

JAARVERSLAG

**20
23**

VOORWOORD

50 tinten roze

Met groot genoegen presenteer ik u het jaarrapport van 2023 van Pink Ribbon. Dit jaar markeert een bijzonder moment in de geschiedenis van onze organisatie met belangrijke aankondigingen. Onze geliefde voorzitter, de heer Tony Mary, een welgerespecteerde businessleider die vorm en structuur gaf aan de governance van de vzw van bij het ontstaan, zal in 2024 de fakkel overdragen aan Professor Dokter Emeritus Jan Lamote, een arts en ervaringsdeskundige op het gebied van borstkanker.

Een andere belangrijke verandering die eveneens begin 2024 zal plaatsvinden, is de aanstelling van ondergetekende, lid van de Raad van Bestuur sinds 2017 en goed vertrouwd met de organisatie, als Secretaris-Generaal ter vervanging van Hilde Debackere. Hoewel deze overdrachten pas begin 2024 zullen plaatsvinden, willen wij hierbij beiden bedanken voor hun toewijding en inzet en hen veel succes wensen voor de toekomst.

Het recentelijk overlijden van de talentvolle sopraan Jodie Devos op 35-jarige leeftijd, naast zovele anonieme personen, heeft ons pijnlijk herinnerd aan de harde realiteit van deze ziekte. Hoewel borstkanker steeds beter behandelbaar is, blijft het een zware ziekte die niet gebagatelliseerd mag worden. Borstkanker treft niet alleen vrouwen, maar ook mannen. Het is cruciaal dat we deze realiteit blijven erkennen en actief bestrijden.

Onze organisatie heeft altijd gestaan voor vastberadenheid en onwrikbare energie in onze missie om borstkanker te bestrijden. Achter de schermen werkt een team van gedreven professionals en vrijwilligers onvermoeibaar om onze doelen te bereiken. Hun passie en inzet vormen de kern van ons succes en het elan waarmee we onze activiteiten uitvoeren, is werkelijk inspirerend.

We ervaren dag na dag dat de oprichting van het Medisch Kenniscentrum een antwoord biedt aan een reële behoefte aan medisch gefundeerde informatie en ons ondersteunt in het bieden van betrouwbare kennis over borstkanker.

Wij willen via dit kanaal onze partners en gulle gevers, ook via het Pink Ribbon Fonds in de schoot van het Koning Boudewijfonds, en alle deelnemers aan onze initiatieven hartelijk bedanken. Zonder hun voortdurende steun en bijdrage zouden wij niet in staat zijn om de impact te maken die we nu realiseren. Elke donatie, elke samenwerking en elk evenement draagt bij aan het vergroten van bewustzijn, het bevorderen van preventie en vroegtijdige opsporing, en het verbeteren van de levenskwaliteit van hen die geconfronteerd worden met borstkanker.

Dit jaarrapport geeft u de volledige historiek en een gedetailleerd overzicht van onze werking en de vele initiatieven die we hebben ondernomen. We hopen dat het u inspireert en motiveert om ons te blijven steunen in onze gezamenlijke strijd tegen borstkanker.

Met warme groet,

Anne Soenen

Anne Soenen

Secretaris-Generaal
Pink Ribbon

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 drieledig.

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 en 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: borstkankerbewustzijn, 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, o.a. 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 (onderzoek)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 België 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 voortzetting 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.

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.

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).

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 doorgroeid 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.

2014

2015

2016

2017

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.
- › 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 2019 organiseerden Pink Ribbon en het RIZIV het eerste Pink Monday Congres, dat zich richtte tot professionelen 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.
- › 27 bedrijfspartners en organisaties steunden in 2020 de strijd van Pink Ribbon.

2019

2020

2020

- › Het Pink Ribbon-magazine werd in beide landstalen gerealiseerd in samenwerking met Bodytalk dat verspreid werd 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.
- › 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.

2021

- › 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 socialemediakanalen 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.



In 2023 zette de vzw de ontwikkeling van haar Medisch Kenniscentrum over borstkanker verder. Het verzorgde met de nodige kennis van borstkankerkzaken 39 artikels voor de website, ontwikkelde een maandelijkse nieuwsbrief naar 63.354 digitale adressen. Het Medisch Kenniscentrum coördineerde verder een nieuw, nationaal, grootschalig onderzoek, dat in samenwerking met iVOX werd uitgevoerd, naar de impact van de diagnose borstkanker op de mensen in de directe omgeving van de patiënt.



