

SIRE

nieuws

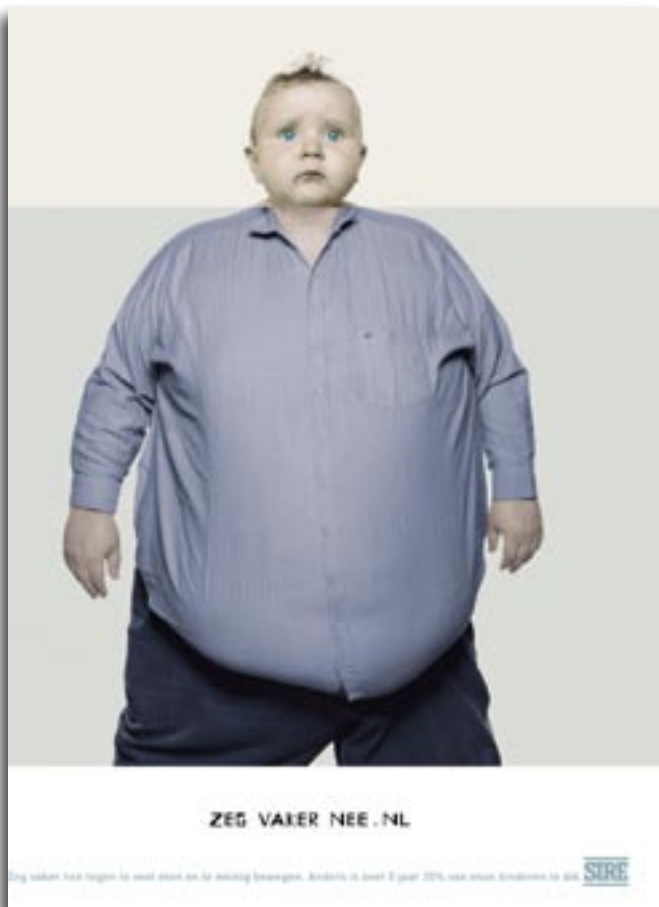
Nieuwsbrief van SIRE,
Stichting Ideële Reclame
Maart 2005



Campagne tegen overgewicht kinderen

Ouders van Nederland: 'Zeg vaker nee'

Kinderen worden in rap tempo dikker. Als we niets doen, is over vijf jaar één op de vijf kinderen te dik. Daarom roept SIRE de ouders van Nederland, vooral van kinderen tussen vier en twaalf jaar oud, op om niet te gaan zitten afwachten, maar zelf in actie te komen. Neem vaker de fiets naar school, ga vaker lopen naar de winkel, ga met je kinderen voetballen in het park. Geef zelf het goede voorbeeld en stel duidelijke grenzen. Het stellen van grenzen uit liefde voor het kind is de essentie van opvoeden.



De campagne, gemaakt door reclamebureau FHV/BBDO, haakt in op de gedachte dat ouders hun kinderen graag verwennen en vaak ja zeggen. Maar als je echt van je kinderen houdt, zeg je vaker nee. We willen allemaal het beste voor onze kinderen. Daar hoort in toenemende mate, naast een goede opleiding, ook een gezond gewicht bij. Want overgewicht leidt tot fysieke ongemakken, hoge medische kosten en sociale problemen. Dikke kinderen worden vaker gepest. Bovendien hebben ze later minder kans op een goede baan en op het vinden van een partner.

Lees verder op pagina 2

CARAT nieuw mediabureau voor SIRE

Het mediabureau Carat Nederland gaat alle media-activiteiten voor SIRE belangeloos verzorgen. Ze nemen deze rol over van Mindshare. De afgelopen vier jaar heeft Mindshare ook geheel belangeloos zoveel mogelijk exposure gerealiseerd voor alle SIRE-campagnes. De alfabetiseringscampagne "Wie dit niet kan lezen is niet gek" was de laatste campagne waarvoor Mindshare zich met hart en ziel inzette.

Carat Nederland neemt de estafettestok met groot enthousiasme over. De medewerkers van Carat vielen letterlijk met hun neus in de boter, want de eerste campagne die in januari 2005 van start is gegaan is de campagne "Zeg vaker nee". Hiermee belicht SIRE de vetzuchtproblematiek vanuit een ander perspectief.

Hiernaast kunt u meer lezen over deze campagne. ■

- vervolg pagina 1-

Voor meer informatie: kijk op www.zegvakernee.nl.

Op de site staan doorverwijzingen naar een aantal partijen. Daar kun je allerlei informatie vinden over voeding en bewegen, inclusief tips wat je vanaf vandaag anders kunt gaan doen. Ook staan er bijdragen op van Rita Kohnstamm, kinderpsychologe, en Jaap Seidell, hoogleraar voeding en gezondheid. Zij ondersteunen de campagne.

