

PERSBERICHT

Vuurwerkcampagne SIRE feestelijk van start

Amsterdam, 3 december 1997. Vandaag is in discotheek Roxy het officiële startschot gegeven voor de vuurwerkcampagne van dit jaar. Onder luid gejuich van circa 500 kinderen werden de nieuwe commercials getoond en vonden de flyers met tips voor het veilig afsteken van vuurwerk gretig aftrek. De campagne richt zich op jongeren in de leeftijd van 10 tot 19 jaar en de accenten liggen dit jaar op het gevaar van het zwerfvuurwerk dat op 1 januari op straat ligt, het verboden (illegale) vuurwerk en het gevaar voor de omstanders.

De vuurwerkcampagne is nog steeds nodig, want in de afgelopen jaarwisseling werden er 1100 slachtoffers geregistreerd, een stijging ten opzichte van de voorafgaande vier jaren. Van alle slachtoffers was 24% omstander. Er vielen ook drie doden te betreuren. Opmerkelijk is dat circa 80% van de slachtoffers op nieuwjaarsdag viel, waarvan circa de helft tussen 09.00 en 18.00 uur. Veel van deze ongevallen waren te wijten aan het afsteken van zwerfvuurwerk dat tijdens oudejaarsnacht niet was afgegaan.

Vuurwerkfeesten

In navolging van het succes van vorig jaar toen een vuurwerkshow in de Amsterdam Arena werd georganiseerd, zijn dit jaar voor de doelgroep van de campagne een drietal feesten georganiseerd, verspreid door het land. De aftrap vormde vandaag een vuurwerkfeest in discotheek Roxy, waar onder andere Gabber Piet optrad. Na Amsterdam volgen op 10 en 17 december discotheek The Palace in Groningen en discotheek Nighttown in Rotterdam. Tijdens de feesten wordt naast verschillende optredens van artiesten en deejay's aandacht geschonken aan de gevaren van vuurwerk. Zo vertelt vuurwerkslachtoffer en deejay Raymond over zijn ongeluk.

Escape en Walk of Fame

De reclamecampagne beoogt vooral de op uiterlijk gerichte jongeren aan te spreken op de fysieke gevolgen van onveilig gebruik van vuurwerk. Daarbij staat centraal de vandaag gepresenteerde Rund Collectie; een modemerken voor speciale kleding en accessoires, getoond door bijna volmaakte modellen. Er zijn drie verschillende printuitingen vertaald naar posters, folders, abri's en billboards. Voor Webber en Nieuwe Revu zijn tailormade uitingen gemaakt als een kalender en een insert. Vanaf 5 december zijn twee TV-commercials en een videoclip op alle zenders te zien.

In de maand december organiseert Chemistry vier thema-avonden met o.a. een modeshow van de Rund Collectie door House of Orange. Op zaterdag 6 december- de eerste thema-avond- wordt voor discotheek Escape op het Rembrandplein een 'Walk of Fame' onthuld. Een uniek gebaar van de gemeente Amsterdam die toestemming heeft gegeven om de speciale betegeling gedurende december toe te staan.

Schoonmaken op 1 januari

Om de gevaren op letsel door zwerfvuurwerk te doen verminderen, worden gemeenten en burgers aangespoord om op 1 januari hun stad schoon te maken.

Gevangenisstraf voor verboden vuurwerk

Het Openbaar Ministerie heeft dit jaar een nieuwe, strengere richtlijn opgesteld voor het in bezit hebben en verkopen van verboden consumentenvuurwerk. Voor het eerst in de geschiedenis staat er gevangenisstraf op overtredingen. Handelaren die bijvoorbeeld tussen de 25.000 en 50.000 verboden rotjes in hun bezit hebben, kunnen nu rekenen op een gevangenisstraf van een maand. Wie tien mortierbommen verkoopt aan iemand beneden de 16 jaar, ziet een gevangenisstraf van drie maanden tegemoet.

De betrokken partijen

Naast het communicatie advies bureau Van Sluis Communicatie en het reclamebureau PMSvW/Y&R zijn de Stichting Consument en Veiligheid en Halt Nederland ook betrokken bij de campagne. In de persmap vindt u meer informatie over de rol van deze intermediairen.

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Van Sluis Communicatie, Fenke Tangerman of Simone de Swart, telefoonnummer 020 - 664 06 40.