Het 9de Pink Ribbon-lintje werd in 2023 ontwerpen door (ex-)borstkankerpatiënten en/of mensen uit hun directe omgeving. Opnieuw lanceerde Pink Ribbon 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 zelf doormaken van de ziekte of hiervan getuige zijn wanneer diagnose bij één van de naasten worden vastgesteld. Uit de meer dan 40 ingezonden ontwerpen kozen we er vijf uit met dezelfde rode of roze lijn: het idee dat het netwerk rond de patiënt van het grootste belang blijkt te zijn om steun te verlenen. Zo werd “Het Lintje van ons Allemaal” geboren. Er werden 54.238 lintjes verkocht. Daarnaast was er opnieuw 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 Medisch Kenniscentrum werd ingebracht, in 2023 270.000 bezoekers verwelkomen.



Ook op onze socialemediakanalen werd opnieuw mooie groei van het aantal volgers genoteerd. Onze twee Facebookpagina's hebben meer dan 42.000 volgers en ook het aantal volgers op Instagram steeg verder tot 9.154 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 31/12/2023 deel uitmaken:

- › Dhr. Tony Mary, voorzitter
- › Dhr. Frédéric De Cock, bestuurder – jurist
- › Mevr. Hilde Debackere, gedelegeerd bestuurder
- › Professor Jan Lamote, bestuurder – medisch adviseur
- › Dr. Birgit Carly, bestuurder – medisch adviseur
- › Dhr. Erik Struys, bestuurder
- › Mevr. Anne Soenen, 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. Sofie Bekaert (Koning Boudewijnstichting)
- › Mevr. Greta Van Nieuwenhove, oprichter
- › Mevr. Rosette Gibson, lid
- › Dhr. Christian Van Rossem, lid
- › Mevr. Sara Van Acker, secretariaat

MEDISCH KENNISCENTRUM

Borstkanker

Eén van onze hoofddoelen: correct informeren over borstkanker

Pink Ribbon organiseert hiervoor verschillende acties doorheen het jaar en bundelt informatie en verhalen op haar website en sociale media. De komende jaren wil de vzw hier met het Medisch Kenniscentrum Borstkanker verder op inzetten, met dr. Marleen Finoulst aan het hoofd.

Wie het verdict borstkanker krijgt, heeft nood aan betrouwbare informatie. Sinds haar ontstaan 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. Sinds de oprichting van het Medisch Kenniscentrum Borstkanker schakelen we een versnelling hoger om de mensen beter wegwijs te maken in het oerwoud van informatie en desinformatie en kunnen wij ons verder positioneren als een betrouwbare communicatiepartner en informatieverstrekker.

De artikels van het Medisch Kenniscentrum worden 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 2023 sterk toe.

Realisaties van het Kenniscentrum Borstkanker in 2023

- › Drie tot vier nieuwe, informatieve artikels per maand op de website;
- › Samenstelling van het medisch-inhoudelijke luik van de maandelijkse Pink Ribbon-nieuwsbrief, die sinds januari 2023 maandelijks wordt uitgestuurd (uitgezonderd juli en augustus) ter vervanging van het éénmalige magazine.
- › Interviews met Belgische borstkankerexperten;
- › Interviews met partners van Pink Ribbon;
- › Nationaal representatieve enquête voeren, in samenwerking met onderzoeksbureau iVOX, over de impact van borstkanker op de omgeving; de samenstelling van de vragenlijst werd vooraf besproken in een focusgroep met naasten van borstkankerpatiënten.
- › De resultaten van de enquête legden de noden bloot van naasten van borstkankerpatiënten. Daarom werd een eerste Pink Ribbon boek geschreven: Omhelzingen / Etreintes – Familie, partners en experts over intimiteit na borstkanker. In samenwerking met freelance-journaliste Sofie Van Waeyenberghe en uitgeverij Houtekiet, onder coördinatie en grotendeels geschreven door Marleen Finoulst.
- › 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.



Marleen Finoulst

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 start dan elk jaar de nieuwe jaarlijkse communicatiecampagne van Pink Ribbon.

