

-persbericht-

SIRE lanceert nieuwe campagne

SIRE maakt zich zorgen over bomvolle agenda's van kinderen

Amsterdam, 8 november 2002 – Woensdag 13 november start SIRE (Stichting Ideële Reclame) met haar nieuwe campagne 'Kinderen hebben het druk...'. Met deze campagne wil SIRE volwassenen en kinderen bewust laten worden van hun overvolle agenda's waarin zelfs vrije tijd wordt ingepland. De campagne loopt tot en met februari 2003 en is ontwikkeld door reclamebureau Ubachs Wisbrun. Via radio, televisie, tijdschriften, dagbladen en internet worden gezinnen in de basisschoolleeftijd (7 tot en met 12 jaar) bereikt. Huijskens & Itha corporate & financial communications verzorgt de public relations voor deze campagne.

Spiegelgedrag

Al enkele jaren besteden de media aandacht aan de zogenaamde 'achterbankgeneratie'. Dit zijn kinderen van 7 tot en met 12 jaar die vrijwel altijd met de auto vervoerd worden van en naar school, sport, vriendjes of vriendinnetjes. Zij hebben het steeds drukker met allerlei buitenschoolse activiteiten: niet één sport, maar minimaal twee, niet alleen gitaarles, maar ook 'streetdance' en scouting. Kinderen plannen zelfs onderling steeds meer. Om aandacht te vragen voor deze ontwikkeling heeft SIRE de campagne 'Kinderen hebben het druk...' laten ontwikkelen. Op deze manier wil SIRE ouders een spiegel voorhouden en hen aanspreken op hun eigen levensstijl. Kinderen imiteren dit gedrag waardoor zij van jongs af aan 'vrije tijd' inplannen met afspraken en steeds minder onbevangen en spontaan door het leven gaan.

Michel van Honk, bestuursvoorzitter SIRE: "Wij signaleren in onze eigen omgeving dat niet alleen volwassenen gehaast door het leven gaan en zich laten leiden door hun agenda, maar dat kinderen dit voorbeeld volgen. Met deze campagne hopen wij een duidelijk signaal af te geven aan de maatschappij om deze ontwikkeling een halt toe te roepen. Als ouders zichzelf de vraag stellen of ze niet doorschieten in de 'zorg' voor hun kinderen heeft onze campagne haar doel bereikt."

SIRE

SIRE is een onafhankelijke stichting die zich ten doel stelt onderwerpen, die voor de samenleving belangrijk zijn maar niet door andere partijen worden opgepakt, aan de orde te stellen en bespreekbaar te maken. Dit gebeurt door het maken van ideële, dus niet commerciële campagnes. SIRE heeft geen banden met de overheid of andere organisaties. Door de samenstelling van het bestuur en het netwerk van SIRE is de stichting in staat om via de massamedia een scala van ideeën en idealen onder de aandacht van het grote publiek te brengen. Sinds de oprichting in 1967 zijn dat meer dan 85 campagnes, zoals bijvoorbeeld 'De maatschappij dat ben jij', 'je bent een rund als je met vuurwerk stunt' en campagnes over drugs, eenzaamheid, rouwverwerking en dyslexie. SIRE werkt zonder geld. Dat wil zeggen dat SIRE anderen vraagt om op vrijwillige basis medewerking te verlenen aan een campagne.

****NOOT voor de REDACTIE****

Voor meer informatie over de campagne kunt u contact opnemen met de projectleiders van deze campagne: Inge Ligthart op telefoonnummer 06 – 21 85 65 93 of Hans Schenk op telefoonnummer 020 - 618 20 37 of per e-mail: ingeligthart@wanadoo.nl, hp.schenk@horvathschenk.nl. Ook kunt u een kijkje nemen op de website van SIRE: www.sire.nl.