

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 7

van **TINE VAN DEN BRANDE**

datum: 28 september 2023

aan **HILDE CREVITS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN,
VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

Sensibiliseringscampagnes kindermishandeling - Stand van zaken

In de plenaire vergadering van 23 juni 2021 werd het voorstel van resolutie nr. 796 (2020-2021) nr.1 aangenomen.

In dit voorstel lees ik:

“–vraagt aan de Vlaamse Regering om:

2° in te zetten op sensibiliseringscampagnes voor ouders om het taboe op het vragen om hulp te doorbreken, zodat ouders op tijd hulp zoeken als hun draagkracht overschreden wordt of als ze opvoedingsondersteuning nodig hebben;

3° in te zetten op jaarlijks terugkerende sensibiliseringscampagnes rond de signalen van kindermishandeling, ook gericht naar kinderen en via media die bij kinderen een voldoende groot bereik hebben;

4° te sensibiliseren rond de grenzen van het beroepsgeheim, en de detectie en melding van kindermishandeling als een gedeelde maatschappelijke verantwoordelijkheid, en hulpverleners daarin ook te ondersteunen om die rol actief op te nemen, met een duidelijk toepasbaar afwegingskader of protocol voor de aanpak van kindermishandeling, alsook het hulpverleningslandschap beter bekend te maken;”

1. Graag een overzicht van de sensibiliseringscampagnes voor ouders die ontwikkeld werden:
 - a) kostprijs van deze campagnes en overzicht van de verschillende kostenposten,
 - b) looptijd,
 - c) opsomming, per campagne, van de diverse (media)kanalen waarlangs deze campagnes verspreid zijn,
 - d) bereik en welke doelgroepen bereikt zijn,
 - e) evaluatie resultaten,
 - f) welke next steps gepland zijn.



**Vlaams
Parlement**

2. Graag een overzicht van de jaarlijks terugkerende sensibiliseringscampagne gericht op kinderen en jongeren die ontwikkeld werd:
 - a) kostprijs van deze campagnes en overzicht van de verschillende kostenposten,
 - b) looptijd,
 - c) opsomming, per campagne, van de diverse (media)kanalen waarlangs deze campagnes verspreid zijn,
 - d) bereik en welke doelgroepen bereikt zijn
 - e) evaluatie resultaten,
 - f) welke next steps gepland zijn.
 3. Op welke manier werd de sensibilisering rond de grenzen van het beroepsgeheim en de detectie en de melding van kindermishandeling als een gedeelde maatschappelijke verantwoordelijkheid uitgewerkt?
 4. Op welke manier werden hulpverleners extra ondersteund? Plant de minister next steps? Waarom wel of waarom niet?
 5. Op welke manier werd het hulpverleningslandschap beter bekendgemaakt? Plant de minister next steps? Waarom wel of waarom niet?
-

Deze vraag werd gesteld aan de ministers Hilde Crevits (7), Benjamin Dalle (3)

HILDE CREVITS

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

GECOÖRDINEERD ANTWOORD

op vraag nr. 7 van 28 september 2023

van **TINE VAN DEN BRANDE**

1. 1712 lanceerde verschillende campagnes:

- Campagne – Schoolbanken op het Antwerpse Astridplein ‘Kindermishandeling neemt geen vakantie’ (30 juni 2023 - ...)
 - De aftrap van de campagne gebeurt op het Astridplein in Antwerpen waar een klaslokaal is opgesteld. Slechts twee kinderen zitten aan de schoolbanken. Boodschap: “zij zouden liever op school blijven”. Als vervolg op deze campagne volgde op 1 september een advertentie van 1712 in De Morgen, met als opschrift “Voor 1 op 10 kinderen kon het niet snel genoeg 1 september zijn”. 1 op de 10 kinderen maakt het afgelopen jaar kindermishandeling mee. Met de campagne worden omstanders opgeroepen om 1712 te contacteren bij een vermoeden van geweld op kinderen.
 - Daarnaast zond 1712 gedurende enkele weken radiospots uit gericht op ouders die geweld plegen op kinderen uit onmacht of in een stresssituatie. Gebrekkige opvoedingsvaardigheden en opvoedstress zijn risicofactoren voor kindermishandeling, net zoals psychische problemen en problematisch alcohol- en drugsgebruik bij de ouders. Met de campagne wil 1712 ouders die geweld plegen aansporen om hulp te zoeken.
 - Daarnaast lanceerde 1712 een video op sociale media waarin omstanders worden opgeroepen om 1712 te contacteren als ze zich zorgen maken over een kind. De meeste mensen die 1712 contacteren over kindermishandeling zijn omstanders.
 - Verder verspreidt hulplijn 1712 duizenden posters in consultatiebureaus van Kind en Gezin, bij huisartsen, Centra voor Algemeen Welzijnswerk en andere vindplaatsen, waarmee men mensen wil bereiken die geen traditionele of sociale media bekijken.

