

Bewustwordingscampagne om:

- eenzaamheid uit de taboesfeer te halen en bespreekbaar te maken.
- Bewustzijn dat eenzaamheid een probleem is van ons allemaal: het is een gezamenlijke verantwoordelijkheid.
- mensen eerder hulp zoeken en eerder bereid zijn hulp te bieden.

De Week tegen Eenzaamheid gaat over eenzaamheid in zijn algemeenheid – onafhankelijk van leeftijd.

In hoeverre gebruik moet worden gemaakt van bestaand materiaal is afhankelijk van budget. Voor 2020 is 600.000 euro beschikbaar.

We hebben 2 campagnemomenten:

- Eind juni (coronasituatie, na de crisishoneymoon)
- Begin oktober (Week tegen Eenzaamheid)

Bespreekbaar maken van eenzaamheid. Is ook: Hoe gaat het *echt* met je? De vraag stellen, en ook *echt* luisteren.

- Uit gesprek ^{(10)(2e)} meenemen deel oudren niet zielig

Doel campagne: eenzaamheid bespreekbaar maken, en doorbreken

Erover praten, is een manier om dat op te vullen.

Iets simpels als: ik voel me zo eenzaam.

Er wordt wel gezegd: hoe is het met je?

Het laden van het onderwerp eenzaamheid voorbijvlogen.

Zomerspotje: twee kanten erin

Er is een pallet nodig aan dingen om mensen bij de samenleving betrokken te houden (daarom mss ook worstelen met maken keuzes), dichtbij mensen, passie, etc –

En wat zit je in de weg om stap te nemen: aanbod is er, manieren zijn er, maar er zit een taboe – dat zit in de weg;

En je wilt niet alleen hulp ontvangen, slachtoffer zijn; wederkerigheid is erg belangrijk.

Échte aandacht hebben voor elkaar – is een verdieping op houd contact

Heb het erover (stap verder dan 'houd contact'), neem de tijd er echt over te praten

Maakt wel verschil voor boodschap of je op tv – kort en toegankelijk - bent of op social – kunnen meer verhalen zijn.

Een goed gesprek duurt minimaal 20 minuten.

'Ga dan ook echt bellen', moet voortkomen uit echte belangstelling, interesse

Kan twee trajecten zijn corona en wte

Nu meer op algemeen publiek – meer op bespreekbaar maken, taboe doorbreken

2 kolommen maken: doelen en doelgroepen voor verschillende momenten

Wte: ncte en gemeentn als prtner in crime meenemen

Iets nu kan ook kleinere dingen om te laden richting wte;

ONS vragen morgen aantal kijkers e.d.

	<i>Campagne tot nog toe</i>	<i>Wijzigingen voor voortzetting campagne</i>
Beleidsdoel Eén tegen eenzaamheid	Het terugdringen van eenzaamheid onder ouderen (75+). De Week tegen Eenzaamheid gaat over eenzaamheid in zijn algemeenheid – onafhankelijk van leeftijd.	<i>(Zelfde)</i>
Doelen publiekscampagne	Bewustwording: eenzaamheid uit taboesfeer en bespreekbaar. Bewustwording: mensen zien eenzaamheid als een probleem van ons allemaal; gezamenlijke verantwoordelijkheid. Mensen zijn eerder hulp (DIT WOORD ERUIT, HIER ZIT HET TABOE IN) zoeken en eerder bereid hulp te bieden.	<i>(Zelfde)</i> <i>We horen nog steeds: is taboe. Mensen lijken het tijdens corona te zien als gedeelde verantwoordelijkheid. Bieden mensen ook na corona eerder hulp?</i>
Communicatie-doelstellingen	(Weten) Steeds meer mensen weten dat eenzaamheid een groot	DEZE KLOPPEN NIET: WETEN GAAT OVER OMVANG

