

WHITEPAPER

In de huid van het slachtoffer

Slachtofferhulp Nederland op
weg naar digitale hulpverlening

Voorwoord

Meer slachtoffers helpen. Dat was het uitgangspunt toen Slachtofferhulp Nederland (SHN) twee jaar geleden de contouren voor het programma Slachtofferhulp Nederland 2.0 schetste. De organisatie hielp – en helpt – veel slachtoffers, maar nog veel meer slachtoffers weten SHN nog niet te vinden. Terwijl iedereen er bij gebaat is dat slachtoffers zo snel mogelijk hun leven weer op de rit krijgen – op de eerste plaats de slachtoffers zelf. De uitdaging voor SHN: meer slachtoffers bereiken, vooral ook de mensen die liever zelf op zoek gaan naar informatie.

In deze whitepaper schetsen we de ontwikkeling die SHN doormaakt in het streven meer mensen te bereiken. Liet de organisatie zich nog niet zo lang geleden vooral beperken door de manier waarop 'nou eenmaal' werd gewerkt, nu staan de wensen en behoeften van het slachtoffer voorop. Wat die wil? Die wil volgens recent eigen onderzoek geholpen worden op een tijdstip dat hem uitkomt, op een manier die bij hem past, op een toon die hem aanspreekt. Het liefst ook online.

Ik wens u veel inspiratie.

Carola Koper

Programmamanager Slachtofferhulp 2.0



In deze whitepaper leest u...

...op basis waarvan SHN de dienstverlening aanpast. Belangrijk is te weten wat slachtoffers zelf willen.

Pagina 3

...wie zijn de huidige en de potentiële cliënten van SHN? Laagopgeleiden zijn niet snel geneigd hulp te zoeken, terwijl hoogopgeleiden wel bereid zijn hulpverlening te accepteren en vaker zelf op zoek gaan naar hulp.

Pagina 4

...wie zijn de 'persona's' op wie SHN zich richt? Roy is mishandeld en gaat eerst zelf op zoek naar antwoorden, zedenslachtoffer Zarah staat open voor hulpverlening. Hoe spreek je hen aan? Wat zijn de do's en don'ts?

Pagina 6

...waarom het belangrijk is dat slachtoffers geholpen worden. Als schokkende gebeurtenissen niet goed verwerkt worden, liggen trauma's op de loer.

Pagina 9

...nieuwe cliënten gaan SHN vooral online raadplegen. In november 2017 werd alle informatie over het strafproces online gezet.

Pagina 11

Meer slachtoffers van dienst zijn

De stappen die Slachtofferhulp Nederland zet om potentiële cliënten te bereiken

Welke stappen moet je als organisatie nemen om je dienstverlening zo aan te passen dat die weer beter aansluit bij de belevingswereld van de doelgroep? Eerst en vooral: weten wie je potentiële klant is en wat die wil. Op zoek naar het slachtoffer.

De vaste volgers van Slachtofferhulp Nederland (SHN) hebben het ongetwijfeld al gezien: achter de schermen wordt er bij de organisatie keihard gewerkt aan een flinke online inhaalslag. SHN 2.0 heet het programma waarmee in drie jaar tijd nieuwe online diensten en communicatiekanalen worden ontwikkeld om meer slachtoffers te ondersteunen.

Die inhaalslag was nodig ook. Al 30 jaar helpt de organisatie slachtoffers vooruit te komen en verder te gaan. Alle kennis en ervaring om dat te doen is in huis. Maar de manier waarop de organisatie dat doet, kan beter. Te lang is er vastgehouden aan bestaande kaders en interne beperkingen, waardoor de dienstverlening niet meer goed aansloot bij de wensen en behoeften van de cliënten, de slachtoffers.

Stilstaan is geen optie

Als ze ons nodig hebben, weten ze ons wel te vinden.' Bedrijven of instellingen die zo denken, lopen grote kans te worden voorbijgestreefd door een innovatieve nieuwkomer die met één app het hele klantenbestand overneemt. Stilstaan is geen optie – luisteren naar de klant wel. Net zoals voor bedrijven, instellingen en organisaties die zien dat hun markt verandert omdat hun doelgroep 'plotseling' ander gedrag vertoont, is er maar één reactie mogelijk: de dienstverlening grondig aanpassen. En wel op zo'n manier dat die wel aansluit bij de belevingswereld van de klant.

