



Jongeren zetten zich in voor een eerlijk deur- en veiligheidsbeleid en een attractieve horeca

Een projectbeschrijving en handleiding

Clubstars



Colofon:

Clubstars Award is een project van RADAR dat ten doel stelt discriminatie in het uitgaansleven tegen te gaan en de toegankelijkheid van Rotterdamse discotheken en clubs voor zowel autochtoon als allochtoon uitgaanspubliek te vergroten.

Uitgave >> RADAR, oktober 2005 / tekst: T.H. Ong (RADAR)
RADAR >> Grote kerkplein 5, 3011 GC Rotterdam / 010-4113911/ info@radar.nl

Inhoud

Inleiding	
Aanleiding	
Doelstellingen	4
Uitgangspunten	5
Van Fun-drinking-and-dance guide, via Clubfacts, naar de Clubstars Award	6
Organisatievorming	7
voorbereidingen onderzoek	8
Het onderzoek	10
De Clubstars Award	12
Publiciteit	14
Financiële voorwaarden	17
Uitdagingen voor de toekomst	18
Een Award voor de discotheek met het beste deurbeleid: een handleiding	20
Bijlagen	20
- Vragenlijst Clubfacts (mei 2003)	21
- Vragenlijst Clubstars 1 (feb. 2004)	28
- Nominatieformulier Clubstars 1	
- Vragenlijst Clubstars 2	
- Voorbeelden persberichten	
- Voorbeelden artikelen in geschreven media	
- Juryrapport 2004	
- Juryrapport 2005	
Aparte bijlagen	
- Boekje Clubstars 2004	
- PR-materiaal Clubstars 1 en 2	

Inleiding

Het project Clubstars heeft ten doel leuk en veilig uitgaan in Rotterdam te bevorderen. Clubstars is een initiatief van de stichting RADAR. RADAR is het antidiscriminatiebureau voor Rotterdam Rijnmond.

Clubstars is een project dat zich voortdurend vernieuwde. Dat blijkt alleen al uit de vele naamsaanpassingen: van Fun-drinking-dance-guide, naar Clubfacts, naar tenslotte Clubstars en de bijbehorende Award

De opzet van dit project was aanvankelijk om een soort 'Michelin' uitgaansgids samen te stellen over Rotterdamse clubs en discotheken. In deze gids zou middels sterren aangegeven worden welke clubs een eerlijk en niet-discriminerend deurbeleid hanteren en welk clubs op dit vlak nog veel te verbeteren hebben.

Bij de uitvoering bleken aan deze aanpak de nodige nadelen te kleven. De nadruk verschoof meer en meer naar een benadering waarbij het einddoel was om elk jaar een Award uit te reiken aan een discotheek die een eerlijk deurbeleid hanteert, maar zich ook in ander opzichten positief onderscheidt.

Het project werd qua opzet breder, doordat er niet alleen aandacht was voor het deurbeleid maar ook voor cruciale zaken zoals hygiëne, klantvriendelijkheid, programmering en stijl van een club.



In deze publicatie wordt de geschiedenis van het project 'clubstars' op twee manieren beschreven. Het eerste deel beschrijft de ontwikkeling van de Fun-drinking-dance guide naar clubstars, welke afwegingen in dat proces zijn gemaakt, welke oogmerken doorslaggevend waren en welke lessen en ervaringen gedurende dat traject zijn opgedaan.

Het project Clubstars is op te delen in drie periodes:

- Voortraject Fun-drinking-dance guide November 2001 - December 2002
- (Clubfacts)/Clubstars 1: Januari 2003 - april 2004
- Clubstars 2: December 2005 - augustus 2005

Deel II van deze publicatie bevat een praktisch weerslag van dit proces en biedt een handreiking aan organisaties die zelf praktisch aan de slag willen met dit concept; welke stappen moeten er in welke volgorde worden gezet, welke producten moeten worden ontwikkeld, welke inzet van uren en middelen is nodig en welke coalities moeten worden gesmeed om het plan Clubstars uiteindelijk te doen uitmonden in de uitreiking van een Clubstars Award?

1. Verkleuring van de regio Rijnmond en Rotterdam

Uit de 'Staat van de Zuid-Hollandse Samenleving 2004' van de provincie Zuid Holland blijkt dat de regio Rijnmond in deze provincie de meeste niet-westerse allochtonen telt. De niet-westerse allochtonen wonen vooral in Rotterdam en Den Haag. Beide steden kennen met respectievelijk 34 en 30 procent de grootste concentraties niet-westerse allochtonen.

Rotterdam wordt bovendien steeds meer een gekleurde stad. In 2002 was volgens het Centrum voor Onderzoek en Statistiek (COS) 46 % van de bevolking van allochtone afkomst. Het COS verwacht dat dit aandeel in 2017 tot bijna 58% zal groeien. Daarnaast is de verwachting dat de bevolking van Rotterdam verjongt. Dit blijkt uit een vooruitberekening van de Rotterdamse bevolking tot 2017 (M. Bik, COS, oktober 2002). In 2002 was het aandeel allochtonen onder de leeftijdsgroep 15 tot en met 24 jarigen reeds 60%.

Het ligt voor de hand dat deze ontwikkelingen ook gevolgen hebben voor de horeca. Zo valt te verwachten dat de bezoekers van discotheken steeds diverser van samenstelling zullen worden. Het is voor de horeca van belang dat ze voldoende rekening houdt met deze ontwikkelingen. Een regelmatige scan en het gestructureerd verzamelen van feedback door jongeren in de vorm van een project als Clubstars, kan er aan bijdragen dat de match tussen de diversiteit aan jongerenculturen en het aanbod van de horeca optimaal blijft. Daarnaast is het voordeel van deze aanpak, dat jongeren worden 'empowered' om invloed uit te oefenen op dit proces.

2. Uitsluiting en discriminatie aan de deur

In de horecanota 2002 - 2006 heeft de gemeente Rotterdam de ambitie geformuleerd Rotterdam te versterken als uitgaansstad. Het rapport stelt dat Rotterdam een multiculturele stad is met een zeer diverse bevolkingsopbouw. Het streven van de gemeente is de stad Rotterdam een uitgaansstad te laten zijn voor iedereen.

Helaas is dit laatste niet altijd het geval. Discriminatie aan de deur blijft een terugkerend probleem. Een van de meest in het oog springende signalen daarvan was de uitkomst van een praktijktest die begin 2000 door RADAR, Groen Links, de Rotterdamse Jongerenraad en het Rotterdams Dagblad werd uitgevoerd. Daaruit bleek dat een groep allochtone bezoekers bij vijf van de zes onderzochte discotheken werd geweigerd, terwijl een groep autochtone bezoekers zonder problemen binnen kwam. Discriminatie is niet alleen nadelig voor de groepen die het treft, discriminatie en de daaruit voortvloeiende frustratie kan leiden tot onnodige agressie en geweld tussen bezoekers en portiers en bezoekers onderling.

