

### **SIRE presenteert nieuwe campagne 'Ik ben er nog'**

*~ Een op de vier Nederlanders laat het contact met een dodelijke zieke verwateren of neemt helemaal geen contact meer op ~*

**Hilversum, 9 december 2010** – SIRE (Stichting Ideële Reclame) heeft vandaag de nieuwe campagne 'Ik ben er nog' gelanceerd. Deze campagne is gericht op het sociale contact van dodelijk zieken. Uit onderzoek blijkt dat een op de vier Nederlanders het contact met een dodelijk zieke laat verwateren. Ruim 80 procent zou een dodelijk zieke vriend(in) of kennis vaker willen zien of bellen, maar doet dat niet. 20 procent van hen geeft aan daar spijt van te hebben.

Hoewel de Nederlandse bevolking weet dat dodelijk zieken behoefte hebben aan contact en vaak te kampen hebben met eenzaamheid, stelt men het contact toch uit. Uit het onderzoek blijkt dat de respondenten er tegenop zien om contact op te nemen, omdat men niet weet hoe je met een dodelijk zieke om moet gaan en wat ze tegen hem of haar moet zeggen. Daarnaast komt er naar voren dat dodelijk zieken minder vaak worden uitgenodigd voor feestjes en activiteiten omdat dat de sfeer drukt. Als argument wordt vaak aangegeven dat dodelijk zieken alleen behoefte hebben aan contact met familie en goede vrienden en juist geen behoefte hebben aan een druk sociaal leven, echter dit blijkt niet altijd zo te zijn. Het onderzoek is uitgevoerd door Synovate, in opdracht van SIRE.

#### **Taboe**

Marion Koopman, bestuurslid SIRE: "Het is opvallend dat meer dan helft van de Nederlanders zich snel bezwaard voelt om contact op te nemen met een dodelijk zieke. Eigenlijk zou je kunnen zeggen dat een dodelijk zieke dubbel wordt gestraft. Eerst wordt hun wereld op zijn kop gezet omdat ze te horen krijgen dat ze niet meer lang te leven hebben, daarna verliezen ze ook nog eens het contact met hun sociale omgeving. Voor ons was dit een reden om met de nieuwe SIRE-campagne dit onderwerp aan te snijden en inzichtelijk te maken wat voor impact een dodelijke ziekte heeft op sociale contacten en de omgeving van een patiënt."

#### **Campagne**

Vanaf 9 december worden op televisie, radio, in kranten en tijdschriften diverse indringende beelden en foto's vertoond van dodelijk zieken en hun sociale omgeving. Daarnaast lanceert SIRE de website [www.ikbenernog.nl](http://www.ikbenernog.nl) Hier worden persoonlijke verhalen gedeeld, maar ook tips en adviezen gegeven.

## **BERICHT VOOR DE REDACTIE**

### **Over SIRE**

SIRE is een onafhankelijke stichting die zich ten doel stelt onderbelichte maatschappelijke onderwerpen publiekelijk bespreekbaar te maken en te agenderen bij burgers, opinieleiders en besluitvormers. SIRE is een initiatief vanuit de communicatiebranche. Iedereen die meewerkt aan de SIRE-campagnes doet dit belangeloos en zonder enige financiële vergoeding. SIRE heeft geen banden met de overheid of andere organisaties.

### **Aan deze nieuwe SIRE-campagne werken onder andere de volgende partijen belangeloos mee:**

Etcetera Reclamebureau, LEWIS PR – Global Communications, De Mediamaatenschap, Code D'Azur en Synovate

### **Voor verdere persinformatie, campagnemateriaal of een interview kunt u contact opnemen met LEWIS PR:**

Gijs Moonen, T: +31 (0)40 235 46 00, M: [sire@lewispr.com](mailto:sire@lewispr.com)

Danielle Wildemast, T: +31 (0)6 818 78 223, M: [sire@lewispr.com](mailto:sire@lewispr.com)

### **Voor verdere informatie over SIRE kunt u contact opnemen met:**

Marion Koopman, T: +31 (0)6 538 32 355, M: [marion.koopman@kpn.com](mailto:marion.koopman@kpn.com)

Pim Slierings, T: +31 (0)6 237 53 738, M: [pim.slierings@sire.nl](mailto:pim.slierings@sire.nl)

Op [www.ikbenernog.nl](http://www.ikbenernog.nl) kunt u alle campagne-uitingen bekijken.