

# Orange the World 2022

## Geweld tegen vrouwen en meisjes voorkomen en bestrijden

De Orange the World campagne is de wereldwijde campagne van UN Women tegen geweld tegen vrouwen. Deze campagne vindt jaarlijks plaats tussen 25 november, de Internationale Dag tegen Geweld tegen Vrouwen, en 10 december, Internationale Mensenrechtendag. In deze periode worden in meer dan 100 landen gebouwen oranje uitgelicht en vinden debatten, tentoonstellingen, demonstraties en tal van andere acties plaats. Ook in Nederland krijgt de campagne volop aandacht; in meer dan 200 gemeenten vinden activiteiten plaats om geweld tegen vrouwen en meisjes te voorkomen en bestrijden. Dat is hard nodig, want jaarlijks krijgen miljoenen vrouwen met geweld te maken.

### **Geweld tegen vrouwen wereldwijd**

- 33% maakt fysiek, seksueel of psychisch geweld mee
- Iedere 11 minuten wordt een vrouw vermoord door een familielid
- 27% maakt partnergeweld mee

### **Geweld tegen vrouwen in Nederland**

- 45% maakt fysiek, seksueel of psychisch geweld mee
- Iedere 8 dagen wordt een vrouw vermoord door een (ex)partner of familielid
- 25% maakt partnergeweld mee
- Meer dan driekwart maakt seksuele intimidatie mee in haar leven

### **Iedereen kan helpen geweld te voorkomen**

In 2022 is het thema in Nederland preventie; het voorkomen van geweld door het bij de wortels aan te pakken. Daar kan iedereen aan bijdragen: individuen, professionals, organisaties, bedrijven en overheden. Belangrijk is om niet alleen vrouwen en meisjes, maar ook mannen en jongens te betrekken. Geweld tegen vrouwen is te lang louter gezien als 'vrouwenprobleem'. Ook voor de oplossingen werd gekeken naar vrouwen en meisjes: weerbaarheidstrainingen, verkrachtingsfluitjes, niet alleen op straat na donker. Inmiddels komt er meer aandacht voor de rol van mannen en jongens. Geen jongen wordt als dader geboren; hoe kunnen we ervoor zorgen dat hij dat ook niet wordt?



### **De #Medestander Pledge**

1. Ik gebruik geen geweld tegen vrouwen en meisjes
2. Ik neem vrouwen en meisjes die geweld melden serieus en steun hen bij het vinden van hulp
3. Ik doe wat ik kan om te zorgen dat vrouwen en meisjes zich veilig kunnen voelen
4. Ik draag bij aan het doorbreken van het taboe rond praten over geweld tegen vrouwen
5. Ik spreek mensen in mijn omgeving aan op grensoverschrijdend gedrag

### **Ik ben #medestander, jij ook?**

Iedereen kan medestander worden in de strijd tegen geweld. Je kunt helpen om het taboe te doorbreken, helpen om de cultuur te veranderen, helpen als je iets ziet gebeuren in je omgeving, helpen om vrouwen en meisjes een veilig gevoel te geven en helpen om aandacht te vragen voor geweld tegen vrouwen en meisjes. Daar kun je nu mee beginnen, door de [#Medestander Pledge](#) te ondertekenen.

### Waarom meedoen als bedrijf?

- Geweld tegen vrouwen en meisjes is een wereldwijd probleem, ook in Nederland. Ieder bedrijf kan helpen dit geweld te bestrijden, door bewustwording te creëren onder werknemers, klanten en relaties en steun te bieden waar nodig.
- 61% van de werkende vrouwen heeft seksuele intimidatie op de werkvloer meegemaakt, en 30% een vorm van fysiek grensoverschrijdend gedrag. Door deel te nemen aan de campagne kan een bedrijf duidelijk maken dat dit onacceptabel is en een gesprek over grensoverschrijdend gedrag op gang brengen.
- 1 op de 5 vrouwen maakt partnergeweld mee. Zeker bij grotere bedrijven is de kans dus groot dat een deel van de vrouwelijke werknemers survivor is, of op dit moment in een geweldssituatie leeft. Geweld tegen vrouwen en meisjes bespreekbaar maken kan een belangrijke steun zijn voor hen om hulp te zoeken.
- Hetzelfde geldt voor consumenten of klanten; er is een grote kans dat velen van hen geweld meemaken of hebben meegemaakt. Als bedrijf kun je jouw klanten helpen, bijvoorbeeld door informatie over meldpunten te verspreiden.