- › Het Pink Ribbon-lintje werd massaal verkocht.
- › Er werden 2 Pink Ribbon-nieuwsbrieven uitgestuurd.
- › Tal van andere activiteiten werden door Pink Ribbon België georganiseerd.



CAMPAGNE

Het lintje van ons allemaal

Borstkanker: stronger together!

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. Na 2022 werd er ook in 2023 een oproep gelanceerd op de sociale netwerken van Pink Ribbon, waarbij (ex-)borstkankerpatiënten – en deze keer ook aan personen uit de nabije omgeving van een patiënt – werd gevraagd om een ontwerpvoorstel te maken voor het nieuwe Pink Ribbon-lintje, als illustratie van hun eigen, specifieke verhaal over het doormaken of meeleven van de ziekte. Hieruit ontstond de idee voor het ontwerpen van “Het lintje van ons allemaal”, dat precies de sterke verbondenheid tussen patiënt en omgeving symboliseert.

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 negende 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. Ook in 2023 lanceerden we een oproep en vroegen deze keer ook aan personen uit de nabije omgeving van een patiënt om een ontwerpvoorstel te maken. Het werd al snel duidelijk dat allen – (ex-)borstkankerpatiënten, hun vrienden én naasten – zich sterk met elkaar verbonden willen voelen, op basis van gedeelde kracht en onverzettelijke moed. Hieruit ontstond de idee voor het ontwerpen van “Het lintje van ons allemaal”, dat precies de sterke verbondenheid tussen patiënt en omgeving symboliseert. De kleuren en symbolen die verwerkt zijn in het design illustreren de verhalen van de vijf ontwerpers: Brigitte Geens, Adeline Masuy, Anne-Cathérine Werner, Joke Buijs en Tes Van Opstal. “Ik was dertien toen bij mijn moeder borstkanker werd vastgesteld. Ik herinner me een dag waarop ik met mijn zieke mama in een winkel was waar mijn vrienden ook waren. Ik wilde niet dat ze haar zagen, want ik was bang dat ze haar zouden uitlachen omdat ze geen haar had en een sjaal om haar hoofd droeg. Op dat moment heb ik een knop omgedraaid, ik wilde mezelf en mijn mama – de vrouw van wie ik het meeste hou – niet langer wegstoppen. Ik gaf haar midden in de winkel waar iedereen bij stond een dikke knuffel”, vertelt Adeline.

“Boodschappen van hoop, steunende initiatieven en hartverwarmende acties zullen altijd een belangrijk facet van de activiteiten van Pink Ribbon zijn, maar we sluiten als organisatie evenmin onze ogen voor de zeer harde realiteit van een ziekte die momenteel in ons land zo'n 100.000 patiënten en hun naasten treft”, besluit Prof. Dr. Em. Jan Lamote, bestuurslid van de vzw Pink Ribbon. “Precies daarom draagt het Pink Ribbon-lintje dit jaar de signatuur van borstkankerpatiënten zelf en personen uit hun nabije omgeving”.



De 5 lintjesontwerpers onthullen het nieuwe lintje op de nationale persconferentie.

De Pink Ribbon was te koop bij 12 partners en in ca. 1.000 winkels van AVA, Carrefour, CKS, Club, Colora, Hunkemöller, JBC, Mayerline, Medi-Market, Multipharma, Standaard Boekhandel, Torfs. 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.

Pink Ribbon-armband

Geïnspireerd door de kleuren van dit betekenisvolle lintje, ontwierp Pink Ribbon in 2023 ook een kleurrijke armband, die gedurende een korte periode enkel online te bestellen was. De armband werd verkocht aan € 9, waarvan € 4,50 naar Pink Ribbon ging.



Steun een lintje

Om hulde te brengen aan alle 41 (ex-)patiënten of mensen uit de omgeving 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. In totaal werd er zo meer dan € 5.000 opgehaald.

