

Start publiekscampagne coronavaccinatie

Radio-commercials en advertenties in dagbladen vormen deze week de aftrap van de publiekscampagne coronavaccinatie. De campagne moet eraan bijdragen dat uiteindelijk zo veel mogelijk mensen zich laten vaccineren tegen het coronavirus. Naast aandacht via de traditionele media worden mensen ook via social media en met online-advertenties geïnformeerd. Later in de campagne volgen buitenreclame en tv-spots. De campagne is opgezet door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Belangrijk onderdeel van de campagne is de website www.coronavaccinatie.nl, met informatie over de verschillende vaccins en de volgorde waarin er wordt gevaccineerd. Ook zijn er antwoorden te vinden op veelgestelde vragen. Mensen die mogelijk nog twijfelen over vaccinatie, vinden er informatie die nodig is om een goed geïnformeerde keuze te maken.



“Het is belangrijk dat zo veel mogelijk mensen zich laten vaccineren. Dat wordt ons ticket naar meer vrijheid. Hoe meer mensen zich laten vaccineren, hoe eerder we straks – in de loop van 2021 – stap voor stap terug kunnen naar ons leven van voor het corona-tijdperk. Ik begrijp dat er vragen leven over het vaccin. En ik zie ook dat er mensen zijn die nog twijfelen. Juist daarom starten we deze campagne; als wegwijzer naar antwoorden en naar betrouwbare informatie”, aldus minister Hugo de Jonge (VWS), die ook benadrukt dat vaccinatie vrijwillig en gratis is.

Bij de publiekscampagne wordt nauw samengewerkt met koepelorganisaties in de zorg. Op die manier worden naast zorgmedewerkers ook de ouderen in verpleeghuizen, mensen met een verstandelijke beperking die in instellingen wonen en hun mantelzorgers geïnformeerd. Ook worden er middelen ingezet voor laaggeletterden en mensen die de Nederlandse taal niet machtig zijn.

De eerste vaccins worden momenteel beoordeeld door het Europese Medicijn Agentschap (EMA). Daarbij wordt onder andere gekeken naar de veiligheid en effectiviteit van de vaccins. Na goedkeuring wordt er gestart met vaccineren. Momenteel wordt alles op alles gezet om zo vroeg mogelijk in januari de eerste prik te kunnen zetten.

(Bron: Rijksoverheid)

Volle inzet op campagne 'Aandacht voor elkaar'

Het coronavirus vraagt veel van de maatschappij en van de mentale weerbaarheid van alle Nederlanders. Zeker nu Nederland weer in lockdown is en de feestdagen voor de deur staan, proberen veel mensen daarom nu extra naar elkaar om te zien. Door heel het land ontstaan acties waarbij mensen elkaar helpen met klusjes, op afstand contact leggen met mensen die eenzaam zijn of gewoonweg iets aardigs voor elkaar doen. Het kabinet wil dat soort initiatieven extra ondersteunen. Met de campagne 'Aandacht voor elkaar' biedt het kabinet een platform voor bijzondere verhalen van mensen die door corona of door de coronamaatregelen zijn geraakt, en voor de inspirerende initiatieven die door het hele land zijn ontstaan.

Corona raakt ons op alle fronten. Mensen die ziek worden of een dierbare verliezen. Ondernemers die harde klappen krijgen. Mensen die hun baan verliezen. Jongeren die beperkt worden in alles wat belangrijk is als je jong bent. Mensen die eenzaam zijn. Corona is daarmee een virus dat niet alleen lichamelijk, maar ook geestelijk slopend kan zijn.



Met 'Aandacht voor elkaar' wil het kabinet steun geven aan de vele initiatieven rond corona zijn ontstaan. Op de website aandachtvoorelkaar.nl worden initiatieven van klein tot groot verzameld. Iedereen kan zijn initiatief via de website aanmelden of zijn persoonlijke verhaal delen. Die verhalen worden vervolgens weer gedeeld via social media en andere kanalen. Zo hebben we aandacht voor elkaars verdriet, teleurstelling en onzekerheid. De vele mooie initiatieven en acties kunnen daarbij een inspiratie vormen om elkaar te helpen om door deze moeilijke periode heen te komen, ook op anderhalve meter afstand. Nu de donkerste dagen van het jaar zijn aangebroken en we in lockdown zijn, is dat extra belangrijk.

