

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 193
van **PETER PERSYN**
datum: 15 december 2017

aan **JO VANDEURZEN**
VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

Meldpunt 1712 - Campagne partnergeweld bij ouderen

Midden juni 2017 lanceerde meldpunt 1712 een nieuwe campagne rond partnergeweld bij ouderen, een problematiek die tot op vandaag nog altijd moeilijk bespreekbaar is.

Nochtans werden in 2016 bij het Vlaams Ondersteuningscentrum Ouderenmis(be)handeling (VLOCO) 436 meldingen gemaakt van ouderen die mishandeld werden.

1. Hoeveel meldingen kreeg het VLOCO in 2017 te verwerken m.b.t. partnergeweld bij ouderen?
Kan de minister ook de cijfers bezorgen van wie de melder was en welke vorm van partnergeweld werd aangegeven (fysiek, psychische of financiële mishandeling)?
2. Uit de antwoorden van de minister op de vragen om uitleg nr. 2478, nr. 2485, nr. 2520 en nr. 2555 blijkt dat hij gekozen had voor een campagne om het taboe rond de problematiek te doorbreken alsook de bekendheid van 1712 te versterken.
Is deze campagne reeds afgelopen? Welke concrete resultaten kan u voorleggen over deze campagne?
3. Op welke manier en met welke middelen heeft de minister getracht de vooropgestelde doelstellingen te bereiken?

ANTWOORD

op vraag nr. 193 van 15 december 2017

van **PETER PERSYN**

1. Het Vloco kreeg, tot op datum van 19 december 2017, 42 meldingen binnen specifiek met betrekking tot partnergeweld bij ouderen.

Van die 42 meldingen hadden er 13 te maken met fysiek geweld, 22 met psychische mis(be)handeling en 4 met financiële. Daarnaast werd ook 2 maal seksuele mis(be)handeling geregistreerd alsook 9 keer verwaarlozing en 9 keer schending van de rechten.

Deze cijfers geven aan dat er vaak meerdere vormen tegelijk voorkomen en het meestal om complexe situaties gaat.

De melder bij VLOCO is steeds een hulpverlener.

- 2-3. Voor de campagne in kwestie, en dit geldt als basisregel, opteerden we voor een gefaseerde aanpak omwille van de versterkende kracht van herhaling.

Bij de lancering werd een persbericht verspreid, met toelichting op een persconferentie. Ook via de vernieuwde website en facebookpagina werd de campagne bekendgemaakt aan de hand van een filmpje en een bijhorende affiche.

Via deze kanalen werden zowel de doelgroep ouderen, zowel als hun omgeving en hulpverleners bereikt.

Onmiddellijk na de lancering werden bijkomend nog verschillende kanalen bijkomend ingezet om specifiek de doelgroep ouderen te bereiken: sociale media (voornamelijk Facebook), nieuwsbrieven en webpagina's van ouderenverenigingen, dagbestedingscentra en verenigingen aangesloten bij de Vlaamse Ouderenraad.

Daarnaast werd de TV-spot gedurende een maand ruim vertoond op alle regionale zenders.

In de maand juni steeg het aantal oproepen bij 1712 aanzienlijk. Dit toont aan dat 1712 aan bekendheid won, zowel bij de doelgroep ouderen maar evenzeer bij andere doelgroepen.

In het najaar werden affiches verspreid naar CAW's, OCMW's, ouderenverenigingen, ziekenhuizen, woonzorgcentra en lokale dienstencentra. Deze affiches worden nog vaak bijbesteld en zullen ook in 2018 beschikbaar zijn op het bestelloket voor alle campagnematerialen 1712.