

BUREAU RUIMTE KOERS

Verslag en adviesrapport preventiecampagne:

Praat Samen over de Grens in Nijmegen

Een stadscampagne tegen seksueel grensoverschrijdend gedrag

In opdracht van Gemeente Nijmegen ontwikkelde Bureau Ruimtekoers een preventiecampagne tegen seksueel grensoverschrijdend gedrag in de publieke ruimte.

De campagne met de titel ‘Praat Samen Over De Grens’ werd gemaakt in samenwerking met Nijmeegse mannen, die andere mannen aanspreken om de dialoog aan te gaan over seksueel grensoverschrijdend gedrag. Door het gesprek over grenzen uit de taboesfeer te halen dragen we bij aan meer bewustwording en aan een prettige sfeer en veilige stad voor meisjes en vrouwen (en eigenlijk voor iedereen).

Geschreven door: Renée Janssen
Aangeboden op 28 juni 2023

Bureau Ruimtekoers | Akkerwindestraat 1-512, 6832 CR Arnhem | bureau@ruimtekoers.nl | bureauruimtekoers.nl | Projectleider Renée Janssen, 0031 6 44 07 22 66

1 Aanleiding voor de campagne

Voorkomen is beter dan genezen, daarom startte gemeente Nijmegen met een preventiecampagne tegen seksueel overschrijdend gedrag. De wens van gemeente Nijmegen was dat de campagne de gewenste norm communiceert, en daarmee ook dat seksueel grensoverschrijdend gedrag niet acceptabel is.

De aanleiding voor de campagne is drievoudig; het Actieplan Aanpak intimidatie en seksueel overschrijdend gedrag tegen vrouwen en meisjes in Nijmegen, de motie van GroenLinks Nijmegen en PvdA Nijmegen ‘Samen sta en ben je sterker’ die werd aangenomen door de Nijmeegse raad. En het Amendement ‘Geen tijd te verliezen voor Nijmeegse vrouwen en meisjes: stop intimidatie nu.’

1.1 Uitgangspunten van de campagne

Gemeente Nijmegen heeft drie uitgangspunten geformuleerd waaraan de campagne dient te voldoen.

1. We spreken (potentiële) daders aan met een *gedragsveranderingscampagne*: laat het gewenste gedrag zien en communiceer op de plekken in de publieke ruimte waar onder andere het ongewenste gedrag plaatsvindt.
2. Ambassadeursstrategie: we gebruiken jongens en mannen (bekend en onbekend) om hun peergroep aan te spreken in hun eigen taal. Dit zijn de ambassadeurs van de boodschap.
3. We laten op de uitingen altijd een handelings-perspectief zien van het juiste gedrag: tastbare toekomstbeelden, én waar je je kan melden als je last hebt gehad van grensoverschrijdend gedrag.

1.2 Verslag en adviesrapport

Vanuit deze aanleiding en uitgangspunten zijn wij aan de slag gegaan met de gedragsveranderingscampagne. In dit *verslag* delen we onze bevindingen en resultaten en we adviseren over een vervolg.

2 Het proces in vijf stappen

In vijf stappen realiseerden we de bewustwordingscampagne.

Stap 1: Samenstellen van de focusgroep

Van 15 augustus tot en met 30 september 2022 hebben we met **12 vertegenwoordigers van de hieronder genoemde organisaties gesproken** over het thema en hen de vraag gesteld om samen met ons de focusgroep samen te stellen: *Bindkracht 10, Catcalls of Nimma.NEC Maatschappelijk, Emancipator, FC Social Work, 365 GRIND, Studentenorganisaties en de Boks Fabriek.*

Tijdens deze eerste gesprekken ontstond het idee om de focusgroep te laten bestaan uit mannelijke rolmodellen uit Nijmegen met een jonge achterban in de leeftijd van de 16 tot 35 jaar. **11 Nijmeegse mannen die diverse inwonersgroepen vertegenwoordigen, nemen deel in de focusgroep**:

- *Bindkracht 10 jongerenwerk, The Place to Belong, een audiomaker, voormalig wereldkampioen kickboksen, Phocas. Roscovistch. oud NEC-speler, een videomaker, Sociëteit Ovum Novum.*

Stap 2: Drie Workshops over mannelijkheid om samen een boodschap voor de campagne te formuleren

Samen met Emancipator ontwikkelden we **drie workshops**, waarin de focusgroep van Nijmeegse mannen samen tot een boodschap zijn gekomen voor de bewustwordingscampagne.

