

JAARVERSLAG

**20
22**



VOORWOORD

50 tinten roze

Het roze lintje is hét symbool in de strijd tegen borstkanker. Roze associëren we met hoop, mededogen en zachtheid. Met de vzw Pink Ribbon willen we die woorden concreet maken. Op de agenda van 2022 stonden weer talrijke hoopgevende en ondersteunende initiatieven en hartverwarmende acties. Zo konden de trouwe wandelaars van de Roze Mars in mei elkaar écht ontmoeten in Brussel ter gelegenheid van de opening van de Annie Cordy-tunnel én lieten we dit jaar het lintje ontwerpen door (ex-) borstkankerpatiënten die hun verhalen met ons wilden delen. Op het Pink Monday-congres brachten we expertise, ervaring en politieke inzichten samen.

In 2022 stelden we ons ook de volgende vraag: hoe blijven we in onze dagelijkse strijd tegen borstkanker de juiste toon aanslaan, oftewel, hoe roze kleurt het lintje van Pink Ribbon?

De diagnose van borstkanker krijgen komt immers voor duizenden vrouwen en ook steeds meer mannen snoeihard aan. Er volgt een rollercoaster aan emoties. Angst om je vrouwelijkheid te verliezen, onzekerheid over de toekomst, onduidelijkheid over hoe het verder moet. Werk en privé worden serieus uit balans gebracht. Wie beter dan (ex-)patiënten kunnen hierover meepraten? We vroegen hen om het lintje van 2022 te ontwerpen en lazen bijna honderd persoonlijke en eerlijke verhalen. Het resultaat was een warme ontmoeting op de persconferentie en een prachtig lintje waarachter deze vele pakkende ervaringen schuilden. Taboes werden niet geschuwd, we toonden op ons lintje als het ware de naakte waarheid met de oproep: durf te kijken naar je borsten!

Durven kijken is één zaak, goed en correct geïnformeerd zijn een andere. Daarom richtte Pink Ribbon in 2022 met de steun van het Pink Ribbon Fonds, het Kenniscentrum Borstkanker op onder leiding van dr. Marleen Finoulst die aangesteld werd als medisch hoofdredacteur. Zij zet zich dagelijks in om correcte informatie te brengen over borstkanker op een toegankelijke manier, zonder de nuances te verliezen.

Borstbewustzijn verder ontwikkelen was één van onze prioriteiten van het afgelopen jaar. We ontwikkelden een succesvolle online tool, de Mammoquiz, die eenieder in staat stelt zich goed te informeren, maar vooral de juiste acties te ondernemen.

Daarnaast kunnen we tevreden terugblikken op een succesvol magazine, de organisatie van de Roze Mars in de maanden mei en oktober, een interessante maandelijkse nieuwsbrief, een goedgevulde website, kortom, team Pink Ribbon heeft het beste van zichzelf gegeven.

Er gaat een grote dank uit naar de vele ambassadeurs van Pink Ribbon, of het nu individuen zijn of bedrijven of institutionele partners. Zij wandelen, doneren haar, verschaffen ons expertise en steunen ons financieel. Dankzij hun steun konden wij al die mooie acties op touw zetten waarover u meer kan lezen in dit jaarverslag.

Hilde Debackere

Hilde Debackere
gedelegeerd bestuurder
Pink Ribbon vzw

1 Maak kennis met Pink Ribbon

Missie en visie

Pink Ribbon heeft als missie borstkanker en haar gevolgen te verminderen. Enerzijds door preventie en tijdige opsporing aan te moedigen. Anderzijds door te werken aan de verbetering van de levenskwaliteit van personen en hun omgeving die geconfronteerd worden met deze ziekte, zowel tijdens als na de behandeling.

Doelstellingen

De doelstellingen zijn driedelig.

In eerste instantie wil Pink Ribbon de zichtbaarheid en de kennis rond borstkanker vergroten.

Daarnaast wil het de dialoog bevorderen, angstgevoelens en gevoelens van eenzaamheid verminderen en taboes doorbreken door bepaald gedrag en attitudes aan te moedigen.

Tot slot wil Pink Ribbon concrete projecten ondersteunen die het welzijn en de levenskwaliteit van vrouwen en mannen die geconfronteerd worden met borstkanker, verbeteren, alsook aandacht schenken aan hun omgeving.

Doelgroep

Pink Ribbon richt zich tot alle personen die met borstkanker te maken kunnen hebben: patiënten en ex-patiënten, hun naaste omgeving, zorgverleners en zoveel mogelijk vrouwen en mannen.

Waarden

Diepgang

In tijden van fake news, van dokter google, van complottheorieën is het meer dan ooit belangrijk om correcte informatie te verspreiden in een taal die voor iedereen toegankelijk is.

Diversiteit

Iedereen kan borstkanker krijgen, elk lichaam is anders, elke situatie is anders, elke diagnose is uniek. Borstkanker discrimineert niet. Dat willen we meer en beter in de verf zetten.

Authenticiteit

Door de borstkankerpatiënten meer te betrekken bij wat we doen kunnen we nog veel directer inspelen op de noden en op wat er echt leeft.

Positionering

Om haar doelen te bereiken, positioneert Pink Ribbon zich als een organisatie die:

- › op nationaal niveau actief is;
- › zich voor 100% op de bestrijding van borstkanker richt;
- › op 3 fronten werkt: communicatie, sensibilisering in verband met preventie en opsporing, ondersteuning van patiënten;
- › deze strijd op een serieuze, professionele, humane, vriendelijke, waardige en waarachtige wijze voert, zowel in haar benadering van de ziekte als in al haar daden;
- › dit doet door bewustwording te creëren, op te roepen tot actie en projecten te financieren, met als doel de kwaliteit van de zorg en het leven van de (ex-)borstkankerpatiënt te verbeteren.

De communicatie van Pink Ribbon richt zich tot het grote publiek op het vlak van preventie en opsporing, en tot patiënten en hun omgeving voor wat concrete ondersteuning betreft. Om dat te realiseren, tracht Pink Ribbon een evenwicht tot stand te brengen tussen het streven naar zichtbaarheid, het creëren van een zo groot mogelijke impact en het brengen van relevante boodschappen. Pink Ribbon neemt weloverwogen standpunten in, gebaseerd op wetenschappelijke inzichten en het advies van medici. De inhoud van de boodschappen die Pink Ribbon uitdraagt, richt zich tot iedereen en behandelt een zo groot mogelijk aantal facetten van de strijd tegen borstkanker. Pink Ribbon verwijst regelmatig naar betrouwbare wetenschappelijke en medische bronnen.

De fondsenwerving gebeurt enerzijds via donaties van en partnerships met bedrijven, anderzijds via private donaties en acties of door de verkoop van Pink Ribbon-producten aan het grote publiek.

De verworven fondsen worden door Pink Ribbon zowel aangewend voor de financiering van communicatieprojecten en de ondersteuning van patiënten, als voor het steunen van (onderzoeks)projecten via het Pink Ribbon Fonds. Om een zo groot mogelijke transparantie en professionalisme te bewaren, verloopt het beheer van deze fondsen in samenwerking met de Koning Boudewijnstichting. Deze staat daarbij garant voor het correct beheer van de fondsen en de juiste begeleiding bij de keuze van projecten waaraan de verzamelde fondsen worden toegekend.

OORSPRONG EN HISTORIEK

van Pink Ribbon

In 1992, in een periode waar duizenden vrouwen overleden aan borstkanker, maar er amper over gesproken werd, lanceerde Evelyn Lauder, schoondochter van Estée Lauder, de eerste Breast Cancer Awareness-campagne.

Overtuigd van het belang van communicatie in de strijd tegen de ziekte, zette zij zich onvermoeibaar in voor Pink Ribbon-campagnes die het brede publiek sensibiliseerden, aandacht vroegen voor borstkanker en fondsen verzamelden voor fundamenteel wetenschappelijk onderzoek naar borstkanker. Evelyn Lauder overleed helaas in november 2011, maar dankzij het roze lintje blijft haar initiatief voortleven.

Pink Ribbon kreeg in België vorm in 2006 als mediaproject van Sanoma Belgium. Elk jaar publiceerde men het jaarlijkse Pink Ribbon-magazine. Daarnaast werden de website www.pink-ribbon.be en de fondsenwerving ten bate van het Pink Ribbon Fonds opgestart.

Vanaf 2014 werd de vzw Pink Ribbon in ons land operationeel. Zij draagt sindsdien de volledige verantwoordelijkheid voor de activiteiten van Pink Ribbon in ons land.

In 2014 richtte de vzw zich voornamelijk op de oprichting van de vzw zelf, de verderzetting van het Pink Ribbon-magazine in eigen beheer en het op punt stellen van een nieuwe structuur met als dubbel doel:

- › het ontlasten van de Raad van Bestuur wat operationele taken betreft, zodat deze zich op de controle en aansturing van de werking kan focussen;
- › het verschaffen van de nodige instrumenten en organisatie voor een snelle ontwikkeling.

Om aan de bovenvermelde doelstellingen te beantwoorden, werd tot een samenwerking besloten met de nv youEngine (toen cvba youAntwerp), een agentschap onder leiding van Mevr. Bettina Geysen, dat verantwoordelijk is voor de uitvoering van alle operationele opdrachten, onder controle van de onafhankelijke Raad van Bestuur. Het gaat hierbij zowel om nationale en lokale communicatiecampagnes met het oog op de bevordering van preventie, opsporing en steun aan borstkankerpatiënten, als over de fondsenwerving via merchandising en partnerships, het ontwikkelen van acties gericht op het grote publiek, en de commercialisering van producten (zoals het intussen bekende lintje) onder het merk Pink Ribbon.

