på bakgrunn av dette et noe tvetydig bilde. På den ene siden er de med på å opprettholde den tradisjonelle holdningen til rusmidler i lokalsamfunnene og samtidig tar de mål av seg til å tilby ungdommene rusfrie alternativer. Ungdomslagene unnlater å ta stilling til egen atferd i forhold til bruk av rusmidler. De blir dermed stående som formyndere overfor ungdommen, som sier ”gjør som vi sier, ikke som vi gjør”.

Samtidig har vi sett at de voksne i ungdomslagene gir ungdommen ansvar for gjennomføringen av forskjellige tilstelninger. Vi kan dermed skille mellom ungdom som utelukkende deltar på et tilbud, og ungdommer som blir gitt et ansvar, og som vi ser også tar dette ansvaret.

6.2 Feltstudie LASS virksomheter

Forskergruppen besøkte tre LASS-virksomheter i forbindelse med dette prosjektet. I tillegg inngår et av stedene som ble besøkt i forprosjektet, og som forskergruppen har hatt kontakt med underveis i hovedprosjektet.

6.2.1 Kringsjås venner, Haugesund

Kringsjåseteren ligger ved Steinsfjellet, ca 5-10 minutter med bil sørøst for Haugesund sentrum, i et område som blir omtalt som ”byheiene” blant haugesundere. Fra Steinsfjellet er det ca 10 minutter gange på grusbelagte stier til sæteren. Både byheiene

og Kringsjø er mye brukte friluftsområder, og Kringsjøas venner opererer med et besøkstall på nærmere 30 000 hvert år.

6.2.1.1 Historie

Kringsjø ble i sin tid reist av Fjellaget Harald, og finansiert av IOGT Haugesund, tidlig på 1920-tallet. Hytta brant i 1923, men ble gjenreist året etter. Den nye hytta var da noe større enn den som brant, og med flere sengeplasser. Av fotografier og avisutklipp rundt om i hytta slik den står i dag (november 2005), går det fram at det var utstrakt bruk av hytta også den gang. Kringsjø ble også benyttet av tyske okkupasjonsstyrker under 2. verdenskrig.

I 1990 var hytta i en slik forfatning at den nærmest var for ødelagt å regne. Området hadde også grodd kraftig til, og utsikten som i sin tid ga navnet til hytta, var nærmest blokkert⁹. Restaureringen av Kringsjø ble påbegynt i 1991, etter initiativ fra Tom Melkevik, som er oppvokst i og rundt byheiene i Haugesund. Melkevik stiftet Kringsjøas venner og opprettet en samarbeids- og leieavtale med IOGT-losjen som står som formell eier av Kringsjø. Foruten restaureringen av selve hytta og innferdselsårene (stiene) inn, ble det også innført villsau for å beite ned den uønskede tilveksten på heiene. Det er også tidligere benyttet villsau i byheiene for å vedlikeholde kulturlandskapet.

6.2.1.2 Samarbeidspartnere/finansiering

Restaureringen av Kringsjø er gjort på dugnadsbasis, og med formalisert støtte og hjelp fra tømmerlinja på Haugalandet Yrkesskole (nå Haugalandet vgs), kriminalomsorgen i Haugesund, og personer fra det kommunale arbeidsmarkedstiltaket ”unge eldre” i det nedlagte slaktehuset i byen. Kringsjøas venner har også fått støtte og hjelp fra andre, men dette er ikke formalisert. Blant sistnevnte finner vi Friluftsrådet, Haugesund orienteringslag og en pensjonistgruppe med tilknytning til IOGT. Haugesund kommune har både støttet tiltaket økonomisk og i form av arbeidsleder. Opprinnelig var det bare hytta som skulle restaureres, men etter hvert som man så at behovet økte, ble også nye prosjekter gjennomført. Fra Kringsjøas venner side er det først og fremst Melkevik som er ildsjelen og som har lagt ned talløse timer i prosjektet. Melkevik står også bak et samarbeidsprosjekt med Haugalandet vgs, og der han en gang i uken tar med seg ungdom med Tilrettelagt Individuell Opplæring for å gjøre forefallende og forebyggende ”vaktmesterarbeid”. Opplegget er en del av et pedagogisk opplegg for disse elevene.

6.2.1.3 Tilbudet

Kringsjø består i dag av hytta på ca 200 m², eget toalett reist av friluftsrådet i kommunen, en lavvo med ca 60 sitteplasser med innlagt gass, og en nyreist

⁹ Det ble plantet gran i byheiene mot slutten av 1920-tallet, dels for å sikre trelastindustrien i området.

sæterbygning med mulighet for å huse villsauen som holdes i området, på ca 400 m². Sæterbygget har også kjøkken med mer, og storsal med plass for ca 100 personer. Det nærliggende utearealet har flere benker og bord, og deler av området (ca 400 m²) er skiferbelagt, blant annet for å lette renholdet av hytta. Nær 800 mål av eiendommen er inngjerdet. Hele området befinner seg innenfor det kommunale friluftsområdet.

Kringsjås venner holder hytta åpen for allmennheten hver søndag, og står for salg og servering av vafler og kaffe. To ganger i året holder de også et noe større friluftsansangement med hesteridning, natursti, pinnebrødsteking og andre aktiviteter. Anlegget leies også ut til skoleklasser, barnehager, ungdomsgrupper, speidere og andre, og til forskjellige firmaer og organisasjoner. Området er fritt tilgjengelig, men bygningsmassen er altså låst og nøkkel må hentes hos Melkevik eller andre i Kringsjås venner. Anlegget har ca 80 utleiedager i året.

6.2.1.4 Mål- og brukergrupper

Kringsjås venner har et tilbud som kan karakteriseres som en blanding av kulturvern, friluftsliv og mental helse. Målgruppene er også deretter variert, men i utgangspunktet er dette for mennesker i alle aldersgrupper. En av seniorbrukerne der var for eksempel 89 år.

Både i forhold til sine nåværende brukergrupper, og i sine visjoner for framtiden, legger imidlertid Kringsjås venner et fokus på særlig utsatte grupper. I denne sammenhengen gjelder dette ulike former for sosiale treningsprogram overfor personer med psykiske lidelser, vanskeligstilte skoleelever og rusmisbrukere. Dette framkommer både av observasjoner IRIS gjorde seg under besøket, og i en søknad Kringsjås venner har sendt Haugesund kommune. I sistnevnte ønsker Kringsjås venner å inngå en samarbeidsavtale med kommunen om mer permanent drift av stedet, og der bruk kan inngå som en del av et behandlingstilbud.

Av andre brukergrupper kan det nevnes at den lokale speiderforeningen holder sine kretsmøter på Kringsjå, lærere og elever fra Skåredalen skole bruker stedet jevnlig til sine utflukter, og Aetat bruker stedet som arena for arbeidsmarkedstiltak.

6.2.1.5 Målsettinger

Kringsjås venners målsettinger kan kanskje best deles i primære og sekundære målsettinger, og der de sekundære først og fremst må tillegges andres oppfølgings- og ansvarsområde. I forhold til de sekundære målsettingene tenker vi i denne rapporten på eksterne aktørene som benytter Kringsjå som en del av et behandlingssopplegg. I den grad Kringsjå kan tillegges noe av "æren" for oppnåelse av slike sekundære målsettinger, avhenger dermed bare delvis av fruktene av deres eget arbeid, og hovedsakelig av kompetansen til eventuelle eksterne aktører. At stedet i det hele tatt blir brukt som en del av et behandlingssopplegg eller del av en tilpasset opplæring, og at disse fortsetter å bruke stedet, tyder imidlertid på at Kringsjå i det minste har et stort potensial for å inngå som en viktig del av et behandlings- og opplæringsopplegg, og som man så antar har en ønskelig innvirkning.

Når det gjelder eventuell forebyggende virkning på ungdom, og som er fokus for denne rapporten, hviler tiltaket på antakelsen om at tilrettelagte aktiviteter og arbeidsoppgaver i friluft, har en positiv virkning på folks helse generelt sett, og alkoholforbruket spesielt. Det er ut over dette ikke formulert noen direkte etterprøvbare målsettinger i de dokumentene IRIS har hatt tilgang til i prosjektperioden. Sentrale begreper relatert til forebygging, som går igjen i Kringsjås venners dokumenter, men som kanskje først og fremst omhandler eksterne aktører i avsnittet ovenfor, er likevel tilrettelegging for mestrings- og naturopplevelser. Kringsjås venners målsettinger i forhold til kulturlandskapsvern og dyrehold er, selv om de indirekte kan sies å ha en innvirkning på naturopplevelsene, ikke viet ytterligere plass i denne rapporten.

6.2.1.6 Forhold til NSRM

Forholdet til NSRM går først og fremst på hjelp til formulering og spissing av søknader inn mot aktuelle finansieringskilder.

6.2.2 Solhaug rusforebyggingscenter, Åsenfjord

Solhaug rusforebyggingscenter ble stiftet av John Arne Marentius Jensen og hans familie, i 2001. Tiltaket er et aktivitetsbasert primærforebyggende foretak som samarbeider med flere sentrale aktører i lokalsamfunnet og i regionen generelt. De mest sentrale er Levanger kommune, Fylkesbarnevernet, og Midt-Norsk kompetansesenter for rusfaget. Senteret mottar også økonomisk støtte fra privatpersoner, næringsliv og frivillige organisasjoner i regionen. Tiltaket karakteriseres som et familieforetak, der Jensen fungerer som daglig leder og ildsjel for arbeidet som gjøres. Solhaug er imidlertid organisert som en stiftelse, med folk fra lokalmiljøet i styret. På senteret bor det også en stab på seks personer (frivillige ungdomsarbeidere), som i bytte mot fri losji, står for gjennomføringen av aktivitetskvelder og annet arbeid i forbindelse med driften av senteret. Staben bor på senteret for et eller to år av gangen.



Figur 6.2.1. Solhaug rusforebyggingscenter

6.2.2.1 Historie

Solhaug ble bygd av okkupasjonsstyrkene i krigsårene 1942-43, og brukt som rekreasjonssted for tyske soldater. Etter krigen ble bygningen renoveret og innredet som skole. Skolen var i drift helt fram til 2000, da den ble stengt og lagt ut for salg. Bygningen på 1370 kvadratmeter, og det tilhørende utearealet på 13 dekar, ligger i Levanger kommune i Nord-Trøndelag, ca 6 mil nord for Trondheim. Kommunen har et innbyggertall på 18 001 personer, og de omkringliggende kommunene Verdal, Stjørdal og Frosta, med til sammen ca 35 000 innbyggere (kilde: SSB, 1.1.2005). Jenssen kjøpte stedet for en mer eller mindre symbolsk pris etter å ha lagt fram sine planer for Solhaug for Levanger og Verdal kommuner gjennom det interkommunale samarbeidet ”Innherred samkommune”. Lokalbefolkningen fikk høre om planene og intensjonene bak på et informasjonsmøte som Jenssen selv stod for.

Filosofien bak Solhaug rusforebyggingscenter er på papiret ganske enkel. Det handler om å gi barn mulighet for voksenkontakt, og å få dem til å føle seg sett og verdsatt. Dette blir så igjen oppfattet som et viktig fundament for at de unge selv kan bygge en trygg identitet og utvikle et bedre mentalt apparat for å takle for eksempel drikkepress på andre arenaer. Strategien for å sette filosofien ut i praksis er gjennom åpenhet og fellesskap. Alle er hverandres ressurs og støtte, og Solhaug tar mål av seg for å være en relativt gjennomiktig arena der ”alle vet hvem som er hvem, og hvilke problem den enkelte har” (Jenssen i intervju). Blant intervjuobjektene fant også IRIS ungdom med til dels opprivende historier om de negative virkningene av alkohol, både personlig og i nær familie, og som var åpne om dette og fikk støtte/forståelse fra de andre ungdommene.

Grunnleggeren av Solhaug har lang erfaring med ungdomsarbeid i regionen, og det er på bakgrunn av disse erfaringene han har engasjert seg på rusfeltet. Jenssen har også tatt videreutdanning innen rusfaget på Høgskolen i Nord-Trøndelag. Erfaringene fra Solhaug ble aktivt brukt i studiene, og det ble også arrangert flere studieturer til senteret.

Solhaug rusforebyggingscenter engasjerer nærmere 250 ungdommer fra Åsenfjord og tilliggende kommuner.

6.2.2.2 Tilbudet

Solhaug har åpent to kvelder i uken, tirsdager for barn mellom 8 og 11 år (”Turbo” fritidsklubb), og torsdager for de mellom 12 og 18 (”The rock” ungdomsklubb). Det er fullt mulig for ungdommen å benytte senteret utenom disse tidene, men da må man avtale dette spesielt. I tillegg til tilbudet til barn og unge, blir senteret brukt som leirsted, møtelokaler og til private formål av forskjellig art. Solhaug setter også opp en egen musikal hvert år, og huser forskjellige konserter, karneval for de minste og teateroppsetninger. Jenssen holder en del foredrag for rusfeltet og andre interesserte, lokalt og nasjonalt, der erfaringene fra Solhaug inngår.

Innendørsaktivitetene på senteret består av ulike typer ballspill i egen gymsal, data, biljard, air-hockey, bordtennis, brettspill, musikkanlegg, karaoke og en innendørs skateboardbane. Det er også ”stillesoner” for de som vil ha litt ro, og en liten kiosk som

drives av ungdommen selv. Utendørsaktivitetene er litt mer ”actionpreget” med paintball-arena, sandvolleyballbane, en lavvo med turustrutning, kanoer og en motorcrossbane for ATV (All Terrain Vehicle). Senteret hadde tre ATV’er da IRIS var på besøk.

6.2.2.3 Målgrupper

Solhaug har i utgangspunktet et tilbud som er rettet mot alle barn og unge i alderen 8-18 år, men det er likevel en gruppe barn/unge som bli viet særlig oppmerksomhet på senteret, og det er barn/unge med ADHD/ADD (Attention Deficit (Hyperactivity) Disorder). Gruppen blir ikke synliggjort eller skilt ut, men inngår som en naturlig del av miljøet på Solhaug. Unge med ADHD har større risiko for å utvikle rusproblemer enn annen ungdom og er definert som en risikogruppe.

Foruten aktører/private som leier Solhaug til egne formål, bruker også støttekontakter Solhaug som en sosialiseringarena for sine brukere. I de tilfeller der dette skjer, er det en felles forståelse mellom støttekontaktene og Solhaug, at de også kan inngå i staben den tid de er på stedet. Barnevernet i Verdal kommune har for eksempel inngått kontrakt med stiftelsen Solhaug om å få bruke stedet for utsatte barn/unge. Solhaug har da gått inn og gitt barnevernet et tilbud på enkeltpakker, og som så inngår i etatens helhetlige tilbud til den enkelte.

6.2.2.4 Livssyn/filosofi

I et prosjekt med et så sterkt personlig engasjement som det IRIS fant på Solhaug rusforebyggings-senter, er det vanskelig å yte stedet rettferdighet på så liten plass som det er satt av i denne rapporten. For å forstå tiltakets opphav og utfordringer vil vi, på bakgrunn av den innsamlede dokumentasjonen og inntrykkene fra intervjuene i feltstudiet, likevel trekke fram noen sider som er av relevans for temaene kompetanse, målsettinger, målgrupper, måloppnåelse og nedslagsfelt.

Solhaugs grunnlegger hadde forutfor etableringen av senteret lang erfaring med ungdomsarbeid gjennom metodistkirken i Levanger. Kirken er nå nedlagt, men både Jenssen og de som bor og jobber på Solhaug, har et personlig kristent livssyn. Jenssen sier også selv at det er hans livssyn som er opphavet til nestekjærligheten som er et av grunnelementene for arbeidet på senteret. Senteret er klare på, og til en viss grad preget av, at det drives av kristne. Det er for eksempel bare kristen ungdom i den fastboende staben på Solhaug. Trosspørsmål er imidlertid ikke en betingelse, men heller en drivkraft for engasjementet. Både Jenssen og staben presiserte overfor IRIS at stedet ikke er et evangelie- eller misjonssenter. På Solhaug driver man først og fremst med forebygging, og ikke en gang ”presset” fra det kristne fellesskapet i regionen om å få lov til å drive evangelisering på Solhaug, vil bli tatt til følge. Staben tar selvsagt barn og unge med eksistensielle problemer på alvor og setter av tid til personlige samtaler, men på barnas premisser. I slike samtaler settes individuell identitet i fokus.

”Det spælle itj’no rolle om korset er opp-ned eller rætt vei, allj ska kunn føl sæ hjem på Solhaug”

-Staben på Solhaug-

IRIS er ikke i tvil om at takhøyden er særdeles stor på Solhaug, men det kom også fram i intervjurunden at det særlig i oppstarten hersket noe usikkerhet om intensjonen bak senteret, i lokalsamfunnet. Mye av denne usikkerheten har nok lagt seg over tid, og brukerne av Solhaug som IRIS var i kontakt med, så ut til å bry seg mindre om de som stod bak var kristne eller ikke. Flere var også veldig usikre på om de bak Solhaug faktisk var kristne. Synet på senterets ”intensjoner” var noe mer nyansert blant de øvrige intervjuobjektene, men få opplevde motstillende livssyn som noe hinder for å la sine barn bruke stedet.

6.2.2.5 Målsettinger

Solhaugs generelle og overordnede målsetting er at ”ingen barn og unge i Innherred samkommune skal behøve å ruse seg på grunn av mangel på fritidsaktiviteter”. Innunder dette ligger det videre at Solhaug skal være en rusfri sone som skal;

- Bidra til å heve gjennomsnittlig debutalder for alkohol
- Lage forebyggingstiltak spesielt rettet mot risikogrupper (ADHD. red anm)

Andre tema Solhaug legger vekt på er å synliggjøre ”usynlige” ungdommer som lett faller utenfor, og å være et senter for kreativitet og kommunikasjon.

6.2.2.6 Samarbeidspartnere/støtteapparat

Som et relativt nystartet rusforebyggende tiltak, har nok fokuset for Solhaug først og fremst vært å sikre den økonomiske driften av tiltaket. Mye tid går dermed til å sende søknader om støtte til forskjellige prosjekter, til næringsliv, offentlige instanser og private personer og foreninger. Solhaug trekker selv fram støtten fra Norske Sanitetskvinner og Lions, i tillegg til de midlene de får fra Kulturetaten i Levanger kommune. Representanter fra alle disse tre inngikk i intervjurundene, og signalene derfra var nesten ubetinget positive.

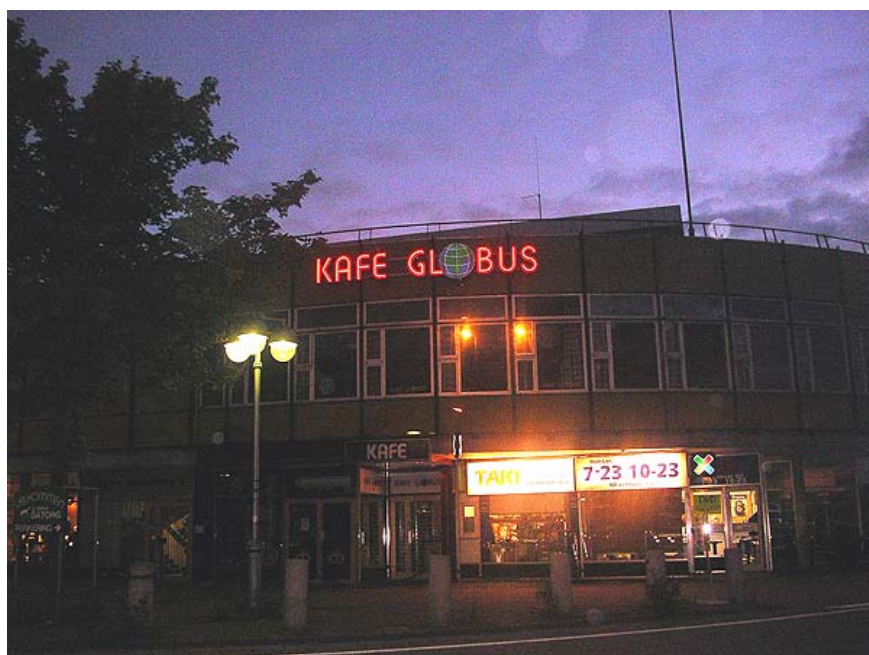
Solhaug har også vært veldig flinke til å holde seg inne med mediene, og figurerer ganske ofte i lokale aviser som Innherred Folkeblad, Frostingen, Levanger-avisa og den litt større Trønder-avisa.

6.2.2.7 Forhold til NSRM/LASS

Forholdet til NSRM går for det meste på hjelp til å finne potensielle finansieringskilder og hjelp til spisse/formulere søknader om økonomisk støtte.

6.2.3 Kafé Globus, Drammen

På sørsiden av Drammenselva, i Globusgården på Strømsø Torg midt i Drammen sentrum¹⁰, ligger Kafé Globus. Kafeen ble startet av IOGT i 1946 med det formål, den gang som nå, å gi Drammenserne et alkoholfritt tilbud. Kafeen holder i dag til i Globusgården - et sirkelformet forretningsbygg fra 1964, der IOGT i Buskerud sitter på 51 prosent av eierandelene.



Figur 6.2.2. Kafe Globus

Selve kaféen ligger i andre etasje og har en kommersiell del som er den økonomiske ryggraden i foretaket, og en ungdomskafé på fredager, som er den frivillige og rusforebyggende delen. Forretningsdelen består av kafévirksomheten samt catering, et kjøkken med en kald- og varmmatavdeling, og lokaler for utleie til foreninger samt selskap, kurs og konferanser. Dagens kafé- og cateringtilbud retter seg mye inn mot bedriftsmarkedet, samtidig som man også har tatt vare på sitt tradisjonelle tilbud til privatmarkedet. Kafé Globus har mellom 15 og 20 årsverk.

Drammen kommune har 57 148 innbyggere, og der ca 30 prosent jobber innen offentlig forvaltning og ca 70 prosent innen privat sektor eller offentlige foretak (SSB, pr 1.1.2005).

¹⁰ Bragernes på nordsida av Drammenselva er nok det mest attraktive forretnings- og shoppingsområde i Drammen, og Strømsø er nok litt mer på "feil side" i så måte (Morin i intervju).

6.2.3.1 Historie

IOGT i Buskerud gjenspeiler på flere måter den negative trenden man har sett i rekrutteringen til avholdsbevegelsen de siste 30 årene (Selle 1996). Organisasjonen stod overfor et veiskille i 2000; satse med nye krefter og nye målgrupper i Globusgården, eller selge seg ut. Valget falt på total renovering av kafeen og økt satsing på catering som inntektskilde. Kafeen var før arbeidet startet et ca 600 m² stort lokale i god gammel kafeteriastil, med egen røykeavdeling. Røykerommet er nå konferansesenter, og heile huset er alkoholfritt.

I 2003 hadde IOGT satt i gang et arbeid for å få til et rusfritt alternativ for ungdom under 18 år i Drammen. Forberedelsene var vel i gang da lokale medier, uavhengig av IOGT, tok tak i problemstillingen. Astrid Morin, som er ildsjelen bak ungdomssatsingen til Kafé Globus, men ikke selv er medlem av IOGT, tok da kontakt med Drammens Tidene og lovte byen et rusfritt alternativ i løpet av to uker. Dette var starten på Ungdomskafeen, og satte voldsom fart på implementeringen av IOGT sine ungdomsplaner. Ungdomskafeen ble åpnet i januar 2004.

En seksjon av IOGTs del av Globusgården rommer også et bofellesskap med plass til 6 personer. Bofellesskapet, eller Introduksjonssenteret som det heter, er et samarbeid med Barnevernet i Drammen om å tilby en gradvis introduksjon til samfunnet for foreldreløse ungdommer som kommer til Norge som asylsøkere/innvandrere. Ungdommen blir fulgt opp og får oppgaver og plikter på kafeen. I ungdomssatsingen inngår det også et samarbeid med Flyktningmottaket i Drammen om språklig opplæring.

6.2.3.2 Filosofi

Den karismatiske ildsjelen for ungdomskafeen i Drammen, Astrid Morin, la på IRISs første besøk fram en todelt tankegang bak satsingen. På den ene siden mente Morin at det i norsk kultur ofte lå et indirekte drikkepress på festlige sammenkomster i privat regi. Kanskje særlig i grillsesongen, der verten/vertinnen står for maten, mens gjestene må ”medbringe drikke selv”. For voksne ligger det et lite, men viktig, arsenal av ”gyldige avholdsgrunner”, og som gjør det helt greit å drikke brus. Den voksne skal for eksempel på jobb tidlig dagen etter, er sjåfør eller gravid. Dette er imidlertid ikke avholdsgrunner som vanligvis er tilgjengelige for barn og unge under 18 år, og som gjør at de ikke like lett kan beskytte seg mot drikkepresset. At 15-16 åringen medbringer brus på festen, blir dermed ofte tolket som et personlighetstrekk, eller en motvilje, og pseudonymt med å være ”sær”.

På den andre siden hadde Morin også registrert at ungdommen riktig nok hadde noen aktivitetstilbud i helgene, men at særlig de eldre (15-16 år) var ”dritt lei” tilbud som voksne satte i gang. De vil ha et sted å møtes, slappe av og hygge seg i helgene, og uten at voksne la for mange av premissene. Morin mente dermed at;

Vi må bygge arenaer der de unge har tilgang til gyldige grunner for å ikke drikke, og der rammene for rusmidler er lagt; du får ikke lov å være her dersom du drikker.

-Astrid Morin-

Morin ga i intervju også uttrykk for at IOGTs problemer med rekruttering på generell basis, var at de var for ekskluderende i forhold til å innby til samarbeid med organisasjoner som riktig nok deler deres syn på rusfrie soner for barn og unge, men som ikke selv er totalavholdsorganisasjoner. Ungdomskafeen ble dermed også et prosjekt som ville gå mot denne trenden, og inviterte andre organisasjoner til et samarbeid om driften.

6.2.3.3 Tilbudet

Ungdomskafeen tar mål av seg å være en ”trendy” kafé der ungdommen kommer for å treffe andre ungdommer. Et utvalg av de faste brukerne hadde bestemt at det skulle kjøpes inn en karaokemaskin, men ellers er dette et tiltak i samsvar med kafékulturen som sprer seg i litt større byer i Norge. Utover kvelden glir atmosfæren over i en mer diskotekpreget stemning, med dans og musikk. Serveringstilbudet er ellers som i vanlige moderne kafeer, og betjenes av ungdommene selv. Ungdomskafeen stiller med voksne vakter som hjelper til som dør- eller ordensvakter ved behov.

Kafeen er åpen hver fredag fra kl 18³⁰ til kl 23³⁰, men det var planer om å utvide til også holde åpent på lørdager da IRIS var på besøk i november 2005. De hadde da også mottatt en forespørsel fra et lokalt band om å få opptre på kafeen, noe som de var positive til. Ungdommen ordner selv med ulike arrangementer som passer inn i kafédriften.

Pr 31.12.2004 rapporterte Kafé Globus mellom 80 og 100 faste brukere, mens besøktallet gjennom året varierer fra 50 til 250.