Uit de workshops kwam naar voren dat er tussen mannen onderling weinig wordt gepraat over seksueel grensoverschrijdend gedrag. Daarom is gekozen voor de kernboodschap ‘Praat Samen over de Grens’, met als *call to action*: open de dialoog over seksueel grensoverschrijdend gedrag.

Stap 3: Ontwikkelen van het uitvoeringsplan van de bewustwordingscampagne

Samen met drie mannen en in nauwe afstemming met communicatieprofessionals van gemeente Nijmegen ontwikkelden we het uitvoeringsplan van de campagne.

- Er is een **podcastserie** en er zijn **video's** gemaakt met vier mannen uit de focusgroep.
- Tijdens de opnames werden er ook **portretfoto's** gemaakt van de mannen.
- Studio Donka de grafische vormgeving die onder andere terug te zien is op **borden in de publieke ruimte** waarmee de campagne wordt gedeeld.
- Het team van Bureau Ruimtekoers verzorgde **de strategie, teksten, uitvoeringspan en projectmanagement**.

Stap 4: Realisatie van de campagne

Op **13 maart 2023 is de campagne gelanceerd** in het gemeentehuis, in aanwezigheid van burgemeester Hubert Bruls, wethouder Cilia Daemen en vier mannen uit de focusgroep. Video's en foto's worden tot en met de zomerfeesten van 2023 gedeeld op social media van gemeente Nijmegen. De audioverhalen zijn te benaderen via de website van gemeente Nijmegen. De borden in de publiek ruimte blijven tot eveneens tot de zomerfeesten van 2023 hangen.

Stap 5: Evalueren van het project, samen met de mannen

Op 14 juni vond een evaluatiegesprek plaats met de vier mannelijke ambassadeurs en betrokken personen vanuit gemeente Nijmegen. In dit gesprek blikten we terug op het proces. Hoe hebben de mannen hun deelname ervaren? En hoe zien zij hun rol voor zich in een mogelijk vervolg? De ambassadeurs delen hun ervaringen, die worden meegenomen in het advies voor vervolg.

3 Resultaten en effecten van de campagne

Boodschap

Met de campagne roepen vier mannen uit de focusgroep op om de dialoog aan te gaan over seksueel grensoverschrijdend gedrag:

> *"Wees je bewust van je gedrag en van iemands grenzen. Praat erover met elkaar en bevraag elkaar. Alleen zo kunnen we het taboe doorbreken en een cultuur creëren waarin mannen elkaar kunnen aanspreken op elkaars gedrag. Om uiteindelijk de stad een veilige plek te maken voor iédereen."*

De ambassadeurs, podcastmaker en videomakers maakten samen de campagne.

Producten

De campagne bestaat uit:

4 Podcastafleveringen

- over consent en kwetsbaar durven zijn;
- over situaties waarin je over een grens ging en de geleerde lessen;
- over het aanspreken van je vrienden;
- over grensoverschrijdend gedrag in de voetbalwereld en machogedrag.

5 Tips voor mannen

- Voor het voeren van een gesprek over seksueel grensoverschrijdend gedrag, ontwikkelt met Emancipator

4 Borden in de publieke ruimte

- Met quotes van de mannen waarmee zij andere mannen oproepen de dialoog te voeren over het thema

4 Portretvideo's en portretofo's

- Van de mannen en hun quotes voor social-media kanalen

Resultaten

Online resultaten

De lijst van (online) persuitingen is als bijlage opgenomen. De campagne is online op de social mediakanalen strategisch uitgezet door Social Media Men. Met gemeente Nijmegen monitoren zij de campagne. We verwijzen voor de details van het bereik naar de eindrapportage van Social Media Men en de tussentijdse rapportages van de gemeente.

