Menzis start social first campagne over het eerlijke verhaal van moederschap

Ruim vier op de tien moeders met jonge kinderen voelen geen ruimte om te vertellen over hoe het écht gaat, blijkt uit onderzoek in opdracht van Menzis. In een nieuwe campagne, gemaakt door N=5, opent de zorgverzekeraar het eerlijke gesprek.



Menzis lanceert een content campagne over vrouwengezondheid. Met de social-first serie The Show Must Go On zet de zorgverzekeraar de fysieke en mentale gezondheid van moeders op de agenda. Verdiepende content met diverse moeders, experts en influencers geeft de serie extra diepgang.

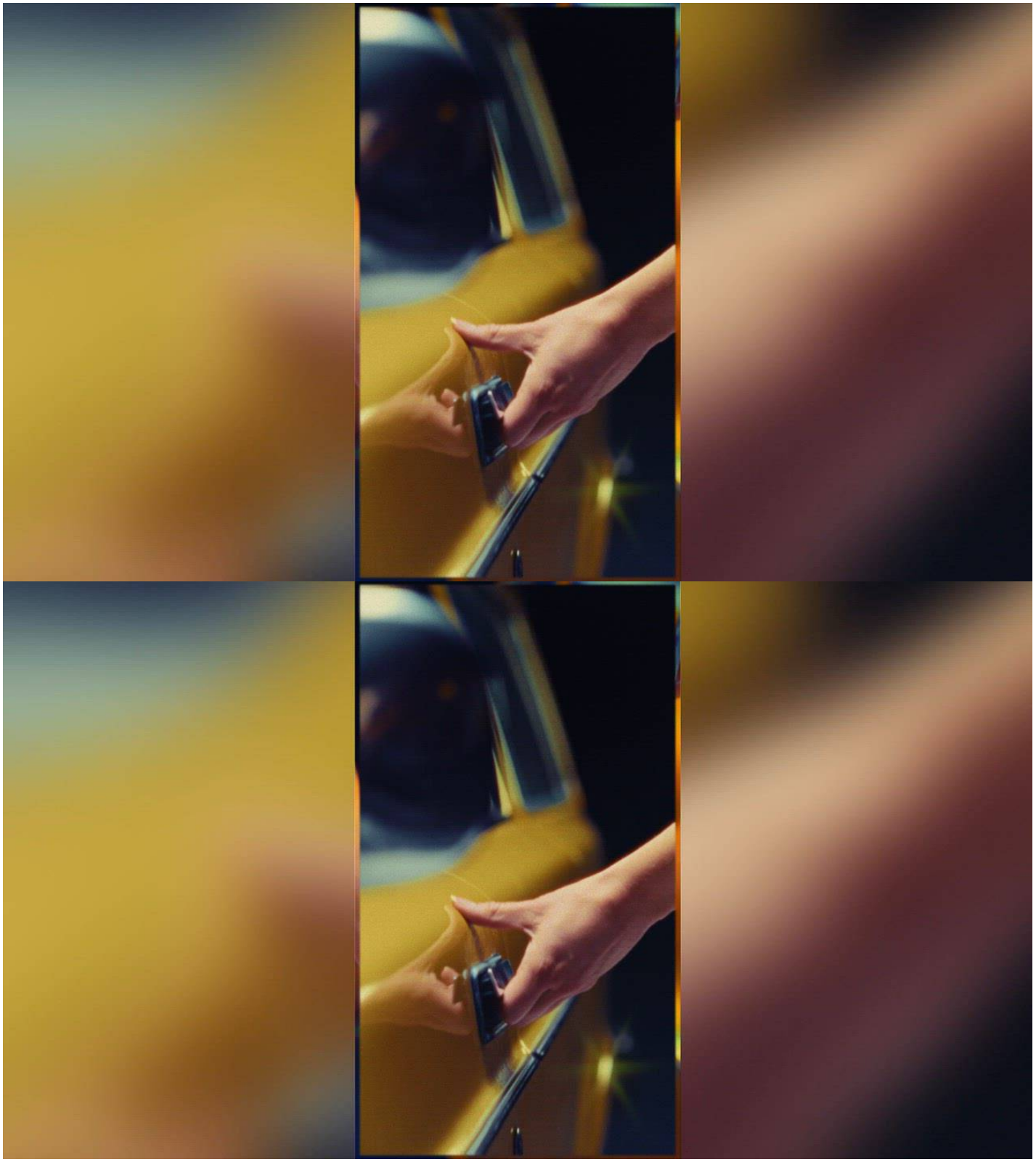
De campagne is onderdeel van Uit Balans, de serie die Menzis vorig jaar lanceerde over hormonen.