<p>campagne</p>	<p>probleem is, vooral onder ouderen.</p> <p>(Praten) Steeds meer mensen bespreken eenzaamheid. De omgeving van ouderen en ouderen zelf.</p> <p>(Doen) Men heeft een positieve houding om iets met anderen/met een eenzaam persoon te gaan doen tegen eenzaamheid.</p>	<p>PROBLEEM; SIGNAEN ZIT WEL IN CEO.</p> <p>POSITIEVE HOUDING; HET WORDT NOOIT LEUK OF PRETTIG, MAAR WEL ZINVOL / BETEKENIS VOOR MENSEN</p> <p><i>(Zelfde) + en door coronavirus ook onder jongeren eenzaamheid toegenomen (maar is dat structureel?) en sterke roep ook voor jongeren iets te doen. Vind ik ook dat we als programma moeten, maar niet in campagne. Mogelijk wel in PR met boodschap: voorkom dat je later etc? KEUZE</i></p>
<p>Doelgroepen</p>	<p>(Primair) Algemeen publiek van 18 tot 74 jaar: 'omstanders'.</p> <p>Naasten van eenzame ouderen (denk aan familie en vrienden, vaak ook andere ouderen).</p> <p>(Secundair) senioren van 60-74 jaar en ouderen (75+).</p>	<p><i>Zat al deels ook ouderen zelf aanspreken in (zomerspot), maar dat blijkt nauwelijks zo beleefd te worden.</i></p> <p><i>Zelfde doelgroep: maar wel op letten: omstander kan ook een oudere zijn. Mooi om hier ook een jongere in mee te nemen.</i></p> <p>KEUZE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jongeren - Eenzame oudere zelf aanspreken <p>OUDEREN WILLEN ONDERDEEL ZIJN VAN HET GEHEEL; JE WILT GEEN ONDERSCHIED IN LEEFTIJD.</p> <p>IN CORONATIJD KOMENJONGEREN ER OOK ACHTER DAT ZE EENZAAM ZIJN.</p> <p>BLIJVEN BIJ ODUEREN; EN NEMEN EEN JONGERE</p> <p>PART IETS VOOR JONGEREN</p> <p>BETREK JONGEREN ERBIJ – JONG EN OUD WE VRAGEN BUREAU OM JONGEREN IN BEELD TE BREEN; EENZ IN HOE ET EVAREN WORDT EN WAT HET DOET MET JE</p> <p><u>Achtergrondinfo onderzoek Rode Kruis</u>; reden om ons op omgeving te richten; of willen we iets met die 12%-groep?</p> <p><i>De ervaring leert dat het vaak mensen uit de omgeving zijn, die een kwetsbare oudere toelaat om</i></p>

		<p>te helpen. Familie, vrienden, buren, kennissen, iemand uit de straat. Driekwart van de Nederlanders heeft in hun omgeving genoeg mensen waar zij hulp aan kunnen vragen. Er is maar een kleine groep Nederlanders (12%) die zich op dit moment zorgen maakt over of er wel mensen in hun omgeving zijn die hen kunnen helpen als dat nodig is. Van de 70-plussers durft slechts 9 procent zonder meer hulp te vragen aan een onbekende. Zij aarzelen ook om hulp te vragen aan een hulporganisatie, slechts 35 procent zegt dit te doen wanneer het nodig is. Mensen blijken vooral in specifieke gevallen 'vraagverlegen' zijn. 40 procent zou bijvoorbeeld geen hulp vragen bij eenzaamheid. (Bron: Rode Kruis, 10 april 2020)</p> <p>Advies KBO-PCOB: "Vooral belangrijk is om een appèl te doen op de kracht van ouderen. Actief zijn en bijdragen aan de samenleving is een belangrijke factor in het voorkómen en verminderen van eenzaamheid." "De praktijk is bovendien dat er meestal voldoende hulpaanbod is, maar dat mensen het vaak moeilijk vinden om hulp te vragen. In de coronatijd is dat niet anders dan daarvóór. Extra oproepen om hulp aan te bieden is daarom naar mijn idee niet wat we het meeste nodig hebben. Doe een appèl op wat ouderen kunnen bijdragen. Dat draagt tegelijkertijd bij aan een evenwichtiger beeldvorming van ouderen, met een goede balans van kwetsbaarheid én kracht"</p>
Context	Cijfers eenzaamheid onder ouderen en verwachte stijging bij vergrijzing. Nu iets aan doen.	<p>Coronasituatie (post-pandemie)</p> <p>(10/20): "Dat hele verhaal over die anderhalvemetersamenleving staat een beetje onder druk nu steeds meer onderzoek uitwijst dat we buiten nauwelijks besmet raken. Ik zou dat er uithalen. Volgens mij gaat het erom dat we voorzichtig moeten zijn met ouderen omdat de kans dood te gaan bij besmetting heel erg groot is. Dat betekent dat deze groep geïsoleerd raakt. Daar moet deze campagne vooral over gaan." KEUZE</p>
Handelingsperspe	'Ook jij kunt iets doen tegen	KEUZE: Wat is meest zinvolle