Tijdens zijn toespraak op maandag 14 december riep minister-president Rutte ook op om juist nu, binnen alle beperkingen, oog te houden voor mensen die het zwaar hebben: "Aandacht voor elkaar helpt ons door deze ellendige periode heen te komen," zei hij.

In een speciale tv-uitzending besteedde omroep MAX op 17 december aandacht aan mensen die initiatieven ondernemen om wat extra aandacht te hebben voor elkaar en de decembermaand zo voor iedereen wat leuker en aangener te maken. Mensen deelden hun persoonlijke verhaal rondom corona. De uitzending is terug te kijken op NPO Start: [klik hier!](#)

(Bron: Rijksoverheid)

Deel je gezondheid, word stamcelldonor!

Deze week gaat een nieuwe campagne van start: Deel je gezondheid, word stamcelldonor. Een ruime meerderheid van de bevolking – 80%– staat zeer positief tegenover stamcelldonatie, zo blijkt uit recent onderzoek. Toch moeten wij hard werken om elk jaar de benodigde tienduizenden nieuwe donoren te kunnen registreren. Doorgaan met meer voorlichting en directe donorwerving is dus noodzakelijk.

Je deelt alles al, dus waarom ook niet je gezondheid?

Jongeren delen tegenwoordig 'alles'. De nieuwe campagne speelt daarop in: als je zoveel deelt, deel dan ook je

gezondheid. Wie stamcelldonor wordt, verhoogt de kans op een match tussen een patiënt en donor. Een-op-een is die kans heel klein. Maar als er veel donoren staan ingeschreven, dan neemt de overlevingskans voor een patiënt zeer reëel toe. De nieuwe campagne maakt vooral gebruik van social-mediakanalen, waaronder YouTube, Facebook en Instagram. Ook zijn er vanaf volgende week radiospots te horen op diverse zenders.

Stichting Matchis heeft meerdere onderzoeken uit laten voeren over stamcelldonatie. Daaruit blijkt dat de overgrote meerderheid van Nederland (84%) in grote lijnen weet wat stamcelldonatie is. Op het ogenblik beoordeelt 80% van de bevolking stamcelldonatie als zeer positief. Dat is 6% meer dan



vlak voor de Coronacrisis. Het percentage mensen dat zich zeker wil registreren, ligt rond de 20%. De groep die twijfelt en meer informatie nodig heeft, ligt net iets onder de 50%. Daarom is een campagne nodig om de laatst genoemde doelgroep te informeren en te overtuigen om stamcel donor te worden.

(Bron: Stichting Matchis)

Sikkelcelziekte is pijnlijk, weerkijken ook

“Sikkelcelziekte is te pijnlijk om niet te kennen”. Met die slogan begint de informatiecampagne van het Sikkelcelfonds op 15 juni aan zijn tweede ronde. Hoofdrospelers zijn Nijntje en Nina, onafscheidelijke vriendjes. De verkoop van knuffels en een nieuw Nijntje-kinderboek moet geld opleveren voor onderzoek. Want weerkijken van deze akelige kinderziekte is minstens zo pijnlijk als de ziekte zelf, vinden kinderarts Marjon Cossen en Nijntje-uitgever Marja Kerkhof.



In het nieuwe kinderboekje Nijntje en Nina, beste vriendjes, te koop vanaf 15 juni, beleeft het wereldberoemde konijntje mooie avonturen met haar vriendinnetje Nina. Beide zijn bovendien te koop als knuffels. De volledige opbrengst gaat naar het Sikkelcelfonds. Nijntje, het aajibare, internationale kindericoon van Dick Bruna, moet de ziekte op de kaart zetten. “We zitten heel dicht bij een doorbraak die genezing voor meer kinderen en volwassenen mogelijk maakt met minder bijwerkingen”, zegt Marjon Cossen, voorzitter van het Sikkelcelfonds en kinderarts-hematoloog bij

Erasmus MC-Sophia Kinderziekenhuis in Rotterdam. “Dat maakt het des te schrijnender dat er niet genoeg onderzoeksgeld is om nú door te pakken.”

