

OVER DE STREEP?

EVALUATIE VAN DE CAMPAGNE ALCOHOL EN WERK
ZUID-HOLLAND

M.A. ZIEKEMEIJER

42-253

WORDT NIET UITGELEEND

NIA

OVER DE STREEP?

Evaluatie van de campagne Alcohol en Werk
Zuid-Holland

M.A. ZIEKEMEIJER

April 1988

Nederlands Instituut voor Arbeidsomstandigheden (NIA)
Wetenschappelijke rapporten

CIP-GEGEVENS

Ziekemeijer, M.A.

Over de streep? : evaluatie van de campagne Alcohol en Werk Zuid-Holland / M.A. Ziekemeijer. – Amsterdam : Nederlands Instituut voor Arbeidsomstandigheden NIA. – Tab., fig. – (Wetenschappelijke rapporten / Nederlands Instituut voor Arbeidsomstandigheden)
Met lit. opg.

ISBN 90-6365-006-X

SISO 614.72 UDC 613.81:331

Trefw.: alcohol en werk.

Copyright: 1988 M.A. Ziekemeijer

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd en of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder de voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Nederlands Instituut voor Arbeidsomstandigheden, die daartoe door de auteursrechthebbende met uitsluiting van ieder ander is gemachtigd.

Inhoud

Woord vooraf van de Volksbond	7
Ten geleide	10
1 Inleiding	11
2 Samenvatting	13
3 Opzet, methode en uitvoering van onderzoek	16
3.1 De vraagstelling	16
3.2 Het onderzoeksgebied	17
3.3 Opzet en methode	18
- De adviesvragers	19
- De cursisten	19
- De referentiegroep (non-reactieven)	22
3.4 De representativiteit van de onderzoeksgroep	22
- De samenstelling	22
- De belangstelling voor het thema alcohol en werk	25
4 Het alcoholbeleid in de onderzoeksgroep: de stand van zaken	28
4.1 De adviesvragende bedrijven	28
4.2 De cursus	29
- Profiel van de cursisten	29
- Bedrijfskenmerken en sociaal beleid in de cursusgroep	30
- Alcoholproblematiek en alcoholbeleid	31
- Het geplande alcoholbeleid na afloop van de cursus	32
- Beleidsactiviteiten zes maanden later	33
5 De evaluatie van de campagne	35
5.1 Het bereik van de mailing	35
- De referentiegroep	35
5.2 De cursusevaluatie	36
5.3 De bijdrage tot het in gang zetten van een alcoholbeleid	38
- Adviesvragende bedrijven	38

- De cursus en het verloop van alcoholbeleidsplannen	39
5.4 Alcoholproblematiek en -beleid	41
6 Conclusies en aanbevelingen	44
7 Aandachtspunten voor nader onderzoek	48
Noten	49
Literatuur	51
Lijst van tabellen en figuren per hoofdstuk	52
Bijlagen	53
Volksbond publicaties alcohol en werk	62

Woord vooraf van de Volksbond

Werk maken van drankproblemen

Tot 1980 waren er in Nederland weinig gegevens beschikbaar over de rol van alcohol in het bedrijfsleven, zowel wat betreft het drinken tijdens werktijd als over de negatieve gevolgen die alcoholgebruik kan hebben voor iemands functioneren op en voor het werk.

In datzelfde jaar nam de Volksbond tegen Drankmisbruik het initiatief tot een tweetal onderzoeken in ons land, uitgevoerd in Rotterdam en Den Haag. De voornaamste conclusie uit deze onderzoeken was, dat alcoholgebruik wel degelijk consequenties heeft voor de werksituatie. Alcoholgebruik en alcoholmisbruik kunnen leiden tot frequent verzuim, bedrijfsongevallen, productievermindering, kwaliteitsverlies in de productie, verslechtering van de arbeidsrelaties en daarmee ook van het arbeidsklimaat in het algemeen, en verloop van personeel door ontslag of afvloeiing via de ziektewet en WAO. Meestal worden alcoholproblemen van medewerkers in een zodanig laat stadium waargenomen dat ze in de organisatie nauwelijks nog hanteerbaar zijn. Een recent onderzoek van de Stichting voor Wetenschappelijk Onderzoek van Alcohol- en Drugsgebruik (Vrij-Standhardt et al, 1987) bevestigt deze conclusies: probleemdrinkers hebben in het jaar voorafgaand aan hun behandeling viermaal zoveel verzuim als dat van de gemiddelde werknemer in ons land. 60% van de onderzochte groep probleemdrinkers gaf aan te drinken op het werk, openlijk of in het verborgene, terwijl 48% zelf een teruggang constateerde in arbeidsprestaties. Men ging fouten maken of besteedde teveel tijd aan bepaalde werkzaamheden.

Er zijn in ons land naar schatting ruim 600.000 excessieve drinkers. Hoewel niet iedere excessieve drinker een probleemdrinker behoeft te zijn, zal statistisch gezien iedere grotere onderneming een aantal probleemdrinkers in dienst hebben. Mede vanuit een zekere maatschappelijke verantwoordelijkheid van het bedrijf of de organisatie voor de veiligheid, gezondheid en welzijn van de werknemers, zoals onder meer neergelegd in de ARBO-wet en in het sociaal beleid van veel ondernemingen, lijken voldoende argumenten aanwezig om iets te doen aan

de problemen die het gevolg kunnen zijn van alcoholgebruik.

De bijdrage van een arbeidsorganisatie aan de preventie van alcoholproblemen bestaan uit:

1. Preventieve maatregelen om alcoholgebruik tegen te gaan. Hieronder zijn te verstaan voorlichting aan de werknemers over de effecten van alcoholgebruik op iemand's functioneren, maar ook het opstellen van duidelijke regels om alcoholgebruik tijdens werktijd te voorkomen.
2. Voorlichting en cursussen voor personeelsfunctionarissen, bedrijfsmaatschappelijk werkers, bedrijfsartsen, veiligheidsfunctionarissen, bedrijfspsychologen, enz. In deze cursussen wordt aandacht besteed aan het vroegtijdig signaleren, het omgaan met en doorverwijzen van problematisch drinkende werknemers.
3. Een bedrijf kan een alcoholbeleid opstellen. In een dergelijk beleid zijn afspraken opgenomen over verantwoordelijkheden, drinkregels, maatregelen bij incidenteel en langerdurend problematisch alcoholgebruik, deskundigheidsbevordering en preventieve maatregelen.

De Volksbond heeft de laatste jaren in Den Haag, Zeeland, Oost-Brabant, Drenthe en andere delen van ons land, soms in samenwerking met Consultatiebureaus voor Alcohol en Drugs, activiteiten ontplooid op het gebied van alcohol en werk. De taboesfeer rond dit onderwerp lijkt af te nemen. Een toenemend aantal bedrijven en instellingen erkent de noodzaak van het aanpakken van deze problematiek, zowel in het belang van de eigen organisatie als in dat van de werknemers.

Op grond van zijn ervaringen van de afgelopen jaren heeft de Volksbond een duidelijker beeld gekregen van de mogelijkheden die een bedrijfsmatige aanpak van alcoholproblemen biedt. De tijd leek rijp voor een grootschaliger en gestructureerde voorlichtingscampagne. Zowel het Ministerie van WVC als de provincie Zuid-Holland bleken bereid hierin te participeren. Door hun steun kwam de campagne Alcohol en Werk in Zuid-Holland van de grond. De campagne is onderdeel van een drie jaar durend project Alcohol en Werk. Op basis van de resultaten van de provinciale campagne wordt bezien of, en zo ja in hoeverre, de actie een landelijk vervolg krijgt.

Aanvankelijk was de looptijd van de Zuidhollandse campagne geraamd op een half jaar, maar uiteindelijk strekte deze zich uit tot een jaar. Dit

evaluatie-verslag heeft betrekking op de eerste zes maanden van de campagne.

Een verrassende en belangrijke constatering is het dat na de onderzoeksperiode in het najaar een nieuwe en spontane golf van reacties binnenstroomde, die aan het einde van 1987 was opgelopen tot in totaal 200. De Volksbond hoopt dat de resultaten van de campagne bijdragen aan een bedrijfsmatige aanpak van alcoholproblemen in Nederland.

W.J. Bouwer

D.A. Bijl

Koninklijke Algemene Vereniging
Volksbond tegen Drankmisbruik
Postbus 451
2260 AL LEIDSCHENDAM

Ten geleide

In februari 1987 startte de Volksbond tegen Drankmisbruik in de provincie Zuid-Holland de campagne "Alcohol en Werk". Het project richt zich op vroegtijdige signalering, beleid en preventie van alcoholproblemen in bedrijven. Daartoe is aan de directies van alle arbeidsorganisaties met meer dan 50 werknemers in de provincie Zuid-Holland een informatiemap gezonden. Deze map bevatte een drietal brochures, met als voornaamste doel om in diverse geledingen van de bedrijven de alcoholproblematiek bespreekbaar te maken. In de map wordt tevens geattendeerd op de mogelijkheid van bedrijfsadvisering en het bestaan van een tweedaagse cursus voor bedrijfsfunctionarissen.

De Volksbond wil op systematische wijze dit onderwerp in ondernemingen introduceren en hen ondersteunen bij het opzetten van een beleid met betrekking tot werknemers met alcoholproblemen. Het Nederlands Instituut voor Arbeidsomstandigheden, kortweg NIA, te Amsterdam (voorheen het Veiligheidsinstituut en de Stichting CCOZ) begeleidde het eerste deel van de campagne met een evaluatief onderzoek naar het bereik van de mailing en de bruikbaarheid van de adviezen. Het onderzoek is opgezet om knelpunten bij de voorbereiding en de uitvoering van bedrijfsalcoholbeleid in Nederlandse bedrijven te signaleren, met als doel daardoor op termijn voorstellen voor verbetering aan te reiken.

De 143 vertegenwoordigers van de 141 bedrijven die bereidwillig en belangeloos meewerkten aan dit onderzoek zijn wij zeer erkentelijk. Verder werkten aan dit onderzoek mee drs S. Andriessen, ir D.A. Bijl, J. Koetsier, drs R. Prins, drs H. Tuynenburg en P. Willemsen.

1 Inleiding

In 1987 ging in Zuid-Holland de eerste fase van het drie jaar durende project 'Alcohol en Werk' van start. Het project wordt uitgevoerd door de Volksbond tegen Drankmisbruik te Leidschendam, en financieel ondersteund door de provincie Zuid-Holland en het Ministerie van WVC. Het project heeft een nationaal en langlopend karakter en is gefaseerd en per regio opgezet.

Het onderhavige onderzoek begeleidde de eerste fase van de campagne in Zuid-Holland, en is primair bedoeld om verbeteringsvoorstellen aan te reiken voor een structurele aanpak. Een belangrijk nevendoeel is zicht te krijgen op factoren die meespelen bij het ontwikkelen van een bedrijfsalcoholbeleid. Tevens wordt aandacht geschonken aan de advisering en het cursusprogramma van de Volksbond.

De bevindingen zijn overwegend gebaseerd op empirisch onderzoek onder 141 bedrijven en instellingen vanaf circa 50 werknemers voor het merendeel gevestigd in Zuid-Holland. De geraadpleegde literatuur is voornamelijk gebruikt om tot een referentiekader te komen voor de uitkomsten van dit onderzoek. Met name de invulling van de begrippen bedrijfsalcoholbeleid en bedrijfsalcoholactiviteiten is op grond van (buitenlandse) literatuur en ampele overweging tot stand gekomen (voor een omschrijving van de begrippen wordt verwezen naar bijlage 1). Ter completering van een oriëntatie op kritische (succes)factoren die bij de invoering van een bedrijfsalcoholbeleid een rol spelen vonden vervolggesprekken plaats met betrokken bedrijfsfunctionarissen in de onderzoeksgroep.

De inhoud van het rapport is thematisch te onderscheiden in drie delen. Het eerste deel (hoofdstuk 3) beschrijft de vraagstellingen en de methodische aspecten van het onderzoek. Daarbij is gekeken naar de samenstelling van de twee groepen bedrijven die wel en geen contact opnamen met de Volksbond. Bij het vraagstuk van de representativiteit is gelet op een tweetal demografische kenmerken, de belangstelling voor het thema alcohol en werk, de signaleerde alcoholproblematiek in werksituaties en de stand van zaken met betrekking tot het alcoholbeleid. In het tweede deel (hoofdstuk 4) volgt een gedetailleerde beschrijving van de onderzoeksresultaten voor de onderzoeksgroep (79). De bedrijven

die aanklopten voor informatie en advisering en de bedrijfsfunctionarissen die deelnamen aan een cursus worden in dit hoofdstuk afzonderlijk beschreven. Het derde deel vangt aan bij hoofdstuk vijf en gaat in op het bereik van de publiciteitscampagne. Op grond van de onderzoeksgegevens en twee referentiekaders wordt een poging tot taxatie ondernomen. Daarnaast is bij arbeidsorganisaties die reageerden gekeken naar de mate van ontwikkeling en realisatie van (aspecten van) een bedrijfsalcoholbeleid. Op basis van deze bevindingen wordt naar indicaties gezocht in hoeverre de voorlichtende en ondersteunde activiteiten van de Volksbond een bijdrage vormen bij het initiëren van alcoholbeleidsactiviteiten.

Bij wijze van slotbeschouwing wordt het uitgangspunt toegelicht van waaruit standpunten en definities zijn geformuleerd, namelijk dat alcohol niet in werksituaties thuishoort.

2 Samenvatting

In dit rapport staat het evaluatieonderzoek van de voorlichtingscampagne 'Alcohol en Werk' centraal. Deze campagne wordt gefaseerd en per regio uitgevoerd. Het onderzoek vond plaats in de provincie Zuid-Holland. Het project is in januari 1988 verder voortgezet.

Zowel het bereik van de campagne als de bijdrage ervan voor het ontwikkelen van een bedrijfsalcoholbeleid zijn onderzocht. Het onderzoek vond plaats door middel van twee steekproeven uit de doelgroep, te weten bedrijven vanaf 50 werknemers, voor het merendeel gevestigd in Zuid-Holland. De steekproeven onderscheiden zich door bedrijven die wel of geen contact opnamen na de campagne. 81 bedrijven reageerden met adviesvragen of cursusaanmeldingen ten tijde van de onderzoeksperiode, zij vormen de onderzoeksgroep. Onder de groep bedrijven die, lopende het onderzoek, niet hebben gereageerd is een aselechte steekproef getrokken van 66 bedrijven, verder genaamd de referentiegroep. De resultaten van de mailing worden hieronder gepresenteerd. Daarna volgen de uitkomsten van de adviesvragende groep, en de cursus.