De campagne is te zien en te horen op tv, op de radio, in tijdschriften, in kranten, op abri's en in de bioscoop. De campagne loopt van januari tot en met mei 2005. ■

Aan de campagne werken mee:

- Reclamebureau FHV/BBDO
- PR-bureau Schuttelaar & Partners
- PR-bureau Winkelman en Van Hessen
- Suntzu: site-ontwikkeling zegvakernee.nl

Projectleiders SIRE: Julius Minnaar en Evert Bos

Eet- en beweggedrag blijvend veranderen

Het valt niet mee om overgewicht terug te dringen. Wil je blijvend afvalen, dan moet je je eet- en beweggedrag blijvend veranderen. Dat lukt helaas maar weinig mensen. Daarom vindt SIRE dat er meer aandacht moet komen voor preventie. Want ook hier geldt: voorkomen is beter dan genezen.



Overgewicht bij kinderen is een complex probleem. Een hele belangrijke oorzaak is te weinig beweging. Kinderen kijken tv, chatten en telefoneren in plaats van buiten te spelen. Daarnaast moet het eetgedrag veranderen: minder calorieën, minder vet en suiker, meer groenten en fruit.

Ingesleten gewoonten
Jonge kinderen kopiëren het gedrag dat ze om zich heen zien. Dat is vaak het gedrag van hun ouders. Tegen de tijd dat ze oud genoeg zijn om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor hun eigen eet- en beweggedrag is het vaak te laat. Ingesleten gewoonten

zijn heel erg moeilijk te veranderen. Ouders van jonge kinderen bepalen vaak wat en hoeveel een kind eet. Ze zijn als het ware de "poortwachters" van de maag van hun kind. ■

Bennis Porter Novelli structureel aan de slag voor SIRE

Communicatieadviesbureau Bennis Porter Novelli gaat belangeloos de corporate communicatie voor SIRE verzorgen. De samenwerking tussen Bennis en SIRE kent een rijke traditie, want Bennis werkte al regelmatig voor SIRE op campagneniveau. Voorbeelden daarvan zijn

campagnes als 'Pesten', 'Mannen erbij betrekken', 'Vuurwerk' en 'Talent tegen Geweld'. Nu gaat Bennis dus ook structureel helpen richting te geven aan het corporate image van SIRE zelf.

Frank Peters, managing partner van Bennis Porter

Novelli, daarover: "We zijn erg enthousiast over de samenwerking met SIRE. Het is zeer zinvol en dankbaar om voor SIRE te werken, gelet op het maatschappelijk belang. Maar de interne impact is voor ons minstens even belangrijk. Het werk is enthousiasmerend, motive-

rend en uitdagend voor onze mensen. We zetten dan ook met erg veel plezier onze kennis in voor een organisatie als SIRE." ■

Geslaagde campagne

Wie dit niet kan lezen, is niet gek!

Zelden werkten zoveel partijen samen aan een campagne als bij de alfabetiseringscampagne van SIRE die op 1 september 2004 startte. En het resultaat mag er zijn! De landelijke bellijn kreeg in de piek van de campagne viermaal meer telefoontjes dan normaal te verwerken. En daar was het tenslotte allemaal om te doen. Onder het motto **Wie dit niet kan lezen, is niet gek!** heeft SIRE campagne gevoerd met als doel Nederland wakker te schudden, analfabetisme bespreekbaar te maken en analfabeten en laaggeletterden op te roepen hun tweede kans te grijpen.



Vlak voor de Wereldalfabetiseringsdag werd de aftrap voor de campagne gegeven met een persconferentie in het gebouw van de SER in Den Haag. De campagne bestond uit advertenties voor dagbladen en tijdschriften en tv- en bioscoopcommercials gebaseerd op zeer herkenbare reclame-uitingen die belangeloos door bekende adverteerders ter beschikking waren gesteld. In de radiocampagne werden mensen die moeite hebben met lezen en schrijven door ex-analfabeten opgeroepen

om zich aan te melden bij het landelijk meldpunt. Hiermee is in totaal een bereik van 84,5% en voor 1 miljoen euro aan mediawaarde gerealiseerd.

Bijzondere uitingen

Daarnaast leende het campagneconcept zich voor een aantal bijzondere uitingen. In aanwezigheid van burgemeester Deetman werden in Den Haag nep-parkeerbonnen uitgedeeld, sinds 2 februari 2005 rijdt in de regio Amsterdam een bestickerde vuilniswagen (zie foto) en in

deze maand werd ook een huis-aan-huis-mailing in Amsterdam, Breda en Utrecht verspreid.