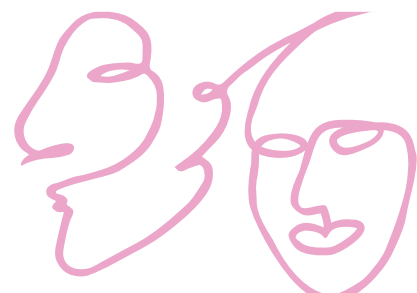
PINK ILLUMINATION

Tijdens de internationale Borstkankermaand worden wereldwijd verschillende monumenten in een roze gloed gehuld. Deze 'Pink Illumination' krijgt in België vorm door Pink Ribbon vzw in samenwerking met cosmeticabedrijf Estée Lauder Companies.

In 2023 lichtten de mijnschachten van Terhills in Maasmechelen, het stadhuis van Brugge, het stadhuis van Lier en dit van Brussel in het roze op om de Internationale Borstkankermaand kracht bij te zetten.

Met deze actie willen de betrokken steden en gemeenten een signaal geven aan alle inwoners en zo hun steun betuigen aan diegenen die strijden of gestreden hebben tegen borstkanker, alsook aan hun families of vrienden.





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 onder leiding van Pinky Pioneers
- › **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 om hun haar te behouden of een pruik te dragen.
- › **Psychosociale zorg:** roeien met de Pink Ribbonettes als 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 2023 een fenomenale ontwikkeling.

www.pink-ribbon.be had 433.643 unieke bezoekers, die 839.230 surfsessies aangingen en maar liefst 3.270.168 pagina's bekeken.

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.



Op Facebook heeft Pink Ribbon een zeer actieve community met meer dan 43.000 volgers en een totaal bereik van 2.113.083.



Op Instagram groeide de community op enkele jaren tot 9.100 volgers met een totaal bereik van 925.991 in 2023.



Op LinkedIn wil Pink Ribbon de bedrijfswereld op de hoogte houden. In 2023 groeide het kanaal tot 727 volgers.



Het X-account brengt de community op de hoogte van nieuwsupdates over borstkanker. In 2023 groeide het account tot 467 volgers.



In Mailchimp, het platform waar wij alle mails uit versturen, hebben we ons doelgroepbereik sterk verfijnd. Zo hebben we twee grote doelgroepen (B2C en B2B) die we maandelijks bereiken met relevante informatie over onze strijd tegen borstkanker. In 2023 hebben we in totaal 1.271.445 e-mails verzonden, waarvan 395.434 Pink Ribbon-nieuwsbrieven en 35.238 Pink Monday-nieuwsbrieven.

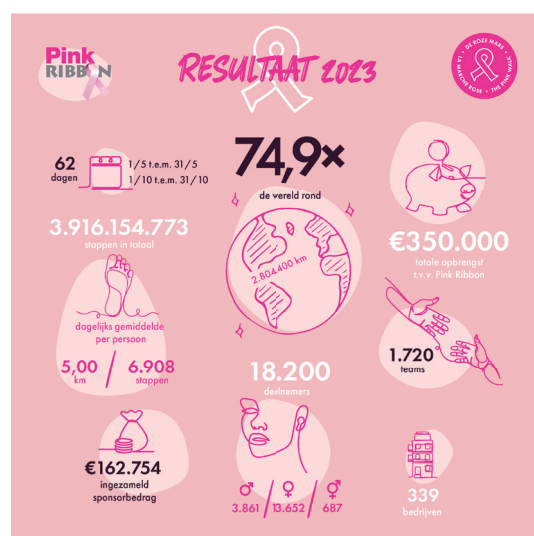


DE ROZE MARS

Een gezonde en actieve levensstijl vermindert het risico op borstkanker. Zo verhoogt overgewicht het risico op borstkanker, 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 voor bedrijven en hun werknemers. In 2019 werd het omgedoopt tot De Roze Mars én 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 dagelijks meer te bewegen of te wandelen in de strijd tegen borstkanker. Niet meer de verplichte 10.000 stappen per dag, de oorspronkelijke norm van de Wereldgezondheidsorganisatie. Sinds 2023 is onze slogan: “Elke stap telt”. In 2023 namen 18.200 enthousiaste wandelaars deel aan de twee edities; 9.575 deelnemers in mei en 8.625 in oktober. Samen met ambassadrices Evi Hanssen (mei), Liesbeth van Impe (oktober), Daniela Prepeluc en Ann De Bisschop stapten de wandelaars 75 keer de wereld rond, goed voor zo’n 3 miljoen kilometer.