De campagne

Vijftig van de 81 reacties van bedrijven zijn direct voortgekomen uit de publiciteit van de voorlichtingscampagne. De resterende reacties bereikten de Volksbond langs andere kanalen zoals door optreden bij symposia, of via andere organisaties. Uitgaande van gegevens van de Kamer van Koophandel bedraagt het bereik van de campagne 2,7%. Volgens marketingsnormen geldt een respons vanaf 2% als redelijk hoog op een dergelijke actie. Vanuit dit referentiepunt bekeken mag het bereik van de campagne dus bemoedigend genoemd worden. Om te kijken of en hoe het bereik op termijn is te vergroten werd de vraag of het documentatiemateriaal bruikbaar was, voorgelegd aan de referentiegroep. Hiertoe is gekeken naar de intern ondernomen acties naar aanleiding van de mailing. Dan blijkt dat circa 8% van de documentatie volgens zeggen niet is ontvangen en dat in één op de drie bedrijven de map niet werd ingekeken. In iets meer dan de helft van de referentiegroep bleek de documentatie ook door de aangeschreven directie(leden) te zijn ontvangen. In andere situaties kwam het materiaal bij personeelszaken, secretariaten

of bij de documentatie-afdeling terecht. Van de 30% die de map niet inkeek, betrof dit, verhoudingsgewijs vooral directieleden (86%). Van de 70% die de map wel inkeek ondernam de helft interne activiteiten. De actie varieerde van doorgeven aan een betrokken of geïnteresseerde functionaris (PZ, BMW), een afdelings-chef of weer terug naar het management, tot het laten rouleren onder het uitvoerend personeel. Vooral in de niet-industriële bedrijven werd de documentatie op een breder niveau verspreid. Eén op de drie mappen kreeg aldus een dubbele gebruikswaarde.

De adviesvragende bedrijven

Van de 72 organisaties die gedurende de onderzoeksperiode voor advies bij de Volksbond aanklopten, bestaat het merendeel uit grote tot zeer grote bedrijven. Naar verhouding zijn ook veel dienstverlenende en overheidsinstellingen te vinden in de groep die adviezen vroeg. Van de adviesvragers is één op de drie bezig met alcoholbeleidsactiviteiten. Hoewel er ook in kleine(re) bedrijven wel activiteiten op dit punt worden ontwikkeld, ligt het omslagpunt bij bedrijven ter grootte van 200 tot 500 werknemers. Vanaf deze bedrijfsgrootte bevindt ongeveer de helft zich in een al dan niet gevorderd ontwikkelingsstadium ten aanzien van alcoholbeleidsmaatregelen.

De adviesresultaten van de Volksbond evaluerend, kan gesteld worden dat bij nagenoeg alle adviesvragende bedrijven de ontwikkeling ten aanzien van alcoholbeleidsactiviteiten in positieve zin is gestimuleerd.

De cursus

Aan de cursisten werd gevraagd de cursus inhoudelijk te beoordelen. Na zes maanden werden zij opnieuw ondervraagd om na te gaan in hoeverre de geplande beleidsalcoholactiviteiten waren verwezenlijkt.

De wensen van de cursisten waren bij aanvang van de cursus nogal uiteenlopend. De behoeften varieerden van een eerste oriëntatie tot specifieke vragen in verband met een al tamelijk uitgewerkt alcoholbeleid. Veelal hadden de cursisten specifieke plannen op onderdelen van een alcoholbeleid.

Uit de evaluatie na afloop van de cursus komt naar voren dat men unaniem positief was over de opzet, de duidelijkheid en de presentatie van de cursus. Niettemin ervoeren velen de vaardigheidstraining zowel op het

vlak van beleidmaken als de gesprekstechniek als te compact. Aan de overstap naar de beoefening in de praktijk was men soms nog niet toe.

De cursisten kwamen door de verworven kennis tot nieuwe plannen aangaande het invoeren van alcoholbeleidsactiviteiten. Daarnaast bleek in sommige gevallen de bestaande regelingen in de bedrijven van de cursisten door de nieuwe inzichten voor verbetering vatbaar. Het accent van de plannen ligt na afloop van de cursus bij het opstellen of verbeteren van een incidentenbeleid, gevolgd door (hernieuwde) aandacht voor de interne hulpverlening en de regelgeving voor alcoholgebruik tijdens werktijd.

Na zes maanden is in vijf van de zeven deelnemende bedrijven het alcoholbeleid nog steeds een aandachtspunt. Aard en kaliber van de aandacht verschillen onderling. Eén bedrijf had al voor de cursus een conceptalcoholbeleid gereed. In dat bedrijf zijn beleidsverbeteringen, aanvullingen en nieuwe preventie activiteiten nu actueel. In de overige vier bedrijven of instellingen verkeert het alcoholbeleid weliswaar nog niet in een besluitvormende fase, maar wel heeft men inmiddels de eerste stappen gezet. In drie bedrijven zijn inmiddels concept-alcoholnota's geformuleerd. In één bedrijf is men vooruitlopend op een breed alcoholbeleid begonnen met de invoering van het beleid op deelaspecten. Veel cursisten ondervonden voorzien of onvoorzien weerstand in de organisatie bij het concretiseren van de beleidsplannen. Het implementeren van een bedrijfsalcoholbeleid lijkt een moeizaam proces te zijn, dat gepaard gaat met 'terugval' en 'latente perioden'. Economische en organisatorische voorwaarden zijn zwaarwegende en soms belemmerende factoren bij de ontwikkeling van een alcoholbeleid. Daarnaast heeft men te maken met terughoudendheid van diverse geledingen in een arbeidsorganisatie. Deze vloeit voort uit sociaal-culturele normen en de alcoholcultuur in een bedrijf. Hierop inspelend zou men aan de cursusstof wellicht meer probleemoplossende beleidsstrategieën kunnen toevoegen, om daarmee de doorlooptijd van de voorbereidende fase van een alcoholbeleid mogelijk te bekorten.

3 Opzet, methode en uitvoering van onderzoek

3.1 De vraagstelling

Het onderzoek kent twee hoofdvragen te weten:

1. hoe groot was het bereik van de campagne in Zuid-Holland?
2. in hoeverre draagt de campagne bij tot alcoholbeleidsactiviteiten?

De eerste onderzoeksvraag wordt vanuit twee invalshoeken bekeken:

1a Hoe verhoudt de groep die reageerde op de voorlichtingscampagne zich tot de groep die dat niet deed (verhouding contactgroep ten opzichte van de doelgroep, te weten de Zuidhollandse arbeidsorganisaties vanaf circa 50 werknemers)? Met een reactie wordt in dit verband een zichtbare handeling bedoeld zoals een cursusaanmelding bij de Volksbond, het bestellen van informatie(materiaal) en verzoeken voor advies en ondersteuning. Aandachtspunten voor de onderzoeksvraag zijn demografische bedrijfskenmerken, belangstelling voor het thema alcohol en werk, de aanwezigheid van alcoholproblematiek en de stand van zaken met betrekking tot een bedrijfsalcoholbeleid.

1b De tweede invalshoek betreft de appellerende werking van de campagne. Dit wordt nagegaan aan de hand van de referentiegroep.

2. Om de bruikbaarheid van de verleende informatie en adviezen van de Volksbond te evalueren, is gekeken naar de ontwikkelde bedrijfsactiviteiten van de contactgroep nadat het eerste contact is gelegd. In dit verband zijn gegevens verzameld over het informatieve gehalte van de aangeboden documentatie en informatie bij de cursusgroep. De ontplooiende activiteiten van de adviesvragende bedrijven zijn 'op afstand' gevolgd. Alle arbeidsorganisaties die tijdens de onderzoeksperiode hebben gereageerd -al dan niet geactiveerd door de campagne- zijn in het onderzoek over het tweede vraagstuk opgenomen. In bijlage 1 zijn de begrippen beleidsalcoholactiviteiten en bedrijfsalcoholbeleid gedefinieerd.

De verworven resultaten leveren indicaties op voor een gedifferentieerder informatie-aanbod.

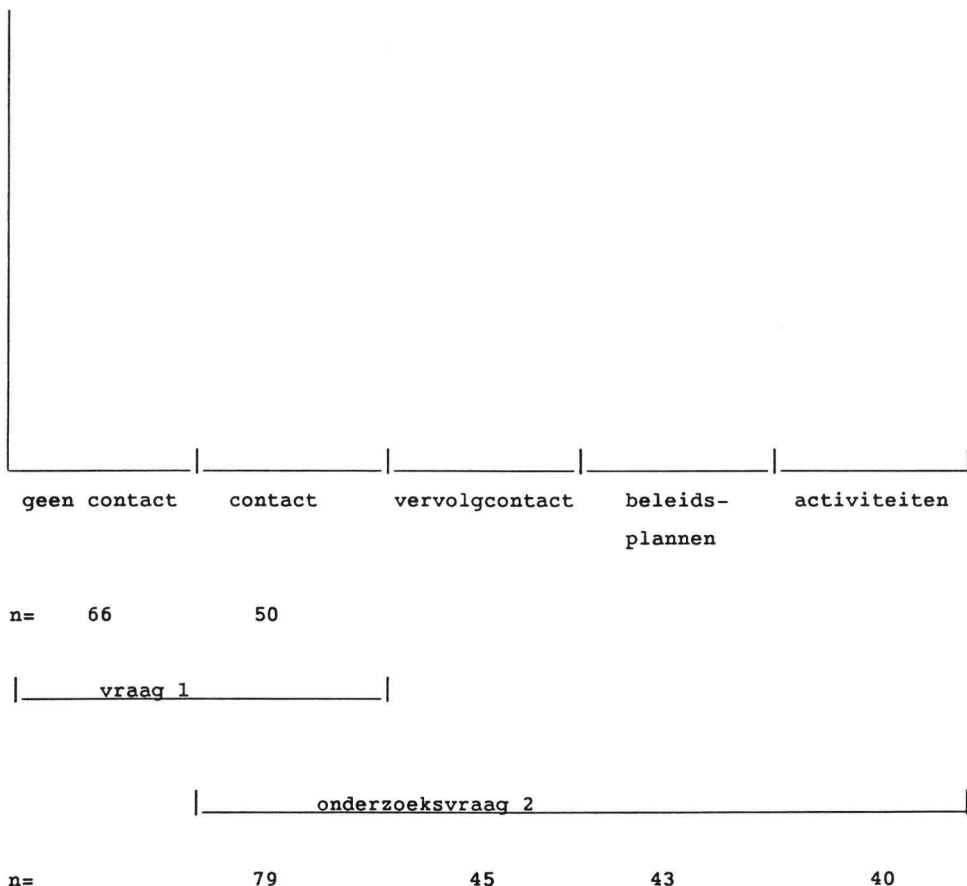
De twee onderzoeksvragen vormen de basis van de evaluatie. In de eerste onderzoeksvraag ligt het accent op het omslagpunt van geen contact naar

contact, de tweede vraag betreft een inhoudelijke verdieping vanaf het eerste contact. De getraceerde fases zijn: contact, vervolcontact, beleidsplannen en beleidsactiviteiten.

In schema:

Figuur 1 Evaluatiepunten in het onderzoek

Populatie (n=± 1800)

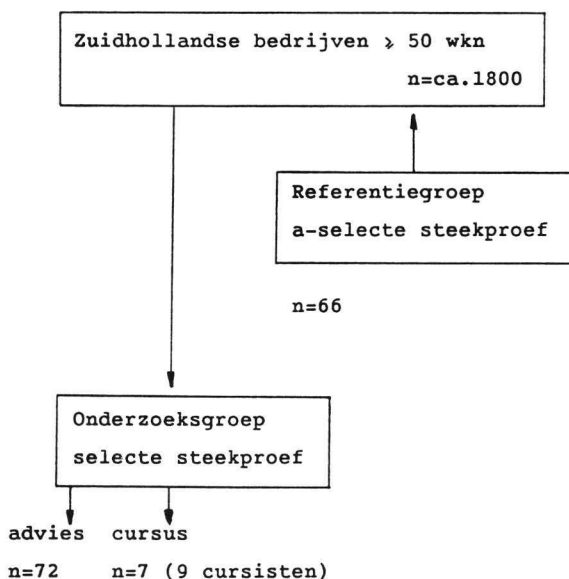


3.2 Het onderzoeksgebied

Naar aanleiding van de publiciteit die in het kader van het

voorlichtingsproject in Zuid-Holland werd verstrekt, komen drie groepen voor onderzoek in aanmerking. Deze groepen zijn ten eerste de bedrijven die na de publiciteitsactie om informatie en advies vroegen, en in de tweede plaats de groep bedrijfsfunctionarissen die zich aanmeldde voor een cursus alcohol en werk. De derde groep bestaat uit bedrijven in Zuid-Holland die niet reageerde op de actie. Groep één en twee vormen tezamen de onderzoeksgroep, de derde is de referentiegroep. De beide onderzoeksgroepen vormen in feite een selecte steekproef uit de Zuidhollandse bedrijven. Voor een bepaling van de rol die het thema alcohol speelt in de overige bedrijven in Zuid-Holland, is een a-selecte steekproef zonder teruglegging getrokken uit de non-respons. In figuur 2 is het onderzoeksgebied visueel weergegeven.

Figuur 2 Onderzoeksgebied



3.3 Opzet en methode

Het begrip evaluatie is nogal 'rekbaar' als het doel en het referentiekader vooraf niet vastgesteld zijn. Om de evaluatie van de campagne concreet te maken zijn daarom voorafgaand aan het onderzoek, de onderzoeksperiode en de beoordelingscriteria samen met de Volksbond

geformuleerd (1). Op grond daarvan zijn de onderzoeksvragen nader omschreven en is het onderzoeksontwerp vastgesteld.