Nu kent Slachtofferhulp Nederland geen betalende klanten, maar voor mensen die gratis geholpen worden geldt evenzeer dat ze alleen geholpen willen worden

als de dienstverlening op maat is. SHN is zich daarvan bewust – het moet anders. Wat we doen, doen we goed. Alleen wordt niet iedereen bereikt die na een ingrijpende gebeurtenis behoefte heeft aan ondersteuning op maat.

Iedereen behoort tot de doelgroep

Jaarlijks helpt Slachtofferhulp Nederland ongeveer 200.000 mensen. Dat is een behoorlijk aantal, maar slechts een fractie van de 4 miljoen slachtoffers die er jaarlijks in Nederland zijn. In feite behoort iedereen tot de doelgroep van Slachtofferhulp Nederland. Met jaarlijks 4 miljoen slachtoffers maakt iedereen een serieuze kans om op enig moment in zijn leven slachtoffer te worden.

Slachtoffer – wanneer ben je dat eigenlijk? Het aantal van 4 miljoen

heeft betrekking op mensen die aangeven slachtoffer te zijn geworden. Dat gaat om mensen die te maken hebben gehad met een vorm van vandalisme, geweld, verkeersongeval, seksueel misbruik, inbraak, diefstal of vermissing.

Deze mensen zitten, in meer of mindere mate, met vragen of zorgen. Ze komen terecht in een wereld die nieuw voor ze is. Ze hebben bijvoorbeeld vragen over het strafproces of schadevergoeding, ze willen weten wat hen te wachten staat. Ze willen in een onrustige of moeilijke periode grip op hun leven houden of krijgen (zie kader: Waarom het belangrijk is dat er meer slachtoffers worden geholpen).

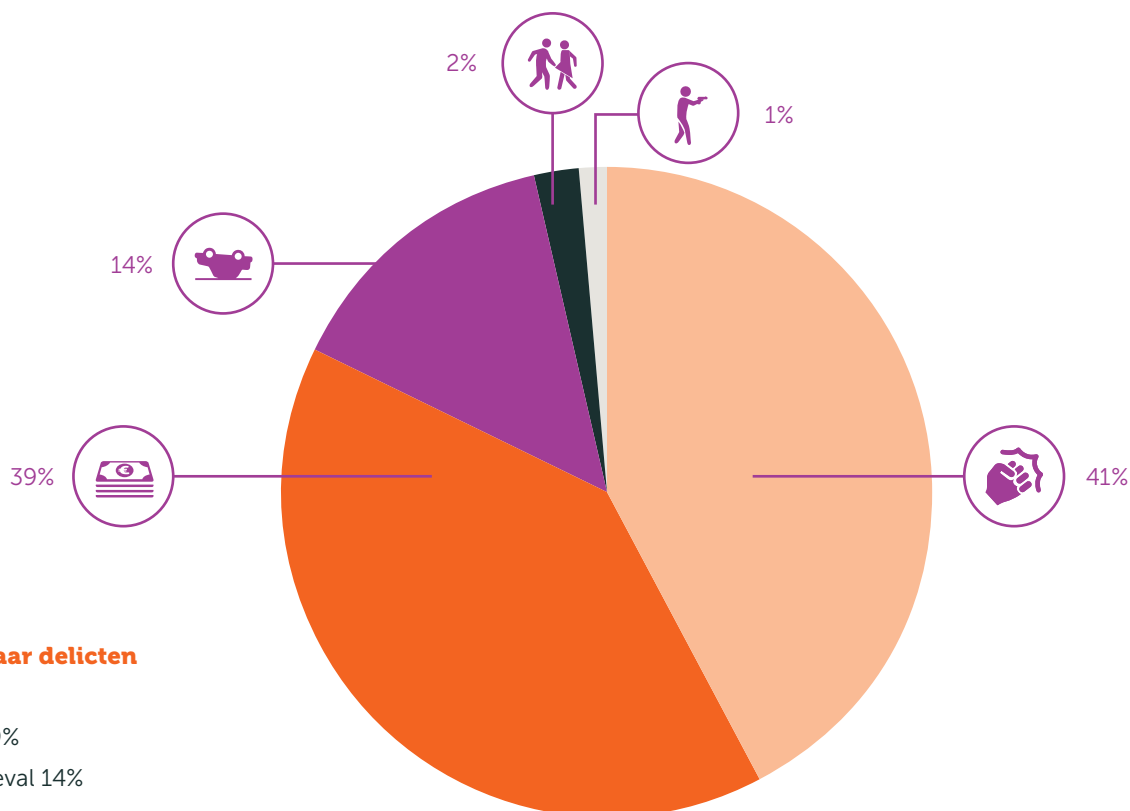
Wat wil het slachtoffer?