Wat er achter moederschap speelt

Veel moeders herkennen in de eerste jaren het gevoel dat ze een rol moeten spelen: de verwachtingen vanuit hun omgeving, de maatschappij en op social media zijn hoog én tegenstrijdig. De social first serie The Show Must Go On maakt ruimte voor de verhalen die te

weinig worden verteld. De afleveringen zijn gebaseerd op interviews en onderzoek onder een grote groep moeders.

Anne Stokvis, creative partner bij N=5: *“De druk om de perfecte show op te voeren is voor veel moeders herkenbaar. Wij vertaalden die ervaring naar vertical theatre: de dramaturgie van het theater, gemaakt voor het verticale scherm. Doordat makers, gezondheidsexperts en moeders het samen maakten, ontstond er iets waarachtigs. De serie is een spiegel, want die druk is geen vrouwenprobleem, maar een maatschappelijk probleem. Herkenning is de eerste stap naar een gesprek daarover.”*



Onderzoek bevestigt urgentie

Uit de peiling Uit Balans: Moederschap, die How About Mom in opdracht van Menzis hield onder 1.007 moeders met kinderen tot en met 6 jaar, blijkt hoe wijdverbreid het onderwerp is. 9 op de 10 moeders verzwijgt weleens hoe het écht met haar gaat. Bij ruim 4 op de 10 is dat geen uitzondering: zij durven regelmatig tot vaak niet te vertellen hoe het écht gaat. Een

ruime meerderheid heeft bovendien schaamte gevoeld over de eigen gedachten of gevoelens.

Vrouwengezondheid is een vast aandachtsgebied voor Menzis. Met The Show Must Go On, onderdeel van de serie Uit Balans, richt de zorgverzekeraar de blik op moeders: *“In The Show Must Go On brengen we de ongefilterde ervaringen van moeders in beeld,”* vertelt Carolien Bos, Directeur Klant en Markt bij Menzis. *“We hebben moeders gevraagd hun verhaal te delen, zodat anderen zich hierin kunnen herkennen en gesteund voelen. Hiermee maken we de gevoelens bespreekbaar, willen we sociale steun versterken en de drempel verlagen voor moeders om te delen hoe het écht gaat.”*

The Show Must Go On wordt vanaf 23 november gelanceerd op social. De eerste drie afleveringen kun je hier *bekijken. De komende weken wordt de serie verder uitgerold. Daarnaast is expert content te vinden op het platform van How About Mom. De interviews, columns en testimonials van ervaringsdeskundigen verschijnen op Libelle, Flair en LINDA en staan op* menzis.nl/uit-balans.



