

Communicatieplan Aanpak tegen kindermishandeling

September 2016

Kerkrade, Heerlen, Simpelveld

Brunssum, Landgraaf, Onderbanken, Voerendaal en Nuth

Aanleiding

Kindermishandeling is een hardnekkig, maatschappelijk probleem dat continu aandacht vraagt en vergt een lange termijn aanpak. De aanpak tegen kindermishandeling is een gezamenlijke opgave van de overheid, de professionals en de samenleving. In de regio Parkstad Limburg en in de provincie Limburg zijn de afgelopen periode twee nieuwe initiatieven genomen om de aanpak van kindermishandeling structureel te verbeteren.

Het Collectief tegen Kindermishandeling (mei 2016- dec. 2016)

De gemeente Heerlen is in mei 2015 benaderd door de VNG voor een landelijk project "Collectief Tegen Kindermishandeling". Dit project is in zes gemeenten in Nederland uitgezet. Het project heeft twee doelstellingen:

- Een verbeteragenda opstellen voor een integrale aanpak van kindermishandeling en deze met de partners tot uitvoering brengen;
- Best practices moeten overdraagbaar zijn naar andere regio's.

Het accent van het project ligt op input en deelname van de sectoren onderwijs en justitie. Vanuit Heerlen wordt het project uitgezet, de Parkstadgemeenten worden hierbij betrokken.

Limburgse beweging tegen kindermishandeling

Zeventien Limburgse bestuurders zijn op 3 september een beweging gestart tegen kindermishandeling. Onder leiding van gouverneur Theo Bovens en vicevoorzitter Diana Monissen van de landelijke Taskforce kindermishandeling en seksueel misbruik spraken Limburgse burgemeesters en bestuurders van diverse organisaties uit, zich als ambassadeur in te zetten.

Burgemeester R. de Boer (Simpelveld) en wethouder J. Clemens (Heerlen) zijn ambassadeurs van deze beweging. De Limburgse beweging heeft aangegeven dat zij dit niet kunnen zonder de professionals. Daarom heeft er ook een bijeenkomst voor professionals plaatsgevonden. Hierbij was wethouder J. Schlangen (Kerkrade) aanwezig en heeft aangegeven hierbij een trekkende rol te willen vervullen.

Een gezamenlijk overleg tussen de betrokken bestuurders van Parkstad Limburg heeft geleid tot de volgende stappen:

- De aanpak tegen kindermishandeling structureel te agenderen; de portefeuillehouders Jeugd zijn allen "ambassadeurs" tegen kindermishandeling en zullen dit uitdragen waar zij kunnen.
- Een gezamenlijk communicatieplan op te stellen met als doel het bewustwordingsproces op lokaal niveau, met name communicatie gericht op burgers, te bevorderen. Concreet zou dit betekenen dat er communicatiemateriaal wordt opgesteld om dit via de verschillende kanalen op lokaal niveau te verspreiden.

Er is landelijk en ook regionaal aandacht voor signalering en preventie. Een voorbeeld hiervan is de Veilig thuis-campagne en de serie van Klokhuis over dit onderwerp. Ook is er in november 'de week van de kindermishandeling' en geeft de website Jeugd en Gezin Parkstad tips over opvoeding. En in oktober is er 'de week van de opvoeding'.

Opdracht vanuit bestuurders

In navolging van de opdracht van de bestuurders is voorliggend communicatieplan opgesteld. In het plan staat de voorlichting aan burgers centraal. De professionals worden wel zijdelings meegenomen, maar zijn geen doelgroep op zich.

Het onderwerp kindermishandeling is erg beladen en gaat niet alleen over het fysiek mishandelen. Ook psychische mishandeling en verwaarlozing hoort erbij. Voor burgers is kindermishandeling geen alledaags thema. Om ouders, verzorgers, familie, vrienden en kennissen aan te zetten tot nadenken en eventueel actie, is een zachte aanpak nodig.

Dit gebeurt door:

1. Het vermijden van de term kindermishandeling. Dit legt minder druk bij betrokkenen.
2. Toegankelijke insteek nemen. Terug grijpen op het referentiekader van de mensen. Tonen van begrip.
3. Betrokkenen moeten zich verantwoordelijk gaan voelen.
4. Goede communicatie die aansluit bij belevingswereld van de burger / directe doelgroep.
5. Benutten van de middelen die er al zijn (bijvoorbeeld Triple P).

Boodschap

..... het beste voor je kind

Dit is een voorbeeld van een boodschap die gebruikt kan worden en overal terug komt. In de boodschap kun je inspelen op zaken als:

1. Het is ook zwaar om alleenstaande moeder te zijn.
2. Het is moeilijk om tegenwoordig een kind op te voeden met alle problemen die er zijn en de druk die de maatschappij op je legt.
3. Er is geen geld en dus is er veel stress – zijn er veel problemen.
4. Als je vroeger zelf geen goed voorbeeld hebt gehad, weet je ook niet hoe het moet.
5. Je hebt geen steun van de omgeving, je staat er alleen voor.
6. Kinderen kunnen soms zelf behoorlijke problemen hebben door aandoeningen of door zaken als echtscheiding. Dus is het begrijpelijk dat het als ouder heel zwaar is.
7. Helaas is er geen handleiding hoe je kinderen moet opvoeden.

Tegelijkertijd is er ook de omgeving die aangespoord moet worden om eventueel actie te ondernemen bij verdenking van kindermishandeling. De voorlichting moet op beide groepen gericht zijn.