Het belet ook de sociale integratie als bepaalde categorieën jongeren stelselmatig worden uitgesloten of wegblijven uit discotheken omdat er geen aanbod is dat aansluit op hun voorkeur. De uitgaansmarkt is immers ook een plaats van ontmoeting waar soms relaties en vriendschappen voor het leven worden gesmeed.

Sinds de praktijktest in 2000 is er de nodige vooruitgang geboekt. Naar aanleiding van dit onderzoek is in de loop van 2002 het Panel Deurbeleid in het leven geroepen. Dit panel waarin onder andere Koninklijke Horeca Nederland, de Rotterdamse jongerenraad, RADAR, de politie Rotterdam-Rijnmond en de gemeente in zijn vertegenwoordigd, formuleert en toetst deurbeleid, houdt toezicht op de naleving en behandelt klachten over discriminatie aan de deur. In de periode 2002 - 2004 werden de volgende aantallen klachten en meldingen gemeld:

- 2002: 25 klachten en meldingen
- 2003: 30 klachten en meldingen
- 2004: 31 klachten en meldingen

Van de Rotterdamse discotheken en clubs hebben op dit moment 18 zich aangesloten bij dit initiatief door het horecaconvenant van het Panel Deurbeleid te onderschrijven, eigen deurbeleid te formuleren en door het panel te laten toetsen en vervolgens te communiceren, een spreekuur in te stellen en klachten door het panel te laten beoordelen. In dit convenant zijn afspraken gemaakt

t.a.v. het deurbeleid en is een klachtenregeling getroffen. Dit neemt niet weg dat er nog veel werk te verzetten is om de toegankelijkheid van discotheken te vergroten voor een divers uitgaanspubliek.



Doelstellingen Clubstars

Zoals al in de inleiding is geschreven is Clubstars een project dat zich voortdurend vernieuwde. Dat blijkt alleen al uit de vele naamsaanpassingen: van Fun-drinking-dance-guide, naar Clubfacts, naar tenslotte de Clubstars Award. De nagestreefde doelen bleven echter steeds hetzelfde. Wat veranderde waren de middelen waarmee deze doelen bereikt moeten worden.

1. Doelen

- Het tegengaan van discriminatie en het vergroten van de toegankelijkheid voor zowel autochtoon als allochtoon uitgaanspubliek van 16 tot en met 27 jaar bij clubs in Rotterdam.
- Het vergroten van de veiligheid in het uitgaansleven.
- Het bevorderen van empowerment en actieve maatschappelijke participatie van jongeren bij het creëren en in stand houden van een veilige, toegankelijke en attractieve uitgaansmarkt in de regio Rotterdam Rijnmond. Het integreren van beschrijvingen van discotheken in de regio in het project.
- Het vergroten van de kwaliteit van het concept van clubs en discotheken in Rotterdam.

2. Doelgroep(en)

- Jongeren van 16 tot en met 27 jaar uit de regio Rotterdam Rijnmond.
- Eigenaren, exploitanten en portiers van clubs en discotheken in Rotterdam, die een actief deurbeleid hanteren (inzet van portiers).

3. Output/producten

- Vragenlijst: Het ontwikkelen van een vragenlijst die de mogelijkheid biedt om een 'objectieve' beoordeling te geven over het deur- en veiligheidsbeleid van een club of discotheek.
- Jongerenonderzoek: Een onafhankelijk onderzoek door jongeren naar de kwaliteit (op het vlak van deurbeleid, veiligheid, hygiëne en klantvriendelijkheid) van clubs en discotheken in Rotterdam¹.
- Uitgaansboekje: Het op basis van het jongerenonderzoek samenstellen van een uitgaansboekje over 16 discotheken².

¹ Tijdens Clubstars 1 is een eerste versie van een vragenlijst opgesteld. Tijdens Clubstars 2 is deze aangepast en verbeterd.

- Organisatie jaarlijkse Clubstars Award: Het jaarlijks toewijzen van een Clubstars Award aan de 'beste' Rotterdamse discotheek.
- Ontwikkelen van een website: Het organiseren van een communicatiecampagne om meer bekend te geven aan de Clubstars Award en de website.



4. Beoogde outcome

- Uitgaansgelegenheden in Rotterdam nog beter ontsluiten voor multicultureel publiek
- Transparant en eerlijk deurbelid van Rotterdamse horecagelegenheden bevorderen. Een toename van de feitelijke en subjectieve veiligheid van zowel het uitgaanspubliek als werknemers van horecagelegenheden.
- Intersubjectieve feedback aan horecaondernemers vanuit een diverse jongerenpopulatie.

Uitgangspunten Clubstars

1. Belonen van goed gedrag

In tegenstelling tot bijvoorbeeld een praktijktest die discriminatie probeert aan te tonen beoogt Clubstars juist goed gedrag te belonen. Discotheken maken zich niet per definitie schuldig aan discriminatie door deurbelid te voeren. Sommige discotheken slagen er in een open en toegankelijk deurbelid te hanteren, waarbij een breed publiek dat zin heeft in een avondje uit en zich gedraagt binnen kan komen. Ook slagen de meeste discotheken er in een open en toegankelijk deurbelid niet ten koste te laten gaan van de veiligheid en de sfeer binnen de club. Door middel van een kritisch maar objectief onderzoek naar de kwaliteit van discotheken en bar-dancings op het vlak van onder andere veiligheid en deurbelid brengt dit project in kaart welke discotheken en/of bar-dancings er in slagen om zowel sfeervol, trendy en populair als toegankelijk en veilig te zijn. Het project Clubstars biedt met andere woorden de mogelijkheid om de mening van een jong en (etnisch) gemengd bezoekerspubliek te documenteren. De bedoeling is dat de resultaten van het onderzoek worden gebruikt om een jaarlijkse Clubstars Award toe te kennen aan de beste discotheek en/of bar-dancing.

2. Empowerment en maatschappelijke participatiebevordering van jongeren

De opzet is daarbij gebruik te maken van de ervaringen van jongeren. Jongeren wordt gevraagd om discotheken en bar-dancings te beoordelen aan de hand van een uitgebreide vragenlijst, die wordt ingevuld na één of meer bezoeken. Daarnaast wordt getracht om inzicht te krijgen in de mening van

² Tijdens Clubstars 2 is er geen boekje meer samengesteld.

jongeren met behulp van digitale middelen (enquête op een website). Door de jongeren in te schakelen in het onderzoeksproces krijgen zij ook middelen om zelf invloed uit te oefenen op de vormgeving van het deur- en veiligheidsbeleid door de horeca.