Belangrijkste cijfers op ***28 juni 2023***

Onderwerp	**Bereik**
Totaal bereik in unieke personen online	46.366 mensen hebben de campagne gezien
Totaal online comments op posts	150 mensen hebben actief gereageerd door een bericht achter te laten
Totaal unieke bezoekers webpagina gemeente Nijmegen	3972 mensen hebben de website van gemeente Nijmegen bezocht
Luisteraars podcast	370 mensen beluisterden de podcastserie

Samenwerking ‘Ben je Oké?’ campagne

Parrallel aan de Praat Samen over de Grens campagne is de landelijke ‘Ben je Oké?’ campagne van expertisecentrum Rutgers in Nijmegen uitgerold. We hebben onze mannelijke ambassadeurs gevraagd of zij met hun gezicht en quote op de poster wilden en zij gingen hiermee alle vier direct akkoord. Ze droegen zelf een quote aan voor op de poster, die raakt aan het thema uit hun eigen podcastaflevering.

Het bereik van de Ben je Oké? campagne in de publieke ruimte is groot en heeft een extra boost gegeven aan het bereik van de Praat Samen over de Grens campagne. Eén van de deelnemers aan de focusgroep: *“Ik krijg elke dag wel een bericht met een foto van de abri en woorden als: 'wat tof en stoer dat je je voor zoiets inzet'. Echt soms wel een paar keer per dag.”*

Effecten van de campagne

We kijken terug op een succesvolle campagne waarbij dankzij een ***rimpeleffec***t indirect een grote groep is bereikt. Dankzij de ambassadeurs die zich naast de producten uitgebreid hebben uitgesproken.

Effect 1: De campagne wordt gedragen door betrokken ambassadeurs

Vier mannen uit de focusgroep zijn de dialoog aangegaan in vier podcastafleveringen. Deze mannen, , hebben zich ontpopt tot belangrijke ambassadeurs voor de campagne.

Zo is één van de mannen geïnterviewd door radiozender RN7, voor het programma 'Het Studentenhuis' en gaat een andere deelnemer langs bij zijn oude voetbalclub DVOL om te helpen het gesprek over grensoverschrijdend gedrag aan te jagen binnen de club. Ook was één van de ambassadeurs spreker bij een event met de Regeringscommissaris Mariëtte Hamer, medegeorganiseerd door Emancipator in het kader van Nationaal Actieprogramma Seksueel Grensoverschrijdend Gedrag en Seksueel Geweld. In de nagesprekken geven de mannen aan onder de indruk te zijn van wat ze hebben geleerd van hun deelname aan de campagne en dat ze deze inzichten graag met hun achterban willen delen. Ze grijpen dan ook alle mogelijkheden aan om de boodschap verder te brengen.

Effect 2: De campagne zet aan tot gesprek

De mannen uit de focusgroep geven in de nagesprekken aan dat ze na hun deelname aan het creëren van de campagne makkelijker gesprekken voeren met vrienden, collega's en kennissen over grensoverschrijdend gedrag. Het delen van hun eigen verhaal in de podcast heeft voor hen een drempel weggenomen om het gesprek te voeren.

Ook de podcast levert veel gesprekken op. Dat zien we online gebeuren in de comments onder de socialposts, maar dat maken we ook op uit verhalen van de ambassadeurs. Zo geeft een van de deelnemers aan de campagne aan dat er ouders van voetballende kinderen naar hem toe zijn gekomen om hem te vertellen dat ze zich zorgen maken over de toekomst van hun kinderen, en dat ze blij zijn dat er mannen 'zoals hij' zijn die zich uit durven te spreken tegen grensoverschrijdend gedrag. Een andere deelnemer aan de podcast vertelt dat veel mensen hem na het luisteren vertellen hoe knap ze het vinden dat hij zulke persoonlijke ervaringen durft te delen en dat jongeren nu makkelijker met hun eigen verhaal en vragen naar

hem toestappen: *“Het mooiste was dat mijn jongeren op een gegeven moment de gesprekken zelf gingen voeren met elkaar.”*



4 Wat we leerden over gedragsverandering

Een gedragsveranderingscampagne in de context van seksueel overschrijdend gedrag is relatief nieuw. Daar willen we van leren. Daarom delen we hieronder drie relevante inzichten voor de toekomst.

Inzicht 1: Een veilige setting zorgt voor grote betrokkenheid

Praten over seksueel grensoverschrijdend gedrag is ontzettend kwetsbaar, daarom hebben we in de sessies veel aandacht besteed aan het creëren van ***een veilige setting***. Door de sessies te beginnen met een check-in waarin verwachtingen worden gedeeld, en door als workshopgevers zelf ervaringsverhalen te delen. Hierdoor is er onder de mannen een grote betrokkenheid ontstaan, zij hebben de boodschap van de campagne samen gemaakt.