6.2.3.4 Målsetting/målgruppe

Ungdomskafeen er et åpent tilbud til alle ungdommer i aldersgruppen 16-19 år¹¹. Den overordnede målsettingen med Kafé Globus, i tråd med filosofien som er uttrykt ovenfor, er å legge til rette for at ungdommen i Drammen kan få positive opplevelser uten alkohol i helgene. Mer konkret uttrykkes dette gjennom å etablere en kjent og, av ungdommen akseptert alkoholfri sone.

Brukergruppen på det tidspunktet IRIS var der, ble beskrevet å være ca 30 prosent etnisk norske ungdommer, og ca 70 prosent med annen bakgrunn. Det var også flere jenter enn gutter blant de etnisk norske brukerne.

6.2.3.5 Samarbeidspartnere

Kafé Globus involverer flere lokale aktører. Prosjektleder Morin har for eksempel gjort mer eller mindre strategisk bruk av lokale medier for å nå ut til ungdommene. Prosjektgruppen trykker opp flere informasjonsplakater som henges opp på skolene i

¹¹ Denne nedre aldersgrensen er valgt fordi § 28 i politivedtektene i Drammen, forbyr ungdom under 15 år å delta på offentlig dans eller allment tilgjengelig tilstelning som varer lenger enn til kl 22⁰⁰

distriktet, politiet er ofte innom for å snakke med ungdommene og vise seg fram, og Uteteamet i Drammen kommune bruker kafeen som arena for å knytte kontakter. Verken politiet eller Uteteamet har noen formell samarbeidsavtale med Kafé Globus, men gjør dette på eget initiativ. På skolene deles i tillegg gratisavisa Essensen ut, og Drammens Tidende trykker oppslag om de ulike aktivitetene i tilknytning til kafeen.

Når det gjelder formelle samarbeidspartnere som i større grad forplikter seg til å støtte opp om driften av kafeen, har ungdomskafeen invitert fem organisasjoner til å kjøpe seg inn i prosjektet. De som hadde takket ja til dette tilbudet er; Motorføernes Avholdsforbund, IOGTs ungdomsorganisasjon Juvente, KFUM/KFUK speiderne og forebyggingsprosjektet ”Prima ungdom for ungdom”¹². Partnerskapet består i økonomisk støtte, og at de kan stille med unge og voksne som hjelp på kafékveldene.

Sosial- og Helsedirektoratet (SHdir), Drammen kommune og de to av losjene i IOGT i Buskerud støtter prosjektet økonomisk

6.2.3.6 Forhold til NSRM/LASS

IOGT Buskerud har hatt relativt tette bånd til LASS, og styreleder og regnskapsfører i ungdomskafeen, Odd Bjønnes, har sittet i styret i organisasjonen. Bjønnes ga uttrykk for at organisasjonen i visse tilfeller hadde kommet til kort i forhold til medlemmenes behov, og argumenterte for en sammenslåing av de fire organisasjonene i NSRM, til et servicekontor for alle medlemmene. Behovene Bjønnes siktet til gikk, i tillegg til veiledning og rådgivning, på juridiske og personalpolitiske spørsmål.

6.2.4 Godtemplarhuset AS, Tromsø

IOGT Tromsø (International Organisation of Good Templars) er en av de eldste medlemmene i avholdsbevegelsen siden den slo rot her i landet i ca 1877 (www.iogt.no).

6.2.4.1 Historie

IOGT kjøpte huset i Søndre Tollbugate 2, som de i dag eier og bestyrer, i 1880. Godtemplarhuset og området Skansen som det ligger i, er i dag vernet av Riksantikvaren. I 1968 solgte NGU (Norges Godtemplar Ungdom) sin eiendom i Tromsø og gikk inn som deleier i Godtemplarhuset. Huset ble da pusset opp og kjelleren i huset ble innredet og utstyrt som radiostasjon. Tromsøs levende legende og vandrende rock-leksikon, Egon Holstad (nå ansatt som musikk sjef i avisa Nordlys), gikk for eksempel sine første år i musikkbransjen som radiovert i Radio Ung på 1970- og '80-tallet. Også IOGTs ungdomsorganisasjon, Juvente, er nå deleier i huset.

¹² Tidligere rusmisbrukere eller pårørende til rusmisbrukere



Figur 6.2.3. IOGT Tromsø

Radio Ung ble nedlagt i 1989, og nedleggelsen er på mange måter symptomatisk for hele organisasjonens negative utvikling i medlemstallet siden 1970-tallet (Selle 1996). IOGT Tromsø hadde på det tidspunktet IRIS var på besøk, bare vel 20 personer som møtte fast på medlemsmøtene, og vel 50 medlemmer i regionen. Snittalderen ble anslått til å ligge på ca 50-60 år. Det forskergruppen møtte da de var i Tromsø, var en litt ”sovende” organisasjon bestående av enkeltpersoner som jobber for saken på egne premisser gjennom sine posisjoner, og uten noen formell samlet strategi.

Edrskapsbevegelsen har mistet sin posisjon som politisk maktfaktor i ”Nordens Paris”. Nå er det ikke legitimt å utrykke seg om rusfeltet med mindre du har næringspolitiske interesser i det.

-Sture Medby, leder for Servicetorget i Tromsø kommune-

6.2.4.2 Tilbudet

IOGT i Tromsø hadde ingen konkrete prosjekter rettet mot ungdom pr 7.11.2005, men har rettet seg inn mot noen utvalgte samarbeidsorganisasjoner og passer på å bli nevnt av andre overfor ungdom ved passende anledninger. De bedriver og en del annonsering for sine aktiviteter, som består av møter ca en gang i måneden. Organisasjonen ser seg mer som en møteorganisasjon enn en ideologisk utøvende organisasjon, slik det var før. Typiske tema på møtene er arkeologi, historiske tema og fredsarbeid. Fredsdelen av IOGTs virksomhet (se www.forut.no) er også en voksende del av organisasjonens arbeid. Organisasjonen har, gjennom prosjektet/institusjonen Globus Kompetanse, samarbeid med Høgskolen i Tromsø som tilbyr utdanning innen rusfaget. Organisasjonen utgir et nyhetsbrev for landsdelen, og hver høst har de en informasjonsaksjon med stand i Storgata i Tromsø sentrum.

Driften av Godtemplarhuset sentrerer seg dermed i hovedsak omkring utleie, men losjen opplyser at de i de senere år har drevet med underskudd og tærer på oppsparte midler i organisasjonen. De leietakerne som har et mer eller mindre fast tilhold i huset er Høstutstillingen, Tromsø Jegerforening som holder kurskvelder 3-4 ganger i uka fra februar til mai, og Turmarsjforbundet som har sine møter en gang i uka hele året unntatt sommermånedene. Det er og i disse organisasjonenes møter med ungdom, at IOGT passer på å bli nevnt. Huset kan leies av privatpersoner, men det rusfrie kravet står fast.

På nasjonalt nivå har IOGT etablert prosjektet Sterk & Klar¹³, og altså institusjonen Globus Kompetanse innen forebyggende arbeid. I forhold til rehabilitering/ettervern deltar organisasjonen i utbyggingen av et nettverk av familieklubber¹⁴, og har involvert seg i rusprosjektet Sammen¹⁵.

6.2.4.3 Mål/målgrupper

Det hersker liten tvil om at målsettingen til IOGT er å verve flest mulig medlemmer til sin organisasjon og dermed til å avstå fra bruk av alkohol. Mye av det arbeidet organisasjonen gjør er derimot ikke rettet direkte inn mot rekruttering, men mer mot bistand til utvalgte målgrupper. Det er imidlertid litt vanskelig, ut fra den dokumentasjonen som ble gjort forskergruppen tilgjengelig, og de opplysningene vi fikk under intervjurunden, å si noe mer presist om målgruppene blant ungdom i alderen 12-18 år, for IOGT Tromsø's aktiviteter. De aktivitetene organisasjonen engasjerer seg i, er kanskje mest i forhold til opprettholdelse av et totalavholdsstandpunkt, ettervern og rehabilitering. De aktivitetene som fokuserer på forebygging rettet mot ungdom, ivaretas hovedsakelig av IOGTs og DNTs (Den Norske Totalavholdsselskap) ungdomsorganisasjon, Juvente. At IOGT støtter Juventes arbeid, er det likevel liten tvil om, og ungdom er dermed en indirekte målgruppe for IOGT Tromsø.

13 Sterk & Klar er et landsomfattende IOGT prosjekt, etablert i 35 kommuner og i alt 50 skoler. Prosjektet er utviklet for å bistå foreldre som ønsker å engasjere seg sterkere i unges forhold til rusmidler, og fokus er rettet mot samhandling, som i neste omgang kan gjøre de unge bedre i stand til å handle på en adekvat måte i sitt møte med rusmidler (www.iogt.no).

14 En familieklubb er en gruppe mennesker som alle har et problem med alkohol, men som ikke nødvendigvis selv drikker (www.familieklubb.no).

15 Prosjektet "Sammen" ble startet i 2002 på bakgrunn av erfaringer fra "Haugesundprosjektet mot rus, vold og kriminalitet" og tilsvarende arbeid i Arendal. IOGT samarbeider her med flere andre organisasjoner som driver lokale dag- og aktivitetssentra for medmennesker med store rusproblemer (www.iogt.no).

6.2.4.4 Forhold til NSRM/LASS

IOGT Tromsø har liten kjennskap til LASS, og hva slags støtte de kan forvente å få gjennom dette medlemskapet. De har fått innkallelser til årsmøter og lignende, men har ingen erfaring med organisasjonen.

6.3 Feltstudie Norske Lagsbruk virksomheter

Forskergruppen besøkte tre ungdomslag i prosjektperioden; et på Østlandet, et i Midt-Norge og et i Nord-Norge.

6.3.1 UL Rett Leid, Lavangen

Innerst inne i Lavangsfjorden i Indre Sør-Troms, ligger Lavangen kommune med kommunesenteret Tennevoll. Kommunen har 1 029 innbyggere, med ca 50 prosent av arbeidsstyrken sysselsatt i offentlig forvaltning, og ca 50 prosent i privat sektor og offentlige foretak (SSB 1.1.2005). Området har lange tradisjoner innen fiske og jordbruk. Dagens fastboende samiske befolkning utgjør ca 10 prosent av innbyggertallet, og holder til i Fosbakken og i Spansdalen, sørøst for kommunesenteret. Kommunen har hatt fraflyttingsproblematikk i nyere tid, og falt i 1999 inn under støtteordningen for særlig utsatte kommuner¹⁶. Dette året søkte kommunen om, og fikk tildelt, 60 000 kroner til ungdomsrettede tiltak. Lavangen fikk også støtte fra denne ordningen i 2000, men har de siste fem år hatt for liten fraflytting til å falle inn under ordningen.

Tilbudene til ungdommen i Lavangen er rettet mot ungdom i både grunnskole og videregående skole. Kommunen har imidlertid ingen videregående skole, og med ca 2 mil til Salangen som er det nærmeste skoletilbudet, flytter enkelte av ungdommene i denne aldersgruppen ut av kommunen og bor på hybel nær opplæringstilbudene. Elever i videregående skole faller dermed lett utenfor i tilpassingen av tilbudene. Fritidstilbudene er for det meste åpne og organiserte tilbud innen musikk og idrett, men ettersom læstadianismen¹⁷ (se også Kristiansen 2004) har sterke tradisjoner i regionen er det også noen få tilbud spesielt tilpasset ungdom fra dette segmentet i Lavangen. Det er så godt som ingen uorganiserte helgetilbud for ungdom på Tennevoll, så de helgene det er tilstelninger i andre deler av fylket, organiserer ungdommen selv skyss fram og tilbake. Sjøvegan i Salangen er for eksempel et mye brukt reisemål.

16 Barne- og familiedepartementet (BFD) har siden 1999 hatt en egen tilskuddsordning til ungdomssatsing i distriktene. Formålet med tilskuddsordningen er å gi flere muligheter for aktivitet for ungdom i kommuner med sterk nedgang i folketallet. Ordningen forvaltes av BUFDIR (BFD 2005: Fra rockebinge til sandvolleybane – aktiviteter og møteplasser for ungdom i ulike lokalmiljø).

17 Kristen vekkelser startet av Lars Levi Læstadius ca 1849, med hovedsete i Pajala, Nord-Sverige. Medlemmer av den norske kirke, men med egne gudstjenester.



Figur 6.3.1. UL Rett Leid

Da IRIS besøkte Ungdomslaget Rett Leid, fantes det tre ungdomslag i kommunen; UL Fram på Soløy, UL Samhold på Lotternes og UL Rett Leid på Tennevoll i Lavangen. I tillegg er det to grendelag med egne hus, et i Spansdalen og et på Fossbakken.

6.3.1.1 Historie

Ungdomslaget Rett Leid ble stiftet i 1910, og ungdomsklubben ble opprettet en gang tidlig på 1970-tallet. Det nåværende Ungdomshuset på Tennevoll ble reist på 1950-tallet, og totalt renoverert først på 1980-tallet. Huset må kunne regnes som et flerbrukshus, og blir brukt av flere lokale aktører. Ungdomshuset ligger nesten vegg-i-vegg med Lavangen skole. Siden oppstarten har ungdomsklubben hele tiden operert litt på siden av ungdomslaget, med et eget styre bestående av ungdommer fra lokalmiljøet. Hver generasjon ungdom har på denne måten i stor grad utformet ”sin klubb”, ut fra de til enhver tid gjeldende rammebetingelser. Regelen om at tilstelningen skal være rusfri, har hele tiden ligget fast for ungdomsklubben, men ungdomslaget definerer seg ikke som et rusfritt lag. Ungdomslaget har de siste årene ved flere anledninger hatt ambulerende skjenkeløyve til festlige tilstelninger, og opplevde rusparagrafen i NU som et problem da den var gjeldende.

Klubben opplevde i en periode at ungdommer fra Lamo-kollektivet, et ungdomssenter for vanskeligstilte barn/unge i nabokommunen Salangen, og Storfossen, et tilsvarende sted i privat regi i Gratangen, brukte klubben som et påskudd for å få lov til å gå ut. Noen av disse var ikke inne på klubben i det hele tatt, men møttes utenfor eller dro andre steder og ruset seg. Ungdomslaget samarbeidet da med ungdomssenteret for å hjelpe dem med dette problemet.

Siden 1999 har ungdomsklubben hatt en samarbeidsavtale med kommunen der klubbleder er ansatt i en 20 prosent stilling, og det er dermed på mange måter

kommunen som står for kontinuiteten i ungdomsklubben. Kommunen er også representert i styringsgruppen for ungdomsklubben. Styringsgruppen består av en representant fra Kulturutvalget, to representanter valgt av og blant ungdomsklubbens medlemmer, en representant fra ungdomslaget og en fra kulturkontoret. Lederen for ungdomsklubben fungerer som sekretær i styringsgruppen. Styret i ungdomsklubben tar opp saker som har med driften av ungdomsklubben å gjøre, for eksempel plan for aktiviteter, regler for bruk av ungdomsklubben osv.

6.3.1.2 Tilbudet

I kjelleren på ungdomshuset, som klubben har pusset opp selv, er det kjøpt inn biljardbord, bordtennisbord, musikkanlegg, airhockey, data (klubben var på god vei til å få internettilkopling da IRIS var på besøk) og en sofakrok med video-/dvd-spiller. I første etasje var byggingen av en rockeklubb i full gang.

På baksiden av huset har de også en skateboardbane bygget med støtte fra kommunen, men banen hadde ingen direkte til tilknytning til ungdomsklubben ut over at den er i nærheten av klubbens lokaler.

Ungdomsklubben holder åpent hver tirsdag. Fra kl 18 til kl 20 lager ungdommene noe for de litt yngre, og fra kl 20 til 22 har de aktiviteter og sosialt samvær for de litt eldre. Det er også en enkel kiosk i klubben, og ved spesielle anledninger utvider de denne til også å stå for varmmatservering. Ungdommen betaler en årlig medlemskontingent på 100 kroner, eller 15 kroner pr gang for de som heller vil det. Medlemmene står selv for renhold og opprydning. Besøksantallet pleier å ligge på ca 20 stykker for begge alderskategoriene.

Klubben har valgt tirsdagene delvis fordi dette er en litt åpen dag i forhold til de som også driver med idrett eller musikk, og delvis fordi onsdag er leksefri dag på skolen slik at deltakerne ikke trenger å tenke på forberedelser til neste skoledag.

Foruten disse faste aktivitetene har ungdomslaget, gjennom ungdomsklubben, blant annet avvirket en informasjonskampanje med besøk fra Marita-stiftelsen¹⁸ som kom og fortalte om narkotika og problemene dette fører med seg. Også Forsvarets narkotikaenhet har lagt turen til Tennevoll for å snakke med ungdommene om farene med narkotika. Ungdomsklubben har prøvd å kjøre en lignende kampanje mot røyking, men utover det at huset nå er røykfritt, hadde dette ikke samme interesse og oppmøte som narkotikaaksjonen. Kommunen har likevel gitt uttrykk for at det er positivt at noen bringer utfordringer i forhold til rusmidler opp i dagen som et tema.

18 Stiftelsen ble etablert i 1984 og arbeider både forebyggende, oppsøkende og med ettervern. Stiftelsen har også et botilbud. For mer om stiftelsen, se: www.marita.no

6.3.1.3 Målsettinger og målgrupper

Tilbudet ungdomsklubben gir, er rettet mot alle ungdommer i kommunen. Lavangen er et såpass lite sted at det ikke ville være hensiktsmessig å sette en rigid aldersgrense verken opp eller ned. Ungdommen som bruker klubben er i alderen 12 til 18 (+/- 2) år, og målsettingen til klubben er å gi ungdommene et reelt og attraktivt rusfritt tilbud i kommunen.

6.3.1.4 Samarbeidspartnere/støtte

Foruten samarbeidet med kommunen har ikke UL Rett Leid inngått noe formelt samarbeid med noen for å drive ungdomsklubben. Klubben styres og drives først og fremst av ungdommen selv, men altså med god støtte fra den kommunalt ansatte klubblederen. Når det gjelder driften av selve huset er det flere aktører på banen, og mye av det skyldes nok at dette er det største forsamlingshuset i kommunen, og som samtidig er best tilrettelagt for utleie.

Den viktigste endringen fra tidligere år er at kulturskolen i Lavangen har flyttet inn i lokalene, som følge av en brann i det tidligere lokalet. Kulturskolen har lagt all sin virksomhet til ungdomshuset, men formelt sett er leieavtalen bare for ett år av gangen. Det kom imidlertid signaler fra flere med et legitimt meningsgrunnlag om at dette var en ordning man kunne tenke seg å utvide. Kulturskolen er også inne i bildet i forhold til rockeklubben som er nevnt ovenfor.

Blant øvrige som benytter seg av Ungdomshuset er det lokale idrettslaget, ulike foreninger, og noen musikkgrupper. Huset leies også ut til private, og ettersom ungdomslaget ikke ser seg selv som noe rusfritt ungdomslag, legger de heller ikke ved utleie noen føringer på leietakeres alkoholbruk.

6.3.1.5 Forhold til NSRM/NL

Lavangen har som nevnt ovenfor, tre ungdomslag, og det var gjennom en av de to andre at Rett Leid første gang fikk høre om NL. Rett Leid fikk ikke ved første henvendelse utløst noen pengestøtte gjennom NL, men holdt likevel kontakt. Ungdomslagets utfordringer passet den gang dårlig inn i finansieringskriteriene til de ordningene som NL hadde oversikt over. Ungdomslaget fikk første gang pengestøtte gjennom NL i forbindelse med dette evalueringsprosjektet.

6.3.2 UL Breidablikk, Aure

Ungdomslaget Breidablikk holder til i Aure kommune på Nordmøre, en kommune i omstilling. Tradisjonelt har fiskeri/kystkultur og jordbruk stått sentralt i kommunen, og kommunen viser i sine informasjonsbrosjyrer både til tømmerekseporten i "Hollandertida" på 1600-tallet, skipsbyggertradisjoner og Lurvika som et knutepunkt for fisk- og kornhandel på 1800-talet. Aure er også åsted for de eldste funn fra steinalderkulturen i Norge, nær 10 000 år gamle. Gravrøysene ved Dromnes er regnet som en av landets høyest prioriterte fornminner.

I dag er det kanskje ilandføringen av gass fra Haltenbanken til Tjeldbergodden som står for det største potensialet for fremtidige arbeidsplasser og økt bosetting i kommunen. Fraflytting har i nyere tid vært en av utfordringene kommunen har slitt med, og Aure er en av til sammen 61 utkantkommuner i Norge som faller inn under BUFDIRs ungdomssatsing for fraflytningstruede kommuner. Aure kunne søke midler fra denne satsingen både i 2004 og i 2005. Fra og med 1.1.2006 er Aure kommune slått sammen med nabokommunen Tustna, men den nye kommunen har beholdt Aure som sitt navn. Innbyggerantallet i den nye Aure kommune er ca 4 000.

6.3.2.1 Historie

UL Breidablikk er et av de eldste medlemmene i Norges Ungdomslag (NU), og feiret sitt 110-års jubileum 27. oktober 2005. Paradoksalt nok vil UL Breidablikk i denne rapporten likevel bli framstilt som et relativt nystartet ungdomslag. Ungdomslaget hadde ikke vært aktivt på vel 10 år, før det ble gjenreist av to tilflyttede venninner, tidlig i 2004. Det er disse to, Lise Gellein og Rita Ombostad som kan karakteriseres som ildsjelene bak dagens UL Breidablikk, og som er initiativtakere både til restaurering og oppussing av ungdomshuset ”Skogvang”, og til de tilbudene ungdomslaget gir ungdommen på Aure. Skogvang ble opprinnelig reist i 1934, og var i jevnlig bruk fram til midt på 1990-tallet.



Figur 6.3.2. UL Breidablikk

Ungdomshuset Skogvang har i tiden da ungdomslaget lå nede, vært i Nordmøre ungdomslags varetekt, men vedlikeholdet har dessverre vært noe mangelfullt. Det siste som ble gjort før forrige ungdomslag ”la inn årene”, var å legge nytt tak på Breidablikk, men dette ble ikke gjort i tråd med opprinnelig byggestil/skikk. Huset er nå tilbakeført til UL Breidablikk, som formelt eier og driver huset. Skogvang blir av kommunen og fylkeskonservatoren i Møre og Romsdal, sett på som et mulig verneverdig bygg, mye på

grunn av skråtilje-scenen i huset, som det finnes svært få godt bevarte eksemplarer igjen av (kilde: NL).

UL Breidablikk ble medlem av NL, som altså er driftsorganisasjonen til NU, i 2004. Initiativtakerne gikk først på kurs i regi av NL, og fikk senere også besøk av representanter fra organisasjonen. Skogvang ble også brukt som ekskursjonsmål på NLS kurs. Jentene fikk gjennom NL bistand i å innhente nødvendig informasjon om tilstanden på Skogvang, innsikt i framgangsmåte for å undersøke hvilke økonomiske støtteordninger man kunne søke på, og i tillegg innsikt i hvilke retningslinjer som gjaldt for de ulike ordningene.

6.3.2.2 Tilbudet

Ungdomshuset ”Skogvang” består av en eldre del der hovedutfordringene ligger i vern og opprustning av bygningen, og en litt nyere del som blir brukt til dagens ungdomsaktiviteter. Siden oppstarten i 2004 har den nye delen fått nytt kjøkken og nytt lydanlegg som kan brukes for hele huset. Begge deler er satt opp på dugnad og med pengestøtte fra Aure kommune og BUFDIR.

Til ungdomsklubben ”Piggdække”, som holdes hver torsdag mellom kl 15⁰⁰ og kl 21⁰⁰, er det kjøpt inn biljardbord, bordtennisbord, og to datamaskiner i tillegg til forskjellige brettspill. Klubben har også en liten kiosk som ungdommene selv driver på klubbkveldene. Medlemmer på ungdomsklubben betaler en årlig kontingent på 100 kroner. Medlemskontingenten utløser en del goder i tillegg til fri adgang til ungdomsklubben, blant annet tidsvise turer. Det har også blitt arrangert en overnattingskveld i klubben. Etter hvert blir medlemmer i ungdomsklubben overført til Ungdomslagets medlemslister. ”Piggdække” har mellom 30 og 50 brukere hver uke.

En fredag i måneden arrangerer Breidablikk også diskotek i Skogvang. Arrangementet er i utgangspunktet for ungdom i 12-17/18 års alderen, men ungdomslaget er ikke for firkantet på regelverket så lenge alt går rolig for seg. Opprettholdelsen av arrangementet som et rusfritt arrangement står imidlertid fast. Ungdomslaget prøver seg også fram med en ordning for å unngå at ungdom sitter utenfor i bil og nyter alkohol, og så prøver å komme seg inn på diskoteket. Ordningen innebærer at 18/19 åringer som er ”oppnevnt” som sjåfører for kvelden, blir brukt som ordensvakter, enten i døra eller inne. Erfaringene ved IRISs besøk var da positive, og de hadde bare opplevd å måtte bortvise ungdommer på grunn av alkoholbruk, ved to anledninger. Begge ganger hadde de involverte blitt fulgt opp av ungdomslaget i etterkant, og situasjonene beklaget og skværet opp i. Antallet ungdommer som kommer på diskoteket er opp mot 60 stykker.

Det er mulig å leie Skogvang til private formål, men dette har ikke blitt gjort i noen utstrakt grad i nyere tid. I forbindelse med informasjonsmøter om kommunesammen- slåingen (se innledning ovenfor), ble Skogvang leid av kommunene, og kultursjefen i kommunen ga også uttrykk for at huset vil kunne brukes i gjennomføringen av for eksempel det landsdekkende arrangementet Ungdommens kulturmønstring. I og med at ungdomslaget har fått nye krefter i sving, er det derfor grunn til å tro at dette vil kunne ta seg opp over tid dersom forholdene legges til rette for det.

I forhold til framtidige utleiebetingelser, ga ungdomslaget forøvrig uttrykk for at det trolig ikke ville være aktuelt å legge noen føringer på leietakeres bruk av rusmidler til private arrangement.

6.3.2.3 Målsetting og målgrupper

Det er ingen videregående skoler på Aure, og den nærmeste og mest brukte videregående skolen ligger på Kyrksæterøra vel 5 mil nord for kommunen. Det mest vanlige er derfor at ungdommen flytter dit og bor på hybel etter ungdomsskolen. Noen få elever velger likevel å bo hjemme, slik at den samlede potensielle brukergruppen for ungdomsklubben er ca 120 ungdommer. Det er ingen konkurrerende tilbud til det man gjerne kaller ”uorganisert” ungdom på Aure, men det er mange flere ”organiserte” tilbud innen idrett og musikk. Timeplanen til ungdommen er ganske fullbooket, og det er vanskelig å unngå at noen tilbud overlapper. På mindre steder, som Aure, er det heller ikke grunnlag, eller konstruktive argumenter, for å gi et spisset og tilpasset tilbud til en gitt gruppe ungdommer. Ungdomsklubben er derfor åpen for alle. I intervjuene kom det også fram at det var flere av de mellom 30 og 40 brukerne, som gikk rett fra dusjen på for eksempel fotballtrening, og så til ungdomsklubben.

Breidablikks hovedmålsetting er å gi ungdommen i Aure et rusfritt aktivitetstilbud, og samtidig å sørge for bevaring og oppgradering av ungdomshuset Skogvang.