Van Fun-drinking-and-dancing guide, via Clubfacts naar de Clubstars Award

Aanloop

In november 2001 werd het eerste voorstel gedaan om een horeca-project op te zetten: het samstellen van een fun-drinking-and-dance-guide. Het idee was een soort Michelin gids samen te stellen over de Rotterdamse clubs en discotheken. In deze gids zou middels sterren aangegeven worden welke clubs een eerlijk en niet-discriminerend deurbeleid hanteren en welke clubs op dit vlak nog veel te verbeteren hebben. Een begeleidingsgroep bestaande uit onder andere vertegenwoordigers van RADAR en de gemeente werkte de eerste plannen uit.

In januari 2003 werd een projectgroep opgezet bestaande uit twee opbouwwerkers van de Rotterdamse opbouwwerkorganisatie Sonor en een aantal HBO CMV stagiaires. Behalve dat er een gids zou worden gemaakt, werd al spoedig het idee gelanceerd om ook een digitale versie van de gids op het internet te plaatsen.

Clubfacts/Clubstars 1

De projectgroep kwam al gauw met een nieuwe naam: Clubfacts. De opzet was namelijk om over de diverse Rotterdamse discotheken veel feitjes te verzamelen. In het voorjaar werd een vragenlijst samengesteld waarmee jongeren de discotheken en clubs konden onderzoeken. Er werden jongeren geworven die mee zouden doen aan dit onderzoek.

Stap 1: het onderzoek

In de lente en de vroege zomer 2003 werden 16 clubs en discotheken door ruim 40 jongeren bezocht en onderzocht. Vanaf september verwerkte de projectgroep alle verzamelde gegevens en werd er begonnen aan het schrijven aan de tekst van een boekje. Al gauw bleek dat op basis van de verzamelde gegevens het lastig was een winnaar voor de eerste Award te bepalen.

Ook was de begeleidingsgroep nog niet tevreden over vormgeving van het materiaal. Daarom werd er contact gezocht met opleiding Communicatie en Multi-media van de Hogeschool van Rotterdam. Studenten van deze opleiding werden betrokken bij de ontwikkeling en vormgeving van de website en het uitgaansboekje. Zij stelden ook voor de naam van het project aan te passen tot Clubstars. Deze naam legt namelijk meer nadruk op de 'sterren' die een club verdient.

Stap 2: de nominatie

In januari 2004 nomineerde een jury die bestond uit 5 jongeren op basis van de beschrijvingen van de 16 bezochte clubs drie uitgaansgelegenheden. Daarbij letten ze op de volgende punten:

- Hoe de jongeren van het Clubstarsteam de sfeer van de club hebben ervaren
- Hoe professioneel het personeel overkwam
- Zaken zoals de programmering, stijl, prijzen en huisregels, e.d.
- Hygiëne en service

De volgende drie clubs kregen de meeste punten:

1. Off Corso
2. Thalia Lounge
3. Las Palmas

Stap 3: het onderzoek van de genomineerden

Vervolgens werd een nieuwe groep van tien jongeren samengesteld, die deze drie clubs in februari en maart bezochten. De juryleden kregen een uitgebreide vragenlijst (zie bijlage) mee en moesten letten op de volgende aandachtspunten:

1. Deurbeleid
2. Veiligheid
3. Hygiëne
4. Service

Stap 4: de award-uitreiking van den Clubstars 2004

In april 2004 kreeg de winnaar, de club Off Corso de eerste Clubstars Award uitgereikt van burgemeester Opstelten.



Clubstars bleek een groot succes te zijn en daarom werd in het in het najaar van 2004 besloten om in 2005 het project te herhalen en een tweede Clubstars Award uit te reiken.

Clubstars 2

Begin 2005 is dit project voor de tweede keer van start gaan. Deze keer is getracht:

- De horeca meer stem te geven in het project;
- Het aspect van jongerencultuur meer aandacht te geven;
- Door middel van internet meer mensen de mogelijkheid te bieden om hun mening over de Rotterdamse discotheken te geven.

Stap 1: de nominatie

In mei 2005 zijn de Rotterdamse clubeigenaren/exploitanten van 26 discotheken en bar-dancings van Rotterdam gevraagd om uit hun eigen midden een vijftal clubs te nomineren voor de Clubstars Award. De clubs moesten beoordeeld worden op de volgende punten:

- Deurbeleid & veiligheid
- Programmering & presentatie
- Service.

De volgende 5 clubs zijn uiteindelijk genomineerd:

- Thalia Lounge
- Nighttown
- Off Corso
- Now & Wow
- Hollywood.

Stap 2: het onderzoek

In de periode juni en juli heeft vervolgens een jongerenpanel van ongeveer 30 jongeren de vijf genomineerde clubs bezocht. Zij hebben de clubs beoordeeld aan de hand van de voor Clubstars 2 aangepaste vragenlijst, waarin jongeren moeten nagaan hoe het gesteld is met bijvoorbeeld de zichtbaarheid van de huisregels, het gedrag van portiers (consequent en vriendelijk of juist helemaal niet), de veiligheidsmaatregelen van een discotheek (poortjes en het fouilleren van zowel

mannen als vrouwen), de programmering (vernieuwend of juist saai en voorspelbaar) en de service (klantvriendelijk of te langzaam). De beoordeling van het jongerenpanel telde voor 50% mee in de eindbeoordeling.

Stap 3: het stemmen via www.clubstars.nl

In de loop van juli tot een paar dagen voor de uitreiking van de Award konden bezoekers van de genomineerde clubs op de Clubstars website hun stem uitbrengen. De overige 50% van de stemmen is bepaald door de bezoekers van de website. Uiteindelijk bracht ongeveer 1500 mensen hun stem uit.

Stap 4: de uitreiking van de Clubstars Award 2005

Op basis van het oordeel van het jongerenpanel en de internet stemmen is de winnaar bepaald. Op 26 augustus 2005 kreeg de winnaar, de club Now & Wow de Clubstars Award 2005 uitgereikt door burgemeester Opstelten.

Organisatievorming

De projectgroep

Het succes van Clubstars ligt voor een groot deel in de samenwerking met diverse partners. Om voldoende draagvlak te krijgen voor het project heeft RADAR met wisselend succes samenwerking gezocht met diverse Rotterdamse organisaties. Daarbij heeft RADAR verschillende partners gehad tijdens Clubstars 1 en 2.

