

SIRE viert 50-jarig bestaan en lanceert jubileumcampagne 'Luister naar de toekomst'

In aanwezigheid van Z.M. de Koning is vandaag in het Tropenmuseum de jubileumcampagne geïntroduceerd

Amsterdam, 30 oktober 2017 - Zijne Majesteit de Koning is vanavond aanwezig geweest bij de jubileumviering van Stichting Ideële Reclame (SIRE). Er is teruggeblikt op de afgelopen 50 jaar en er werd vooruitgekeken. Met de lancering van de jubileumcampagne 'Luister naar de toekomst' laat SIRE zien welk vooruitzicht de jonge generatie schetst. Jongeren zijn over het algemeen positief gestemd. Hun verfrissende kijk op economie, duurzaamheid en inclusiviteit staat centraal in de campagne.



Jubileumviering

Eva Jinek presenteerde de avond. SIRE voorzitter Imme Rog zoomde in op het SIRE van nu. SIRE oprichter Frits Baylé blikte terug. Prof. Dr. Kim Putters, directeur van Sociaal en Cultureel Planbureau verzorgde de key note speech en nam de aanwezigen mee naar de stand van het land. SIRE directeur Lucy van der Helm gaf het startsein voor de jubileumcampagne.

Imme Rog, SIRE voorzitter: "Al 50 jaar lang houdt SIRE de Nederlanders een spiegel voor. Direct, onverbloemd, confronterend, verrassend. In beelden en verhalen die soms ook schuren en ongemakkelijk zijn. Stevig stelling nemen, voor- en tegenstanders. Soms stevige discussies. Dat is goed, want alleen zo komen we verder met elkaar."

Lucy van der Helm, directeur van SIRE: "Wij zijn onwaarschijnlijk trots op het feit dat SIRE de afgelopen jaren het maatschappelijk debat in Nederland mede heeft aangejaagd. Ons 50-jarig bestaan is een mooi moment om het woord aan de nieuwe generatie te geven: 17-jarigen. Deze generatie bepaalt hoe onze maatschappij er straks uit komt te zien. Een toekomst die er wat hun betreft rooskleurig uit ziet. Deze 17-jarigen hebben echt wat te zeggen, ze verdienen het podium."

Prof. Dr. Kim Putters, directeur van Sociaal en Cultureel Planbureau: "De afgelopen 10 jaar zie ik een kentering: jongeren stellen weer wat vaker vragen en denken na over wat van waarde is in het leven. Veel instituties zijn niet gewend om vanuit jongeren te denken, terwijl zij juist scherpe observaties hebben en met creatieve oplossingen komen. Het is goed om daar serieus naar te luisteren."

Luister naar de toekomst

Zij staan aan de vooravond de maatschappij in te stromen, om te kiezen hoe ze willen leven en hoe ze gaan bijdragen aan het Nederland van morgen. Dit is de generatie die de komende 50 jaar kleur geeft aan de maatschappij.

Onder het motto 'Wij zijn 17 en we hebben je wat te zeggen' laat SIRE zien hoe 17-jarigen naar de toekomst van Nederland kijken. In een mini-documentaire komen ze aan het woord over onderwerpen als klimaat, zorg, immigratie, sociale zekerheid, arbeid en alles wat hen bezighoudt. De campagne geeft stof tot nadenken en houdt iedereen een spiegel voor.

De mini-documentaire is onderdeel van de SIRE jubileumcampagne, die vanaf vandaag overal te zien zal zijn. De campagne is ontwikkeld door reclamebureau Dawn en gerealiseerd in samenwerking met Halal. Ook zijn er 30 video's geproduceerd met uitgebreide interviews met de 17-jarigen, te zien op luisternaardetoekomst.nl.

SIRE roept jongeren op om met #wijzijn17 via social media hun kijk op de toekomst te delen.

Wat hebben de 17-jarigen te zeggen?

Noa Peart, 17 jaar: "Het komt goed hoor met Nederland. Wij komen eraan en wij gaan Nederland verbeteren!"

Zaid El Ouardani, 17 jaar: "Ik zou graag willen veranderen dat we wat respectvoller met elkaar omgaan. Dat we wat aardiger tegen elkaar zijn. Dat we nadenken over elkaars normen en waarden en niet zo egoïstisch alleen maar aan onszelf denken."

Bibi Joó, 17 jaar: "Die vrouwelijke premier? Die komt er hoor!"

Joanne van Gool, 17 jaar: "Ouderenzorg wordt kleiner en persoonlijker."

Jordy Klaas, 17 jaar: "We moeten meer kijken naar wat beter kan, in plaats van kijken naar wat mis gaat."

Mini-documentaire: <https://youtu.be/1g61nN16z3s>

TVC: <https://youtu.be/A23xjht8BAg>

Over SIRE

Stichting Ideële Reclame (SIRE) is een onafhankelijke stichting, opgericht in 1967. Sindsdien heeft zij 112 campagnes gevoerd voor belangrijke maatschappelijke onderwerpen. SIRE schudt mensen wakker, zet hen aan het denken, maakt lastige zaken bespreekbaar en jaagt het debat aan. Met haar campagnes wil SIRE de maatschappij een beetje mooier maken. De campagnes zijn primair gericht op het Nederlandse publiek, maar ook weet SIRE besluitvormers en opinieleiders met haar campagnes te raken. SIRE heeft geen banden met de overheid of andere organisaties. Alle SIRE campagnes komen tot stand middels de belangeloze medewerking van de communicatiebranche.

*** EINDE PERSBERICHT ***

Noot voor de redactie, niet geschikt voor publicatie:

Voor meer informatie of beeldmateriaal neemt u contact op met:

Het PR Bureau | Senna Ceulemans | senna@hetprbureau.nl | 06-23710273