Toen de contouren voor het SHN 2.0-programma werden geschetst, luidde de centrale vraag: wat wil het slachtoffer? Er zijn vele typen slachtoffers, maar voor alle typen geldt dat ze anno 2017 hulp willen krijgen op een manier die bij hen past op een tijdstip dat hen uitkomt. We leven in een 24-uurs economie, organisaties die stipt om 17 uur de luiken sluiten hoeven op weinig sympathie te rekenen.

De logische vervolgvraag is dan: wat is dat, hulp krijgen op een manier die past? Met 4 miljoen slachtoffers per jaar en de ambitie er voor alle slachtoffers te zijn, is dat een belangrijke maar ook ingewikkelde vraag. Slachtofferhulp Nederland wil er voor alle slachtoffers zijn en tegelijk slachtoffers persoonlijk bedienen, informatie op maat geven en het gevoel geven er voor hen te zijn. Maak je geen keuzes, dan wordt het aanbod te generiek en loop je het risico niemand aan te spreken. Maak je verkeerde of te scherpe keuzes, dan sluit je mensen uit.

Belangrijk is ook dat de nieuwe doelgroep aanvullend is aan de doelgroep die Slachtofferhulp Nederland nu al weet te vinden. Wie dat zijn, is goed in kaart gebracht.

1 Wie zijn de cliënten van Slachtofferhulp Nederland?



Verdeling naar delicten

Geweld 41%

Vermogen 39%

Verkeersongeval 14%

Zeden 2%

Levensdelict 1%

Verdeling naar demografische gegevens



Geslacht

Man	54%
Vrouw	46%



Leeftijd

14-26 jaar	29%
26-45 jaar	32%
46-65 jaar	27%
>65 jaar	12%



Herkomst

Autochtoon	74%
Allochtoon 1e generatie	15%
Allochtoon 2e generatie	11%



Opleidingsniveau

Primair	14%
Laag	28%
Midden	40%
Hoog	18%



Arbeidsmarktstatus

Loondienst	46%
Uitkeringssituatie	21%
Pensioen	14%
Student	10%
Zelfstandige	9%
Overige	3%



Gezinsituatie

Gehuwd paar met kinderen	56%
Eénpersoonshuishouden	12%
Gehuwd paar zonder kinderen	11%
Eén-ouder-gezin	10%
Niet-gehuwd paar zonder kinderen	6%
Niet-gehuwd paar met kinderen	5%
Overige	1%



Stedelijkheid woonomgeving

Zeer sterk stedelijk	23%
Sterk stedelijk	29%
Matig stedelijk	19%
Weinig stedelijk	20%
Niet stedelijk	9%

2 Wie zijn de potentiële cliënten van Slachtofferhulp Nederland?

De redenen waarom mensen geen hulp zoeken of aanvaarden, lopen uiteen. Niet voor iedereen is SHN de direct aangewezen instantie om hulp te zoeken. Dat heeft deels te maken met perceptie: sommige mensen hebben het idee dat er dan iemand langskomt bij wie je alleen kunt uithuilen, anderen denken dat SHN alleen is bedoeld voor slachtoffers van grote rampen als de MH17. Beeldvorming strookt dus niet altijd met de werkelijkheid.

De mate waarin hulp wordt gezocht of aanvaard, heeft ook met leeftijd te maken. Veel slachtoffers zijn jong. SHN bereikt nog lang niet alle jonge slachtoffers die er zijn, dus daar valt nog veel te halen voor de organisatie. Bijna eenderde van de slachtoffers is tussen de 14 en 26 jaar (zie grafiek). Dat zijn ongeveer een half miljoen mensen - niet een aantal om links te laten liggen.

