*Opvallende campagne Think-Pink roept hulp in van mannen*

*De nieuwe borstkankercampagne van Think-Pink wil mannen bewuster maken van borstkanker bij hun vrouwen.*

De nieuwe borstkankercampagne van Think-Pink wil mannen bewuster maken van borstkanker bij hun vrouwen. “Dat mannen van borsten houden, is een huizenhoog cliché, maar mannen zijn zich vaak te weinig bewust van borstkanker als ziekte. Bovendien hebben ze een bijzondere invloed op hun partner en kunnen ze hen overtuigen om zich tijdig te laten controleren. Toch werden mannen tot nu toe nooit echt betrokken bij sensibiliseringscampagnes rond borstkanker. Daar wil Think-Pink nu voor het eerst verandering in brengen” zegt Heidi Vansevenant, voorzitter van Think-Pink.

“Elke dag sterven gemiddeld 7 vrouwen aan borstkanker in ons land en daar kunnen een aantal van vermeden worden door gerichte controles en meer borstbewustzijn. Hoe vroeger borstkanker wordt opgemerkt, hoe beter de genezingskansen. Mannen hebben daar ook een verantwoordelijkheid in en kunnen helpen om hun vrouwen te overtuigen om zich bewust te zijn van de ziekte.”

Vanaf heden loopt een tv- en radiospot die zich op een aparte wijze richt tot mannen. “Het is een campagne voor vrouwen geworden, maar van mannen en door mannen, met een luchtige en humoristische toon. Optimisme en zin in het leven zijn volgens ons belangrijke wapens in de strijd tegen de ziekte en al zeker in het genezingsproces. Voor de beelden van de tv-spot werd een beroep gedaan op het geoefende oog van een aantal bekende mannelijke fotografen, die zich maar al te graag achter dit goede doel wilden scharen” aldus Elodie Pagaud van reclamebureau Leo Burnett. De campagne is het resultaat van de Fairtime Award van Medialaan, die Think-Pink recent won voor zowel radio als tv.

Link radiospot <https://vimeo.com/169514987>

Link tvspot <https://vimeo.com/169514233>

Meer info: Febe Vandamme – 0479 76 36 00