6.3.2.4 Samarbeidspartnere/støttespillere

Ungdomslaget Breidablikk har som nevnt ovenfor, flere utfordringer og flere jern i ilden. På den ene siden ønsker de å sette i stand ungdomshuset, og på den andre siden ønsker de å kunne tilby ungdommen på Aure et rusfritt aktivitetstilbud.

Til å løse utfordringene i forhold til vedlikehold og opprustning av huset, har ungdomslaget innledet et samarbeid med Aure-revyen fra og med 1.1 2006. Det er også opprettet kontakt med gammeldansforeningen i Aure, men denne kontakten hadde ikke resultert i noen konkrete samarbeidsplaner på det tidspunktet IRIS var på besøk. Andre potensielle samarbeidspartnere og ressurser som det ble vurdert å innlede samarbeid med var Toraderlaget og Eldrelaget i Aure

Når det gjelder støttespillere for ungdomsklubben, er den viktigste formaliserte ressursen Aure kommune og Avdeling for kultur. Kommunen har engasjert en ungdomssekretær i 20 prosent stilling, og som bistår i ungdomslagets utfordringer på det mer administrative området. Kommunen bistår også ungdomslaget med 50 000 kroner for hvert år, finansiert gjennom handlingsplanen for kultur. Den viktigste støttespilleren for å nå ungdommen i praksis, slik det ble framstilt i intervjuene, var likevel foreldre som hadde overskudd til å engasjere seg i ungdommenes fritidsaktiviteter.

6.3.2.5 Forhold til NSRM/NL

Ungdomslagets første henvendelse til Norske Lagsbruk resulterte ikke den gang i økonomisk støtte til ungdomslagets aktiviteter/planer. NL kjente heller ikke til

potensielle finansieringskilder. Ungdomslagets første uttelling på finansiering gjennom NL, er dette evalueringsprosjektet.

6.3.3 Nakkerud Ungdomslag, Ringerike

Nakkerud ligger litt over 2 mil sør-sørvest for Hønefoss på riksvei 35, langs Tyrifjorden i Ringerike kommune. Industriområdet Tyristrand er det nærmeste tettstedet ca 6 km nord-nordøst for Nakkerud, og Vikersund er det nærmeste større tettstedet. Ringerike er en av de største bykommunene i Norge med litt over 28 000 innbyggere (SSB, 1.1.2005), og landets største skognæringskommune (www.ringerike.kommune.no). Ringerike er også Buskeruds største jordbrukskommune, og et viktig trafikknutepunkt mellom Øst- og Vestlandet. I 1675 ble det funnet kobberforekomster ved Åsterudtjern på Tyristrand, og i løpet av de neste hundreårene førte dette og senere malminnfunn til en omfattende gruvedrift i området, og hvor Ringerike Nikkelverk fra midten av 1800-tallet i en periode var Ringerikes største arbeidsplass med over 260 mann i arbeid. I 1866 kom 1/7 av verdens nikkelproduksjon fra Ertelia (Solgård 1994). Gruvedriften varte til litt ut på 1900-tallet, før det igjen var jordbruket som tok over. Selve tettstedet Nakkerud, består i dag av vel 300 hustander og 700 sjeler.

6.3.3.1 Historie

Nakkerud Ungdomslag ble etablert i 1920, og eier og driver ungdomshuset Tyrihall. Tyrihall fungerer trolig vel så mye som et bygdehus som et ungdomshus (intervju), og huset blir brukt jevnlig av flere lokale aktører/foreninger. Den eldste delen av Tyrihall, stod ferdig bygd i oktober 1934. Det kostet da kr. 8 000.- og mye dugnadsarbeid å få reist bygningen. Grunnflaten var 178 kvm. Huset er senere bygd på.



Figur 6.3.3. Nakkerud UL

Ungdomslaget har et styre for lagsrelaterte saker, og et eget husstyre som overser driften av Tyrihall. Det hadde vært litt for uorganisert drift av Tyrihall siste 10 år til at det var mulig å legge fram noen dokumentasjon på ungdomslagets aktiviteter da IRIS var på Nakkerud, men det nye styret hadde satt i gang et omfattende opprydningsarbeid. Dette gjaldt kanskje særlig de økonomiske sidene ved driften av Tyrihall og oversikt over medlemsmassen til ungdomslaget, men også oversikt over materiell av mer historisk art som dagens ungdomslag trodde eksisterte.

Når det gjelder rekruttering har det nye styret sendt ut brev til folk i bygda om de kan støtte ungdomslaget med et lite pengebeløp (vedlagt giroer på henholdsvis 50 kr). En slik støtte gir støttemedlemskap i ungdomslaget.

Ungdomslaget hadde ingen rusparagraf¹⁹ da IRIS var på Nakkerud. Ildsjel og primus motor i ungdomslaget, Lise Saur Søderholm, kunne ikke huske at det i det hele tatt hadde vært rusfrie tilstelninger for voksne i deres regi. Ungdomslaget forholder seg kun til norsk lov på dette punktet. Ved utleie av Tyrihall, har det i nyere tid bare vært ett tilfelle der et arrangement hadde kommet ut av kontroll. Årsaken til urolighetene lå trolig i at 3-4 parallelle ungdomstilstelninger andre steder i kommunen hadde blitt avlyst slik at det på kort tid samlet seg mellom 500 og 600 feststemte ungdommer på Tyrihall, som ikke er godkjent for flere enn ca. 100 personer. Ungdomslaget klarte imidlertid, i samarbeid med politiet og ungdommene som stod for arrangementet, å få situasjonen under kontroll. Flere ungdommer møtte også opp på Tyrihall dagen etter for å rydde og vaske etter festen. Ungdomslaget opplever dermed at samarbeidet med ungdommen i bygda i de aller fleste tilfeller er en positiv opplevelse, og kjente seg ikke igjen i lokale mediers negative omtale av akkurat dette arrangementet²⁰.

6.3.3.2 Tilbudet

Nakkerud UL arrangerer flere typer tilstelninger, og hvert av de ulike arrangementene holdes omtrent en gang i måneden. Foruten disse er det årvisse arrangement i julehøytidene, på 17. mai og på høsten.

Barnediskotek, for de i 3. til 6. klasse, har jevnlig et antall besøkende som ligger på omtrent 60-70 barneskoleelever. Ungdomsdiskoteket, som arrangeres på fredager, har omtrent det samme besøkstallet. Ungdomslaget tar 20 kroner i inngangspenger på ungdomsdiskoteket, og tilbudet består av musikk og dans, i tillegg til salg av forskjellige kioskvarer. Til ungdomsdiskoteket hadde ungdomslaget kjøpt inn en skummaskin²¹ og hatt ”skumparty” kort tid før IRIS var på besøk.

19 Den mye omtalte og omstridte ”rusparagrafen” i NU, som sa at det ikke skulle serveres/brukes alkohol på tilstelninger i regi av ungdomslagene, ble tatt ut av regelverket på årsmøtet i organisasjonen i 2003.

20 Ringerikes Blad omtalte for eksempel arrangementet 2.5.2005 (www.ringblad.no)

21 Det viste seg senere at dette var en snømaskin, men ”moro var det lell” (intervju)

Ungdomslaget arrangerer også ”Venners venner fest” med 20-års aldersgrense for de litt yngre eldre, og ”Eldrefest” spesielt for beboere på aldershjemmet og de som er over 60 år. Her står ungdomslagets ildsjeler, Lise S. Søderholm og samboer Arne Norli, for transport til og fra Tyrihall. Toraderlaget står for underholdningen.

Det arrangeres også forskjellige ”dansbare festligheter” på Tyrihall, og de som ønsker det, kan leie huset til egne arrangementer. Ungdomslaget står da selv for renhold og klargjøring av huset. Alle tilstelninger er med servering av alkohol og/eller med åpning for å ta med drikkevarer selv.

6.3.3.3 Samarbeidspartnere/støttespillere

Ungdomslaget spiller på flere strenger for å kunne opprettholde et attraktivt tilbud for barn og unge på Nakkerud. Hovedverktøyet for dette er finansiering gjennom utleie. Den nyere delen av Tyrihall leies ut til Nakkerud barnepark tre ganger i uken. Barneparken er en privat foreldrestyrt barnepark, men som da IRIS var på besøk, ble ledet av Søderholm i ungdomslaget. Tyrihall blir også brukt av et tysk/norsk kunstprosjekt med navnet Kulturkilden, til kunstnerisk utfoldelse som dans, teater etc.

Det er også flere som bruker huset som øvingslokale, og blant disse er vel dansebandet Nakkerud Special og musikkorpset Nakkerud Hornmusikk, de hyppigste brukerne, men også Tyrikoret og Nakkerud barnegospel har vært inne i bildet. Den lokale avgreningen av 4H har også brukt huset fast, men pr dags dato er ikke medlemstallet i 4H høyt nok til at utsiktene for videre samarbeid er særlig lyse. Hornmusikken og 4H har betalt leie i form av gratiskonsserter og arrangementsavholdelse.

Ungdomslaget har prøvd å innlede et tettere samarbeid med Kulturavdelingen i Ringerike kommune, men dette initiativet hadde ikke ført fram da IRIS var på Nakkerud. Også Ringerike kommune hadde på generelt grunnlag blitt bedt av ungdomslaget om å vurdere Tyrihall som en arena for at kommunale tilbud kunne bli lettere tilgjengelig for bygdefolket.

6.3.3.4 Forhold til NSRM/NL

Selv om Nakkerud Ungdomslag er medlem i Norges Ungdomslag, har de ikke hatt noen særlig kontakt med moderorganisasjonen. Det hadde blitt sendt en forespørsel, i brev form, om litt informasjon fra NU i forbindelse med opprettelsen av et nytt styre i lokallaget, men ikke med noe annet resultat enn nye medlemskort. En del av disse var i tillegg utgått på dato, men Nakkerud hadde ikke fått noe svar på nye forespørsler om oppdatering. Ungdomslagets leder var ikke klar over at det er noe som heter verken NL eller NSRM.

7 Nettverksundersøkelse

Nettverksarbeid kan beskrives som det å bygge kontaktpunkter og forbund med støttespillere innenfor og utenfor egen organisasjon (Mintzberg and Quinn 1996). Når det gjelder et kundeforhold som det gjør i dette tilfellet, så må vi forstå nettverksbygging i tett kobling med produktet som tilbys. Vi valgte derfor å se på hvordan brukeren eller brukerorganisasjonen kom i kontakt med overnattingsstedet, hvilke kriterier som ble lagt til grunn for valg av sted, og hvilke erfaringer kundene gjorde seg i forbindelse med besøket.

Undersøkelsen er gjennomført ved telefonintervju. Til sammen seks overnattingsbedrifter og 28 tidligere gjester/organisasjoner ble kontaktet. Kundeinformasjonen besto av navn, organisasjon og telefonnummer til gjester overnattingsbedriftene selv valgte å legge frem. Når man ringer rundt til mulige intervjuobjekter, vil det være store forskjeller i hvor tilgjengelige disse personene er. Det er derfor litt tilfeldig i forhold til hvilke brukere som er representert i denne undersøkelsen. Det var også en del feil i kontakinformasjonen.

7.1 Sammendrag resultater

Resultatene fra begge undersøkelsen er oppsummert i de to kapitlene under. For de lesere som ønsker å fordype seg mer i resultatene, anbefales det å lese kapittel 7.2 og 7.3.

7.1.1 Virksomheter i NM hotels

De tre overnattingsvirksomhetene i NM hotels har en del fellestrekk. De er alle eid av kristne frivillige organisasjoner, har et godt utbygd aktivitetstilbud i nærmiljøet, og ligger litt utenfor allfarvei. Det er fortrinnsvis overnattingssteder innenfor kategorien "leirsted", men to av stedene har også pensjonat og ungdomssenter som del av virksomheten. På en skala fra 1 til 5 (= veldig høy standard) klassifiserer stedene selv standarden sin til henholdsvis 2, 3 og 2/4 (for ett overnattingssted har leirdelen og pensjonatdelen forskjellig standard).

Barn og unge har vært den opprinnelige målgruppen for mange av virksomhetene i NM hotels. Dette gjelder også for minst to av virksomhetene som deltok i nettverksundersøkelsen. Nå preges kundemassen av til dels store grupper som besøker stedene, ofte i regi av kristne organisasjoner. Ellers er hyppige brukere andre deler av det frivillige organisasjons-Norge; korps og idrettsorganisasjoner, i tillegg til det offentlige (kommuner, skoler, etc.). Mange av gruppene kommer fra steder som ligger mindre enn to timers kjøretur unna overnattingsstedet.

Det som brukerne IRIS snakket med oppga som viktige faktorer for valg av sted, er beliggenhet og pris. Brukerorganisasjonene ønsker å dra til et sted som er rimelig nær, som har gode uteaktiviteter, og som gjerne ligger litt for seg selv slik at det er et stykke

til nærmeste butikk. Det er spesielt brukere som drar med grupper av ungdom som er opptatt av gode uteområder og avsides beliggenhet.

Selv om beliggenhet og pris er viktig, opplever en del brukere det som enda viktigere med den gode atmosfæren og måten man som gjest blir møtt på av personalet ved stedet. For de kristne organisasjonene er det også av stor betydning at overnattingsstedet er alkoholfritt og at det har et fellesrom eller andaktsrom.

Erfaringene brukerne har gjort seg ved opphold på de tre overnattingsstedene i denne del av prosjektet, er utelukkende positive. Personalet oppleves som imøtekommende og serviceinnstilt, men det fremheves samtidig at dette er personavhengig. Stedene har god plass til sosiale aktiviteter, både ute og inne. Kun et par av brukerne IRIS snakket med, kommenterte at det ene overnattingsstedet hadde til dels dårlig standard.

Inntrykket fra nettverksundersøkelsen er at svært mange av brukerne er såkalte ”gjenbrukere”, de kommer tilbake år etter år. Bestilling for neste opphold skjer ofte i forbindelse med overnattingsopphold. Denne regelmessige kontakten opprettholdes på et uformelt vis, ved at det er kontakt mellom kunde og leverandør i forbindelse med planlegging av neste opphold. Fra overnattingsstedenes side er det lite systematisk og målrettet markedsføring av sted og tilbud. Det er enkelte forsøk, eksempelvis ble opphold ved Mjuklia bestemt etter at kunden hadde sett en videopresentasjon av stedet. Helgatun har tidsskriftet ”Helgatun Helsing” som distribueres, men det er usikkert hva som ligger til grunn for hvem som får tilsendt dette og hvem som ikke får det.

Overnattingsstedene er ofte fullbooket for helger i lang tid fremover, men har ledig kapasitet i ukene. Virksomhetene ønsker å fylle opp denne kapasiteten, og ønsker seg over i mer betalingsvillige markeder, hvor til dels problemstillingen med alkoholservering vil dukke opp.

7.1.2 Virksomheter i NoVa

To av de tre vandrerhjemmene holder til i storbyer, og har dermed et bredt spekter av aktiviteter i nærområdet å trekke på. Det tredje, Gjøvik vandrerhjem, har også svært god tilgang på fritidsaktiviteter og –tilbud i omkringliggende områder. I forhold til NoVas egen klassifisering av standard, har vandrerhjemmene henholdsvis to og tre stjerner (Oslo vandrerhjem).

Markedsføringstiltak og strategi varierer en del fra vandrerhjem til vandrerhjem. Felles for de tre er en viss systematisk utsendelse av informasjonsmateriell til skoler og idrettsorganisasjoner i regionen. De tre henvender seg ellers til litt forskjellige grupper, blant annet har Oslo vandrerhjem en del kontakt med rekrutteringsfirmaer i forbindelse med overnatting for gjestearbeidere. Minst ett av vandrerhjemmene understreker at de vektlegger i sine informasjonsutsendelser at stedet er alkoholfritt. Ellers skjer markedsføringstiltak først og fremst gjennom NoVa og SILO-prosjektet.

Vandrerhjemmene har en stor og forholdsvis variert brukergruppe. En viktig gruppe er ungdom som, for vandrerhjemmene i storbyer, ofte overnatter i forbindelse med klassetur. Også Gjøvik vandrerhjem har mye ungdom på overnatting, ofte i forbindelse med idrettsarrangementer el lign. For dette vandrerhjemmet befinner en god del av

brukermassen seg innen to timers kjøreavstand, men det kommer også mange tilreisende fra Øst-Europa sommerstid. For Trondheim vandrerhjem er faste brukere fra høyskole- og universitetsmiljøet i nærheten en viktig kundegruppe.

For brukerne er det pris som er viktigste faktorer for valg av overnattingssted. Oslo vandrerhjem fremheves som svært konkurransedyktige i kombinasjonen tilgjengelighet og pris, mens en av brukerne av Gjøvik vandrerhjem syntes stedet ble dyrt. Det at vandrerhjemmene er alkoholfrie er ikke avgjørende for valg, men betraktes som positivt av noen. Andre brukere ville ha valgt et annet sted med alkoholserving dersom prisen er tilnærmet den samme.

Vandrerhjemmene har ulik praksis på å informere om at stedene er alkoholfrie. Ved to av vandrerhjemmene ble det også, ifølge til sammen tre respondenter, drukket alkohol. En av brukerne oppfattet dette som svært negativt, mens de to andre ikke hadde reagert noe særlig på dette. I det ene tilfellet hadde brukergruppen reservert hele stedet.

Brukernes erfaringer med vandrerhjemmene er stort sett gode. Betjeningen ved alle stedene oppfattes som veldig hyggelige og imøtekommende. For Gjøvik vandrerhjem spesielt, fremheves uteområdet som populært. Forskjellen i standard mellom de ulike vandrerhjemmene kommer til uttrykk ved at brukerne ved Oslo vandrerhjem kommenterer at vandrerhjemmet har god komfort, mens brukerne av vandrerhjemmene i Gjøvik og Trondheim gjerne skulle sett at det var høyere standard.

Selv om mange av respondentene bruker overnattingsstedene regelmessig, er det forholdsvis liten kontakt mellom bruker og vandrerhjem mellom opphold. Kontakten går utelukkende på organisering av neste opphold. Det er også slik en del av brukerne ønsker det. De vil ikke kontaktes av vandrerhjemmet, men selv ta kontakt hvis det blir aktuelt.

Spørsmål omkring opplevd trygghet som bakgrunn for valg av overnattingssted er interessant fordi det ikke bare er et spørsmål om egosentriske vurderinger, men også vurderinger med hensyn til andre/flere. I nettverksundersøkelsen er det et par brukere (av overnattingssteder) som vektlegger trygghet som viktig i forbindelse med reise med ungdom. Det informantene legger i dette, er først og fremst at stedene har klare regler for nattero og at det ikke er tilgang til alkohol ved overnattingsstedet. Siden det i spørreskjemaundersøkelsen først og fremst er de eldre måteholdne gjestene ved misjonshotellene som er enige i utsagnet om at alkoholfrie overnattingssteder er tryggere eller roligere, er sannsynligheten stor for at det er andre forhold enn egen tilgang til alkohol og natteregler som veier tyngst i valg av sted.

7.2 Nettverksundersøkelse NM hotels

Det ble valgt ut tre overnattingssteder i NM hotels; et på Voss, et like utenfor Sandefjord og et utenfor Trondheim.

7.2.1 Nettverk 1: Helgatun

Helgatun ligger i Myrkdalen på Voss, 13 mil nordøst for Bergen, langs riksvei 13, ved foten av Vikafjellet. Helgatun er eid av Indremisjonssamskipnaden, og drives som leirsted og pensjonat (www.helgatun.no). Selve bygningen ble reist i 1973, og brukt som leirsted. Stedet gikk da under navnet ”Helgatun ungdomsheim”. I dag brukes kun ”Helgatun” eller ”Helgatun fjellpensjonat”. Helgatun markedsfører seg aktivt som et røyk- og rusfritt overnattingssted²², og staben på Helgatun har mottatt Indremisjonens vertskapspris for sin gjestfrihet.

7.2.1.1 Tilbudet

Hotellet har 27 rom, alle med dusj/wc og med mulighet for å utvide antall senger pr rom ved behov. Det er både rom med leirstandard og rom med hotellstandard. Helgatun har også en matsal med servering til husets gjester, i tillegg et felles oppholdsrom. Pensjonatet har aktiviteter i egen regi, men nyter også godt av et godt utbygd aktivitetstilbud i nærmiljøet, spesielt for vintermånedene. Av nærliggende aktivitetsmuligheter kan nevnes Voss Fjellandsby og alpinanlegg, og Årmoetslia Skisenter med skiskytterarena og oppkjørte lysløyper.

Hotellet gir ut bladet ”Helgatun Helsing” to ganger i året, med et opplag på i overkant av 2000 eksemplarer. I tillegg drives det noe markedsføring i Bergens Tidende, Dagen, Vårt Land, diverse lokalaviser, og kystradioen.

7.2.1.2 Mål- og brukergupper

Målgruppene var fra starten av barn og unge innen Indremisjonens egne rekker, men etter hvert ble også turistnæringen og familieopphold viktige markeder å innrette seg mot for å dekke opp kapasitet.

Helgatun har mange gjester fra organisasjoner som Israelsmisjonen og Helhet gjennom Kristus, men også idrettsorganisasjoner og skoler som ikke er knyttet opp mot kristne organisasjoner bruker stedet. I september 2005 hadde virksomheten for eksempel 730 gjestedøgn, og hovedtypen gjester i denne måneden var vanlige ferierende, skoleelever, familieleirer, folk på misjonsweekend, medarbeidersamlinger, og forskjellige kursdeltakere.

Brukere som regelmessig overnatter på Helgatun, det vil si en eller flere ganger årlig, befinner seg mindre enn to timers kjøring unna. I all hovedsak er dette nesten utelukkende frivillige, kristne organisasjoner, og stort sett godt voksne mennesker. Mange av disse har i tillegg lang tradisjon for å bruke Helgatun i forbindelse med weekendturer, julebord og dagsturer. Ungdomsgruppene, for minst en av de regelmessige brukerorganisasjonene IRIS var i kontakt med, var ikke aktuelle brukere fordi prisnivået var for høyt.

²² ”Me er ein røyk- og alkoholfritt serverings- og overnattingsstad”

7.2.1.3 Utvelgelsesfaktorer

Blant organisasjoner som har en pragmatisk tilnærming til valg av sted, er kapasitet, aktivitetsmuligheter i nærområdet og reiseavstand, viktige faktorer for valg av reisemål. For de som drar til Helgatun med ungdomsgrupper, for eksempel konfirmanter, var det også viktig at overnattingsstedet ligger litt utenfor allfarvei og i god avstand fra butikker ol. Disse brukerne ga også uttrykk for gode erfaringer med uteaktiviteter for ungdommene.

En organisasjon har valgt stedet på bakgrunn av anbefaling fra en som kjente til det, og så har organisasjonen kommet igjen år etter år.

På spørsmål om hvorfor virksomhetene velger å komme tilbake til et bestemt overnattingssted år etter år, var gjengangeren i svarene at det dreier seg om beliggenhet og pris. Men, det som for en del var like viktig eller kanskje til og med viktigere, var måten de som gjester blir møtt på. Det at personalet yter god service og viser omsorg for sine gjester har stor betydning.

Når det gjelder kristne organisasjoner på kontaktlisten, var de to viktigste grunnene for valg av overnattingssted når de arrangerte turer, at stedet er alkoholfritt og drevet på et kristent grunnlag. Alle i gruppen er da inneforstått med at det ikke blir alkoholserving. For disse ville Helgatun ikke blitt valgt dersom det var alkoholserving der. Unntaket her var Kristen Krisetjeneste, som like gjerne ville valgt et annet sted (med alkoholserving) hvis prisen er den samme. Andre faktorer for det kristne fellesskapet er fine rom, gode fellesrom som det er behov for spesielt i forbindelse med gruppereiser, og kapell eller andaktsrom for grupper fra menigheter eller kristne organisasjoner.

7.2.1.4 Brukernes erfaringer

Brukerne har utelukkende positive erfaringer med å være på Helgatun, og de positive opplevelsene knytter seg an til flere forhold. For det første er personalet lette å samarbeide med, og imøtekommende i forhold til å gjennomføre oppholdet/opplegget. Dette opplevdes samtidig som sårbart i forhold til at det er personavhengig, og det ble, i intervjuene, til dels tatt forbehold om gjenbruk kun så lenge personalet var det samme. Resultatet er likevel at mange av brukerorganisasjonene bestiller igjen fra år til år.

Mellom hvert opphold er det ingen kontakt mellom bestillerorganisasjon og tilbyderorganisasjon, og det er nesten utelukkende alltid bruker som kontakter Helgatun, i forbindelse med bestilling av opphold²³.

7.2.2 Nettverk 2: Mjuklia Ungdomssenter og leirskole

Mjuklia ungdomssenter og leirskole ligger i 475 meters høyde ca åtte mil sør for Trondheim, to mil nord-nordvest for Berkåk sentrum i Rennebu kommune. Hotellet er

23 En organisasjon hadde fått tilsendt bladet Helgatun Helsing

eid av Det Norske Misjonsselskap, og består av en internatdel, en hybelavdeling og en annekssdel med til sammen 30 rom. Det er også et fellesrom med TV tilgjengelig for gjestene. I dagligtalen bruker ikke de ansatte hele navnet, men kaller seg bare Mjuklia.

7.2.2.1 Tilbudet

Mjuklia har flere egne aktivitetstilbud. De har en eget fjøs med kaniner, minigriser, ursau, sau, geiter, høns, og fjøskatten Mothi. Besøk i fjøset inngår i de fleste av senterets faste aktiviteter. Ellers er det anledning til å drive klatring i egen klatrevegg, luftgeværskyting, bade- og båttaktiviteter. Nærområdet har også flere turmuligheter, og oppkjørte skiløyper om vinteren. Det er også en del hester på på Mjuklia, og det kommer mange ungdommer fra nærmiljøet for å stelle hestene.

De faste tilbudene på Mjuklia blir ledet av egne folk på senteret, og består blant annet av en leirskole med fast leirskolelærer i 20 prosent stilling, dagsturer og overnattingsturer for barnehager og småskoleklasser, selskapsarrangement "fra vugge til grav", og museet "Gammelstuggu" på Mjuklia gård. Mjuklia arrangerer også klubb for barneskoleelever i 2. til 4. klasse, og som koster 150 kroner i året.

Mjuklia har egen nettside (www.mjuklia.no) og markedsføres i tillegg på nettsiden til NM hotels. Gjennom sitt medlemskap i NM hotels får virksomheten rimelige annonser i blant annet Vårt Land. I september 2005 hadde Mjuklia 700 gjestedøgn. Hovedtypen gjester i denne måneden var idrettslag på treningsleir, kor og elever på leirskole og fra høgskolene.

7.2.2.2 Mål- og brukergrupper

Brukerne av Mjuklia består for en stor del av menigheter (den norske Kirke), eierorganisasjonen Det Norske Misjonsselskap (NMS), skoler fra nærfylkene, kristne kor, og idrettslag i Trøndelag.

Mjuklia er svært mye brukt av ungdomsgrupper i forbindelse med leirskoleopphold, og betjeningen antar at 60-70 prosent av de besøkende er ungdom. Stedet har utarbeidet et fast pakketilbud til skolene, og det har tidligere blitt sendt ut informasjon og reklame til skoler i et større område. Enkelte skoler kommer tilbake år etter år, og de fleste bestiller nytt opphold når de er på stedet, gjerne for 1-2 år om gangen.

