

## PERSBERICHT

30 januari 2019



### WHATTHEPOK: VIRTUAL REALITY TOONT HOE STRESS BIJ JONGEREN ECHT IS

JOETZ vzw kaart stress bij jongeren aan en lanceert daarom #WhatThePok. Een project, dat aan de hand van virtual reality, jongeren stress laat (h)erkennen en de juiste handvaten aanreikt om stress tegen te gaan. HipHop-collectief SLM en opkomende YouTuber Nona van Braeckel steunen het project door als acteurs mee te spelen in de VR-film.

De virtualrealityervaring, gemaakt door VR start-up Soulmade, laat jongeren stress (h)erkennen door hen in verscheidene herkenbare situaties te plaatsen. Na afloop van de VR-film is de kijker in staat stress te benoemen. Uit de [stressenquête van JOETZ vzw bij 2322 jongeren](#), blijkt dat jongeren dat momenteel niet altijd kunnen. JOETZ vzw peilt ook hoe jongeren momenteel omgaan met stress door hen te bevragen over handvaten die stress helpen te verminderen.

### #WHATTHEPOK: EEN VIRTUAL REALITY BELEVING ROND STRESS VOOR JONGEREN

Door de 'virtual reality'-bril op te zetten, kruipt de jongere in de huid van een vlogger van een fictief YouTube-kanaal: Millenial. Nona van Braeckel nodigt de kijker uit op haar vlogfeestje met als special guest SLM. Op het feest beleeft de jongere allerlei herkenbare stresserende situaties zoals het geven van een spreekbeurt, peer pressure, conflict met ouders, verliefd zijn, ...

Plots is de aandacht van iedereen op het vlogfeestje op de kijker gericht. Onvoorbereid moet de jongere een voorstelling geven van het 'Millenial'-idee. Vrienden zetten hem/haar onder druk om mee alcohol te drinken. Via flashbacks komt de toeschouwer in de klas terecht waar een spreekbeurt op hem/haar wacht of beland de kijker in een discussie met zijn/haar ouders... Na het bekijken van de VR-film krijgen de jongeren handvaten aangereikt, door middel van een bevraging, die hen uitleggen hoe ze met stress kunnen omgaan. Ze reflecteren of zij deze tools zelf toepassen en in welke mate ze werken.

360 graden-video's bieden een intense ervaring. De kijker wordt een echt personage met een lichaam, armen en benen. Je kan helemaal om je heen kijken en wordt hierdoor zelf onderdeel van het verhaal. Je staat dus werkelijk middenin de scène waardoor het inlevingsvermogen vergroot. Een bijkomend voordeel is dat de informatie beter blijft hangen.

## VIRTUAL REALITY-TOUR: SENSIBILISERING

JOETZ trekt met haar campagne #WhatThePok rond in Vlaanderen. Zelf eens een VR-bril opzetten? Ontdek of ze bij jou in de buurt langskomen op [www.whatthepok.be](http://www.whatthepok.be). Niet meteen gepland in jou omgeving? Bekijk dan de aftermovie:

[https://youtu.be/Mh4J\\_EUxcKg](https://youtu.be/Mh4J_EUxcKg)

### #WhatThePok VR-tour

- Ma. 04/02/2019 - 9u15 tot 12u - Forum Da Vinci, Sint-Niklaas
- Di. 05/02/2019 - 8u30 tot 16u15 - Athena campus Drie Hofsteden, Kortrijk
- Do. 07/02/2019 - 8u20 tot 11u55 - Atheneum Lier campus Arthur Vanderpoorten, Lier
- Vrij. 08/02/2016 - 8u40 tot 12u15 - K.A. ASSE Campus Vijverbeek, Asse
- Za. 16/02/2019 - Go Left, Waagnatie, Antwerpen

Andere data volgen weldra via de campagnewebsite.

## #WHATTHEPOK: VOORONDERZOEK

Iedereen ervaart wel eens stress, zo ook jongeren. Niets mis mee, maar wel als het een constante wordt. JOETZ vzw deed in 2016 een [onderzoek](#) bij 2322 jongeren van het secundair onderwijs. Uit dit onderzoek blijkt dat bijna de helft van de Vlaamse jeugd stress heeft door school. Van de ondervraagden geeft 40% aan stress te krijgen door hun uiterlijk en een gebrek aan zelfvertrouwen. 1 op 4 van de jongeren geeft ook nog eens aan dat vrienden en relaties hen stress bezorgen. JOETZ vzw trekt aan de alarmbel.

#WhatThePok normaliseert zo stress bij de Vlaamse jeugd. Ook zij lijden onder de individualistische, gejaagde samenleving.

## NIEUWE CAMPAGNE #WHATTHEPOK WIL DE LAT LAGER LEGGEN

JOETZ ging op zoek naar een toegankelijke manier om stress bespreekbaar te maken. Zo kwamen ze uit bij een virtual reality-filmpje: virtual reality is een virtuele of gesimuleerde werkelijkheid, die je met een VR-bril ervaart.

In een maatschappij die veel van ons vraagt kunnen we best kritisch zijn voor onszelf. Met de campagne #WhatThePok wil JOETZ vzw jongeren stress laten erkennen, herkennen en het onderwerp bespreekbaar maken.

