

van seksualiteit. Als jongens en mannen niet alleen worden gezien als potentiële daders, maar juist als deel van de oplossing, dan kunnen we seksuele grensoverschrijding collectief en effectief tegengaan. Daarbij komt dat niet alleen vrouwen, maar ook mannen (homo's en hetero's) en trans personen slachtoffer kunnen worden.

Nationale aanpak

Met de komst van Mariëtte Hamer als regeringscommissaris geeft het kabinet een duidelijk signaal: de preventie seksueel grensoverschrijdend gedrag en seksueel geweld heeft prioriteit. Een gecoördineerde aanpak vanuit Den Haag is dan ook hard nodig. Net als een nationaal actieplan. Wat moet het kabinet volgens Rutgers doen? "Het kabinet moet veel meer investeren in het voorkomen van seksueel geweld. Denk aan betere seksuele voorlichting op school en daarbuiten, betere opleidingen voor betrokken professionals, meer aandacht voor de rol van werkgevers en meer publiekscampagnes om de cultuur rond seks in Nederland te verbeteren. Maar denk ook aan meer zorg en aandacht voor slachtoffers", aldus Willy van Berlo, expert bij Rutgers.



4 Interviews

Een brede aanpak is essentieel

“Elke doelgroep vraagt om een andere benadering”

Maaïke van de Graaf

projectleider in de Aanpak Seksueel Geweld bij EARL Advice & Projects



‘Wil je seksueel geweld aanpakken? Dan moet je beginnen met een sterk preventiebeleid waarmee je alle lagen van de samenleving bereikt. In 2013 ontwikkelde ik een achtstappenplan voor gemeenten die een aanpak seksueel geweld wilden ontwikkelen. Deze stappen worden weer verwerkt in de landelijke bouwstenen voor een regionale aanpak. Hoe werk je als gemeente met zo’n stappenplan? Allereerst moet je het probleem in je regio echt kennen en onderzoeken welke organisaties al actief zijn in de

preventie en aanpak van seksueel geweld. En vooral: hoe kun je hen beter laten samenwerken?

Als je ook in kaart hebt wie er allemaal te maken hebben met de problematiek, kun je aan de slag met een heel belangrijk onderdeel van je preventiebeleid: deskundigheidsbevordering. Welke interventie werkt voor de kinderen, de groep die je opvoedt of de mensen waarmee je werkt? Van jongerenwerkers in de wijk tot de vrouwenopvang en van scholen tot jeugdzorginstellingen, je wil ze allemaal uitrusten met kennis en vaardigheden om seksueel geweld te signaleren en bespreekbaar te maken.

"Elke doelgroep vraagt om een andere benadering"

Zo'n brede aanpak is essentieel voor een effectieve preventie. Afrekenen met het taboe op seksualiteit en seksueel geweld kan namelijk alleen als je deze thema's in alle lagen van de samenleving bespreekbaar maakt. Wil je een goed preventiebeleid opzetten, dan moet je dus nadenken over hoe je alle verschillende groepen in de bevolking bereikt. Elke doelgroep vraagt nu eenmaal om een andere benadering.

Bij onze preventieacties op basisscholen vroegen we bijvoorbeeld vaak een ervaringsdeskundige mee. Met een speciaal praatstokje van de Indianen sprak ze over het misbruik van haar oom, waar ze als kind en tiener slachtoffer van werd. Ze vertelde op een heel kindvriendelijke manier dat ze zich zo schaamde dat ze er met niemand over durfde te praten. De kinderen schreven op een kleurplaat de namen van mensen in hun omgeving aan wie zij zouden vertellen wanneer hen iets naars zou overkomen. Ook bespraken ze hoe je kunt reageren als je vriendje of vriendinnetje naar je toe komt met zo'n naar verhaal. Door deze onderwerpen te bespreken, haal je het taboe er een beetje af. Mochten ze ooit met seksueel geweld te maken krijgen, dan is de drempel om erover te vertellen misschien net wat lager.

"Seksueel geweld is niet normaal. Die boodschap kun je niet vaak genoeg herhalen."