Het onderzoek bevat zowel kwantitatieve als kwalitatieve aspecten. De zogenaamde gesloten vragen (schriftelijk en mondeling gesteld) zijn per computer verwerkt tot een overzicht. Het kwalitatieve deel van het onderzoek bestaat uit de bevindingen die voort komen uit de open vragen, het (schriftelijk) commentaar van respondenten en de verslagen van de vervolggesprekken. De eerste opname van gegevens is bij alle drie de groepen in enquêtevorm gerealiseerd. De onderzoeksopzet wordt verder groepsgewijs behandeld.

De adviesvragers

Wat betreft het adviesdeel is eenvoudigweg door middel van een korte checklist een inventarisatie gemaakt van de adviesvragen die na de publiciteitsactie bij de Volksbond binnenkwamen. Veelal was het eerste contact telefonisch. In dit gesprek is de enquête door Volksbondmedewerkers afgenomen. Afhankelijk van de wensen en de aard van het gevraagde advies volgde daarna nog een informatief, oriënterend en persoonlijk gesprek met de coördinator van het project Alcohol en Werk van de Volksbond. De verslagen van de vervolggesprekken dienden als achtergrond van de specifieke bedrijfssituatie, de stand van het alcoholbeleid, de aangekaarte alcoholproblematiek en de voorgestelde verbeteringen. De vervolggesprekken naar aanleiding van de adviesverzoeken zijn niet in het kader van dit onderzoek uitgevoerd. De vervolggesprekken met de ex-cursisten wel.

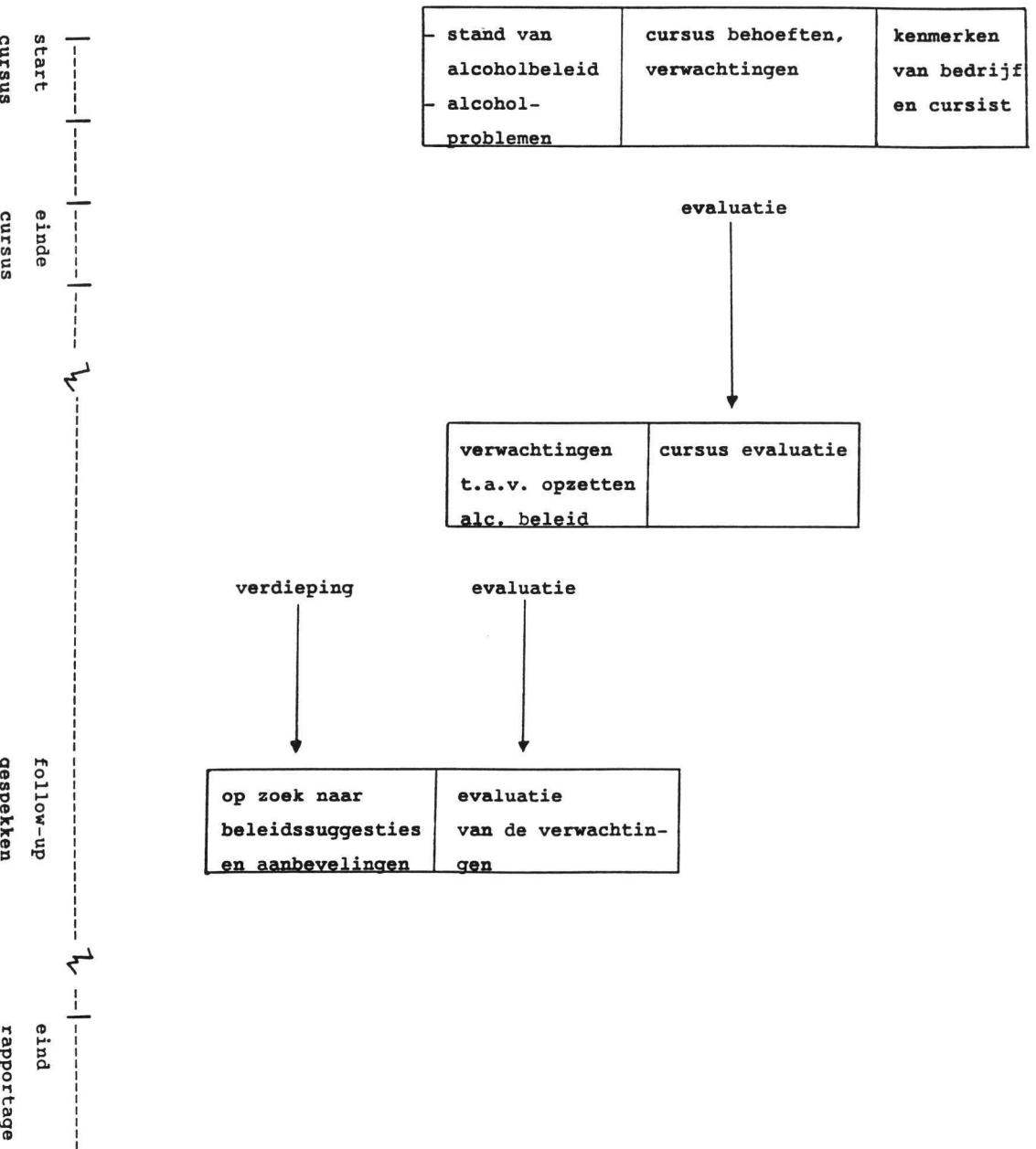
De cursisten

De cursisten zijn op drie momenten onderzocht, te weten voor en tijdens de cursus en een half jaar na dato nog eens. Tweemaal gebeurde dat in de vorm van een schriftelijke, individuele enquête die de cursisten zelf invulden. De twee schriftelijke enquêtes in de cursusgroep zijn eenmaal op proef in een vergelijkbare cursus Alcohol en Werk afgenomen en nadien bijgesteld. De proefenquêtes zijn niet in het onderzoek opgenomen. Bij de aanvang van de cursus richtte de vraagstelling zich, afgezien van enkele bedrijfs- en functiekenmerken, op de inhoudelijke behoefte en verwachtingen van de cursisten. Aan het einde is de kwaliteit van de cursus op onderdelen beoordeeld en zijn de inhoudelijke verwachtingen ten aanzien van de cursus gecontroleerd. Bovendien beschreven de cursisten

hun verwachtingen en geplande activiteiten om het geleerde in de eigen organisatie in praktijk te brengen. Tenslotte is nagegaan in hoeverre de plannen ook daadwerkelijk zijn gerealiseerd. De vervolg-interviews na zes maanden, zijn gehouden door twee onderzoeksters van het NIA. De gesprekken vonden meestal plaats op de werkplek van de ex-cursisten.

De onderzoeksopzet van de cursus lijkt wat boven proportioneel te zijn uitgevallen. Met het aanvankelijk hogere aantal voorziene cursisten echter, lag het in de bedoeling de kennis over de achtergronden van de geïnteresseerde organisaties te vergroten. De cursisten vormen immers de enige groep in het onderzoek die wat langer en frequenter ondervraagd kon worden. Doordat minder cursussen werden uitgevoerd dan gepland, en aan de uitgevoerde cursus minder cursisten deelnamen dan werd verwacht moeten de gegevens voornamelijk als een indicatie beschouwd worden. Welke (bedrijfsinterne) factoren de ontwikkeling van een alcoholbeleid bevorderden of in de weg stonden, kan slechts voor wat deze cursus betreft worden beschreven. De vraag in hoeverre de cursus bijdraagt aan de opzet van een alcoholbeleid kan daarom eveneens slechts voor deze cursus en zonder verderstreckende conclusies beantwoord worden. De opzet van het onderzoek voor het cursusdeel staat in figuur 3.

Figuur 3 De onderzoeksopzet wat betreft de cursus



De referentiegroep (non-reactieven)

Onder de groep bedrijven aan wie ongevraagd en vrijblijvend een informatiemap werd toegezonden zijn willekeurig 69 namen van organisaties vanaf 50 werknemers voor een telefonische enquête genoteerd. Deze bedrijven werden door middel van een telefonische enquête benaderd. In deze controle enquête komen dezelfde hoofd-thema's aan de orde als bij de onderzoeksgroep zijn voorgelegd. Het belangrijkste doel van de enquête was echter zicht te krijgen op de achtergronden van het niet reageren op de schriftelijke uitnodiging en of deze referentiegroep zich onderscheidt van de onderzoeksgroep op voor dit onderzoek relevante kenmerken. Te denken valt daarbij aan verschillen in belangstelling, de signalering van alcoholproblematiek en de ontwikkelde of geplande alcoholbeleidsactiviteiten. In hoeverre de referentiegroep op een tweetal sociaal-demografische variabelen overeenkomt met de onderzoeksgroep wordt hieronder besproken.

3.4 De representativiteit van de onderzoeksgroep

Na de campagne ontving de Volksbond 72 adviesvragen in een tijdsspanne van krap vijf maanden. In de onderzoeksperiode werd uiteindelijk maar éénmaal een cursus gehouden, waaraan negen cursisten deelnamen. Twee andere geplande cursussen konden op korte termijn niet worden volgeboekt en zijn afgelast.

In totaal zijn daarmee 81 reacties binnengekomen, die overigens niet allemaal direct aan de invloed van de campagne zijn toe te schrijven. Op deze plaats wordt echter niet verder ingegaan op het bereik van de campagne. Dat onderwerp komt terug in hoofdstuk 4.

De representativiteit kan op twee manieren bekeken worden. Met de eerste manier wordt de samenstelling van de onderzoeksgroep vergeleken op personeelssterkte en bedrijfsactiviteit met het totale bedrijvenbestand vanaf 50 werknemers in Zuid-Holland. De tweede vergelijkt de stand van zaken met betrekking tot het alcoholbeleid en de waargenomen alcoholproblematiek van de bedrijven die reageerden met de groep bedrijven in Zuid-Holland die geen contact opnamen.

De samenstelling

Wat betreft de samenstelling is er de situatie dat de twee onderzochte kenmerken van de onderzoeksgroep en het totale bedrijvenbestand in

Zuid-Holland onderling niet geheel vergelijkbaar zijn. Voor gegevens over de Zuidhollandse bedrijven is geput uit het databestand van de Kamer van Koophandel (2). Deze telling is echter niet volledig. Niettemin benadert dit bestand de populatie het meest. Voor een overzicht van de vergeleken kenmerken tussen de verschillende hierboven genoemde groepen wordt verwezen naar tabel 1. Uit deze tabel komt naar voren dat de samenstelling van de onderzoeksgroep in vergelijking met het totale aantal bedrijven vanaf 50 werknemers in Zuid-Holland op de twee vergeleken kenmerken verschilt. De verschillen zijn opvallend. De onderzoeksgroep vormt géén doorsnee van de populatie in Zuid-Holland. De bedrijven die reageerden zijn verhoudingsgewijs groot tot zeer groot. Wat betreft hun activiteiten vormen zij evenmin een evenredige afspiegeling van de populatie. De bouw, handel, horeca en transport zijn relatief ondervertegenwoordigd in de onderzoeksgroep, terwijl de niet-zakelijke dienstverlening sterk is oververtegenwoordigd. Daartoe behoort ook de hulpverlening in brede zin. Er is dus sprake van een specifieke onderzoeksgroep, hetgeen betekent dat algemene uitspraken op basis van deze groep niet betrouwbaar zijn. Alleen ten aanzien van grote bedrijven kunnen conclusies wellicht worden 'gegeneraliseerd'.

Ondanks het feit dat de onderzoeksgroep een groep is met specifieke kenmerken kan uit tabel 1 geconcludeerd worden dat globaal gezien de regio Zuid-Holland qua activiteit en bedrijfs grootte redelijk is gedekt; anders gezegd de onderzoeksgroep bezit voldoende variëteit. De eerst gestelde vraag in deze paragraaf, namelijk naar de samenstelling, is daarmee beantwoord. Het tweede punt waarop de representativiteit is bekeken wordt hierna behandeld.

Tabel 1 Bedrijven vanaf 50 werknemers in Zuid-Holland (b), vergeleken met de onderzoeksgroep (o) en de referentiegroep (r) ten aanzien van grootte en activiteit

		In procenten:					onbe- kend	Totaal	
		>50	>100	>200	>500	>1000		Abs.	Proc.
- Industrie en landbouw	b	13	7	5	2	1	-	501	28
	o	1	5	7	4	16	-	27	33
	r	5	5	2	3	-	2	10	15*
- Bouw en installatie	b	8	3	2	-	-	-	247	14
	o	1	-	-	-	1	-	2	2
	r	8	2	2	-	-	5	10	15
- Handel, horeca en transport	b	23	7	4	1	-	-	626	35
	o	1	2	1	3	4	-	9	11*
	r	6	3	3	-	-	3	10	15
- Banken en verzekering	b	11	4	3	1	-	-	341	19
	o	5	-	-	1	-	7	9	12*
	r	3	2	5	-	-	6	10	15
- Dienstverlening	b	1	1	-	-	-	-	58	3
	o	6	5	3	-	10	7	25	31
	r	14	5	2	2	-	5	18	27
- Overig	b	1	-	-	-	-	-	25	1
	o	-	-	1	-	-	9	9	11*
	r	4	-	-	-	-	7	8	12
Totaal Abs./proc.	b	1033 57%	408 23%	253 14%	69 4%	35 2%	-	1798	100
	o	9 11*	10 12	11 14*	7 8	26 32%	18 22%	81	100
	r	28 42*	10 15	8 12	3 5	-	16 26%	66	100

* afrondingsverschillen

Bron: KvK, Databank, telling: juli 1987

N.B.: De personeelssterkte is gebaseerd op full-time medewerkers. De overheidsinstellingen zijn niet in het KvK-bestand opgenomen.

De belangstelling voor het thema alcohol en werk

Non-respons in de referentiegroep

Van de 69 benaderde bedrijven en instellingen konden drie toch tot de onderzoeksgroep gerekend worden en zijn van de referentiegroep uitgesloten (3). Twee bedrijven hadden geen belangstelling of een structureel gebrek aan tijd. Zij zijn als non-respons uit de referentiegroep verwijderd. Het geringe aantal weigerachtige bedrijven veroorzaakt geen non-responseffect in de referentiegroep. In totaal zijn 62 enquêtes gebruikt voor een beeld van hoe de onderzoeksgroep zich qua alcoholproblematiek en alcoholbeleid verhoudt tot de referentiegroep.

