

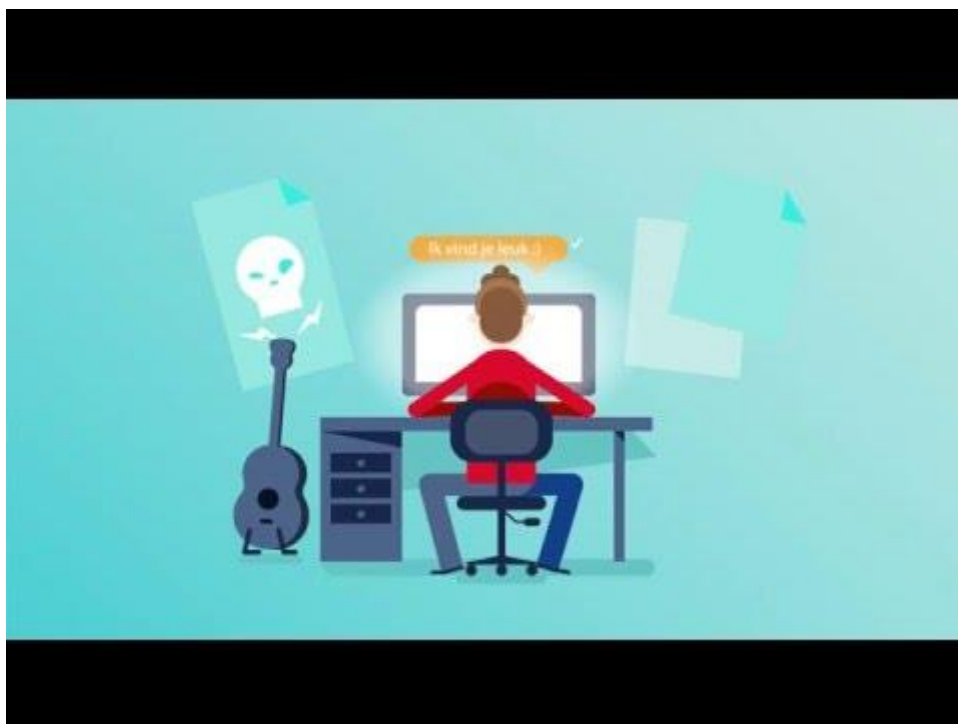
## Cijfers en nieuws 2016 Child Focus – Preventie- en sensibiliseringsacties

### PREVENTIE- EN SENSIBILISERINGACTIES

#### Februari

#### **Safer Internet Day: focus op sextortion**

Op 9 februari 2016 vierden we naar jaarlijkse gewoonte de Safer Internet Day. In 2016 legden we de nadruk op sextortion of seksuele afpersing worden tieners via het internet overtuigd om intieme beelden van zichzelf door te sturen, waarna de afpersers dreigen de beelden te verspreiden als het slachtoffer niet met geld over de brug komt. Onze [sensibiliseringsvideo](#) wil jongeren aanzetten om voorzichtig te zijn met ‘webcammen’ met vreemden en hen handvaten geven om te weten wat te doen als ze met dit probleem geconfronteerd worden. Inmiddels werd de video al meer dan 5.000 keer bekeken.



Meer info op de website:

<http://childfocus.be/nl/nieuws/safer-internet-day-2016-neem-je-privacy-in-eigen-handen>

## **Gevrije, Hodei, Ilse, Liam, Marijke et Nathalie zoeken jou !**

Op 15 februari lanceerden wij een nieuwe campagne om de aandacht te vestigen op zes kinderen die al lang vermist zijn: Gevrije Cavans (vermist in 1985), Hodei Egiluz Diaz (2013), Marijke Francis (2011), Nathalie Geijsbregts (1991), Ilse Stockmans (1987) en Liam Vanden Branden. De foto's die het publiek ondertussen goed kent, werden bewerkt met een 3D-techniek. De gezichten van de kinderen bewogen. Ze keken en knipperden met hun ogen om de aandacht van voorbijgangers en internetgebruikers te trekken. Hun aandacht trekken in de hoop getuigen te vinden. Op 19 februari werd een van deze kinderen levenloos teruggevonden. Get ging om Hodei Egiluz Diaz. Er kwamen helaas tot nu toe geen getuigenissen die het mysterie van de andere verdwijningen konden ophelderen.

## **Mei**

### **Sexting: een filmpje om problemen te voorkomen!**

Wanneer sexting fout loopt, loopt het meestal grondig fout. Daarom creëerde Child Focus een nieuwe [preventiespot](#), waarbij jongeren worden aangespoord om na te denken over de beelden die ze delen en met wie ze die delen. Voor de verzender introduceerden we de oma regel: 'verstuur geen foto's via sociale media die je ook niet bij de oma op de schouw zou willen zien staan'. Deze ludieke spot werd samen met jongeren gemaakt en blijkt dan ook erg goed te werken bij deze doelgroep met bijna 3.000 kijkers op enkele maanden tijd, een glansrol in heel wat vormingsmomenten en een reportage op Ketnet.



