

"Slik jij zomaar alles?" Tijd voor de feiten over XTC
SIRE lanceert campagne XTCFACTS.nl

AMSTERDAM, 28 augustus 2015 - Het gebruik van XTC is de afgelopen jaren toegenomen. Er lijkt sprake te zijn van normalisering van gebruik. Zo blijkt uit de 'Kerncijfers drugsgebruik 2014' van het Trimbos-instituut dat 12,5% van de jongvolwassenen tussen de 15 en 34 jaar wel eens XTC heeft gebruikt. Daarnaast is de gemiddelde hoeveelheid MDMA (de werkzame stof in XTC) de afgelopen zes jaar bijna verdubbeld. Uit een steekproef van SIRE onder 300 Nederlandse jongeren blijkt echter dat een meerderheid van de jongeren, de voornaamste gebruikers, onbekend is met de toename van de hoeveelheid MDMA en de werking en effecten van XTC. SIRE start daarom een campagne, gericht op jongeren en hun ouders. Om Nederland bekend te maken met de feiten over XTC die we niet altijd kennen. In de nieuwe campagne 'XTCFACTS.nl' zet SIRE de belangrijkste feiten op een rij.

Sabine van Aken, projectleider bij SIRE: *"Twee ontwikkelingen liggen ten grondslag aan deze campagne. In de afgelopen jaren zien we het gebruik van XTC toenemen. 5,6% van de jongeren tussen 15 en 34 jaar heeft het afgelopen jaar XTC gebruikt. Dat is bijna twee keer zo veel als zes jaar geleden. Verder geeft 12,5% van de jongvolwassenen tussen de 15 en 34 jaar aan ooit eens of meerdere keren XTC te hebben gebruikt. Daarnaast is de gemiddelde hoeveelheid MDMA, de werkzame stof in XTC, sterk toegenomen. Een veilige dosis bestaat niet en méér is niet beter. Risico's van gebruik nemen bij hogere doseringen MDMA toe. Dat weten veel jongeren niet. Dat weten veel ouders niet. Beide groepen zijn geholpen met de feiten rondom XTC."*

Eén van de opvallendste ontwikkelingen is de bijna verdubbeling van de hoeveelheid MDMA in een XTC-pil, van gemiddeld 80 mg in 2007 tot 135 mg in 2013. Nog nooit was de gemiddelde dosering zo hoog. Bovendien zijn er soms flinke uitschieters van pillen met meer dan 250 mg MDMA.

Wim van den Brink, Hoogleraar verslavingszorg van het Academisch Medisch Centrum (AMC): *"Een belangrijk misverstand rondom het gebruik van XTC is dat je met meer MDMA ook meer plezier hebt. Uit onderzoek blijkt echter dat gebruikers de beste ervaringen hebben bij ongeveer 70 mg MDMA, maar op dit moment zien wij regelmatig XTC pillen die 170 mg MDMA bevatten. Hogere doseringen MDMA verhogen het geluksgevoel echter niet, maar gaan wel gepaard met meer bijwerkingen en extra risico's."*

Uit de steekproef van Motivaction, uitgevoerd in opdracht van SIRE in juni van dit jaar onder 300 jongeren tussen de 16-24 jaar, blijkt bovendien dat:

- 63% van de jongeren niet weet dat de dosis MDMA in XTC is toegenomen
- 70% van de jongeren niet weet wat een te hoge dosis met je doet
- 66% van de jongeren niet weet dat oververhitting het belangrijkste risico is
- 60% van de jongeren niet weet dat je maximaal twee glazen water per uur mag nuttigen indien je gebruikt

SIRE wijst Nederland met een tv-spot op de site xtcfacts.nl, waar de belangrijkste feiten over XTC zijn opgenomen. Daarnaast wordt in de online campagne aandacht besteed aan zowel de feiten als de fabels over XTC, want er blijken aardig wat misverstanden te bestaan over XTC.

Lucy van der Helm, directeur van SIRE: *“Met deze campagne zetten wij positieve en minder positieve feiten over XTC naast elkaar. Ons doel is om maatschappelijke onderwerpen bespreekbaar te maken bij het Nederlandse publiek, in dit geval jongeren én ouders. Iedereen kan op basis van de beschikbare informatie op xtcfacts.nl en gerelateerde bronnen een eigen afweging maken.”*

Totstandkoming campagne

Net als bij voorgaande campagnes hebben veel partijen zich belangeloos ingezet. De campagne is ontwikkeld *door* jonge professionals *voor* jongeren. Zo zijn Marly van Helfteren (22) en Kirsten Ryvers (21) van de Willem de Kooning Academie uit Rotterdam de bedenkers van de tv- en radiocommercial en Colin Huijser (29) van In Case of Fire de regisseur. [Xtcfacts.nl](http://xtcfacts.nl) en de online campagne zijn ontwikkeld door Chaim Kwakman (24) en Mitchell Bakker (26) van Ganda. De campagne gaat op 1 september 2015 van start. Bekijk de commercial op xtcfacts.nl of sire.nl en praat mee via Twitter, @stichtingsire #xtcfacts of via de SIRE Facebookpagina.

Over Stichting Ideële Reclame

Stichting Ideële Reclame (SIRE) is een onafhankelijke stichting die maatschappelijke onderwerpen onder de aandacht brengt en bespreekbaar maakt bij het Nederlandse publiek en besluitvormers. Door mensen wakker te schudden en aan het denken te zetten, wil SIRE bijdragen aan een vitale en betrokken samenleving. SIRE zet hiertoe, met de belangeloze hulp van de communicatiebranche, multimediale campagnes in. Al 47 jaar lang. Het persbericht, de infographic en de tv-commercial vind je op www.presslink.nl/sire. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Hill+Knowlton Strategies

Marlieke Berkman
Tel: +31 20 404 47 07 (kantooruren)
Mob: +31 6 30 00 07 97
Marlieke.Berkman@hkstrategies.com

SIRE

Lucy van der Helm (directeur)
Tel: +31 20 441 06 77 (kantooruren)
Lucy.vanderHelm@sire.nl