2014

2015

Deze nieuwe aanpak wierp meteen haar vruchten af met de organisatie van een eerste nationale campagne om de Internationale Borstkankermaand oktober in de kijker te zetten:

- › 35 bedrijfspartners steunden de strijd van Pink Ribbon.
- › 104.692 lintjes werden verkocht.
- › Het Pink Ribbon-magazine werd maximaal verspreid door Sanoma, die een uitgebreide communicatiecampagne voerde.
- › Een originele aanpak op radio (op Joe FM enerzijds en de radio's van de RTL Group anderzijds), waarbij Pink Ribbon laureaat van de Medialaan Fairtime Award werd.

2016

De relevantie van de nieuwe aanpak werd bevestigd in 2016 met nog sterkere resultaten:

- › 36 bedrijfspartners steunden de strijd van Pink Ribbon.
- › 8 producten met de merknaam Pink Ribbon werden verkocht, waaronder 79.886 lintjes.
- › Goed Gevoel/De Persgroep en Le Soir/Rossel hielpen liefst 175.000 Pink Ribbon-magazines te verspreiden en zij ondersteunden de communicatie met campagnes in hun kranten en magazines.
- › Nieuwe website en de snelle ontwikkeling van een populaire Facebookpagina, die eind 2016 al 22.073 volgers telde: 16.988 Boezemvriendinnen (NL) en 5.085 Amies Pour la Vie (FR). Verder werd ook een eerste aanwezigheid gerealiseerd op Twitter (225 volgers) en Instagram (235 volgers).

2017

N.a.v. haar 3de nationale campagne tijdens de Internationale Borstkankermaand oktober wist Pink Ribbon haar resultaten te verankeren en haar partnerships uit te diepen:

- › 27 bedrijfspartners steunden de strijd van Pink Ribbon. Uitbreiding van het aantal private main partners van 4 tot 5 en steunverlening op main partner-niveau door de Belgische federale overheid, via de Nationale Loterij.
- › Fondsenwerving door de verkoop van 10 producten onder de merknaam Pink Ribbon, waaronder Pink Ribbon-lintjes, armbandjes, kerstballen, agenda's, notitieboekjes, enz.
- › Het Nieuwsblad/Mediahuis en Le Soir/Rossel hielpen 350.000 Pink Ribbon-magazines te verspreiden die op 48 pagina's aandacht besteedden aan preventie, tijdige opsporing en psychosociale zorg. Mediahuis en Rossel ondersteunden de communicatiecampagne ook in hun kranten en online.
- › De website www.pink-ribbon.be telde 73.208 unieke bezoekers in 2017.
- › Het aantal volgers van de Facebookpagina van Pink Ribbon was eind 2017 verder doorgegroeid tot in totaal 25.619: het ging om 20.013 Boezemvriendinnen (NL) en 5.606 Amies pour la Vie (FR). Ook op Twitter (297 volgers) en Instagram (1.010 volgers) ging het aantal volgers in stijgende lijn.

2018

De Raad van Bestuur besliste om een executive director aan te werven voor het verder uitbouwen van de fondsenwerving, netwerking en beleidsbeïnvloeding.

- › 30 partners ondersteunden de strijd tegen borstkanker.
- › Het Nieuwsblad/Mediahuis en Le Soir/Rossel hielpen 360.000 Pink Ribbon-magazines te verspreiden, die op 56 pagina's aandacht besteedden aan preventie, tijdige opsporing en psychosociale zorg. Mediahuis en Rossel ondersteunden de communicatie ook met campagnes in hun kranten en online.
- › De website www.pink-ribbon.be telde 89.000 unieke bezoekers in 2018.
- › De Facebookpagina groeide verder tot meer dan 28.000 volgers.

2019

- › 27 bedrijfspartners en organisaties steunden in 2019 de strijd van Pink Ribbon. Het aantal main partners steeg van 5 tot 6.
- › Het Pink Ribbon-magazine werd net zoals in 2017 en 2018 gerealiseerd in samenwerking met Mediahuis. Het Nieuwsblad en Le Soir hielpen 355.000 exemplaren verspreiden. Een overdruk werd verspreid naar 100 borstklinieken. Op 28 krantenpagina's werd aandacht besteed aan preventie, tijdige opsporing en psychosociale zorg. Mediahuis en Rossel ondersteunden de communicaties eveneens met een campagne in hun uitgaven en online.
- › De eerste editie van De Roze Mars werd georganiseerd in mei 2019 en telde 2.309 actieve stappers die samen 6,4 keer de wereld rondwandelden.
- › Het 5de Pink Ribbon-lintje was opnieuw het belangrijkste instrument voor fondsenwerving; 54.150 lintjes werden verkocht naast diverse andere Pink Ribbon-producten: armband, agenda en kerstballen.
- › Op 7 oktober organiseerden Pink Ribbon en het RIZIV het eerste Pink Monday Congres, dat zich richtte tot professionals die hulp bieden bij de terugkeer van (ex-)borstkankerpatiënten naar de werkvloer na lange afwezigheid.
- › De Raad van Bestuur benoemde twee nieuwe executive directors, met het oog op de verruiming van de fondsenwerving, het uitbouwen van een netwerk en lobbying.

- › De website www.pink-ribbon.be telde 62.543 bezoekers in 2019.
- › De Facebookpagina groeide verder tot meer dan 30.000 volgers. Ook de Instagrampagina telde er intussen 4.600.

2020

- › 27 bedrijfspartners en organisaties steunden in 2020 de strijd van Pink Ribbon.

2020

- › Het Pink Ribbon-magazine werd in beide landstalen gerealiseerd in samenwerking met Bodytalk dat verspreid wordt met Knack en Le Vif. In het totaal werden meer dan 400.000 exemplaren verdeeld met verschillende magazines van Roularta Media Group. Extra exemplaren werden nationaal verspreid via borstklinieken en ondersteuningstehuizen.
- › Ondanks de coronacrisis kende ook dit jaar het 6de Pink Ribbon-lintje een groot succes. Er werden 76.310 exemplaren verkocht. Samen met de verkoop van armband, agenda en kerstkaarten, goed voor een aanzienlijk deel van de fondsenwerving.
- › Ondanks de coronacrisis werd De Roze Mars in oktober 2020 een groot succes. 9.075 deelnemers stapten mee en wandelden 31.1 keer rond de aarde. Ook de geworven fondsen stegen navenant.
- › In oktober 2020 werd de campagne 'Geknipt voor haar' gelanceerd. Ondanks de sluiting van de kapperszaken omwille van Covid, werden er ongeveer 100 paardenstaarten gedoneerd, een hoopvol resultaat voor een nieuw kanaal om fondsen te werven.
- › Informatie over de terugkeer naar de werkvloer na borstkanker wordt nog duidelijker op de nieuwe website Pink Monday.
- › De website www.pink-ribbon.be telde 95.593 bezoekers in 2020.
- › De Facebookpagina groeide in 2020 verder tot 30.652 volgers en de Instagrampagina tot 5.236 volgers.

2021

- › 43 bedrijfspartners en organisaties steunden in 2020 de strijd van Pink Ribbon.
- › Het Pink Ribbon-magazine, beschikbaar in het Nederlands en het Frans, werd opnieuw gerealiseerd in samenwerking met Bodytalk dat verspreid wordt met Knack en Le Vif. Er werden meer dan 358.000 exemplaren verdeeld via de verschillende magazines van Roularta Media Group. Er werden ook extra exemplaren verspreid via de borstklinieken en ondersteuningstehuizen in ons land.
- › Het 7de Pink Ribbon-lintje, ontworpen door niemand minder dan Prinses Delphine van Saksen-Coburg, was een schot in de roos. Er werden 58.000 exemplaren verkocht. Daarnaast was er ook nog de verkoop van de Pink Ribbon-armband en -agenda.
- › In 2021 lanceerde Family Hope, met de hulp van Pink Ribbon, ook haar vernieuwde online platform om borstkankerpatiënten, hun naasten en artsen geactualiseerde informatie te verschaffen over vruchtbaarheid voor, tijdens en na een borstkankerbehandeling.
- › De Raad van Bestuur stelde een nieuwe gedelegeerd bestuurder aan om de fondsenwervingsstrategie, het uitbouwen van netwerken en relaties, en het lobbyen voor Pink Ribbon een nieuwe boost te geven.
- › De website www.pink-ribbon.be telde 143.934 bezoekers in 2021.
- › De Facebookpagina bleef groeien en behaalde meer dan 34.000 volgers en ook de Instagrampagina behaalde tot 7.533 volgers.



47 bedrijfspartners en organisaties steunden in 2022 de strijd van Pink Ribbon.



In 2022 zette de vzw met de oprichting van een Medisch Kenniscentrum over borstkanker specifiek in op één van de hoofddoelen, m.n. mensen correct te informeren over de ziekte. Dr. Marleen Finoulst werd aan boord gehaald om het kenniscentrum aan te sturen als medisch hoofdredacteur. Zij verzorgde met de nodige kennis artikels voor de website en de nieuwsbrief en coördineerde het Pink Ribbon-magazine van 2022. Er werden 283.000 magazines verdeeld als bijlage van Het Nieuwsblad en Le Soir, bovenop de ca. 115.000 die digitaal via Le Soir werden verspreid.