Hoogopgeleiden laten SHN vaker links liggen

Belangrijk is ook dat SHN op dit moment veel laagopgeleiden helpt. Opmerkelijk genoeg zijn dit juist de mensen die niet snel geneigd zijn hulp te aanvaarden. Als ze dat eenmaal wel doen, nemen ze vaak wel vervolghulp af. Hoger opgeleiden zijn juist wel bereid hulpverlening te accepteren, maar doen dat in de regel eenmalig. Deze laatste groep bestaat uit mensen die zelf op zoek gaan naar hulp en informatie. Het zijn mensen die online goed uit de voeten kunnen.

In het kader van SHN 2.0 is er op basis van bovenstaande informatie allereerst voor gekozen de groep potentiële cliënten op te breken. In totaal zijn er vijf cliëntgroepen onderscheiden. Van deze groepen zijn zogeheten persona's ontwikkeld, archetypes van een bepaald type gebruiker. Hiermee is specifiek inzicht gekregen in zorgen, drijfveren en behoeften van cliëntgroepen.

De volgende stap: verdere verdieping. Van verschillende persona's was algemeen toegankelijke data beschikbaar. Deze data is gebundeld en inzichtelijk gemaakt zodat duidelijk werd hoe groot een cliëntgroep zou zijn. Vervolgens is kwalitatief onderzoek gedaan. Met veel slachtoffers zijn interviews afgenomen. Zo kwam er per persona een duidelijk profiel naar boven.

De nieuwe cliëntgroepen van Slachtofferhulp Nederland

Persona 1

ROY

MISHANDELING



Roy is een Do-It-Yourself-er. Er is hem iets overkomen: hij is mishandeld. Nu wil hij graag weten waar hij aan toe is en wat hij kan verwachten. Hij staat open voor innovatie en is bekend met digitale omgevingen. De kans is dan ook groot dan hij zelf op zoek gaat naar antwoorden.



IDENTITEIT

Leeftijd: 23 jaar
 Relatie: ja, vriendin
 Woonsituatie: met vrienden
 Studie: communicatie & economie
 Vrije tijd: voetbaltrainer bij lokale voetbalclub
 Afkomst: Nederlands



WAARDEN



KENMERKEN

No-nonsense, pragmatisch, resultaatgericht, bagatelliseren, return on investment, Ambivalent, rechtvaardigheidsgevoel, eigen verantwoordelijkheid



DO'S

- Resultaatgericht te werk gaan
- Inzicht geven in proces
- Doorlopende communicatie
- Erkenning geven
- Praktische hulp bieden



DON'TS

- Betuttelen, emotioneel aanspreken

Persona 2
ZARAH
ZEDEN



Zarah is onzeker of ze wel of niet wordt geloofd. Voor haar is een vertrouwde omgeving en persoonlijk contact belangrijk. Ze staat open voor contact met een hulpverlener als dat op de juiste, persoonlijke manier zou gaan en veilig is. Digitale tools zijn welkom voor slachtoffers van zedendelicten, mits die veilig zijn en de organisatie die erachter zit betrouwbaar is.

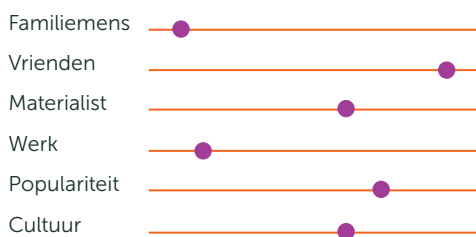


IDENTITEIT

Leeftijd: 19 jaar
Relatie: nee
Woonsituatie: op kamers
Studie / werk: allebei
Vrije tijd: netflix, youtube, de stad in
Afkomst: Iraans



WAARDEN



KENMERKEN

Anonimiteit, eigenwaarde, schuldgevoel, schaamte, schandaal, eenzaamheid, zwijgen, strafbaar, gevaarlijk, medisch, wantrouwen



DO'S

- Overzicht en opties geven
- Objectief, zorgzaam maar niet over-emotioneel
- Zarah staat centraal
- Eigenwaarde herstellen
- Vertrouwen geven



DON'TS

- Ongewenst advies

Persona 3
IRIS & JEROEN
INBRAAK



Één huishouden, twee manieren om met de stress van een inbraak om te gaan. Verschillen tussen slachtoffers kan veel spanning opleveren, of het nu gaat om de bewoners van een studentenhuis of een stel dat al jaren samenwoont, zoals Iris en Jeroen. Hoe ga je daar mee om? Bij een inbraak is de politie vaak snel ter plaatse. De boodschap is dan vaak dat je je spullen niet terug zal krijgen. Maar dat is niet het volledige verhaal. Slachtofferhulp kan hierin ondersteuning bieden op juridisch en emotioneel gebied.