- Het jongerenopbouwwerk: Aangezien jongerenparticipatie een belangrijk uitgangspunt vormt van Clubstars is gedurende Clubstars 1(2002-2004) de opbouwwerkorganisatie SONOR betrokken. SONOR heeft een groot deel van de werkzaamheden (zoals coördinatie dagelijkse werkzaamheden, ontwikkeling vragenlijst, onderzoek e.d.) van Clubstars 1 uitgevoerd. Omdat er tijdens Clubstars 2 veel minder geld beschikbaar was, kon deze organisatie voor de tweede editie geen mensen meer inzetten.
- Jongerenraad: Tijdens Clubstars 1 heeft de Rotterdamse Jongerenraad (RJR) jongeren aangeleverd die meededen aan het onderzoek naar de discotheken. Tijdens Clubstars 2 heeft RADAR nauwer samen gewerkt met de RJR en is de jongerenraad ook nauw betrokken in de opzet en organisatie van diverse activiteiten op het vlak van o.a. PR.
- Gemeente Rotterdam: De gemeente Rotterdam is natuurlijk ook een relevante samenwerkingspartner. In het kader van Clubstars 1 heeft RADAR intensief contact gehad met het Programmabureau Veilig en het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam. Beide diensten zijn vanuit verschillende invalshoeken betrokken bij de horeca. Lag bij de eerste dienst de nadruk op thema's als veiligheid, de tweede dienst zag het project veel meer als een middel om de Rotterdamse horeca te promoten
- De horeca: goede contacten met de horeca zijn cruciaal voor het slagen van dit project. Tijdens Clubstars 1 en 2 is geregeld contact geweest met de Koninklijke Horeca Nederland afdeling Rotterdam en met mensen van Rotterdamse discotheken. Het contact was vooral informerend van aard. Bij de tweede editie speelde ook de nominatie van clubs door een vakjury van eigenaren en exploitanten een rol.

Empowerment: voor en door jongeren

Het succes van Clubstars hangt voor een groot deel samen met de vraag in hoeverre het lukt om jongeren te betrekken. Daarom is daarin veel tijd en moeite gestoken. De volgende activiteiten zijn in het kader van Clubstars ontplooid:

- Er zijn tijdens de uitvoering van de projecten Clubstars 1 & 2 diverse stagiaires van Hogescholen gevonden voor dit project. Voor de organisatie en de uitvoering van het onderzoek onder Rotterdamse discotheken is beide keren gebruik gemaakt van stagiaires HBO Culturele Maatschappelijke Vorming (o.a. Hogeschool Rotterdam en Hogeschool InHolland).
- De vormgeving van een uitgaansboekje, poster- en flyermateriaal en de website is bedacht en ontworpen door studenten van de opleiding Communication & Multimedia Design van de Willem de Kooning Academie. Het belang van een professionele uitstraling en een flitsende vormgeving moet niet worden onderschat.
- Verder is met name in de tweede periode de samenwerking met de Rotterdamse Jongerenraad aangegaan. Hun ideeën en inzet gaven een belangrijke impuls aan het project.

- Behalve de jongeren die zijn betrokken bij het meedenken en de praktische uitvoering van het project is een groot aantal jongeren aangezocht die het onderzoek onder de discotheken moesten uitvoeren. Het was belangrijk om een representatieve afspiegeling van de jongerenpopulatie te realiseren. Deze jongeren zijn op verschillende manieren benaderd, door middel van sms-jes, e-mails en flyers. Het meest effectieve bleek echter het aanboren van de persoonlijke netwerken van vrijwilligers en stagiaires.

Verder kan vastgesteld worden dat de tijdsperiode waarin jongeren actief en betrokken waren relatief kort was. Tijdens Clubstars 1 is er geprobeerd om 40 individuele jongeren van begin tot eind bij het project te betrekken. Dat is te hoog gegrepen - afgezet tegen de tijdsinvestering die dat in begeleidende zin kostte en de lengte van het project (er is nog wel een afsluitend feest georganiseerd, maar daarna verdwenen de meeste jongeren van het panel definitief uit beeld). Tijdens Clubstars 2 is dat dan ook niet geprobeerd. Slechts de stagiaires bleven voor een langere tijd betrokken bij het proces en verder werd op wisselende groepen jongeren voor kortere duur en afgebakende taken een beroep gedaan.

Resumerend hebben jongeren op de volgende manieren geparticipeerd in het project

Clubstars 1

- projectgroep: 5 stagiaires HBO CMV (vijf studenten)
- referentiegroep (8 jongeren)
- werkgroep website (6 personen)
- jongerenonderzoekspanel (40 jongeren)
- jongerenjury voor nominatie (10 personen)
- Werkgroep vormgeving: studenten HRO Communicatie & Multimedia Design (10 studenten)
- Werkgroep productie: studenten Grafisch Lyceum (2 studenten)
- Totaal: ongeveer 70 jongeren



Clubstars 2

- projectgroep: 4 stagiaires HBO CMV (vijf studenten) + 2 jongeren van Jongerenraad
- jongerenonderzoekspanel (30 jongeren)
- werkgroep vormgeving: studenten HBO Communicatie & Multimedia Design (2 studenten)
- Promotiegroep (20 jongeren)
- Totaal: ongeveer 60 jongeren



Vorbereidingen onderzoek

Onderzoeksmethode

Bij de uitvoering van dit project moesten er keuzes gemaakt worden met betrekking tot de onderzoeksmethode. In Clubstars is het onderzoek uitgevoerd door jongeren naar clubs en discotheken te sturen en hen achteraf een vragenlijst te laten invullen waarin een groot aantal vragen gesteld ten aanzien het deurbelid, veiligheid, enz..

Verzameling van basisinformatie over clubs en discotheken

Bij de afbakening van het project moet natuurlijk de vraag gesteld worden op welke horeca-gelegenheden het project zich richt. Aangezien dit project zich met name richt op het bevorderen van een eerlijk deurbelid, is in dit project de aandacht alleen uitgegaan naar discotheken en clubs die een portier aan de deur hebben staan. 'Gewone' cafés en bars die vrij toegankelijk zijn voor iedereen zijn niet onderzocht.

Met de hulp van o.a. de gemeente kon een up- to-date lijst van discotheken samengesteld worden. Tijdens de periode van Clubstars 1 is een lijst van 16 discotheken samengesteld. Tijdens Clubstars 2 bleek de lijst al enigszins verouderd. Sommige discotheken bleken niet langer te bestaan en er waren nieuwe discotheken geopend. Uiteindelijk werd een lijst van 26 discotheken samengesteld.

Zowel voor de informatie ten behoeve van het jongerenpanel als voor de informatie voor op de website was het van belang om zakelijke gegevens van de clubs te krijgen zoals:

- Locatie
- Stijl / Concept
- Openingstijden
- Prijzen

Dit proces heeft zeer veel tijd gekost en heeft weinig rendement opgeleverd. Clubs zeiden informatie toe, maar dat werd vervolgens vergeten, er zou teruggebeld worden maar dat gebeurde zelden. Alleen enkele clubs die een vaste pr-medewerker tot hun beschikking hadden leverden informatie adequaat aan. Uiteindelijk is het projectteam zelf informatie gaan zoeken en verwerken. Daarbij werd veel informatie gevonden via het internet. Ook bleek het handig om jongeren in de projectgroep te hebben die de Rotterdamse uitgaanswereld goed kennen en gemakkelijk aan informatie wisten te komen. Tijdens Clubstars 1 is er veel feitelijke informatie over de clubs verzameld tijdens het onderzoek van de jongeren.