Bedrijven blijven zich engageren met velen. In 2023 waren ze met zo’n 340, die zich inschreven voor De Roze Mars, waaronder zowel grote als kleinere bedrijven. “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 Ann De Bisschop, ambassadrice 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.”

Er werd niet alleen individueel gewandeld voor het goede doel, er konden ook teams gevormd worden. Vrienden, familie, collega’s of burens zetten zelf een virtuele competitie op en moedigden elkaar massaal aan om dagelijks 30 minuten extra te bewegen. In mei 2023 werden 910 teams gevormd en in oktober van hetzelfde jaar opnieuw 810.

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.

WALK FOR PINK RIBBON



Vanuit de deelnemers aan De Roze Mars, rees al herhaaldelijk de vraag naar een live event. Zo ontstond de eerste editie van de Walk for Pink Ribbon, die plaatsvond op pinkstermaandag 29 mei 2023 in Maasmechelen.

Wandelaars konden hun hartje ophalen in het Nationaal Park Hoge Kempen met een keuze uit drie gevarieerde wandelingen (3,6 km – 5,4 km en 9,5 km). Maar liefst 743 deelnemers – met de kinderen jonger dan 12 jaar erbij waren ze met bijna 1.000 – trokken hun wandelschoenen aan en wandelden niet allen voor het goede doel, maar ook voor hun eigen gezondheid. Want ook hier geldt: “Elke stap telt”.

DE MAMMOQUIZ

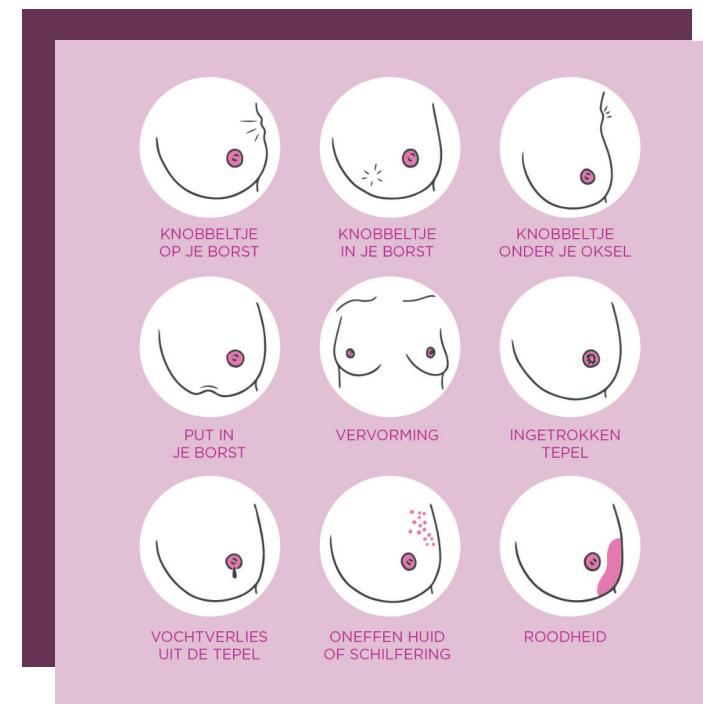
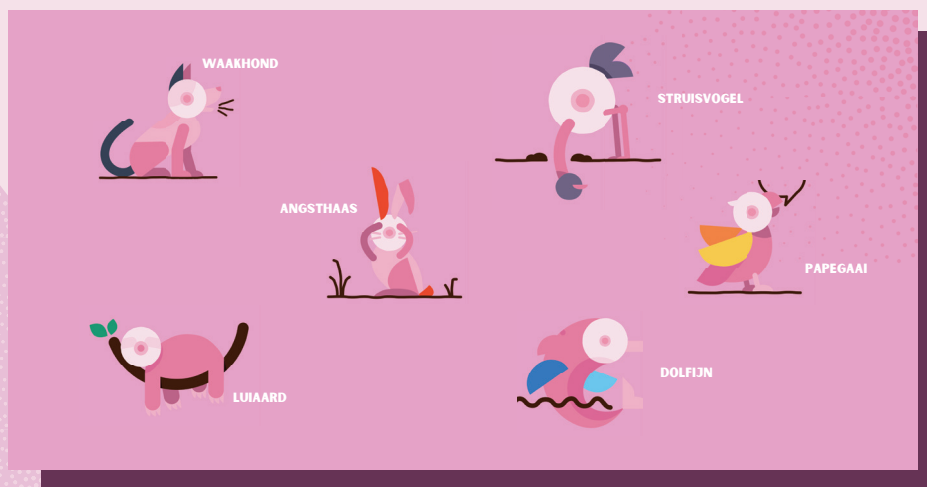
Op initiatief van Pink Ribbon bevroeg het onderzoeksbureau iVOX 1.000 Belgische vrouwen wat ze wisten over hun borsten, maar ook hun kennis over borstkanker en hun kijk op het belang van vroegtijdige opsporing van de ziekte. Dankzij dit onderzoek en in samenwerking met gespecialiseerde artsen kon een 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.