IDENTITEIT

Leeftijd: Iris 32 jaar, Jeroen 36 jaar
Relatie: ja, dochter van 6 maanden
Woonsituatie: samenwonend, startershuis
Studie/werk: schooljuf, accountant
Vrije tijd: momenteel weinig
Afkomst: Nederlands



WAARDEN



KENMERKEN

Zorgzaam, balans, harmonie, praktisch, betrokken, druk, stelt prioriteiten, sociaal, wordt geleefd, bezorgd



DO'S

- Praktische hulp aanbieden
- Advies aanbieden
- Bereikbaar zijn
- Ruimte voor verschillen
- Zichtbaar zijn



DON'TS

- Emotioneel

Persona 4

MARJAN

STALKING



Een slachtoffer van stalking wordt angstig, de kans is groot dat ze haar leven aanpast. Zo is het ook met Marjan: ze kijkt beter om zich heen, doet haar gordijnen dicht en fietst om als ze iets vreemds ziet. Aangifte bij de politie is belangrijk, maar ook ervaren medewerkers van SHN kunnen veel voor haar betekenen. Zij kunnen haar helpen met de vervolgstap die zij moet nemen om het stalken te laten stoppen.



IDENTITEIT

Leeftijd: 42

Relatie: getrouwd, drie kinderen

Woonsituatie: rijtjeshuis

Studie / werk: zelfstandig ondernemer (zzp)

Vrije tijd: leuke dingen doen met haar gezin

Afkomst: Nederlands



WAARDEN

Familiemens

Vrienden

Materialist

Werk

Populariteit

Cultuur



KENMERKEN

Huiselijk, gezin, veiligheid, lokaal, mededogen, beetje naïef, tevreden, ...



DO'S

- Perspectief op een oplossing tonen
- Meekijken en signaleren
- Doorlopend communiceren
- Helpen bij het verzamelen van bewijs



DON'TS

- Relativeren

Persona 5

FERRY

VERKEER



Iedereen gaat op zijn eigen manier met een verkeersongeluk om, zo lijkt het. Gemene deler is wel dat er bij iedereen een sterke drive is om weer 'de oude' te worden. Zo ook bij Ferry. Zijn familie neemt veel taken van hem over, zelf is hij daar nog niet aan toe. Zijn gedachten gaan vaak uit naar zijn 'recht krijgen' en 'compensatie'. Verwerkingsprocessen kunnen erg lang duren. Wanneer is het echt over?



IDENTITEIT

Leeftijd: 45

Relatie: getrouwd, twee dochters

Woonsituatie: eengezinswoning

Studie / werk: loondienst, management functie

Vrije tijd: sporten

Afkomst: Nederlands



WAARDEN

Familiemens

Vrienden

Materialist

Werk

Populariteit

Cultuur



KENMERKEN

Gezondheid, fysiek, samen, toekomst, kritisch, strijdlustig, trots, harde werker, zorgzaam



DO'S

- Verwachtingen managen
- Familie faciliteren
- Mogelijk vragen beantwoorden
- Voorkomen van verbittering
- Creëren positieve maatschappelijke bijdrage



DON'TS

- De familie passeren

Waarom het belangrijk is dat er meer slachtoffers worden geholpen

Vragen, al die vragen. Na een schokkende gebeurtenis zitten slachtoffers met vele vragen. Om hun leven weer op orde te krijgen moeten slachtoffers eerst antwoord zien te krijgen op die vragen. Dat is belangrijk voor ze. Als schokkende gebeurtenissen niet goed verwerkt worden, liggen ziekte, arbeidsongeschiktheid en trauma's op de loer. Om dat te voorkomen is het van maatschappelijk belang om slachtoffers met de juiste aanpak te helpen.