Tijdens Clubstars 2 hoefde alleen van de nieuwe clubs informatie verzameld worden, zodat dit veel minder tijd kostte.

Alle clubs onderzoeken

Tijdens Clubstars 1 is er voor gekozen om een groot aantal clubs en discotheken (een 16-tal) te onderzoeken.

Er werden koppels van jongeren gevormd. Ieder koppel bezocht 3 van 16 clubs en vulde achteraf een speciale vragenlijst in. Op basis deze informatieverzameling kon vervolgens een beschrijving gemaakt worden van de 16 clubs. Het nadeel van een bezoek aan alle clubs is dat de beoordeling van iedere club afzonderlijk gebaseerd is op het oordeel van slechts 6 jongeren. Dit is erg weinig. Daardoor bleek het achteraf ook moeilijk een goed afgewogen beoordeling te geven per club.

Onderzoek van beperkt aantal clubs

Om het bovengenoemde nadeel enigszins op te heffen is een tussenstop ingebouwd door de bezoeken aan de 16 discotheken te beschouwen als een voorronde op basis waarvan een drietal clubs werd genomineerd door een jury van jongeren, die op basis van een beschrijving van de 16 clubs een drietal clubs nomineerden. Daarbij letten ze op de volgende punten:

- Hoe de jongeren van het Clubstarsteam de sfeer van de club hebben ervaren.
- Hoe professioneel het personeel overkwam.
- Zaken als de programmering, stijl, prijzen en huisregels, e.d.
- Hoe hygiënisch de club was.

Deze drie clubs zijn vervolgens bezocht door een 10-tal andere jongeren, die uiteindelijk moesten bepalen welke club het beste scoorde op het vlak van deur- en veiligheidsbeleid.

Tijdens Clubstars 2 zijn er wederom slechts een beperkt aantal clubs en discotheken onderzocht. Omdat er ook de behoefte bestond om de horeca een stem te geven, is er besloten de nominatie door clubeigenaren en/of exploitanten zelf te laten doen. Zij mochten uit een lijst van 26 clubs en discotheken 5 clubs aanwijzen die volgens hen in aanmerking komen voor de Clubstars Award³. De 5 clubs met de meeste stemmen werden vervolgens door een jongerenjury van ongeveer 30 jongeren uitgebreid onderzocht. Weer werden er koppels gevormd en ieder koppel bezocht de 5 clubs.

Het voordeel van deze aanpak is dat er een meer gedegen uitspraak gedaan kon worden over de afzonderlijke clubs. Het nadeel is echter dat over de overige 21 clubs en discotheken niets te zeggen valt. In de volgende Clubstars zal er gezocht worden naar nieuwe en creatieve oplossingen om dit laatste nadeel weg te kunnen nemen.

Ontwikkelen van een vragenlijst

Een belangrijk eindproduct van het project was de ontwikkeling van een speciale vragenlijst die de mogelijkheid biedt om een 'objectieve' beoordeling te geven over het deur- en veiligheidsbeleid van een club of discotheek. Met behulp van deze vragenlijst konden jongeren nagaan hoe het gesteld is met bijvoorbeeld de zichtbaarheid van de huisregels, het gedrag van portiers (consequent en vriendelijk of juist helemaal niet), de veiligheidsmaatregelen van een discotheek (poortjes en het fouilleren van zowel mannen als vrouwen), de programmering (vernieuwend of juist saai en voorspelbaar) en de service (klantvriendelijk of te langzaam).

Inhoud vragen

De belangrijkste vragencategorieën hadden betrekking op:

- Deurbeleid
- Veiligheid
- Programmering
- Presentatie
- Service.

Open versus gesloten vragen

Tijdens het project is de vragenlijst meerdere malen verbeterd en aangepast.

³ Dit bleek niet eenvoudig. Er is een fax met een nominatieformulier gestuurd. Alle clubs moesten vervolgens geregeld nagebeld worden om hen te bewegen om mee te doen. Sommige clubs weigerden hun medewerking en anderen hielden zich niet aan de spelregel dat de eigen club niet genomineerd kon worden. Uiteindelijk lukte het om van 23 van de 26 clubs een nominatieformulier terug te krijgen.

Tijdens Clubstars 1 had de eerste vragenlijst voornamelijk open vragen (zie bijlage). Na het onderzoek bleek echter dat de kwaliteit van de ingevulde antwoordformulieren van een uiteenlopend niveau was, van zeer basaal tot en met gedetailleerde en uitgebreide beantwoording. Een ontwikkelde turflijst kon niet gebruikt worden vanwege de soms summiere manier van beschrijving. Soms waren beschrijvingen ook volledig tegenstrijdig (vb: er hing wel er hing geen bordje met huisregels).

Voor het onderzoek naar de genomineerden is de vragenlijst daarom aangepast door meer gesloten vragen met een beperkt aantal antwoordcategorieën in de vragenlijst op te nemen. In het geval van Clubstars 2 is de vragenlijst wederom aangepast en zijn er nog meer gesloten vragen met vaste antwoordcategorieën opgenomen.

Bij een groot aantal vragen moesten de jongeren langs een 5-punts schaal aangeven wat van een club vonden. Bijvoorbeeld:

Voorbeeld van een vraag: Wat voor beeld heb je van het deurbeleid?

Negatief ←	1	2	3	4	5	→ positief
Niet consequent: houden zich niet aan eigen regels						Heel consequent: houden zich aan eigen regels
Discriminatoire: voor sommige groepen is het moeilijker om binnen te komen.						Open en eerlijk: in principe kan iedereen die zich goed gedraagt binnen komen.

Meer nadruk op programmering

Ook zijn voor het Clubstars 2 project meer vragen in de vragenlijst opgenomen die betrekking hadden op de programmering en de presentatie van een club.

Website als onderzoeks-tool

Als drager werd voor het project een interactieve website ontwikkeld volgens een zogenaamd content management systeem. Een dergelijk systeem stelt de eindgebruiker in staat om met beperkte technische kennis de website zelf bij te houden.

Tijdens Clubstars 2 is de website gebruikt als onderzoeks-tool. Bezoekers van de website kregen de mogelijkheid om per internet hun stem uit te brengen op een van de genomineerde clubs. Er werd een speciale stem-module geïnstalleerd op de website. Om te voorkomen dat mensen meerdere malen op hun favoriete club zouden stemmen, registreert de website wie gestemd heeft en kan iemand niet een tweede keer zijn stem uitbrengen. Iemand met enige computerkennis kan deze blokkade echter vrij eenvoudig omzeilen.

