

In het spotje van de ALS Liga verdrinkt een kind in een zwembad, terwijl een man in een rolstoel machteloos toekijkt.

Té hard voor op tv

VRT beslist om "choquerend" spotje van ALS Liga niet uit te zenden

Te choquerend. De campagne die de ALS Liga maakte ter gelegenheid van Wereld ALS-dag vandaag, zal daarom niet uitgezonden worden door de VRT. "Heel zelden dat we zo'n drastische beslissing nemen, maar dit konden we niet op onze kijkers loslaten", klinkt het. De ALS Liga begrijpt de beslissing niet. "Dit is de realiteit." *NINA BERNAERTS EN HANNE DE BELIE*

Een kind in een zwembad, duidelijk in nood. Het slaagt er maar niet in om zichzelf boven water te houden. Een man kijkt toe langs de kant, maar grijpt niet in. De jongen spartelt, gaat kopje-onder en verdrinkt. Dan pas wordt duidelijk waarom de man niet kan helpen: hij is ALS-patiënt, zit in een rolstoel. De boodschap: meer geld voor onderzoek naar ALS.

Naar aanleiding van Wereld ALS-dag vandaag wilde de ALS Liga het filmpje deze week op het grote publiek loslaten. Maar dat was buiten de VRT gerekend, die weigert om het spotje uit te zenden. "Het gebeurt heel zelden dat we zo'n beslissing nemen", zegt VRT-woordvoerder Hans Van Goethem. "Maar dit spotje vonden we te choquerend om los te laten op nietsvermoedende kijkers. Het zou uitgezonden worden

in de gratis zendtijd die wij aan goede doelen en verenigingen beschikbaar stellen, en zo in volle primetime de huiskamers binnenkomen. Dat kunnen we niet doen zonder omkadering."

Ook communicatie-expert en reclamemaker Marc Fauconnier vindt de spot té hard. "Ik kan tegen een stootje maar dit is zo choquerend dat je er niets mee bereikt. Mensen die de spot bekijken, blijven zitten met een slecht gevoel. En dan is er geen *call-to-action*, in dit geval geld storten. Er zijn genoeg studies gedaan rond bloederige verkeerscampagnes en ook die bleken geen effect te hebben. Als je iets constructiefs wil bereiken zoals een gedragsverandering of geld inzamelen, moet je de mensen net een positief gevoel geven."

Reclamebureau Publicis

One begrijpt de commotie niet. Het bureau maakt ieder jaar een campagne voor de ALS Liga, en won daar vorig jaar zelfs nog prijzen mee. "We zijn geschrokken van de reactie", zegt creatief directeur Kwint De Meyer. "Het was niet de bedoeling om te choqueren. We wilden net overbrengen hoe het voelt om gevangen te zitten in je lichaam. Er waren nog andere scenario's uitgewerkt, waaronder een brand die begon in de hoek van de kamer terwijl de ALS-patiënt moest toekijken. Uiteindelijk zijn we voor deze scène gegaan, de grootste machteloosheid. Dat is wat we wilden overbrengen."

Ook de ALS Liga blijft achter de campagne staan. "De VRT heeft het recht niet om te beslissen of iets te hard is als het de realiteit is. Omdat wij iedereen willen laten zien hoe groot de impact van ALS is, doen wij er alles aan om de spot toch bij het grote publiek te krijgen", zegt Evy Reviërs, CEO van de Liga.

Gevoel van onmacht

De campagne werd ook afgetoetst bij ALS-patiënten zelf. "Van hen hoorden we vooral dat het bijzonder dicht bij de waarheid ligt, dat zij zich inderdaad zo voelen", zegt Reviërs.

Erwin Coppejans (44) uit Sint-Truiden beaamt. Hij is de man die machteloos moet toekijken aan de kant van het



HEIDI STIPPELMANS
ECHTGENOTE VAN ALS-PATIËNT ERWIN

"Gelukkig zorgt de weigering van de VRT ervoor dat mensen de spot massaal delen op de sociale media"

zwembad. De man lijdt sinds 2007 aan ALS. Zijn vrouw en hijzelf vinden het dan ook spijtig dat de spot niet getoond wordt. "Voor ons is dat

filmpje alledaagse realiteit: dat is de angst waarmee Erwin elke dag geconfronteerd wordt", zegt zijn vrouw Heidi. "Dat is de onmacht die hij voortdurend voelt bij onze eigen kinderen. Dat is ook de reden waarom hij gestopt is met zijn job als LO-leerkracht. Hij wilde het risico niet nemen dat een van zijn leerlingen zou verdrinken en dat hij niets meer kon doen."

"De dokters gaven hem drie jaar, het zijn er al twaalf geworden. Zijn lichaam valt volledig uit, maar zijn geest blijft werken. Communiceren met de buitenwereld is heel moeilijk geworden, zelfs met spraakcomputer", zegt Heidi. "Erwin is mentaal heel sterk, hij kan dit naast zich neerleggen, maar voor andere patiënten is het weer maar eens het signaal dat ze in de steek gelaten worden. Gelukkig zorgt de weigering van de VRT ervoor dat mensen de spot massaal aan het delen zijn op de sociale media, waardoor we nog meer volk kunnen bereiken."

En dat is ook goed nieuws voor de Liga, die met de campagne geld hoopt in te zamelen voor meer onderzoek naar de ziekte. "Dat is de essentie", zegt Evy Reviërs. "Er zijn veelbelovende klinische proeven bezig en er zijn middelen nodig om die gaande te houden."