## Actiemogelijkheden voor bedrijven

In september 2022 zal een toolkit voor bedrijven op de campagnewebsite [www.orangetheworld.nl](http://www.orangetheworld.nl) verschijnen, met diverse communicatiematerialen zoals logo's, visuals, voorbeeldteksten, sociale media banners en frames, en nog veel meer. Hierbij alvast een idee van de mogelijkheden.

### Corporate communicatie

#### Gebouw oranje uitlichten

In Nederland worden tussen 25 november en 10 december honderden gebouwen en andere objecten door het hele land oranje uitgelicht. Bedrijven kunnen bijdragen door het eigen pand oranje uit te lichten, zoals ADL Automotive deed in 2020.



#### Hang de Orange the World vlag uit

Bedrijven en organisaties die geen mogelijkheden tot uitlichting hebben gebruiken veelal de Orange the World vlag. Inmiddels wapperen jaarlijks vele vlaggen op allerlei plekken in het hele land. Je kunt er dus ook voor kiezen om deze vlag uit te hangen. De vlag is [hier](#) te bestellen in diverse maten.

#### Laat een #medestander poster ontwerpen

UN Women NL kan een poster op maat ontwerpen, bijvoorbeeld van de CEO. De poster wordt in hoge en lage resolutie geleverd en kan gedrukt en opgehangen worden, maar ook gebruikt worden voor sociale media.



#### Besteed aandacht op de website en sociale media

Tijdens de campagne is de hashtag #OrangetheWorldNL trending. Om deelname van het bedrijf breed aandacht te geven kunnen de sociale mediakanalen en website gebruikt worden. Op de [campagnewebsite](#) komen voorbeeldteksten, banners en visuals te staan.



### **Draag de Orange Pin tijdens de campagne**

De Orange Pin is het symbool van de Orange the World campagne. Tijdens de campagne kunnen bijvoorbeeld directie en management de pin dragen om te laten zien dat het bedrijf de strijd tegen seksuele intimidatie en geweld steunt. Ook draagt het bedrijf daarmee bij aan projecten in Nederland en wereldwijd tegen geweld tegen vrouwen en meisjes.

## **Interne aandacht**

### **Roep medewerkers op om de #Medestander Pledge te ondertekenen**

De Pledge daagt iedereen uit na te denken over wat zij zelf kunnen doen om geweld tegen vrouwen en meisjes te voorkomen. Mensen die de Pledge ondertekenen kunnen op de vijf punten klikken, en krijgen dan meer uitleg en doorverwijzingen om verder te lezen. Ook krijgen zij de #Medestander nieuwsbrief met allerlei praktische tips. Door het ondertekenen van de Pledge kunnen medewerkers aan het denken worden gezet, en kan er een gesprek loskomen over geweld tegen vrouwen, waarmee het taboe doorbroken wordt.

### **Deel de Orange Pin uit aan medewerkers**

Een aantal bedrijven, met name in de retail, heeft in de afgelopen jaren de Orange Pin uitgedeeld aan medewerkers om te dragen tijdens de campagneperiode. Een paar van deze bedrijven rapporteerden terug dat dit ertoe leidde dat medewerkers die geweld hebben meegemaakt daarvoor het eerst over durfden te vertellen op hun werk. Eén van hen bleek slachtoffer te zijn van stalking, en door deze actie kon het bedrijf haar bescherming bieden en steunen bij het melden.

### **Deel Tony's Choclonely campagnerepen uit**

Tony's Choclonely maakt een speciale reep voor de campagne, om te helpen het taboe op praten over geweld te doorbreken. De repen kunnen een mooi sinterklaas of kerstcadeau zijn voor medewerkers of relaties.