In eerste instantie kon men een rangorde geven aan de clubs, maar dat bleek te veel verwarring te geven en zelfs mensen uit de werkgroep begrepen niet hoe ze dit moesten doen en ze kregen vervolgens een foutmelding te zien. Daarom werd de stem-module aangepast en kon men slechts op 1 club een stem uitbrengen.

Om mensen te stimuleren hun stem te gebruiken zijn diverse middelen gebruikt. Zo zijn er duizenden flyers verspreid (zie ook PR), hebben de stagiaires op diverse websites (op o.a. web-fora) berichtjes achtergelaten en zijn er bij een aantal websites banners geplaatst (o.a. op de RADAR website). Het resultaat was dat ongeveer 1500 stemmen zijn uitgebracht in een periode van 6 weken.

Nadelen internet

Hoewel er veel voordelen zijn aan het gebruik van internet, kleven er ook nadelen aan. Een nadeel is dat de clubs de mogelijkheid kregen om hun eigen achterban te mobiliseren naar de Clubstars website en zo de uitkomst te manipuleren. Een club maakte een speciale link direct naar de stem-

module waarbij hun bezoekers alleen op deze club konden stemmen. De systeem-beheerder van de Clubstars website moest met enkele technische ingrepen deze 'illegale' handeling teniet doen. Het is de vraag wat het over een club zegt als de club de meeste stemmen op het internet krijgt.

Het jongerenonderzoekspanel

Zoals al geschreven werd het onderzoek uitgevoerd door jongeren.

De werving van jongeren

Belangrijk was het om een representatieve afspiegeling van de jongerenpopulatie te realiseren.

Zowel tijdens Clubstars 1 en 2 is tijdens de selectie van jongeren gelet op kenmerken zoals:

- Etniciteit: de meeste etnische groepen waren vertegenwoordigd
- Geslacht: de onderzoeksgroep bestond uit zowel meisjes als jongens
- Leeftijd: de leeftijd varieerde van 18 tot en met 25 jaar

Jongeren zijn op verschillende manieren benaderd, door middel van sms-jes, e-mails en flyers. Het meest effectieve bleek echter het aanboren van de persoonlijke netwerken van vrijwilligers en stagiaires.

Wat lastig bleek is om een geheel 'neutraal' jongerenpanel samen te stellen. Sommige clubs zijn nou eenmaal populairder dan andere, omdat deze goede feesten organiseren of omdat ze op dat moment 'in' zijn. Het feit dat een club populair is zegt niet per definitie iets over de vraag in hoeverre er sprake is van een eerlijk en rechtvaardig deurbeleid.

De training van jongeren

Om het onderzoek zo 'objectief' mogelijk uit te voeren kregen alle deelnemende jongeren een korte training. Tijdens Clubstars 1 werd een vrij uitgebreide presentatie georganiseerd van ruim uren.

Tijdens deze training werd o.a. aandacht gegeven aan:

- kennismaking
- uitleg over de doelen van het project
- uitleg over de feitelijke opdracht en de voorwaarden voor deelname
- waar moeten jongeren op letten
- hoe stel je je op tijdens je bezoek
- een waarnemingsoefening over objectiviteit en subjectiviteit
- hoe de gegevens te verwerken
- het gebruik van de website als ondersteunend middel voor de verwerking
- samenstelling teams
- uitreiking pasjes met de vragen waarop gescreend diende te worden.

Tijdens Clubstars 2 werd er een vergelijkbare bijeenkomst georganiseerd voor de jongeren.

Het onderzoek

Tijdens zowel Clubstars 1 als 2 bleek het van groot belang te zijn om goede afspraken te maken met de jongeren over het tijdstip dat ze de clubs zouden bezoeken. Er werden bezoekroosters samengesteld.

In beide gevallen duurde het onderzoek ongeveer 2 maanden. De bezoeken aan de clubs vonden zowel op de vrijdag- en zaterdagavonden plaats. De meeste jongeren gingen per avond langs bij een club. Nadat de jongeren de bezoeken hadden uitgevoerd, vulden ze hun vragenlijsten in.

Verwerken onderzoeksmateriaal

Het verwerken van het verzamelde materiaal kostte veel tijd. In het geval van zowel Clubstars 1 als 2 werden ruim 120 antwoordformulieren ingeleverd, een ordner vol. Beide keren is gebruik gemaakt van een turflijst. Alle antwoorden zijn op deze lijsten verwerkt.

Aangezien tijdens Clubstars 1 de kwaliteit van de ingevulde antwoordformulieren nogal van een uiteenlopend niveau was, betekende dit dat er veel werk moest worden verzet om de vragenlijst om te zetten in een betrouwbaar verslag. Uiteindelijk kozen wij voor een verhalende beschrijving van

de ervaringen van jongeren in de verschillende clubs. Dat leverde een redelijk betrouwbaar en onderscheidend beeld op ten aanzien van de wijze waarop jongeren de clubs hebben beoordeeld.

De jongeren was gevraagd per onderdeel een score te geven, waarbij sommige vragen gebruik is gemaakt van deelscores. De totaalscores van de onderdelen is opgeteld en gemiddeld. In tegenstelling tot Clubstars zijn de scores niet gewogen. De onderdelen programmering & presentatie en service

Tijdens de beoordeling van Clubstars 2 is op een groot aantal aspecten gelet. De Clubstars Award is in de eerste plaats een prijs voor de beste club op het gebied van deur- en veiligheidsbeleid. Bij de beoordeling hiervan is het onvoldoende om alleen te kijken naar wat er aan de deur gebeurt. Het feit dat mensen geweigerd worden zegt niet meteen iets. Hoe wordt iemand geweigerd? Op vriendelijke wijze, krijgt hij of zij goede uitleg of juist niet? Verder is een open en toegankelijk deurbeleid niet per definitie goed deurbeleid, want dat kan ten koste gaan van de veiligheid van de bezoekers en het personeel, omdat dan ook potentiële raddraaiers binnen kunnen komen. Goed deurbeleid moet daarentegen wel consequent en niet op een discriminatoire wijze worden uitgevoerd.

Belangrijk bij de beoordeling van het deur- en veiligheidsbeleid is ook om na te gaan hoe de sfeer binnen is. Is de sfeer in de discotheek ontspannen en veilig of lopen er agressieve en opgefokte mensen rond?

Daarnaast heeft het panel gekeken naar programmering en presentatie van een club. De Award kan ten slotte niet gegeven worden aan een club met een goed deurbeleid maar met een slechte programmering. Het panel heeft zichzelf vooral de vraag gesteld of een discotheek of club qua programmering en aankleding vernieuwend en origineel bezig is.