Da IRIS var i kontakt med Mjuklia, var de snart ferdig med et nybygg som virksomheten håper vil gi nye utleiemuligheter rettet mot kurs- og konferansemarkedet, og som i tillegg kunne øke andelen leirskolebestillinger. Kurs- og konferansemarkedets forventninger om muligheter for kjøp av alkoholholdig drikke ble det da diskutert ulike løsninger på. Blant forslagene var innkjøp av alkoholfrie viner og/eller gi et kulturtilbud om kvelden.

Rennebu kommune benytter Mjuklia i forbindelse med kurs, konferanser, julebord og lignende. Dette kan dreie seg om grupper på opp til 190 personer, og Mjuklia er det eneste stedet i kommunen som har mulighet for å ta i mot så mange. Det at Mjuklia ikke har alkoholserving er dermed uten betydning for "valg" av sted. Skolene bruker

Mjuklia først og fremst i forbindelse med leirskoleopphold, og heller ikke da er alkohol noe tema.

Mange av menighetene som drar til Mjuklia med konfirmanter, har lange tradisjoner for å dra nettopp dit. Noen av intervjuobjektene kjente i tillegg til Mjuklia bare fordi de var oppvokst på stedet eller kjente personene som driver virksomheten personlig. Konfirmantgruppene er også ofte store grupper, og valg av sted er ofte gjort med bakgrunn i at det er det eneste stedet som er i stand til å ta i mot et så stort antall personer, innen rimelig reiseavstand.

7.2.2.3 Utvelgelsesfaktorer

De intervjuobjektene som har flere reelle valgmuligheter og samtidig erfaring med å reise med ungdom, opplever at det å ha god tilgang på forskjellige aktiviteter er viktig for valg av sted. Mjuklias gode uteareal, med blant annet hester og klatrevegg, er populært blant konfirmentene. Det er i tillegg opplevd som et stort pluss at stedet har en egen forsamlingsal.

I ett tilfelle ble Mjuklia valgt etter at en videofilm om Mjuklia ble vist på et foreldremøte. Denne presentasjonen av stedet, i kombinasjon med beliggenheten, var i dette tilfelle avgjørende for at stedet ble valgt som leirskolested framfor andre alternativer.

Flere av brukerne IRIS var i kontakt med, sier på generelt grunnlag at det ikke ville vært aktuelt å bruke et overnattingssted som har alkoholverving, men at dette heller ikke har blitt særskilt vurdert. Ingen av respondentene har mottatt noen form for skriftlig informasjon fra Mjuklia.

7.2.2.4 Brukernes erfaringer

Brukernes erfaringer med besøk på Mjuklia er utelukkende positive. Oppholdet er, ifølge en av respondentene, ”høydepunktet i året, en sosial orgie”. Vedkommende har bestilt opphold for sine konfirmantgrupper for fem nye år. Dette gjelder også gjennomgående for de fem respondentene som ble intervjuet i tilknytning til Mjuklia. De bestiller neste overnattingsopphold på Mjuklia, når de er på stedet.

Det at så mange av gruppene som bruker Mjuklia kommer igjen år etter år, fører til en personlig kontakt mellom overnattingsstedet og kundene. Denne kontakten har et uformelt preg, og består i utstrakt dialog i forbindelse med planlegging av neste opphold. Den fører også til at brukerne opplever det som lett å ta kontakt med Mjuklia, fordi de ”kjenner hverandre”. Alle IRIS var i kontakt med opplevde at de får god oppfølging av betjeningen når de er på Mjuklia, og den pågående ombyggingen skapte bare forventinger om et enda bedre tilbud.

7.2.3 Nettverk 3: Strand Leirsted

Strand Leirsted ligger ca 1 mil sør-sørøst for Sandefjord sentrum, i Sandefjord kommune. Leirstedet har 20 soverom med 4 og 6 køyer, fordelt på fem hytter. Alle rommene har egen vask, mens oppholdsrom og toalett er felles for hver hytte. Strand

har også et eget sanitærbygg med garderober, dusj og toaletter. Virksomheten har fast betjening og bemannet kjøkken hele året, men ser seg selv kanskje først og fremst som et sommersted.

Strand eies av Normisjon, ved region Buskerud og Vestfold, og er det eneste stedet Normisjon eier i denne regionen.

7.2.3.1 Tilbudet

Strand leirsted har ikke aktiviteter i egen regi, men virksomheten har gått til anskaffelse av en trampoline, kanoer og båter som kan tilbys gjestene. Det er i tillegg gode aktivitetsmuligheter i nærmiljøet, med blant annet et parkanlegg med både fotballbane og grillområde (www.nm-hotels.no). I september 2005 hadde virksomheten et belegg på 150 gjestedøgn, og den årlige kapasiteten er på ca 5000 gjestedøgn.

Selv om stedet, med unntak av perioden november til februar, er fullbooket for helgene i lang tid fremover, er det mye ledig kapasitet i ukedagene. For å bedre på den økonomiske situasjonen ønsker de seg på sikt inn på et mer betalingsvillig marked, og da spesielt kurs- og konferansemarkedet. Den pågående utbyggingen, ved IRISs kontakttidspunkt, med 20 rom med dusj og toalett på rommet, ville sannsynligvis også gi mulighet for en mer fleksibel utleie, for å imøtekomme dette markedets krav/behov.

7.2.3.2 Mål- og brukergrupper

Strand Leirsted har en noe variert brukergruppe. I tillegg til Normisjons egen ungdomsorganisasjon Acta, brukes stedet mye av både voksne og barn i forbindelse med menighetsarbeid/-arrangementer. Pinsebevegelsen og Frikirken er også blant de regelmessige brukerne, i tillegg til forskjellige kristne kor, korps og politiske organisasjoner. En del idrettslag har brukt Strand som overnatting i forbindelse med idrettsarrangementer i området, og det er også en del overnatting i forbindelse med dåp og konfirmasjonsselskaper ol.

Strand har så langt ikke gått aktivt ut og markedsført sitt tilbud. Utover den markedsføring som skjer i regi av NM hotels, er overnatting for en stor del basert på anbefalinger fra tidligere gjester. Virksomheten ønsker nå å jobbe mer målrettet med markedsføring, og vil innhente hjelp fra ekstern konsulent i dette arbeidet. Denne markedsføringen vil i første rekke rettes mot kurs- og konferansemarkedet.

De to skolene i utvalget har brukt Strand Leirsted i forbindelse med henholdsvis leirskole for elever i sjuende klasse, og et feltkurs i biologi for de på videregående. Den videregående skolen har brukt Strand som base for feltkurset annethvert år i mer enn 20 år, mens den andre skolen hadde brukt stedet tre ganger.

De tre andre respondentene i undersøkelsen, representanter fra et politisk parti, en menighet og et kristent barnekor, har henholdsvis benyttet Strand som arena for et politisk arrangement for 100 personer, konfirmantleir med 60 personer, og som base i forbindelse med en turne. Det politiske partiet valgte Strand fordi noen i partiet kjente til stedet fra før og visste at det var egnet for formålet. Tilsvarende gjelder for menigheten, som bestemte seg for Strand på bakgrunn av anbefaling fra noen som

kjente stedet. Menigheten hadde bare brukt Strand som leirsted en gang, og sto da selv for opplegget.

Også barnekoret, selv om de var tilreisende fra en annen kant av landet, kjente til Strand fordi korets leder var fra distriktet. I forbindelse med turneer lik den koret var på, brukes ofte skoler som overnatting, men det var ikke aktuelt i dette tilfellet i og med at små barn var i reisefølget. Gruppen besto av til sammen 50 personer.

7.2.3.3 Utvelgelsesfaktorer

For alle fem respondentene i undersøkelsen er beliggenhet den viktigste faktoren for valg av sted, men pris og/eller størrelse på overnattingsstedet er også av betydning. Det er særlig to forhold ved beliggenheten som er viktige. Det ene er at stedet ikke er for langt unna, det vil si at reisetiden ikke overstiger 1-2 timer, og det andre, og dette gjelder spesielt når man reiser med barn eller unge under 18 år, er at overnattingsstedet ligger litt isolert i forhold til butikker og utesteder.

Andre viktige kriterier er mulighet for servering av mat, og/eller muligheter for å tilberede maten selv. Det at Strand ikke har alkoholserving ble sett på som en selvfølge av skole- og menighetsrepresentantene. For skolenes vedkommende var dette mest av praktiske hensyn, mens det for konfirmantlederen var mer et livssynsspørsmål. Hvorvidt det er betegnelsen "leirsted" som var avgjørende for å ta alkoholfrihet som en selvfølge, eller om det er fordi "stedet eies av Indremisjonen", er vanskelig for intervjuobjektene å skille.

Det politiske partiet opplevde ikke fravær av alkohol på overnattingsstedet som avgjørende for valg av Strand leirsted, i deres tilfelle var pris langt viktigere.

7.2.3.4 Brukernes erfaringer

Brukerne IRIS var i kontakt med, var fornøyde etter oppholdet på Strand leirsted. Lærer og konfirmantleder opplevde også at studenter og konfirmanter var godt fornøyde etter besøket. Det fremheves at det er god plass til sosiale aktiviteter både ute og inne, og at betjeningen er imøtekommende. For noen var det ikke et problem at Strand ikke har et aktivitetsopplegg for sine gjester, ettersom de ikke bruker Strand som et leirsted, men bare ønsket overnatting og mat. Nærliggende naturområder, utlån av båt eller kano, var mer enn bra nok for disse gjestene.

For gjenbruk var barneskolen, selv om de ikke hadde noen innvendinger mot leirstedet, avhengig av at også foreldrene ville sende sine barn tilbake. Strand vil også måtte konkurrere med et annet leirsted som var nærmere og rimeligere sett fra skolens ståsted.

Selv om de fleste sier at de er fornøyd med oppholdet, påpeker de samtidig på at det er dårlig standard på hyttene. En av respondentene bruker nå et annet leirsted som har bedre standard og som var mer tilrettelagt for bevegelseshemmede.

Kun en av de fem respondentene hadde mottatt skriftlig informasjon fra Strand Leirsted etter oppholdet.

7.3 Nettverksundersøkelse NoVa

Det ble valgt ut tre overnattingssteder i NoVa, et på Gjøvik, et i Oslo og et i Trondheim.

7.3.1 Nettverk 4: Gjøvik Vandrerhjem Hovdetun

Gjøvik Vandrerhjem Hovdetun ligger ca 10 minutters gange fra Gjøvik sentrum, like ved friluftsområdet Hovdetjernet. Hovdetjernet ble i 2002 kåret til "Årets beste Nærmiljøanlegg" av Norges Idrettsforbund og Norges Olympiske komité (www.hovdetun.no), og har blant annet friluftsbad, tennisbaner, skateboardrampe, sandvolleybane og lekeapparater. Hovdetun ligger i tillegg nær Gjøvik Miljøhestesenter, og på vinterstid er ikke slalåmbakker og lysløyper langt unna.

Vandrerhjemmet har i nyere tid hatt økonomiske vanskeligheter med driften, og ble i 2005 overtatt av NoVa sentralt. Stedet har tradisjonelt blitt omtalt bare som Hovdetun, men fra og med NoVa's overtakelse vil det bli hetende Gjøvik Vandrerhjem Hovdetun.

Hovdetun holder åpent hele året, bortsett fra den siste uken i desember og i påskeuken, og står oppført med to stjerner i NoVas kvalitetssystem.

7.3.1.1 Tilbudet

Hovdetun har 40 rom med til sammen 154 sengeplasser, og det er mellom to og seks senger per rom. I bygningen er det også et møterom for inntil 50 personer. Vandrerhjemmet har ikke selv et fast aktivitetstilbud, men betjeningen er behjelpelige med å lage til et opplegg for kveldsunderholdning eller lignende, for de gjestene som måtte ønske det. De har også god oversikt over tilbudene i nærområdet.

Produktet Hovdetun tilbyr er dermed en kombinasjon av pris og det gode aktivitetstilbudet som er i nærheten. Markedsføringen skjer først og fremst gjennom utsendelse av brev til skoler, korps og idrettslag, men en del markedsføring rettes også med den delen av næringslivet som benytter seg av utenlandske gjestearbeidere (se nedenfor).

7.3.1.2 Mål- og brukergupper

En stor andel av overnattingsgjestene ved Hovdetun er ungdom som er der i forbindelse med forskjellige korps eller idrettslag, og disse er gjerne på Hovdetun i helgene. En del lokale politiske partier (spesielt partienes ungdomsorganisasjoner) leier også lokalene i ukedagene. Stedet er i tillegg mye brukt av familier, og sommerhalvåret kommer det "busslaster" med gjester fra Polen og andre deler av Øst-Europa.

Felles for alle respondentene i utvalget, er for det første at de har reist til Hovdetun med grupper av ungdom, og for det andre at de befinner seg mindre enn to timers kjøring fra Gjøvik.

To av respondentene har brukt Hovdetun flere ganger over mange år, mens den siste kun har overnattet der en gang. De tre idrettslagene i intervjuutvalget har brukt Gjøvik Vandrerhjem i forbindelse med fotballturnering og annen treningssamling.

7.3.1.3 Utvelgelsesfaktorer

Det er enkelte gradsforskjeller i betydningen av prisnivå som utvelgelsesfaktor blant intervjuobjektene. Noen har valgt Hovdetun utelukkende pga ”hyggelige priser”, mens andre igjen legger til grunn lave overnattingskostnader i kombinasjon med beliggenhet, men alle de fem brukerorganisasjonene vektlegger betydningen av pris for valg av overnattingssted. En respondent fikk for eksempel i forbindelse med en fotballturnering de skulle ha, oversendt informasjon om flere forskjellige overnattingssteder, og Gjøvik Vandrerhjem ble valgt fordi det var det billigste alternativet. Denne respondenten syntes likevel at det var litt dyrt å overnatte på Hovdetun, men fikk beskjed om at det var stor pågang på vandrerhjemmet, og regnet dermed med at det ikke nyttet å prute på prisen.

Lederen for det ene idrettslaget i utvalget valgte å benytte seg av Hovdetun delvis etter anbefaling fra en arbeidskollega, og delvis fordi det var det eneste overnattingsstedet på Gjøvik som kunne ta i mot et så stort antall gjester som idrettslaget representerte.

7.3.1.4 Brukernes erfaringer

Erfaringene utvalget har hatt med å overnatte på Hovdetun, er positive. Brukerne opplever betjeningen som hyggelig og imøtekommende, og at de er flinke til å ordne opp og gjøre oppholdet greit for de besøkende. Utendørsbadet i nærområdet var også veldig populært blant brukerne IRIS var i kontakt med.

I forhold til standarden på Hovdetun påpekte en av respondentene at de sanitære forholdene kunne ha vært bedre, og en annen at det var en del bråk (høy musikk og lignende) utover på nettene under deres opphold. Bråket kom fra ungdommer i 18-20 årsalderen som var dommere i forbindelse med en fotballturnering.

Alle vandrerhjem i NoVa skal være alkoholfrie, men to av brukerrepresentantene opplevde likevel at det ble drukket alkohol på Hovdetun. I det ene tilfellet hadde gruppen selv leid hele vandrerhjemmet og var de eneste gjestene. En annen brukerrepresentant var ikke klar over at Vandrerhjemmet var alkoholfritt. Han var på stedet som fotballtrener for en gruppe 12-åringer, der foreldrene som var med satt på terrassen og grilltet om kvelden. Disse foreldrene hadde med seg øl og vin, men det ble ikke sagt noe fra vandrerhjemmets side om at dette ikke var lov.

En av respondentene i utvalget opplevde ikke alkohol som et tema ved de anledningene organisasjonen hadde vært der, ettersom vedkommende reiste sammen med et idrettslag og at alkohol dermed var utelukket. En annen respondent påpeker at de alltid er nøye med at det ikke drikkes alkohol når de er på tur, og opplevde at ”det er helt greit for de voksne at det er alkoholfritt”.

Alle respondentene i utvalget ønsket å benytte Hovdetun Vandrerhjem igjen, dersom det skulle bli aktuelt, men ingen hadde hatt noen kontakt med vandrerhjemmet siden siste opphold. Den ene respondenten påpekte at de heller ikke har hatt behov for kontakt med vandrerhjemmet, men ønsket selv å ta kontakt når det passet dem.

7.3.2 Nettverk 5: Oslo Vandrerhjem Haraldsheim

Oslo Vandrerhjem Haraldsheim er ett av tre vandrerhjem i Oslo. Haraldsheim ligger 4 km nordøst fra sentrum, ikke langt fra Sinsenkrysset utenfor ring 3. Vandrerhjemmet har 270 senger fordelt på 71 rom og gratis parkering. 40 av rommene har egen dusj/wc, og ni av rommene er spesielt tilpasset for funksjonshemmede, mens de øvrige rommene har tilgang til sanitærrom i korridorene med vaskemaskin, tørketrommel, tørkerom, og selvkokekjøkken. Det er i tillegg en plenumsal med plass for inntil 80 personer, en stor felles peisestue og 3 grupperom med plass for inntil 30 personer. Vandrerhjemmet er oppført med tre stjerner i NoVas egen kvalitetsrangering (www.vandrerhjem.no).

7.3.2.1 Tilbudet

Oslo Vandrerhjem Haraldsheim har ikke aktivitetstilbud i egen regi, men betjeningen er behjelpelige med forslag til program for skoleklasser o.l. som vil besøke museer, bedrifter, og institusjoner i Oslo. Haraldsheim står også til tjeneste med opplysninger om forskjellige sightseeingmål og severdigheter, og de kan gi forslag til turer så vel i Oslo by som andre deler av landet. Vandrerhjemmet vurderer selv at de har et hotellkonsept å tilby sine kunder, men rimeligere og enklere enn omkringliggende hoteller.

Vandrerhjemmet markedsfører tilbudet sitt ved å sende ut informasjonsmateriell til skoler og idrettsorganisasjoner i Oslo og omegn, og ved direkte henvendelser mot frivillige organisasjoner og idrettslagenes sentralforbund. De har også samarbeidet med et rekrutteringsfirma for å skaffe overnatting til potensielle gjester som har arbeidsoppdrag i området. Varigheten på slike opphold kan være alt fra et par dager og opp til så mye som tre måneder. I forhold til skoler og idrettsorganisasjoner vektlegges det spesielt i markedsføringen at vandrerhjemmet er alkoholfritt.

Ellers er, ifølge vandrerhjemmet, markedsføringstiltak rettet mot eksisterende kundemasse for dårlig, og de har som prioritert oppgave å se på gjensalg. Vandrerhjemmet ønsker seg inn på bedriftsmarkedet hvor de mener å kunne konkurrere både på pris og på beliggenhet.

Haraldsheim har en årlig kapasitet på 72 000 gjestedøgn, men ligger per i dag på ca 56 000 gjestedøgn. I september 2005, da IRIS var i kontakt med Vandrerhjemmet hadde Haraldsheim i overkant av 5 500 gjestedøgn, og gjestene var hovedsakelig gruppegjester.

7.3.2.2 Brukergrupper

Bedriften i utvalget leier lokaler på vandrerhjemmet på dagtid for å avholde kurs, men de anbefalte samtidig sine utenbys kursdeltakere rimelig overnatting på Haraldsheim, i forbindelse med kursene. Bedriften er på Haraldsheim to-tre ganger i måneden, og har brukt stedet fast de siste fem år.

Også bydelen benytter Haraldsheim som kurslokaler for sine ansatte, og har ofte grupper på opp mot 50 personer. Kursene foregår utelukkende på dagtid, og bydelen

bruker ikke vandrerhjemmet til overnatting. Bydelen har benyttet Haraldsheim i mer enn tre år.

Den frivillige organisasjonen har også brukt Haraldsheim flere ganger, over flere år. Første gang var i forbindelse med en landssamling med ca 40 deltakere.

7.3.2.3 Utvelgelsesfaktorer

En av brukerorganisasjonene i utvalget vurderer Haraldsheim som det mest konkurransedyktige alternativet i Oslo-området, både når det gjelder tilgjengelighet (parkeringsplasser) og pris, mens de to andre har valgt vandrerhjemmet ut fra kombinasjonen beliggenhet, pris og størrelse. Det kom også antydninger fra den ene respondenten om at det var få alternative lokaler som var store nok for deres arrangementer.

Det at vandrerhjemmet er alkoholfritt har ikke vært avgjørende for at brukerorganisasjonene valgte nettopp dette stedet, men det oppleves heller ikke som et problem at det ikke er alkoholserving på Haraldsheim. Den ene respondenten, som benytter Haraldsheim regelmessig i forbindelse med gjennomføring av kurs, begrunnet dette med at ingen av kursdeltakerne noensinne hadde kommentert den manglende alkoholservingen. Denne respondenten har valgt vandrerhjemmet først og fremst på grunn av pris, men anså det likevel som en fordel at det ikke serveres alkohol der fordi han hadde erfaring med at tilgjengelighet (til alkohol) kunne gi uopplagte kursdeltakere neste dag. Til og med at det ligger langt fra nærmeste butikk var en fordel, slik denne respondenten opplevde det.

De to andre organisasjonene har et noe annet forhold til dette. Den ene organisasjonen mente at problemstillingen omkring alkoholserving eller ikke, var irrelevant for deres behov, mens den andre organisasjonen i tillegg trolig ville valgt et sted med alkoholserving, dersom det var aktuelt å overnatte.

7.3.2.4 Erfaring

Brukerne IRIS var i kontakt med har utelukkende hatt gode erfaringer med å bruke Haraldsheim. Det er, ifølge respondentene, høy kvalitet på maten, det er ”rent og pent”, og stedet har en ”veldig bra pris”. Betjeningen er også veldig hyggelige og gir god service til gjestene. Brukerorganisasjonene uttrykker at de til dels er overrasket over hvor bra komfort vandrerhjemmet har, og deler dermed betjeningens syn på at standarden tilsvarer hotellstandard. Konferansesalen ble også opplevd som av god kvalitet, og alt av tekniske AV-hjelpemidler fungerte slik de skulle. Alle de tre brukerorganisasjonene ønsker å benytte seg av Vandrerhjemmet sine tjenester igjen, og har anbefalt stedet for sine kolleger.

I tråd med betjeningens egen vurdering av markedsføringstiltak mot eksisterende kundemasse, har ingen av kundene i intervjuutvalget hørt fra Haraldsheim siden siste opphold. For to av de tre brukerne oppleves dette imidlertid som positivt, fordi de ikke har hatt behov for at vandrerhjemmet skulle ta kontakt, og ønsker heller ikke at de skal gjøre det. Dersom de ønsker informasjon fra vandrerhjemmet, vil de selv ta kontakt.

7.3.3 Nettverk 6: Trondheim Vandrerhjem Rosenberg

Trondheim Vandrerhjem Rosenberg, ligger ca 15 minutters gange nordøstover fra sentrum. Vandrerhjemmet har 220 senger fordelt på 52 rom, hvorav 12 rom har egne bad. Rosenberg har også to leiligheter med høyere standard til utleie, og gratis parkering. Gjестene på vandrerhjemmet har også fri tilgang til vaskemaskin, tørketrommel, Internett, fellesrom og gjestekjøkken (www.trondheim-vandrerhjem.no). Vandrerhjemmet har to stjerner i NoVas egen klassifisering av sine medlemsvirksomheter. Graderingen går fra en til tre stjerner, der tre er høyest standard (www.vandrerhjem.no).

Vandrerhjemmet markedsfører tilbudet sitt primært gjennom NoVa og SILO-prosjektet (Skole, Idrett, Lag og Organisasjon), men også gjennom egen nettside, gjennom linker på andre relevante nettsteder, og i enkelte tidsskrifter.

7.3.3.1 Tilbudet

Trondheim Vandrerhjem har ingen aktivitetstilbud rettet mot ungdom, men driver mer som et ordinært overnattingssted. De gir dermed først og fremst tilbud om rimelig overnatting, og vektlegger at gjestene skal få god oppfølging etter bestilling. Gjестene har også tilgang til fellesrom med muligheter for å spille bordtennis og brettspill.

Hver høst står vandrerhjemmet på stand i forbindelse med det årlige Trøndsk Lærerstevne i regi av Utdanningsforbundet og informerer om tilbudet. I tillegg sender virksomheten ut skriftlig informasjon til skoler i Midt-Norge, Nord-Norge og Sverige, og som tidligere har overnattet på vandrerhjemmet. Utover denne informasjonen mot skolene, har ikke vandrerhjemmet en markedsføringsstrategi rettet mot spesifikke målgrupper, med dette er mye på grunn av manglende kapasitet.

På årsbasis har vandrerhjemmet omtrent 25 000 gjestedøgn, og holder åpent hele året, med unntak av de to siste ukene i desember.

7.3.3.2 Mål- brukergupper

Viktige brukerorganisasjoner for Trondheim Vandrerhjem Rosenberg er Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU) og Høgskolen i Sør-Trøndelag. NTNU bruker vandrerhjemmet spesielt når pris er viktig, eller når det er snakk om store arrangement. Også skoler og idrettsorganisasjoner er hyppige brukere. Rosenberg får også en del henvendelser om overnatting gjennom Trondheim Aktivum AS, som driver turistinformasjon og markedsføring av regionen (se www.visit-trondheim.com).

Vandrerhjemmet har inngått gjensidige rabattavtaler med Pirbadet i Trondheim og Vitenssenteret, og som gjester ved vandrerhjemmet kan benytte seg av.

Betjeningen ved vandrerhjemmet opplyser at de mest typiske gjestene ofte ankommer i større grupper, og at mange gjester blir ved vandrerhjemmet over lenger tid. Da IRIS var i kontakt med virksomheten, hadde de for eksempel en større gruppe som skulle være der i 10 dager i forbindelse med Erasmus-programmet²⁴.)

Fire av de fem respondentene IRIS var i kontakt med, var på Trondheim Vandrerhjem sammen med en gruppe elever/studentene, og kom relativt langveisfra (mer enn 5 timer med bil). Den femte respondenten i undersøkelsen, representerte en lokal utdanningsinstitusjon som benyttet vandrerhjemmet i forbindelse med tilreisende lærere/gjesteforelesere.

7.3.3.3 Utvelgelsesfaktorer

To av respondentene i nettverksundersøkelsen hadde bare overnattet på vandrerhjemmet en gang, og valgte stedet ut fra anbefaling fra kjente, og via nettsiden til Trondheim kommune. De tre andre brukerorganisasjonene benyttet vandrerhjemmet regelmessig, og har gjort det over flere år. Disse respondentene kjente ikke til, eller husket ikke, hvorfor Trondheim Vandrerhjem opprinnelig ble valgt som overnattingssted.

For de av respondentene som hadde en formening om hvorfor, var pris en gjentakende faktor for valg av overnattingssted. Det ble sagt at det var viktig for både skoler og idrettslag å holde reise- og overnattingskostnadene så lave som mulig.

Selv om kostnadsspørsmålet er sentralt, var det imidlertid også andre faktorer som spilte inn, både for første gangs valg av overnattingssted, og i å opprettholde bruken. For de som drar med grupper av unge mennesker var det viktig å bo på et trygt sted, og i dette la respondentene vekt på forhold som for eksempel regler om nattero, og tilgang til frokost. Nettsiden med informasjon om vandrerhjemmet var i så måte tilfredsstillende, for respondentene, men også fravær av alkoholserving var vektlagt betydning.