## **De hoopgevende munt... hoop om ze op een dag allemaal terug te vinden**

Op 25 mei, op de Internationale Dag van de Vermiste Kinderen, sloeg de Koninklijke Munt van Brussel een miljoen exemplaren van een muntstuk met de beeltenis van Liam Vanden Branden, een kind dat in mei, 20 jaar geleden, op tweejarige leeftijd verdween. Liam staat symbool voor alle vermiste kinderen. We vroegen alle burgers om deze munt, als betaalmiddel of virtueel, te laten circuleren in de sociale netwerken om zo de hoop op het terugvinden van vermiste kinderen te verspreiden. De Coin of Hope verspreidde zich over heel Europa en tientallen miljoenen personen zagen online de campagne van These Days. Deze campagne won trouwens een zilveren award tijdens de 'CLIO Awards 2016', een internationale wedstrijd voor mensen die actief zijn in de communicatiesector.

<https://coinsofhope.eu>

## **Juli-augustus**

### **Surf Safe in badplaatsen**

Aan de Belgische kust voerde Child Focus voor de tweede keer een campagne voor een veiliger internet. Kinderen en jongeren konden deelnemen door een surf-uitdaging aan te gaan in maar liefst 8 badsteden. Op de Surf Safe-stand van Child Focus konden ze hun evenwicht en reactievermogen testen en hun surftalent ontdekken. Wie deelnam ontving een leuk aandenken én kreeg tips voor veilig online surfen. Ook ouders en grootouders konden bij ons terecht voor preventietips! Meer dan 5.000 kinderen en jongeren kwamen langs op onze stand om zelf te ervaren dat surfen nu eenmaal gebeurt met vallen en opstaan.

Meer info op de website: <http://childfocus.be/nl/nieuws/surf-safe-met-child-focus-2016>

## **September**

### **Oxfam-computers voor veilig surfen**

Bij de start van het nieuwe schooljaar sloegen Child Focus en Oxfam de handen in elkaar om een veilig en verantwoord internet te promoten bij alle groepen binnen onze samenleving, ook de meest kwetsbare. Iedereen die een tweedehandscomputer kocht in één van de Oxfam winkels, kon kiezen voor een speciale "Child Focus"-editie. Deze computers waren speciaal geconfigureerd om rechtstreeks toegang te verschaffen tot het preventiemateriaal dat Child Focus al rond dit thema ontwikkelde. Daarbij kreeg je bovenop de computer een USB-stick met een directe link naar het preventiemateriaal, een leuke sticker van [www.clicksafe.be](http://www.clicksafe.be) - de referentiewebsite van Child Focus over een veilig en verantwoord internetgebruik voor en door kinderen en jongeren- en tot slot een webcam cover om je online privacy te kunnen beheren.

## November

### **Campagne en ronde tafel om de seksuele uitbuiting van kinderen te bestrijden**

Op 18 november hield Child Focus, in het kader van de Europese dag voor de bescherming van kinderen tegen seksueel misbruik en uitbuiting, een ronde tafel in aanwezigheid van Hare Majesteit de Koningin. Child Focus en verschillende deskundigen maakten een stand van zaken op over de strijd tegen seksuele uitbuiting in België om daaruit concrete aanbevelingen voor de toekomst te halen.

Tegelijk lanceerden we de sensationele virale campagne 'Schat je schatje', ontwikkeld door These Days. Met behulp van een online rekenmachine konden bezoekers de handelswaarde van een jong slachtoffertje van seksuele uitbuiting schatten. Het resultaat verscheen op een prijsetiketje dat op zijn ogen zat. Onfatsoenlijk? Ja, maar het was de bedoeling om de ogen van het grote publiek te openen voor een realiteit die wij allen moeten bestrijden. 850.000 personen zagen de campagne op Facebook. De website van de campagne, [schatjeschatje.be](http://schatjeschatje.be), telde in slechts één dag 75.000 bezoekers en de rekenmachine werd 140.000 keer gebruikt.

## Het hele jaar door

### **Child Focus Academy: preventie voor iedereen!**

Sinds 2015 biedt de [Child Focus Academy](#) 10 opleidingsmodules over preventie, gericht op jongeren, ouders en professionals. Ongeveer 50 trainers zetten zich het hele jaar in.

8200 kinderen van 10 tot 12 jaar kregen op school een bezoekje van onze vrijwilligers-ambassadeurs, die er kwamen praten over de belangrijkste thema's van de organisatie. 3500 ouders volgden conferenties over veilig surfen, dankzij doeltreffende samenwerkingen met de Gezinsbond en La Ligue des Familles. 600 leerkrachten uit het gewone of gespecialiseerde onderwijs werden opgeleid over onze pedagogische hulpmiddelen. 400 professionals, maatschappelijk werkers en politieagenten kregen een opleiding dankzij een specifieke module die hun slagkracht versterkt.

Meer dan 200 werknemers van Microsoft en Proximus gaven duizenden leerlingen sensibiliserende workshops over een slim gebruik van internet, gebaseerd op ons didactisch materiaal.

Aan het begin van het schooljaar in 2016 lanceerden wij, voor basisscholen en organisaties voor permanente educatie, het leerrijke spel 'Dossier 116 000', waarin op speelse wijze maar zonder taboes over de thema's van Child Focus kon worden gesproken.

[\*\*Algemene informatie »\*\*](#)