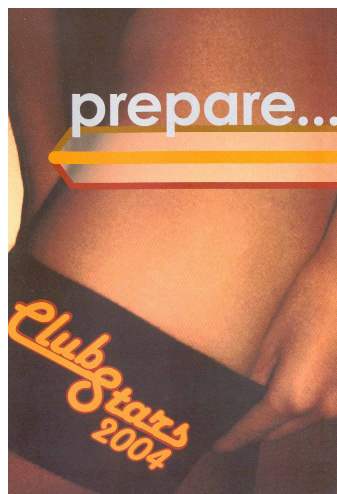
Ten slotte is de service beoordeeld. Zijn de wc's schoon, worden de lege glazen snel weg gehaald en hoe klantvriendelijk is het personeel?

Resultaten onderzoek

Clubstars 1: een uitgaansboekje en een juryrapport

In Clubstars 1 zijn de belangrijkste resultaten van het jongerenonderzoek gebruikt om een uitgaansboekje samen te stellen. Dit bleek erg moeilijk omdat jongeren niet allemaal even goed opschrijven wat hen wel en niet bevalt aan een bepaalde club. Ze zijn ook niet altijd even consequent in de manier hoe ze een oordeel vellen.

Een ander nadeel is dat een boekje met informatie over clubs en discotheken heel snel verouderd. Clubs verdwijnen en nieuwe worden geopend. Daarom is de verzamelde informatie ook op de internetwebsite geplaatst. De informatie op een website is natuurlijk veel gemakkelijker en sneller te verbeteren.



De resultaten van het onderzoek naar de 3 genomineerde clubs zijn verwerkt in een juryrapport (zie bijlagen).

Clubstars 2: een uitgebreid juryrapport

In het geval van Clubstars 2 is er van afgezien om een boekje samen te stellen en zijn de belangrijkste resultaten verwerkt in een uitgebreider juryrapport.

De website

Als drager werd voor het project een interactieve website ontwikkeld volgens een zogenaamd content management systeem. Een dergelijk systeem stelt de eindgebruiker in staat om met beperkte technische kennis de website zelf bij te houden.

Evaluatie onderzoek

Evaluerend bleek achteraf dat de vragenlijst op de volgende punten verbeterd kan worden:

- Alleen gesloten vragen opnemen; met name de vragen waar mensen een score van b.v. slecht naar goed moesten geven, bleek heel goed te werken
- Sommige vragen leken te veel op elkaar en zijn geclusterd
- Per vraag moet er een duidelijk uitleg zijn wanneer termen niet op voorhand duidelijk en eenduidig zijn. Zo bleek dat jongeren soms een geheel verschillende uitleg gaven aan het begrip 'consequent deurbeleid'. Bij de ene betekende dit dat als de huisregels stellen dat mensen met gymshoenen niet binnen gelaten, dit voor iedereen moet gelden. Een ander schrijft bij de opmerkingen dat hij ziet dat een club deze regel bij de een wel en bij de ander niet toepast maar desondanks krijgt de club een hoge score bij de vraag of er sprake is van een consequent deurbeleid.

De Clubstars Award

Het idee een Award toe te kennen ontstond geleidelijk. Het idee was dat een Award veel publiciteit zou genereren. Een belangrijk aanname is dat organisaties hun deurbeleid eerder zouden veranderen door in dit project positieve voorbeelden in het zonnetje te zetten in plaats van de rotte appels in een kwaad daglicht te plaatsen.

De studenten van de kunstacademie kwamen met het idee een flitsende neon-lamp te ontwerpen die als soort wisseltrofee elk jaar naar een nieuwe winnaar kon gaan.

Dilemma's

Tijdens Clubstars 2 bleek hoe lastig het was om de genomineerde clubs met elkaar te vergelijken. Zo verschillen de vijf discotheken en clubs aanzienlijk qua formule.

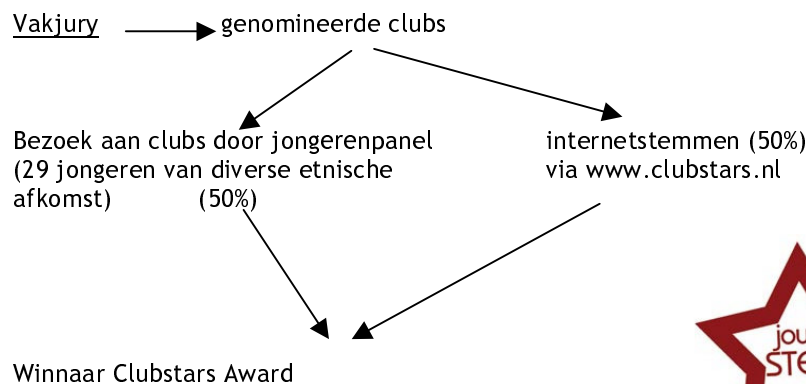
Ook heeft de keuze om één Award toe te kennen het nadeel dat bijvoorbeeld een kleine en relatief onbekende discotheek met een heel goed deurbeleid minder kans heeft genomineerd te worden, dan bijvoorbeeld een grote, bekende en trendy mega club. In de toekomst zal dan ook gekeken moeten worden of meerdere prijzen toegekend kunnen worden: zoals beste nieuwkomer of beste kleine club.



Selectie van winnaar

In het geval van Clubstars 1 heeft een jongerenjury van 10 personen de winnaar bepaald. Bij de beoordeling van de clubs werden de aandachtspunten 'Deurbeleid' en 'veiligheid' zwaarder gewogen dan de punten 'hygiëne' en 'service'. De jury vond het lastig om de winnaar aan te wijzen, omdat de clubs uitgaan van verschillende bedrijfsconcepten. Ze zijn eigenlijk onvergelijkbaar. Uiteindelijk is er gestemd en is er een winnaar gekozen.

In het geval van Clubstars 2 is er gekozen voor een andere wijze van bepaling:



Publiciteit

Zowel tijdens Clubstars 1 als 2 is er veel moeite en tijd geïnvesteerd om publiciteit te genereren met het project.

Vormgeving & publiciteitsmateriaal

Tijdens Clubstars is in een aantal stappen de vormgeving voor Clubstars ontworpen. Zo'n 10 studenten van de Willem de Kooning Academie hadden hierin een belangrijke rol. Onder begeleiding van een docente kwamen ze met diverse ontwerpen voor:

De volgende materialen hebben de studenten ontwikkeld tijdens Clubstars 1

- Website
- Clubstars logo
- Viertal flyer-varianten (5000 stuks?)