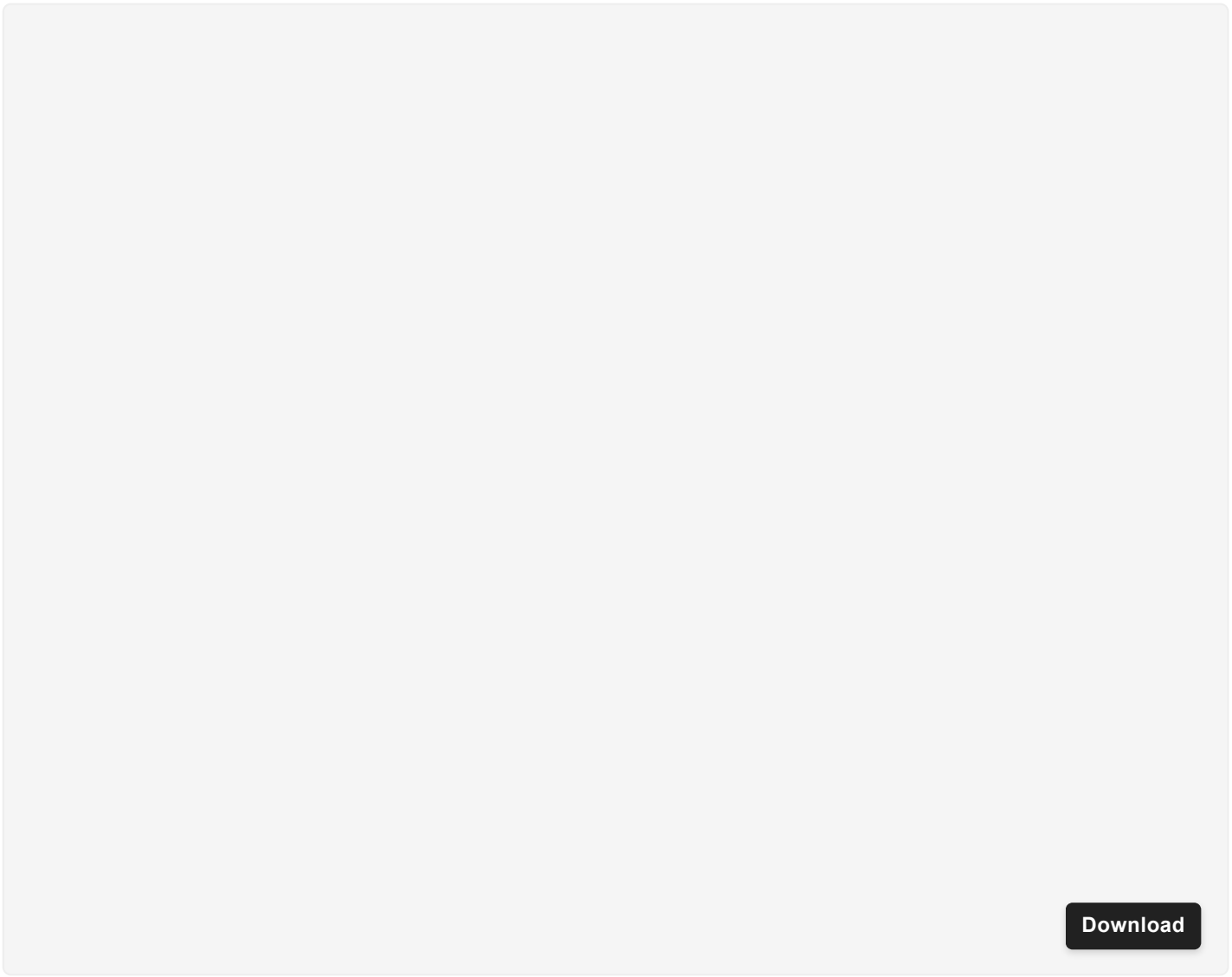




Einde persbericht

Extra beeldmateriaal vind je hier

Vimeo link trailer vind je hier



Credits

Menzis: Maurice van Dijk, Esmée Weering, Marije Hovenkamp, Stanley Alards

Bureau: N=5

Creatie: Anne Stokvis, Loïs Weeber, Carsten van Berkel,

Design: Cassie Ng, Dominique Mathijs, Wout Jongejans

Strategie: Thomas Rosenkamp

Account: Tamara Saelman, Anouk Huizer, Anouk van Alfen

Agency producers: Tisha Hoppenbrouwers, Anna Bosscher

Productiemaatschappij: Since ‘88

Regie: Naomi Brusselman

Scenario: Ada Ozdogan

DOP: Boas van Milligen Bielke

VFX en Online: Tom Gera en Lise Prud’homme

Editor: Stan Vriend

Muziek: Rachel Tauwnaar

Grading: Gary GradeSound: Klevr

Mediabureau: StudioM (A WPP Media Brand), Mindshare

Interviews: Fen Verstappen

Community casting & onderzoek: How About Mom

PR: HAGENS

Contactgegevens

Monique Bergers
Managing Director
monique.bergers@nis5.nl
+31613363257

Kopieer link

https://nis5.pr.co/275212-menzis-start-social-first-campagne-over-het-eerlijke-verhaal-van-moederschap/