Ga je de straat op? Dan werkt een andere aanpak beter. De kans dat voorbijgangers al eens direct of indirect te maken hebben gekregen met seksueel geweld is groot. Je moet je daarom ook richten op het voorkomen van herhaling. Hoe je dat doet? Door te benadrukken dat het oké is om het onderwerp te bespreken. Dat je als slachtoffer absoluut geen schuld hebt aan wat je is aangedaan. Dat de pleger daar verantwoordelijk voor is. Seksueel geweld is niet normaal. Die boodschap kun je niet vaak genoeg herhalen. We moeten zorgen dat seksualiteit en seksueel geweld in de hele samenleving onderwerpen worden die normaal zijn om te bespreken, dan kunnen we veel seksueel geweld voorkomen.'

Tip: Met preventie kun je niet vroeg genoeg beginnen. Wie denkt dat je er pas op de middelbare school of later mee kunt starten, heeft het mis. Het is juist heel goed om al op jonge leeftijd te leren wat grenzen zijn en dat het oké is om nee te zeggen. Zo verklein je de kans dat kinderen later in hun leven over de eigen grenzen en die van de ander gaan.

Hoe kan een publiekscampagne bijdragen aan cultuurverandering?

“Een bredere preventieve aanpak op gemeenteniveau is essentieel”

Maartje Puts

Campagnecoördinator bij Rutgers



‘Gemeenten kunnen een belangrijke rol spelen bij het voorkomen van grensoverschrijdend gedrag. Zij kunnen met publiekscampagnes bijdragen aan een gezonde cultuur waarmee zij hun inwoners laten zien welk gedrag acceptabel is en welk gedrag niet. Gemeenten hebben een normerende rol, zonder direct met het vingertje te wijzen. Publiekscampagnes die de bewustwording over seksuele grensoverschrijding en intimidatie vergroten en

die inzetten op gedragsverandering, dragen bij aan preventie.

Hoe doe je dat in jouw gemeente? Draag de gewenste boodschap samen met de inwoners uit. Selecteer peers uit de doelgroep als boegbeelden die zich uitspreken en het juiste gedrag laten zien. Boegbeelden dragen het goede voorbeeld uit en zorgen gelijk dat je campagne breed wordt gedragen. Werk met lokale influencers die zich uitspreken in je campagne, zoals een nachtburgemeester of een bekende dj.

Voor de gemeente Enschede ontwikkelde Rutgers bijvoorbeeld een lokale Ben je oké-campagne tegen seksuele straatintimidatie. De Ben je oké-campagne vraagt al sinds 2018 aandacht voor seksuele grensoverschrijding in het uitgaansleven en bij studentenverenigingen. De campagnematerialen die ontwikkeld zijn voor Enschede, tonen boegbeelden die zich tegen straatintimidatie uitspreken in een video en in online advertenties. Enschede wil zo veel mogelijk bewoners bereiken met de campagne, daarom koos de gemeente onder meer de alom bekende kickbokser Peter Aarts en voetballer Sabine Ellouzi als boegbeelden.

Op straat, juist op die plekken waar seksuele intimidatie veel voorkomt, verschenen in Enschede posters. Deze posters benoemen verschillende vormen van seksuele straatintimidatie en vragen inwoners om elkaar te hulp te schieten als ze het zien gebeuren. Alle campagnematerialen dragen dezelfde positieve boodschap uit: seksuele straatintimidatie hoort er niet bij in Enschede. Ook vertellen ze de doelgroep duidelijk wat je op welk moment kunt doen om een ander te helpen en waarom dit belangrijk is. ‘Samen zorgen we ervoor dat Enschede fijn en veilig is voor iedereen.’ Tegelijkertijd laat je zo ook daders weten dat ongewenst gedrag niet getolereerd wordt.



**ZIE JE ONGEWENST
SEKSUEEL GEDRAG?
STEL DE VRAAG!**

Zo zorg je als gemeente samen met je inwoners voor een wereld waarin iedereen vrij is om zichzelf te zijn en er geen ruimte is voor ongewenste aanrakingen, opmerkingen, nastaren en nasissen. Bedenk dat een bewustwordingscampagne nooit op zichzelf staat. Een bredere preventieve aanpak op gemeenteniveau is essentieel. Dat betekent aan de ene kant dat scholieren lessen krijgen over eigen wensen en grenzen en aan de andere kant dat daders gericht worden aangepakt. Dat kun je niet alleen. Een goede samenwerking met professionals, die je opleidt over hoe je preventie aanpakt, is hierbij noodzakelijk.'

