

Presentatie – Paul Sikkema & Roy Meerburg



KWF Kankerbestrijding
Roy Meerburg
projectleider Rookvrij Nederland
juni 20 14

iedereen verdient een morgen



Roken veroorzaakt alleen longkanker?

NEE!

Roken vergroot ook de kans op :

- alvleesklierkanker
- baarmoederhalskanker
- blaaskanker
- leverkanker
- maagkanker
- nierkanker
- tumoren in het hoofd/halsgebied

Maar niet alleen kanker

Roken vergroot ook de kans op:

- Hart- en vaatziekten
- Longproblemen
- Diabetes
- Impotentie
- Miskraam
- Vroeggeboorte
- etc

Daarom rookvrij!

- 25% rokers in 2013
- 1 op 2 sterft aan roken
- 1 op 4 sterft voor pensioen leeftijd
- Totaal ruim 19.000 sterfgevallen per jaar
- Ongeveer 10.000 longkankergevallen p. j.
- Ongeveer 9.000 longkanker sterfgevallen p.j.

Campagnes oude stijl



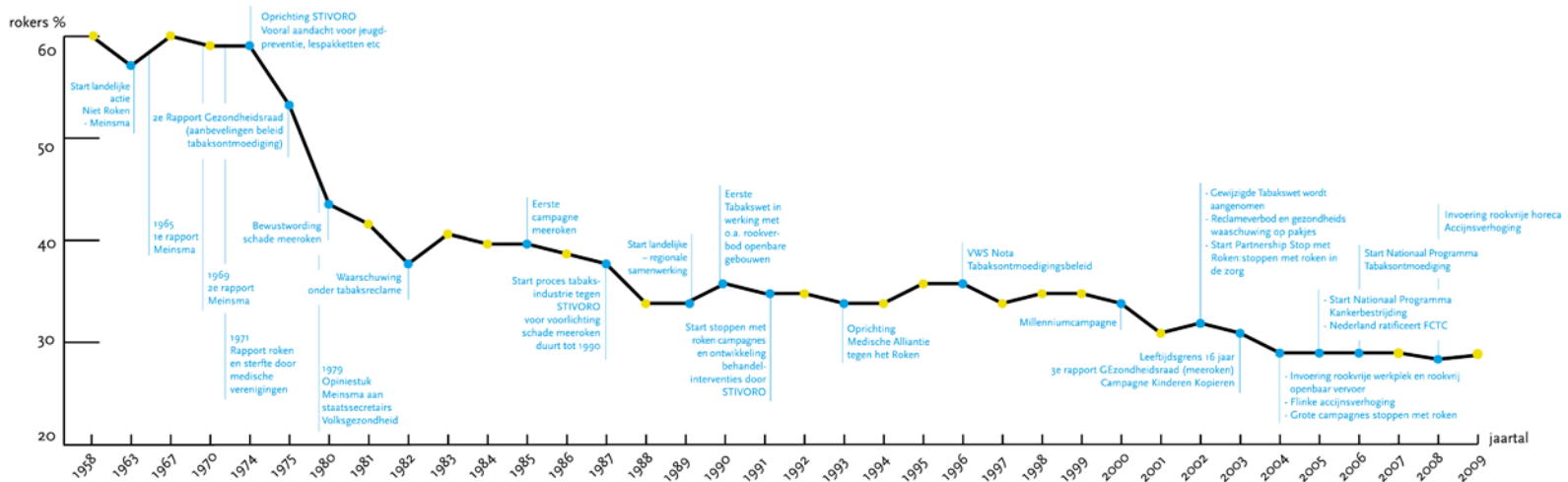
It's one of the best, most common things that you can do to help you live longer and healthier. It's called smoking.

According to a recent Nationwide survey:
**MORE DOCTORS SMOKE CAMELS
THAN ANY OTHER CIGARETTE**

Voorkomen is beter dan genezen



Wat is er allemaal al gebeurd? Aanloop naar de campagne ...



Waarom denormalisering?

20121217_nl_metro_holland.pdf - Adobe Reader
Bestand Bewerken Beeld Document Opties Venster Help

4 / 20 133% Zoeken

miljoen
Rokende(n)!



