

PERSINFORMATIE

Onderzoek wijst uit: Nederland maakt zich zorgen om individualisering

**NIEUWE SIRE-CAMPAGNE ZET AAN TOT NADENKEN OVER MAATSCHAPPELIJKE
VERANTWOORDELIJKHEID**

Den Haag – Madurodam, 12 maart 1998 - 'De maatschappij. Dat ben jij.' Met deze indringende oproep brengt SIRE (Stichting Ideële Reclame) vanaf 12 maart het afnemen van maatschappelijke betrokkenheid onder de aandacht. Via spotjes op radio en televisie en in de bioscopen, advertenties in kranten en tijdschriften en buitenreclame (met als aanhef 'Beste Dorpsgenoten ...') zal een breed publiek worden aangesproken op de eigen verantwoordelijkheid voor de samenleving. Ook is een folder beschikbaar met achtergrondinformatie. De officiële start werd verricht door de 'stem des volks' Carrie.

Grote zorg

De verharding van de maatschappij, de vervaging van normen en waarden, de individualisering van de samenleving, en het toenemend geweld op straat zijn ontwikkelingen die de bevolking zorgen baren. Dit wijst recent opinie onderzoek van het bureau NSS uit onder een representatieve steekproef van 750 personen. Zo vindt 87% dat 'de maatschappij steeds harder, onverschilliger en asociaal wordt'. Maar liefst 94% is het eens met de bewering 'als we ons allemaal een beetje meer inspannen voor een ander, dan zou de samenleving er in Nederland heel wat aangenamer uitzien'. Volgens 71% van de bevolking 'voelen mensen zich steeds minder betrokken bij wat er in de samenleving speelt.' Een even groot percentage is het eens met de stelling dat 'de mensen steeds minder bereid zijn zich belangeloos voor anderen in te zetten.

Nederland maakt zich duidelijk zorgen en ouderen doen dat meer dan jongeren. Van de groep 65 jaar of ouder vindt ruim 40% het een zeer groot probleem dat men steeds minder voor elkaar over heeft en dat de maatschappij verhardt. Onder jongeren tot en met 34 jaar is dat percentage weliswaar veel lager maar nog altijd bijna een kwart van hen ervaart dit als een zeer groot probleem.

Matige actiebereidheid

Men vindt de problematiek zorgelijk, maar de bereidheid er iets concreet aan te doen is beperkt. Slechts één op de drie Nederlanders, zo blijkt uit het onderzoek vindt dat hij of zij eigenlijk actiever zou moeten zijn in verenigingsverband, als vrijwilliger of zich belangeloos zou moeten inzetten voor een ander. Nederland herkent het probleem van afnemende maatschappelijke betrokkenheid en de negatieve gevolgen daarvan, maar de actiebereidheid is laag tot middelmatig zo is de conclusie van het onderzoek.

De SIRE-campagne 'De maatschappij. Dat ben jij.' beoogt daarin verandering te brengen.

Madurodam en Carrie

De presentatie van de campagne vond plaats op 12 maart in Madurodam. De locatie van deze 'ideale stad', waar de Nederlandse maatschappij in miniatuur aanwezig is, paste perfect bij het campagnethema van SIRE.

De officiële start werd op een verrassende en geheel eigen wijze verricht door de 'stem des volks' Carrie. Zij voorzag de campagne van commentaar en sprak vanuit haar eigen ervaring als volkscolumniste.

SIRE

De Stichting Ideële reclame SIRE werd dertig jaar geleden opgericht en heeft als doel het onder de aandacht brengen van ideële onderwerpen die van actuele en algemene betekenis zijn en waarvoor geen andere fondsen beschikbaar zijn. Het bestuur van SIRE bestaat uit mensen uit de praktijk van het communicatievak. Het bijzondere van SIRE is dat het werkt zonder budget. Elk bureau of bedrijf dat betrokken is bij de uitwerking van een campagne doet dat geheel belangeloos.

Zowel door de bestuursleden als door organisaties en personen van buiten worden onderwerpen voor de campagnes aangedragen. Het brede thema maatschappelijke betrokkenheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid stond zowel bij SIRE als bij diverse instanties hoog op de verlanglijst.

Betrokken organisaties

De SIRE-campagne 'De maatschappij. Dat ben jij.' is ontwikkeld door het reclame en marketing adviesbureau ARA/BBDP in samenwerking met het public relations adviesbureau Hollander en Van der Mey/MS&L. Het onderzoek is verricht door NSS Research & Consultancy.

Noot voor de redactie - niet voor publicatie:

Voor nadere informatie kunt u contact opnemen met:

Betty Anne Pynn, Hollander & Van der Mey/MS&L, tel. 070 354 9000.