

## Persbericht

# Campagne 'Lekker bezig Leiden' bedankt jonge mensen voor hun inzet

## *Gemaakt voor en door Leidse jongeren*

Leiden, 19 december 2020 – **Na de persconferentie van afgelopen maandag, waarin een zware lockdown is afgekondigd tot tenminste 19 januari 2021, is de roep om de coronamaatregelen na te leven alleen maar groter geworden. De afgelopen maanden kwamen jongeren vaak negatief in het nieuws omdat een deel zich niet aan de coronaregels hield. In de jongerencampagne 'Lekker Bezig Leiden' worden jonge mensen van 15 tot 34 jaar juist bedankt voor de dingen die wél goed gaan. Een positieve boodschap, met een beetje humor en echte Leidse modellen.**

### **Positieve boodschap**

Het lijkt misschien gek om mensen te bedanken voor hun goede gedrag, terwijl het aantal besmettingen maar blijft stijgen. Maar wanneer je mensen wil motiveren bepaald gedrag te vertonen, is het verstandig dat gewenste gedrag voorop te zetten. "Bovendien willen jongeren zich ook gewoon gehoord voelen", zegt Mincke Pijpers van Leiden Marketing. "We kunnen allemaal wel hard roepen dat ze zich gewoon aan de regels moeten houden. Maar jonge mensen zitten écht in een lastige positie. Online lessen, minder contact, geen kroegen, feestjes of festivals. Ik geef het ze te doen."

### **Jongeren in de hoofdrol**

De campagne is tot stand gekomen in samenspraak met jongeren, van diverse leeftijden en opleidingen. Een campagne voor, maar dus zeker ook door jongeren. Zo stonden verschillende jonge Leidenaren model voor de 3D-beeldjes in de stad. De zogenaamde 'goede voorbeeldjes', waarmee op een ludieke manier wordt verteld wat een jongeren op die specifieke plek heeft gedaan: van een mondkapje opdoen en 1,5 meter afstand houden, tot skaten in je eentje of even niet komen sporten.

Daarnaast spelen vijf jonge Leidenaren de hoofdrol in de campagne. Hun beelden zullen niet alleen in de stad te zien, maar ook op Snapchat, Instagram, Whatsapp en Facebook. Zodra de onderwijsinstellingen weer opengaan wordt ook daar de campagne onder de aandacht gebracht met onder meer schoolboards.

### **Hoe lekker ben jij bezig?**

Na de start van de campagne is het aan jonge mensen zelf om te laten zien hoe lekker zij bezig zijn. Zo kunnen ze wellicht anderen nomineren als goed 'voorbeeldje' of hun eigen bedankje laten uitwerken in campagnemateriaal. Op de campagnesite [lekkerbezigleiden.nl](https://lekkerbezigleiden.nl) komen de initiatieven te staan van jongeren die lekker bezig zijn. Daarnaast kunnen ze via deze site stickers downloaden die ze in hun eigen communicatie kunnen gebruiken.

"Uiteindelijk zijn het vooral de jongeren zelf die de boodschap moeten gaan uitdragen, en elkaar kunnen helpen en inspireren", aldus Pijpers.

## **Perspectief met De Leidse Burcht**

Als onderdeel van de jongerencampagne is vanavond het digitale platform [www.deleidseburcht.nl](http://www.deleidseburcht.nl) officieel geopend. Het platform biedt perspectief aan jongeren en is de ontmoetingsplek om met elkaar op een veilige manier activiteiten te ondernemen. Of het nu gaat om gamen, pubquizen, kookworkshops, escaperooms, lezingen, ontmoetingen of een gaaf concert. Het kan allemaal op De Leidse Burcht. Het initiatief trok al de aandacht van staatsecretaris Blokhuis die afgelopen donderdag op online werkbezoek kwam en met jongeren sprak over het platform.

Meer weten over 'Lekker Bezig Leiden'? Ga naar [www.lekkerbezigleiden.nl](http://www.lekkerbezigleiden.nl) voor meer informatie.

---

Noot voor de redactie (niet voor publicatie): voor meer informatie neem je contact op met Mincke Pijpers van Leiden Marketing via [mincke@leidenmarketing.nl](mailto:mincke@leidenmarketing.nl) of telefonisch via 06-55171744.

Lekker Bezig Leiden is een initiatief van de Gemeente Leiden i.s.m. Leiden Marketing. De campagne is tot stand gekomen met medewerking van grafisch ontwerp bureau Studio Kordaat en GH+O communicatie.

Het platform [www.deleidseburcht.nl](http://www.deleidseburcht.nl) is een initiatief van creatiefabriek Doorgedraaid i.s.m. Little Red Flame, Beeldr en i.s.m. de gemeente Leiden, Leiden Marketing, Centrummanagement Leiden en Cultuurfonds Leiden.