In haar 15-jarig bestaan besloot de vzw om het 8ste lintje te laten ontwerpen door (ex-) borstkankerpatiënten. We lanceerden een oproep op de sociale netwerken waarbij hen werd gevraagd een eigen ontwerpvoorstel te maken, waarbij ze werden geïnspireerd door hun gevoelens die ze hebben ervaren bij het doormaken van de ziekte. Van de bijna 100 ingezonden ontwerpen kozen we er drie uit met dezelfde rode of roze lijn: het idee dat er geen twee identieke borsten zijn, maar dat alle – inclusief gekwetste borsten – normaal zijn. Er werden 53.610 lintjes verkocht. Daarnaast was er ook nog de succesvolle verkoop van de Pink Ribbon-armband en de kerstballen.



De website www.pink-ribbon.be mocht, o.a. dankzij de toegevoegde, informatieve waarde die via het kenniscentrum werd ingebracht, in 2022 dubbel zoveel bezoekers verwelkomen als het jaar voordien. Het waren er in totaal 333.108.



En ook onze sociale mediakanalen kenden een sterke groei. Onze twee Facebookpagina's hebben meer dan 42.000 volgers en ook het aantal volgers op Instagram steeg verder tot 8.509 volgers.

ORGANEN

vzw Pink Ribbon

De vzw Pink Ribbon werd opgericht in 2014 en heeft van de Stichting Pink Ribbon (Nederland) de exclusieve licentie voor het gebruik van het merk Pink Ribbon verkregen voor het Belgische grondgebied.

De vzw wordt rechtsgeldig vertegenwoordigd door haar Raad van Bestuur waarvan op 31/12/2022 deel uitmaken:

- › Dhr. Tony Mary, voorzitter
- › Mevr. Hilde Debackere, gedelegeerd bestuurder
- › Dr. Birgit Carly, bestuurder - medisch adviseur
- › Mevr. Anne Soenen, bestuurder
- › Mevr. Rosette Van Rossem, bestuurder - secretaris
- › Dhr. Frédéric De Cock, bestuurder – jurist
- › Professor Jan Lamote, bestuurder – medisch adviseur
- › Dhr. Erik Struys, bestuurder

Pink Ribbon Fonds

Het Pink Ribbon Fonds werd in 2011 opgericht in de schoot van de Koning Boudewijnstichting. Het Fonds financierde sindsdien diverse onderzoeksprojecten van universiteiten en medische instanties.

In 2020 werd de beslissing genomen om over te stappen van een nominatief fonds bij de Koning Boudewijnstichting naar een 'Fonds Vrienden Van'.

Om de continuïteit te verzekeren wordt de naam Pink Ribbon Fonds behouden.

Oprichters van het Pink Ribbon Fonds zijn:

- › De heer Daniël Brasseur
- › Mevrouw Greta Van Nieuwenhove

De overeenkomst werd opgesteld en door beide oprichters ondertekend op 11 februari 2020.

Omwille van de coronacrisis vond de oprichtingsvergadering pas plaats op 26 februari 2021, datum waarop het Bestuurscomité samenkwam.

Zetelen in het Bestuurscomité:

- › Mevr. Bénédicte De Bruycker, voorzitter
- › Dhr. Jérémie Leroy (Koning Boudewijnstichting)
- › Mevr. Greta Van Nieuwenhove, oprichter
- › Mevr. Rosette Gibson, lid
- › Dhr. Christian Van Rossem, lid
- › Mevr. Sara Van Acker, secretariaat

2 Oktober = Internationale Borstkankermaand

Al meer dan 30 jaar brengt de Breast Cancer Awareness-campagne in oktober vrouwen en mannen samen uit alle hoeken van de wereld om zo het bewustzijn rond borstkanker te vergroten, fondsen te werven en zinvolle projecten tegen borstkanker op te starten.

Ook in België startte dan de nieuwe jaarlijkse communicatiecampagne van Pink Ribbon.

- › Het Pink Ribbon-lintje werd massaal verkocht.
- › Het Pink Ribbon-magazine werd op grote oplage verspreid.
- › De Pink Ribbon-nieuwsbrief werd gelanceerd.
- › Tal van andere activiteiten werden door Pink Ribbon België georganiseerd.

**GROTER
OF KLEINER,
PUNTIGER
OF RONDER,
MET LITTEKENS
OF ZONDER...**

**Elke borst is normaal
en heeft een eigen verhaal.**

CAMPAGNE

It's not just pink

Borstkanker: het is geen rozengeur noch maneschijn

Borstkanker is de meest voorkomende vorm van kanker bij vrouwen in België en treft niet minder dan 1 op 9 onder hen. Elke dag krijgen 29 vrouwen de loodzware diagnose van hun arts te horen. Momenteel strijden 100.000 vrouwen in ons land tegen de ziekte. Dat doen ze niet alleen, maar samen met hun directe omgeving: familie, vrienden, collega's. Daarnaast blijven ook mannen niet van de ziekte gespaard. Elk jaar opnieuw krijgen zo'n 100 mannen dezelfde diagnose te horen.

Pink Ribbon lanceert elk jaar in oktober haar nieuwe jaarcampagne naar aanleiding van de Internationale Borstkankermaand. Het roze lintje is daarbij het ultieme symbool van onze strijd tegen borstkanker. De kleur roze associeert met vrouwelijkheid, zachtheid en veiligheid. Maar dat zijn geen woorden die spontaan bij (ex-)patiënten naar boven komen bij de diagnose. Het leven met borstkanker is helaas niet zo rooskleurig als het traditionele lintje soms laat uitschijnen. Het was precies deze vaststelling die ons inspireerde tot het thema van onze campagne 2022: "Het draait niet alleen om roze."

Pink Ribbon heeft dit punt verder willen benadrukken door de verhalen van lotgenoten te integreren in het ontwerp van het lintje 2022. Wij wilden zo duidelijk maken hoe patiënten zich echt voelen wanneer ze borstkanker ervaren. Door pen en penseel te geven aan mensen die deze beproeving zelf hebben doorgemaakt, werd het mogelijk om hun ervaringen weerspiegeld te krijgen in het ontwerp van het nieuwe lintje.

HET PINK RIBBON-LINTJE

Een krachtig symbool in de strijd tegen borstkanker

Elk jaar staat het Pink Ribbon-lintje centraal in de sensibiliseringscampagne van vzw Pink Ribbon

Het Pink Ribbon-lintje is hét symbool bij uitstek van de strijd tegen de ziekte die elk jaar opnieuw 100.000 vrouwen in ons land treft. Met de verkoop van het lintje wil Pink Ribbon het taboe rond borstkanker doorbreken, maar ook steun bieden aan lotgenoten. Door iedereen het lintje te laten dragen, steken we niet alleen (ex-)patiënten een hart onder de riem, het grote publiek wordt ook aangespoord tot een kleine gift ten voordele van Pink Ribbon.

(Ex-)borstkankerpatiënten ontwerpen het achtste lintje

In 2022 besloot Pink Ribbon een projectoproep te lanceren op sociale netwerken, waarbij (ex-)borstkankerpatiënten werden gevraagd een ontwerpvoorstel te maken en dit te laten begeleiden met hun eigen verhaal over het doormaken van de ziekte. “Wij overwogen al langer om mensen die werden getroffen door de ziekte, te betrekken bij het ontwerp van het nieuwe lintje”, legt Hilde Debackere, gedelegeerd bestuurder van Pink Ribbon vzw, uit. “De vereniging ontving ongeveer 70 inzendingen en de verhalen die de ontwerpen begeleidden, waren heel aangrijpend.”

Groter of kleiner, puntiger of ronder, mét littekens of zonder ... Elke borst is normaal en heeft een eigen verhaal! Dat was de boodschap van het achtste Pink Ribbon-lintje, geïnspireerd op het ontwerpvoorstel en de bijhorende, aangrijpende verhalen van drie ervaringsdeskundigen: Nathalie Biltresse, Kim Timmermans en Ann Vermeylen. “Het haar groeit na de behandeling uiteindelijk terug, maar onze borsten zullen nooit meer dezelfde zijn. Het kost tijd om dit andere lichaam te accepteren. Toch blijf ik ervan overtuigd dat alle borsten het verdienen om gezien te worden, inclusief de met littekens bedekte, de gereconstrueerde, de asymmetrische. Het maakt gewoon deel uit van ons leven en we zijn daarom niet minder vrouw”, vertelt ontwerpster Kim Timmermans over het ontwerp.



Ann Vermeulen, Kim Timmermans en Nathalie Biltresse

De Pink Ribbon was te koop bij 15 partners en in 1.100 winkels van Carrefour, Multipharma, Club/Standaard Boekhandel, Hunkemöller, The Fashion Store, Casa, AVA, Wibra, Modemakers, CKS, Medi-Market, E5 Mode, Schoenen Torfs en VERO MODA. Het lintje kopen is dé manier om aandacht te vragen voor het risico op borstkanker en steun te betuigen aan patiënten en hun dierbaren die getroffen zijn. Het lintje werd verkocht aan € 4, waarvan € 2,88 rechtstreeks ging naar concrete projecten die de vzw Pink Ribbon uitvoert in haar strijd tegen borstkanker.