De samenwerking met Emancipator, een organisatie gespecialiseerd in mannenemancipatie, was hierin van cruciaal belang. Zij zijn gespecialiseerd in het voeren van gesprekken over stereotype opvattingen over mannelijkheid en vrouwelijkheid en hebben ervaring met het werken met groepen mannen.



“Ik voer deze gesprekken eigenlijk nooit met vrienden. Maar na onze vorige bijeenkomst ben ik het er met mijn vriendin en haar vriendinnen over gaan hebben, en kwam ik erachter dat zij allemaal wel eens vervelende situaties hebben meegemaakt.”

Eén van de ambassadeurs

“Ik heb van alles meegemaakt, mensen mogen altijd veel van me weten, maar ik had nooit gedacht dat ik de verhalen zou vertellen die ik heb verteld in deze podcast. Het project heeft iets in mij losgemaakt.”

Een ambassadeur



Inzicht 2: Vanuit proces invulling geven aan het eindproduct, creëert eigenaarschap en empowerment bij de deelnemers

De mannen voelden gedurende het hele proces de vrijheid om eigen ideeën in te brengen. Ondanks dat het idee er al lag om iets te doen met audio, was de thematische invulling nog lang onduidelijk. Het idee om de dialoog te promoten en dat de kernboodschap van de campagne te maken ontstond uit de groep en dit droeg sterk bij aan hun gevoel van eigenaarschap.

Op die manier kunnen zij echt inhoudelijk ambassadeur zijn van de campagne. Zij voelen zij zich gezien en gehoord en dragen zij vanuit eigen kracht bij aan de doelen van de campagne.



"Je ziet in die twee sessies hoe snel mensen die elkaar eigenlijk net kennen allemaal met verhalen komen, dat vond ik echt heel bijzonder om mee te maken"

Een ambassadeur

Inzicht 3: De campagnemakers waren onderdeel van de focusgroep, hierdoor voelden mannen zich veilig om persoonlijke verhalen te delen

Twee video- en audiomakers waren vanaf het begin betrokken en onderdeel van de focusgroep. Dat zorgde voor gelijkwaardigheid. Daardoor waren er vier mannen die het aandurfden hun verhaal te delen in een podcast. Ze voelden zich vertrouwd en stelden zich daardoor makkelijker kwetsbaar op.

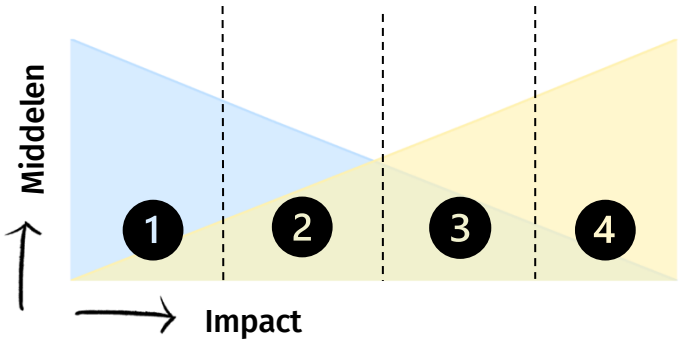
5 Advies voor een vervolg

Gemeente Nijmegen neemt haar rol!

Seksueel grensoverschrijdend gedrag is een hardnekkig probleem waar bijna de helft van alle vrouwen en een vijfde van alle mannen mee te maken krijgt. Het komt voor in alle lagen van de samenleving en ligt besloten in diepgewortelde opvattingen over hoe mannen en vrouwen zich 'horen te gedragen'.

> *In **actielijn 1 van het Nationaal Actieprogramma** Aanpak seksueel grensoverschrijdend gedrag en seksueel geweld benadrukken minister Dijkgraaf en minister van Gennip dan ook **dat inzetten op mannenemancipatie als onderdeel van preventieaanpak cruciaal is**.*

Met Praat Samen over de Grens levert Gemeente Nijmegen haar bijdrage aan de duurzame cultuurverandering die zo nodig is, door ***gedragsverandering bij mannen aan te moedigen en handelingsperspectief te laten zien***. Wij zien binnen het huidige campagneconcept veel mogelijkheden om deze waardevolle aanpak uit te breiden.