1712 kreeg in de maand juli 2023 710 oproepen, een stijging van 13% in vergelijking met het jaar voordien.

- Campagne ‘Lijn 1712, bestemming “Veilige thuis”’ (maart – mei 2023)

In deze campagne op 100 bussen en trams van De Lijn en op digitale borden in de Antwerpse premetro profileerde 1712 zich als de hulplijn voor een veilige thuis. De campagne zinspeelt op de doelstelling van De Lijn om elke reiziger veilig thuis te brengen en van 1712 die iedereen een veilige thuis toewenst.

In maart 2023, tijdens de looptijd van de campagne, kreeg 1712 903 oproepen, een stijging met 31% tegenover de vorige maand.
- Campagne ‘Praat over geweld’ - BV’s sporen aan om te praten over geweld (juli 2022)

In een campagnevideo roepen BV’s Lize Feryn, Lotte Vanwezemael, Marc Van Ranst, Hilde Crevits, Wouter Torfs, MEAU, Peter Adriaenssens, Kids with Buns en Senne Mispion iedereen op om over geweld te praten en 1712 te contacteren bij vragen hierover. De meeste van hen hebben in hun professionele - of privéleven te maken (gehad) met geweld. De sociale mediacampagne wil mensen met een hulpvraag aansporen om over hun ervaringen of vermoedens van geweld te praten met hulplijn 1712.
- Campagne ‘Geweld stopt niet vanzelf’ gericht op omstaanders (oktober – november 2021, BXL en sociaal media-luik in Vlaanderen)

Deze campagne in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest richtte zich op omstaanders en getuigen van familiaal geweld. Het is de eerste grote campagne van 1712 in Brussel. Gedurende vier weken toont 1712 een spot op sociale media en televisie. Daarnaast worden overal in Brussel posters verspreid met de boodschap "*Geweld stopt niet vanzelf. Contacteer 1712 en maak het verschil.*"

- Campagne gericht op plegers van familiaal geweld, met inbegrip van KM (juni – augustus 2021)

Deze campagne is gericht op volwassenen die familiaal geweld plegen uit onmacht of in een stresssituatie. Dit is de eerste grootschalige campagne van de Vlaamse overheid specifiek gericht op deze doelgroep. Radiospots en filmpjes op sociale media moeten de doelgroep aansporen om 1712 te contacteren.

2. Voor wat betreft de campagnes gevoerd door 1712 kan verwezen worden naar de verschillende campagnes opgesomd in het antwoord op vraag 1.

1712 is doorheen het jaar heel actief op sociale media (facebook, Instagram) waar zij op een toegankelijke manier informatie over geweld, misbruik en kindermishandeling beschikbaar stellen voor burgers, waarbij ook rekening gehouden wordt met de actualiteit.

Nupraatikerover.be lanceerde verschillende campagnes:

- Message on a bottle – Chatmarathon 'Steek je noodkreet niet in een fles' rond Europese dag van het Slachtoffer, georganiseerd door Nupraatikerover.be (chatbox geopend gedurende 11 opeenvolgende dagen), gekoppeld aan een influencerscampagne waarbij 5 influencers de chatbox Nupraatikerover.be op Instagram ten aanzien van hun volgers melden, alsook een giveaway (februari – maart 2021).

De kostprijs van deze campagne bedroeg 4.229 euro en had een bereik van 58.000 via post van influencers op Instagram. Dit leverde extra volgers op van Nupraatikerover op Instagram en zorgde voor een verdubbeling in het aantal hits op de chatknop.

- Campagne specifiek gericht op emotionele mishandeling 'Wat draag jij met je mee?': Influencercampagne, alsook verspreiding (ook via betalende advertenties) promofilmje chatbox rond emotionele mishandeling (december 2022).

De kostprijs van deze campagne bedroeg 9.982 euro en had een bereik van 300.000 via advertenties op Instagram en Facebook en een bereik van 106.000 via post van influencers op Instagram.

