



SIRE steekt met #DASLIEF Nederlanders hart onder de riem



Amsterdam - 27 maart 2020. **We zitten in een onwerkelijke situatie. Corona raakt 100% van de Nederlanders en we hebben elkaar harder nodig dan ooit. Er zijn vele hartverwarmende en onbaatzuchtige initiatieven waarbij Nederlanders elkaar hulp, advies en steun bieden. SIRE wil deze lieve initiatieven een podium geven en start daarom vandaag met #DASLIEF. Om iedereen die nu iets extra's voor een ander doet te bedanken en anderen te inspireren ook iets liefs te doen. En daarmee het saamhorigheidsgevoel verder te vergroten. Daarnaast hoopt SIRE dat Nederlanders zich ook een beetje gesteund en trots voelen in deze moeilijke tijd.**

#DOESLIEF

In maart 2019 riep SIRE met #DOESLIEF Nederlanders op om wat liever voor elkaar te zijn, nadat onderzoek liet zien dat onze maatschappij steeds meer onaardig gedrag vertoont. Deze oproep kreeg enorm veel support: #DOESLIEF werd veelvuldig gebruikt in het dagelijks leven, op sociale media en in de journalistiek. Ruim 4 van de 10 Nederlanders* vond in december 2019 'Asociaal gedrag en het gebrek aan tolerantie' dan ook het belangrijkste maatschappelijke issue van 2019.

#DASLIEF

Exact een jaar later en met ons land middenin een ongekende situatie, laten Nederlanders ook een hele andere kant van zichzelf zien. De oproep van vele Nederlanders om liever voor elkaar te

zijn, wordt massaal in de praktijk gebracht met vele hartverwarmende en onbaatzuchtige initiatieven om anderen te helpen. Dit gevoel van compassie maakt Nederland net iets mooier in deze tijd. Daarom wordt vandaag #DASLIEF gelanceerd.

Lucy van der Helm, directeur van SIRE: *“SIRE wil altijd met inzet van creativiteit een bijdrage leveren aan een mooier Nederland. Ook nu. Want de realiteit is: we hebben elkaar op dit moment en in de nabije toekomst harder nodig dan ooit. Met #DASLIEF bedanken we alle Nederlanders voor hun mooie initiatieven, groot of klein. Daarnaast hopen we dat mensen #DASLIEF gebruiken als compliment richting de initiatieven van anderen. We kunnen elkaar inspireren tot behulpzaamheid, vooral als we het zien én delen.”*

Paul van Lange, hoogleraar Sociale Psychologie VU Amsterdam, onderschrijft het belang van dit SIRE initiatief: *“Veel Nederlanders beleven voor het eerst in hun leven een situatie van collectieve kwetsbaarheid. Dat zorgt voor een unieke ervaring van sterke lotsverbondenheid. Met als resultaat dat mensen meer voor elkaar over hebben, spontaan, niet calculerend. Vaak voor mensen die ons nabij zijn, maar soms ook voor onbekenden of vreemden die het extra hard nodig hebben. Alle onbaatzuchtige initiatieven voor elkaar zijn hier het bewijs van.”*

De campagne is vanaf vrijdag 27 maart in negen verschillende uitingen te zien op TV, radio, print, social, online en outdoor. Om mee te doen is er een #DASLIEF-pakket gemaakt met logo en GIF'jes die Nederlanders kunnen downloaden via daslief.sire.nl/pakket. Achtergrondinformatie over de campagne is te vinden via: www.sire.nl/campagnes/daslief.



--- Noot voor de redactie, niet voor publicatie ---

Voor persvragen en interviewverzoeken voor Lucy van der Helm en Paul van Lange kunt u contact opnemen met:

Monique van den Berg - Coopr (perscontact) | +31 6 15 90 73 54 | monique@coopr.nl. Let op: i.v.m. Corona is SIRE niet bereikbaar op het vaste nummer.

Via [deze link](#) zijn de visuals van de campagne te downloaden, en dit zijn de HD video's op Youtube:

[Applaudisseren](#)

[Boodschappen doen](#)

[Kwekers](#)

[Vakkenvullers/Rutte](#)

* Top 10 belangrijkste issues 2019

1. Asociaal gedrag/gebrek aan tolerantie (42%)
2. Klimaatverandering/CO2 (38%)
3. Lerarentekort (29%)
4. Afnemend vertrouwen in overheid en instanties (23%)
5. Racisme en homohaar (21%)
6. Misbruik social media en internet (21%)
7. Stikstof (19%)
8. Angst voor terrorisme (18%)
9. Drugs en ondermijning van de samenleving (13%)
10. Verkeersveiligheid (13%)

Over het onderzoek

Dit onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau Kantar Public in samenwerking met communicatieadviesbureau De Issuemakers. Het onderzoek is uitgevoerd onder 1.115 respondenten, die representatief zijn voor de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder. De respondenten hebben een groslijst van onderwerpen voorgelegd die afgelopen jaar in het nieuws zijn geweest en konden uit deze lijst de, volgens hen drie belangrijkste onderwerpen van 2019 selecteren. Het onderzoek werd eind december 2019 afgenomen.

Over SIRE

#DASLIEF is een initiatief van Stichting Ideële Reclame, een onafhankelijke stichting die sinds 1967 campagnes maakt voor belangrijke maatschappelijke onderwerpen. SIRE wil met haar campagnes mensen wakker schudden, aan het denken zetten en het debat aanjagen. Met haar campagnes streeft SIRE er naar de maatschappij een beetje mooier te maken. Alle SIRE campagnes komen tot stand middels de belangeloze medewerking van de communicatiebranche. Kijk voor meer informatie op www.sire.nl.