



1. Naam Project/Actie/Product

'Maak van je roze wolk geen rookwolk'

Campagne tijdens de Brandpreventieweken met een focus op jonge ouders, aansluitend op het landelijke thema 'Hé, doe de deur dicht!'.

2. Doel

De 5 oostelijke regio's wilden bij jonge ouders een hoger brandveiligheidsbewustzijn creëren (herkennen van gevaren en weten wat te doen) en de zelfredzaamheid bij brand verbeteren (bijv. het melden van en vluchten bij brand). Juist in de kraamperiode staan ouders open voor informatie over het beschermen van hun pasgeboren kindje. Hierdoor een goede periode om aandacht te besteden aan brandveiligheid.

We wilden met de campagne in beeld komen bij zoveel mogelijk ouders, waardoor brandveiligheid goed op de kaart zou komen te staan.

3. Doelgroep

Primair: Aanstaaende en jonge ouders.

Secundair: de media, gemeenten, burgemeesters



4. Korte omschrijving

Cadeautje voor ouders die aangifte komen doen van de geboorte

In iedere gemeente van onze 5 regio's (in totaal 79 gemeenten), kregen de eerste ouders die in oktober aangifte deden van de geboorte van hun kind, een brandweer-geboortekoffertje. In dit koffertje zat o.a. een rookmelder, een brandweerrompertje of -slabber, een felicitatiekaartje, een badeendje, informatie over brandveiligheid, enzovoorts. Alle andere ouders die in oktober aangifte deden, kregen een geboortetasje. In dit tasje zat een rompertje, een felicitatiekaartje en informatie over brandveiligheid.



De koffertjes werden uitgereikt door de burgemeester van de betreffende gemeente. De tasjes werden bij de publieksbalie van de verschillende gemeenten uitgedeeld.

De uitreiking van de koffertjes zorgde voor veel aandacht binnen de gemeentes, bij de media en andere jonge ouders.

Verder is er tijdens de campagne ook aangesloten bij de landelijke campagne. De landelijke slogan 'Hé, doe de deur dicht!', is namelijk ook bij jonge ouders van toepassing: zij houden vaak de binnendeuren open om hun baby te kunnen horen. De landelijke informatie en folders zijn daarom ook uitgedeeld aan de jonge ouders.

5. Ervaringen/ geleerd?

De campagne is enorm positief ontvangen. De ouders die een koffertje kregen, vonden het heel leuk en bijzonder dat de burgemeester het uit kwam reiken. Media vonden het mooi om er iets mee te doen en ook de burgemeesters waren er erg door gecharmeerd. Dat laatste zag je ook terug in de trotse tweets van de burgemeesters na hun bezoek.

De brandweer vergezelde de burgemeesters steeds, waardoor er ook meteen een controleronde in huis gedaan kon worden. Ouders waren hier ook erg blij mee.

De gemeenten en hun publieksbalies waren bijzonder welwillend om aan de campagne mee te werken.



5. Resultaten

- 512 uitgereikte geboortekoffertjes
- 1720 geboortetasjes
- 2232 gezinnen direct bereikt door middel van de kraamvisites
- Aftrap in Twente met Brandweer Kids Event
- Voorlichting aan kraamverzorgenden van Maartje en samenwerking met Naviva kraamzorg met een breed gedeeld artikel via social media
- 79 gemeenten die hebben meegedaan (16 VRGZ, 11 VRIJsselland, 22 VNOG, 16 VGGM, 14 Brandweer Twente)
- Media: De Gelderlander, Omroep Gelderland, RN7, Brabants Dagblad, De Stentor, [RTVOost](#) radio en televisie, TCTubantia, artikel in [Vett Magazine](#), artikel op [Wij.nl](#) en diverse andere lokale media.
- Enorm bereik op social media, Twitter, Facebook en Instagram (honderden retweets, duizenden likes).

- De bezochte ouders stonden enorm open voor tips en adviezen: tips om bijvoorbeeld de binnendeuren dicht te houden 's nachts, rookmelders op de hangen en je vluchtplan samen te bespreken werden aandachtig beluisterd.
- Een banner die meedraaide op 15 zogenaamde 'mommyblogs'
- Voorlichting in mama-cafés
- Campagne al overgenomen door onder andere Veiligheidsregio Rotterdam-Rijnmond

6. Materialen

(aub gebruikte/gemaakte materialen of foto's mailen)

Fysieke materialen

Centraal in de campagne stonden het *brandweerkoffertje* en de *brandweertasjes*. Hierin zaten folders, een rookmelder, een brandweerrompertje of -slabber, een felicitatiekaartje, een badeendje, enzovoorts.

De aftrap was in Twente met het succesvolle Brandweer Kids Event.

Er zijn *posters* opgehangen bij alle consultatiebureaus in de 79 gemeenten

Aan het eind van de Brandpreventieweken is in Gelderland-Zuid nog een *poster* verstuurd naar alle gemeenten uit de regio om hen te bedanken voor de medewerking.

Online/digitale materialen

Daarnaast hebben alle 5 de regio's een *Facebook-actie* opgezet waarmee een *rompertje* gewonnen kon worden, hebben we via *Twitter*, *Instagram* en *Facebook* met grote regelmaat tweets geplaatst in het kader van de Brandpreventieweken (met focus op jonge ouders).

Er zijn veel *foto's* gemaakt die via verschillende kanalen verspreid zijn (*media*, *social media*, *intern*).

Ook is er een *film* gemaakt over de activiteiten die we met de 5 regio's hebben ondernomen. Die film is terug te zien op: <https://www.youtube.com/watch?v=35XH4ie-jnY&t=2s>.

Via WeTransfer sturen we het *beeldmateriaal* toe en per post ontvangt u ook nog eea aan campagnemateriaal.

7. Organisatiennaam/namen indieners

Oost 5, een samenwerking tussen Veiligheidsregio Twente, Veiligheidsregio IJsselland, Veiligheidsregio Noord- en Oost-Gelderland, Veiligheids- en gezondheidsregio Gelderland-Midden en Veiligheidsregio Gelderland-Zuid.

Contactpersoon:

Annemarie Koop, communicatieadviseur Veiligheidsregio Gelderland-Zuid
annemarie.koop@vrgz.nl / 06-45468751.