Alcohol en werk

In de referentiegroep had ruim twee derde belangstelling voor het onderwerp. Voor een deel vloeit de belangstelling voort uit een soort algemene maatschappelijke betrokkenheid, "omdat je er de laatste tijd zoveel over hoort". Deels is de belangstelling te begrijpen vanuit een herkenning binnen de eigen organisatie. Zo werden situaties genoemd van incidenten, vermoedelijke gevallen, het nadenken over de alcohol-consumptierichtlijnen bij een te openen bedrijfskantine, sociale druk van collega's of, bij instellingen zoals scholen, de druk van ouders. Er bestaat de indruk dat bij een deel van de belangstellenden een heroverweging op dit thema plaatsvindt in de richting van duidelijker en striktere gedragscodes. Wellicht is in deze groep een discussie op gang gebracht om in een later stadium een standpunt te bepalen ten aanzien van alcohol en werk.

Bij iets minder dan twee op de drie onderzochte bedrijven in de referentiegroep (61%) heeft alcohol wel eens een rol gespeeld bij voorvallen, probleemsituaties en dergelijke. Wat opvalt is dat dit percentage nauwelijks verschilt met de percentuele cijfers in de onderzoeksgroep. Hier kent ruim twee op de drie organisaties (69%) incidenten of probleemgevallen. De voorlopige conclusie uit deze cijfers is dat er voor wat betreft de ervaring met alcoholproblematiek in bedrijfssituaties globaal gezien geen grote verschillen bestaan tussen de bedrijven die reageerden en de niet-reageerders. Wel bestaan er verschillen op het gebied van alcoholbeleidsactiviteiten. Zie ook tabel 3. Circa 70% in de referentiegroep, vond de alcoholproblematiek in de organisatie dermate weinig alarmerend dat beleidsacties op dit terrein

geen hoge prioriteit hadden in het totale beleid. Bovendien kent 15%, naar eigen zeggen, een afdoende maatregelenpakket ten aanzien van alcohol of is daar serieus mee aan het werk. Opvallend is een groep bedrijven van 8% die gezien de problematiek beweert beleidsmaatregelen op dit gebied eigenlijk noodzakelijk te achten, maar niettemin geen stappen in die richting ondernam. Zeven andere bedrijven van de 62 (11%) hebben wel concrete alcoholbeleidsplannen, maar zijn nog niet actief bezig met de ontwikkeling en de opzet ervan. Een overzicht van alle genoemde alcoholbeleidsactiviteiten in de referentiegroep staat in tabel 2.

Tabel 2 De stand van het alcoholbeleid in de referentiegroep per aspect

n=62

In procenten:	ja	nee	plan	weet niet/ nvt	Totaal
ongeschreven regels mbt alcohol tijdens het werk	60	26	-	15	101*
schriftelijk vastgelegde regels hieromtrent	23	53	3	21	100
alcoholvrij of alcoholarm receptiebeleid	18	66	-	16	100
alcoholvrije kantine(s)	52	23	2	24	101*
sankties bij incidenten	18	39	3	40	100
voorlichtingsacties(s)	26	45	-	29	100
interne hulpverlening	27	40	3	29	99*
confrontatie gesprekken voeren	19	44	-	37	100
overig	8	-	-	92	100

* afrondingsverschillen

Van het totale aantal ondervraagde bedrijven kent 63%, al dan niet schriftelijk vastgelegde, gedragsregels over het alcoholgebruik tijdens werkuren. Wanneer uitgegaan wordt van de in bijlage 1 vermelde operationalisatie van alcoholbeleidsactiviteiten, kent in de referentiegroep 65% geen alcoholbeleidsactiviteiten, 29% wel en is 6% bezig met de opzet van alcoholbeleidsplannen. Zie tabel 3.

Tabel 3 Alcoholproblematiek en -beleid vergeleken tussen de referentie- (r) en de onderzoeksgroep (o)

Alcoholbeleids-activiteiten			geen	wel	bezig	Totaal			
						Absoluut	Procentueel		
Geen alcohol-problemen	r		31%	7%	2%	24	39%		
	o		17%	-	14%	25	31%		
Wel alcohol-problemen	r		34%	22%	5%	38	61%		
	o		20%	6%	43%	56	69%		
<hr/>									
Totaal Abs./Proc.									
Referentiegroep	r	40	64,5%	18	29%	4	6,5%	62	100%
Onderzoeksgroep	o	30	37%	5	6%	46	57%	81	100%

Uit tabel 3 komt ten eerste het verschil in alcoholbeleidsactiviteiten naar voren tussen de referentie- en de onderzoeksgroep. In deze laatste groep is 57% actief met (onderdelen van) een alcoholbeleid. Dit verschil ligt nogal voor de hand. Het tweede opvallende punt, namelijk dat de onderzoeksgroep volgens deze gegevens geen uitzonderlijke groep vormt ten aanzien van de ervaring met alcoholproblematiek in de werksituatie, is wél van belang. Dat betekent namelijk dat bij tenminste twee derde van de (niet bereikte) doelgroep een vervolgcampagne van nut kan zijn bij een verdere bewustwording van de probleemoplossende mogelijkheden van beleidsmaatregelen.

4 Het alcoholbeleid in de onderzoeksgroep: de stand van zaken

In dit hoofdstuk worden de gedetailleerde resultaten gepresenteerd van de twee groepen uit het hoofdonderzoek. Het gaat hier om de adviesvragende bedrijven en de cursusdeelnemers. Hierbij wordt opgemerkt dat wat betreft de cursusgroep het aantal respondenten beperkt is geweest, zodat het verkregen beeld niet meer dan indicatief is.

4.1 De adviesvragende bedrijven

In totaal klopten 72 bedrijven aan bij de Volksbond in een tijdsbestek van 5 maanden. De samenstelling van deze groep naar bedrijfsgrootte en bedrijfsactiviteit is behandeld in hoofdstuk 3. Daaruit blijkt dat een onevenredig groot deel van de adviesvragende bedrijven meer dan 1000 werknemers heeft. Wat betreft de bedrijfsactiviteit vormen de adviesvragers evenmin een evenredige afspiegeling van alle Zuidhollandse bedrijven en instellingen. Naar verhouding zijn veel dienstverlenende en overheidsinstellingen te vinden in de groep adviesvragers. Dertig van de 72 adviesvragers (42%) zijn personeelsfunctionarissen of leden van een sociaal (medisch) team. In 20 gevallen (28%) nam een lid van de directie of het managementteam contact op. De directe aanleiding tot de vraag betrof in de helft van de gevallen een aan alcohol gerelateerd incident of werknemers met erkende alcoholproblemen. Binnen de groep van de adviesvragende bedrijven en instellingen is één op de drie (35%) actief met het opstellen van (delen van) een alcoholbeleid. Sommigen van hen hebben een uitgewerkt alcoholplan of een alcoholnota. Bij verreweg de meeste bedrijven echter is het alcoholbeleid nog in een tamelijk pril stadium en wordt het vooralsnog op onderdelen gepraktiseerd.

De conclusie uit dit deel van het onderzoek is dat het merendeel van de grote tot zeer grote bedrijven en instellingen in Zuid-Holland zich in een al dan niet gevorderd ontwikkelingsstadium bevindt ten aanzien van alcoholbeleidsmaatregelen. Los van de ruimere economische en organisatorische mogelijkheden van de grotere bedrijven is kennelijk het nut van een alcoholbeleid op ruime schaal doorgedrongen. Dit betekent op zichzelf al een verschuiving, die positief is te noemen. Immers, een onderzoek dat werd gehouden in een beperkter maar vergelijkbaar deel van

Zuid-Holland in 1982, wees uit dat er destijds nog een ferme weerstand bestond om het onderwerp met de onderzoekers te bespreken (Dercks et al, 1982). Dat is inmiddels veranderd. Uiteraard is deze verschuiving niet alleen toe te schrijven aan de recent gehouden campagne van de Volksbond. Veeleer zal een scala van factoren hierop van invloed zijn geweest. En niet te vergeten, de Volksbond is zelf in de regio Zuid-Holland gesitueerd en is, veelal in samenwerking met het Consultatiebureau voor Alcohol en Drugs (CAD), al geruime tijd bezig met acties, advieswerk, het houden van symposia en het uitbrengen van brochures en cahiers, met name ook in deze regio.

4.2 De cursus

Profiel van de cursisten

De verhouding personeelsfunctionarissen tegenover bedrijfsmaatschappelijk werkenden in de cursus is twee staat tot één. De gemiddelde duur van het dienstverband bij de cursisten bedroeg ten tijde van de cursus ruim 4 jaar. Van de aanwezige cursisten zijn er twee op een uitvoerend niveau werkzaam. Een aantal bekleden een staffunctie, een enkeling heeft een volledig leidinggevende functie. De meesten functioneren zowel op uitvoerend als op leidinggevend niveau. Voor acht van de negen cursisten was het de eerste cursus over dit thema.

Het merendeel van de cursisten had een duidelijk beeld waarom ze de cursus wilden volgen. Wel was de verlanglijst nogal uitgebreid. Hieronder staat per activiteit vermeld hoeveel cursisten daar mogelijk een rol voor zichzelf in zagen weggelegd in de eigen organisatie.

Tabel 4 Mogelijke activiteiten met betrekking tot een alcoholbeleid bij de cursisten

- preventiemaatregelen	6
- voorlichtingsacties/taboe bespreekbaar maken	7
- hulpverlening	7
- procedures formuleren bij incidenten	8
- sancties opstellen	4

Wat opvalt is dat voor een sanctiebeleid als onderdeel van een alcoholbeleid weinig animo bestaat. Vier van de negen bezochten de cursus met het vooropgezette doel daarna een alcoholbeleid op te stellen. Van deze bedrijven was een verzwaarde delegatie aanwezig. Met eventuele daaruit voortvloeiende dubbeltellingen is rekening gehouden. Een aantal malen werd een alcoholgerelateerd incident genoemd als de aanleiding tot de cursus.

Ook de kennis over het verschijnsel alcoholisme in het algemeen blijkt, volgens de cursisten zelf, vatbaar voor verbetering. Tenslotte is ook de vaardigheidstraining voor confronterende gesprekken een tamelijk algemene wens.

Bedrijfskenmerken en sociaal beleid in de cursusgroep

De negen cursisten waren afkomstig uit zeven bedrijven. Alle cursisten met de intentie om in het eigen bedrijf een alcoholbeleid te formuleren zijn werkzaam in middelgrote tot grote organisaties, variërend van 220 tot 3600 werknemers. Deze organisaties zijn overwegend op industrieel terrein actief.

Alle cursisten menen dat zij in een organisatie werken die in meer of mindere mate gevoelig is voor maatschappelijke ontwikkelingen, zoals milieuvriendelijke produktie, vrouwen in technische beroepen, een jongerenplan, enzovoorts.

Het sociale beleid werd onderzocht aan de hand van een twintigtal vragen. Uit de antwoorden van de cursisten blijkt dat in het algemeen sprake is van een redelijk uitgewerkt bedrijfsbeleid ten aanzien van veiligheid, gezondheid en sociaal personeelsbeleid. Slechts op onderdelen zou het sociaal-medische beleid tekort schieten of extra aandacht verdienen. Zo blijkt dat wat betreft het personeelsbeleid in de betreffende organisaties niet alleen veel aandacht bestaat voor vorming en opleiding, ook de sociale begeleiding, loopbaanbegeleiding en elementen van functie-analyse- en waardering kennen daarin een plaats. Alleen aan het analyseren van personeelsgegevens ten aanzien van cursuswensen, ziekteverzuim, verzuimoorzaken en het verloop zou te weinig tijd worden besteed.

Het beleid op het terrein van veiligheid en gezondheid is welhaast nog meer ontwikkeld. De meeste organisaties zijn aangesloten bij een BGD (Bedrijfsgeneeskundige Dienst) en één heeft plannen daartoe. Nagenoeg alle bedrijven in de cursusgroep doen aan periodiek geneeskundig

onderzoek. Maar ook verzuimonderzoek, ongevallenpreventie en -registratie behoren tot de bedrijfsactiviteiten. Dat hier sprake is van een zware vertekening op grond van de bedrijfsgrootte van de organisaties uit de cursusgroep behoeft geen betoog. Alleen het arbo-beleid wordt volgens zeggen nog niet in alle bedrijven volledig geïmplementeerd.

Alcoholproblematiek en alcoholbeleid

Het spreekt voor zich dat de cursisten een betrokkenheid hebben op grond van de gesignaleerde alcoholproblematiek in de organisatie. Voor zover ingevuld wordt de omvang van de problematiek in de eigen organisatie door de cursisten geraamd op 1 tot 6%. Alhoewel ook bij deze groep het alcoholbeleid nog veelal in de kinderschoenen staat -er is bijvoorbeeld meer ongeschreven, dan vastgelegde regelgeving-, onderscheidt zij zich door de hoeveelheid concrete plannen die op tafel liggen. Op de plannen van de cursisten wordt later in dit hoofdstuk nader ingegaan. Een verdere vergelijking is helaas niet verantwoord. In absolute aantallen wordt in tabel 5 een overzicht van het alcoholbeleid in de cursusgroep weergegeven.

Tabel 5 Stand van het alcoholbeleid in de cursusgroep.