Gedragsverandering is gebaat bij eigenaarschap van ambassadeurs

Bij Bureau Ruimtekoers geloven we dat gedragsverandering gebaat is bij **eigenaarschap van de doelgroep**. Gedrag verandert wanneer de doelgroep dat kan (omdat er tools en middelen beschikbaar zijn) en wanneer de doelgroep dat wil (omdat zij gemotiveerd zijn).

Dat is niet van de een op de andere dag gerealiseerd. Dat kost tijd. Idealiter organiseren we een project dan ook meerdere keren waarbij we de doelgroep opleiden tot ambassadeurs. Zodat zij het eigen netwerk in beweging brengen naar ander gedrag.

Met Praat Samen over de Grens hebben we een eerste stap doorlopen. Er zijn veel middelen ingezet, er is impact gemaakt. Wanneer gemeente Nijmegen nu doorpakt wordt de impact alsmaar groter en zijn er steeds minder middelen benodigd. Daarom geloven wij dat de campagne 'Praat Samen over de Grens' een vervolg verdient. ***De mannen staan er klaar voor***!

3 x uitgangspunten voor een vervolg

Uitgangspunt 1: Zet de ambassadeurs in als aanjagers

> *Het Nationaal Actieprogramma Aanpak seksueel grensoverschrijdend gedrag en seksueel geweld onderschrijft dat ambassadeurs en cultuurmakers een belangrijke rol kunnen spelen in het aanjagen van het maatschappelijk gesprek.*
>
> Praat Samen over de Grens heeft een focusgroep opgeleverd die bestaat uit **elf mannen**, die klaar staan om méér mannen bij het gesprek te betrekken. Bovendien hebben **de mannen ieder een andere achterban.** Denk aan **studenten en dak- en thuisloze jongeren**. Door gebruik te maken van dit onbenutte potentieel kunnen we gemakkelijk meer impact maken.

Uitgangspunt 2: Bouw door in en met de stad

> In het maakproces van de campagne zijn verschillende organisaties en personen in beeld gekomen die graag een bijdrage willen leveren aan een stadsbrede campagne, zoals **FC Social Work, Catcalls of Nimma en queer sportschool Hizzfit**. Bovendien is er toegang gecreëerd tot plekken in de stad waar jongeren samenkomen en waar seksueel grensoverschrijdend gedrag potentieel plaats kan vinden, zoals **studentensociëteiten, jongerencentra** en **voetbalclubs**. Door het gesprek op die locaties op gang te brengen kunnen we gemakkelijk meer impact maken.
>
> Eén van de ambassadeurs reflecteert op het resultaat van de huidige campagne én kijkt hij alvast vooruit: *"Ook de jongeren vinden het tof. We hebben nu echt gericht gesprekken die over dit thema gaan. Als jullie een keer een podcast willen doen met jongeren, laat het me weten."*

Uitgangspunt 3: Waarborg neutraliteit & creativiteit in het project

Als **neutrale partner** zonder verdere belangen ondersteunen wij de ambassadeurs. En doordat de ambassadeurs hun stem laten horen, het podium opstappen en zichzelf van hun kwetsbare kant laten zien is de campagne met oprechte verhalen een succes geworden. De verhalen resoneren bij de doelgroep van de campagne én andere Nijmegenaren. **Niet voor niets worden de mannen uitgenodigd hun verhaal te delen op de radio en in de kranten.** Het samen werken in een creatief proces gaf de mannen eveneens een gevoel van trots. En geeft het de motivatie om langer betrokken te zijn.

Door de neutraliteit en creativiteit te waarborgen zien we veel kansen om nog meer impact te maken.

Heel Nijmegen praat samen over de grens!

In het evaluatiegesprek met **Gemeente Nijmegen, de ambassadeurs** en het **team van Bureau Ruimtekoers** op 14 juni 2023 werd onderstaand voorstel voor vervolgstappen breed gedragen.

Nijmegen praat samen over de grens

We ontwerpen **sámen met de ambassadeurs van de Praat Samen over de Grens campagne en (Nijmeegse) inhoudelijke partners** een campagne en programma voor andere **professionals die met jongeren werken**, met als doel bewustwording.