Anti-rookcampagne richt zich voor eerst op de niet-rokenden

KWF. Een campagne van KWF Kankerbestrijding is erop gericht dat niet-rokers meehelpten om roken 'niet cool' te laten zijn.

Het aantal niet-rokers vergroten via een campagne die is gericht op... de niet-rokers. Dat is precies hoe KWF Kankerbestrijding vanaf vandaag actie gaat voeren om de hoeveelheid rokers in Nederland verder terug te dringen. Volgens de organisatie gaat het om een unieke campagne: "Niet eerder is zoiets geprobeerd", zegt woordvoerder Marsja Meijer.

Doel van de campagne is om te bereiken dat vooral jongeren roken niet meer 'cool' vinden, aldus Meijer. "We zien gelukkig al dat het aantal rokers steeds verder daalt, want roken is niet meer van deze tijd." Uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek blijkt dat vorig jaar nog 20 procent van de jongeren tussen de

10 en 19 jaar rookte. Bij de groep van 15 jaar en ouder ging het in 2011 om 25 procent. Ruim vijftig jaar geleden rookten nog zes op de tien mensen.

KWF Kankerbestrijding roept in de campagne de hulp in van niet-rokers. Zij worden gevraagd de slogan "Roken is zóó..." af te maken met een vergelijking naar iets ouderwets. Op campagneposters, die vanaf vandaag overal in Nederland hangen, staan onder meer te teksten "Roken is zóó vrouwen met okselhaar" en "Roken is zóó postzegels verzamelen". Aan de campagne werken ook bekende Nederlanders mee, onder wie Gigi Ravelli en Gordon.

"Door rookvrij expliciet al als sociale norm te verankeren, kunnen we ervoor zorgen dat er een generatie opgroeit die dat echt ervaart", hoopt KWF-voorzitter Michel Rudolphie. "Als jongeren niet beginnen met roken, hoeven ze ook niet te stoppen."

JEROEN VAN WIERINGEN
jeroen.van.wieringen@metroholland.nl

Roken en longkanker

KWF Kankerbestrijding heeft cijfers verzameld over roken en longkanker.

- **Rokers.** Nederland telt 3,7 miljoen rokers. De verwachting is dat tot 2020 in totaal twee miljoen van hen overlijden aan de gevolgen van roken.
- **Jaarlijks.** Elk jaar sterven bijna 20.000 mensen aan de gevolgen van roken.
- **Kanker.** Tussen de 20 en 30 procent van alle kanker wordt veroorzaakt door roken. Longkanker is een va de meest voorkomende vormen.

Roken en jongeren, 10-20 jaar

37% STAAT NEUTRAAL OF POSITIEF TEGENOVER ROKENDE JONGEREN



63% VINDT NIET-ROKENDE LEEFTIJDGENOTEN COOL



KWF Kankerbestrijding is van mening dat te veel jongeren roken nog 'cool' vinden. / www.centraalkbf.nl

Start | 8:14 17-12-2012

Doel campagne

Bewust maken dat roken ouderwets is



Filmpje flight 1:

Gordon:

http://www.youtube.com/watch?v=9plAo82Wr_k&list=PLHZFnQvwOujYY0IKX1uMszDfZT_UT2b-2&index=25

Bellen bij het afrekenen:

http://www.youtube.com/watch?v=MiqsBnGR-Sc&list=PLHZFnQvwOujYY0IKX1uMszDfZT_UT2b-2&index=1

Marra:

http://www.youtube.com/watch?v=PCpojqnMeBk&list=PLHZFnQvwOujYY0IKX1uMszDfZT_UT2b-2&index=4

Filmpje laatste flight

http://www.youtube.com/watch?v=NTkqPeAyG1l&list=PLHZFnQvwOujYY0IKX1uMszDfZT_UT2b-2&index=3