Sinds de lancering van de Mammoquiz in oktober 2022 namen reeds meer dan 34.257 vrouwen deel aan de quiz en vervulde meer dan 17.308 vrouwen de zelftest waardoor ze een persoonlijke risicoscore ontvingen.



DE NEGEN ALARMSIGNALEN

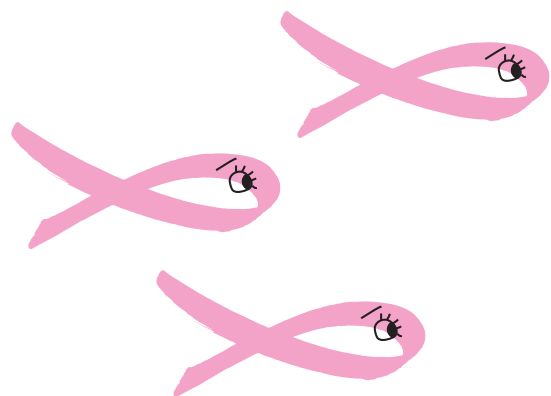
In België krijgt 1 vrouw op 9 in de loop van haar leven borstkanker. Maar ook 100 mannen krijgen jaarlijks dezelfde diagnose te horen. Er bestaan 9 alarmsignalen die iedereen zou moeten kennen en herkennen, aangezien ze kunnen wijzen op borstkanker.

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.

Deze negen alarmsignalen zou iedereen moeten kennen. 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 wordt op onze website en in onze socialemediakanalen regelmatig over de 9 alarmsignalen gepost, met als doel verder te sensibiliseren voor vroegtijdige opsporing van borstkanker en het borstbewustzijn van Belgische vrouwen en mannen te vergroten.

Sinds de lancering van de Mammoquiz, zijn de 9 alarmsignalen ook een centraal hoofdstuk in de vragenlijst van onze zelftest en wordt op die manier voortdurend naar de kennis ervan gepeild. Pink Ribbon zal op regelmatige tijdstippen de antwoorden van deze anonieme zelftest analyseren, om een beter zicht te krijgen op de hiaten in de kennis, en vervolgens gerichte acties te ondernemen.

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.

Tijdlijn

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 kledje 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, Wereldkankerday, 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 online af te spelen. Daar kwam in 2023 verandering in: op 16 januari 2023 organiseerden al 53 bedrijven op één en dezelfde dag allerlei activiteiten om borstkanker meer bespreekbaar te maken op de werkvloer. Hiervoor ontwikkelde Pink Ribbon een toolkit die bedrijven helpt om de boodschap te verspreiden.



GEKNIPT VOOR HAAR

Na de borstkankerdiagnose start een behandelingstraject, waar chemotherapie soms noodzakelijk is. Deze therapie beschadigt het hoofdhaar van patiënten. Haaruival 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 de kans aan iedereen om iets concreets te doen voor borstkankerpatiënten. De campagne heeft een dubbel doel. De vzw laat van de gedoneerde paardenstaarten hoogkwalitatieve pruiken maken. De paardenstaarten worden verkocht aan voornamelijk Belgische pruikenmakers om fondsen in te zamelen voor de financiering van de Pink Ribbon-projecten.

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 radiatoruimte 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.

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 3.308 enveloppen aangevraagd en ca. 222 kg haar gedoneerd in 2023. De verkoop van deze paardenstaarten aan Belgische pruikenmakers bracht € 52.931 op.