Steun een lintje

Om hulde te brengen aan alle 70 (ex-)patiënten die gehoor hadden gegeven aan de oproep van Pink Ribbon om een lintje te ontwerpen, heeft de vzw bovendien het online platform 'Steun een lintje' gebouwd. Op dit platform werden alle lintjesontwerpen en verhalen van alle inzendingen verzameld. Bezoekers werden op de site uitgenodigd om de originele ontwerpen te bekijken, verhalen te lezen en één, meerdere of alle lintjes te steunen met een donatie. De opbrengst hiervan werd door Pink Ribbon aangewend om nieuwe initiatieven op het gebied van preventie, vroegtijdige opsporing en psychosociale zorg voor (ex-)borstkankerpatiënten en hun naasten te financieren.



MEDISCH KENNISCENTRUM

Borstkanker

Eén van onze hoofddoelen: correct informeren over borstkanker

Pink Ribbon organiseerde hiervoor verschillende acties doorheen het jaar en bundelde informatie en verhalen op haar website en sociale media. De komende jaren wil de vzw hier verder op inzetten. Daarom richtte ze het Medisch Kenniscentrum Borstkanker op. Met haar aanstelling als medisch hoofdredacteur zal dr. Marleen Finoulst dit Kenniscentrum aansturen.

Wie het verdict borstkanker krijgt, heeft nood aan betrouwbare informatie. Sinds haar oprichting in 2007 in België, heeft Pink Ribbon vzw als missie iedereen te sensibiliseren en te informeren over borstkanker. De vzw organiseert hiervoor verschillende types van acties, specifiek om iedereen correct te informeren over hoe je borstkanker kan voorkomen, het vroegtijdig kan opsporen en waar je terecht kan als je als lotgenote toch door de ziekte getroffen wordt. Met de oprichting van het Medisch Kenniscentrum Borstkanker schakelden we een versnelling hoger om de mensen beter wegwijs te maken in het oerwoud van informatie en desinformatie. Dankzij het Medisch Kenniscentrum over Borstkanker kan de vzw zich verder positioneren als een betrouwbare communicatiepartner en informatieverstrekker.

De artikels van het Medisch Kenniscentrum werden stevast toegevoegd aan de bestaande website www.pinkribbon.be. De specifieke artikels krijgen als tags 'kenniscentrum', 'over borstkanker', of 'actueel' mee. Dankzij dit vernieuwde inhoudelijke luik van www.pinkribbon.be, nam het bezoekersaantal voor de website in 2022 sterk toe.

Realisaties van het Kenniscentrum Borstkanker in 2022 (sinds 1 maart):

- › Drie tot vier nieuwe, informatieve artikels per maand op de website;
- › Samenstelling van het Pink Ribbon-magazine (autonome productie van het kenniscentrum), verdeeld in oktober 2022 samen met Het Nieuwsblad en Le Soir;
- › Interviews met Belgische borstkankerexperten;
- › Interviews met partners van Pink Ribbon;
- › Nationaal representatieve enquête voeren, in samenwerking met onderzoeksbureau iVOX, over de attitude van Belgische vrouwen ten aanzien van hun borsten, borstzelfonderzoek en screening;
- › Ontwikkeling, op basis van de onderzoeksresultaten, van de Mammoquiz: een persoonlijke zelftest die vrouwen een beeld geeft van het risico dat ze lopen op een (te) late ontdekking van borstkanker;
- › Interviews geven aan kranten, radio en televisie;
- › Volgen van de actualiteit over borstkanker in de wetenschappelijke literatuur;
- › Social media posts schrijven;
- › Lezersbrieven over inhoudelijke kwesties beantwoorden;
- › Contacten leggen met nieuwe partners;
- › Redactievergaderingen met het Pink Ribbon-team bijwonen;
- › Persberichten schrijven.



Dr. Marleen Finoulst © Emmy Elleboog



PINK RIBBON-MAGAZINE

Durf kijken

Ook het jaarlijkse magazine van Pink Ribbon is een belangrijk kanaal om de dialoog rond borstkanker te voeren en te vergemakkelijken.

Voor de editie 2022-2023 kon Pink Ribbon rekenen op de expertise en professionele inbreng van Dr. Marleen Finoulst van het Medisch Kenniscentrum Borstkanker. Het resultaat is een prachtig Pink Ribbon-magazine van 48 pagina's, met een rijke en gevarieerde inhoud. De 'roze draad' doorheen het magazine is 'kijk naar je eigen boezem', borstbewustzijn.

Verder bevat het nummer ook een aantal interviews met onder meer Birgit Carly (borstchirurg), Rita Deconinck (voorzitter van de Vlaamse borstverpleegkundigen) en Jan Lamote (gewezen diensthoofd van de borstkliniek uz Brussel). Het grote bevolkingsonderzoek i.s.m. iVOX komt aan bod, net als de vernieuwde Mammoquiz en de terugkeer naar het werk na een borstkankerdiagnose.

Het Pink Ribbon-magazine werd op meer dan 283.000 exemplaren gedrukt en op grote schaal verspreid, als bijlage bij Het Nieuwsblad en Le Soir, bovenop de ca. 115.000 exemplaren die digitaal via Le Soir werden verspreid.

PINK ILLUMINATION

Op 30 september en 1 oktober worden wereldwijd verschillende monumenten in een roze gloed gehuld om de start van de Internationale Borstkankermaand kracht bij te zetten. Deze 'Pink Illumination' krijgt in België vorm door Pink Ribbon vzw in samenwerking met cosmeticabedrijf Estée Lauder Companies.

In 2022 lichtte het Stadhuis van Brugge, tussen 30 september en 2 oktober voor het eerst in het roze op. Daarmee stuurt deze iconische stad, een krachtig signaal over de borstkankermaand naar alle inwoners van België en steken ze een hart onder de riem van alle (ex-)borstkankerpatiënten en hun omgeving.

Daarnaast werd trouwens ook op andere plaatsen op deze manier aandacht geschonken aan borstkanker. Zo hulde bijvoorbeeld het historische stadhuis van Lier en het stadhuis van Brussel in een roze licht naar aanleiding van de start van de Internationale Borstkankermaand.



Stadhuis Brugge © Photos by Maarten



Stadhuis Brussel

3 De projecten van vzw Pink Ribbon

Pink Ribbon vzw vraagt aandacht voor borstkanker, sensibiliseert voor preventie en vroegtijdige opsporing, en zamelt fondsen in voor psychosociale projecten die (ex-)patiënten en hun omgeving steunen tijdens en na de ziekte.

Pink Ribbon steunt en organiseert diverse initiatieven en projecten die de houding en het gedrag van de bevolking ten aanzien van borstkanker verbeteren, het gevoel van angst en isolatie van borstkankerpatiënten verminderen en taboes bespreekbaar maken.

Hierbij een overzicht van enkele belangrijke projecten:

- › **Preventie:** De Roze Mars voor een gezondere levensstijl
- › **Preventie:** wandelen met een Pink Ribbon Wandelgroep voor een actieve levensstijl
- › **Opsporing:** test je kennis over borsten en borstkanker met de online Mammoquiz
- › **Opsporing:** herken de 9 alarmsignalen van borstkanker
- › **Psychosociale zorg:** Pink Monday voor een betere re-integratie op het werk tijdens en na de ziekte
- › **Psychosociale zorg:** Geknipt voor haar om borstkankerpatiënten te helpen hun haar te behouden
- › **Psychosociale zorg:** roeien met de Pink Ribbonettes is een stap naar meer lichamelijk en sociaal welzijn

INFORMATIE

via digitale media

Naast de jaarlijkse campagne in klassieke media, voert Pink Ribbon een continue dialoog met de Pink Ribbon-community via verschillende kanalen op digitale media.

De website kende in 2022 een fenomenale ontwikkeling. www.pink-ribbon.be had 333.108 unieke bezoekers, die 823.670 surfsessies aangingen en maar liefst 3.482.568 pagina's bekeken.



Op Facebook heeft Pink Ribbon een zeer actieve community met meer dan 42.000 volgers en een totaal bereik van 2.178.931.



Op Instagram groeide de community op enkele jaren tot 8.509 volgers met een totaal bereik van meer dan 507.688 in 2022.



Op LinkedIn wil Pink Ribbon de bedrijfswereld op de hoogte houden. In 2022 groeide het kanaal tot 645 volgers.



Het Twitteraccount brengt de community op de hoogte van nieuwsupdates over borstkanker. In 2022 groeide het account met 411 tot 457 volgers.

Via de verschillende digitale kanalen en haar nieuwsbrief wil Pink Ribbon belangrijke informatie, interessante tips en herkenbare getuigenissen over borstkanker delen. Daarmee wil de vzw borstkankerpatiënten en hun omgeving ondersteunen na de diagnose en tijdens de behandeling van de ziekte. Verder sensibiliseert Pink Ribbon actief rond borstkanker, met een focus op preventie en vroegtijdige opsporing.

Pink Ribbon houdt op haar kanalen de boezemvriendinnen op de hoogte van nieuws rond borstkanker. Met soms pakkende, soms ontluisterende getuigenissen van lotgenotes wil de vzw ook een cruciale rol spelen in het leggen van contacten binnen de community.