Talks op urgente plekken in de stad met ambassadeurs en jongeren

We organiseren **talks** op plekken waar professionals met jongeren werken. De huidige ambassadeurs krijgen een prominente rol in het programma. Ze nemen een voortrekkersrol en delen als 'ervaringsdeskundige' hun leerproces rondom het thema. Naast hen staan de inhoudelijke partners voor verdieping.

En samen met de betrokken ambassadeurs en professionals werken we aan een zichtbaar creatief statement, **een manifest, waarmee we duidelijk laten zien dat seksueel grensoverschrijdend gedrag in Nijmegen niet wordt getolereerd**. De vorm van dit manifest wordt bepaald door de groep zelf. Door weer een creatief traject naast het inhoudelijke traject te leggen, versterken we het gevoel van eigenaarschap en betrokkenheid bij het thema.

Nóg meer professionals in hun kracht zetten

In de talks worden verschillende vragen behandeld. Professionals komen in hun werk voor veel verschillende vragen te staan, zoals: *'Hoe herken ik seksueel grensoverschrijdend gedrag? Hoe maak ik mijn jongeren bewust van grenzen? Hoe spreek je elkaar daar op een constructieve manier op aan?'* Om deze vragen te kunnen beantwoorden is het belangrijk om eerst een stap terug te zetten en met elkaar het gesprek aan te gaan over genderverhoudingen- en verwachtingen en grenzen. Welke overtuigingen liggen ten grondslag van grensoverschrijdend gedrag? Hoe kan je die doorbreken en elkaars grens leren respecteren?

Handhaving

Onder professionals verstaan we iedereen die op professionele wijze in aanraking kan komen met het thema. Dit zijn bijvoorbeeld ook de handhavers van gemeente Nijmegen. Handhavers hebben een cruciale rol in het voorkomen van grensoverschrijdend gedrag en in de toekomst wordt seksueel grensoverschrijdend gedrag op straat mogelijk strafbaar gesteld. Ook voor hen kan een speciaal programma dus relevant zijn.

Beoogd resultaat:

Met de volgende stap beogen we dat:

1. Nijmeegse professionals zich meer bewust zijn van de onderliggende oorzaken en de gevolgen van seksueel grensoverschrijdend gedrag. Zij kunnen dit gedrag herkennen en hebben concrete tools verkregen om het gesprek te voeren met hun achterban.
2. De huidige groep ambassadeurs is uitgebreid en de ambassadeurs staan klaar om bij te blijven dragen aan het promoten van het voeren van het gesprek over de grens.

Bijlage: persuitingen

De Brug Nijmegen, 14-03-2023

'Campagne seksueel grensoverschrijdend gedrag: 'Praat samen over de grens"

https://www.brugnijmegen.nl/nieuws/algemeen/158406/campagne-seksueel-grensoverschrijdend-gedrag-praat-samen-over-d

Nijmegen Nieuws, 15-03-2023

'Campagne #Praat samen over de grens van start'

https://nijmegen.nieuws.nl/nieuws/28221/campagne-praat-samen-over-de-grens-van-start/

De Brug Nijmegen, 21-03-2023

'Column van de burgemeester: Praat samen over de grens'

https://www.brugnijmegen.nl/nieuws/algemeen/158800/-column-van-de-burgemeester-praat-samen-over-de-grens

De Gelderlander, 25-03-2023

'Aha, hiervoor staan in Nijmegen vierkante borden met QR codes'

https://www.gelderlander.nl/nijmegen/aha-hiervoor-staan-in-nijmegen-vierkante-borden-met-qr-codes~aef28d73/

De Gelderlander, 13-04-2023

'Ex-prof Daan baalt van vrouwonvriendelijkheid in het voetbal: 'Mijn vriendin komt niet meer kijken"

https://www.gelderlander.nl/nijmegen/ex-prof-daan-baalt-van-vrouwonvriendelijkheid-in-het-voetbal-mijn-vriendin-komt-niet-meer-kijken~ae759d3a/

RN7, 12-05-2023

'Nijmeegse mannen praten over grensoverschrijdend gedrag'

https://www.rn7.nl/43310-nijmeegse-mannen-praten-over-grensoverschrijdend-gedrag-