For en respondent var ikke det faktum at Trondheim Vandrerhjem er uten alkoholserving viktig for å velge stedet som overnattingssted. Men, den samme respondenten reagerte likevel svært negativt på at et par-tre gjester (ungdommer i 18-årsalderen) gikk gjennom resepsjonen med en kasse øl mellom seg og satte seg til rette i fellesrommet. Andre igjen presiserte at alkoholfrie overnattingssteder fører til mindre problemer, når man reiser med skoleungdommer. Elevene har et reglement å forholde seg til når det gjelder alkohol, men reglementet går kun på misbruk. Skolen tolket det dermed slik at reglementet ikke forhindret elever over 18 år å kjøpe alkohol ved et overnattingssted, dersom det er tilgjengelig. For at akkurat denne skolen skulle velge et overnattingssted med alkoholserving, måtte det ha vært svært mye billigere for at det skulle ha vært aktuelt.

24 EU program for samarbeid mellom høyere utdanningsinstitusjoner i Europa (www.siu.no/erasmus). Programmet legger opp til både student- og lærerutveksling og andre former for faglig samarbeid.

Beliggenhet er selvsagt også viktig ved valg av overnattingssted, men de IRIS var i kontakt med prioriterer stort sett beliggenhet lavere enn pris. Vandrerhjemmet opplever også at pris er det viktigste salgsargumentet, men prøver spesielt overfor lærere som drar med elevgrupper, å legge vekt på at stedet er sentralt i forhold til ulike attraksjoner, men samtidig litt for seg selv ved at det ligger utenfor sentrum.

7.3.3.4 Erfaringer

Erfaringene respondentene har gjort seg på vandrerhjemmet Rosenborg, er svært forskjellige. Mens den ene opplevde standarden som ”enkel, men god”, viste en annen til at ”rommene var slitt og renholdet var ikke bra”. Sistnevnte opplevde i tillegg rot med bestillingen og ubehagelig lukt fra en annen gruppe gjester som brukte gjestekjøkkenet. For denne respondenten er det ikke aktuelt å bruke vandrerhjemmet igjen. Andre i undersøkelsen opplevde at det var svært lytt mellom rommene, og dermed litt slitsomt å være der, men de ville likevel komme tilbake fordi det ikke var andre alternativer i deres priskategori.

Representanten for den ene brukerorganisasjonen IRIS var i kontakt med, hadde ikke selv overnattet på vandrerhjemmet, men benyttet det som overnattingssted for sine gjester fordi det lå like i nærheten, og fordi det er rimelig. Tilbakemeldingene hun hadde fra sine gjester var imidlertid at stedet var ”rent og pent, og med god frokost”. Det er muligens kulturelle forskjeller her som gjør sitt til at standard oppleves ulikt blant respondentene, ettersom mange av gjestene til sistnevnte brukerorganisasjon kommer fra Afrika, og har vandrerhjemmet som sitt bosted i tre-fire uker.

Uavhengig av standarden ble betjeningen ved vandrerhjemmet, av flere av respondentene beskrevet som svært hyggelige og imøtekommende.

Når det gjaldt bruk av rusmidler, hadde bare en av respondentene IRIS var i kontakt med, blitt fortalt av betjeningen ved innsjekking at vandrerhjemmet er alkoholfritt. Respondenten opplevde at dette var noe stedet var opptatt av, men at dette likevel var noe det kunne være vanskelig å følge med på for betjeningen.

Vandrerhjemmet har ikke sendt ut informasjon til noen av de brukerne IRIS var i kontakt med etter oppholdet. En person mente å ha mottatt en e-post, og at denne kom fra NoVa, men hun hadde for øvrig ikke lest e-posten særlig nøye.

8 Oppsummering og konklusjoner

Det har vært en stor utfordring å skulle evaluere virksomhetene innenfor NSRM. Utfordringen har ligget på mange plan, både i forhold til hva som skulle defineres som populasjonen for evalueringen, hvordan virksomhetene skulle vurderes ut fra ulike målsettinger i forhold til rusforebyggende arbeid, hvilke metoder og spørsmålsstillinger som ville være relevante i forhold til de tilbud og aktiviteter vi finner innenfor de ulike virksomhetene, og selvsagt i forhold til alle de mer praktiske utfordringene som evalueringen har stilt oss overfor.

I dette avsluttende kapittelet vil vi først ta opp de utfordringene som har hatt størst betydning for vår samlede vurdering av virksomhetene. Deretter vil vi gi en kort oppsummering av resultatene fra de ulike undersøkelsene. Så gir vi en samlet vurdering av hvilken betydning virksomhetene innenfor hver av de fire organisasjonene²⁵, synes å ha i forhold til de problemstillingene vi formulerte som utgangspunkt for evalueringen. Til slutt vil vi gi en vurdering av hvilken betydning virksomhetene innenfor NSRM kan tenkes å ha for den rollen alkoholbruk spiller i norsk samværskultur.

8.1 Populasjon og mangfold

Det har vært en stor utfordring å få oversikt over det store mangfoldet av organisasjoner, tilbud og aktiviteter som finnes innenfor de fire organisasjonene under NSRM, og som skulle utgjøre ”organisasjonspopulasjonen” i evalueringen. Helt fra starten var det klart at det verken var mulig eller ønskelig å inkludere all denne virksomheten i den evalueringen som skulle foretas. Vel har NSRM vist til den totale virksomheten blant annet når de skulle begrunne sine søknader om tilskudd fra direktoratet, men søknadene har ellers alltid vist til konkrete prosjekter og innenfor det store virksomhetsmangfoldet. Underveis i evalueringen har vi opplevd at vi flere ganger har måttet foreta nye vurderinger av hvilke deler av virksomheten som våre utvalg skulle trekkes fra.

Det er derfor ikke riktig å si at dette er en fullskalaevaluering av den totale virksomheten innenfor NSRM. I de fire organisasjonene under NSRM er det i ulik grad og ut fra ulike kriterier, foretatt avgrensninger i forhold til den totale virksomheten.

Innenfor **LASS** ble det i utgangspunktet ikke foretatt noen avgrensning. Etter hvert som det skulle trekkes et utvalg av aktuelle medlemsorganisasjoner, ble det imidlertid klart at en relativt stor andel organisasjoner (hvor stor er det vanskelig å vurdere), ikke har en

²⁵ Betegnelsen ”organisasjon” benyttes fortrinnsvis om de fire organisasjonene som er medlemmer i NSRM; altså NL, NoVa, NM hotels og LASS. For å beskrive medlemmene til disse fire organisasjonene benyttes ”virksomhet” som en felles betegnelse.

virksomhet innenfor sine lokaler som gjorde dem relevante for denne evalueringen. Også i det utvalget vi har med oss i evalueringen, er det eksempler på slike organisasjoner og dermed har vi fått et visst innblikk i hvilken situasjon disse organisasjonene er i. Innenfor LASS er det altså ikke mulig å gi noe godt anslag for hvor stor den relevante populasjonen av medlemsvirksomheter for denne evalueringen egentlig er.

Innenfor **NL** er det også en svært stor variasjon. Kunnskap om denne variasjonen førte til at det allerede ved oppstarten av evalueringen ble definert en virksomhetspopulasjon på ca. 100 av de ca 300 ungdomslagene som er tilsluttet NL. Også blant disse var det relativt stor variasjon i aktiviteten. Det førte til at blant de første 25 som ble trukket ut for spørreskjemaundersøkelsene, ble en tredjedel erstattet med andre, fordi de ikke hadde noen relevante arrangement i den aktuelle undersøkelsesperioden eller hadde for få brukere. Om dette er representativt for populasjonen på 100 lag, så kan vi anta at 60-70 ungdomslag innenfor NL utgjør den relevante populasjonen for denne evalueringen.

Innenfor **NoVa** er det også meget stor variasjon i virksomheten. Perioden for evalueringen utelukket vandrerhjem som kun er åpne i sommersesongen. Disse ble da også vurdert som mindre interessante i denne evalueringen fordi de i stor grad retter seg mot et rent turistmarked med et stort innslag av utenlandske feriereisende. Men også blant de 22 helårsåpne vandrerhjemmene er virksomheten svært variert. En grunn for et ytterligere frafall i populasjonen var at noen av de uttrukne hjemmene ikke lenger oppfyller kravene om alkoholfrihet og dermed ikke er relevante i denne evalueringen. Den mest relevante delen av virksomheten innen NoVa er dermed de 14 vandrerhjemmene som er med i det tidligere omtalte SILO-prosjektet og muligens noen til. Til sammen gir dette en organisasjonspopulasjon for denne evalueringen på mellom 15 og 20 vandrerhjem.

Innenfor **NM hotels** ble det også nødvendig å foreta avgrensninger i forhold til den totale medlemsmassen. Det er 63 medlemsvirksomheter innen NM hotels. Vi valgte å ikke ta med 7 såkalte retreat-virksomheter, 11 virksomheter som bare er åpne i avgrensede sesonger og 3 kafeer. Dermed er det 39 av NM hotels sine virksomheter som utgjør organisasjonspopulasjonen i evalueringen.

Men selv om vi har måttet foreta disse avgrensningene i forhold til den opprinnelige målsettingen om å evaluere den totale virksomheten innenfor de fire organisasjonene i NSRM, er det allikevel en omfattende virksomhet som her er evaluert. Om vi slår sammen anslagene i avnittene overfor, får vi et totalt antall virksomheter som utgjør populasjonen for denne evalueringen på ca. 150. Siden dette utgjør den absolutt mest aktive delen av medlemsmassen innenfor NSRM, må vi kunne si at evalueringen omfatter en svært stor del av den totale virksomheten. Ved bruk av ulike metoder for datainnsamling har vi samlet inn data fra 59 av disse. Fra 13 av virksomhetene er det samlet inn data både i form av spørreskjema og i form av feltarbeid med intervju eller telefonintervju. Det må derfor sies å være et ganske solid datamateriale som nå foreligger.

8.2 Temaene i datainnsamlingen

De fleste evalueringer av rusforebyggende arbeid retter seg mot tiltak og prosjekt som har som viktigste og ofte eneste målsetting å oppnå bestemte rusforebyggende effekter. Nå brukes det mange virkemidler og metoder for å oppnå disse effektene, og ofte kan formuleringene av hvilke effekter som en mener å oppnå, gjøre det vanskelig å foreta gode evalueringer. Den vanligste utfordringen for mange forebyggingsaktører har imidlertid vært å få aksept for at tiltak som øker kunnskapsnivået eller endrer den kritiske bevisstheten om egne verdier og vaner, skal ha en verdi på linje med tiltak som har som uttalt målsetting å endre risikofylte vaner direkte (om nå det er mulig).

I denne evalueringen dreier det seg om virksomheter som i ulik grad har de rusforebyggende målsettingene som eksplisitte begrunnelser for sin virksomhet. På NSRM- og organisasjonsnivå er nok de rusforebyggende målsettingene nokså eksplisitt formulerte, men dette varierer svært mye på enkeltvirksomhetsnivå. Vi er dermed i en situasjon der det er vi som evaluatorene og oppdragsgiverne i NSRM og de fire organisasjonene som har måttet formulere en felles forståelse av hvordan tilbudene og aktivitetene i virksomhetene kan tenkes å ha rusforebyggende effekter. I forprosjektet trakk vi inn representanter for det utvalget av virksomheter som var med i denne fasen av evalueringen, til et arbeidsseminar for å drøfte denne forståelsen og formulere problemstillinger/hypoteser om virksomhetenes mulige rusforebyggende rolle. Disse problemstillingene som vi har presentert i kapittel 2 og vil drøfte videre i den siste delen av dette kapitlet, viser hvordan de rusforebyggende effektene mest kan oppfattes som ønskelige ”sideeffekter” av organisasjonenes virksomhet. Men ønskelige sideeffekter kan selvsagt også ha en stor verdi i forhold til målsettinger om å oppnå rusmiddelforebyggende effekter.

Denne forståelsesmodellen måtte få stor innvirkning på det metodiske opplegget for evalueringen. For det første måtte vi ta i bruk et stort mangfold av metoder for å fange mangfoldet av tilbud og aktiviteter i virksomhetene. Vi har også lagt vekt på at utvalget av virksomheter i de enkelte undersøkelsene skulle være slik at de kunne gi mulighet for det som kalles metodetriangulering. Det vil si at vi samler inn og analyserer ulike typer data om samme virksomhet, for på den måten å kunne øke påliteligheten og gyldigheten av de data som er samlet inn, og for å kunne foreta en analyse av virksomhetene ut fra ulike empiriske og teoretiske perspektiv.

For det andre har vi måttet anvende et mest mulig helhetlig perspektiv i forhold til hvilken informasjon vi ønsket om tilbudene og aktivitetene i den enkelte virksomhet. Vår forståelsesmodell inkluderer både individnivået, organisasjonsnivået og lokalkonteksten eller nettverkskonteksten for den enkelte virksomheten. Modellen inkluderer dermed faktorer og forhold som virker både direkte og indirekte inn på handlingsvalgene til de enkelte kundene, medlemmene, frivillige og unge og voksne deltakerne, både i forhold til sin generelle relasjon til de aktuelle virksomhetene og mer spesifikt i forhold til sine verdier holdninger og vaner i forhold til bruk av alkohol. Det ville blitt opplevd som irrelevant om vi kun skulle være interessert i informasjon som hadde med alkoholbruk å gjøre. Og det vil vært lite respektfullt om vi ikke var interessert i helheten i den mangfoldige virksomheten innenfor de fire organisasjonene.

Men samtidig har denne brede og helhetlige tilnærmingen stilt oss overfor en stor utfordring når vi skulle forsøke å skille ut de sidene ved virksomheten som kan sies å være mest relevant i forhold til den totale virksomheten og de mangfoldige motivene og målsettingene som driver virksomhetene. Det har rett og slett vært vanskelig å holde fast fokuset for evalueringen. I gjennomgangen av de enkelte undersøkelsene har vi valgt å gi ganske helhetlige bilder av tilbudene, aktivitetene og virksomhetene. I resten av dette kapittelet vil fokus være mer snevert på den mulige rusforebyggende rollen og effektene. Vi starter med en oppsummering ut fra de enkelte undersøkelsene og gir til slutt en samlet vurdering av virksomhetene innenfor hver av organisasjonene.

8.3 Oppsummering av de enkelte undersøkelsene

8.3.1 Kundeundersøkelsene

Undersøkelsene rettet mot enkeltkunder og gruppegjester ga et så likt resultat at de kan oppsummeres sammen. Vi tror det både skyldes at kundegruppene faktisk ikke er så ulike og at de to respondentkategoriene ikke ble holdt skikkelig fra hverandre ved utdeling av de ulike skjemaene.

NM hotels sine hotellgjester er en relativt homogen gruppe i forhold til alder og alkoholbruk. Tre fjerdedeler av gjestene er over 50 år og tre fjerdedeler drikker ikke alkohol. De legger stor vekt på at overnattingsstedet drives i kristen regi og er alkoholfritt. De reiser til steder som de selv har tidligere gode erfaringer med eller som de har fått anbefalt av andre. Det er tradisjon å dra til et spesielt sted. De er også generelt opptatt av det bør finnes alkoholfrie overnattingssteder. De er villige til å betale mer for alkoholfrie overnattingssteder enn tilsvarende steder med alkoholserving.

NM hotels sine leirsteder brukes først og fremst av store grupper unge fra organisasjoner, konfirmantgrupper og skoleklasser. De er altså generelt langt yngre enn hotellgjestene. Det er en noe mindre andel som ikke drikker alkohol blant disse gruppegjestene. Det er først og fremst pris, en noe avsidesliggende beliggenhet og gode aktivitetsmuligheter som begrunner valget av leirsted. Alkoholfrihet oppleves nærmest å være selvsagt på disse stedene. Og selv om altså pris er svært viktig, ville halvparten av leirstedsgjestene vært villige til å betale noe mer om det var avgjørende for å kunne velge et alkoholfritt sted.

Vandrerhjemgjestene er i samme aldersgrupper som leirstedsgjestene selv om det i perioder også er større innslag av eldre gjester som utenlandske arbeidere og grupper fra norske bedrifter og offentlige virksomheter. Deres alkoholvaner er mer liberale enn for NM hotels sine hotell og leirstedsgjester, og synes ikke å skille dem fra resten av befolkningen. De legger nærmest utelukkende vekt på beliggenhet og pris i sine valg av overnattingssteder. Mange av gruppegjestene er skoleklasser på tur, med behov for rimelig overnatting. De har ikke lagt vekt på alkoholfrihet ved bestilling, og vil ikke betale mer for alkoholfrie overnattingssteder.

8.3.2 Arrangementsundersøkelsene

Arrangementene dreier seg i stor grad om fritidsklubber med ulike aktiviteter og diskoteker for barn og ungdom. Men det er også med noen arrangement for voksne, og da mest i form av ulike åpne kulturarrangement og mer lukkede medlemsmøter.

Blant de frivillige/lederne på disse arrangementene er det stor forskjell mellom LASS og NL når det gjelder bruk av alkohol. Blant de frivillige/lederne på LASS sine arrangement er det 51 prosent som ikke har drukket i det hele tatt det siste året, og ytterligere 33 prosent som bare har drukket noen få ganger. Blant de frivillige/lederne på NL sine arrangement er de tilsvarende tallene 13 og 37 prosent. De frivillige/lederne stiller fordi de ønsker å støtte organisasjonens arbeid. Sannsynligvis er det en del foreldre blant de frivillige, og de tror at dette arbeidet virker rusforebyggende overfor ungdommen i lokalmiljøet.

De unge i undersøkelsen er som annen norsk ungdom i sin alkoholbruk, som vil si at jo høyere alder jo flere har drukket. De drikker ikke verken før eller under tilstelningen, men noen drikker etter at arrangementet er ferdig. Vi kan dermed anta at ungdommen ikke drikker så lenge de er på det aktuelle arrangementet, men vi vet ikke noe om forbruket etterpå ville vært annerledes dersom de ikke hadde vært på et rusfritt alternativ først. De ungdommene som selv ikke drikker ønsker å ha en livsstil uten bruk av alkohol eller andre rusmidler. Det er flest av de yngste i denne gruppen, men også drøyt 20 prosent av de 16 år og eldre, drikker ikke. Det er disse ungdommene med en relativt bevisst holdning til det å ikke drikke, som sterkest ønsker seg flere rusfrie tilbud i sitt lokalsamfunn.

De voksne deltakerne på LASS og NL sine arrangement er svært ulike, både i forhold til hvilke typer arrangement de har vært med på, deres alder og egen bruk av alkohol. LASS sine arrangement dreier seg i stor grad om medlemsarrangement. Deltakerne er gjennomgående langt eldre og det store flertallet er avholdsfolk. NL sine arrangement er mer åpne kulturarrangement for en yngre aldersgruppe og de synes å ha noenlunde samme alkoholvaner som befolkningen ellers.

8.3.3 Feltstudiene

Feltstudiene hadde som formål å gi et utdypende bilde av virksomhetene til LASS og NL/Ungdomslagene. Bildet av de to organisasjonenes virksomhet er svært ulik.

Ungdomslagene sender et blandet signal til ungdommen. Balansen mellom å drive tydelig rusforebyggende arbeid overfor ungdommene, det å beholde den voksne brukergruppen, og det å tilby et attraktivt utleielokale for private aktører, er vanskelig for ungdomslagene. I praksis betyr det at ungdommen ser at voksne drikker på voksenarrangementer, mens de unge ikke får drikke på sine arrangementer. Det betyr også at ungdomslaget, for å få huset leid ut, ikke kan legge føringer for alkoholbruk på potensielle leietakere.

Vi har det inntrykk at mange ungdomslag lykkes med å gi ungdommen et godt aktivitetstilbud. For å kunne framstå som reelle rusfrie alternativ forutsetter det at dette er helgearrangement i konkurranse med de rusholdige tilbudene. I vårt utvalg er det arrangement i ukedagene som er helt dominerende.

Som aktive aktører i lokalsamfunnet, både som utleier og som arrangør for forskjellige tilstelninger, sender ungdomslagene på bakgrunn av dette et noe tvetydig bilde. På den ene siden er de med på å opprettholde den tradisjonelle holdningen til rusmidler i lokalsamfunnene og samtidig tar de mål av seg til å tilby ungdommene rusfrie alternativer. Ungdomslagene som aktive forhandlere om makt og mening i lokalsamfunnene unnlater å ta stilling til egen atferd i forhold til bruk av rusmidler. De får dermed det samme dilemmaet i fanget som vi opplever i samfunnet ellers; at alkoholbruk blant voksne i liten grad problematiseres mens alkoholbruk blant ungdom vurderes som svært risikofyllt.

Samtidig har vi sett at de voksne i ungdomslagene gir ungdommen ansvar for gjennomføringen av forskjellige tilstelninger. Vi kan dermed skille mellom ungdom som utelukkende deltar på et tilbud, og ungdom som blir gitt et ansvar, og som vi ser også tar dette ansvaret. Denne ungdommen blir mer som arrangører å regne, enn rene deltakere. Ifølge arrangementsundersøkelsen ser vi at frivillige/ledere ved arrangementer har et mer moderat alkoholforbruk enn det deltakerne har. 11 av de 28 lederne 20 år og yngre, dvs. 39 prosent oppgir at de har drukket alkohol en gang i måneden eller oftere siste år. Det er grunn til å anta at dette er lavere enn i ungdomsbefolkningen ellers.

Flere av **LASS** virksomhetene har gode tiltak, men de utgjør en svært broket forsamling, noe som gjør det vanskelig å si noe om dem generelt. En av virksomhetene er langt på vei en sovende organisasjon der engasjementet for avholdssaken er overlatt til det personlige initiativ. En av virksomhetene er først og fremst et tilbud om friluftsliv og kulturvern med et rusforebyggende potensial. En virksomhet må vurderes som et reelt rusfritt alternativ for ungdommen, i og med at det skjer parallelt i tid med rusholdige arrangementer. Brukergruppen er i stor grad innvandrerungdom, og de som er mest aktiv i kafédriften er enslige mindreårige asylsøkere. Dette er med andre ord like mye et integreringskonsept. Som for ungdomslagene, ser vi at de ungdommene som er på arrangørsiden har potensial til å få et mer reflektert forhold til rusmidler enn ungdom på deltakersiden.

Den siste av LASS-virksomhetene er en innovativ, bevisst organisasjon med klare rusforebyggende målsettinger. Virksomheten knytter sterke kontakter til andre instanser som er orientert mot risikoutsatte grupper, og har således flere jern i ilden. Styrken til virksomheten ligger i nettverksbygging på organisatorisk nivå, og med personlig og faglig opprettholdt fokus på enkeltindividet. Utvikling av mestringsferdigheter uten bruk av rusmidler er et sentralt tema. Av alle virksomhetene vi har informasjon om, framstår denne som den mest uttalte aktøren i forhold til rusforebyggende arbeid.

8.3.4 Nettverksundersøkelsen

Misjonshotellene har en trofast kundegruppe som kommer tilbake år etter år, i det minste ved de to stedene der standarden er bra. Det er stort sett kristne organisasjoner som er i kundelistene til to av stedene vi hadde som utgangspunkt for undersøkelsen. Det tredje har en litt mer broket kundemasse.

Selv om beliggenhet og pris er viktig, opplever en del brukere det som enda viktigere med den gode atmosfæren som overnattingsstedet har, måten man som gjest blir møtt på

av personalet ved stedet. For de kristne organisasjonene er det også av stor betydning at overnattingsstedet er alkoholfritt og at det har et fellesrom eller andaktsrom.

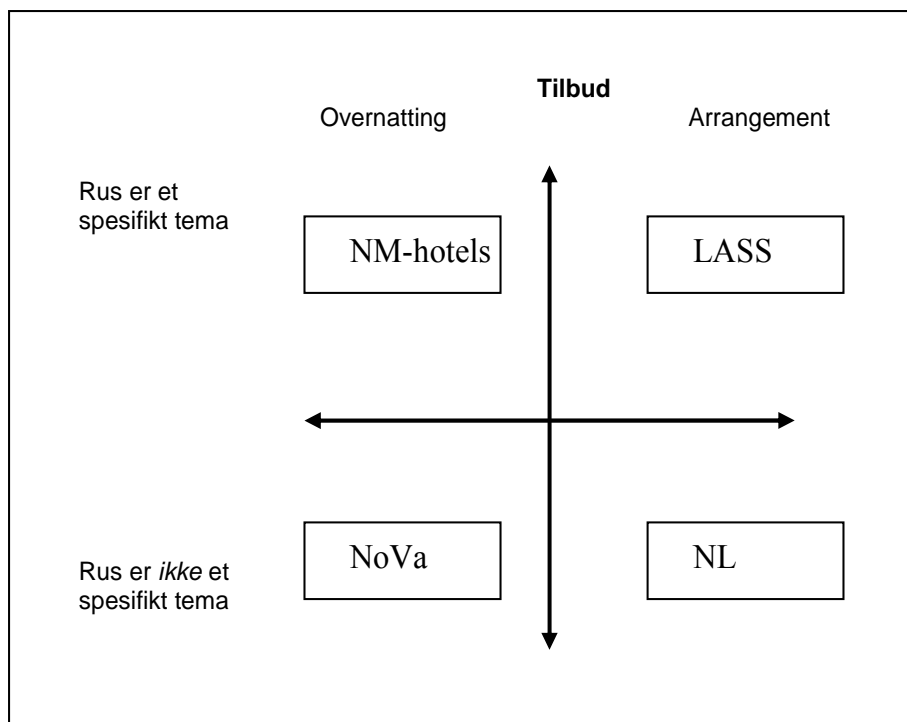
Vandrerhjemmene har også fornøyde gjester, men mange er ikke klar over at vandrerhjemmene ikke har alkoholserving. Noen vandrerhjem tillater alkoholbruk ved stedet, stort sett stilltiende, mens andre strever med å få gjestene til å overholde det reglementet for alkoholbruk som de gir beskjed om ved innsjekking.

For brukerne er det pris som er viktigste faktorer for valg av overnattingssted. Oslo vandrerhjem fremheves som svært konkurransedyktige i kombinasjonen tilgjengelighet og pris, mens en av brukerne ved Gjøvik vandrerhjem syntes stedet ble dyrt. Det at vandrerhjemmene er alkoholfrie er ikke avgjørende for valg, men betraktes som positivt av noen. Andre brukere ville ha valgt et annet sted med alkoholserving dersom prisen er tilnærmet den samme.

Spørsmål omkring opplevd trygghet som bakgrunn for valg av overnattingssted er interessant fordi det ikke bare er et spørsmål om en egosentriske vurdering, men også vurderinger med hensyn til andre/flere. I nettverksundersøkelsen var det et par brukere (av overnattingssteder) som vektla trygghet som viktig i forbindelse med reise med ungdom. Det informantene la i dette, var først og fremst at stedene hadde klare regler for nattero og at det ikke var tilgang til alkohol ved overnattingsstedet. Siden det i spørreskjemaundersøkelsen først og fremst er de eldre måteholdne gjestene ved misjonshotellene som er enige i utsagnet om at alkoholfrie overnattingssteder er tryggere eller roligere, er sannsynligheten stor for at det er andre forhold enn egen tilgang til alkohol og natteroregler som veier tyngst.