Marjon Cnossen en Stichting het Sikkelfonds, waarvan zij medeoprichter is, voeren de strijd tegen sikkelfondsziekte op. Daarbij weten ze zich gesterkt door een bijzondere vriendschap. Sinds Mercis bv in Amsterdam ontdekte hoe oneerlijk het is dat we in Nederland weg lijken te kijken van de pijn die sikkelfondsziekte bij een groeiend aantal kinderen en volwassenen veroorzaakt, is Nijntje het nieuwe boegbeeld van deze te leveren strijd. Dat is uitzonderlijk, want Mercis bewaakt het erfgoed van geestelijk vader Dick Bruna streng en zegt meestal nee op de vele sponsorverzoeken die jaarlijks binnenkomen.



Ook dit gezamenlijke avontuur begon met de nodige reserves. “Ik ontving een bevlogen brief van Maite Houwing, onderzoekster bij Erasmus MC-Sophia Kinderziekenhuis,” vertelt Marja Kerkhof, directeur van Mercis bv. “Eerlijk gezegd had ook ik nog nooit van sikkelfondsziekte gehoord. Mijn eerste reflex was afwijzend. Nijntje is een kostbaar merk en wij hebben de dure plicht daar behoedzaam mee om te gaan. Toen ik het verhaal nog een keer las besepte ik hoe vreselijk het is dat bijna niemand naar deze patiënten omkijkt. Ik nodigde Maite uit voor een toelichting. Ze kwam, zag en overwon, letterlijk. Ik heb het verhaal aan collega’s voorgelegd. Samen hebben we gezegd: dit is zo onrechtvaardig dat we een uitzondering maken. Dit doen we.”

(Bron en volledig artikel Nationale Zorggids)

Kijk voor meer informatie ook op de site van het Sikkelfonds!

Ook in Nederland codewoord 'masker 19' voor huiselijk geweld

(Bron: NOS)

Slachtoffers van huiselijk geweld kunnen binnenkort ook in Nederland hulp vragen bij apotheken door een codewoord te gebruiken. Net als in onder meer Frankrijk en Spanje wordt de code 'masker 19'.



Foto door Kat Jayne via Pexels

Als mensen bij de apothekersbalie om zo'n masker vragen, is het duidelijk dat ze hulp nodig hebben en brengt de apotheker hen in contact met hulpverleners.

Het ministerie, de hulporganisatie Veilig Thuis en apothekersorganisatie KNMP komen met de code tegemoet aan een wens van hulpverleners. Zij zijn bang dat huiselijk geweld de afgelopen weken is toegenomen nu veel mensen thuiszitten vanwege de coronamaatregelen. Harde cijfers hierover ontbreken.

“Apotheken zijn voor veel mensen een veilige, betrouwbare omgeving. Daarnaast zijn ze laagdrempelig en goed bereikbaar”, zei KNMP-voorzitter Aris Prins in het *NOS Radio 1 Journaal*.

Er is veel vraag naar mondmaskers met allerlei specificaties. Als mensen aan de balie vragen naar ‘masker 19’, dan valt hun hulpvraag voor andere patiënten niet zo op. Slachtoffers van huiselijk geweld zouden daardoor eerder bereid zijn om hulp te vragen.

Het ministerie begon vorig weekend al een voorlichtingscampagne waarin slachtoffers en anderen tips krijgen hoe ze huiselijk geweld het best kunnen melden. Ook hebben hulporganisaties de afgelopen tijd de melddrempel proberen te verlagen, onder meer door chatdiensten aan te bieden.

Gisteravond zijn alle apothekers op de hoogte gesteld van het nieuwe codewoord. “Ik ga ervan uit dat het vandaag al werkt”, zegt de apothekersvoorzitter.

Lees ook: Huiselijk geweld blijft nu vaker verborgen, overheid start campagne