In absolute getallen:

	ja	nee	plan	weet niet/ nvt
- ongeschreven regels mbt alcohol tijdens het werk	7	1	1	-
- schriftelijk vastgelegde regels hieromtrent	4	3	2	-
- alcoholvrij of alcoholarm receptiebeleid	-	5	3	1
- alcoholvrije kantine(s)	5	2	1	1
- sancties bij incidenten	4	1	3	1
- voorlichtingsactie(s)	1	4	4	-
- interne hulpverlening	6	1	2	-

Vrijwel alle cursisten zijn voor wat betreft het eigen bedrijf redelijk tot goed op de hoogte van de bestaande regelgeving en procedures ten aanzien van alcohol. De weg te vinden naar externe hulpverlenende

instanties lijkt in dit verband eveneens nauwelijks problematisch. De personeelsfunctionaris werd telkens genoemd als aanspreekpunt voor aan alcohol gerelateerde problemen in de organisatie. Voor zover aanwezig zijn daarnaast de bedrijfsarts, de bedrijfsmaatschappelijk werkster/er en het sociaal-medisch team de aangewezen personen of instanties. Ook in de Arbo/VGW-commissie kan men in een aantal gevallen terecht 'als het om alcohol gaat'. Afgezien wellicht van de Arbo/VGW-commissie, is tot zover de uitkomst tamelijk voor de hand liggend. Opmerkelijker is dat, hoewel sporadisch voorkomend, de genoemde functionarissen en overlegstructuren kennelijk niet in alle gevallen als aanspreekpunt functioneren. Uit de vervolggesprekken blijkt dat soms een wat al te tolerante houding van de betrokken functionaris ten aanzien van alcohol daar debet aan is. Indien stafleden, of leden van het middenkader niet coöperatief zijn, bevordert dat de ontwikkeling van een breed en geïntegreerd alcoholbeleid uiteraard niet. Bij de aanvang van de cursus werden verder als mogelijke beletsels genoemd: acceptatie verkrijgen bij de uitvoerenden, goede randvoorwaarden (tijd, geld en bevoegdheden) en in één organisatie verwacht men problemen om alcoholbeleid bij het management gefiatteerd te krijgen. In het volgende deel wordt nagegaan of de verwachtingen in de praktijk bewaarheid werden.

Het geplande alcoholbeleid na afloop van de cursus

Aan de cursisten werd de vraag voorgelegd welke zaken zij concreet denken aan te pakken met de opgebouwde kennis en vaardigheden. In de volgende tabel staan de alcoholbeleidsaspecten in absolute getallen. De plannen van de cursisten zijn afzonderlijk beschouwd. Met eventuele dubbeltellingen, veroorzaakt door de aanwezigheid van twee functionarissen uit eenzelfde organisatie, is rekening gehouden.

Tabel 6 Het geplande alcoholbeleid

	zeer wenselijk maar niet haalbaar	opzetten/ invoeren	verbe- teren	geen plannen/ nvt
- regelingen mbt alcoholgebruik tijdens het werk	1	2	3	2
- voorlichtingscampagne in eigen bedrijf	-	4	1	2
- incidentenbeleid	-	2	5	1
- sanctiemaatregelen	1	2	2	3
- speciale contactpersonen voor werknemers met alcoholproblemen	2	-	2	4
- alcoholcommissie	1	1	1	5
- hulpverlening	-	2	4	1

Uit het overzicht blijkt het accent van de plannen te liggen bij het opstellen of verbeteren van een incidentenbeleid. Daarna gevolgd door aandacht voor de interne hulpverlening, de regelgeving voor alcoholgebruik in werktijd, sancties en plannen voor een voorlichtingsactie in het eigen bedrijf. Het plan tot het instellen van een alcoholteam of een speciaal te benoemen vertrouwenspersoon vindt minder aftrek. Mogelijkerwijs heeft het aangrijpende levensverhaal van de zogeheten ervaringsdeskundige de plannen in de richting van het incidentenbeleid en de hulpverlening extra nadruk gegeven.

Beleidsactiviteiten zes maanden later

Uit de vervolggesprekken is de conclusie dat in vijf van de zeven bedrijven het alcoholbeleid nog steeds een aandachtspunt is. In één bedrijf daarvan is het alcoholbeleid zelfs in een praktische fase. In drie bedrijven, zijn inmiddels conceptualcoholnota's geformuleerd die aan diverse betrokkenen in de organisatie zijn voorgelegd. In één bedrijf is vooruitlopend op het ontwerp van een geïntegreerd alcoholbeleid gestart met de uitvoering van een deelaspect, te weten een striktere reglementering ten aanzien van het alcoholgebruik tijdens de werktijd. In twee bedrijven tenslotte zijn verdere activiteiten ten aanzien van dit thema voorlopig opgeschort. In één bedrijf lag de oorzaak vooral in een ingrijpende reorganisatie en daarmee gepaard gaande krimpende middelen.

In het andere bedrijf werd na ruggespraak met het hoofd personeelszaken vooralsnog afgezien van de verbeteringsplannen voor de bestaande procedures en (al tamelijk strakke) regelgeving, wegens het ontbreken van actuele problemen. Alhoewel het nog te vroeg is voor algemene conclusies kan als vooronderstelling worden geponeerd dat de bedrijven met belangstelling voor het thema alcohol in werksituaties geneigd zijn op deelaspecten een beleidsplan uit te werken. Van een geïntegreerd alcoholbeleidsplan lijkt weinig sprake te zijn. Een overzicht van de concrete beleidsplannen staat beschreven in bijlage 4.

5 De evaluatie van de campagne

5.1 Het bereik van de mailing

Het bereik is op twee manieren bekeken. Ten eerste is het aantal reacties dat voortkwam uit de enquête van belang. Daarnaast is de appellerende werking van de campagne hier behandeld.

Wat het aantal reacties betreft blijkt 55% van de adviesvragende bedrijven door de publiciteitscampagne te zijn geactiveerd. 36% reageerde naar aanleiding van de 'direct mailing' (de informatiemap), 19% vernam van de campagne via de krant. De overige adviesvragen kwamen via andere kanalen bij de Volksbond terecht. Meestal was dat van horen zeggen of een combinatie van alle hierboven genoemde wegen.

Van het totaal aantal reacties, dat wil zeggen de adviesvragen en de deelnemende cursisten bijelkaar, komen 50 van de 81 contacten direct voort uit de campagne, dat is 62% van de responsgroep. Uitgaande van de Kamer van Koophandel-cijfers is het bereik van de campagne 2,7% geweest en afgaande op het gehanteerde adressenbestand is dat 1,7%. Volgens marketingnormen is 1% een redelijk, en 2,7% een redelijk hoge respons op een dergelijke actie (4). Hierbij moet bovendien worden aangetekend dat de aanprijzing van een advies- en cursusaanbod ten aanzien van alcohol in werksituaties niet het gemakkelijkste produkt is. Vanuit dat oogpunt bezien mag de respons als resultante van de campagne bemoedigend worden genoemd.

In hoeverre het campagnemateriaal, en met name de documentatiemap bij de doelgroep is aangeslagen, is bekeken aan de hand van het oordeel hierover van de referentiegroep. De mening van de responsgroep is in dit verband minder interessant. Immers, deze groep is al over de streep getrokken, zij hebben gereageerd. Het gaat erom, de respons in toekomstige project-onderdelen te vergroten.

De referentiegroep

Circa 8% van de referentiegroep had de documentatie niet ontvangen of wist zich de ontvangst niet meer te herinneren. Desgewenst werd de map

alsnog toegezonden. In 55% van de gevallen is de documentatie ook daadwerkelijk bij de aangeschreven directieleden op tafel gekomen. In sommige gevallen is bij de interne (post)verdeling de map rechtsstreeks bij de afdeling Personeelszaken of de Bedrijfsgezondheidsdienst terechtgekomen, soms bereikte hen de map vanuit de directie, soms ook bleef de documentatie bij het secretariaat liggen. In andere gevallen is de gang van de map onnavolgbaar en kon de ontvanger pas na enig zoekwerk gevonden worden. Het is de vraag of de directie wel de aangewezen doelgroep is voor een dergelijke mailing, want van de 30% die de map niet inkeken, betrof dit verhoudingsgewijs vooral directieleden (86%). In één op de vijf bedrijven verdween de map in de prullenmand. In nog eens één op de vijf bedrijven belandde de map 'pro memori' in de stapel en werd verder niet bekeken. Deze uitkomst komt zowel relatief als absoluut op het conto van directies te staan. Kennelijk hebben zij minder tijd om informatiemateriaal te bekijken. Hun belangstelling is namelijk in vergelijking met de overige 'contactpersonen' volgens eigen zeggen gelijk.

De enquête werd voor het grootste deel afgenomen bij de laatste ontvanger in een organisatie. 70% van de ondervraagden heeft de documentatie ingekeken. De helft daarvan ondernam actie naar aanleiding van de gelezen informatie. De actie variëerde van doorgeven aan een betrokken functionaris (PZ, BMW, de chef), terug naar het management, tot het laten rouleren onder het uitvoerende personeel. De map werd dan meestal in circulatie gebracht via een leesmap, de leestafel of iets dergelijks. Vooral in de niet-industriële bedrijven werd de documentatie op een breder niveau verspreid. Eén op de drie mappen kreeg aldus een veelvoudig gebruik.

5.2 De cursusevaluatie

Unaniem positief is de mening van de cursisten over de opzet, de presentatie en de organisatie van de cursus. Men was goed te spreken over de duidelijkheid en de presentatie van de aangeboden stof. Enkelen gaven aan vooral door het aangrijpende verhaal van de ervaringsdeskundige (2x) extra gemotiveerd te zijn geraakt om een bijdrage te leveren tot het in gang zetten van een alcoholbeleid. Commentaren als "prettige sfeer" en de cursus bood "de gewenste professionele aanpak" spreken voor zichzelf. Ook wat betreft de "nieuw geleerde dingen", waren de meningen tamelijk

eenduidig. De uitwerking van het begrip alcoholbeleid (3x) en de geboden motivatietechniek (volgens Miller) (4x) zijn hierbij het meest vermeld. Als interessant punt werd daarnaast genoemd "hoe andere bedrijven de problemen signaleren en oplossen".

Het optreden van de externe deskundige van de alcoholhulpverlening werd echter door een aantal cursisten als weinig inzichtgevend ervaren. Het zou een reclameachtig verhaal zijn, zonder in te gaan op de specifieke frictiepunten tussen de hulpverlening en het bedrijfsleven. Ideeën over hoe de contacten en de communicatie verbeterd kunnen worden kwamen daardoor niet aan bod. Over de inwendige verzorging van de cursisten was in het algemeen lof. Eén opmerking betrof de wens tot het serveren van meer frisdranken tijdens het 'werk'. In hoeverre de cursus ook inhoudelijk gezien voldeed aan de specifieke wensen en verwachtingen van de cursisten komt tot uitdrukking in de beantwoording van de vraag: "Kunt u van de volgende cursusonderdelen aangeven in hoeverre deze aan uw behoefte hebben voldaan?", zie tabel 7.

Ten opzichte van het kennisopbouwende deel blijkt het aspect van de vaardigheidstrainingen zowel op het beleidsmatige vlak als de gesprekstechnieken te compact te zijn geweest. In het begeleidend commentaar wordt onder meer het volgende hieromtrent opgemerkt:

"De gesprekstechniek is in feite te kort om er echt iets aan te hebben in de praktijk". "Informatie gewenst over gerichte gesprekstrainingsmogelijkheden voor deze problematiek".

Tabel 7 De cursusevaluatie van de deelnemers op inhoudelijke aspecten

		te weinig	genoeg	te veel	geen mening
- de vooraf toegezonden informatie	-		8	-	1
- kennis ten aanzien van het verschijnsel alcoholisme	-		9	-	-
- inzicht in de aspecten van een alcoholbeleid	1		8	-	-
- vaardigheid in het zelf opzetten van een alcoholbeleid	7		2	-	-
- kennis over het houden van een confrontatiegesprek	3		5	-	1
- vaardigheidstraining voor gespreksvoering	5		4	-	-

"De instructies om de rollenspellen uit te voeren waren te summier", "Er was teveel informatie binnen korte tijd (...)". Of heel kort: "Meer ruimte voor rollenspel/video". De volgende suggesties tot verbeteringen van de cursus zijn genoemd. De praktijkvoorbeelden zouden niet alleen vanuit de bedrijfsmaatschappelijke kant bekeken moeten worden, maar vanuit het totale bedrijfsbeleid. De inhoud van de cursusedagen is niet op elkaar afgestemd. Het bevat twee sporen die niet worden geïntegreerd, te weten de beschrijving van het ziektebeeld enerzijds en de hulpverlening anderzijds. Het verhaal van de ervaringsdeskundige bood bijvoorbeeld voldoende concrete leerpunten voor de hulpverlening en een alcoholbeleid, waar geen gebruik van is gemaakt.

5.3 De bijdrage tot het in gang zetten van een alcoholbeleid

Hieronder worden de acties en werkzaamheden van de Volksbond ten aanzien van de adviesvragende bedrijven en de cursusgroep nader toegelicht.

Adviesvragende bedrijven

Aan negen bedrijven werd alleen telefonisch advies verstrekt. 63 bedrijven kregen daarnaast allerlei extra informatiemateriaal toegezonden. In ruim de helft van het aantal verzendingen waren geen kosten verbonden aan de verlangde documentatie. 33 maal is door de Volksbond een persoonlijk oriënterend advies gesprek aangeboden. Eind juli hadden 15 persoonlijke gesprekken met bedrijfsfunctionarissen plaatsgevonden. Drie van de 72 adviesvragende bedrijven hadden een dusdanig ernstig alcoholprobleemgeval in huis, dat zij werden doorverwezen naar een betrokken hulpverlenende instantie in de regio. Wat de bedrijven vervolgens met de ingewonnen adviezen ondernamen is niet in alle gevallen bekend. Van de bekende activiteiten (met de helft werd het contact herhaald) was het resultaat slechts in één geval teleurstellend: het plan van de betreffende bedrijfsfunctionaris om een alcoholbeleid op te zetten werd niet met instemming begroet en vervolgens afgewezen. In de andere gevallen varieerden de activiteiten op bedrijfsniveau van het schrijven van artikelen, het volgen van een cursus, een model alcoholbeleid ontwerpen en voorlichtingsacties houden tot folders onder het personeel verspreiden. Tenslotte werden in een klein aantal gevallen de noodzaak en de mogelijkheden van een op te zetten alcoholbeleid door de organisatie in onderzoek genomen. De adviesresultaten van de Volksbond

voor zover bekend evaluerend, kan gesteld worden dat bij nagenoeg alle adviesvragende bedrijven de ontwikkeling ten aanzien van alcoholbeleidsactiviteiten in positieve zin is gestimuleerd.