Geknipt voor haar PINK RIBBON Coupe de cœur



PINK RIBBON- WANDELGROEPEN

Als preventief project tegen borstkanker bouwde Pink Ribbon samen met Wandelsport Vlaanderen vzw in 2023 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, fluo-hesje en andere leuke gadgets. Daarnaast genieten ze van mooie kortingen op de webshop van Wandelsport Vlaanderen en Pink Ribbon.

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 2023 groeide het aantal Pink Ribbon-wandelgroepen van 30 tot 32. Inmiddels zijn er in België in de Pink Ribbon-wandelgroepen ook zo'n 285 wandelliefhebbers actief.

Ondertussen zijn onze Pink Ribbon-wandelcoaches uitgegroeid tot heuse ambassadeurs van Pink Ribbon. Zij roepen actief iedereen mee op om deel te nemen aan De Roze Mars en ontvingen een VIP-behandeling tijdens de Walk for Pink Ribbon.

Maandelijks stelt een Pink Ribbon-wandelcoach haar wandelgroep voor op onze socialemediakanalen.



PINK RIBBONETTES

Wetenschappelijk onderzoek in Canada wees 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 overal 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.

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
- › Donaties

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 2023 herhaalde Carrefour haar solidaire afrondingsactie ten bate van de vzw. Dankzij de kleine bijdragen van zeer veel klanten kon Carrefour opnieuw een gift van € 90.710 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 2023 schaarden 34 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.

Hoofdpartners 2023

- › Standaard Boekhandel/Club
- › Carrefour
- › Hunkemöller
- › Estée Lauder Companies
- › Mayerline
- › Nationale Loterij
- › Colora
- › CKS
- › Medi-Market

Mediapartners 2023

- › Het Nieuwsblad
- › Radio Nostalgie

Partners 2023

- › Cohezio
- › Multipharma
- › Torfs
- › Unique
- › Maasmechelen Village
- › VBO/FEB

Lintjespartners 2023

- › Ava
- › JBC

Supporters 2023

- › Adeps
- › Calzedonia
- › Econocom
- › GHD
- › Gilead
- › Novartis
- › Hema
- › iVOX
- › Salesforce
- › Sparklink
- › 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 2023 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. Vooral onze algemene Pink Ribbon-collectie en onze merchandising van De Roze Mars 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 2023 werden er in totaal 33 acties georganiseerd, samen goed voor € 5.641.

Eén van de succesacties van 2023 was een eigen georganiseerde Roze Mars door Europaziekenhuizen. Zij boden een wandeling aan door het Terkamerenbos op zondag 22 oktober 2023 en haalden maar liefst € 3.601 op.

DONATIES

Dankzij donaties aan het Pink Ribbon Fonds, dat beheerd wordt door de Koning Boudewijnstichting, kan Pink Ribbon concrete onderzoeksprojecten ondersteunen die de levenskwaliteit van borstkankerpatiënten en hun omgeving verbeteren.

Particuliere giften en giften van bedrijven zijn welkom op de volgende rekening: BE10 0000 0000 0404 met ***192/0810/00092*** als bericht. Giften vanaf 40 euro zijn fiscaal aftrekbaar.



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 2023 studies die zich specifiek richtten op borstkankerpreventie en op de medische behandeling van borstkanker.

Ook in 2023 organiseerde het Kenniscentrum Borstkanker een studie, deze keer gericht op de omgeving van de borstkankerpatiënt.

STUDIE KENNISCENTRUM BORSTKANKER

In september pakte Pink Ribbon vzw uit met de verrassende resultaten van een grote landelijke studie over de ervaringen en noden van personen in de omgeving van een borstkankerpatiënt. Voor deze studie bevroeg het onderzoeksbureau iVOX 1.000 Belgen met in hun omgeving iemand met borstkanker.

Doelstellingen van de bevraging:

- › Hoe kijken Belgen naar borstkanker?
- › Hoe gaan mensen om met borstkanker in hun naaste omgeving?
- › Welke noden hebben de naasten van borstkankerpatiënten?

Resultaten van de bevraging:

Hoe kijken Belgen naar borstkanker?