Preventie is de sleutel naar succes

“Samenwerking is het toverwoord”

Pauline Heuperman preventiewerker Mondriaan, Gemeente Maastricht en ontwierp samen met de gemeentelijke stuurgroep onder begeleiding van beleidsadviesbureau Regioplan een Theory of Change (TOC) voor de gemeente Maastricht.



‘Wil je als gemeente seksueel geweld écht aanpakken, dan moet je meer doen dan brandjes blussen met losse interventies. Wat enorm helpt is een Theory of Change

(TOC). Dat is een soort routekaart waarin je overzichtelijk maakt welke veranderingen er nodig zijn om je doel te bereiken. Onze missie was zorgen dat de seksuele intimidatie binnen het uitgaansleven van Maastricht afnam. Dat doel bedachten we niet zomaar. Eerst deden we kwantitatief en kwalitatief onderzoek onder de doelgroep. Wie zijn de potentiële slachtoffers, wie de potentiële daders en wat zijn de risicofactoren voor seksuele intimidatie en seksueel geweld? De respondenten uit het Maastrichtse onderzoek bleken de landelijke trend te volgen: het grootste probleem was bij studenten in het

Tip: Het is belangrijk dat een campagne een positieve boodschap heeft en jouw doelgroep zich aangesproken voelt. De boodschap van de Ben je oké-campagne sluit hierop aan: zie je ongewenst seksueel gedrag? Vraag aan degene die het overkomt: ‘Ben je oké?’ Zo zorgen we er samen voor dat het hier veilig is voor iedereen.

uitgaansleven. Daarnaast lieten ouders en professionals weten meer handvatten te willen. Jongeren wilden dat ook, maar zaten niet wachten op de zoveelste les over hoe je een condoom over een banaan trekt.'

"Samenwerking is het toverwoord"

Met een helder doel voor ogen begint het zoeken naar bewezen effectieve interventies om kortetermijnveranderingen in gang te zetten. Laat je daarbij zeker voeden door zowel de expertise vanuit kenniscentra zoals Rutgers als door de doelgroep zelf. Je kunt namelijk nog zulke leuke interventies bedenken, zonder draagvlak kom je nergens en zal je jouw preventie nooit verduurzamen. Dat geldt ook voor de veranderingen die je op de midden en lange termijn noodzakelijk vindt om te slagen met je missie. Die interventies maken de TOC compleet. Wat is nu het grote voordeel van zo'n volledige TOC? Het zorgt ervoor dat je heel gericht kunt werken én het maakt je eindresultaat meetbaar en dus te verantwoorden.

Natuurlijk valt of staat alles bij een goede uitvoering. Samenwerking is het toverwoord. In Maastricht wilden veel netwerorganisaties meedenken over hoe we seksuele intimidatie kunnen terugdringen. Van het onderwijs tot de politie, we wilden zo veel mogelijk betrokken organisaties in onze werkgroep van uiteindelijk 25-30 personen. Van alle deelnemers zijn de peersupporters misschien wel de belangrijkste voor ons. Zij zijn ontzettend actief en zijn je directe link naar de doelgroep. De werkgroep komt twee jaar lang elke drie maanden samen. We evalueren de afgelopen maanden en kiezen nieuwe interventies uit de TOC voor het komende kwartaal. Welke doelen dat zijn, hangt af van wat er op dat moment in de stad speelt.

"Preventieaanpak verankeren is de grootste uitdaging"

Heb je genoeg aan twee jaar om preventie op de kaart te zetten? Nee. Tenminste, niet als je je preventieaanpak echt wilt verankeren en toekomst wilt geven. Dat is een enorme uitdaging. Hoe wij dat dan aanpakken? Ik geloof sterk in de combinatie van beleid en praktijk. Ik denk dat je als gemeente zo'n werkgroep met verschillende mensen uit het werkveld moet houden. Want uiteindelijk wil je maar één ding: dat de preventie niet stopt als het budget op is.'

Tip: Consent, groepsdruk en de sociale norm zijn binnen meerdere preventieve thema's eenvoudig bespreekbaar te maken en spelen ook een rol in het tegengaan van seksuele intimidatie. Welke maatschappelijke organisaties geven nu al actief voorlichting aan de doelgroep en kunnen universele thema's als consent eenvoudig adopteren in hun bestaande aanbod?