8.4 Forebygging, bygging eller underbygging?

Som vi har sett av framstillingen så langt, er det svært stor variasjon mellom virksomheter og brukergrupper innen de ulike organisasjonene. Samtidig er det også noen klare systematiske forskjeller mellom de ulike organisasjonene. I figuren under har vi plassert de fire organisasjonene inn i en firefeltstabell ut fra to dimensjoner; 1) om virksomhetene primært tilbyr overnatting (med ulike tilbud om aktiviteter i tillegg) eller om de primært tilbyr ulike arrangement i et gitt lokale, og 2) om virksomhetene har rus som et spesifikt tema for sin virksomhet eller om rus ikke er et spesifikt, men heller et mer implisitt og uuttalt tema. Ut fra denne figuren vil vi gi en karakteristikk av de fire organisasjonenes rolle i forhold til rusforebyggende arbeid, med henvisning til de problemstillingene vi i utgangspunktet la til grunn for evalueringen.



Figur 8.4.1. Plassering av organisasjonene i forhold til type tilbud og rus som tema

NM hotels er en kjede av hotell, gjestehus og leirsteder med ulikt omfang av aktivitetstilbud. Mye på grunn av sin kristne ideologi er alkoholfrihet en uttalt verdi for disse virksomhetene. Virksomhetene er integrert i nettverk av organisasjoner med samme grunnleggende ideologi. Stedene er attraktive for mennesker som ønsker alkoholfrie omgivelser når de er på reise alene, og i enda sterkere grad når en reiser sammen med andre. De fleste stedene har også en standard, beliggenhet og pris som gjør dem attraktive også for andre grupper av frivillige organisasjoner, skoleklasser og konfirmantgrupper. Vår vurdering er at virksomhetene innen NM hotels først og fremst spiller en rolle for mennesker og organisasjoner som ønsker å bygge opp om en alkoholfri samværskultur og en individuell rusfri livsstil. NM hotels driver det vi kunne kalle et "rusfritt-underbyggende" arbeid. Kombinasjonen av innsatsfaktorer som stor frivillig innsats, pengestøtte fra organisasjonsnettet og ideologisk klarhet, gjør dem til sentrale arenaer for en alternativ rusfri samværskultur og livsstil. Vi er mer i tvil om i hvilken grad de klarer å spille en slik rolle overfor organisasjoner, fellesskap og personer som i utgangspunktet ikke deler en slik ideologi. Representerer de først og fremst en subkultur, snarere enn en motkultur? Det er først og fremst i arbeidet med å komme inn på andre markeder enn "det kristne organisasjonsmarkedet", at de kan spille en slik rolle. Det synes her mer å være snakk om et potensial enn en aktuell realitet.

NoVa er organisasjonen for vandrerhjemmene i Norge. Ideologien bak etableringen av ungdomsherberge/vandrerhjem-bevegelsen var først og fremst å skape et billig overnattingstilbud der ungdom fra mange land skulle omgås hverandre og lære hverandre bedre å kjenne. I en norsk tradisjon var alkoholfrihet en selvfølge på steder som ville fremme en byggende samværskultur for ungdom. Innenfor NoVa i dag finner vi virksomheter med alt fra en relativt klar alkoholfri profil til virksomheter som allerede har gitt opp alkoholfrihet som noen målsetting. Kundene deres gjør ikke mer enn å registrere at de ikke får kjøpe alkohol på stedet. Utover det, er det først og fremst prisen og beliggenheten som avgjør valget av overnattingssted. Samtidig gir alkoholfrihet den trygghet for skoleklasser og andre ungdomsgruppe-gjester, som de vandrerhjemmene med den klareste alkoholfrie profilen, best kan garantere. En videre utvikling av SILO-konseptet med en klarere alkoholfri profil som en kvalitet ved produktet, ville kunne styrket vandrerhjemmenes rusforebyggende rolle. Slik det er i dag, blir det for utydelig, men mulighetene for å bli mer tydelige er klart til stede.

Ungdomslagene innenfor NL har en lang og til dels ærerik historie: ”Noregs Ungdomslag ble opprettet som nasjonal enhet over lokalt, kulturelt arbeid. Organisasjonen ble drivkraften bak en rekke nye aktiviteter knyttet til sang, musikk, allmenndanning gjennom folkeakademiene, språkspørsmål og formidling av lokale skikker og kultur” (Dag, Per et al. 2000). I så måte ble ungdomslagene den ”frilynte” motkulturen til den pietistiske kristendomsbevegelsen, med alkoholfriheten felles med flere andre motkulturer. En mindre ærerik del av frilyntheten var at flere ungdomslag også ble eksponenten for en festkultur med alkoholbruk som et viktig element og der lokalene var viktigere enn organisasjonene.

Ungdomslagene i dag representerer også en svært stor variasjon i tilbud, aktivitet og i sitt forhold til alkohol. De beste er fremdeles foregangsinstitusjoner for lokalt kulturarbeid, der kulturaktivitetene er viktigere enn drikkingen for samværskulturen. De dårligste er enten ikke annet enn et hus i forfall, eventuelt med utleie eller egne fester der den alkoholdominerte festkulturen enda eksisterer. Mange ungdomslag opplever et dilemma mellom det å drive tydelig rusforebyggende arbeid overfor ungdommene, det å beholde den voksne brukergruppen med arrangement der det også drikkes, og det å tilby et attraktivt utleielokale for private aktører. Ungdomslagene er derfor en svært interessant arena for å kunne utvikle en mer bevisst rusmiddelpolitikk for mange frivillige organisasjoner i samme situasjon.

Men barne- og ungdomsarrangementene er viktige rusfrie arenaer i mange lokalsamfunn og ikke minst den gruppen av ungdommer som selv er med og driver disse tilbudene, viser seg ofte å være ungdommer med en bevisst restriktiv holdning til alkohol og andre rusmidler. Ved å gi denne gruppen av ungdom muligheter for å videreutvikle rusrestriktive vaner, fungerer ungdomslagene klart rusforebyggende. Og i den grad disse ungdommene er trendsettere i sine lokalsamfunn, fungerer de også rusforebyggende overfor større ungdomsgrupper. De er dermed en viktig ressurs og motkraft til en ungdomskultur som ellers synes å bli stadig mer rusliberal.

LASS er først og fremst en organisasjon for avholdsbevegelsens mange lokale lag og organisasjoner, med sine lokaler rundt om i landet. I disse lokalene foregår det et meget stort spekter av virksomhet. I evalueringen har vi sett alt fra bygninger som kun

fungerer som leieobjekt for annen virksomhet, via møtelokaler for ganske passive og innadvendte organisasjoner, til det mest aktive og innovative rusforebyggende arbeidet innenfor hele NSRM. Det gir derfor liten mening å snakke om LASS-virksomhetene på noe som helst generelt grunnlag. På de beste stedene er det ikke tvil om at tilbud og aktiviteter er av høy kvalitet. Men faktisk synes det som om de har sin beste funksjon i forhold til grupper av ungdom med høy risiko for utvikling av problematiske rusmiddelvaner. Deres rolle bør derfor vurderes i en samlet lokal strategi der flere aktører spiller på lag for å sikre oppvekstmiljøet og utvikler mestringsferdigheter hos ungdom i slike risikogrupper. Flere av de lokale avholdsorganisasjonene disponerer både kapital og lokaler som ofte svært enkelte kan bli viktige ressurser for personer som ønsker å utvikle nye og innovative forebyggende aktiviteter og virksomheter.

I en samlet vurdering av organisasjonene framstår NM hotels som den mest enhetlige organisasjonen. NM hotels spiller en svært viktig underbyggende rolle for deltakerne i det organisasjonsnettverket virksomhetene inngår i. Ut over dette nettverket er denne underbyggende rollen klart mindre betydningsfull. Det ligger både en stor utfordring og mulighet for NM hotels til også å nå en mer utvidet målgruppe.

For de tre andre organisasjonene er det først og fremst variasjonen innen som er slående. Vi finner virksomheter uten noen relevant aktivitet eller aktiviteter med liten eller ingen betydning i forhold til rusforebyggende arbeid. Og vi finner virksomheter med stor betydning. For noen vandrerhjem er betydningen klarest i forhold til å sikre trygge og attraktive alkoholfrie overnattingsmuligheter for barn og voksne på reise, alene eller i grupper. For mange ungdomslag ligger den største betydningen i den alternative samværskulturen som slike lag representerer, der opplevelser og ferdigheter uten bruk av alkohol blir viktige i en samværskultur som ellers er blitt nesten ”alkoholavhengig”. Og innenfor LASS finner vi noen virksomheter som driver et godt rusforebyggende arbeid overfor ungdom med høy risiko for å utvikle problematiske rusvaner. Felles for de tre organisasjonene er også det store uutnyttede potensiale som finnes for å utvikle betydningsfulle rusforebyggende og byggende virksomheter.

9 Vedleggstabeller

I denne delen av rapporten gjengis frekvenstabeller som ikke er tatt med i kapittel 5 og 6, uten ytterligere kommentarer.

9.1 Kundeundersøkelse tilfeldige kunder

Tabell 9.1.1. Geografisk plassering av overnattingsstedene. Prosent

	Er du gjest ved:				Total
	Hotell	Gjestehus/ Pensjonat	Vandrerhjem	Annet	
Storby (Bergen, Oslo, Trondheim, Stavanger)	21,1		20,0		17,6
Liten eller mellomstor by	1,5	4,0	25,8	16,7	9,9
Tettsted eller bygdesamfunn	77,4	96,0	54,2	83,3	72,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabell 9.1.2. Bruk av alkohol siste 12 måneder. Prosent

Er du...	Har du drukket alkohol siste 12 måneder?					Total
	Jeg har ikke drukket	Noen få ganger	Stort sett en gang i måneden	Stort sett en gang i uken	Stort sett flere ganger i uken	
Lønnsnettaker	22,7	45,6	65,2	73,0	41,2	35,7
Selvstendig næringsdrivende	,9	7,6	4,3	10,8	23,5	4,5
Arbeidssøkende		1,3				,3
Elev/Student	7,6	20,3	21,7	8,1	11,8	11,3
Pensjonist/Trygdet	67,1	25,3	4,3	8,1	17,6	46,7
Hjemmeværende	1,8		4,3		5,9	1,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabell 9.1.3. Bruk av alkohol siste 12 måneder, kjønn. Prosent

		Kjønn		Total
		Kvinne	Mann	
Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	Jeg har ikke drukket	64,8	47,9	58,5
	Noen få ganger	19,5	22,9	20,7
	Stort sett en gang i måneden	5,9	7,1	6,4
	Stort sett en gang i uken	6,8	15,0	9,8
	Stort sett flere ganger i uken	3,0	7,1	4,5
Total		100,0	100,0	100,0

Tabell 9.1.4. Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere. Alle. Totale tall og prosent

		NM hotels		NoVa		Total	
		Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere	Liten grad	11	5,4	16	18,2	27	9,2
	-	6	2,9	1	1,1	7	2,4
	Både og	8	3,9	11	12,5	19	6,5
	-	7	3,4	18	20,5	25	8,5
	Stor grad	173	84,4	42	47,7	215	73,4
		205	100,0	50	100,0	293	100,0

Tabell 9.1.5. Valg av alkoholfritt overnattingssted fremfor ... Alle. Totale tall og prosent

		Organisasjon			
		NM hotels		NoVa	
		Antall	Prosent	Antall	Prosent
Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholserving, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?	Ja	207	77,0	24	26,1
	Nei	62	23,0	68	73,9
Total		269	100,0	92	100,0

Tabell 9.1.6. Valg av overnattingssted. Ikke drukket/sjelden. Totale tall og prosent

Har ikke drukket/sjelden drukket	Organisasjon				
	NM hotels		NoVa		
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	
Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholservering, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?	Ja	198	86,8	21	38,9
	Nei	30	13,2	33	61,1
Total		228	100,0	54	100,0

Tabell 9.1.7. Valg av overnattingssted. Har drukket. Totale tall og prosent

Har drukket	Organisasjon				
	NM hotels		NoVa		
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	
Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholservering, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?	Ja	6	15,8	2	5,4
	Nei	32	84,2	35	94,6
Total		38	100,0	37	100,0

Tabell 9.1.8. Komme tilbake til overnattingsstedet. Alle. Totale tall og prosent

	Organisasjon				
	NM hotels		NoVa		
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	
Kunne du tenke deg å komme tilbake til akkurat dette overnattingsstedet ved en senere anledning, dersom det ble aktuelt?	Ja	274	98,2	92	98,9
	Nei	5	1,8	1	1,1
Total		279	100,0	93	100,0

Tabell 9.1.9. Komme tilbake til overnattingsstedet. Har *ikke* drukket eller drukket noen få ganger siste 12 mnd. Prosent

Har ikke drukket/kun få ganger	Er du gjest ved:				Total
	Hotell	Gjestehus/Pensjonat	Vandrerhjem	Annet	
Kunne du tenke deg å komme tilbake til akkurat dette overnattingsstedet ved en senere anledning, dersom det ble aktuelt?					
Ja	99,4	100,0	97,4	100,0	98,9
Nei	,6		2,6		1,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabell 9.1.10. Komme tilbake til overnattingsstedet. Har drukket stort sett hver måned eller oftere siste 12 mndr. Prosent

Har drukket	Er du gjest ved:				Total
	Hotell	Gjestehus/Pensjonat	Vandrerhjem	Annet	
Kunne du tenke deg å komme tilbake til akkurat dette overnattingsstedet ved en senere anledning, dersom det ble aktuelt?					
Ja	93,1	100,0	100,0	100,0	97,3
Nei	6,9				2,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabell 9.1.11. Svarfrekvenser på spørsmål 6.1-6.6

	De jeg er her sammen med nyter ikke alkohol	Bruk av alkohol er i konflikt med mitt livssyn	Jeg har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere	Alkoholservering passer ikke med formålet for mitt opphold	Jeg har helsemessige grunner for å styre unna overnattingssteder med alkoholservering
Valid	222	254	264	293	270	162
Ikke aktuelt	101	74	53	41	55	104
Missing	68	63	74	57	66	125

9.2 Kundeundersøkelse gruppegjester

Tabell 9.2.1. Geografisk plassering av overnattingsstedene. Prosent

Geografisk plassering av overnattingsstedet	Organisasjon			Total
	NM hotels	NM hotels Leirsted	Vandrerhjem	
Storby (Bergen, Oslo, Trondheim, Stavanger)		6,5	30,6	11,2
Liten eller mellomstor by	20,8	8,4	53,5	24,0
Tettsted eller bygdesamfunn	79,2	85,1	15,9	64,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabell 9.2.2. Bruk av alkohol siste 12 mnd. Prosent

	Kjønn		Total
	Kvinne	Mann	
Nei	37,7	39,5	38,5
Noen få ganger	33,2	23,5	29,2
Stort sett en gang i måneden	14,7	16,8	15,6
Stort sett en gang i uken	12,0	14,3	12,9
Stort sett flere ganger i uken	2,4	5,9	3,8
Total	100,0	100,0	100,0

Tabell 9.2.3. Hovedformål fordelt på aldersgruppe*. Prosent

	Aldersgrupper					
	29 år eller yngre	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70 år eller eldre
Møtevirksomhet	4,3	8,1	5,3	18,2	15,9	26,0
Kurs/seminar	33,0	29,0	33,3	16,7	8,5	2,6
Skole-/klassetur	33,0	3,2	3,5	9,1	1,2	2,6
Livssynsarrangement	17,0	43,5	38,6	36,4	40,2	51,9
Annet hovedformål	12,6	16,1	19,3	19,7	34,1	16,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*29 år eller yngre (N=230), 30-39 år (N=62), 40-49 år (N=57), 50-59 år (N=66), 60-69 år (N=82), 70+ (N=77)

Tabell 9.2.4. Svarfrekvenser på spm 7.1-7.6

	Det nytes ikke alkohol i vårt reisefølge	Det nytes ikke alkohol på det arrangementet vi er med på	Vi har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder	Bruk av alkohol passer ikke med formålet for vårt opphold	Bruk av alkohol er i konflikt med vårt livssyn	Alkoholfrie overnattingssteder oppleves som tryggere/roligere
Valid	(531) 308	(524) 311	(499) 357	(516) 349	(497)362	(517) 437
Ikke aktuelt	223	213	142	167	135	80
Missing	66	73	98	81	100	80

Tabell 9.2.5. Hovedformål fordelt på aldersgruppe*. Prosent

	Aldersgrupper					
	29 år eller yngre	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70 år eller eldre
Møtevirksomhet	4,3	8,1	5,3	18,2	15,9	26,0
Kurs/seminar	33,0	29,0	33,3	16,7	8,5	2,6
Skole-/klassetur	33,0	3,2	3,5	9,1	1,2	2,6
Livssynsarrangement	17,0	43,5	38,6	36,4	40,2	51,9
Annet hovedformål	12,6	16,1	19,3	19,7	34,1	16,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*29 år eller yngre (n=230), 30-39 år (n=62), 40-49 år (n=57), 50-59 år (n=66), 60-69 år (n=82), 70+ (n=77)

9.3 Arrangementsundersøkelse frivillige/ledere

Tabell 9.3.1. Grunn for deltakelse. Alle. Prosent

		Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig	Total
NL	Jeg følte at jeg var forpliktet til å delta på dette arrangementet	42,6	11,8	20,6	11,8	13,2	100,0
	Jeg hadde hatt lyst til å delta på arrangementet selv om jeg ikke var med som leder/frivillig	8,6	8,6	18,6	21,4	42,9	100,0
	Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonens arbeid på	2,9	4,3	10,0	20,0	62,9	100,0
	Jeg stiller ofte opp for slike arrangement	3,0	4,5	15,2	25,8	51,5	100,0
	Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet	45,8	19,4	12,5	12,5	9,7	100,0
LASS	Jeg følte at jeg var forpliktet til å delta på dette arrangementet	48,6	2,7	18,9	5,4	24,3	100,0
	Jeg hadde hatt lyst til å delta på arrangementet selv om jeg ikke var med som leder/frivillig	17,6	8,8	2,9	20,6	50,0	100,0
	Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonens arbeid på	8,1		2,7	10,8	78,4	100,0
	Jeg stiller ofte opp for slike arrangement	5,4	13,5	10,8	5,4	64,9	100,0
	Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet	76,5	2,9	14,7		5,9	100,0

Tabell 9.3.2. Alder fordelt på organisasjon. Prosent

		19 år eller yngre	20-29 år	30-43 år	44 år eller eldre	Total
NL	Aldersgruppe	33,8	17,6	28,4	20,3	100,0
LASS	Aldersgruppe	9,5	28,6	21,4	40,5	100,0

Tabell 9.3.3. Holdning til alkoholfrie arrangementer. Alle. Prosent

		Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	Total
NL	Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangementer er rusfrie, det er innholdet som er viktig	52,0	6,7	8,0	5,3	28,0	100,0
	Jeg stiller bare opp som frivillig på arrangement som er alkoholfrie	36,6	11,3	28,2	4,2	19,7	100,0
	Jeg tror arrangement av denne typen medvirker til at ungdommen i lokalsamfunnet drikker mindre	8,2	9,6	24,7	19,2	38,4	100,0
	Jeg tror at flere deltakere drar videre til tilstelninger/steder med alkohol etter dette arrangementet	52,7	14,9	12,2	12,2	8,1	100,0
	Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	28,4	16,2	28,4	10,8	16,2	100,0
	Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet	71,2	11,0	6,8	4,1	6,8	100,0
	LASS	Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangementer er rusfrie, det er innholdet som er viktig	70,3	8,1	5,4	2,7	13,5
Jeg stiller bare opp som frivillig på arrangement som er alkoholfrie		27,5	15,0	22,5	7,5	27,5	100,0
Jeg tror arrangement av denne typen medvirker til at ungdommen i lokalsamfunnet drikker mindre			2,5	7,5	5,0	85,0	100,0
Jeg tror at flere deltakere drar videre til tilstelninger/steder med alkohol etter dette arrangementet		48,6	13,5	24,3	5,4	8,1	100,0
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil		55,3	18,4	10,5		15,8	100,0
Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet		92,1	5,3		2,6		100,0

Tabell 9.3.4. Rolle i organisasjonen. Alle. Prosent

		Jeg har et betalt tillitsverv/er ansatt i organisasjonen	Jeg har et ubetalt tillitsverv i organisasjonen	Jeg er medlem uten tillitsverv	Jeg er ikke medlem	Total
NL	Hva er ditt forhold til organisasjonen?	15,1	57,5	9,6	17,8	100,0
LASS	Hva er ditt forhold til organisasjonen?	4,9	56,1	7,3	31,7	100,0

9.4 Arrangementundersøkelse unge deltakere

Tabell 9.4.1. Aldersfordeling organisasjon. Prosent

		11 år eller yngre	12-13 år	14-15 år	16-17 år	18 år eller eldre	Total
NL	Aldersgrupper	13,4	36,9	28,6	16,2	4,8	100,0
LASS	Aldersgrupper		16,2	19,0	52,4	12,4	100,0

Tabell 9.4.2. Alkoholbruk. Prosent

		Jeg har ikke drukket	Noen få ganger	Stort sett en gang i måneden	Stort sett en gang i uken	Stort sett flere ganger i uken	Total
NL	Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	64,0	22,6	6,4	3,7	3,4	100,0
LASS	Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	36,2	31,4	11,4	18,1	2,9	100,0

Tabell 9.4.3. Har du noen gang prøvd følgende rusmidler? Alle. Prosent

		Nei, aldri	1 gang	2-5 ganger	Mer enn 5 ganger	Total
NL	Alkohol (Øl/vin/rusbrus/brennevin)	45,3	18,1	16,1	20,5	100,0
	Sniffestoffer (lim, bensin eller andre løsemidler)	93,9	2,2	1,8	2,2	100,0
	Cannabis (hasj eller marihuana)	93,5	2,5	2,5	1,4	100,0
	Andre rusmidler	90,7	3,6	1,1	4,6	100,0
LASS	Alkohol (Øl/vin/rusbrus/brennevin)	26,1	11,7	15,3	46,8	100,0
	Sniffestoffer (lim, bensin eller andre løsemidler)	81,5	5,6	5,6	7,4	100,0
	Cannabis (hasj eller marihuana)	84,8	2,9	3,8	8,6	100,0
	Andre rusmidler	75,5	4,7	9,4	10,4	100,0

Tabell 9.4.4. Rusfri livsstil. Alle. Prosent

		Ja	Ja, men bare fram til jeg er 18	Nei	Total
NL	Kunne du tenke deg å ha en livsstil helt uten bruk av alkohol eller andre rusmidler?	52,7	23,0	24,3	100,0
LASS	Kunne du tenke deg å ha en livsstil helt uten bruk av alkohol eller andre rusmidler?	44,9	9,0	46,2	100,0

Tabell 9.4.5 Sammenhenger mellom motivasjon og arrangementserfaring, Pearsons Correlation

	Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?
Jeg hadde lyst til å komme	,347(**)
Det er få andre tilbud her i området	,190(**)
Fordi jeg kan treffe andre/nye mennesker her	,135(**)
Jeg deltar ofte på arrangement som dette	,323(**)
Det er mer eller mindre tilfeldig at jeg er på dette arrangementet	-,250(**)

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 9.4.6. Antall ganger deltatt på arrangement. Alle. Prosent

		Dette er første gang	Noen få ganger	Flere ganger	Total
NL	Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?	17,5	23,8	58,6	100,0
LASS	Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?	35,7	21,4	42,9	100,0

Tabell 9.4.7. Motivasjon for deltakelse. Alle. Prosent

		Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig	Total
NL	Jeg hadde lyst til å komme	1,7	1,0	8,4	13,0	75,9	100,0
	Det er få andre tilbud her i området	8,9	13,2	22,8	22,4	32,7	100,0
	Fordi jeg kan treffe andre/nye mennesker her	7,9	5,4	30,2	23,7	32,7	100,0
	Fordi vennene mine skulle hit	8,9	9,2	20,9	23,8	37,2	100,0
	Fordi mor/far/voksne ville at jeg skulle komme hit	69,4	9,7	12,2	4,0	4,7	100,0
	Jeg deltar ofte på arrangement som dette	7,9	12,2	30,2	19,4	30,2	100,0
	Det er mer eller mindre tilfeldig at jeg er på dette arrangementet	54,2	12,8	19,8	6,6	6,6	100,0
LASS	Jeg hadde lyst til å komme	9,0	3,6	12,6	15,3	59,5	100,0
	Det er få andre tilbud her i området	15,9	12,1	26,2	23,4	22,4	100,0
	Fordi jeg kan treffe andre/nye mennesker her	7,2	3,6	18,0	23,4	47,7	100,0
	Fordi vennene mine skulle hit	7,3	6,4	24,8	25,7	35,8	100,0
	Fordi mor/far/voksne ville at jeg skulle komme hit	53,3	11,4	13,3	12,4	9,5	100,0
	Jeg deltar ofte på arrangement som dette	13,1	16,8	21,5	25,2	23,4	100,0
	Det er mer eller mindre tilfeldig at jeg er på dette arrangementet	41,7	10,7	18,4	14,6	14,6	100,0

Tabell 9.4.8. Holdning til alkoholfrie arrangement. Alle. Prosent

		Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	Total
NL	Det spiller ingen rolle for meg om arrangementet er rusfritt, det er innholdet som er viktig	31,9	6,6	11,8	9,4	40,3	100,0
	Det burde være flere alkoholfrie arrangement heromkring	10,8	6,3	12,6	18,2	52,1	100,0
	Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	16,2	11,5	20,1	12,9	39,2	100,0
	Det er fint å ha et sted/arrangement uten drikkepress	3,2	5,4	6,8	11,5	73,1	100,0
	Jeg har drukket alkohol rett før/under dette arrangementet	90,2	1,8	3,6	1,8	2,5	100,0
	Jeg kommer nok til å dra videre på tilstelninger med alkohol, etter dette arrangementet	76,0	5,5	9,2	3,0	6,3	100,0
	LASS	Det spiller ingen rolle for meg om arrangementet er rusfritt, det er innholdet som er viktig	15,3	9,9	13,5	16,2	45,0
Det burde være flere alkoholfrie arrangement heromkring		9,3	8,4	25,2	22,4	34,6	100,0
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil		21,5	20,6	29,0	15,9	13,1	100,0
Det er fint å ha et sted/arrangement uten drikkepress		10,5	3,8	14,3	15,2	56,2	100,0
Jeg har drukket alkohol rett før/under dette arrangementet		75,5	4,5	6,4	5,5	8,2	100,0
Jeg kommer nok til å dra videre på tilstelninger med alkohol, etter dette arrangementet		34,3	4,8	27,6	11,4	21,9	100,0

Tabell 9.4.9. Sammenhenger mellom holdninger og erfaring og alder, Pearsons r

	Har du drukket alkohol siste 12 måneder?	Alder
Det spiller ingen rolle for meg om arrangementet er rusfritt, det er innholdet som er viktig		,188
Det burde være flere alkoholfrie arrangement her omkring	-,440	-,217
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	-,214	-,286
Det er fint å ha et sted/arrangement uten drikkepress	-,347	-,286
Jeg har drukket alkohol rett før/under dette arrangementet	,305	,219
Jeg kommer nok til å dra videre på tilstelninger med alkohol, etter dette arrangementet	,473	,366