Doelgroep Campagne

- Leeftijd 12-25
- Lage sociaal economische status

Inzet

Tv

Social media

Outdoor

scholen



Successen

Campagne krijgt goede score

Campagne is goed herkenbaar

Campagne is duidelijk

Roken is ouderwets scoort oplopend

Meerdere keren genomineerd voor Gouden Loeki Award

verbeteringen

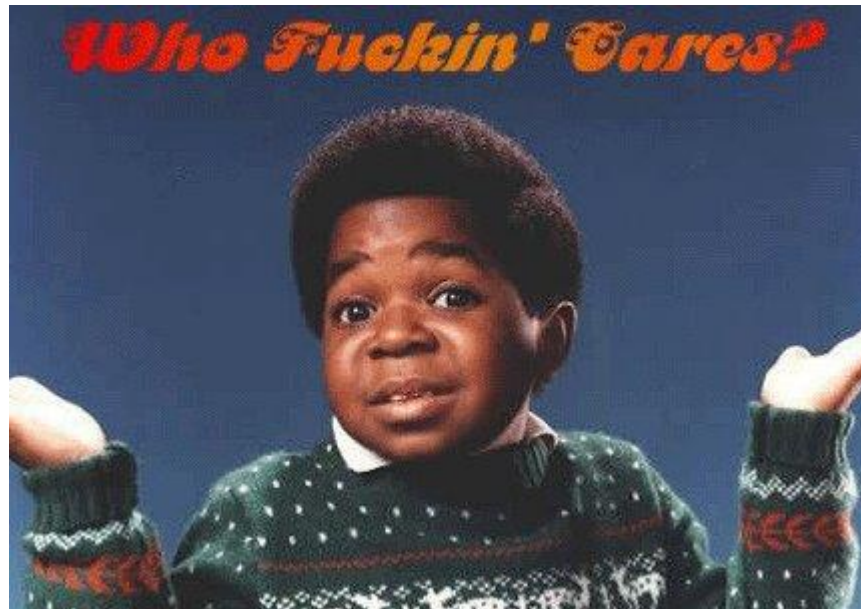
Sommige slogans werden als kwetsend ervaren

(Social media) Activering mislukte (Het algemene publiek/ jongeren de boodschap laten uitdragen sprak minder aan)

De jongeren begrepen niet dat roken ouderwets is (daarom is de campagne goed om duidelijk te maken dat roken ouderwets is, de campagne uitingen + uitleg op website zijn hierop aangepast)

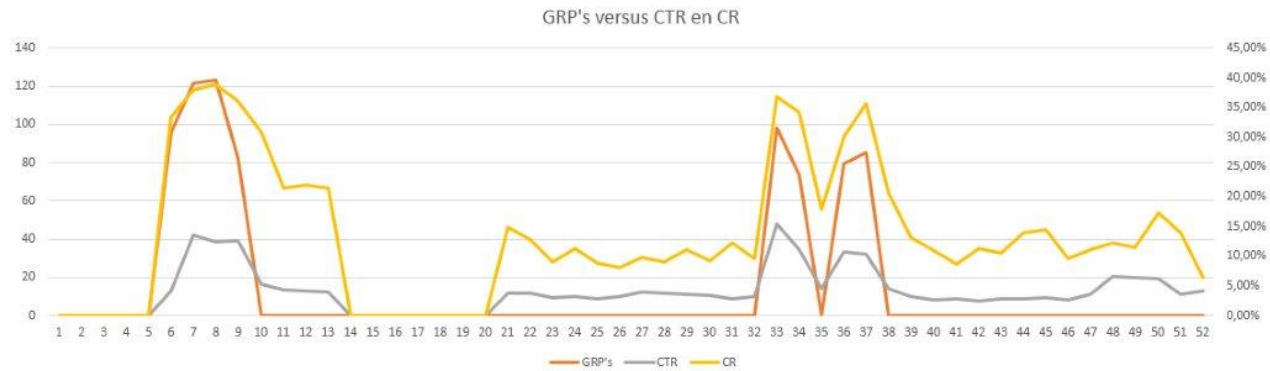
Vraag 1

Hoe activeer je jongeren voor een lastig onderwerp als roken?



Vraag 2

Hoe groots en hoe vaak per jaar moet je inzetten om je campagne succesvol neer te zetten?



Vraag 3



Hoe lang moet een campagne draaien voor er een grote verandering zichtbaar is in de sociale norm?

