**Artikels op maat van volwassenen en ouderen**

****

**Thema: Vaccinatie**

**Achtergrondinformatie**

**Artikels**

**Titel: #IKREDLEVENS**

*De Vlaamse overheid kondigde zonet haar nieuwe #IKREDLEVENScampagne aan. De huidige situatie vraagt om burgerzin en iedereen moet zijn verantwoordelijkheid nemen om de verdere verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. De campagne wil met drie belangrijke ‘checks’ mensen aanzetten om goede gewoontes aan te nemen en vol te houden. Voor de campagne werkt de overheid nauw samen met de Vlaamse mediasector.*

Tijdens de coronacrisis kan iedereen het verschil maken. Door de richtlijnen strikt op te volgen en door simpelweg thuis te blijven. Zo zorgen we er samen voor dat ook in deze moeilijke tijden iedereen zijn verantwoordelijkheid blijft nemen. Om de bevolking elke dag aan de richtlijnen te herinneren en te motiveren om ze correct op te volgen, lanceert de Vlaamse overheid een nieuwe campagne: #IKREDLEVENS. In overleg met het nationale crisiscentrum benadrukt de campagne drie belangrijke regels:

* Ik blijf thuis en was regelmatig mijn handen.
* Ik hou met ouderen alleen digitaal of telefonisch contact.
* Ik hou 1,5 meter afstand als ik echt buiten moet zijn.

De Vlaamse overheid krijgt voor deze campagne de steun van alle Vlaamse mediapartners en zal de boodschap breed verspreiden via televisie, radio, magazines, kranten en online. Vlaams minister-president Jan Jambon licht toe:

*“In tijden van crisis is correcte informatie essentieel, de media spelen daarin een centrale rol. Als Vlaamse overheid roepen we de komende dagen, weken en maanden op tot burgerzin. Iedereen heeft een verantwoordelijkheid: als iedereen de richtlijnen strikt en correct naleeft, kunnen we samen deze crisis het hoofd bieden en kunnen we het coronavirus verslaan. Die boodschap willen we als Vlaamse overheid, transparant en in nauwe samenwerking met het crisiscentrum, de komende dagen tot bij elke Vlaming, jong en oud, krijgen. Iedereen kan vandaag levens redden. De boodschap is duidelijk: doe de 'check - check - check'. We zien onze kwaliteitsvolle Vlaamse media hierin als echte partners.”*

Daarnaast zullen ook Bekende Vlamingen en influencers mensen aanmoedigen om vaak de handen te wassen, fysiek contact met ouderen te vermijden en een afstand van 1,5 meter te houden als iemand echt buiten moet zijn. De gezichten van de campagne zijn Elodie Ouedraogo, Dieter Coppens en An Lemmens. Zij moedigen iedereen aan om de ‘check - check - check’ te doen. Want alleen als iedereen de drie regels volgt, kan de verspreiding van het coronavirus ingeperkt worden.

Het doel van de campagne is tot slot niet alleen om mensen op te roepen tot verantwoord gedrag, maar ook om de Vlaamse media extra steun te geven. Benjamin Dalle, Vlaams minister van Media:

*“Onze journalisten en media staan vandaag mee in de frontlinie van de oorlog tegen het coronavirus. Ze brengen de klok rond kwaliteitsvolle duiding en nieuws over de verspreiding van het virus. Daarnaast hebben tal van zenders, kranten en magazines hun programmatie omgegooid om mee een stem te geven aan de vele initiatieven in Vlaanderen en Brussel of om vragen van kijkers en lezers te beantwoorden. Krantensites halen informatieve stukken van achter de betaalmuur en stellen ze beschikbaar voor iedereen, televisiezenders stellen extra reeksen en programma’s open voor alle kijkers. Toch hebben ze het financieel ook moeilijk, ook zij worden geconfronteerd met zieken en geannuleerde reclamecampagnes. Met deze investering willen we hen ook financieel een duwtje geven. We moeten in deze crisis niet alleen lokaal kopen, maar ook lokaal adverteren.”*

*Deze campagne start op 26 maart.*

*Meer informatie op*[*www.info-coronavirus.be(opent in nieuw venster)*](https://www.info-coronavirus.be/nl/)*of bel 0800 14 689.*

**Bron**: Vlaamse Overheid

Afbeelding(en)

Afbeelding met teken

Automatisch gegenereerde beschrijving