De cursus en het verloop van alcoholbeleidsplannen

Los van de inhoud van de diverse (verbeterings)plannen ten aanzien van het alcoholbeleid, lijkt een nadere blik op het wordingsproces van plan naar eindstadium ten tijde van de cursus, vanuit het oogpunt van de cursusevaluatie interessant. Daarbij komen drie van de mogelijke varianten voor een beschouwing in aanmerking. Een korte analyse van deze varianten dient als hulpmiddel bij de beantwoording van de vraag hoe en of de cursus de plannen ten aanzien van het alcoholbeleid heeft beïnvloed. Ten tweede is gekeken of de cursus heeft bijgedragen aan de ontwikkeling van alcoholbeleidsactiviteiten. Daartoe werd telkens per deelnemend bedrijf bekeken hoe de stand van het alcoholbeleid was voorafgaand aan de cursus, welke plannen er voor de cursus werden aangemerkt, of de plannen ten tijde van de cursus eventueel veranderden, en wat er daarvan na zes maanden is verwezenlijkt.

De drie varianten zijn:

- alcoholbeleidsaspecten waren al voor de cursus operationeel, maar bleken tijdens de cursus voor verbetering vatbaar;
- alcoholbeleidsplannen bestonden al voor de cursus, en zijn tijdens de cursus verlaten, of gehandhaafd;
- de betreffende alcoholbeleidsaspecten waren voor de cursus niet geregeld en evenmin bestonden er plannen in die richting. Door de cursus werd het beleidsaspect evenwel in het plannenpakket opgenomen.

Tijdens de onderzochte cursus bleken acht bestaande beleidsregelingen ten aanzien van alcohol voor verbetering vatbaar. In vier van de gevallen is de geplande verbetering ook daadwerkelijk uitgevoerd, twee plannen zitten nog 'in de pijplijn' en tweemaal is de uitvoering ervan mislukt.

Vijftien maal werd, voorafgaand aan de cursus, aangegeven dat de betreffende beleidsaspecten in de planning waren opgenomen. Daarvan zijn zes plannen (40%) inmiddels uitgevoerd, zeven zijn nog in ontwikkeling, twee plannen (w.o. disciplinaire maatregelen) bleken na het volgen van de cursus bij nader inzien niet wenselijk of niet haalbaar. Eén van de laatste twee werd in latere instantie toch weer in de plannen opgenomen.

De derde variant te weten de cursist had geen plannen vooraf maar tijdens de cursus werd een idee ontwikkeld, kwam zesmaal voor in deze cursus. Vier plannen bleken na zes maanden mislukt of afgevoerd (67%), twee zijn nog in voorbereiding. Geen enkel plan uit deze derde variant is dus uitgevoerd.

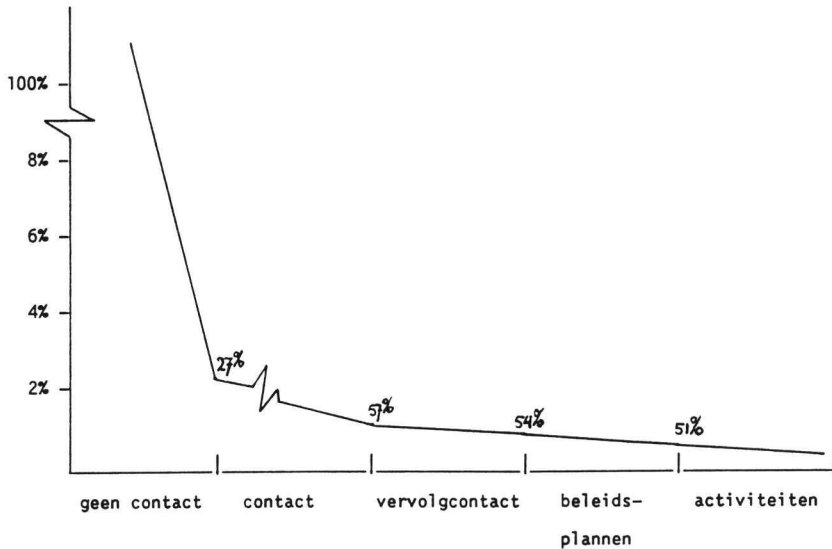
Uit de bovenbeschreven patronen kan men enkele voorzichtige conclusies trekken. Het stadium van de plannen of maatregelen ten tijde van de deelname aan de cursus speelt een belangrijke rol bij de doorlooptijd van plan naar uitvoering. Hoe verder een bedrijf is met (aspecten van) een bedrijfsalcoholbeleid, hoe groter de kans dat op een tamelijk korte termijn van zes maanden plannen of verbeteringen kunnen worden gerealiseerd. Van de plannen die tijdens de cursus ontstonden is nog geen enkel plan in een praktische fase beland. Het merendeel van de plannen uit deze groep is weer van tafel verdwenen. Mogelijkerwijs duidt dit erop dat de cursisten veelal bij voorbaat al heel concrete plannen hebben of met een selectief gerichte belangstelling voor acties de cursus ingaan. Deze actiebereidheid is kennelijk slechts tijdelijk te beïnvloeden. Immers, na afloop komen de cursisten weer terug in de eigen arbeidsorganisatie met de bestaande (alcohol)cultuur en de specifieke knelpunten en randvoorwaarden. Lijkt het moeilijk de bestaande beleidsplannen van de cursisten op grond van verworven kennis uit te breiden, omgekeerd komt het ook weinig voor dat de geboden cursusstof de cursisten helpt bij het stellen van prioriteiten. Anders gezegd, het lijkt erop dat de bedrijfsafhankelijke factoren aanmerkelijk zwaarder wegen bij de verdere ontwikkeling van een bedrijfsalcoholbeleid dan de geleerde kennis en vaardigheden die de cursus biedt.

In een samenvattend schema zijn tenslotte de bevindingen van de twee hoofdvragen in dit onderzoek zoals deze in hoofdstuk drie zijn geformuleerd, aangegeven.

In schema:

Figuur 4 De resultaten van de campagne en de vervolgactiviteiten van de geïnteresseerde organisaties

Populatie (n= ca. ± 1800)



n= 50

| vraag 1 |

| onderzoeksvraag 2 |

n= 79

45

43

40

5.4 Alcoholproblematiek en -beleid

Zoals verwacht kan worden is men in de gehele onderzoeksgroep bekend met alcoholproblematiek. In slechts één bedrijf heeft men activiteiten ondernomen naar aanleiding van een al opgelost probleemgeval terwijl verder geen actuele problemen in het bedrijf bekend zijn. Wel is in juist dat bedrijf geconstateerd dat de animo tot het optimaliseren van het

bestaande alcoholbeleid gering is. Men volstond met het volgen van een cursus. Op dit punt kan geconcludeerd worden dat overwegend pas actie wordt ondernomen nadat de alcoholproblematiek in het eigen bedrijf gaat spelen. In géén der bedrijven vloeide het initiatief tot contact voort uit het voornemen op mogelijke alcoholproblematiek vooruit te lopen. Het is overigens niet zo dat de omvang van de bestaande alcoholproblemen invloed heeft op de snelheid waarmee een alcoholplan wordt ingevoerd. De uitkomsten van dit onderzoek leren dat dit veeleer afhankelijk is van factoren als:

- de positie en de vaardigheden van de initiatiefnemer(s);
- geïnteresseerde(n) die het voortouw willen nemen;
- de medewerking of weerstand vanuit het middenkader en/of directie;
- de medewerking of terughoudendheid van het uitvoerend personeel, in casu de OR;
- economische en organisatorische (knel)punten zoals een kosten/baten besef, reorganisatie, bezuiniging en dergelijke;
- de mogelijkheid om de eerste oriënterende stappen extern en de voorbereidingen tot een ontwerp in een collegiaal samenwerkingsverband te kunnen doen;

Blijkens de enquête bestaat in de onderzoeksgroep de behoefte aan contact en overleg met andere vergelijkbare bedrijven over de valkuilen en succesvoorwaarden van een alcoholbeleidsplan. De bedrijven die reageerden verschillen in bovenvermeld opzicht met de referentiegroep. In de laatste groep bleek circa éénderde zich bewust van de problematiek, maar dit gaf niet meteen aanleiding tot beleidsacties. Illustratief is in dit verband het interview met een personeelsfunctionaris uit de referentiegroep waarin door de geënuquêeerde het probleem werd voorgelegd van tamelijk harde vermoedens ten aanzien van een personeelslid. Desondanks had de betreffende functionaris nog niet overwogen op voorhand procedures en richtlijnen voor incidenten te formuleren. Aan deze groep zijn bewustmakende acties daarom goed besteed. Immers, in alle bedrijven die wel geïnteresseerd raakten in een alcoholbeleid ging daar een bewustwordingsproces aan vooraf.

Tenslotte valt op te merken dat in de referentiegroep 7% alcoholbeleidsactiviteiten heeft ondernomen terwijl er volgens de informanten nu geen actuele alcoholproblemen in de organisatie meer bestaan. Binnen de referentiegroep kent in totaal 29% van de bedrijven en

instellingen beleidslijnen ten aanzien van alcohol en werk. Voor deze groep bedrijven bood de huidige documentatie van de campagne wellicht te weinig nieuwe stof. Toch zou een campagne ook voor hen nog van enig nut kunnen zijn. Gebleken is namelijk dat ook in bedrijven met een voltooid alcoholbeleid het thema steeds levend gehouden moet worden met nieuwe documentatie over hetzelfde onderwerp.

6 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk zijn enkele conclusies en aanbevelingen weergegeven, gegroepeerd rond drie centrale onderdelen van het project Alcohol en Werk van de Volksbond tegen Drankmisbruik, te weten de mailing, de adviezen en de cursus.

De mailing

Afgezien van de vraag of de genoemde percentages nu mee- of tegenvallen over schriftelijke informatie aan een groot publiek, kan het volgende gezegd worden. Uit de reacties van de ondervraagden bleek dat de map niet altijd meteen was bekeken. Hij belandde op de stapel of raakte soms zoek. Hoewel kwalitief goed, is de aangeboden documentatie wellicht toch te omvangrijk. De hoeveelheid informatie is mogelijk te groot voor een eerste kennismaking met het thema. Vanuit marketing-overwegingen zou een minder uitgebreide mailing voor 'het eerste contact' te verdedigen zijn. Uit de reacties is naar voren gekomen dat de informatiemap in veel gevallen na lezing is doorgegeven aan andere geïnteresseerden binnen de organisatie of een plaats heeft gekregen op de leestafel. Deze vormen van 'tweede' gebruik kunnen worden gestimuleerd door hiermee rekening te houden bij de vormgeving en door het gebruik van duurzaam materiaal. Onder het motto 'eerst een aasje en dan een visje' is het volgende alternatief voor handen. Zo massaal mogelijk kan in de vorm van een beknopte folder een eerste, wat vluchtig contact met de doelgroep gemaakt worden. Zo'n folder moet echter wel voldoen aan een tweetal eisen, namelijk opvallend van tekst en creatief van vorm, en zo mogelijk geschikt voor een tweede gebruik. Te denken valt aan een vouwblad of een poster. Hiermee zou iets extra's kunnen worden gedaan, zoals het toevoegen van een mogelijke nevenfunctie: ruimte voor telefoonnummers, nuttige adressen, tips op de folder etcetera. De achterliggende gedachte hierbij is dat een kleinere en goedkopere folder in grotere oplagen kan worden verspreid. Door de nuttige nevenfunctie bestaat de kans dat er meer mee gedaan wordt, opgehangen of neergelegd en zo meer blik vangt. Dit met het doel 'de boodschap' bij meer mensen onder de aandacht te brengen dan alleen de ontvanger. Uit de onderzoeksgegevens blijkt namelijk dat de initiatiefnemers voor een alcoholbeleid in sommige

gevallen meer gedreven worden vanuit een persoonlijke betrokkenheid terwijl het bedrijf (nog) geen standpunt heeft geformuleerd. Het is van belang dit potentieel te bereiken bij het in gang zetten van een alcoholbeleid. De uitgebreide documentatie zou daarna op aanvraag aan de geïnteresseerde groep kunnen worden verstrekt. Wat betreft de inhoud geldt dat mogelijk de aan alcoholgerelateerde knelpunten zoals ziekteverzuim en andere kostenposten als attentiepunt meer nadruk kunnen krijgen in een eerste mailing. Daarnaast zou een thema behandeld in 'voorbeeldvorm', zoals een voorbeeld van een alcoholbeleid of een verslag van een vergadering waarin 'alcohol' wordt besproken, meer aandacht trekken. Op basis van NIA-ervaringen op belendende terreinen blijkt behoefte te bestaan aan informatie met herkenbare voorbeelden.

De bedrijven en instellingen die na ontvangst van de informatiemap contact hebben opgenomen met de Volksbond, blijken vooral grote tot zeer grote organisaties (meer dan 500 werknemers) te zijn. Daarnaast komt naar voren dat instellingen uit de niet-zakelijke dienstverlening oververtegenwoordigd zijn. Er zijn echter geen grote verschillen geconstateerd tussen diverse sectoren met betrekking tot de ervaring met alcoholproblemen. Wel ondernemen organisaties uit de onderzoeksgroep veel vaker beleidsactiviteiten op dit terrein dan organisaties uit de referentiegroep. Met name op het punt van de bewustwording van het nut en de noodzaak van een alcoholbeleid kan een voorlichtingscampagne resultaten geven. Het valt te overwegen voor bedrijven uit sectoren van waaruit wat minder response komt, specifiek voorlichtingsmateriaal te ontwikkelen.

De adviezen

In de onderzoeksperiode hebben 72 organisaties contact opgenomen met de Volksbond voor informatie en advies. Een groot aantal vragen is met behulp van schriftelijk materiaal beantwoord. Bij vragen over de ontwikkeling van een alcoholbeleid, is aangeboden in persoonlijke gesprekken advies te geven. Eind juli 1987 hadden vijftien van dergelijke gesprekken plaats gevonden. Opvallend hierbij is dat bijna de helft van de adviesvragen afkomstig is van personeelsfunctionarissen en/of leden van sociaal-medische teams. Aanleiding voor het contact waren meestal de omgang met probleemdrinkers in de organisatie en onduidelijkheden en barrières bij opzet en invoering van alcoholbeleid.

Aanbeveling: Aangezien vooral mensen vanuit personeelszaken of de bedrijfsgezondheidszorg contact opnemen, is het van belang deze categorieën in de benadering van organisaties apart aan te schrijven.