- 52%** vindt dat er te weinig aandacht is voor borstkanker in de samenleving
- 75%** vindt dat borstkanker te rooskleurig wordt voorgesteld
- 60%** vindt dat personen die het niet ervaren hebben, er te licht mee omgaan
- 56%** ervaart het als een taboe dat er nog mensen sterven aan borstkanker

Hoe gaan mensen om met borstkanker in hun naaste omgeving?

- 48%**: kanker zette de relaties onder druk
- 41%**: had nood aan gesprekken met mensen die hetzelfde meemaken
- 36%**: mensen vragen hoe het met de patiënt gaat, niet met mij
- 36%**: is die vragen beu
- 36%**: ziet minder mensen als de kanker uitgezaaid is
- 36%**: trok zich terug uit sociale leven
- 47%**: voelt zich eenzaam

Welke noden hebben de naasten van borstkankerpatiënten?

Er is nood aan ondersteuning, informatie en begrip. Naasten vinden dat er te weinig rekening gehouden wordt met hen en worstelen met het verlangen naar intimiteit. Vaak zijn er zorgen over inkomensverlies en opvang van nog thuiswonende kinderen.

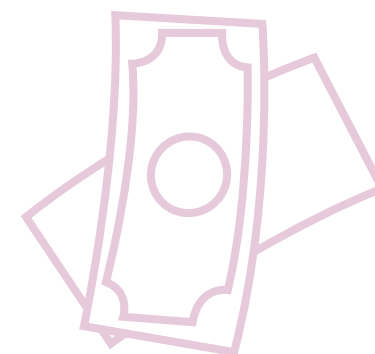
Kortom, de diagnose borstkanker is slecht nieuws. En slecht nieuws hakt erop in. Ook in de omgeving van iemand die door borstkanker wordt getroffen, bevestigen mensen die het van dichtbij hebben meegemaakt of het nog meemaken.

Eenzaamheid, moeilijkheden in de gezinsrelaties als gevolg van borstkanker, veel nood aan meer informatie, steun en intimiteit in de omgeving van de patiënt ... Dit bleef allemaal al te lang onder de radar. Daarom verzamelde Pink Ribbon pakkende verhalen van mensen die getuigen over het leven met een borstkanker die niet henzelf, maar hun partner, ouder of kind, overkomt ... Het zijn verhalen waarin ze openhartig vertellen wat het met hen deed of nog met hen doet. Evenveel experts reflecteren over deze getuigenissen en werden geïnterviewd over hun expertise. Pink Ribbon legt de getuigenissen en expertinterviews vast in een nieuw boek Omhelzingen dat grotendeels in 2023 geschreven werd en in 2024 gelanceerd wordt.

6

Kerncijfers

- 01** De cijfers betreffen het kalenderjaar 2023 (1 januari tot en met 31 december 2023).
- 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.



De kosten voor de werking van de vzw en het Fonds bedroegen in 2023 in totaal

€ 148.893,³⁵

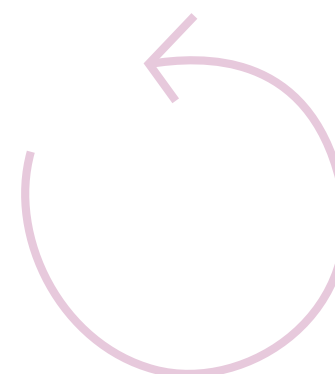
De investeringen in projecten die direct verbonden zijn met de strijd tegen borstkanker binnen de vzw en het Pink Ribbon Fonds samen bedroegen in deze periode

€ 942.646



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

16,62%



De vzw heeft een cumulatieve reserve van

€ 100.477,⁰³

De totale inkomsten in 2023 bedroegen

€ 1.057.750,⁹³

waarvan €1.017.621,93 voor de vzw Pink Ribbon en €40.129 rechtstreeks aan het Pink Ribbon Fonds werd gestort, dat wordt beheerd door de Koning Boudewijnstichting.



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

 [@pinkribbonboezemvriendinnen](https://www.facebook.com/pinkribbonboezemvriendinnen)

 [@pinkribbonbelgie](https://www.instagram.com/pinkribbonbelgie)

 [@PinkRibbonBE](https://twitter.com/PinkRibbonBE)

 [Pink Ribbon Belgium](https://www.linkedin.com/company/pink-ribbon-belgium)