



## Persbericht

### Denk voor je doet!

**Brussel, 24 november 2015** – Ter gelegenheid van de Internationale Dag tegen Geweld op Vrouwen op 25 november lanceert het Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen de campagne 'Denk voor je doet'. De campagne richt zich in de eerste plaats tot jonge mannen tussen 18 en 25 jaar. Voor de campagne werden drie online video's ontwikkeld, die respectievelijk fysiek, verbaal en seksueel geweld op vrouwen aankaarten.

#### Cijfers

Volgens de Criminaliteitsstatistieken<sup>1</sup> van de federale politie waren er in 2014 39.668 geregistreerde klachten over feiten van partnergeweld. 19.842 klachten handelden over fysiek geweld, 18.320 klachten over psychisch geweld, 1.389 klachten over economisch geweld en 117 klachten over seksueel geweld. Bij 117 zaken van partnergeweld, binnengekomen bij de Belgische correctionele parketten in 2014, ging het zelfs om moord of doodslag (of poging daartoe).<sup>2</sup>

Het onderzoek 'Ervaringen van vrouwen en mannen met psychologisch, fysiek en seksueel geweld' van 2010, uitgevoerd in opdracht van het Instituut, peilde onder andere naar de ervaringen van de Belgische populatie met partnergeweld. Zonder een onderscheid te maken naar type, ernst of frequentie verklaarde 12,5% van alle respondenten dat zij minstens één keer het slachtoffer werden van een gewelddadige handeling door hun (ex-)partner gedurende de laatste 12 maanden (14,9% van de vrouwen en 10,5% van de mannen). Vrouwen in de leeftijdscategorie 18-25 jaar rapporteerden opmerkelijk meer geweld (22,1%) dan vrouwen uit de andere leeftijdscategorieën.

#### De campagne

Gezien partnergeweld een veelvoorkomend probleem is in de leeftijdscategorie 18-25 jaar, richt de campagne 'Denk voor je doet' zich in de eerste plaats tot deze jongeren.

In de drie filmpjes die voor de campagne werden gemaakt, worden verschillende vormen van geweld onder de aandacht gebracht. We zien bv. een jong koppel in een herkenbare thuissituatie, een ruzie escaleert, de stoppen slaan door bij de man. Net voor hij tot geweld zal overgaan stopt het filmpje en verschijnt een 'loadingwielletje'. Dit wielletje symboliseert een time-out, die iedereen zou moeten nemen vooraleer over te gaan tot geweld.

*"De campagne focust op de signalen die geweld aankondigen en het stoppen van de spanningsopbouw om niet over te gaan tot effectief geweld. Met de time-outprocedure, even stilstaan bij wat je doet of gaat doen, kan partnergeweld worden voorkomen",* zegt Liesbet Stevens, adjunct-directeur van het Instituut.

De video's zullen als pre-rolls worden afgespeeld vóór filmpjes op Youtube, een kanaal dat toelaat de beoogde doelgroep maximaal te bereiken. Daarnaast zet de campagne Google banners en Facebookadvertenties in om jongeren naar de webpagina [www.stop.partnergeweld.be](http://www.stop.partnergeweld.be) te leiden,

<sup>1</sup> De volledige statistieken kunnen geraadpleegd worden op: [http://www.polfed-fedpol.be/crim/crim\\_stat\\_nl.php](http://www.polfed-fedpol.be/crim/crim_stat_nl.php)

<sup>2</sup> Bron: Gegevensbank van het college van procureurs-generaal.

waar ze bedenkijd kunnen toevoegen aan de symbolische teller van de campagne. Deze teller zal de totale bedenkijd weergeven die wordt verzameld door iedereen die de campagne en de strijd tegen geweld op vrouwen steunt.