In veel gevallen bleek niet alleen de documentatiemap doorslaggevend te zijn geweest bij de beslissing contact op te nemen. Ook de berichtgeving via andere media was hierbij van belang. De algemene voorlichtingscampagne van het Ministerie van WVC heeft zeker een ondersteunende rol gespeeld. Het verdient dan ook aanbeveling in het project niet alleen informatiemateriaal te verspreiden, maar tevens te stimuleren dat andere media aandacht besteden aan het onderwerp.

De cursus

Uit de drie onderzoeksmomenten (begin, einde en zes maanden na afloop van de cursus), blijkt dat de deelnemers zeer tevreden waren met de opzet en inhoud van de cursus. Kritiek was er op de tijdsduur: twee dagen wordt ervaren als te kort om inzicht te krijgen in de verschillende aspecten van alcohol en werk. Tevens was men van mening dat de verschillende onderdelen beter op elkaar kunnen aansluiten. Een dergelijke cursus levert echter wel een bijdrage aan de ontwikkeling van (onderdelen van) het beleid in de organisatie.

Zes maanden na de cursus is de ervaring dat beleidsontwikkeling en -implementatie een langdurig proces is. Met name op het niveau van management en middenkader ondervinden de respondenten weerstanden. Het verdient aanbeveling in de cursus meer aandacht te geven aan probleemoplossende strategieën ter invoering van alcoholbeleid.

Opvallend was dat de deelnemers vooral afkomstig zijn uit grote organisaties waar sprake is van redelijk ver ontwikkeld beleid met betrekking tot veiligheid, gezondheid en welzijn, hetgeen waarschijnlijk samenhangt met de bedrijfsgrootte. Ondanks deze constatering blijkt zes maanden na de cursus dat geïntegreerde beleidsplannen nog niet van de grond zijn gekomen. Dit in tegenstelling tot de verwachting van een aantal cursisten.

Tenslotte

Uit het evaluatie-onderzoek is gebleken dat de weerstand tegen de aanpak

van alcoholproblemen op het werk minder groot is dan enige jaren geleden. De activiteiten van de Volksbond, algemene voorlichtingscampagnes over alcohol en toegenomen aandacht van de media hebben een belangrijke rol gespeeld bij deze verandering. Het gevolg van deze activiteiten is tevens dat steeds meer personen al enige kennis hebben van de aanpak van alcoholproblemen op het werk. Voor hen zal in de toekomst nieuw informatiemateriaal gemaakt moeten worden ter bevordering van de deskundigheid en ter stimulering van de opzet van alcoholbeleid.

Steeds meer bedrijven zijn met alcoholprogramma's aan de slag gegaan. Programma's die zonder uitzondering een langerdurend karakter hebben. Teneinde dit proces te blijven stimuleren is de productie van nieuwe voorlichtingsmaterialen noodzakelijk. Daarnaast is de ontwikkeling van nieuwe modellen en strategieën voor organisaties van verschillende grootten, uit verschillende sectoren, en in verschillende stadia van beleidsontwikkeling nodig.

7 Aandachtspunten voor nader onderzoek

Ten aanzien van het bereik van de campagne is gewezen op de mogelijkheid om de doelgroep bij de eerste kennismaking op een breed niveau te benaderen middels een beknopte maar blikvangende mailing. Pas na gebleken belangstelling zou uitgebreidere documentatie kunnen worden verstrekt.

Om deze aanbeveling op haar merites te toetsen zou in één der komende deelcampagnes met deze aanpak kunnen worden geëxperimenteerd. De resultaten van dit experiment zouden vervolgens in een vergelijkend onderzoek zichtbaar kunnen worden gemaakt.

Tot op heden is te weinig kennis opgebouwd over de in ons land voorkomende kritische (succes)factoren die een rol spelen bij het ontwikkelen van alcoholbeleidsplannen en het implementeren van een bedrijfsalcoholbeleid. Om deze reden kan een receptuur voor een optimale bijdrage van alcoholbeleidsdeskundigen aan het bedrijfsleven nog niet worden geleverd. Een beleidsonderzoek naar alcoholprogramma's in Nederlandse arbeidsorganisaties is voor dit streven een bij uitstek dienstig middel.

Noten

(1) Zo worden de termen bedrijfsalcoholbeleid en alcoholbeleidsactiviteiten in dit rapport veelvuldig maar niet in gelijke betekenis gebruikt. In de gehanteerde terminologie is bewust een onderscheid aangebracht. De term bedrijfsalcoholbeleid is gereserveerd voor bedrijven waarin de activiteiten op dit terrein voldoen aan een ideaal-typisch alcoholbeleidsmodel. Dat wil zeggen dat de bedrijfsalcoholactiviteiten tesamen een breed, structureel en coherent geheel vormen, waarin inhoudelijk drie basiselementen zijn gevat (Bouwer et al, 1986). Over alcoholbedrijfsactiviteiten wordt in dit rapport gesproken wanneer weliswaar geen sprake is van een bedrijfsalcoholbeleid, maar de activiteiten zich in een dusdanig stadium bevinden dat beleidsmatig gezien een bepaald minimumniveau is gepasseerd.

Zie voor een uitgewerkte begripsomschrijving verder bijlage 1; de drie basiselementen staan eveneens beschreven in het woord vooraf.

(2) In deze telling zijn de overheidsinstellingen niet opgenomen. De personeelssterkte is gebaseerd op enkel de voltijd-medewerkers. Het gebruikte adressenbestand voor de verzending van de informatiemap is daarentegen omvangrijker dan de nadien verkregen opgave van de Kamer van Koophandel. Gebleken is dat in de adreslijst abusievelijk soms adressen stonden vermeld van bedrijven met minder dan 50 werknemers. Bij de mailing is de informatiemap zoveel mogelijk op naam verzonden. Op deze wijze ontvingen bedrijven in sommige gevallen twee mappen, dat het aantal benaderde bedrijven vertekende. De adreslijst bevatte daarentegen wel de overheidsinstellingen. Omdat het cijfer van de Kamer van Koophandel de omvang van de doelgroep niettemin het dichtst benadert, is verder hiervan uitgegaan.

(3) Enkele bedrijven behoorden achteraf strikt genomen qua bedrijfsgrootte niet tot de doelgroep. Een deel daarvan is niettemin in de referentiegroep opgenomen.

(4) Deze uitspraken zijn gedaan door Prof. S. Vögeler in een seminar dat in oktober 1986 is gehouden te Haarlem. De organisatie lag in handen

van Vierhand. In dit verband werd tevens melding gemaakt van het progressief versterkende effect van een herhalingsmailing.

Literatuur

BOOGAARD, J., F. GLASTRA, P.P.A. PETERS, 'Alcohol en arbeidsomstandigheden; Een literatuuronderzoek'. Voorburg, 1986

BOUWER, W.J., e.a., 'Alcohol en Werk; Bouwstenen voor een bedrijfsalcoholbeleid'. Leidschendam, 1986

DERCKX, J., J. de LOOR, 'Alcohol en Arbeid, Deel 2. Een exploratief onderzoek in Rotterdam', NCGV. Utrecht, 1982

RAAT, H, 'Alkoholproblematiek en hulpverlening', academisch proefschrift. Amsterdam, 1987

SCHIPPERS, G.M., e.a. (red.), 'Programma-evaluatie in de geestelijke gezondheidszorg'; Conferentieverlag, Nijmegen 26-27 januari 1984; Swets en Zeitlinger. Lisse, 1984

SVO, Evaluatie-onderzoek; achtergronden en uitgangspunten voor beleidsvoering; Stichting voor Onderzoek van het Onderwijs, januari 1980

VRIJ-STANDHARDT, W.G., e.a., 'Signalering van alcoholproblematiek in de verzekeringsgeneeskunde'; resultaten van een onderzoek bij enkele GAK-kantoren en een BGD in Drenthe, juni 1987

Lijst van tabellen en figuren per hoofdstuk

3 Opzet, methode en uitvoering van onderzoek

Figuur 1 Evaluatiepunten in het onderzoek

Figuur 2 Onderzoeksgebied

Figuur 3 De onderzoeksopzet wat betreft de cursus

Tabel 1 Bedrijven vanaf 50 werknemers in Zuid-Holland (b), vergeleken met de onderzoeksgroep (o) en de referentiegroep (r) ten aanzien van grootte en activiteit

Tabel 2 De stand van het alcoholbeleid in de referentiegroep per aspect

Tabel 3 Alcoholproblematiek en -beleid vergeleken tussen de referentie- (r) en de onderzoeksgroep (o)

4 Het alcoholbeleid in de onderzoeksgroep: de stand van zaken

Tabel 4 Mogelijke activiteiten met betrekking tot een alcoholbeleid bij de cursisten

Tabel 5 Stand van het alcoholbeleid in de cursusgroep

Tabel 6 Het geplande alcoholbeleid

5 De evaluatie van de campagne, de advisering en de cursus

Tabel 7 De cursusevaluatie van de deelnemers op inhoudelijke aspecten

Figuur 4 De resultaten van de campagne en de vervolgactiviteiten van de geïnteresseerde organisaties.

Bijlagen

Bijlage 1 Begripsomschrijvingen

Bijlage 2 De onderwerpen in de vragenlijsten

Bijlage 3 De cursusevaluatie: een samenvatting uit de verslagen van
vervolgesprekken

Bijlage 4 Overzicht van het bedrijfsalcoholbeleid in de cursusgroep

BIJLAGE 1 BEGRIPSOMSCHRIJVINGEN

Hieronder worden enkele begrippen toegelicht die veelvuldig worden gebruikt in het rapport.

Met alcoholproblemen in werksituaties wordt bedoeld:

1. alle alcoholincidenten in de arbeidsorganisatie tijdens de afgelopen verder niet omschreven periode;
2. ziekteverzuim, verstoorde werkrelaties, (bedrijfs)ongevallen of andere negatieve (bedrijfs)situaties, waarin alcohol een rol speelde;
3. de aanwezigheid van één of meer (ex)werknemers met vermoedelijke of erkende alcoholproblemen.

Over alcoholbeleidsactiviteiten wordt gesproken wanneer tenminste sprake is van een procesmatige ontwikkeling, waar onder:

1. maatregelen en procedures betreffende het signaleren en behandelen van probleemdrinkers;
2. van schriftelijk vastgelegde regels over het alcoholgebruik tijdens werkuren en de pauzes (in combinatie met één of meer andere maatregelen op dit gebied).

Bedrijfsalcoholbeleid is een breed en structureel alcoholprogramma waarin drie basiselementen zijn terug te vinden:

1. een preventief beleid;
2. een vastgelegd signalerings- en incidentenbeleid;
3. richtlijnen voor de interne hulpverlening.

De alcoholcultuur is de vorm waarin mensen, vanuit een gemeenschappelijke achtergrond, zich in relatie met alcohol gedragen en met elkaar omgaan en waaraan zij zichzelf en anderen herkennen.

In dit rapport zijn de termen bedrijf, instelling en arbeidsorganisatie in analoge betekenis gebruikt.

BIJLAGE 2 DE ONDERWERPEN IN DE VRAGENLIJSTEN

1. De adviesvragende bedrijven

- De checklist:
- bedrijfskenmerken (grootte en activiteit)
 - functiekenmerken van de aanvrager/initiatiefnemer
 - aanleiding van de vraag
 - stand van zaken met betrekking tot beleid en problematiek
 - bekendheid campagne
 - omschrijving van de adviesvraag
 - omschrijving van de actie van de Volksbond

2. De trainingen (zie ook figuur 3)

- A. Vragenlijst bij de aanvang van de cursus
- bedrijfskenmerken (grootte, activiteit, sociaal beleid, veiligheid en gezondheidsbeleid)
 - functiekenmerken cursist
 - stand van zaken met betrekking tot alcoholbeleid en de alcoholproblematiek
 - kennis-inventarisatie bij cursist
 - behoefte en verwachtingen ten aanzien van de cursus
- B. Vragenlijst na afloop van de cursus
- koppeling met vragenlijst A.
 - evaluatie van de cursus op kwaliteit van de onderdelen zoals presentatie, inhoud, kennis en vaardigheden
 - verwachting om de kennis in eigen bedrijf toe te passen
- C. Vragenlijst na zes maanden
- koppeling met vragenlijst A en B
 - evaluatie van de cursus op kwaliteit van de onderdelen
 - evaluatie van de verwachting ten aanzien van de implementatie van een bedrijfsalcoholprogramma
 - valkuilen en bevorderende factoren ten aanzien van een bedrijfsalcoholbeleid
 - verdere plannen

3. De referentiegroep

- bedrijfskenmerken (grootte en activiteit)
- functiekenmerken initiatiefnemer
- stand van zaken met betrekking tot alcoholbeleid
- alcoholproblematiek
- reden om niet te reageren
- functie van de documentatie

BIJLAGE 3 DE CURSUSEVALUATIE: EEN SAMENVATTING UIT DE VERSLAGEN VAN VERVOLGGESPREKKEN

In deze bijlage worden fragmenten weergegeven uit de verslagen van de mondelinge vervol ginterviews. De gesprekken zijn niet woordelijk vastgelegd, maar vormen een samenvatting van de mededelingen. Hierin is het commentaar op de cursus gevat. Overal waar de vrouwelijke persoonsvorm staat vermeld, kan ook de mannelijke persoonsvorm worden bedoeld. Van een dubbelinterview is in enkelvoud verslag gedaan. De nummers corresponderen met de deelnemende bedrijven en instellingen.

De cursusevaluatie

1. De cursiste had bij aanvang van de cursus behoefte aan een breed overzicht van kennis over alcoholisme, alcoholbeleid en hulpverlening. Wat betreft de kennis over het verschijnsel alcoholisme was deze voldoende. De vaardigheidstraining was echter te beperkt. Er werd met name te weinig geoefend met het rollenspel. De cursiste had moeite met het rollenspel, omdat het schroom had opgeroepen. Het onderwerp alcohol heeft voor veel mensen (ook hulpverleners) een zekere mate van emotionele betrokkenheid, waardoor een drempel werd ervaren om zich te uiten. Zij ervoer de training als 'niet af' en had bovendien behoefte aan een gerichte vervolgcursus over gesprekstechniek.