- Aanwezigheid van Nupraatikerover op T-day (jongerenfestival): informatieve en sensibiliserende stand en verspreiding van gadgets (2022)
- Muurschildering: Creëren van een beeld rond de verschillende vormen van mishandeling met jongeren die een traject op VK doorlopen hebben onder begeleiding van artiesten Guillaume Desmarets en Amandine Lévy. Dit beeld zal aangebracht worden op een muur in Brussel. The 'making-off' en het uiteindelijke beeld werden verspreid via sociale media en ook opgepikt door de media. (Zomer 2023) Met dit beeld wordt er ook nog een vervolgcampagne gepland.

De kostprijs van deze campagne was 63.000 euro en leverde heel wat media-aandacht op voor de chatbox nupraatikerover.be.

- In het kader van de Open Geestdagen organiseert Nupraatikerover.be een tweede chatmarathon waarbij de chatbox gedurende 10 opeenvolgende dagen geopend zal zijn. Deze campagne is momenteel lopende.

Nupraatikerover.be is doorheen het jaar heel actief op sociale media (facebook, Instagram) waar zij op een toegankelijke manier informatie over kindermishandeling, misbruik en seksueel geweld beschikbaar stellen voor jongeren, waarbij ook rekening gehouden wordt met de actualiteit. We

vermelden hier ook de samenwerking van Nupraatikerover.be met andere diensten, Smartschool, Watwat en andere chatboxen.

Vanuit het beleidsdomein Jeugd werden geen specifieke sensibiliseringscampagnes rond kindermishandeling ontwikkeld. De minister van jeugd neemt wel verantwoordelijkheid in het zo goed als mogelijk te informeren van kinderen en jongeren en hen een platform te bieden waar zij terecht kunnen met hun vragen. Het jeugdinformatieplatform WAT WAT geeft aan jongeren van 11 en tot en met 24 jaar antwoorden op vragen waarmee ze zitten. WAT WAT is te volgen via Instagram, TikTok of YouTube. WAT WAT is een platform van meer 80 organisaties die jongeren willen informeren en toeleiden naar advies of hulp. Door de krachten te bundelen onder één merknaam is WAT WAT hét referentiepunt voor jongeren met vragen

De Ambrassade coördineert WAT WAT in het kader van haar subsidieovereenkomst met de Departement Cultuur, Jeugd en Media. Een overzicht van de behandelde thema's is te vinden op: <https://www.WATWAT.be/welke-themas-vind-ik-op-WATWATbe>.

Voor informatie over integriteit op maat van kinderen lanceerde ik recentelijk in samenwerking met Ketnet de campagne "Nee is altijd oké". De campagne wil kinderen aanleren om grenzen te stellen en nee te zeggen, omdat dit voor hen even moeilijk, zo niet moeilijker is dan voor volwassenen. Daarom heeft Ketnet, in samenwerking met hun wrappers, zes herkenbare situaties in filmpjes verwerkt om de boodschap over te brengen. De algemene boodschap is duidelijk: *Nee is altijd oké*, zowel offline als online: <https://www.ketnet.be/kijken/n/nee-is-altijd-oke>.

3. Specifiek in het kader van het beroepsgeheim kan verwezen worden naar de poster van SAM vzw "Beroepsgeheim voor jeugdhulpverleners" die in 2021 werd aangepast en naar de "Wegwijzers Beroepsgeheim" die werden opgemaakt door het Steunpunt Welzijn, Volksgezondheid en Gezin.

Voor wat betreft de detectie en melding van kindermishandeling verrichtte het Vlaams Expertisecentrum Kindermishandeling uitstekend werk binnen het jeugdwerk (KIMIWA), de kinderopvang (ABC stappenplan en samenwerking rond gevaarsituaties met het agentschap Opgroeien) en de uitrol van de Kindreflex binnen verschillende sectoren die met volwassen werken. De Kindreflex werd in 2021 geïmplementeerd binnen de sector van de CAW's en verder uitgediept binnen de sector van de geestelijke gezondheid. In het voorjaar van 2022 werd er verder werk gemaakt van de implementatie van de Kindreflex op de spoeddiensten. Naast de Kindreflex, gericht op volwassenen, werd binnen de sector van het jeugdwerk een ondersteuningskader rond het omgaan met kindermishandeling uitgewerkt, KIMIWA. KIMIWA is specifiek ontwikkeld voor jeugdwerk, op basis van de Kindreflex, ABC-stappenplan kinderopvang en integriteitsbeleid jeugdwerk (aanspreekpersonen integriteit).