Uit onderzoek en vooral op basis van jarenlange ervaring weet SHN dat slachtoffers erbij gebaat zijn goed geholpen te worden. In een periode dat ze kwetsbaar zijn komen ze terecht in een wereld die nieuw voor ze is. Dat geldt ook voor mensen die aangifte hebben gedaan van diefstal of een inbraak; die willen bijvoorbeeld weten wat er na de aangifte gebeurt. Dat geldt voor slachtoffers van een misdrijf; hoe zit het strafproces in elkaar? Kan ik schadevergoeding krijgen? Hoe dan?

Voor zowel de slachtoffers zelf als de nabestaanden en getuigen is het belangrijk dat slachtoffers goed geholpen worden.

- Mensen willen graag zo snel mogelijk 'hun oude leventje weer terug', zo geven ze vaak aan. De eerste stap om dat – voor zover mogelijk – weer terug te krijgen, is het gevoel van controle te krijgen. **Slachtoffers willen daarom vooral weten wat hen te wachten staat. Overzicht en inzicht krijgen, dat is wat ze willen.**
- Slachtoffers hebben een **sterke behoefte hun recht te halen**. Maar wat is dat precies, 'je recht' halen? Om je recht te halen moet je eerst inzicht krijgen in wat je rechten zijn.
- Sommige mensen krijgen in hun leven te maken met een ingrijpende gebeurtenis. De kans bestaat dat zij een trauma oplopen. **Traumatische ervaringen kunnen leiden tot problemen zodat mensen niet meer goed kunnen functioneren.**
- **Hoe sneller mensen herstellen, des te lager de maatschappelijke kosten (zorg, re-integratie, arbeidsongeschiktheid).**

Het doel: 50 procent meer cliënten bereiken in 2018

Slachtoffers gaan SHN vooral online raadplegen

SHN wil in 2018 50 procent meer mensen helpen ten opzichte van 2014. Daarmee helpt de organisatie 330.000 mensen. Er wordt vooral ingezet op veel betere online hulp.

Als de wet van de remmende voorsprong ergens opgaat, dan is het wel bij SHN. Natuurlijk, er was een website, een heel behoorlijke zelfs. Maar de dienstverlening van de organisatie, waar het feitelijk om draait, was niet of nauwelijks online te vinden. Wie online zocht op 'mishandeld' kwam hoogstwaarschijnlijk bij een letselschadeadvocaat terecht.

Slachtofferhulp Nederland opnieuw positioneren

SHN wil zo toegankelijk mogelijk zijn. Wie toegankelijk wil zijn, moet online vindbaar zijn. Andersom gedacht: wie niet online vindbaar is, is dus niet toegankelijk. Daarom is de organisatie druk bezig met een digitale inhaalrace en maakt daarbij flinke stappen. Ook is deze transformatie gebruikt om Slachtofferhulp Nederland opnieuw te positioneren.

Met onder meer een nieuwe uitstraling en de belofte: 'Vandaag verder', passend bij online hulp die je snel helpt. Vandaag nog, als dat nodig is.

Welke stappen in de digitale wereld worden er dan gezet? Even een stap terug. Na het vaststellen van de persona's zijn er voor deze persona's customer journeys gemaakt. De persona's zelf gaven inzicht in de zorgen en drijfveren van cliëntgroepen – hoe spreek je ze bijvoorbeeld het beste aan? Waar zitten ze zeker niet op te wachten? De customer journeys legden haarfijn bloot op welke momenten SHN vanuit de huidige dienstverlening al ondersteunt en welke kansen er liggen om een slachtoffer online te helpen.

Maar wat potentiële cliënten zeggen dat ze nodig hebben, is

niet per se een betrouwbare maat voor het gedrag dat ze vervolgens gaan vertonen. Een slachtoffer van mishandeling kan wel aangeven open te staan voor een digitale tool, maar hoe weet je zeker dat hij de app ook daadwerkelijk gaat gebruiken als die eenmaal is ontwikkeld?

Experimenten om uitglijdert te voorkomen

Om missers met online dienstverlening te voorkomen, zijn er eerst verschillende experimenten gedaan.