Evi Hanssen



Ann De Bisschop

DE ROZE MARS

Eén op drie kankerdiagnoses kan voorkomen worden door een gezonde en actieve levensstijl. Zo verhoogt overgewicht het risico op de ziekte, net daarom zijn evenwichtige voeding en voldoende beweging erg belangrijk.

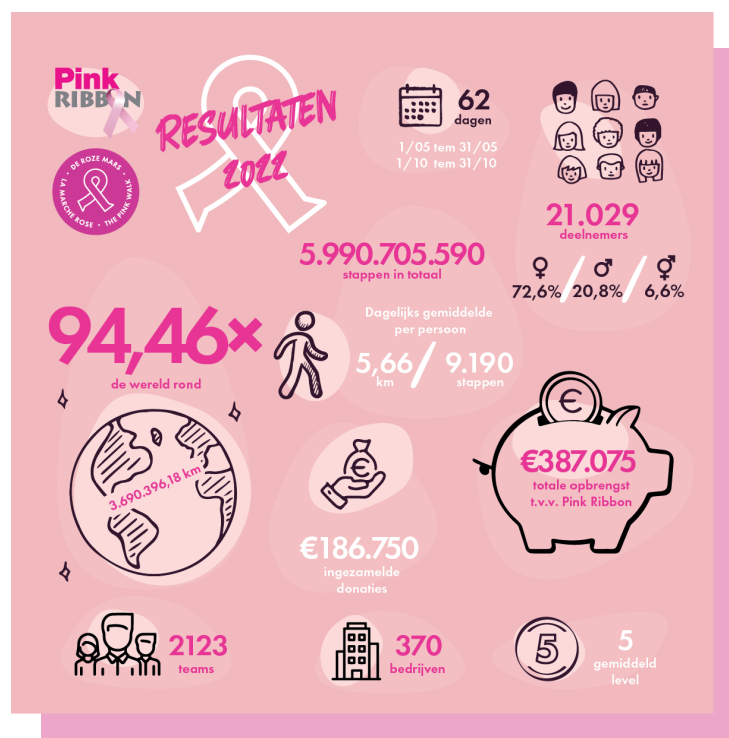
Een actieve en gezonde levensstijl kunnen niet alleen helpen om borstkanker te voorkomen, maar verhogen ook de overlevingskansen van patiënten en ex-patiënten. De Roze Mars heeft als doel het belang van die evenwichtige levensstijl extra in de verf te zetten. Daarnaast brengt het ook meteen een duidelijke boodschap over: je hoeft geen fervent sporter te zijn. Meer bewegen, door dagelijks een korte wandeling te maken van bijvoorbeeld een half uur, heeft al meteen een positief effect.

Daarom lanceerde Pink Ribbon in 2016 het project Every Step Counts. In 2019 werd Every Step Counts omgedoopt tot De Roze Mars en opengesteld voor het grote publiek. De Roze Mars is ondertussen een traditie geworden. Tweemaal per jaar roept de vzw Pink Ribbon de Belgen op om een maand lang 10.000 stappen per dag te zetten en ook in 2022 werd deze boodschap goed ontvangen. Meer dan 21.000 enthousiaste wandelaars namen deel, met 12.984 in mei en 8.045 in oktober. Samen met ambassadrices Evi Hanssen, Ann De Bisschop, Sara De Paduwa en Lucile Rochelet stapten de deelnemers bijna 95 keer rond de aarde, goed voor zo'n 3,6 miljoen kilometer.

Ook bedrijven engageerden zich met velen. Er schreven in 2022 ook meer dan 370 bedrijven in voor De Roze Mars, waaronder zowel grote als kleinere namen. "Het grootste deel van onze tijd spenderen we op het werk. Bovendien zijn er meer en meer kantoorjobs, waardoor we globaal gezien minder bewegen. Vandaag zitten we maar liefst 500 minuten per dag. Daar wilden we met Pink Ribbon iets aan doen", legt Hilde Debackere, gedelegeerd bestuurder van Pink Ribbon vzw, uit. "Door bedrijven te stimuleren om deel te nemen aan De Roze Mars, werken ze niet alleen aan de gezondheid van hun werknemers maar het stimuleert ook hun geheugen en concentratievermogen. Bedrijven varen er dus wel bij door hun collega's op tijd en stond een ronde te laten lopen door of rond het kantoor."

Niet alleen bedrijven en individuen wandelden voor het goede doel, er konden ook teams gevormd worden. Vrienden, familie, collega's zetten zelf een veilige, virtuele competitie op en moedigden elkaar massaal aan om dagelijks 30 minuten extra te bewegen. In mei 2022 werden 2.123 teams gevormd en in oktober van hetzelfde jaar opnieuw 803.

De geworven fondsen werden gebruikt voor de realisatie van diverse, concrete projecten ten voordele van de verbetering van de kennis rond borstkanker, van een gelijke en betere medische behandeling van alle borstkankerpatiënten en van een psychosociale ondersteuning tijdens en na de ziekte.



DE MAMMOQUIZ

Op initiatief van Pink Ribbon bevroeg het onderzoeksbureau iVOX 1.000 Belgische vrouwen over hun borsten, hun kennis over borstkanker en hun kijk op het belang van vroegtijdige opsporing van de ziekte. Dankzij dit onderzoek en in samenwerking met gespecialiseerde artsen kon een unieke tool worden ontwikkeld, met name de Mammoquiz, die iedere vrouw voortaan toelaat na te gaan welk risico zij persoonlijk loopt om borstkanker laattijdig te ontdekken.

25% van de vrouwen in België heeft met name een verhoogd risico om borstkanker laattijdig te ontdekken. Door deze belangrijke conclusie van het nationale onderzoek ontstond het streven bij Pink Ribbon om de bestaande Mammoquiz te vernieuwen en een digitale 2.0 versie te ontwikkelen. Het is een zelftest die voortaan iedere vrouw toelaat om na te gaan in hoeverre zij risico loopt om borstkanker laattijdig te ontdekken.

Vandaag overleven meer dan acht op de tien vrouwen borstkanker. Dat is niet alleen te danken aan verbeterde therapieën, maar ook het gevolg van de vroegtijdige opsporing. Hoe vroeger een borstkanker wordt ontdekt, hoe beter de overlevingskansen en hoe beperkter de impact van de ziekte. Bovendien worden zes op de tien borstkankers door de vrouw zelf ontdekt, we kunnen ons daar dus niet genoeg bewust van zijn.

De Mammoquiz 2.0 leert vrouwen op een interactieve manier meer over borstkanker. Door deze online quiz in te vullen kunnen zij op een zeer toegankelijke manier hun kennis vergroten. Op het einde van de zelftest krijgen ze een risicoprofiel toebedeeld in de vorm van een diertje: dolfijn, struisvogel, waakhond, angsthaas, luiaard of papegaai. Bij elk risicoprofiel hoort ook een risicoscore en men krijgt een aantal persoonlijke tips aangereikt om deze score te verbeteren. Hoe lager de risicoscore die je krijgt, hoe lager het risico op een late ontdekking van borstkanker. Aangezien een vroegtijdige ontdekking je overlevingskansen vergroot, is het belangrijk om het persoonlijke resultaat te lezen en de tips die door Pink Ribbon worden gegeven ook ter harte te nemen.

In 2022 namen reeds meer dan 20.000 vrouwen deel aan de Mammoquiz en vervulden meer dan 10.000 vrouwen de zelftest waardoor ze een persoonlijke risicoscore ontvingen.



DE NEGEN ALARMSIGNALEN

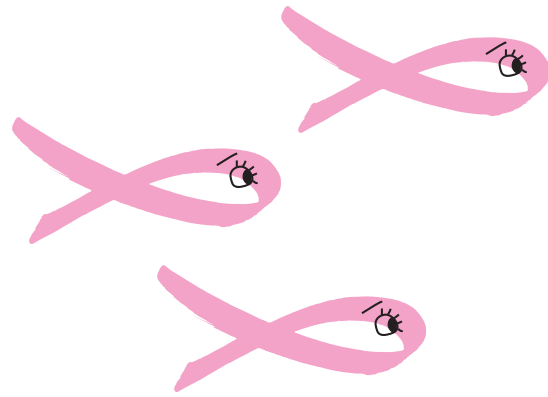
In België krijgt 1 vrouw op 9 in de loop van haar leven borstkanker. Maar ook 100 mannen krijgen jaarlijks dezelfde diagnose te horen. Er bestaan 9 alarmsignalen die iedereen zou moeten kennen en herkennen, aangezien ze kunnen wijzen op borstkanker.

Naargelang je leeftijd, levensstijl en (familiale) voorgeschiedenis loop je meer of minder risico op borstkanker. Regelmatig naar je borsten kijken, is daarom ook belangrijk zodat je hun vormen goed kent en veranderingen snel opmerkt. Veranderingen aan je borsten kunnen onschuldig zijn, maar ze kunnen je ook waarschuwen voor borstkanker. Bespreek ze daarom met je arts. Daar wacht je best niet te lang mee, want hoe vroeger de ziekte ontdekt wordt, hoe groter de kans op een minder ingrijpende behandeling en op genezing.