<p>ctief</p>	<p>eenzaamheid' (2018/2019 tv):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Samen eten - Samen activiteit doen (zwemmen) - Meenemen bij activiteit (wandelen) <p>Contact met oudere op interesse (WtE 2019, social)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Als je van koken houdt, kook ook eens voor een eenzame ouderen - E.d. <p>Laat wat van je horen (Zomer 2019, tv/social/ooh)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nu toch op mobile zit, stuur een berichtje <p><i>Ook: als een oproep aan ouderen om zelf iets te doen tegen hun eenzaamheid</i></p>	<p>handelingsperspectief en voor welke doelgroep? 1 ding eruit halen waarvan we denken dat we het meest mee bereiken. (Bijvoorbeeld iets als: "als je aan iemand denkt, ook echt bellen." Vraag is of dat ook echt is wat het beste helpt tegen eenzaamheid Dat moeten wij bepalen – kan bureau niet doen.</p> <p>OPTIE Veel mensen hadden tijdens de coronacrisis extra aandacht voor ouderen. En lieten dat blijken (van kaartje, videobellen tot buitenconcerten). Mensen weten wel wat ze kunnen doen, maar moeten het doen én blijven doen. Ook zonder crisis. -> priming, conditionering inzetten?</p> <p>Kortom:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (Omstander en oudere) Kijk naar elkaar om. 2. (Omstander) Laat blijken dat je naar elkaar omkijkt: houd contact, vraag hoe het gaat, doe samen iets leuks / steun elkaar. 3. (Oudere) Blijf actief, naar je mogelijkheden. Hobby, bewegen, sociale contacten onderhouden, als vrijwilliger bijdragen aan samenleving. (Omstander) Help een ander actief te kunnen zijn, neem eventuele belemmeringen weg. <p><i>NB: houd evenwichtige beeldvorming in de gaten; ouderen zijn niet allemaal (en slechts) hulpbehoevend en kwetsbaar.</i></p>
<p>Middelen</p>		<p>We geven nu aan dat we een voorkeur hebben voor tv. Het is een reële mogelijkheid dat we niet op tv kunnen wegens DPC.</p>

		<p>KEUZE: vragen 2 voorstellen uit te werken; eenmaal wel en eenmaal niet met tv, afhankelijk wat 27 mei besloten wordt</p> <p>NB: TV commercial maken is duur. 27 mei weten e of we überhaupt campagne mogen voeren met hogere mediakosten dn 150k. Campagne met mediakosten onder de 150K niet realistisch, gezien de vraag om een nieuwe campagne te ontwerpen. De verhouding tussen strategie, creatie en ontwikkeling en media zou volledig scheef worden. In dat geval kan je de bestaande ontwerpen inzetten (dus alleen social, evt aangevuld met een radiocom) of geen campagne voeren.</p> <p>DUS: Campagne tweaken dat het past bij dit tijdperk of nieuwe campagne maken KEUZE</p>