De gepresenteerde kennis over het alcoholbeleid was in elk geval voldoende om vanuit een leken deskundigheid een interne alcoholbeleidsnotitie te kunnen formuleren. Met name het 'roze' cahier "Bouwstenen voor een bedrijfsalcoholbeleid" bood hiertoe nuttige stof.

Conclusie: de cursus heeft bijgedragen tot een grotere bewustwording. Eventuele probleemdrinkers in het bedrijf worden nu anders benaderd, pogingen om de hulpverleners om de tuin te leiden hebben minder kans van slagen.

Het vereist echter meer training om de geleerde gesprekstechnieken adequaat te kunnen uitvoeren.

Het verschil in het kennisniveau bij de cursisten onderling, en vooral de verschillende behoeften ten aanzien van de cursus was tamelijk groot.

Bij de indeling van de cursisten zou meer rekening gehouden kunnen

worden met het kennisniveau, en vooral de verschillende behoefte ten aanzien van de cursus (hulpverleningsaspecten enerzijds en beleidstheorie anderzijds), aldus de respondente.

2. De cursus werd als heel interessant en leerzaam ervaren maar, ze voelt zich nog niet in staat zelf een alcoholplan op te zetten, daarvoor zou een uitgebreidere cursus nodig zijn, met name gericht op beleidsontwikkeling.

3. De cursus heeft ze als heel goed ervaren. De stof was wel in een wat korte periode gepropt, liever had zij een dag extra gehad. Gebrek aan gesprekstechniek zag zij niet zo, maar vanuit haar functie heeft zij daar al veel ervaring mee. Wel vond ze dat discussies door tijdgebrek niet voldoende uitgewerkt konden worden.

Respondente zegt dat ze door de cursus handiger is geworden in confrontatiegesprekken. Ze is eerder bedacht op de mogelijkheid van alcoholproblemen, en deze komen ook eerder naar boven.

4. Het hoofddoel van de cursus was inzicht te krijgen in het opzetten van het alcoholbeleid. Achteraf bleek met name het theoretische deel over aspecten van het alcoholbeleid niet aan de verwachtingen te hebben voldaan. Het was te algemeen van aard. De gedoeerde kennis was al bekend en daarom had de cursiste liever meer willen horen over de knelpunten die kunnen optreden bij het opzetten van een bedrijfsalcoholbeleid, en hoe je daarmee om kunt gaan. De cursus was opgezet volgens het model "van alles wat", en dat vond zij niet specifiek, niet gericht genoeg.

In een vrijblijvend advies naar de Volksbond wordt voorgesteld de cursus te splitsen in een bedrijfsgerichte "le lijns-cursus" voor de "veld-chefs" die direct betrokken zijn bij de signalering, gespreksvoering en het uitvoeren van sancties na incidenten en een meer beleidsgerichte cursus voor beleidsmedewerkers, die dit aspect doelgerichter en diepgaander behandelt.

Doel was:

a. Kennis opdoen ten aanzien van het verschijnsel alcoholisme in het algemeen.

b. Inzicht in de vaardigheidstraining (niet als hulpverlener).

c. Inzicht in het opzetten van een alcoholbeleid.

d. Andere bedrijven te kunnen adviseren.

a. Respondent heeft meer inzicht in het verslavingsproces gekregen. Een goed onderdeel was de levensschets door een ex-drinker. Een nadeel was echter dat de nadruk daardoor nogal kwam te liggen op het eindstadium van een alcoholverslaving. Daarmee kreeg het teveel een Anoniem-Alcoholisten-karakter.

De algemene preventiemogelijkheden, met name die van de eerste lijnszorg, waaronder huisartsen, werden te weinig belicht.

b. De methode van het rollenspel is nuttig, maar het werd niet goed uitgewerkt. Met name de instructies vooraf kunnen duidelijker.

c. De cursus bood haars inziens goede tips met betrekking tot het opzetten van een alcoholbeleid. Omdat ieder bedrijf of op z'n minst elke bedrijfstak specifieke problemen kent, gaven deze algemene tips echter wel stof tot discussie. Elk bedrijf zal een alcoholbeleid toch zelf vorm moeten geven. Door het verkregen inzicht in het opstellen van een alcoholplan kunnen haars inziens gemakkelijker initiatieven in dit opzicht worden genomen. De PZ-functie heeft als voordeel dat de directie makkelijker overtuigd kan worden van de merites van een alcoholbeleid, indien op dat niveau hobbels te nemen zijn.

De cursus is volgens de respondente nog wel voor verbetering vatbaar. De cursusdagen sloten niet op elkaar aan. De eerste dag stond in het teken van het verschijnsel alcoholisme en het verloop van het proces. Tijdens de tweede dag volgden aanwijzingen voor de hulpverlening en het beleid, maar deze hadden geen enkel aanknopingspunt met het levensverhaal van de ervaringsdeskundige. In analytische zin werd een kans gemist door het beleidsdeel niet af te stemmen op de gepresenteerde casuïstiek.

5. De cursus is als positief ervaren. Hoewel er al iets over het onderwerp bekend was, is de kennis toch verdiept, vooral ook door het verhaal van de ex-drinker.

Aan de techniek van het opstellen van een alcoholplan is genoeg aandacht besteed, maar ze heeft nu de ervaring dat het brengen van zo'n plan in het bedrijf heel wat capaciteiten vereist. Ondersteuning daarbij zou niet zo zeer moeten komen uit een cursus, maar door adviezen van deskundigen, bijvoorbeeld vanuit de Volksbond.

6. De cursiste vroeg terstond welke deelnemers al wat verder gevorderd waren met het invoeren van een alcoholbeleid, om zelf met de betreffende cursist(en) contact op te kunnen nemen.

Het onderdeel vaardigheidstraining werd wel als nuttig ervaren, maar als te beperkt om er zelf al mee uit de voeten te kunnen. Een extra cursus op dit gebied zou eventueel welkom zijn. Respondente heeft zeker iets geleerd over hoe je gesprekken voert met mensen met (vermoede) alcoholproblemen, vooral dat je niet meteen moet confronteren. Ze is niet meer gevallen gaan herkennen, maar is wel attenter op de mogelijkheid van alcoholproblemen. Wel geeft ze aan dat ze nu bij een groter aantal werknemers alcoholproblemen vermoedt: niet 2 à 2,5%, maar 4 à 5%.

7. Kennis over alcoholisme in het algemeen werd goed behandeld. Vooral de eerste dag was goed opgezet en verschafte inzicht: de exgebruiker als deskundige en het roze boekje "alcohol en werk" werden als zeer positief ervaren. Wel had ze behoefte aan wat meer goede literatuurverwijzingen.

Vaardigheidstraining voor gesprekvoering was onvoldoende, maar dat kon bijna niet anders in zo'n korte tijd. Vervolg cursus is wenselijk. Zij had specifieke vragen, waarop het antwoord beter en uitgebreider had kunnen zijn, bijvoorbeeld: "wanneer mag je dwang toepassen", en "wat te doen als chefs zelf drankproblemen hebben". Ze heeft veel geleerd over de symptomen en de gedragskenmerken van alcoholisme. Te weinig aandacht werd besteed aan het gevoelige punt: "hoe zeg je het je collega". Hoe ga je om met een collega die drinkt, en hoe geef je voorlichting aan een collega op gelijk of hoger niveau. Ze heeft behoefte aan training: rollenspellen over verschillende situaties.

BIJLAGE 4 OVERZICHT VAN HET BEDRIJFSALCOHOL- BELEID IN DE CURSUSGROEP

Deze tekst geeft inzicht in de achtergronden van de organisatie waarin de beleidsplannen al of niet vruchtbare voedingsbodem vonden. Van een dubbelinterview is in enkelvoud verslag gedaan. De nummers corresponderen met de deelnemende bedrijven en instellingen. De beoordeling loopt van géén alcoholbeleidsactiviteiten (-) via alcoholbeleidsactiviteiten (+) of een alcoholbeleid in ontwikkeling, naar alcoholbeleid (+) (zie ook bijlage 1).

1. In klein verband is men bezig geweest met de uitwerking van de plannen. Deze plannen ten aanzien van een alcoholbeleid zijn inmiddels vastgelegd in een notitie alcohol en werk. De inhoud betreft met name de thema's hulpverlening en disciplinair beleid.
± Verdere uitwerking is overgelaten aan een nog te starten alcoholcommissie. Het alcoholbeleidsplan wordt binnenkort aan de directie, personeelszaken en de bedrijfsmanager aangeboden.
2. De cursus is doorgesproken met de personeels-chef. Er waren al richtlijnen ten aanzien van alcohol opgesteld, die bij gebrek aan - manifeste problemen voorlopig als afdoende worden beschouwd. Verder dus geen plannen.
3. De directie algemene- en sociale zaken nam in 1985 het initiatief tot het plan voor een alcoholbeleid. Naar aanleiding daarvan is een projectgroep ingesteld. Deze projectgroep maakte een inventarisatie + per afdeling van de risicogroepen. Ten behoeve van de directie is daarna een plan met richtlijnen voor een alcoholnota ontwikkeld. Het alcoholbeleid werd vervolgens goedgekeurd door de directie en is daarna algemeen verspreid; nog steeds wordt deze aan nieuwkomers meegegeven. Thans wordt er gewerkt aan een uitgebreider introductiemapje voor nieuwkomers.
4. Alle grote bedrijven binnen de betrokken productgroep zijn bezig met alcoholbeleidsactiviteiten. Met name de richtlijnen en gedragscodes ten aanzien van alcoholgebruik tijdens werkuren en ± pauzes worden of zijn aangescherpt. Ook vinden interne acties

plaats (bijvoorbeeld voorlichting). Hetzelfde beeld geldt voor de stand van zaken in de eigen organisatie van de cursist.

5. Na de cursus is een uitgebreid verslag met aanbevelingen geschreven voor de afdeling sociale zaken (BMW, PZ, BGD). Daarna vond een golf van bezuinigingen en reorganisaties plaats. Het alcoholbeleid kreeg - een lagere prioriteit.

Geen enkel plan is nog uitgewerkt. Wel bestaat er al het een en ander aan regelgeving op dit gebied binnen de organisatie.

6. Cursist heeft in samenwerking met collega het voorbereidende werk gedaan, inclusief twee publicaties in het personeelsblad en een introductieavond voor de directie. Later is er nog een informatiebijeenkomst georganiseerd voor directie, ondernemingsraad + en VGW-commissie in samenwerking met een externe deskundige. Een dergelijke introductie is gepland voor afdelings-chefs. Het concept alcoholbeleid is inmiddels afgerond, maar nog niet voorgelegd aan de directie. Extern is men ook bezig met het thema in verband met de organisatie van een te houden middag over alcohol en werk voor pz-functies.

7. Het uitgangspunt in dit bedrijf is niets te forceren. Momenteel heeft een ingrijpende reorganisatie voorrang. Men werkt wel aan een geïntegreerd alcoholplan, maar dit bevindt zich nog in een voorbereidende fase. De standpunten binnen een begeleidingscommissie (SMT) zijn inmiddels getoetst. Begin 1988 zet men de discussie + voort. Enkele plannen zijn alvast omgezet in concrete maatregelen. Deze betreffen een strengere gedragsregel ten aanzien van alcoholgebruik tijdens de lunchpauze en tijdens recepties. De belangrijkste doorgevoerde maatregel is geweest "de drank uit de ijskast-actie". Voorts is tweemaal een artikel in het personeelsblad verschenen, en het thema is opgenomen in de nieuwjaarsrede van de directeur.

Volksbond publicaties alcohol en werk

ALCOHOL EN WERK, verslag van een enquête onder personeelsfunctionarissen in de gemeente 's-Gravenhage, uitgevoerd door de Stichting voor Wetenschappelijk Onderzoek van Alcohol en Druggebruik, op initiatief van de Volksbond tegen Drankmisbruik, Amsterdam 1982

ALCOHOL EN ARBEID, exploratief- en literatuuronderzoek in Rotterdam, in opdracht van de Volksbond tegen Drankmisbruik uitgevoerd door het Nationaal Centrum voor de Geestelijke Volksgezondheid, Utrecht, 1982

VERSLAG, van een studiedag Alcohol en Werk in samenwerking met het Consultatiebureau voor Alcohol en Drugs 's-Gravenhage op 16 november 1982

WERK MAKEN VAN DRANKPROBLEMEN, folder, in samenwerking met CAD 's-Gravenhage, 1982

VERSLAG, van een studiedag Alcohol en Werk in samenwerking met het Consultatiebureau voor Alcohol en Drugs 's-Gravenhage op 15 december 1983

DE SOBERE CONTOUREN VAN EEN PREVENTIE-PROGRAMMA, folder, in samenwerking met CAD 's-Gravenhage, 1983

OVER ALCOHOLGEBRUIK EN ALCOHOLPROBLEMEN OP HET WERK, folder, 1983

HOE ZEG IK 'T M'N KOLLEGA, folder, 1983

ALCOHOL EN WERK BEGINT MET DESKUNDIGHEID, folder, 1983

ALCOHOL EN WERK, vijf informatieve cahiers over alcoholproblemen en werk, in samenwerking met het CAD Drenthe, 1983/1984

ALCOHOL EN ARBEID, een onderzoek naar alcoholproblemen in Zeeuwse arbeidsorganisaties. In samenwerking met het Zeeuws Consultatiebureau

voor Alcohol en Drugs, 1985

ALCOHOL EN ARBEID, verslag van een studiedag over alcoholproblemen en arbeidsorganisaties, in samenwerking met het Zeeuws Consultatiebureau voor Alcohol en Drugs, 1986

DOCUMENTATIE VOOR EEN BEDRIJFSALCOHOLPROGRAMMA, informatiemap voor bedrijven over alcoholproblemen en werk, 1986

BOUWSTENEN VOOR EEN BEDRIJFSALCOHOLBELEID, brochure met tien bijdragen van diverse auteurs over specifieke onderdelen van een bedrijfsalcoholbeleid, 1986

WERK MAKEN VAN DRANKPROBLEMEN, brochure over alcohol en werk in het kader van een voorlichtingscampagne in Limburg, in samenwerking met het Consultatiebureau voor Alcohol en Drugs, Maastricht, 1987

NIEUWSBRIEF ALCOHOL EN WERK, periodiek informatiebulletin voor bedrijven over alcohol en werk, 1988