De negen alarmsignalen zou iedereen moeten kennen en daarom zet Pink Ribbon deze jaar na jaar in de kijker. In 2022 werd een update gerealiseerd van onze informatiebrochure 'De Naakte Waarheid' met de negen alarmsignalen op de achterkant uitgebeeld. Deze brochure kan in postervorm worden opgehangen en ze wordt verdeeld naar aanleiding van projecten en evenementen. Daarnaast werd op onze website en in onze socialemediakanalen regelmatig over 'de 9 alarmsignalen' gepost. Dat met als doel om verder te sensibiliseren rond de vroegtijdige opsporing van borstkanker en het borstbewustzijn te vergroten.

Sinds de lancering van de Mammoquiz, zijn de 9 alarmsignalen ook als vraag opgenomen in onze zelftest en wordt naar de kennis ervan gepeild.

PINK MONDAY



Naast een weerslag op fysieke, emotionele, relationele en sociale aspecten van het leven, pleegt borstkanker ook een onmiskenbare aanslag op het beroepsleven. Voor velen is werk een houvast.

Sommige patiënten willen hun job koste wat kost blijven uitvoeren tijdens de behandeling. Anderen willen of moeten hun job even aan de kant schuiven. Waar de patiënt ook voor kiest, op een bepaald moment beseft hij of zij dat werken niet meer zoals voorheen zal zijn. Het is cruciaal dat patiënten dan goed met hun werkomgeving kunnen praten over de veranderingen die een borstkankerdiagnose met zich meebrengt. Uitgebreide studies die werden uitgevoerd, dankzij financiering vanuit het Pink Ribbon Fonds, maakten duidelijk dat informatie en heldere communicatie daarbij een groot verschil maken. Daarom ontwikkelde Pink Ribbon het concept Pink Monday dat verwijst naar de dag waarop (ex-)borstkankerpatiënten (opnieuw) aan het werk gaan.

‘Voel je terug als een vis in het water’

Onder deze slogan werden verschillende tools ontwikkeld om de re-integratie van (ex-)borstkankerpatiënten zo vlot mogelijk te laten verlopen. Naast een website www.pink-ribbon.be/pink-monday werden verschillende brochures gerealiseerd, een ethisch charter en een gedragscode opgesteld, een congres georganiseerd en tal van activiteiten voorzien.

Tijdslijn

In 2016 stelde Pink Ribbon, in nauw overleg met het RIZIV, een gids vol goede praktijken op om de werkhervatting van patiënten die herstellen van borstkanker, te verbeteren. Die Pink Monday-gids is een ‘werkhervattingsboekje’ voor patiënt en leidinggevende.

Om werkgevers nog extra te helpen, sloeg Pink Ribbon de handen in elkaar met het Verbond van Belgische Ondernemingen. Samen stelden ze een ethisch charter op. Wanneer een bedrijf dat charter ondertekent, engageert het zich om de aanbevelingen van de Pink Monday-brochure uit te voeren en (ex-)borstkankerpatiënten optimaal te begeleiden bij hun re-integratie op het werk.

In 2017 publiceerde Pink Ribbon met de steun van het RIZIV, Unizo, UCM en de VUB een praktische gids voor zelfstandige ondernemers met borstkanker. De (werk)situatie van zelfstandigen is namelijk anders dan die van werknemers met borstkanker en tot dan was er nog geen verdere aandacht aan deze groep besteed.

In oktober 2019 vond het eerste Pink Monday-congres plaats. Tijdens keynote speeches kregen de aanwezige HR-professionals, artsen, jobcoaches ... de nodige informatie over hoe ze (ex-)borstkankerpatiënten het best kunnen bijstaan wanneer ze opnieuw aan het werk willen gaan.

In oktober 2020 werd de Pink Monday-website in een nieuw kleedje gestoken. De informatie uit de Pink Monday-brochures werd in overzichtelijke contentpagina's op de website geplaatst. Op die manier kan elke doelgroep – werknemer, zelfstandige, werkgever, zorgpersoneel, vrienden of familieleden – snel de juiste tips en tricks terugvinden over hoe ze met de diagnose, de behandeling en de herstelperiode het best kunnen omgaan.

In 2021 werd een heuse onlinecampagne gelanceerd rond het ethisch charter en de gedragscode. Bedrijven en collega's werden opgeroepen deze te ondertekenen en zo hun steun aan borstkankerpatiënten bij hen op het werk te tonen. Bij de online ondertekening beloven zij om, in functie van voorgestelde do's en don't's, collega's/(ex-)borstkankerpatiënten op een zo best mogelijke manier te ondersteunen bij hun terugkeer naar de werkvloer. Om de campagne extra kracht bij te zetten, werd aan influencers gevraagd hun volgers op 4 februari 2021, Wereldkankerdag, op te roepen tot ondertekening van de gedragscode. In totaal ondertekenden 263 collega's de gedragscode en 35 bedrijven het ethisch charter.

“Pink is the new Blue”

Om het Pink Monday-project extra kracht bij te zetten, is in 2022 het activatieconcept “Pink is the new Blue” opgestart. De derde maandag van het jaar, aka de meest deprimerende dag van het jaar, roept Pink Ribbon bedrijven op om van “Blue Monday” een “Pink Monday” te maken: een positieve dag waarop aandacht wordt gevraagd voor borstkankerpreventie en collega's/(ex-)patiënten een hart onder de riem wordt gestoken. Onder deze noemer maakten op 17 januari 2022 16 bedrijven borstkanker meer bespreekbaar op de werkvloer. In coronatijden diende hun campagne zich vooral offline af te spelen.

Pink Monday-congres

Terugkeren naar de werkplek na borstkanker, het is een uitdaging voor zowel werkgever als ex-patiënt. Op Wereldkankerdag, 4 februari 2022, nodigde Pink Ribbon vzw experts uit om over het onderwerp te reflecteren tijdens een online seminarie. Omwille van corona vond deze studie online plaats. De livestream werd geleid door Marleen Finoulst, medisch hoofdredacteur van Kenniscentrum Borstkanker. Verschillende onderwerpen over de terugkeer van de werkvloer na borstkanker kwamen aan bod met als globale noemer: ‘Werk en borstkanker, hoe doe je dat?’ De meer dan 80 geregistreerde deelnemers konden luisteren naar keynotes van experts uit bedrijven en organisaties zoals Cohezio en VBO en ook naar getuigenissen van (ex-)borstkankerpatiënten. Daarnaast was er de mogelijkheid om interactief vragen te stellen via een chatmodule. Dhr. Frank Vandenbroucke, Minister van Sociale Zaken en Volksgezondheid kreeg het openingswoord.

GEKNIPT VOOR HAAR

Na de borstkankerdiagnose start een behandelingstraject, waar chemotherapie soms noodzakelijk is. Deze therapie beschadigt het hoofdhaar van patiënten. Haaruitval lijkt dan onvermijdelijk, wat voor vele patiënten de meest ingrijpende nevenwerking is van hun behandeling. Om hen te helpen heeft Pink Ribbon in september 2020 de 'Geknipt voor haar'-campagne gelanceerd.

Door paardenstaarten in te zamelen biedt Pink Ribbon aan borstkankerpatiënten de kans hun haar te houden. De campagne heeft een dubbel doel. Zo laat de vzw van de gedoneerde paardenstaarten hoogkwalitatieve pruiken maken, die borstkankerpatiënten aan een voordelige prijs (korting van 20%) kunnen kopen. De paardenstaarten worden verkocht aan voornamelijk Belgische pruikenmakers om fondsen in te zamelen. Met de opbrengst zal Pink Ribbon ook hoofdhuidkoeling in Belgische ziekenhuizen financieren.

Hoofdhuidkoeling is een behandeling waardoor de impact van chemotherapie op de haarwortels wordt gereduceerd. Daardoor kan haaruitval bij kankerpatiënten (gedeeltelijk) worden voorkomen. De behandeling geeft hoop aan kankerpatiënten die sowieso al door een moeilijke periode gaan. De mogelijkheid om haar te houden, steekt vele borstkankerpatiënten al een hart onder de riem.

De campagne werd in oktober 2020 op gang getrokken met een prachtige, emotionele radiocampagne ingesproken door Lynn Van Royen en in december volgde een gewaagde radiocampagne met Herman Brusselmans. Deze radiospot viel in de prijzen tijdens De Warmste Week waardoor gratis radiatorruimte ter beschikking werd gesteld van Pink Ribbon.

De interesse voor de actie werd in 2021 alleen maar groter. Door verschillende acties op sociale media en vanuit de kappersindustrie werden er 4.883 enveloppen aangevraagd. Ondanks de sluiting van de kappers omwille van Corona was het project een succes: van oktober 2020 tot eind 2021 zamelden wij meer dan € 25.000 in.

Geknipt voor haar

PINK RIBBON

Coupe de cœur

Op vraag van de Belgische pruikenmakers veranderden we in 2022 de verwachte, minimale lengte voor een paardenstaart van 30 naar 35 cm. Dit omdat er bij het hekelproces veel haar verloren gaat en men ook nog een stuk haar extra nodig heeft om het haar aan het haarnetje te knopen. Om het wat makkelijker te maken voor mensen om hun haar te meten, werd er een haarmeter bij de donatie-enveloppen voorzien. In het tweede levensjaar van deze mooie actie groeide het succes nog meer. Er werden liefst 9.700 enveloppen aangevraagd en ca. 140 kg haar gedoneerd in 2022. De verkoop van deze paardenstaarten aan Belgische pruikenmakers bracht € 35.287 op.





