

Eind juni lanceerde de stichting SIRE, de Stichting Ideële Reclame, haar 107e campagne, om het taboe op psychisch ziek zijn te agenderen. Met de overdracht van de **hulplijn voor mensen zónder**

psychische ziekte aan Landelijk Platform GGZ werd de campagne in november afgesloten. Binnen deze infographic worden de belangrijkste resultaten weergegeven.

AANLEIDING CAMPAGNE

Per jaar wordt ongeveer 20% van de Nederlanders direct of indirect geconfronteerd met psychische ziekten, zoals een depressie, psychose of burn-out. De omgang met mensen met een psychische aandoening blijkt heel lastig. Psychisch ziek zijn zou net zo bespreekbaar moeten zijn als een gebroken been, maar dit blijkt niet het geval.



vindt het moeilijk met mensen in zijn directe omgeving die een psychische aandoening hebben te spreken over de aandoeningen



Nederlanders die zelf een psychische aandoening hebben (gehad), hebben last (gehad) van vreemde reacties of uitlatingen van anderen

INHOUD CAMPAGNE

SIRE riep via tv- en radio-spots en printuitingen mensen zónder psychische ziekte op om de hulplijn 0900-0727 te bellen. De lijn werd bemand door ervaringsdeskundigen die een psychische ziekte hebben of hebben gehad.

DE HULPLIJN VOOR
MENSEN ZÓNDER
PSYCHISCHE ZIEKTE.
0900-0727



HULPLIJN OPGERICHT IN
SAMENWERKING MET
STICHTING SAMEN
STERK TEGEN STIGMA



1200 KWALITATIEVE
GESPREKKEN MET
ERVARINGSDESKUNDIGEN
TIJDENS CAMPAGNE



HULPLIJN NA CAMPAGNE
OVERGEDRAGEN AAN
LANDELIJK PLATFORM
GGZ



RESULTATEN CAMPAGNE

76%
NEDERLANDERS
BEREIKT



63% bereikt met tv-spots
51% bereikt met radio-spots
18% bereikt via printuitingen
41% bereikt via berichtgeving in media

WAARDERING
CAMPAGNE



80% vond de campagne duidelijk
75% vond de campagne geloofwaardig
69% vond de campagne relevant
57% vond de campagne een eye-opener
56% vond dat de campagne iets nieuws vertelt

40%

VOOR 4 OP 10
VORMDE CAMPAGNE AANZET TOT
NADENKEN

16% van de campagnekenners heeft enige vorm van actie ondernomen naar aanleiding van de campagne - 1,5 miljoen mensen
7% van de campagnekenners heeft erover gesproken met mensen met een psychische aandoening - 650.000 gesprekken

Onderzoek uitgevoerd door Blauw Research onder 501 Nederlanders van 16-75 jaar. Visuele ondersteuning door MCDmedia

DE HULPLIJN VOOR MENSEN ZÓNDER PSYCHISCHE ZIEKTE is een samenwerkingsproduct van:

SIRE Projectteam

Pim Stiering, Dolly van den Akker, Sabine van Aken, Diederik Koopal, Thecla Schaeffer, Ernst Jan van Rossum

JWT Amsterdam

THINK Strategie: Jan Bouls THINK Executive
Creative Director: Bas Korsten THINK Creative: Friso Ludehoff, Maarten Vrouwe
DO producers: Michiel van de Graaff, Charlene Thomas, Chantal Gulpers, Michael Leguit, Elisah Boekje
Cameraman: Tim Keen
MAKE Design/dp: Mike Hambleton, Kyoko Takashita, Robert Harrison, Wim Sohl
THINK Creative Technologist: Douwe Diks
THINK Creative Strategist: Simon van Oudenbeek
DO digital producers: Jesse Houweling, Alexander Buning
MAKE Digital Designer: Richard Beerens

TVC

Productieaansluiting: Outcast Pictures Regie: Erik Leshout
Offline editor: The Ambassadors Postproductie: The Ambassadors
Geluid + Muziek: The Ambassadors
Cast: Mandy van Amstel, Robinne Brekelmans, Daan van de Konijnburg, Gij Horvers
Voice-over: Donen Rijkema

Radio

The Ambassadors

Hulplijn

Samen Sterk tegen Stigma: Gerdaan Rabbers, Herman de Kleijn, Iona Timmerman, Ingrid van Ommeren, Ivó Tani, Lucas Wirtz en de 40 ervaringsdeskundigen die de hulplijn bemannen. Met dank aan Konektie.

Online

Website Productie: TYG Digital
Media productie: E-boost Interactive Copy Input: Samen Sterk tegen Stigma

Print/outdoor

Lithograaf: Straight Premedia
Drukwerk: Muller Visual

Communicatie/PR

Wespe Kommunikatie: Sofie Angevaere, Serge Beckers
PersPagnaz: Bart Verhulst, Miriam van Ommeren
Restaurant Freud, Amsterdam
Social media: Engagement Media: Antal de Waj, Wivan Brussel, Jan van Winsen
All-Princedacht: Marok van den Broek, Marlies Roman
Lichtwerk, Amsterdam

Onderzoek

Trendbox: Ruud Heikema
Blauw Research: Ans Hoogendoorn

Media

OMD: Ludovic van Merlo
Infographic: MCDmedia