Tinder NL Newsroom

Tinder werkt samen met Rutgers om het belang van consent in een relatie onder de aandacht te brengen

Tinder heeft vandaag een nieuwe samenwerking aangekondigd met Rutgers, expertisecentrum seksualiteit, om het bewustzijn over het belang van wederzijdse consent te vergroten. Als onderdeel van de samenwerking lanceert Tinder een educatieve campagne die van 25 juni tot 31 december 2024 in-app zichtbaar zal zijn voor alle Tinder-gebruikers in Nederland. Aan de campagne werken bekende influencers mee als ambassadeurs voor het belangrijke onderwerp.

Voordat de nieuwe wet Seksuele Misdrijven wordt ingevoerd, waarin consent een belangrijke rol speelt, zal de campagne jongeren helpen met praktische tips over hoe ze hier een gesprek over kunnen beginnen.

Wederzijdse toestemming speelt een belangrijke rol, al vanaf de eerste date tot en met en tijdens een relatie. Als onderdeel van deze campagne heeft Rutgers een onderzoek laten uitvoeren naar het onderwerp 'consent' onder jongvolwassenen in Nederland, in samenwerking met Ipsos I&O. Uit de resultaten blijkt dat Nederlandse jongvolwassenen zich veiliger voelen met een seksueel contact wanneer de ander op een regelmatige basis om consent vraagt. Deze campagne is een vernieuwde en opnieuw gelanceerde versie van de Ben je oké? campagne, waarin verschillende bekende Nederlanders vertellen over hun eigen ervaringen.

Willy van Berlo, expert seksueel geweld bij Rutgers: *“Het idee dat je van tevoren met toestemming contractueel vastlegt wat je precies wil tijdens seks, wordt met dit onderzoek ontkracht. Door meermaals bij elkaar te checken wat je beiden fijn vindt, verbaal en/of non-verbaal, kan je altijd terugkomen op je eerdere instemming en weet je zeker dat je het beiden fijn vindt.”*

Dit is de tweede keer dat Tinder en Rutgers samenwerken aan een bewustwordingscampagne. De eerste samenwerking was de succesvolle lancering van de "Healthy Dating Guides", die singles praktische tips bood voor het aangaan van gezonde relaties online en in het echte leven, in samenwerking met de NO MORE FOUNDATION.

Afbeeldingen en video’s
De afbeeldingen en video's zijn hier te downloaden.

Over het onderzoek
Rutgers voerde dit onderzoek naar het checken en bespreken van wensen en grenzen uit. De vragenlijst werd uitgezet in het panel van onderzoeksbureau Ipsos I&O. Er namen 1.000 jongvolwassenen (18-25 jaar, seksueel actief) deel aan het onderzoek. Ze werden hierin gevraagd naar hun laatste seksuele ontmoeting. Dataverzameling vond plaats van 29 mei tot en met 6 juni 2024.

Over de Ben je oké? campagne
Ben je oké? is dé movement die wensen en grenzen bespreekbaar maakt. De campagne was al langer te zien in het uitgaansleven, bij studentenverenigingen, op festivals en in gemeenten met de omstanderscampagneboodschap: Zie je dat iemand te maken heeft met ongewenst seksueel gedrag? Stel de vraag: Ben je oké?. Vanaf vandaag spreekt deze campagne jou ook direct aan op je eigen gedrag. Flirten, zoenen of meer? Stel de vraag: Ben je oké? Zo weet je zeker dat je het allebei fijn vindt. Ben je oké? wordt mogelijk gemaakt door de inzet van de Nationale Postcode Loterij, MAC, Tinder, VPNF en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Over Rutgers
Rutgers is het onafhankelijke expertisecentrum seksualiteit in Nederland. We werken zowel in Nederland als in het buitenland aan seksuele en reproductieve gezondheid.

Over Tinder
Gelanceerd in 2012, heeft Tinder de manier waarop mensen elkaar ontmoeten gerevolutioneerd, met een groei van 1 match naar een miljard matches in slechts twee jaar. Deze snelle groei toont het vermogen om te voldoen aan een fundamentele menselijke behoefte: echte verbinding. Tegenwoordig heeft de app meer dan 630 miljoen downloads en meer dan 97 miljard matches. Tinder heeft ongeveer 50 miljoen gebruikers per maand in 190 landen en in meer dan 45 talen, een bereik dat geen enkele andere app in deze categorie evenaart. In 2024 won Tinder vier Effie Awards voor zijn allereerste wereldwijde merkcampagne, "It Starts with a Swipe".

Tinder is een geregistreerd handelsmerk van Match Group, LLC.

Additional assets available online: Foto's (1)

https://nl.tinderpressroom.com/nieuws?item=122615