PINK RIBBONETTES

Vroeger werd aan borstkankerpatiënten afgeraden om hun arm te bewegen na een borstoperatie. Wetenschappelijk onderzoek in Canada wees echter uit dat de roei- en peddelbeweging een natuurlijke vorm van lymfedrainage is en helpt bij de bestrijding van het 'dikke arm'-syndroom. Bovendien versterkt sporten de natuurlijke weerstand.

Zo ontstond « A breast in a boat », een initiatief waarbij (ex-)borstkankerpatiënten samen roeien. Sindsdien verzamelen overall ter wereld vrouwelijke (ex-)patiënten zich om op regelmatige basis in drakenboten te peddelen, ten behoeve van hun lichamelijke gezondheid en maatschappelijk welzijn, en met het oog op de sensibilisering voor de strijd tegen borstkanker.

In oktober 2015 stuurde Pink Ribbon 10 (ex-)patiënten naar Venetië om, begeleid door de plaatselijke Pink Lioness, het roeien onder de knie te krijgen. Dit was het begin van de Pink Ribbonettes. Met de steun van Pink Ribbon zijn intussen drie Belgische peddelclubs - opgericht door ex-borstkankerpatiënten - in Lier, Turnhout en Brussel.

In 2021 werd er omwille van corona weinig gepeddeld en werden er geen nieuwe clubs opgericht. De boten van de Pink Ribbonettes werden in 2022 wel weer te water gelaten. In hun zevende levensjaar trok de Brusselse peddelclub naar Parijs en het drakenbotenfestival in Annecy. De Pink Ribbonettes van Turnhout waren dan weer te vinden op het water in Helmond tijdens het jaarlijkse drakenbotenfestival in Nederland.

PINK RIBBON- WANDELGROEPEN

Als preventief project tegen borstkanker bouwde Pink Ribbon samen met Wandelsport Vlaanderen vzw in 2022 haar Pink Ribbon-wandelgroepen verder uit.



Een gezonde en actieve levensstijl kan één op drie kankerdiagnoses voorkomen. Wandelen is een zeer goede en laagdrempelige manier om aan je gezondheid te werken. Een dagelijkse wandeling versterkt de spieren en botten en verlaagt de bloeddruk en het cholesterolgehalte. Wie regelmatig wandelt, neemt meer zuurstof op, slaapt beter en heeft minder depressieve gevoelens. Wandelen is zodoende niet alleen goed om fysiek fit te blijven, ook de hersenen worden erdoor gestimuleerd.

Daarom sloegen Pink Ribbon en Wandelsport Vlaanderen de handen in elkaar en konden gepassioneerde wandelaars in juni 2021 zich voor het eerst inschrijven voor de opleiding tot Pink Ribbon-wandelbegeleider. Tijdens de opleiding krijgen de deelnemers een basiscursus EHBO, leren ze enkele opwarm- en stretchoefeningen en leren ze de regels over veilig wandelen in groep.

Een Pink Ribbon-wandelbegeleider engageert zich om een wandelgroep samen te stellen en actief aan de slag te gaan met deze groep. Als begeleider vallen ze onder de koepel van Wandelsport Vlaanderen waardoor ze verzekerd zijn voor al hun wandelactiviteiten en deelnames aan officiële wandelorganisaties van Wandelsport Vlaanderen. Daarnaast ontvangen ze vier keer per jaar hun Walking Magazine om inspiratie op te doen. Om hun rol als ambassadeur helemaal waar te maken, ontvangt iedere Pink Ribbon-wandelbegeleider Pink Ribbon-merchandising zoals een regenjasje, fluohesje en andere leuke gadgets. Daarnaast genieten ze van mooie kortingen op de webshop van Wandelsport Vlaanderen en Pink Ribbon.

In juni en november 2021 namen in totaal 21 enthousiaste wandelaars deel aan de opleiding van Wandelsport Vlaanderen. Ondertussen bestaan hun wandelgroepen uit meer dan 250 leden. Om lid te worden van een wandelgroep betaal je 15 euro (waarvan 3 euro naar Pink Ribbon gaat). Dat bedrag wordt volledig terugbetaald door het ziekenfonds.

In 2022 werden er opnieuw Pink Ribbon-wandelbegeleiders opgeleid. Met nieuwe opleidingsmomenten in april en december groeide het aantal Pink Ribbon-wandelgroepen van 21 tot 30. Inmiddels zijn er in België in de Pink Ribbon-wandelgroepen ook zo'n 420 wandelliefhebbers actief.

4 Fondsenwerving

Om al deze mooie projecten te realiseren, heeft Pink Ribbon vzw financiële hulp nodig. Enerzijds komt deze hulp in de vorm van donaties, maar de vzw heeft ook andere manieren om fondsen te werven voor zijn werking

- › Partnerships
- › Verkoop van merchandising
- › Pink Support platform

SOLIDAIRE AFRONDINGSACTIE

In februari 2021 organiseerde supermarktketen Carrefour een eerste 'solidaire afrondingsactie' ten voordele van Pink Ribbon. De actie werd getiteld 'Reken af met Borstkanker' en werd in meer dan 700 Carrefour-verkooppunten gevoerd. Kassamedewerkers vroegen aan iedere klant of het bedrag op hun kassaticket naar boven afgerond mocht worden om de strijd tegen borstkanker te steunen. Wie bijvoorbeeld voor een bedrag van 30,75 euro boodschappen had gedaan, kon het bedrag vrijblijvend afronden naar 31 euro. De 25 cent werd integraal aan Pink Ribbon geschonken.

Van 3 tot en met 16 oktober 2022 herhaalde Carrefour haar solidaire afrondingsactie ten bate van de vzw. De campagne werd ondersteund met Pink Ribbon lanyards voor de kassamedewerkers en met informatiebrochures voor de winkelpunten. Dankzij de kleine bijdragen van zeer veel klanten kon Carrefour opnieuw een gift van € 122.522 overhandigen aan Pink Ribbon.

Het mooie bedrag wordt door het Pink Ribbon Fonds aangewend om de diverse projecten te financieren. Mede dankzij de steun van Carrefour werd o.a. het Pink Ribbon Medisch Kenniscentrum gelanceerd en onderzoek van Stichting Kankerregister gesteund.

ONZE PARTNERS

Pink Ribbon zou haar projecten nooit kunnen verwezenlijken zonder de hulp van haar donateurs en partners.

In 2022 schaalden 47 geëngageerde bedrijven en organisaties zich opnieuw achter de borstkankercampagne van Pink Ribbon. Dankzij hun steun kan Pink Ribbon steeds meer mensen bereiken, het thema borstkanker bespreekbaar maken en het taboe – dat nog steeds op het praten over de ziekte rust – verder doorbreken.

Hoofdparkers 2022

- › Carrefour
- › Estée Lauder Companies
- › Nationale Loterij
- › Febelhair

Mediaparkers 2022

- › Het Nieuwsblad
- › Radio Nostalgie
- › De Buren
- › Le Soir
- › RTBF radio
- › Radio Contact
- › Brussels South Charleroi Airport

Partners 2022

- › BNP Paribas Fortis
- › Cohezio
- › Multipharma
- › Mondelez
- › Torfs
- › Unizo
- › UCM
- › Vanbreda
- › VBO/FEB
- › Weight Watchers

Lintjespartners 2022

- › Ava
- › Casa
- › CKS
- › E5.be
- › Standaard Boekhandel/Club
- › Hunkemöller
- › Mayerline
- › Medi-Market
- › Modemakers
- › The Fashion Store
- › Vero Moda
- › Wibra

Supporters 2022

- › Adepts
- › Econocom
- › Ergobaby
- › GHD
- › Gilead
- › Hema
- › iVOX
- › Unique
- › Salesforce
- › Sparlink
- › Trenker
- › Treatwell
- › Veepee
- › Wandelsport Vlaanderen
- › Wandelknooppunt.be

MERCHANDISING

Pink Ribbon beschikt over een webshop waar het brede publiek onze strijd tegen borstkanker kan steunen door producten van de vzw te kopen. Het gaat om mokken, T-shirts, truien, totebags en andere producten. Verder werd er in 2022 ook een eigen armband verkocht, op basis van het ontwerp van het lintje.

De nieuwe Pink Ribbon-webshop staat sinds 2021 online en is een voltreffer. In 2022 werden er 266 stuks verkocht. Vooral onze merchandising van De Roze Mars en onze algemene Pink Ribbon-collectie vallen in de smaak.



PINK SUPPORT

Steun de strijd tegen borstkanker op jouw manier. Dat was het uitgangspunt voor Pink Ribbon om haar Pink Support fondsenwervingsplatform in het leven te roepen, waar mensen hun inzamelacties kunnen registreren en zo makkelijk geld kunnen inzamelen voor de vzw.

Doneer de giften van een speciale dag zoals je verjaardag of kom zelf in actie met bijvoorbeeld een wafelenbak; het zijn maar enkele voorbeelden van de online inzamelacties die je kan registreren op het Pink Support-platform. Geen enkele actie is gek genoeg om de strijd tegen borstkanker op je eigen manier te steunen. In 2022 werden er in totaal 51 acties georganiseerd, samen goed voor € 6.403.

