

Houd (afstand) van elkaar

24-03-2020 10:45



Om de overheid te ondersteunen in de cruciale oproep tot *social distancing* verspreiden media, merken en vooraanstaande Nederlanders massaal dezelfde boodschap: Houd afstand van elkaar / Houd afstand van elkaar.

Vrijdagmiddag verscheen de tekst op de digitale schermen van JCDecaux en Ocean Media, eerst in Amsterdam en later in heel Nederland. Niet veel later volgden tientallen grote en kleinere merken het voorbeeld op hun socialmediakanalen.

Onder andere Albert Heijn, De Staatsloterij, Heineken en de KNVB plaatsen in hun eigen huisstijl dezelfde boodschap. Ook kanalen als The Best Social Media en Voetbal International sloten zich aan bij het statement, maar ook vele bekende en vooraanstaande Nederlanders, onder wie Dennis Storm, Gerard Joling, Jennifer Hoffman, Lieke van Lexmond en Femke Halsema.

Het idee voor het statement ontstond bij het Amsterdamse creatieve bureau Boomerang Agency. Door de kracht en het bereik van merken en media in te zetten hopen ze dat heel Nederland gaat inzien dat afstand houden cruciaal is bij de bescherming van kwetsbare groepen. "In deze roerige tijden moeten we er meer dan ooit voor elkaar zijn. Voor de ouderen en ook voor onze landgenoten in vitale beroepen. Door fysiek wat meer afstand van elkaar te houden, redden we mensenlevens.

Sluit je aan bij deze boodschap en houd afstand, luidt de begeleidende tekst. De toevoeging van de hashtag **#zorgvoorelkaar**, een bemoedigende kreet die veelvuldig opduikt op social media ten tijde van het coronavirus, helpt ook bij de verspreiding. Afgelopen weekend bleek eens te meer dat lang niet iedereen de noodzaak voelt afstand te houden en dus is het van groot belang dat de boodschap breed uitgedragen wordt, de kracht van herhaling.

Bedrijven en merken kunnen hun huisstijl en logo delen met de agency, waarna de assets kosteloos worden opgemaakt. De meer dan 300 digital out of home-schermen blijven de komende week de boodschap uitzenden.

Frank Veerkamp