Agenda

Na het eindigen van deze geslaagde SIRE-campagne verdwijnt het onderwerp alfabetisering niet van de agenda. De taak om iets aan het belangrijke maatschappelijke probleem te doen is inmiddels onder andere opgepakt door de Stichting Lezen & Schrijven. ■

Aan de campagne werkten mee:

- PPGH/JWT (campagne)
 - BKB (PR)
 - Mindshare (media)
 - TNS Nipo (onderzoek)
 - TPG Post
 - Cendris
 - ABN AMRO
 - Nuon
 - Mazda Europe
 - Lever Fabergé
 - Kimberly-Clark
 - Van Gansewinkel
 - Vodafone
 - KPN
 - Rabobank
 - BMW
 - KLM
 - Nestlé
 - Bacardi-Martini
 - Nederland NV
 - Nederlandse Spoorwegen
 - Belastingdienst
 - Stichting Lezen en Schrijven
 - Nedwerk NT1
 - ROC van Amsterdam
 - ROC Midden-Nederland
 - Baronie College
 - Mondriaan Onderwijsgroep
 - Mojo
 - En de vele mediapartners die de uitingen hebben geplaatst en uitgezonden
- Projectleiders SIRE: Raul Lansink, Helga Bouwman, Hans Ludo van Mierlo

SIRE-BESTUUR 2005

E.C. Bouwmeester (voorzitter) (General Manager Corporate Communications Fortis)	mw. A. Buurman (per 1/6/2005) (Directeur STER)	mw. H.J. Lemm (Managing Partner Skipintro)
mw. A.G.P. de Vries (Directeur SIRE)	J.P. van Dijk (Tekstschrijver Skipintro)	J.J. Minnaar (Directeur Media en Financiën Tros)
M.H. Aink (General Director/Partner S.W.H.)	mw. I.L.B. Kauer (Managing Director/Partner Bennis Porter Novelli)	R. Nagel (Adjunct Directeur Carat)
J.B.A. Ahlers (Directeur Brandsters)	J.A. van Kuyk (Managing Partner Adriaanse/Van Kuyk Brand Events)	M. Pos (Directeur Brand New Telly Industries BV)
H.E. Bos (Managing Director Brainjuicer Nederland)	R. Lansink (vice-voorzitter) (Directeur/Managing Partner Publicis)	M.J. de Witte (Algemeen directeur Bacardi Nederland)
mw. W.M. Bouwman		

COLLEGE VAN TOEZICHT EN ADVIES 2005

Mw. Mr. W. Sorgdrager (voorzitter) (Voorzitter Raad voor Cultuur)	Prof. Dr. H.A.L. Lockfeer (Hoogleraar journalistiek aan de Rijksuniversiteit van Groningen)	Prof. Dr J. W. Duyvendak (Hoogleraar Algemene Sociologie aan de Universiteit van Amsterdam)
Mw. Mr. E.H. Hoogenraad (Compagnon Steinhauser Hoogenraad, Advocaten)	Dhr. A. Offers (voorheen Directeur VSB Fonds)	Mw. Dr. H. Ghorashi (Ass. Professor Organizational Anthropology aan de Vrije Universiteit Amsterdam) (per 1/5/2005)

Help SIRE... word donateur!

Al meer dan 37 jaar voert SIRE spraakmakende, vaak taboedoorbrekende campagnes. SIRE laat zien dat het met communicatie mogelijk is onderwerpen bespreekbaar te maken en geagendeerd te krijgen, die anders blijven liggen. Al die campagnes komen tot stand dankzij de kosteloze medewerking van reclamebureaus, PR- en marktonderzoekbureaus, filmbedrijven, fotografen, drukkers en media-exploitanten. Die gratis medewerking is fantastisch, maar SIRE heeft ook geld nodig. Een klein professioneel secretariaat houdt de SIRE-motor draaiend. Met huisvestings- en bureaunkosten belooft de totale SIRE-begroting zo'n 125.000 euro op jaarbasis. Niet veel, maar wel een voortdurend punt van zorg, want voor de dekking van dit bedrag is SIRE volledig afhankelijk van donaties. Gelukkig zijn er tientallen ondernemingen die SIRE ondersteunen, vaak al vele jaren. Nieuwe donateurs zijn dan ook van harte welkom. Sterker nog, ze zijn onmisbaar!

Wilt u SIRE ondersteunen, neem dan even contact op met het secretariaat. Daniëlle van den Eeckhout of Adri de Vries informeren u heel graag over de mogelijkheden. Telefoon: 020 – 441 06 77 (van 9.00 tot 13.00 uur) of e-mail: sire@euronet.nl. Wilt u meteen een donatie overmaken? Dat kan op Postbanknummer 3754815, ten name van SIRE, Amstelveen.



Colofon

Stichting Ideële Reclame (SIRE)
Startbaan 5C
1185 XP Amstelveen
Telefoon: 020 – 4410677
(van 9 tot 13 uur)
Fax: 020 – 4410678
Email: sire@euronet.nl
Internet : www.sire.nl

Drukwerk

PlantijnCasparie
Capelle a/d IJssel

Papier

Hello Gloss van
BürrmannUbbens

Afwerking

Kiel (onderdeel van de Molier Groep)

Tekst

SIRE en Bijl, Partners in Public Relations & Voorlichting

Vormgeving

Bijl, Partners in Public Relations & Voorlichting

SIRE is als stichting geregistreerd, zoals bedoeld in artikel 24, lid 4 van de Successiewet 1956.