5 De projecten van het Pink Ribbon Fonds

Het Pink Ribbon Fonds wordt beheerd door de Koning Boudewijnstichting. Sinds de oprichting in 2011 kan het Pink Ribbon Fonds rekenen op donaties van private personen en bedrijven. Daarmee financierde het in 2022 studies die zich specifiek richtten op borstkankerpreventie en op de medische behandeling van borstkanker.

Volgende projecten van universiteiten en/of medische organisaties werden gesteund:

- › Stichting Kankerregister
- › Studie Kenniscentrum Borstkanker

STUDIE KENNISCENTRUM BORSTKANKER

In september pakte Pink Ribbon vzw uit met de verrassende resultaten van een grote landelijke studie over borstbewustzijn, preventie en tijdige opsporing van borstkanker. Voor deze studie bevroeg het onderzoeksbureau iVOX in augustus 1.000 Belgische vrouwen over hun borsten, hun kennis van de risico's op borstkanker en hun attitude ten opzichte van tijdige opsporing.

De studie maakte bovendien duidelijk dat de kennis over borstkanker ondermaats is. 3/10 vrouwen weten niet goed wat borstkanker precies inhoudt en een kwart weet niet goed waar ze betrouwbare informatie kan vinden over de ziekte. Ook over de risicofactoren is te weinig kennis bij de bevolking.

Omwille van de resultaten van dit onderzoek ontstond de noodzaak bij Pink Ribbon om de Mammoquiz te vernieuwen en een digitale tool te ontwikkelen die voortaan iedere vrouw toelaat om zelf te checken in hoeverre ze risico loopt om borstkanker vroegtijdig te ontdekken of te missen.

STICHTING KANKERREGISTER

De corona-epidemie die in België startte half maart 2020, heeft op zeer diverse gebieden een belangrijke impact gehad. Binnen de gezondheidszorg was het alle hens aan dek om de toestroom van covidpatiënten te kunnen opvangen, waardoor niet-essentiële zorg met periodes werd uitgesteld. Ook de borstkankerscreening werd tijdelijk on hold gezet. Tussen maart en september 2020 werden 14% minder borstkankers gediagnosticeerd in vergelijking met 2019. Er bestond een vermoeden dat de borstkankers die tijdens de pandemie gediagnosticeerd werden, zich in een verder gevorderd stadium bevonden.

Het was een vraag die veel kankerspecialisten bezighield en die, dankzij de financiële steun van het Pink Ribbon Fonds, volop onderzocht werd door de Stichting Kankerregister, onder leiding van Nancy Van Damme. Het was een groot project waaraan 12 ziekenhuizen meewerkten, aangestuurd door het UZ Leuven. De resultaten werden gepresenteerd in november 2022.

Concreet verliep het project via een driestappenproces. Eerst werden de stadia waarin borstkankers zich bevonden op het ogenblik van de diagnose in 2020, vergeleken met de stadia van borstkankers gediagnosticeerd in 2019 en 2018. Vervolgens werden alle verslagen over deze tumoren manueel doorgenomen en vergeleken. Tot slot werden de uitslagen van screeningsmammografieën van 2020 vergeleken met deze van 2018 en 2019. “Een groot deel van dit werk gebeurt inderdaad manueel”, lichtte Nancy Van Damme toe. “Concreet ging het over het doornemen van 18.000 dossiers toegeleverd door de deelnemende ziekenhuizen. Alles werd nagekeken en vergeleken met laboverslagen, zodat meetfouten eruit gefilterd werden en de kwaliteit van de gegevens verbeterde.”

Tegelijkertijd werd door de Stichting Kankerregister nagekeken hoe de personen die de diagnose borstkanker kregen, behandeld werden. Het was niet ondenkbaar dat meer personen in 2020 eerst chemotherapie kregen, om de operatie te kunnen uitstellen omwille van de prioritaire covidzorg. “Door te vergelijken met de voorgaande jaren, wilden we de impact van deze aanpak onderzoeken”, zegt Van Damme. De analyses werden tussentijds besproken met Pink Ribbon en met borstkankerexperten. Als alle analyses gebeurd waren, publiceerde Stichting Kankerregister de resultaten in een wetenschappelijke publicatie. Nadien werden ze door Pink Ribbon gecommuniceerd naar een breed algemeen publiek.

Dit belangrijke project nam 15 maanden voor één voltijdse kracht in beslag en liep tot eind 2022.

Resultaten

In november 2022 presenteerden Hanna Peacock, Lien van Walle en Nancy Van Damme van de Stichting Kankerregister de resultaten van het onderzoek aan Dr. Marleen Finoulst, van het Medisch Kenniscentrum Pink Ribbon, in de kantoren van de Koning Boudewijnstichting.

Doel van de studie: de impact van de covidcrisis op nieuw gediagnosticeerde borstkankers in België onderzoeken

- › Analyse van de stadia van de tumoren op het ogenblik van de diagnose tijdens versus voor covid
- › Vergelijken van tumorspecifieke kenmerken tijdens versus voor covid
- › Evalueren van de impact van het diagnostisch en therapeutisch proces door covid

Belangrijkste resultaten:

SCREENINGS:

- › Er waren minder screeningsmammografieën tijdens de eerste covidgolf via bevolkingsonderzoek
- › Er was ook minder opportunistische screening

DIAGNOSES:

- › Er waren significant minder borstkankerdiagnoses in 2020, vooral bij 70-plussers
- › Geen toename van invasieve borstkanker in 2020
- › Evenmin een toename van aangetaste okselklieren in 2020

BEHANDELINGEN:

- › Er werd vaker gestart met chemotherapie vooraleer te opereren tijdens de covidcrisis
- › De behandeling werd sneller opgestart tijdens de covidcrisis

Algemeen besluit: ondanks alles, bleef de borstkankerzorg tijdens het eerste jaar van de covidcrisis goed georganiseerd.

De Stichting Kankerregister heeft een publicatie klaar die ze reeds aanbood aan diverse wetenschappelijke vakbladen. Zodra de studie gepubliceerd is in een vakblad, zoals hieronder (met steun van Pink Ribbon), is communicatie naar een breed publiek toegelaten.

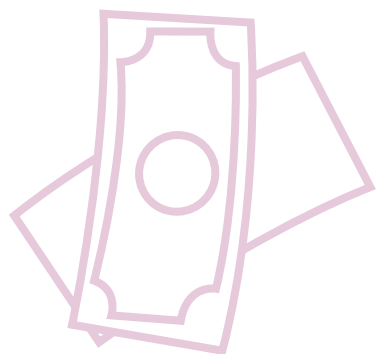
6 Kerncijfers

- 01** De cijfers betreffen het kalenderjaar 2022 (1 januari tot en met 31 december 2022).
- 02** Donaties die worden verleend zonder tegenprestaties van Pink Ribbon gaan rechtstreeks naar het Pink Ribbon Fonds, dat wordt beheerd door de Koning Boudewijnstichting. Inkomsten uit de verkoop van Pink Ribbon-producten en uit partnerships met bedrijven worden gerealiseerd via de vzw Pink Ribbon.
- 03** Bedrijven die operationele opdrachten voor de vzw Pink Ribbon uitvoeren, werken aan -30% van hun normale tarief. Het is hun bijdrage aan onze strijd tegen borstkanker.
- 04** Alle overtollige liquiditeiten van de vzw Pink Ribbon zullen worden overgedragen aan het Pink Ribbon Fonds.

38



waarvan € 1.092.622,09 voor de vzw Pink Ribbon en € 66.396,43 rechtstreeks aan het Pink Ribbon Fonds werd gestort, dat wordt beheerd door de Koning Boudewijnstichting.



De kosten voor de werking van de vzw bedroegen in 2022 in totaal

€ 138.735,66

De investeringen in projecten die direct verbonden zijn met de strijd tegen borstkanker binnen de vzw en het Pink Ribbon Fonds samen bedroegen in deze periode.

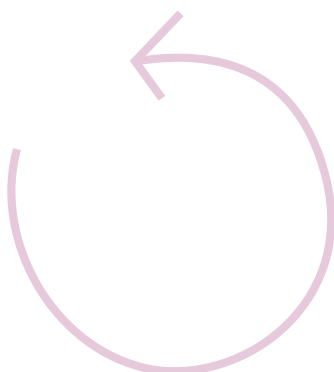
€ 1.141.355,28



Het percentage beheerskosten van de vzw t.a.v. de netto ontvangsten van de vzw bedroeg in deze periode.

14,74%

39



De vzw Pink Ribbon heeft een cumulatieve reserve van

€ 100.477,03



GROTER OF KLEINER, PUNTIGER OF RONDER, MET LITTEKENS OF ZONDER...

Elke borst is normaal
en heeft een eigen verhaal.

Pink Ribbon vzw
Zevendagwand 11
9200 Dendermonde

**Je kan Pink Ribbon steunen door een gift over te schrijven
op rekeningnummer: BE10 0000 0000 0404 van de Koning
Boudewijnstichting met de gestructureerde mededeling:
++192/0810/00092++**

Donaties door particulieren gaan naar het Pink Ribbon Fonds. De gelden van dat Fonds worden beheerd door de Koning Boudewijnstichting. Giften zijn fiscaal aftrekbaar vanaf € 40 (art. 104 WIB). www.kbs-frb.be

🌐 www.pink-ribbon.be
f @pinkribbonboezemvriendinnen
@pinkribbonbe
@PinkRibbonBE
in Pink Ribbon Belgium