De Mirror app

Een mooi voorbeeld van een experiment is de Mirror app. Een screeningstool waarmee je met het beantwoorden van een paar korte vragen advies krijgt wat je kunt doen. Contact opnemen met je huisarts bijvoorbeeld of

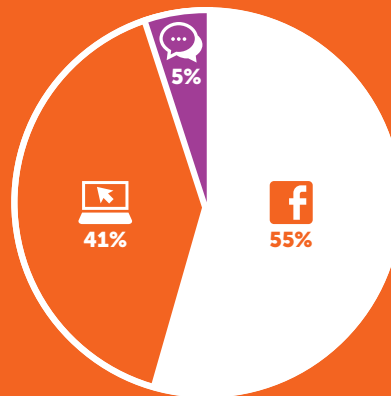
Resultaten Proeftuin Mirror App

10.000 unieke bezoekers hebben de app gebruikt
Dat zijn er 5.000 per maand.

40-50% van de gebruikers heeft de hele vragenlijst doorlopen (ver boven onze verwachting)

55% Facebook campagne
41% website Slachtofferhulp.nl
5% mail & chat SHN

Verdeling gebruikers:



Gemiddelde conversieratio

(bezoek/afgerond) ligt bij vrouwen gemiddeld 11% hoger dan bij mannen.

Van de bezoekers van de website en gebruikers van de chat/mail maakt **70%** de test af. Vanuit de Facebook campagne maakt ongeveer **38%** de test helemaal af.

De Mirror App is eigendom van ARQ, www.arq.com

Belangrijkste inzichten uit het klanttevredenheidsonderzoek



Gebruikers

33% tussen de 50 en 60 jaar
47% is 50 jaar of ouder
67% is slachtoffer
43% is geweldsslachtoffer
32% is verkeersslachtoffers



Beoordeling app

86% vindt de app duidelijk
75% vindt de app nuttig



Overige info

Voor **53%** van de gebruikers is de app het eerste contact met slachtofferhulp.
15% van de gebruikers is van plan om contact met ons op te nemen.

een doorverwijzing krijgen voor naar een bepaalde instantie (met SHN als mogelijkheid). Advies op maat dus.

Doelen van het experiment:

- Behoefte aan een dergelijke screeningstool in kaart brengen
- Meten hoe vaak gebruikers alle stappen doorlopen
- Meten hoeveel mensen gebruikmaken van de Mirror app
- Registreren hoe gebruikers bij de Mirror app (campagne, homepage etc.) terechtkomen

Uiteindelijk waren de resultaten van bovenstaande vragen ver boven verwachting. In twee maanden tijd maakten 10.000 unieke bezoekers gebruik van de Mirror app.

Op basis van al het voorwerk konden er inhoudelijk goede

conclusies worden getrokken over de potentiële cliënten. Wat willen slachtoffers? En wat willen ze niet? En op welk moment in hun 'customer journey'? Onze leidraad is om online dienstverlening te ontwikkelen met continu de behoefte van het slachtoffer als uitgangspunt.

Het complete strafproces online

In november 2017 werd alle informatie over het strafproces online gezet – een mijlpaal in het kader van SHN 2.0. Van aangifte tot straf, op de nieuwe website staan alle fases in helder en begrijpelijk Nederlands beschreven. Ook wordt uitgelegd welke rechten een slachtoffer in elke fase heeft. Er wordt inzicht gegeven in het ingewikkelde proces dat op slachtoffers afkomt als ze te maken krijgen met een misdrijf of overtreding. Op deze manier zijn

alle inzichten en behoeften van slachtoffers verwerkt. Er wordt continu doorontwikkeld om te optimaliseren.

Op het nieuwe online platform worden ook nieuwe functionaliteiten en tools aangeboden. Denk hierbij aan adviestools waarbij bezoekers een test moeten invullen of vragen moet beantwoorden over zijn situatie. Aan de hand daarvan krijgen cliënten advies op maat (zoals het voorbeeld van de mirrorapp). Er wordt ook gewerkt aan een Mijnslachtofferhulp-omgeving. Cliënten kunnen op een portaal inloggen en hun adviezen en documentatie opslaan. Het forum wordt geheel vernieuwd, zodat lotgenoten nog beter met elkaar in contact kunnen komen.

Klik [hier](#) voor meer informatie over het strafproces.

Het programma SHN 2.0 wordt uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Justitie & Veiligheid.

Heeft u vragen naar aanleiding van deze whitepaper? Dan kunt u contact opnemen met:

Evy Khouw

Communicatie SHN 2.0

06 23 15 28 06

E.Khouw@slachtofferhulp.nl

Slachtofferhulp Nederland

Landelijk kantoor

Pallas Athenedreef 27

3561 PE Utrecht