### **Steun of match een benefietactie van medewerkers**

Tijdens de Orange the World campagne wordt ook ingezameld voor het Trust Fund to End Violence against Women; het enige wereldwijde fonds dat actief is in 100 landen. In voorgaande jaren heeft personeel van een aantal bedrijven, waaronder Phillips, zelf inzamelings- of benefietacties georganiseerd, met ondersteuning van het bedrijf. In sommige gevallen wordt ook de inzameling van het personeel gematcht door het bedrijf.



### **Bied hulp aan medewerkers die geweld meemaken of hebben meegemaakt**

Met name grotere bedrijven kunnen er zeker van zijn dat er onder hun medewerkers ook vrouwen zijn die geweld hebben meegemaakt, of nu in een geweldssituatie zitten. Het bedrijf kan actief medewerkers uitnodigen om dit in vertrouwen te melden en te kijken hoe het bedrijf hen kan ondersteunen. Vodafone heeft als HeForShe Champion samen met UN Women een toolkit ontwikkeld om dit te doen voor al hun 90.000 medewerkers wereldwijd. Deze toolkit is [hier](#) te vinden.

## Externe aandacht

### Schenk een deel van de omzet tijdens de campagne aan UN Women

Afgelopen jaar heeft Flawser, het moederbedrijf van Olcay Gülsen Beauty, de volledige omzet van twee dagen tijdens de Orange the World campagne aan het Trust Fund to End Violence against Women geschonken. In het komende jaar zal Flawser daarnaast een nieuwe duo-lipstick uitbrengen in het teken van de campagne, waarvan alle opbrengsten gedurende het hele jaar voor het bestrijden van geweld zijn bestemd.



### Een product in teken van de campagne stellen

De chocoladereep van Tony's Chocolonely is niet alleen een instrument in de campagne om het taboe op praten over geweld te doorbreken, maar wordt ook ingezet voor inzameling; de winst over de repen gaat volledig naar het Trust Fund to End Violence against Women.



### Bijdragen aan de campagne in natura

Dings Kartonnages is een fabrikant van onder andere bierviltjes. Voor de campagne produceert het bedrijf gratis duizenden viltjes die in horeca en sportkantines kunnen worden verspreid. Op het viltje staat een QR code die naar de #Medestander Pledge leidt.

### Meldmogelijkheden onder de aandacht brengen bij klanten

Voor vrouwen en meisjes die geweld meemaken onder de groep klanten van met name retail bedrijven, kunnen de mogelijkheden tot melden en het vinden van hulp onder de aandacht worden gebracht. Bijvoorbeeld door het promoten van de website [www.geweldtegenvrouwenmelden.nl](http://www.geweldtegenvrouwenmelden.nl) met een flyer die meegenomen kan worden, of door deze website op een product op te nemen.

## Verdieping

### Onderteken de Women's Empowerment Principles

Het helpen voorkomen en bestrijden van geweld tegen vrouwen en meisjes is integraal onderdeel van de zeven uitgangspunten van de Women's Empowerment Principles (WEPs). Ieder bedrijf kan de WEPs ondertekenen en zich zo aansluiten bij een wereldwijd netwerk van inmiddels bijna 7.000 bedrijven die zich willen inzetten voor gendergelijkheid.

### Neem deel aan het HeForShe SDG Business Solutions Programma

Geweld tegen vrouwen en meisjes bestrijden is ook één van de Sustainable Development Goals (SDGs). In het HeForShe SDG Business Solutions Programma van UN Women Nederland krijgen bedrijven de kans om, net als Vodafone in het voorbeeld hierboven, hun specifieke expertise in te zetten om de SDGs dichterbij te brengen, onder begeleiding van nationale en internationale experts uit het bedrijfsleven, overheden en maatschappelijk middenveld.

Voor meer informatie over bovenstaande opties, kijk op [www.orangetheworld.nl](http://www.orangetheworld.nl), mail naar [orange@unwomen.nl](mailto:orange@unwomen.nl) of bel met Marije Cornelissen (campagnecoördinator namens UN Women Nederland) tel. 06- 2632 0329.