Daarnaast werd er binnen het Platform Kindermishandeling een werkgroep opgestart die werk maakt van een "Meldcode Kindermishandeling". Deze meldcode streeft een betere detectie, bescherming en herstel na bij kindermishandeling via een effectief meldingssysteem. De effectiviteit van het meldingssysteem wordt versterkt via een handelingskader dat een professionele norm zet in het omgaan met kindermishandeling. Deze meldcode heeft tot doel breed inzetbaar te zijn in verschillende sectoren die met kinderen en volwassenen werken.

Op niveau van de Raad van Europa, met name binnen het Steering Committee for the Rights of the Child, werkte het Departement Cultuur, Jeugd en Media mee aan totstandkoming van de nieuwe aanbeveling van 6 september 2023 over de versterking van de meldingssystemen van geweld tegen kinderen. In deze aanbeveling staat de melding van geweld tegen kinderen, en dus ook van kindermishandeling, voorop, waarbij de grenzen van het beroepsgeheim worden aangegeven.

4. Zie antwoord op vraag 3.

5. Zie antwoord op vraag 3.

In het kader van de ondersteuning van het integriteitsbeleid van jeugd- en kinderrechtenorganisaties en hun aanspreekpunten integriteit (API), wordt het hulpverleningslandschap beter bekendgemaakt. Dit doe ik in uitvoering van prioriteit 1 "Welbevinden en positieve identiteitsontwikkeling" van het Vlaams jeugd- en kinderrechtenbeleidsplan 2020-2024 (JKP). Heel wat nuttige informatie over het hulpverleningsaanbod kan geraadpleegd worden op de website van het Departement Cultuur, Jeugd en Media, met name op de webpagina [Integriteit in de jeugdsector](#).

Ik gaf aan De Ambrassade de opdracht om extra in te zetten op de ondersteuning van de jeugdsector op het vlak van integriteit. In dit kader werkt De Ambrassade samen met Pimento en Tumult rond de opleiding van de aanspreekpunten integriteit (API), brengen zij de collega-groepen van API samen, versturen zij thematische mails naar de sector en plaatsen zij gericht informatie op hun website. Graag verwijs ik naar het vernieuwde Stappenplan Integriteit, een uitgave van Pimento vzw in samenwerking met De Ambrassade.

Minister Dalle gaf Pimento voor het derde jaar op rij de opdracht om de jeugdsector te ondersteunen voor de uitwerking en opvolging van een integriteitsbeleid op organisatieniveau zowel offline als online, met specifieke aandacht voor vorming en meerdaagse trajecten.

Ook Tumult kreeg voor het tweede jaar op rij een extra opdracht voor de ontwikkeling van het aanbod van Rapid Response Coaches acute situaties van (cyber)pesten, conflict en agressie in een jeugdorganisatie.

Zodoende bereid minister Dalle de jeugdsector ook voor op de meer uitgewerkte bepalingen op het vlak van integriteit in het nieuwe jeugddecreet dat, als het parlement dit goedkeurt, in werking zal treden op 1 januari 2024.

Daarnaast ontwikkelde het Vlaams Expertisecentrum Kindermishandeling in 2022, met middelen van het agentschap Opgroeien, de website KIMIWA (<https://www.kimiwa.be/>) ten behoeve van jeugdwerkers met vragen over kindermishandeling. Jeugdwerkers hebben bij sommige kinderen het gevoel 'hier klopt iets niet'. Dat vermoeden dat er meer gaande is, maar niet weten hoe daarmee om te gaan, maakt hen soms onzeker. "Ki Mi Wa" staat voor kindermishandeling, wat is dat? Wat kan je doen? Kimiwa betekent in het Japans ook 'en jij?'. KiMiWa geeft inzicht in de basiskrachten waarop jeugdwerkers een beroep kunnen doen zonder de taak van de hulpverlener over te nemen. Als minister van Jeugd was minister Dalle daarbij ook betrokken. Verschillende organisaties uit het jeugdwerk en het Departement Cultuur, Jeugd en Media maakten deel uit van de stuurgroep van het project.

Tenslotte verwijs ik graag nog naar ALLESoverPESTEN (<https://www.allesoverpesten.be/>), het platform om kinderen en jongeren en hun begeleiders ondersteuning te geven in het geval van pesten en cyberpesten. In september 2021 kon het platform van start gaan dankzij projectsubsidies in het kader van het JKP. Op het platform vind je onder meer wegwijzers voor kinderen en jongeren, ouders en hun begeleiders met informatie over hoe (cyber)pesten te voorkomen en aan te pakken en over bij wie men terecht kan.