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 9.4.10. Sammenheng mellom eget forbruk og holdninger til rusfrie arrangement

	Har du drukket alkohol siste 12 måneder?
Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig	,282**
Alkoholfrie tilstelninger har ingen betydning for mitt alkoholforbruk på andre arenaer	,301**
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	-,468**

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

9.5 Arrangementsundersøkelse voksne deltakere

Tabell 9.5.1. Aldersfordeling. Prosent

	36 år eller yngre	37-58 år	59-74 år	75 år eller eldre	Total
NL Aldergrupper	47,9	36,6	15,5		100,0
LASS Aldergrupper	12,1	19,4	31,5	37,1	100,0

Tabell 9.5.2. Rolle i organisasjonen. Alle. Prosent

		Jeg har et betalt tillitsverv/er ansatt i organisasjonen	Jeg har et ubetalt tillitsverv i organisasjonen	Jeg er medlem uten tillitsverv	Jeg er ikke medlem	Total
NL	Hva er ditt forhold til organisasjonen?	4,1	21,6	23,0	51,4	100,0
LASS	Hva er ditt forhold til organisasjonen?	3,2	32,5	35,7	28,6	100,0

Tabell 9.5.3. Antall ganger deltatt på arrangement. Alle. Prosent

		Dette er første gang	Noen få ganger	Flere ganger	Total
NL	Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?	13,5	20,3	66,2	100,0
LASS	Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?	12,1	17,7	70,2	100,0

Tabell 9.5.4. Motivasjon for deltakelse. Alle. Prosent

		Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig	Total
NL	Jeg følte at jeg var forpliktet til å delta på dette arrangementet	36,4	4,5	18,2	27,3	13,6	100,0
	Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonen på	7,2	7,2	13,0	15,9	56,5	100,0
	Jeg stiller ofte opp på rusfrie arrangement	13,8	3,1	27,7	21,5	33,8	100,0
	Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet	54,5	15,2	12,1	10,6	7,6	100,0
LASS	Jeg følte at jeg var forpliktet til å delta på dette arrangementet	51,2	11,6	10,5	11,6	15,1	100,0
	Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonen på	8,8	2,0	9,8	19,6	59,8	100,0
	Jeg stiller ofte opp på rusfrie arrangement	5,7	3,8	17,1	16,2	57,1	100,0
	Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet	54,9	8,8	8,8	11,0	16,5	100,0

Tabell 9.5.5. Holdning til alkoholfrie arrangement. Alle. Prosent

		Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	Total
NL	Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig	38,8	6,0	17,9	9,0	28,4	100,0
	Alkoholfrie tilstelninger har ingen betydning for mitt alkoholforbruk på andre arenaer	15,4	6,2	10,8	7,7	60,0	100,0
	Jeg kommer trolig til å dra videre på tilstelninger/steder med alkohol, etter dette arrangementet	59,4	12,5	6,3	3,1	18,8	100,0
	Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	52,2	7,5	19,4	7,5	13,4	100,0
	Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet	70,0	8,6	10,0	5,7	5,7	100,0
LASS	Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig	49,0	4,0	10,0	7,0	30,0	100,0
	Alkoholfrie tilstelninger har ingen betydning for mitt alkoholforbruk på andre arenaer	35,6	5,7	4,6	10,3	43,7	100,0
	Jeg kommer trolig til å dra videre på tilstelninger/steder med alkohol, etter dette arrangementet	61,5	6,6	11,0	1,1	19,8	100,0
	Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	27,2	4,4	15,8	7,0	45,6	100,0
	Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet	91,3	1,1	3,3	2,2	2,2	100,0

10 Referanser

- 2003:4, N. Forskning på rusmiddelfeltet. En oppsummering av kunnskap om effekt av tiltak. Oslo.
- Befring, O. and K. Allred (2005). Rusforebygging fra scenekanten - en evaluering av KOLON teater. RF-2005/095. Stavanger, Rogalandforskning.
- Berger, P. L. and T. Luckmann (1966). Den samfundsskabte virkelighed : en videnssociologisk afhandling. [København], Lindhardt og Ringhof.
- Dag, W., S. Per, et al. (2000). Frivillig innsats. Bergen, Fagbokforlaget.
- Dale, E. L. (1999). Utdanning med pedagogisk profesjonalitet. Oslo, Ad notam Gyldendal.
- Darnell, F. and A. Hoem (1996). Taken to extremes : education in the Far North. Oslo, Scandinavian University Press.
- Elvbakken, K., S. Fjær, et al. (1994). Mellom påbud og påvirkning, Ad Notam Gyldendal.
- Habermas, J. (1984). The theory of communicative action. London, Heinemann.
- Hauge, H. A. (1999). "Litteraturstudie om rusmiddelforebygging." HENÆR rapport nr. 4/99.
- Hegel, G. W. F. and D. Østerberg (1999). Åndens fenomenologi. Oslo, Pax.
- Hinkle, W., Jurs (1998). Applied Statistics for the Behavioural Sciences, Houghton Mifflin Company.
- Kristiansen, R. E. (2004). Læstadianismen, kirken og samene.
- Lévinas, E. (1996). Totalitet og uendelighed : et essay om exterioriteten. København, Hans Reitzel.
- Lysgaard, S. (1961). Arbeiderkollektivet : en studie i de underordnedes sosiologi. Oslo, Universitetsforlaget.
- Mannheim, K. and P. Kecskemeti (1952). Essays on the sociology of knowledge. London, Routledge & Kegan Paul.
- Mead, G. H. (1962). Mind, Self & Society from the standpoint of a social behaviorist. Chicago, The University of Chicago Press.
- Mintzberg, H. and J. B. Quinn (1996). The Strategy Process. Concepts, Contexts, Cases, Prentice Hall International.
- Nesvåg, S. and T. Lie (2004). "Rusmiddelbruk blant ansatte i norsk privat arbeidsliv." Nordisk Alkohol- & Narkotikatidskrift **21**(2): 91-109.
- Nortvedt, P., Z. Bauman, et al. (1996). Nærhetsetikk. Oslo, Ad notam Gyldendal.
- Pervin, L. A. and O. P. John (1997). Personality : theory and research. New York, Wiley.
- Rønningen, G. E. (2005). "Helsefremmende og forebyggende arbeid."
- Selle, P. (1996). Frivillige organisasjoner i nye omgjevnader. Bergen, Alma Mater Forlag AS.
- Smith, L. and S. E. Ulvund (1991). Spedbarnsalderen. Oslo, Universitetsforl.
- Solgård, J. (1994). Ringerike Nikkelverk.
- Stacey, R. D. (2001). Complex responsive processes in organizations : learning and knowledge creation. London, Routledge.
- Wittgenstein, L. (1997). Filosofiske undersøkelser. Oslo, Pax.

Vedlegg 1

Veiledning kontaktpersoner

Informasjon til kontaktperson/ansvarlig for gjennomføring av spørreskjemaundersøkelsen

Vi viser til tidligere informasjon om undersøkelsen per telefon fra Landslaget for alkoholfrie serverings- og samlingssteder (LASS).

Du har nå mottatt en pakke som, foruten dette informasjonsskrivet, inneholder:

1. *Tre forskjellige typer spørreskjema;*
 - a. En type til ledere/frivillige som står for/hjelper til i gjennomføringen av arrangementet
 - b. En type til voksne deltakere over 18 år
 - c. En type til unge deltakere i alderen 12 til 17 år
2. *En ferdig frankert "Norgespakke"* med returadresse RF-Rogalandforskning.

Din oppgave som ansvarlig er å sørge for at skjemaene blir delt ut til, og samlet inn fra, deltakere og frivillige på det/de utvalgte arrangementet/-ene. Hvis du deler ut ved flere arrangement, husk å legge beskrivelsen av arrangementet (se baksiden) som omslag rundt tilhørende spørreskjemaer.

Besvarte skjema skal behandles konfidensielt. Når du samler inn, legg skjemaene direkte i den vedlagte Norgespakken, **uten å se på svarene**, og lukk esken (omtrent som ved et valg). Deltakerne/frivillige skal levere skjemaene til deg (eller den du har gitt oppgaven til) før arrangementet er ferdig.

Sørg for å ha tilgjengelig blå eller svarte kulepenn.

På baksiden av dette informasjonsskrivet finner du noen spørsmål som vi ber om at du som kontaktperson svarer på, og sender til oss sammen med de besvarte spørreskjemaene.

I midten av oktober vil LASS kontakte deg for å høre hvordan det har gått. Det kan bli aktuelt å forlenge innsamlingsperioden dersom det har kommet inn for få svar.

Hvis du har spørsmål, ta kontakt med Stein Pettersen ved LASS (tlf. 90 08 04 36), eventuelt RF-Rogalandforskning ved Kirsten Allred (tlf. 51 87 50 85) eller Olav Befring (tlf. 51 87 51 52).

VENNLIGST SNU ARKET....

Beskrivelse av det aktuelle arrangementet

1. Hva slags arrangement er dette?
2. Hva kreves av virksomheten for å gjennomføre arrangementet? (stikkord: organisering, bemanning, støtte utenfra, økonomi el.)
3. Hvor ofte har dere denne typen arrangement?
4. Hvor mange (omtrent) var til stede på arrangementet denne gang?
5. Hvor mange (omtrent) pleier å være til stede?

Informasjon til kontaktperson/ansvarlig for gjennomføring av spørreskjemaundersøkelsen

Vi viser til tidligere informasjon om undersøkelsen per telefon fra Norske Lagsbruk.

Du har nå mottatt en pakke som, foruten dette informasjonsskrivet, inneholder:

1. **Tre forskjellige typer spørreskjema;**
 - a. En type til ledere/frivillige som står for/hjelper til i gjennomføringen av arrangementet
 - b. En type til voksne deltakere over 18 år
 - c. En type til unge deltakere i alderen 12 til 17 år
2. **En ferdig frankert "Norgespakke"** med returadresse RF-Rogalandsforskning

Din oppgave som ansvarlig er å sørge for at skjemaene blir delt ut til, og samlet inn fra, deltakere og frivillige på det/de utvalgte arrangementet/-ene. Hvis du deler ut ved flere arrangement, husk å legge beskrivelsen av arrangementet (se baksiden) som omslag rundt tilhørende spørreskjemaer.

Besvarte skjema skal behandles konfidensielt. Når du samler inn, legg skjemaene direkte i den vedlagte Norgespakken, **uten å se på svarene**, og lukk esken (omtrent som ved et valg). Deltakerne/frivillige skal levere skjemaene til deg (eller den du har gitt oppgaven til) før arrangementet er ferdig.

Sørg for å ha tilgjengelig blå eller svarte kulepenner.

På baksiden av dette informasjonsskrivet finner du noen spørsmål som vi ber om at du som kontaktperson svarer på, og sender til oss sammen med de besvarte spørreskjemaene.

I midten av oktober vil Norske Lagsbruk kontakte deg for å høre hvordan det har gått. Det kan bli aktuelt å forlenge innsamlingsperioden dersom det har kommet inn for få svar.

Hvis du har spørsmål, ta kontakt med Nils Seland ved Norske Lagsbruk (tlf. 90 66 68 67), eventuelt RF-Rogalandsforskning ved Kirsten Allred (tlf. 51 87 50 85) eller Olav Befring (tlf. 51 87 51 52).

Beskrivelse av det aktuelle arrangementet

1. Hva slags arrangement er dette?
2. Hva kreves av ungdomslaget for å gjennomføre arrangementet? (stikkord: organisering, bemanning, støtte utenfra, økonomi el.)
3. Hvor ofte har dere denne typen arrangement?
4. Hvor mange (omtrent) var til stede på arrangementet denne gang? (voksne/unge)
5. Hvor mange (omtrent) pleier å være til stede? (voksne/unge)

Veiledning til kontaktperson/ansvarlig for gjennomføring av spørreskjemaundersøkelsen

Vi viser til tidligere informasjon om undersøkelsen per telefon fra Norske Misjonshotell og Gjestehus (NM hotels).

Du har nå mottatt en pakke med 100 spørreskjema og en Norgespakke.

Spørreskjemaene skal leveres ut til *alle overnattingsgjester som er del av en gruppe* (forening/lag/skoleklasse), *og som sjekker inn i uke 36, 37 og 38.*

Det er kun *personer over 15 år* som skal ha skjemaet. Sørg for å ha tilgjengelig blå eller svarte kulepenn.

Gjestenes deltakelse i undersøkelsen skal behandles konfidensielt så det er viktig at du som ansvarlig for undersøkelsen ved din virksomhet, sørger for at innleverte skjema ikke kommer på avveie. Når du mottar det besvarte skjemaet fra gjesten, legg det direkte i den vedlagte Norgespakken, **uten å se på skjemaet** (eventuelt la gjesten legge det der selv), og lukk esken (omtrent som ved et valg). Oppbevar esken på et trygt sted i innsamlingsperioden.

Etter at svarfristen har gått ut, vil en representant fra NM hotels ta kontakt med deg for å høre hvordan det har gått. Det kan bli aktuelt å forlenge innsamlingsperioden dersom man ikke har fått inn et tilstrekkelig antall svarskjema.

Hvis du har spørsmål, ta kontakt med Bjørn Pedersen eller Ingvild Røsok ved NM hotels (tlf. 23 21 45 45), eventuelt RF-Rogalandforskning ved Kirsten Allred (tlf. 51 87 50 85) eller Olav Befring (tlf. 51 87 51 52).

VENNLIGST SNU ARKET...

Informasjon om overnattingsstedet

Før du sender Norgespakken med utfylte spørreskjema til RF-Rogalandsforskning, vennligst svar spørsmålene nedenfor. Legg så dette arket sammen med besvarelsene fra gjestene.

Antall rom:

Restaurant/spisemuligheter? (Ja/Nei):

Standard (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig høy standard”):

Aktivitetstilbud i regi av overnattingsstedet? (Ja/Nei):

Aktivitetstilbud i nærmiljøet? (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig mange aktivitetstilbud”)

Gjestedøgn (omtrent) i september 2005:

Hovedtypen overnattingsgjester i september (eks. forretningsreisende, ferierende (familier/turister), grupper, alene, studenter...):

Veiledning til kontaktperson/ansvarlig for gjennomføring av spørreskjemaundersøkelsen

Vi viser til tidligere informasjon om undersøkelsen per telefon fra Norske Misjonshotell og Gjestehus (NM hotels).

Du har nå mottatt en pakke med 100 spørreskjema og en Norgespakke.

Spørreskjemaene skal leveres ut til *alle overnattingsgjester som sjekker inn i uke 36, 37 og 38*, og som *ikke er del av en gruppe* (lag/forening/skoleklasse).

Det er bare *voksne personer* (over 18 år) som skal ha skjema. Sørg for å ha tilgjengelig blå eller svarte kulepenner.

Gjestenes deltakelse i undersøkelsen skal behandles konfidensielt så det er viktig at du som ansvarlig for undersøkelsen ved din virksomhet, sørger for at innleverte skjema ikke kommer på avveie. Når du mottar det besvarte skjemaet fra gjesten, legg det direkte i den vedlagte Norgespakken, **uten å se på skjemaet** (eventuelt la gjesten legge det der selv), og lukk esken (omtrent som ved et valg). Oppbevar esken på et trygt sted i innsamlingsperioden.

Etter at svarfristen har gått ut, vil en representant fra NM hotels ta kontakt med deg for å høre hvordan det har gått. Det kan bli aktuelt å forlenge innsamlingsperioden dersom man ikke har fått inn et tilstrekkelig antall svarskjema.

Hvis du har spørsmål, ta kontakt med Bjørn Pedersen eller Ingvild Røsok ved NM hotels (tlf. 23 21 45 45), eventuelt RF-Rogalandforskning ved Kirsten Allred (tlf. 51 87 50 85) eller Olav Befring (tlf. 51 87 51 52).

VENNLIGST SNU ARKET...

Informasjon om overnattingsstedet

Før du sender Norgespakken med utfylte spørreskjema til RF-Rogalandforskning, vennligst svar på spørsmålene nedenfor. Legg så dette arket sammen med besvarelsene fra gjestene.

Antall rom:

Restaurant/spisemuligheter? (Ja/Nei):

Standard (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig høy standard”):

Aktivitetstilbud i regi av overnattingsstedet? (Ja/Nei):

Aktivitetstilbud i nærmiljøet? (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig mange aktivitetstilbud”)

Gjestedøgn (omtrent) i september 2005:

Hovedtypen overnattingsgjester i september (eks. forretningsreisende, ferierende (familier/turister), grupper, alene, studenter...):

Veiledning til kontaktperson/ansvarlig for gjennomføring av spørreskjemaundersøkelsen

Vi viser til tidligere informasjon om undersøkelsen pr telefon fra Norske Vandrerrhjem.

Du har nå mottatt en pakke med 100 spørreskjema og en Norgespakke.

Spørreskjemaene skal leveres ut til *alle overnattingsgjester som er del av en gruppe* (forening/lag/skoleklasse), *og som sjekker inn i uke 36, 37 og 38.*

Det er kun *personer over (ca) 15 år* som skal ha skjemaet. Sørg for å ha tilgjengelig blå eller svarte kulepenner.

Gjestenes deltakelse i undersøkelsen skal behandles konfidensielt så det er viktig at du som ansvarlig for undersøkelsen ved din virksomhet, sørger for at innleverte skjema ikke kommer på avveie. Når du mottar det besvarte skjemaet fra gjesten, legg det direkte i den vedlagte Norgespakken, **uten å se på skjema** (eventuelt la gjesten legge det der selv), og lukk esken (omtrent som ved et valg). Oppbevar esken på et trygt sted i innsamlingsperioden.

Etter at svarfristen har gått ut, vil en representant fra Norske Vandrerrhjem ta kontakt med deg for å høre hvordan det har gått. Det kan bli aktuelt å forlenge innsamlingsperioden dersom man ikke har fått inn et tilstrekkelig antall spørreskjema.

Hvis du har spørsmål, ta kontakt med Åse Rønne Shields eller Tove Evensen ved Norske Vandrerrhjem (tlf. 23 13 93 00), eventuelt RF-Rogalandforskning ved Kirsten Allred (tlf. 51 87 50 85) eller Olav Befring (tlf. 51 87 51 52).

VENNLIGST SNU ARKET..

Informasjon om vandrerrhjemmet

Før du sender Norgespakken med utfylte spørreskjema til RF-Rogalandsforskning, vennligst svar på spørsmålene nedenfor. Legg så dette arket sammen med besvarelsene fra gjestene.

Antall rom:

Restaurant/spisemuligheter? (Ja/Nei):

Standard (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig høy standard”):

Aktivitetstilbud i regi av vandrerrhjemmet? (Ja/Nei):

Aktivitetstilbud i nærmiljøet? (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig mange aktivitetstilbud”)

Gjestedøgn (omtrent) i september 2005:

Hovedtypen overnattingsgjester i september (eks. forretningsreisende, ferierende (familier/turister), grupper, alene, studenter...):

Veiledning til kontaktperson/ansvarlig for gjennomføring av spørreskjemaundersøkelsen

Vi viser til tidligere informasjon om undersøkelsen per telefon fra Norske Vandrerhjem.

Du har nå mottatt en pakke med 100 spørreskjema og en Norgespakke.

Spørreskjemaene skal leveres ut til *alle overnattingsgjester som sjekker inn i uke 36, 37 og 38*, og som *ikke er del av en gruppe* (lag/forening/skoleklasse).

Det er *bare voksne personer* (over 18 år) som skal ha skjema. Sørg for å ha tilgjengelig blå eller svarte kulepenner.

Kundenes deltakelse i undersøkelsen skal behandles konfidensielt så det er viktig at du som ansvarlig for undersøkelsen ved din virksomhet, sørger for at innleverte skjema ikke kommer på avveie. Når du mottar det besvarte skjemaet fra gjesten, legg det direkte i den vedlagte Norgespakken, **uten å se på skjema** (eventuelt la gjesten legge det der selv), og lukk esken (omtrent som ved et valg). Oppbevar esken på et trygt sted i innsamlingsperioden.

Etter at svarfristen har gått ut, vil en representant fra Norske Vandrerhjem ta kontakt med deg for å høre hvordan det har gått. Det kan bli aktuelt å forlenge innsamlingsperioden dersom man ikke har fått inn et tilstrekkelig antall spørreskjema.

Hvis du har spørsmål, ta kontakt med Åse Rønne Shields eller Tove Evensen ved Norske Vandrerhjem (tlf. 23 13 93 00), eventuelt RF-Rogalandforskning ved Kirsten Allred (tlf. 51 87 50 85) eller Olav Befring (tlf. 51 87 51 52).

VENNLIGST SNU ARKET..

Informasjon om vandrerhjemmet

Før du sender Norgespakken med utfylte spørreskjema til RF-Rogalandsforskning, vennligst svar på spørsmålene nedenfor. Legg så dette arket sammen med besvarelsene fra gjestene.

Antall rom:

Restaurant/spisemuligheter? (Ja/Nei):

Standard (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig høy standard”):

Aktivitetstilbud i regi av vandrerhjemmet? (Ja/Nei):

Aktivitetstilbud i nærmiljøet? (På en skala fra 1 til 5, der 5 = ”veldig mange aktivitetstilbud”)

Gjestedøgn (omtrent) i september 2005:

Hovedtypen overnattingsgjester i september (eks. forretningsreisende, ferierende (familier/turister), grupper, alene, studenter...):

Vedlegg 2

Infoskriv om undersøkelsen

Informasjon om undersøkelsen i LASS

For at alle medlemmene skal få den samme informasjonen om spørreskjemaundersøkelsen, anbefaler vi at du benytter dette skrivet når du kontakter de som har blitt trukket ut.

Undersøkelsen retter seg mot tre målgrupper med ett skjema til hver målgruppe:

- Ledere/frivillige som står for/hjelper til i gjennomføringen av arrangementet
- Voksne over 18 år som er deltakere på arrangementet
- Ungdom i alderen 12 til 17 år som er deltakere på arrangementet

Skjemaene skal fylles ut under arrangementet og leveres inn før arrangementet er ferdig.

Det er viktig at du får etablert en forpliktende kontakt med en person ved den enkelte virksomheten som kan ta ansvar for gjennomføringen av undersøkelsen, og som vil være tilstede på det/de utvalgte arrangementet/-ene i prosjektperioden. Virksomheten må i første omgang gjennomføre det/de utvalgte arrangementet/-ene innen medio oktober 2005.

Teksten under er kun ment som en hjelp i forbindelse med henvendelsen, og trenger selvsagt ikke følges slavisk. Det vil bli utarbeidet mer detaljerte retningslinjer som legges ved pakkene med skjemaer som sendes direkte til den enkelte virksomheten.

Til kontaktpersonen/ansvarlig ved den enkelte virksomheten:

Med bakgrunn i evalueringskravet fra Sosial og helsedirektoratet, er det inngått avtale mellom LASS og RF-Rogalandsforskning om å gjennomføre en spørreskjemaundersøkelse for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie aktivitetstilbud.

(LASS er medlem i NSRM. NSRM sine medlemsorganisasjoner får økonomisk støtte gjennom statlige tilskuddsordninger. Nå ønsker Sosial- og helsedirektoratet at organisasjoner som får slike tilskudd dokumenterer hvorvidt de bidrar til å fremme rusfrihet i befolkningen.)

Spørreskjemaundersøkelsen som dere er plukket ut til å delta i, er en viktig del av dette evalueringsarbeidet. Undersøkelsen retter seg mot unge og voksne deltakere, og mot de som er med på arrangørsiden. Dersom dere har et eller flere arrangement i perioden september til medio oktober, må du melde inn til LASS eller RF-Rogalandsforskning hvor mange du tror vil komme på arrangementet, slik at vi kan sende deg en pakke med spørreskjema. Spørreundersøkelsen består av et skjema til voksne deltakere, et til ungdom og et til de som er med og arrangerer/stiller som frivillige. Husk å angi hvor mange av hver kategori. Vedlagt i pakken vil det også være et informasjonsskriv med alle detaljer om hvordan du skal gå frem for å dele ut, og samle inn spørreskjemaene, og returnere besvarelsene til RF-Rogalandsforskning.

Når innsamlingsperioden er over og det ikke lenger er hensiktsmessig å dele ut og samle inn flere skjema, vil du igjen bli kontaktet av LASS.

Vi er helt avhengige av din hjelp for å gjennomføre undersøkelsen. Hvis du har spørsmål om undersøkelsen, ta kontakt med LASS, eventuelt RF-Rogalandforskning ved Kirsten Allred (51 87 50 85) eller Olav Befring (51 87 51 52).

Informasjon om undersøkelsen i NU/Norske Lagsbruk

For at alle ungdomslagene skal få den samme informasjonen om spørreskjemaundersøkelsen, anbefaler vi at du benytter dette skrevet når du kontakter de ungdomslagene som har blitt trukket ut. Undersøkelsen retter seg mot tre målgrupper med ett skjema til hver målgruppe:

- Ledere/frivillige som står for/hjelper til i gjennomføringen av arrangementet
- Voksne over 18 år som er deltagere på arrangementet
- Ungdom i alderen 12 til 17 år som er deltakere på arrangementet

Skjemaene skal fylles ut under arrangementet og leveres inn før arrangementet er ferdig.

Det er viktig at du får etablert en forpliktende kontakt med en person ved det enkelte ungdomslaget som kan ta ansvar for gjennomføringen av undersøkelsen, og som vil være tilstede på det/de utvalgte arrangementet/-ene i prosjektperioden. Lagene må i første omgang gjennomføre det/de utvalgte arrangementet/-ene innen medio oktober 2005.

Teksten under er kun ment som en hjelp i forbindelse med henvendelsen, og trenger selvsagt ikke følges slavisk. Det vil bli utarbeidet mer detaljerte retningslinjer som legges ved pakkene med skjemaer som sendes direkte til den enkelte virksomheten.

Til kontaktpersonen/ansvarlig ved det enkelte ungdomslag:

Med bakgrunn i evalueringskravet fra Sosial og helsedirektoratet, er det inngått avtale mellom Norske Lagsbruk og RF-Rogalandsforskning om å gjennomføre en spørreskjemaundersøkelse for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie aktivitetstilbud.

(Ungdomslag i Norske Lagsbruk er medlemmer i NSRM. NSRM sine medlemsorganisasjoner får økonomisk støtte gjennom statlige tilskuddsordninger. Nå ønsker Sosial- og helsedirektoratet at organisasjoner som får slike tilskudd dokumenterer hvorvidt de bidrar til å fremme rusfrihet i befolkningen.)

Spørreskjemaundersøkelsen som ditt lokallag er plukket ut til å delta i, er en viktig del av dette evalueringsarbeidet. Undersøkelsen retter seg mot unge og voksne deltagere, og mot de som er med på arrangørsiden/stiller som frivillige. Dersom ditt lag har et eller flere arrangement i perioden september til medio oktober, må du melde inn til Norske Lagsbruk hvor mange du tror vil komme på arrangementet, slik at vi kan sende deg en pakke med et tilstrekkelig antall spørreskjema. Det er et skjema til voksne deltagere, et til ungdom og et til de som er med og arrangerer. Husk å angi hvor mange av hver kategori. Vedlagt i pakken vil det også være et informasjonsskriv med alle detaljer om hvordan du skal gå frem for å dele ut, og samle inn spørreskjemaene, og returnere besvarelsene til RF-Rogalandsforskning.