Relatie met andere campagnes, middelen

Er zijn verschillende instanties die zich bezig houden met kindermishandeling zoals GGD, gemeente, Raad voor de Kinderbescherming, Rijk. Daarnaast zijn er instellingen die hier duidelijk mee te maken krijgen zoals scholen en dokters. Er bestaan de nodige loketten waar burgers terecht kunnen en er zijn campagnes. In onze communicatie moet dit goed geordend worden. Tevens kan worden aangesloten bij bestaande middelen.

Doelgroep

- Inwoners van Parkstad Limburg.
- Ouders, verzorgers en de verdere familie-kennissenkring, netwerk van een kind.
- Sociale omgeving (clubs, verenigingen etc.).

Indirect:

- Media.
- Professionals.

Doelstelling

- Kindermishandeling bespreekbaar maken.
- Geven van algemene informatie.
- Aanzetten tot nadenken over kindermishandeling.
- Burgers weten waar ze terecht kunnen met vragen of meldingen. Naamsbekendheid meldpunten bevorderen.
- Aanzetten tot actie om contact te zoeken met instantie.

Valkuilen

- Door veel nadruk te leggen op de kindermishandeling in Parkstad Limburg kan het lijken alsof in onze regio dit probleem groter is dan elders. Om dit te voorkomen, moet rekening worden gehouden met de formulering.
- Met het thema kindermishandeling houden veel instanties zich bezig. Ook zijn er vele voorlichtingskanalen. Belangrijk is om voor mensen orde te scheppen in de chaos zodat men weet waar men voor wat terecht kan (zie boven).

Afspraken

De uitvoering van de communicatie rondom het thema kindermishandeling is complex vanwege de deelname van alle Parkstad Limburggemeenten. Daarom moeten er goede afspraken worden gemaakt over wie doet wat en met wie moet worden afgestemd. In een later stadium wordt aan dit plan een tijdsplanning toegevoegd waarin staat wanneer welke middelen worden ingezet, welke stappen hiervoor moeten worden genomen en wie daarvoor zorgt.

Tevens moet onderling worden afgesproken welke gemeente/portefeuillehouder eerste aanspreekpunt is voor de media en hoe de gemeenten elkaar op de hoogte houden als er vragen komen. Voorstel is om dit per telefoon te doen als er actie moet worden ondernomen. Anders kan worden volstaan met een informatieve mail.

Afstemmen

Door de samenwerking met de acht gemeenten is afstemming belangrijk. Vanwege tijdsdruk wordt voorgesteld dat het akkoord op teksten en filmpjes gegeven wordt door de beleidsambtenaren van Heerlen en Kerkrade en door de betreffende bestuurders van Heerlen en Kerkrade.

Middelen

Standaard opmaak

Om naar de buitenwacht duidelijk te maken waar het om gaat, wie de afzender is en om eenduidigheid te creëren, kan een standaardopmaak worden geproduceerd. Samen met een extern ontwerper wordt een standaardopmaak met boodschap gemaakt. Hierbij wordt gedacht aan meenemen van de logo's van alle gemeenten omdat dit de kracht van de boodschap versterkt. Hierbij ook afstemming zoeken met de werkgroep communicatie jeugd Parkstad.

Artikel in 1-edities

Het plaatsen van een artikel van een halve pagina gedurende 10 x per jaar. Dit artikel komt in 1Heerlen/1Nuth/1Voerendaal, 1Landgraaf, 1Kerkrade/1Simpelveld en 1Brunssum/1Onderbanken en gaat in op achtergrond en geeft een overzicht van meld- en informatiepunten. Het stuk wordt ook geplaatst op alle websites en sociale media van gemeenten en aanverwante partners.

Filmpjes

Een aantal thema's wordt uitgewerkt in filmpjes die via de digitale kanalen van alle gemeenten worden gecommuniceerd. Tevens wordt gebruik gemaakt van websites en sociale media van GGD, Impuls/Alcander, Jeugd en Gezin Parkstad etc. Bij de filmpjes is het belangrijk om een gedegen, serieus en pakkend filmpje te laten produceren. Voorlopig wordt nog even gebruik gemaakt van beeldmateriaal dat er landelijk nog is. Vanaf 2017 wordt bekeken of er geld en tijd is om een aantal eigen filmpjes te produceren.

Nieuwsbrief via scholen

Opzetten van een aantrekkelijke en laagdrempelige nieuwsbrief voor kinderen van alle basisscholen in Parkstad Limburg. Deze wordt via de scholen verspreid. Dit gebeurt door de gemeente Heerlen in samenspraak met de andere gemeenten. De brief is onderdeel van de communicatie binnen de pilot waaraan Heerlen deelneemt. Voor deze nieuwsbrief wordt de zelfde standaardopmaak gehanteerd.

Persberichten

Via persberichten (free publicity) wordt aandacht gevraagd voor het thema.

Embedded journalism

Een journalist wordt gevraagd om een dag mee te lopen met een werknemer van een instantie zoals gemeente, GGD, Alcander/Impuls. Hij maakt hier een artikel over.

Digitale media gemeenten

Van de digitale media van de Parkstad-Limburggemeenten kan gebruik worden gemaakt voor zaken die we willen communiceren.

Kosten

Wat	Frequentie	Kosten (incl. BTW)
Standaardopmaak	Niet van toepassing	1.500 euro
Artikel in alle 1-edities	10x per jaar	15.465 euro
Filmpjes (vanaf 2017)	PM	PM
Nieuwsbrief via scholen (vanuit Heerlen)	1 x per jaar	Geen, wordt bekostigd vanuit gemeente Heerlen
Persberichten	Nader te bepalen	Geen
Embedded journalism	1x	Geen
Digitale media gemeenten	Nader te bepalen	Geen