

Reisbranche heeft belangrijke rol in campagne tegen kinder- en jongerenprostitutie

‘De vakantieganger is een deel van de oplossing’

*** Carla Overduin

De rol van de reisbranche is cruciaal bij de strijd tegen kinder- en jongerenprostitutie in de wereld. Dat blijkt duidelijk bij de campagne ‘Don’t look away’ rond het WK-voetbal in Brazilië, waarvoor oud-Feyenoord speler John de Wolf als ambassadeur is aangetrokken. Niet alleen het Ministerie van Veiligheid en Justitie, maar ook de ANVR schaaft zich volledig achter deze campagne; de brancheorganisatie en haar leden strijden al jaren tegen dit misbruik. “De reisindustrie is zo belangrijk. Zij is immers het kanaal waarlangs we heel veel reizigers kunnen bereiken”, zegt Martien Swart, die namens Plan Nederland de campagne coördineert.

De Nederlandse campagne “Don’t look away” is een initiatief van Plan Nederland, Free a Girl, ECPAT en Terre des Hommes en sluit nauw aan bij de internationale campagne. Het is vooral de bedoeling om reizigers aan te sporen om te melden als zij iets verdachts zien in Brazilië als het gaat om kinderprostitutie. “Het is tevens een bewustwordingscampagne”, zegt Swart. “We zijn



er blij mee dat de ANVR nauw betrokken is bij ons langlopende project om kinderprostitutie in Brazilië tegen te gaan en zich ook bij deze campagne aansluit.”

Je kunt je wel afvragen of tour-operators er happig op zullen zijn om hun klanten bij reizen naar het feestelijke voetbalevenement of sowieso een zonnige vakantie naar Brazilië te confronteren met de sombere boodschap van kinderprostitutie? Swart: “Natuurlijk is het een fantastisch event en een zonvakantie is mooi, maar reizigers moeten zich wel realiseren dat er ook een keerzijde is. Het publiek kan zich opstellen als bemiddelaars, zorgen dat er iets verandert. Het is niet de bedoeling dat vakantie-gangers als mini-detectives gaan rondlopen, maar als je iets ziet, kun je het melden en draag je je steentje bij aan de oplossing van dit probleem. Dat idee dat je zelf iets kunt doen, geeft mensen toch een prettig gevoel.”

Oplossing

“Vakantiegangers zijn een deel van de oplossing”, zegt Elise Allart, Manager Duurzaam Toerisme van TUI Nederland. “Het meewerken aan de oplossing van dit probleem is een ieders taak. Van de lokale partijen, de reiswereld, maar ook van vakantie-gangers. Onze klanten maken gebruik van onze infrastructuur, ze zitten bij ons aan boord van het vliegtuig. We kijken niet naar hen met een beschuldigende wijsvinger. Het gaat om bewustwording. Als je iets ziet, meld het. Zo kan de politie cases opbouwen en komen de bad guys achter de tralies.”

Voor TUI gaat het verder dan deze campagne rond het WK. De marktleider werkt sinds 2010 actief samen met Plan Nederland in een vierjarig project om seksuele exploitatie van kinderen en jongeren in Brazilië te voorkomen. Een praktisch ingestoken project waarbij Braziliaanse



Half miljoen kinderen

De situatie rond kinderprostitutie wereldwijd is ernstig, ook in Brazilië. Brazilië kampt, ondanks flinke economische groei, met grote inkomensongelijkheid en ernstige criminaliteit. Vooral straatkinderen en kinderen uit de krottenwijken, favelas genoemd, zijn bijzonder kwetsbaar voor seksueel misbruik en uitbuiting. Volgens de Verenigde Naties zijn jaarlijks honderdduizenden kinderen in de leeftijd van zeven tot achttien jaar het slachtoffer van kinderprostitutie in steden zoals Rio de Janeiro en Fortaleza. Ook kinderseks-toerisme, veelal vanuit Europa, blijft een probleem in met name resort- en kustgebieden in het noordoosten van Brazilië.





jongeren vier maanden lang een toeristische opleiding krijgen en worden geholpen bij het vinden van een baan in de hotelsector. 150 Jongeren zijn inmiddels opgeleid en de eersten hebben al een baan.

heeft in een gedwongen situatie, omdat ze geen andere uitzichten heeft. Bij die gedachte gaan al mijn haren overeind staan.” De Wolf zal te zien zijn in advertenties en media-uitingen van de campagne.

leven van een meisje dat vanaf jonge leeftijd in de prostitutie heeft gewerkt en De Wolf en zijn zonen zullen opvanghuizen

te koop is in de wereld en de boodschap doorgeven aan hun leeftijdgenoten. Het is realiteit.” De reportages worden uitgezonden

Realiteit

De bekende oud-Feyenoord speler en voetbaltrainer John de Wolf is het gezicht van de campagne ‘Don’t look away’. Hij hoefde niet lang na te denken toen hij werd gevraagd om ambassadeur te worden. “Dit onderwerp raakt me. Ik denk dat het niet gezond en niet goed is dat dit gebeurt. We kunnen misschien wel denken dat het de ver-van-mijn-bed-show is, maar door zo’n WK komt het best dichtbij. Ik heb zelf twee volwassen zonen, maar mijn vriendin heeft een dochter van zestien. Je moet er niet aan denken dat een meisje van die leeftijd of jonger wordt misbruikt, seks

Er is een samenwerking met SBS6 en onderdeel van de campagne is ook dat de oud-voetballer met zijn zonen Desley (24) en Rodney (26) afreist naar Brazilië met een SBS6-team. Het team volgt het

voor meisjes bezoeken, projecten van Free a Girl. “Het zal best schokkend zijn, ook voor mijn kinderen. Maar ik vind het belangrijk dat zij zien wat er

den in ‘Hart van Nederland’ en in een langere SBS6-documentaire. De uitzendingen staan gepland tussen maandag 12 en vrijdag 16 mei. Er komt ook nog een minidocumentaire. Daarvan is nog geen uitzenddatum bekend. De Wolf: “Veel Nederlanders weten misschien heel in de verte dat dit gebeurt, maar niet precies wat. Natuurlijk mag iedereen plezier hebben, maar het is toch heel belangrijk dat je weet wat je moet doen als je iets ziet wat niet klopt. Ik zie voetballiefhebbers en vakantiegangers niet als potentiële sekstoeristen, maar als bondgenoten. Met z’n allen moeten we dit aanpakken.”

Informatie voor touroperators

De boodschap van de campagne is: als een vakantieganger iets ziet tijdens de vakantie in Brazilië of tijdens zijn aanwezigheid bij het WK dat hij niet vertrouwt, dan wordt hij gevraagd dit te melden. Dat kan via www.meldkindersekstoerisme.nl en in Brazilië via hotline 100 (via mobiel met de landscode +55 ervoor). Voor touroperators is verder campagnemateriaal beschikbaar, zoals flyers en banners. Neem hiervoor contact op met Plan Nederland via: info@dontlookaway.nl, want hoe vaker dit onder de aandacht wordt gebracht hoe beter het is voor de kinderen die het betreft.