



Opschrift

Vergadering van 14 april 2021

Nummer: 2021_MV_00230

Onderwerp:

Mondelinge vraag van raadslid Elke Sleurs: Motiveren/ondersteunen jongeren opvolgen coronamaatregelen

Raadslid(-leden):

Elke Sleurs - N-VA

Bevoegd: Elke Decruynaere

Omschrijving van de vraag

Toelichting:

-

Vraag:

De aanslepende coronacrisis zorgt ook bij heel wat jongeren voor een zekere moeheid wat betreft het opvolgen van de coronamaatregelen. Dat bleek eerder al uit de resultaten van de aan de UGent ontwikkelde motivatiebarometer: de motivering bij jongeren ligt gemiddeld lager dan bij de oudere leeftijdsgroepen.

De actuele hernieuwde druk op de ziekenhuizen, en in het bijzonder de afdelingen intensieve zorgen, maakt dat het zo goed mogelijk opvolgen van de maatregelen echter cruciaal blijft. Blijvend inzetten op het sensibiliseren van jongeren is daarom belangrijk. De stad zette in november o.a. een samenwerking op met ‘influencers’ om jongeren te bereiken via sociale media.

Vandaar mijn vragen:

1. Hoe loopt de samenwerking met ‘influencers’? Hoe evalueert de schepen deze aanpak?
2. Welke andere initiatieven zijn er om jongeren te motiveren/ondersteunen om de maatregelen te blijven opvolgen? Wordt er bijvoorbeeld ook gewerkt met inspirerende getuigenissen van zorgverleners, bijvoorbeeld in samenwerking met de Gentse scholen/onderwijssector?

Antwoord

Stad Gent heeft inderdaad verschillende campagnes gelanceerd. Voor het eerst hebben we op zo'n grote schaal met influencers samengewerkt. Ik kan u meegeven dat deze samenwerking een goed resultaat had. De filmpjes van de campagne tijdens de eerste lockdown zijn zo'n 33.000 keer bekeken en hadden meer dan 1.000 reacties. Dit is een mooi resultaat als campagne op schaal van de stad Gent.

Op dit moment merken we dat de influencers er zelf niet meer zo open voor staan. Hun prijzen zijn ook verhoogd, wat volgens mij een stukje tekenend is voor de coronamoeheid. Dit is iets wat je niet bij de jongeren alleen kan leggen, maar er is een algemene coronamoeheid. We moeten er goed op letten op welke manier we mensen aanspreken en motiveren. Dit zal nu een andere aanpak vereisen dan deze van tijdens de eerste lockdown, we moeten kijken naar wat er nu leeft.

We hebben in elk geval doorheen de coronaperiode al verschillende zaken gedaan. Zo was er de influencers-campagne, de Elaba-campagne van november 2020 tot januari 2021, deze ging vooral over 1,5m afstand houden, om 20u 's avonds alcoholverbod en nog een aantal regels. Ik denk in alle eerlijkheid dat we nu niet meer moeten afkomen met een Elaba-campagne. We moeten nu goed kijken naar welke boodschap we uitzenden en op welk moment. De afgelopen maanden hebben we het vooral gehad over de mentale gezondheid bij de jongeren en gaven we de boodschap om vol te houden. Hier hebben we heel hard op ingezet en waar we nog verder op willen inzetten is de Vlaamse campagne. Als lokaal bestuur kunnen we zeker via onze netwerken een rol spelen, maar dat doen we eerder bijvoorbeeld via de scholen. De scholen zijn hier ontzettend hard met bezig, zo zijn er bijvoorbeeld educatieve pakketten aangeboden geweest, met extra aandacht voor de manier waarop je deze onderwerpen aanbrengt en hoe je de leerlingen meekrijgt.

Op onze beurt hebben we met het jeugdwerkzorgswerk en de jeugdwerkers van de stad Gent de Vlaamse campagne WAT mee helpen verspreiden. Dit was een krant van een 50-tal pagina's op maat van de jongeren, met informatie over corona en de maatregelen. Voor de jeugdwerkers was het handig om hieruit te putten in hun gesprekken met jongeren. Voor jongeren zelf was het boekje door de omvang, het bevatte 50 pagina's, wellicht minder interessant.

De Ambrassade, die dit mee hebben uitgewerkt waren vorige en deze week niet bereikbaar, maar we gaan volgende week wel contact met hen opnemen. Om te kijken wat we kunnen doen en met de vraag wat er nog volgt vanuit de Vlaamse campagne. Want ik denk dat het geen zin heeft dat elke stad zijn eigen campagne ontwikkelt, maar we moeten op zoek gaan naar lopende initiatieven die door experts op vlak van communicatie en jongeren zijn ontwikkeld en bekijken of we deze lokaal kunnen

versterken.

Dit wil ik zeker nog bekijken, zodat we dat kunnen doen.

Het zal van groot belang zijn om kort op de bal te spelen en na te gaan wat er leeft bij de jongeren. Anders loop je het risico van een soort tegenreactie te krijgen. Dit merken we bij de dienst Communicatie van de stad Gent, dat we daar zeer bewust met moeten omgaan.

Ik deel absoluut u bezorgdheid en we zullen inderdaad gericht naar de jongeren moeten communiceren.

Als laatste wil ik nog meegeven dat we naar aanleiding van een aantal situaties op en rond Sint-Pietersplein heel actief hebben ingezet op communicatie op het terrein. Zo waren er allerlei infoborden, digitale kranten op grote schermen, maar ook door de gemeenschapswachten die op het terrein aanwezig waren, flyers van de politie over DO's en DON'ts.

Ik denk dat dat de manier van communiceren moet zijn: op heel veel verschillende manieren en via verschillende kanalen. Want 'de' jongeren bestaat niet, dat is een heel grote en diverse doelgroep. Maar ik deel nogmaals dat we zeer gericht en op hun maat moeten communiceren.

Als u nog suggesties hebt, dan hoor ik die graag.
