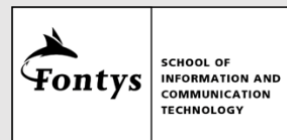


DEBRIEFING



partout



Rosmalen, Sam S.W.N. van

2021

Inhoudsopgave

Wie is de aanvrager?	2
Uitdaging	2
Achtergrond	2
Aanleiding.....	2
Doelstelling.....	3
Doelgroep	3
Oplevering	3
Effecten	3
Call to action	3

Wie is de aanvrager?

Bedrijfsnaam: Partout

Contactpersoon: Luuk Derkx

E-mailadres: l.derkx@fontys.nl

Telefoonnummer: 0641741849

Afdeling:

Datum aanvraag:

Datum terugkoppeling:

Uitdaging

Partout heeft ons de opdracht gegeven om voor de kindertelefoon een campagne voor desbetreffende doelgroep te maken, het doel hiervan is om meer aandacht te creëren voor de kindertelefoon. Hoe we dit doen is volledig aan ons.

Achtergrond

De Kindertelefoon is een telefonische hulpdienst in Nederland waar kinderen tot 18 jaar kunnen praten met mensen over elk onderwerp als ze daar behoefte aan hebben. Ze krijgen de keus om te bellen, wat geheel gratis is, of om te chatten via de website. Verder heeft de Kindertelefoon ook een forum waar jongeren, onder toezicht van een moderatieteam, onderling kunnen praten over verschillende onderwerpen voor vragen of advies.

De Kindertelefoon is opgericht in 1979 en het bestaansrecht staat vast in de Wet op de Jeugdzorg. Jaarlijks worden er ruim 400.000 gesprekken gevoerd tussen kinderen en vrijwilligers. Deze vrijwilligers hebben een interne training gevolgd hiervoor.

Aanleiding

Aanleiding voor het maken van dit project is dat het niet duidelijk is dat de kindertelefoon ook gebruikt kan worden voor kleinschalige problemen/mededelingen. Het huidige imago van de kindertelefoon is dat je alleen belt bij dingen zoals mishandeling en andere serieuze zaken. Partout wil dat een kind alles (zo klein en groot) zonder te aarzelen met iemand kan delen. Ze willen niet dat een kind zich eenzaam voelt doordat ze geen contacten hebben.

Wat wil de kindertelefoon bereiken?

“De Kindertelefoon is er voor alle kinderen die een luisterend oor willen. Daarnaast wil De Kindertelefoon hun chat en forum wat meer onder de aandacht brengen. De campagnes hebben als doel om de volgende boodschap over te brengen: 'Met De Kindertelefoon kun je over ALLES praten', en heeft de functie om kinderen te informeren over de rol van De Kindertelefoon. Daarbij ligt de focus op het normaliseren van De Kindertelefoon. Er mag altijd om hulp gevraagd worden en/of je mag altijd je verhaal delen.” www.partout.nl

Doelstelling

Ons doel van het project is dat we doormiddel van een creatieve oplossing meer kinderen informeren dat de kindertelefoon ook in minder serieuze situaties gebruikt kan worden. De kindertelefoon ervoor zorgen dat de kinderen het gevoel hebben dat ze tegen iemand kunnen praten wanneer ze hier behoefte aan hebben. Dit hoeft dus niet voor alleen serieuze zaken te zijn zoals huiselijk geweld of verslavingen.

We willen het doel bereiken door de campagne aantrekkelijk te maken voor onze doelgroep. Zo moet de campagne interessant zijn voor zowel kinderen van 8 jaar als 18 jaar.

Doelgroep

Niet alle kinderen in Nederland hebben een fijne jeugd. Soms gebeuren er dingen die bijvoorbeeld traumatisch zijn voor kinderen, of gaan de dingen in het gezin gewoon even niet zo soepel. Ook kinderen kunnen dan behoefte hebben om hierover met iemand te praten, maar het is vaak lastig om de juiste persoon te zoeken bij wie ze hun verhaal kwijt kunnen en die ze verder kan helpen. Soms voelt het ook niet fijn om hun verhaal bijvoorbeeld aan de juf of meester te vertellen, omdat ze misschien bang zijn voor de reacties of dat het aan hun ouders wordt doorverteld. De Kindertelefoon is waarschijnlijk het eerste waar je aan denkt bij hulplijnen voor kinderen.

Alle kinderen en jongeren tussen 8 en 18 jaar zijn de relevante doelgroep voor dit project.

Oplevering

Het resultaat van ons project moet zijn dat we doormiddel van een creatieve oplossing meer kinderen informeren dat de kindertelefoon ook in minder serieuze situaties gebruikt kan worden.

Ons eerste idee om dit te bereiken is een campagne waarbij de kinderen uitleg krijgen op een manier toepasselijk voor hun leeftijd. We willen de kinderen bereiken doormiddel van bijvoorbeeld reclames, posters etc. Uiteindelijk kan meer informatie gevonden worden op een speelse, interactieve website. Deze ideeën zijn nog niet ver uitgewerkt.

Effecten

Het effect wat we willen bereiken is dat kinderen beter weten waar ze terecht kunnen met hun problemen, dit kunnen kleine maar ook grote problemen zijn. We willen bereiken dat kinderen uit zichzelf de kindertelefoon weten te vinden.

Call to action

Indien we geen gehoor krijgen gaan we ervan uit dat we de opdracht goed begrepen hebben en gaan we hier de komende weken mee aan de slag.