

---

**OPSCRIFT**

**Vergadering van** 19 maart 2018

**Nummer:** 2018\_MV\_00128

**Onderwerp:**

**Mondelinge vraag van raadslid Geertrui Vercaemer: campagne “zorg voor elkaar bij het uitgaan”**

**Raadslid(-leden):**

Geertrui Vercaemer - N-VA

**Bevoegd:**

Daniel Termont

---

**OMSCHRIJVING VAN DE VRAAG**

**Toelichting:**

.

**Vraag:**

Eigenlijk weten we het wel, je moet uitkijken voor je vrienden bij het samen uitgaan. Toch gebeurt het dat (jonge) mensen alleen op weg naar huis het slachtoffer worden van aanranding of agressie, of betrokken raken bij een ongeval.

Ik denk dat veel jongeren wel iemand kennen in hun omgeving die misschien wel veilig thuis gekomen was, had hij of zij maar niet alleen de baan opgegaan. De boodschap aan jongeren herhalen heeft dan ook zin.

Graag uw mening hierover.

Bent u bereid hierover een duidelijke preventiecampagne op te zetten?

---

Beantwoord door het gemeenteraad - vragenuurtje in openbare vergadering van .

---

## ANTWOORD

Het Parket Gent en de Politie Gent voeren altijd intensieve opsporingen naar daders van feiten van geweldpleging op het Gentse grondgebied.

Het advies is om bij valavond:

- op de openbare weg te bewegen in groep of op zijn minst in duo (samen uit, samen thuis);
- bewust te letten op mensen die een achtervolging inzetten of verbaal contact zoeken (met een seksuele inslag). In het geval van een achtervolging begeef je je zo snel als mogelijk naar een openbare plaats (herberg, nachtwinkel, restaurant of lobby van een hotel en belt u de Politie (101 of 112));
- probeer alert te zijn en te blijven en let op verdachte handelingen en personen.

In het kader van de campagnes 'Ken Je Maat' en '100 dagen – scholieren houden van Gent' gaf de Dienst Preventie voor Veiligheid (DPLV) reeds de boodschap mee om zorg te dragen voor elkaar, in het bijzonder bij overmatig alcoholgebruik.

Uit evaluatie van 'Ken Je Maat' leerde DPLV via bevraging van de doelgroep dat de boodschap van 'zorg dragen voor elkaar' als positief ervaren werd, doch niet steeds spontaan als expliciete boodschap (h)erkend werd. De zadelhoezen (8.000 verdeelde exemplaren) waren nochtans wel gekend en het Youtubefilmpje (met Bill Barberis en Nawfel Bardad-Daidj) werd net geen 4.000 keer bekeken. De facebookbutton was geen succes.

Onze ervaring leert dat er weinig goeie communicatiedragers zijn die studenten en jongeren aanspreken, waardoor de boodschap van deze campagnes verloren gaat.

In plaats van brede 'campagnes' te ontwikkelen kiest DPLV ervoor om meer in te zetten op acties waarbij jongeren en studenten persoonlijk aangesproken worden.

De boodschap 'zorg dragen voor elkaar' kan meegenomen worden in diverse acties: acties gericht op vb. een welbepaalde locatie, of naar een heel specifieke doelgroep, of gekoppeld aan een bepaalde problematiek (vb. alcoholgebruik), of in het kader van een ruimer initiatief (vb. Quality Nights/Bars: Charter veilige en gezonde uitgaansomgeving),... .

Dus DPLV neemt de boodschap mee in haar preventieve acties gericht naar jongeren, studenten en uitgaanders, maar is geen voorstander voor het opzetten van een heuse 'duidelijke preventiecampagne' terzake.

---