- Drietal poster-varianten (1000 stuks)
- Uitgaansboekje (5000 stuks)
- Uitnodiging voor Award uitreiking (200 stuks)
- Clubstars Award, een neonlamp
- Deurplaatjes voor alle drie genomineerde clubs

Website

Jongeren werden actief betrokken bij de vormgeving van de eerste versie van de website. Er werd een kleine referentiegroep van jongeren gevormd die in samenwerking met een vormgeefster aan de hand van door hen zelf gemaakte moodboards aangaf in welke stijl zij deze website wensten te hebben. Tussen droom en werkelijke mogelijkheden zat in het begin een redelijke kloof. Voor sommige jongeren vormden commerciële websites zoals die van TMF met zeer professionele interactieve elementen het referentiekader. Begrijpelijk, maar afgezet tegen het projectbudget niet realistisch. Binnen de gestelde kaders was echter iedereen tevreden en enthousiast over de uiteindelijk ontwikkelde website.

In een later stadium hebben de studenten van de Willem de Kooning Academie het 'feel & look' van de website grondig veranderd. Zij kozen bijvoorbeeld voor een retro-stijl met heldere kleuren. Ook hadden zij voorkeur voor het gebruik van veel zgn. flash-onderdelen waardoor de website een heel dynamisch uiterlijk kreeg. Het nadeel daarvan was echter dat het veel lastiger werd om de inhoud van de website aan te passen. Tijdens Clubstars 2 is er dan ook besloten om de website wederom aan te passen, zodat het aanpassen van teksten eenvoudiger werd.

Het uiteindelijke materiaal was erg mooi. Wat minder succesvol was de verspreiding van het materiaal, zodat na afloop van het project er nog heel veel materiaal over was.

Tijdens Clubstars 2 is er voor gekozen niet weer nieuwe ontwerpen te maken, maar voort te borduren op de bestaande vormgeving. Tijdens Clubstars 2 is het volgende publiciteitsmateriaal gemaakt:

- Flyer met oproep om te stemmen op de website (20.000 stuks)
- Uitnodiging voor Award uitreiking (200 stuks)
- Jaartal aanpassen op Clubstars Award

Ook is - lering trekkende uit Clubstars 1 - er veel tijd en moeite gedaan om dit materiaal ook te verspreiden onder een groot publiek:

- Flyercampagnes waarbij er tijdens grote manifestaties 10-tallen jongeren geflyerd hebben tw. tijdens het Zomercarneval (30 juli) en de Dance Parade (13 augustus).
- Foto-acties in de clubs waarbij mensen gefotografeerd werden en de foto's op de website van Clubstars werden gezet.
- Verspreiding via Eurekaweek.

Media

Tijdens Clubstars 1 is er slechts een keer een persbericht over de Award uitreiking verspreid door het bureau communicatie van de gemeente Rotterdam.

Dit heeft geleid tot een groot artikel in het Rotterdams Dagblad. Daarnaast heeft TV Rijnmond een item gemaakt over Clubstars.

Tijdens Clubstars 2 zijn de media veel actiever benaderd. De volgende acties zijn ondernomen:

- Vroegtijdig afspraken maken met radio Funx over programmering
- Bezoek van jongerenteam aan de genomineerde clubs in gezelschap van meerdere journalisten
- Persbericht over resultaat nominatie
- Persbericht over award-uitreiking

Deze acties hebben veel effect gehad:

- Het Rotterdams Dagblad heeft heel veel aandacht gegeven aan het project: onder andere een ½ cultuurpagina met een beschrijving van het project; hele cultuurpagina met een verslag over de stapavond plus stuk op voerpagina en redactioneel commentaar en tenslotte verslag van Award uitreiking op de voorpagina.
- Metro: tweemaal een vooraankondiging en foto van de Awarduitreiking.

- Funx: een weeklang radio items o.a. interviews met jongeren over uitgaan in Rotterdam.
- Radio Rijnmond: interview in het kader van de stapavond
- Huis-en-huisblad Maasstad: uitgebreid verslag van stapavond
- Uitgaansblad Zone010: uitgebreid verslag van stapavond

Financiële Voorwaarden

Clubstars 1 is door diverse de gemeente Rotterdam en diverse fondsen financiële ondersteund. Tijdens Clubstars 2 was de gemeente helaas niet langer bereid financieel bij te dragen. Wel was Clubstars 2 aanzienlijk goedkoper. Tijdens Clubstars 1 was veel ervaring opgedaan. Hierdoor kon Clubstars 2 veel sneller opgezet en uitgevoerd worden. Dit scheelde veel kosten.

Hieronder staat een globale indicatie van de kosten van beide projecten.

Kosten Clubstars 1

Kosten SONOR: (loon en productiekosten)	€ 89,500,--
RADAR (ondersteuning): 295 uur	€ 18.000,--
Totaal	€ 107.500,--

Kosten Clubstars 2

Uren RADAR: 390 uur	€ 32.000,--
Productiekosten RADAR	€ 8.000,--
Totaal	€ 40.000,--

Uitdagingen voor de toekomst

Aanvankelijk ging men in het project uit van het produceren van een soort Michelin gids, waarbij middels sterren de kwaliteit van de clubs en discotheken kon worden aangegeven. Al doende verschoof het doel en lag de nadruk op het uitreiken van Award aan de beste club op het vlak van deur- en veiligheidsbeleid.

In de loop van het project is de opzet breder geworden in de zin dat het niet alleen over deurbeleid gaat, maar dat er gekeken is naar het totale concept van een club (stijl, programmering, sfeer e.d.) is onder de loop genomen.

Bij Clubstars ligt de nadruk op een positieve invalshoek. Er wordt gekeken naar de kansen in plaats van naar bedreigingen: welke clubs doen het goed en hoe kunnen we deze voorbeelden promoten?

Ook is getracht aansluiting te vinden bij de belangen van alle betrokkenen (dus ook ondernemers). Dit is niet altijd gelukt. Het contact met de horeca is veel beter dan enkele jaren geleden, maar in volgende versies van Clubstars kan en moet er nog meer ondernomen worden om goede relaties met de horeca te ontwikkelen zodat er nog meer een win-win-situatie kan ontstaan.

Het bleek in de praktijk moeilijk om één referentiekader voor de beoordeling van clubs met zeer verschillende concepten te construeren. Er zal in de toekomst gekeken moeten worden of niet meer rekening gehouden kan worden met de diversiteit binnen de horeca : bijvoorbeeld categorie kleine club versus grote clubs; nieuwkomers versus oud gedienden; alternatieve uitgaansplekken versus de mainstream, enz....

Eenduidige beoordeling bleek moeilijk. De persoonlijke preferenties en eigen smaak speelde bij de beoordeling van de clubs toch nog te veel een rol. Er zullen in komende versies van Clubstars hiervoor oplossingen gezocht moeten worden. Door bijvoorbeeld jongeren op smaak te selecteren of door de clubs in verschillende categorieën op te delen.