Når innsamlingsperioden er over og det ikke lenger er hensiktsmessig å dele ut og samle inn flere skjema, vil du igjen bli kontaktet av Norske Lagsbruk.

Vi er helt avhengig av din hjelp for å gjennomføre undersøkelsen. Hvis du har spørsmål om undersøkelsen, ta kontakt med Norske Lagsbruk, eventuelt RF-Rogalandforskning ved Kirsten Allred (51 87 50 85) eller Olav Befring (51 87 51 52).

Informasjon til misjonshotellene og gjestehusene om undersøkelsen

For at alle hotellene/gjestehusene/retreatstedene skal få den samme informasjonen om spørreskjemaundersøkelsen, anbefaler vi at du benytter dette skrivet når du kontakter de virksomhetene som har blitt trukket ut.

Det er viktig at du får etablert en forpliktende kontakt med en person ved det enkelte hotell/gjestehus/retreatsted som kan ta ansvar for gjennomføringen av undersøkelsen, og som vil være tilstede ved virksomheten i prosjektperioden. Sjekk med de vedlagte listene i forhold til om de du ringer til skal dele ut til ”tilfeldige kunder” eller til grupper/pakketilbud. Ingen skal ha begge deler.

Teksten under er kun ment som en hjelp i forbindelse med henvendelsen, og trenger selvsagt ikke følges slavisk. Det vil bli utarbeidet mer detaljerte retningslinjer som legges ved pakken med skjemaer som sendes direkte til den enkelte virksomheten.

Til kontaktpersonen/ansvarlig ved det enkelte hotell/gjestehus/retreatsted:

Med bakgrunn i evalueringskravet fra Sosial og helsedirektoratet, er det inngått avtale mellom Norske Misjonshotell og Gjestehus, og RF-Rogalandsforskning om å gjennomføre en spørreskjemaundersøkelse for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie overnattingstilbud.

(NM hotels er medlem i NSRM. NSRM sine medlemsorganisasjoner får økonomisk støtte gjennom statlige tilskuddsordninger. Nå ønsker Sosial- og helsedirektoratet at organisasjoner som får slike tilskudd dokumenterer hvorvidt de bidrar til å fremme rusfrihet i befolkningen.)

Spørreskjemaundersøkelsen som din virksomhet er plukket ut til å delta i, er en viktig del av dette evalueringsarbeidet. Undersøkelsen retter seg mot overnattinggjester ved din virksomhet.

Du vil i månedsskiftet august/september motta en pakke med spørreskjema fra RF-Rogalandsforskning. Vedlagt i pakken vil det også være et informasjonsskriv med alle detaljer om hvordan du skal gå frem for å dele ut, og samle inn spørreskjemaene, og returnere besvarelsene til RF-Rogalandsforskning.

Når svarfristen har gått ut (foreløpig lagt til uke 38) og det ikke lenger er hensiktsmessig å dele ut og samle inn flere skjema, vil du igjen bli kontaktet av Norske Misjonshotell og Gjestehus.

Vi er helt avhengige av din hjelp for å gjennomføre undersøkelsen. Hvis du har spørsmål om undersøkelsen, ta kontakt med Norske Misjonshotell og Gjestehus, eventuelt RF-Rogalandsforskning ved Kirsten Allred (51 87 50 85) eller Olav Befring (51 87 51 52).

Vedlegg 3

Spørreskjema frivillige

Prosjekt	7201979
Skjemanummer	

Undersøkelse blant ledere/frivillige i NU og LASS 2005

Denne høsten gjennomfører RF-Rogalandforskning en serie undersøkelser for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie tiltak. Arbeidet gjøres i samarbeid med Norsk Senter for Rusfri Miljøutvikling (NSRM), og er støttet av Sosial- og helsedirektoratet.

I dette arbeidet er vi helt avhengige av din hjelp for å få et godt datagrunnlag. Vi håper derfor at du kan sette av 5 minutter til å svare på spørsmålene i skjemaet.

Dine svar vil bli behandlet konfidensielt og anonymisert i framstillinger av resultater.

Ferdig utfylte skjemaer skal leses inn optisk, så det er viktig at du er nøye med utfyllingen. Bruk helst blå eller svart penn.

Sett kryss i rutene, slik: Dersom du krysser i feil rute, stryk ut feil svar slik:

Ferdig utfylt skjema leveres tilbake til ansvarlig ved arrangementet

Spørsmål angående undersøkelsen kan rettes til:

Kirsten Allred, tlf: 51 87 50 85 eller Olav Befring, tlf: 51 87 51 52

1 Hva slags arrangement er dette?

SETT KUN ETT KRYSS

- Lukket arrangement for medlemmer av organisasjonen* 1
- Arrangement for mer eller mindre "faste brukere"* 2
- Arrangement åpent for alle* 3

2 Hvem er målgruppen for arrangementet?

SETT KUN ETT KRYSS

- Bare ungdom 12-18 år* 1,
- Bare voksne over 18 år* 2,
- Alle aldre* 3.

3 Hva er ditt forhold til organisasjonen?

SETT KUN ETT KRYSS

- Jeg har et betalt tillitsverv/er ansatt i organisasjonen* 1
- Jeg har et ubetalt tillitsverv i organisasjonen* 2
- Jeg er medlem uten tillitsverv* 3
- Jeg er ikke medlem* 4

4 Hva er din rolle i dette arrangementet?

SETT KUN ETT KRYSS

- Leder/initiativtaker* 1
- Frivillig støtte* 2

5 Hva er hovedinnholdet i arrangementet?

SETT MAKS TO KRYSS

- Dans/diskotek* 01,
- Aktivitetsskveld (med mange ulike aktiviteter)* 02,
- Møte med dagsorden* 03,
- Musikkøving/-stevne/konsert* 04,
- Idrettsaktivitet* 05,
- Teater* 06,
- Kulturverksted* 07,
- Data/Spill* 08,

Hvis annet, spesifiser: _____

6 Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?

- Dette er første gang* 1
- Noen få ganger* 2
- Flere ganger* 3

Forsetter på neste side...



7 Hvorfor er du med på akkurat dette arrangementet?

SETT KUN ETT KRYSS FOR HVER LINJE

	Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig	
	1	2	3	4	5	
<i>Jeg følte at jeg var forpliktet til å stille på dette arrangementet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
<i>Jeg hadde hatt lyst til å delta på arrangementet selv om jeg ikke var med som leder/frivillig</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
<i>Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonens arbeid på</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
<i>Jeg stiller ofte opp for slike arrangement</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
<i>Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5

8 Din holdning til rusfrie arrangement?

	Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	
	1	2	3	4	5	
<i>Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
<i>Jeg stiller bare opp som frivillig på arrangement som er alkoholfrie</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
<i>Jeg tror arrangement av denne typen medvirker til at ungdommen i lokalsamfunnet drikker mindre</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
<i>Jeg tror at flere deltakere drar videre til tilstelninger/steder med alkohol, etter dette arrangementet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
<i>Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
<i>Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6

9 Har du drukket alkohol siste 12 måneder?

SETT KUN ETT KRYSS

- Jeg har ikke drukket* 1
- Bare noen få ganger* 2
- Stort sett en gang i måneden* 3
- Stort sett en gang i uken* 4
- Stort sett flere ganger i uken* 5

10 Kjønn

- Kvinne* 1
- Mann* 2

11 Fødselsår

Jeg er født i ... 1

12 Sivil status:

- Ugift* 1
- Gift/Samboer* 2
- Skilt/Separert* 3
- Enke/Enkemann* 4

13 Din høyeste fullførte utdanning

- Grunnskole* 1
- Videregående eller yrkesskole* 2
- Høyere utdanning (høyskole eller universitet)* 3

14 Yrkeskategori

- Lønnskattaker* 1
- Arbeidssøkende* 2
- Selvstendig næringsdrivende* 3
- Elev/Student* 4
- Pensjonist/Trygdet* 5
- Hjemmeværende* 6

15 Har du omsorgsansvar for barn?

- Nei* 1
- Ja, bare barn under 13 år* 2
- Ja, bare barn over 13 år* 3
- Ja, barn både over og under 13 år* 4

Tusen takk for hjelpen!



Vedlegg 4

Spørreskjema unge

Prosjekt	7201979
Skjemanummer	

Undersøkelse blant unge arrangementsdeltagere i NU og LASS 2005

Denne høsten gjennomfører RF-Rogalandforskning en serie undersøkelser for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie tiltak. Arbeidet gjøres i samarbeid med Norsk Senter for Rusfri Miljøutvikling (NSRM), og er støttet av Sosial- og helsedirektoratet. I dette arbeidet er vi helt avhengige av din hjelp for å få et godt datagrunnlag. Vi håper derfor at du kan sette av 5 minutter til å svare på spørsmålene i skjemaet.

Dine svar vil bli behandlet konfidensielt og anonymisert i framstillinger av resultater. Det betyr at ingen får vite hva akkurat du har svart

Ferdig utfylte skjemaer skal leses inn optisk, så det er viktig at du er nøye med utfyllingen. Bruk helst

blå eller svart penn. Sett kryss i rutene, slik: Dersom du krysser i feil rute, stryk ut feil svar slik:

Ferdig utfylt skjema leveres tilbake til ansvarlig ved arrangementet

1 Hva slags arrangement er dette?

SETT BARE ETT KRYSS

- Lukket arrangement for medlemmer av organisasjonen* 1
- Arrangement for mer eller mindre "faste brukere"* 2
- Helt åpent arrangement* 3

2 Hvem er arrangementet for?

SETT BARE ETT KRYSS

- Bare ungdom 12-18 år* 1,
- Bare voksne over 18 år* 2,
- Alle aldre* 3.

3 Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?

- Dette er første gang* 1
- Noen få ganger* 2
- Flere ganger* 3

4 Hva er hovedinnholdet i arrangementet?

SETT MAKS TO KRYSS

- Dans/diskotek* 01,
- Aktivitetsskveld (med mange ulike aktiviteter)* 02,
- Møte med dagsorden* 03,
- Musikkøving/-stevne/-konsert* 04,
- Idrettsaktivitet* 05,
- Teater* 06,
- Kulturverksted* 07,
- Data/Spill* 08,

Hvis annet, spesifiser: _____

5 Hvorfor er du med på akkurat dette arrangementet? Sett bare ett kryss for hver linje

	Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig	
	1	2	3	4	5	
<i>Jeg hadde lyst til å komme</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
<i>Det er få andre tilbud her i området</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
<i>Fordi jeg kan treffe andre/nye mennesker her</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
<i>Fordi vennene mine skulle hit</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
<i>Fordi mor/far/voksne ville at jeg skulle komme hit</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
<i>Jeg deltar ofte på arrangement som dette</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
<i>Det er mer eller mindre tilfeldig at jeg er på dette arrangementet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
Forsetter på neste side...						

+

+

6 Dette er et alkoholfritt arrangement. Hva synes du om det?

	Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	
Det spiller ingen rolle for meg om arrangementet er rusfritt, det er innholdet som er viktig	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	1
Det burde være flere alkoholfrie arrangement her omkring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Det er fint å ha et sted/arrangement uten drikkepress	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Jeg har drukket alkohol rett før/under dette arrangementet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
Jeg kommer nok til å dra videre på tilstelninger med alkohol, etter dette arrangementet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6

7 Har du prøvd noen av følgende rusmidler?

	Nei, aldri	1 gang	2-5 ganger	Mer enn 5 ganger	
Alkohol (Øl/vin/rusbrus/brennevin)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	1
Sniffestoffer (lim, bensin eller andre løsemidler)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Cannabis (hasj eller marihuana)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Andre rusmidler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4

8 Har du drukket alkohol siste 12 måneder?

- Jeg har ikke drukket 1
- Noen få ganger 2
- Stort sett en gang i måneden 3
- Stort sett en gang i uken 4
- Stort sett flere ganger i uken 5

10 Kjønn

- Jente 1
- Gutt 2

11 Fødselsår

Jeg er født i... 1

9 Kunne du tenke deg å ha en livsstil helt uten bruk av alkohol eller andre rusmidler?

- Ja 1
- Ja, men bare fram til jeg er 18 2
- Nei 3
- Vet ikke 4

12 Hvilke voksne bor du sammen med?

SETT KUN ETT KRYSS

- Sammen med en eller begge foreldrene 1
- Sammen med fosterforeldre 2
- Ingen voksne, jeg bor på hybel 3
- Ingen voksne, jeg bor på internat 4
- Andre 5

13

Hvor ofte benytter du deg av følgende organiserte fritidsaktiviteter der du bor?

	Sjelden/aldri	Av og til	Ofte	
Idrettslag	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1
Musikkforening (f.eks korps/band/kor)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Kristen forening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Humanitær forening (f.eks Røde Kors)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Kommunal fritidsklubb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
Politisk organisasjon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
4H/ungdomslag/speider	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
Miljø/naturvernorganisasjon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8

+

+

Vedlegg 5

Spørreskjema voksne

Prosjekt	7201979
Skjemanummer	

Undersøkelse blant voksne arrangementsdeltakere i NU og LASS 2005

Denne høsten gjennomfører RF-Rogalandforskning en serie undersøkelser for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie tiltak. Arbeidet gjøres i samarbeid med Norsk Senter for Rusfri Miljøutvikling (NSRM), og er støttet av Sosial- og helsedirektoratet.

I dette arbeidet er vi helt avhengige av din hjelp for å få et godt datagrunnlag. Vi håper derfor at du kan sette av 5 minutter til å svare på spørsmålene i skjemaet.

Dine svar vil bli behandlet konfidensielt og anonymisert i framstillinger av resultater.

Ferdig utfylte skjemaer skal leses inn optisk, så det er viktig at du er nøye med utfyllingen. Bruk helst blå eller svart penn.

Sett kryss i rutene, slik: Dersom du krysser i feil rute, stryk ut feil svar slik:

Ferdig utfylt skjema leveres tilbake til ansvarlig ved arrangementet

Spørsmål angående undersøkelsen kan rettes til:

Kirsten Allred, tlf: 51 87 50 85 eller Olav Befring, tlf: 51 87 51 52

1 Hva slags arrangement er dette?

SETT KUN ETT KRYSS

- Lukket arrangement for medlemmer av organisasjonen* 1
- Arrangement for mer eller mindre "faste brukere"* 2
- Helt åpent arrangement* 3

2 Hvem er målgruppen for arrangementet?

SETT KUN ETT KRYSS

- Bare ungdom 12-18 år* 1,
- Bare voksne over 18 år* 2,
- Alle aldre* 3.

3 Hva er ditt forhold til organisasjonen?

SETT BARE ETT KRYSS

- Jeg har et betalt tillitsverv/er ansatt i organisasjonen* 1
- Jeg har et ubetalt tillitsverv i organisasjonen* 2
- Jeg er medlem uten tillitsverv* 3
- Jeg er ikke medlem* 4

4 Hvor mange ganger har du deltatt på arrangement i regi av denne organisasjonen i 2005?

- Dette er første gang* 1
- Noen få ganger* 2
- Flere ganger* 3

5 Hva er hovedinnholdet i arrangementet?

SETT MAKS TO KRYSS

- Dans/diskotek* 01,
- Aktivitetsekveld (med mange ulike aktiviteter)* 02,
- Møte med dagsorden* 03,
- Musikkøving/-stevne/konsert* 04,
- Idrettsaktivitet* 05,
- Teater* 06,
- Kulturverksted* 07,
- Data/Spill* 08,

Hvis annet, spesifiser: _____

Forsetter på neste side...

+

+

6 Hvorfor er du med på akkurat dette arrangementet?

SETT KUN ETT KRYSS FOR HVER LINJE

	Helt uriktig	Delvis uriktig	Både og	Delvis riktig	Helt riktig	
	1	2	3	4	5	
Jeg følte at jeg var forpliktet til å delta på dette arrangementet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Dette er den måten jeg ønsker å støtte organisasjonen på	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Jeg stiller ofte opp på rusfrie arrangement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Det var mer eller mindre tilfeldig at jeg ble med på akkurat dette arrangementet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4

7 Din holdning til rusfrie arrangement?

	Helt uenig	Litt uenig	Både og	Litt enig	Helt enig	
	1	2	3	4	5	
Det spiller ingen rolle for meg om slike arrangement er rusfrie, det er innholdet som er viktig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Alkoholfrie tilstelninger har ingen betydning for mitt alkoholforbruk på andre arenaer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Jeg kommer trolig til å dra videre på tilstelninger/steder med alkohol, etter dette arrangementet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Arrangement som dette er nok først og fremst for de som har en rusfri livsstil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Jeg tror det forekommer bruk av alkohol i tilknytning til dette arrangementet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5

8 Har du drukket alkohol siste 12 måneder?

SETT BARE ETT KRYSS

- Jeg har ikke drukket 1
- Noen få ganger 2
- Stort sett en gang i måneden 3
- Stort sett en gang i uken 4
- Stort sett flere ganger i uken 5

9 Kjønn

- Kvinne 1
- Mann 2

10 FødselsårJeg er født i... 1**11** Sivil status:

- Ugift 1
- Gift/Samboer 2
- Skilt/Separert 3
- Enke/Enkemann 4

12 Din høyeste fullførte utdanning

- Grunnskole 1
- Videregående eller yrkesskole 2
- Høyere utdanning (høyskole eller universitet) 3

13 Yrkeskategori

- Lønnskottaker 1
- Arbeidssøkende 2
- Selvstendig næringsdrivende 3
- Elev/Student 4
- Pensjonist/Trygdet 5
- Hjemmeværende 6

14 Omsorgsansvar for barn

- Nei 1
- Ja, bare barn under 13 år 2
- Ja, bare barn over 13 år 3
- Ja, barn både over og under 13 år 4

Tusen takk for hjelpen!

+

+

Vedlegg 6

Kundeundersøkelse gruppe kunder

Prosjekt	7201979
Skjemanummer	

Kundeundersøkelse ved alkoholfrie overnattingssteder

Denne høsten gjennomfører RF-Rogalandforskning en serie undersøkelser for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie tiltak. Arbeidet gjøres i samarbeid med Norsk Senter for Rusfri Miljøutvikling (NSRM), og er støttet av Sosial- og helsedirektoratet.

I dette arbeidet er vi helt avhengige av din hjelp for å få et godt datagrunnlag. Vi håper derfor at du kan sette av 5 minutter til å svare på spørsmålene i skjemaet.

Dine svar vil bli behandlet konfidensielt og anonymisert i framstillinger av resultater.

Ferdig utfylte skjemaer skal leses inn optisk, så det er viktig at du er nøye med utfyllingen. Bruk helst blå eller svart penn.

Sett kryss i rutene, slik: Dersom du krysser i feil rute, stryk ut feil svar slik:

Ferdig utfylt skjema leveres til personalet der du er

Spørsmål angående undersøkelsen kan rettes til:

Kirsten Allred, tlf: 51 87 50 85 eller Olav Befring, tlf: 51 87 51 52

1 Er du gjest ved:

SETT KUN ETT KRYSS

- Hotell 1
 Gjestehus/Pensjonat 2
 Vandrerrhjem 3
 Leirsted 4
 Annet 5

2 Geografisk plassering av overnattingsstedet

SETT KUN ETT KRYSS

- Storby (Bergen, Oslo, Trondheim, Stavanger) 1
 Liten eller mellomstor by 2
 Tettsted eller bygdesamfunn 3

3 Hvor mange personer er dere i ditt reisefølge?

SKRIV TALLET I BOKSEN

Vi er personer

4 Hovedformålet med oppholdet:

SETT KUN ETT KRYSS

- Møtevirksomhet 01
 Kurs/seminar 02
 Skole-/klassetur 03
 Livssynsarrangement 04

Annet hovedformål: _____

5 Hadde du noen innvirkning på valg av overnattingssted?

- Ja 1
 Nei 2

6 Hvorfor ble akkurat dette overnattingsstedet valgt?

SETT GJERNE FLERE KRYSS

- Det var det eneste (ledige) overnattingsmulighet i området 01,
 Fordi det ikke er alkoholserving her 02,
 Best pris/kvalitet 03,
 Nærhet til aktuelle aktiviteter/tilbud 04,
 Anbefaling fra andre 05,
 Tradisjon 06,

Andre årsaker: _____

Fortsetter på neste side

+

+

7 Etter din vurdering, i hvilken grad har utsagnene nedenfor hatt betydning for valg av overnattingssted uten alkoholserving?

	Liten grad	Både og	Stor grad	Ikke aktuelt		
Alkoholfritt overnattingssted ble valgt fordi...						
Det nytes ikke alkohol i vårt reisefølge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Det nytes ikke alkohol på det arrangementet vi er med på	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Vi har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Bruk av alkohol passer ikke med formålet for vårt opphold	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Bruk av alkohol er i konflikt med vårt livssyn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
Alkoholfrie overnattingssteder oppleves som tryggere/roligere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6

8 Opplevelse av oppholdet

	Ja	Nei	
Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholserving, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Kunne du tenke deg å komme tilbake til dette overnattingsstedet ved en senere anledning, dersom det ble aktuelt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Gi en kort begrunnelse for hvorfor du kunne/ikke kunne tenke deg å komme tilbake			

9

10 Har du drukket alkohol siste 12 måneder?

SETT KUN ETT KRYSS

- Nei 1
- Noen få ganger 2
- Stort sett en gang i måneden 3
- Stort sett en gang i uken 4
- Stort sett flere ganger i uken 5

11 Kjønn

- Kvinne 1
- Mann 2

12 Sivil status

- Ugift 1
- Skilt/separert 2
- Gift/samboer 3
- Enke/enkemann 4

13 Bor du sammen med barn/søsken?

- Nei 1
- Ja, bare barn/søsken under 13 år 2
- Ja, bare barn/søsken over 13 år 3
- Ja, barn/søsken både over og under 13 år 4

14 Er du bosatt i Norge?

- Ja 1
- Nei 2

15 Fødselsår

Jeg er født i... 1

16 Hva er din høyeste fullførte utdanning?

- Grunnskole 1
- Videregående skole 2
- Høyere utdanning (høyskole eller universitet) 3

17 Er du...

- Lønnskottaker 1
- Selvstendig næringsdrivende 2
- Arbeidssøkende 3
- Elev/Student 4
- Pensjonist/Trygdet 5
- Hjemmeværende 6

Tusen takk for hjelpen!

+

+

Vedlegg 7

Kundeundersøkelse tilfeldige kunder

Prosjekt	7201979
Skjemanummer	

Kundeundersøkelse ved alkoholfrie overnattingssteder

Denne høsten gjennomfører RF-Rogalandsforskning en serie undersøkelser for å kartlegge og vurdere virkningene av alkoholfrie tiltak. Arbeidet gjøres i samarbeid med Norsk Senter for Rusfri Miljøutvikling (NSRM), og er støttet av Sosial- og helsedirektoratet.

I dette arbeidet er vi helt avhengige av din hjelp for å få et godt datagrunnlag. Vi håper derfor at du kan sette av 5 minutter til å svare på spørsmålene i skjemaet.

Dine svar vil bli behandlet konfidensielt og anonymisert i framstillinger av resultater.

Ferdig utfylte skjemaer skal leses inn optisk, så det er viktig at du er nøye med utfyllingen. Bruk helst blå eller svart penn.

Sett kryss i rutene, slik: Dersom du krysser i feil rute, stryk ut feil svar slik:

Ferdig utfylt skjema leveres til personalet der du er

Spørsmål angående undersøkelsen kan rettes til:

Kirsten Allred, tlf: 51 87 50 85 eller Olav Befring, tlf: 51 87 51 52

1 Er du gjest ved:

SETT KUN ETT KRYSS

- Hotell 1
 Gjestehus/Pensjonat 2
 Vandrerhjem 3
 Annet 4

2 Geografisk plassering av overnattingsstedet

SETT KUN ETT KRYSS

- Storby (Bergen, Oslo, Trondheim, Stavanger) 1
 Liten eller mellomstor by 2
 Tettsted eller bygdesamfunn 3

3 Er du her alene eller med flere?

SETT GJERNE FLERE KRYSS

- Alene 1,
 Sammen med familie 2,
 Sammen med arbeidskolleger 3,
 Sammen med venner (utenom kolleger) 4,
 Sammen med andre personer i forening eller lag 5,
 Andre 6.

4 Hovedformålet med oppholdet:

SETT KUN ETT KRYSS

- I forbindelse med jobb 1
 Ferie eller fritidsreise 2
 I forbindelse med en organisasjon/forening/lag jeg er medlem av 3
 Annet hovedformål: 4

5 Hvorfor ble akkurat dette overnattingsstedet ble valgt?

SETT GJERNE FLERE KRYSS

- Det var helt tilfeldig/første og beste alternativ 01
 Det var eneste (ledige) overnattingsmulighet i området 02
 Fordi det ikke er alkoholserving her 03
 Best pris/kvalitet 04
 Nærhet til relevante aktiviteter og tilbud 05
 Anbefaling fra venner/kjente/andre 06

Andre årsaker: _____

Fortsetter på neste side

6 I hvilken grad har utsagnene nedenfor hatt betydning for valg av overnattingssted uten alkoholserving?

	Liten grad	Både og	Stor grad	Ikke aktuelt		
Alkoholfritt overnattingssted ble valgt fordi...						
De jeg er her sammen med nyter ikke alkohol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Bruk av alkohol er i konflikt med mitt livssyn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Jeg har gode erfaringer med alkoholfrie overnattingssteder fra tidligere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Jeg opplever alkoholfrie overnattingssteder som tryggere/roligere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Alkoholserving passer ikke med formålet for mitt opphold	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
Jeg har helsemessige grunner for å styre unna overnattingssteder med alkoholserving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6

7 Opplevelse av oppholdet

	Ja	Nei	
Ville du valgt et alkoholfritt overnattingssted framfor et tilsvarende overnattingssted med alkoholserving, selv om det kostet litt ekstra (pris/reisetid)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Kunne du tenke deg å komme tilbake til dette overnattingsstedet ved en senere anledning, dersom det ble aktuelt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2

Gi en kort begrunnelse for hvorfor du kunne/ikke kunne tenke deg å komme tilbake

8

9 Har du drukket alkohol siste 12 måneder?

SETT BARE ETT KRYSS

- Jeg har ikke drukket 1
- Noen få ganger 2
- Stort sett en gang i måneden 3
- Stort sett en gang i uken 4
- Stort sett flere ganger i uken 5

10 Kjønn

- Kvinne 1
- Mann 2

11 Sivil status

- Ugift 1
- Gift/samboer 2
- Skilt/separert 3
- Enke/enkemann 4

12 Bor du sammen med barn?

- Nei 1
- Ja, bare barn under 13 år 2
- Ja, bare barn over 13 år 3
- Ja, barn både over og under 13 år 4

13 Er du bosatt i Norge?

- Ja 1
- Nei 2

14 Fødselsår

Jeg er født i... 1

15 Hva er din høyeste fullførte utdanning?

- Grunnskole 1
- Videregående skole 2
- Høyere utdanning (høyskole eller universitet) 3

16 Er du...

- Lønsmottaker 1
- Selvstendig næringsdrivende 2
- Arbeidssøkende 3
- Elev/Student 4
- Pensjonist/Trygdet 5
- Hjemmeværende 6

Tusen takk for hjelpen!