

Persbericht – Brussel, 18 februari 2013

# Lentekriebels?! Awel voelt ze het hele jaar door.

In 2012 registreerde Awel **27.728 contacten** met kinderen en jongeren. De drie belangrijkste gespreksonderwerpen bij Awel waren in 2012 ‘Relatie tot ouders’, ‘Verliefdheid/aanmaken/afwijzen’ en ‘Vriendschap/vrienden helpen/vrienden maken’, zo blijkt uit de algemene top 10. Ook in de populaire gespreksonderwerpen bij jongens en meisjes ziet Awel dezelfde thema’s terugkomen, al hebben ze daar een andere rangorde en staat ‘Verliefdheid’ in beide grafieken op nummer één. Lentekriebels zijn er bij Awel dus niet enkel in de lente maar het hele jaar door.

Zowel jongens als meisjes praten met Awel het liefst over hun verliefdheden. Jongens deden dat in 801 gesprekken (16%), meisjes in maar liefst 2268 (17%) gesprekken. Gesprekken over verliefdheid behandelen ook thema’s als ‘aanmaken’ en ‘afwijzen’. Kinderen en jongeren waren in 2012 duidelijk verliefd en vinden in Awel een goede gesprekspartner om over deze thematiek te praten.

## En wat bracht de nieuwe organisatiernaam ‘Awel’ teweeg?

Een totaal van 27.728 contacten met kinderen en jongeren betekende voor Awel **een stijging van 8% t.o.v. 2011**. Niet enkel de nieuwe naam maar ook de uitbreiding van de chatdienstverlening (van 2 naar 4 avonden) droeg haar steentje bij in het stijgende aantal contacten met kinderen en jongeren.

Opvallend in de jaarcijfers van Awel is de stijgende lijn van haar e-mailservice. **34% van de dialogen** bij Awel werden via e-mail gevoerd. Zo wordt de e-mail hét contactkanaal waarlangs Awel het meest dialogen met kinderen en jongeren voert. Een evolutie waar velen van zullen opkijken. Wie dacht dat de e-mail voorgoed passé was, heeft het duidelijk bij het verkeerde eind.

*Nog meer weten? Bekijk alle jaarcijfers van Awel via [www.awel.be/cijfers-2012](http://www.awel.be/cijfers-2012).*

---

Noot voor de redactie:

Voor meer info, vragen of een interview kan je contact opnemen met Sibille Declercq, coördinator Awel, 0474 60 81 68.

