

PERSBERICHT

Nieuwe Sire-campagne: 'Een huisdier. Denk eerst even na'

Amsterdam, april 2003 – Deze week is SIRE, de Stichting Ideële Reclame, officieel gestart met de nieuwe campagne 'Een huisdier. Denk eerst even na'. De 'Dierenleed'-campagne heeft tot doel om mensen, die overwegen een huisdier aan te schaffen, goed na te laten denken over de (lange termijn) verplichtingen en gevolgen die het hebben van een huisdier met zich meebrengt.

Uit recente cijfers is gebleken dat er in Nederland ieder jaar ongeveer 100.000 huisdieren in het asiel belanden, waarvan alleen al ruim 70.000 honden en katten. Zo raken bijvoorbeeld ieder jaar de dierenasiels rond de zomervakantie weer overvol met dakloze huisdieren, omdat ze zijn achtergelaten of afgedankt door hun baasje. Daarnaast is opmerkelijk dat het aantal 'exotische huisdieren' dat in de Nederlandse dierenasiels terecht komt de laatste jaren sterk is toegenomen.

Eén van de belangrijkste oorzaken van dit probleem is dat toch veel mensen impulsief en ondoordacht een huisdier aanschaffen. Vaak wordt een huisdier gezien als een 'ding' dat je kunt aanschaffen en wegdoen wanneer het goed uitkomt. Wanneer blijkt dat de kat wel erg verhaard, de hond heel vaak moet worden uitgelaten of de schildpad toch bijzonder groot is geworden, dan doen mensen in veel gevallen gemakkelijk afstand van hun huisdier. Bij de aanschaf zijn zij zich helaas onvoldoende bewust dat het hebben van huisdier ook voor de lange termijn verplichtingen en gevolgen met zich meebrengt, waaronder tijd, geld, ruimte en liefde.

SIRE hoopt dat de Dierenleed-campagne er mede toe bijdraagt dat mensen, die overwegen een huisdier aan te schaffen, goed nadenken over de voordelen, maar ook over de nadelen en de verplichtingen. Vandaar de centrale boodschap van de campagne 'Een huisdier. Denk eerst even na'.

De 'Dierenleed'-campagne van loopt van medio april tot eind juni van dit jaar. In deze periode verschijnen een tv-commercial, advertenties en stoppers in bijna alle landelijke en regionale media. In de tv-commercial wordt een man geconfronteerd met het feit dat het hondje van de kinderen op zondag, in de plensregen, moet worden uitgelaten. Hij denkt zich snel van het beestje te kunnen ontdoen, maar wordt uiteindelijk slachtoffer van zijn eigen kortzichtigheid. De advertenties in dag-, week- en maandbladen brengen verschillende nadelen van huisdieren onder de aandacht. Ook de stoppers in de advertentierubrieken waarin huisdieren te koop worden aangeboden, zijn erop gericht de doelgroep te laten nadenken over de verplichtingen en gevolgen van het hebben van een huisdier.

Over Sire

Sinds de oprichting in 1967 heeft SIRE meer dan 80 campagnes ontwikkeld, zoals bijvoorbeeld de maatschappij dat ben jij, je bent een rund als je met vuurwerk stunt, drugs, eenzaamheid, rouwverwerking en dyslexie. SIRE werkt zonder geld en betrokken partijen verlenen op vrijwillige basis hun medewerking aan een campagne.

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 kunt contact op nemen met:

Marc Kombrink
Hollander van der Mey/MS&L
Oosteinde 237
2271 EG VOORBURG
T 070 – 355 90 00
F 070 – 350 31 45
M 06 53 93 43 57