Je hoeft niet (altijd) te voldoen aan de idealen die de samenleving en die je jezelf oplegt. Jezelf aanvaarden en de lat niet onrealistische hoog leggen, dat is belangrijk. Met de sensibiliseringscampagne en virtual reality tour wil JOETZ jongeren een hart onder de riem steken. Op [www.whatthepok.be](http://www.whatthepok.be) kan je meer informatie vinden over de campagne, stress en de VR-tour.

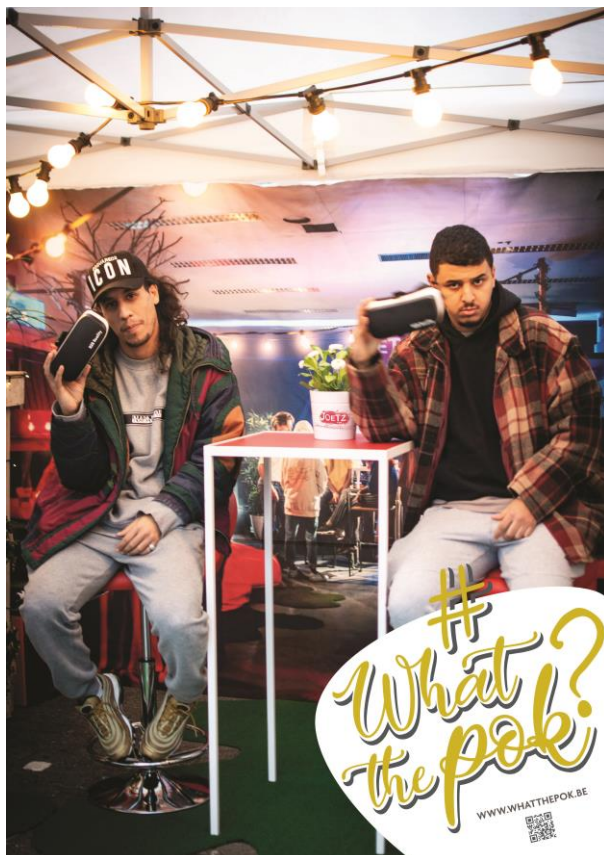
## STRESSKIP

JOETZ is niet aan haar proefstuk toe. In 2018 lanceerden ze voor kinderen van 6 tot 12 jaar een stresslied: 'Geen Paniek'. Er werd rond het stresslied een educatief pakket uitgewerkt dat terug te vinden is op [www.stresskip.be](http://www.stresskip.be).

## PERSCONTACT:

Franka Foré | adjunct Nationaal Verantwoordelijke

T 02 51 50 623 | M 0472 20 81 24 | E [franka.fore@joetz.be](mailto:franka.fore@joetz.be)



## PERSUITNODIGING

**U bent vriendelijk uitgenodigd op de  
officiële lancering  
van #WhatThePok.**

**Beleef de VR-film op 4 februari van 9u15 tot 12u te Sint-Niklaas.**

**Forum Da Vinci  
Parklaan 89  
9100 Sint-Niklaas**

## OVER JOETZ

JOETZ vzw is een erkende landelijke jeugdvereniging die, als trouwe partner van de Socialistische Mutualiteiten, optreedt als gezondheidspromotor voor, door, met en bij kinderen en jongeren van 3 tot 30 jaar. Wat je van ons kan verwachten: knotsgekke activiteiten zoals vakanties in binnen- en buitenland, oerdegelijke vormingen zoals animatorenopleidingen en internationaal jeugdwerk dat de horizon van jongeren verruimt. Daarnaast werken we jaarlijks ook tal van interessante gezondheidsprojecten uit. Bij JOETZ beleef je, klein of groot, de tijd van je leven!

## STRESS, EEN SLUIPEND GIF

Iedereen ervaart stress, de manier waarop verschilt echter van persoon tot persoon. Wel is het duidelijk dat er goede en slechte vormen zijn. Gezonde stress voel je op belangrijke momenten. Deze helpt je om te focussen, beter te presteren, er helemaal voor te gaan, ... Ongezonde stress zorgt ervoor dat je minder goed functioneert. Het slurpt al je energie op en kent langdurig psychische én lichamelijke gevolgen. Het is niet altijd eenvoudig om een onderscheid tussen de twee te maken. Dit probleem willen we verhelpen door stress te erkennen, te benoemen en bespreekbaar te maken.

## ONZE PARTNERS

### Nona Van Braeckel

Nona Van Braeckel! Sketches, vlogs, favorieten, dingen die iedereen doet, praatvideo's,... Je vindt het allemaal op haar [YouTubekanaal](#). Ze uploadt 2 tot 3 video's per week!

Vier jaar geleden begon Nona, nu student Media & Entertainment Business, met het maken van filmpjes voor haar YouTubekanaal. Een uit de hand gelopen hobby want haar kanaal telt nu maar liefst 10 000 volgers. In het begin volde zij de druk van mensen rondom haar, ze had vaak stress dat mensen haar zouden uitlachen omwille van haar video's. Het heeft haar regelmatig doen twifelen om toch te stoppen. Maar vandaag is ze enorm blij dat ze die stress en onzekerheid heeft kunnen overwinnen en is kunnen uitgroeien tot de persoon en YouTuber dat ze nu is.

### SLM

Salahdine Ibnou Kacemi en Said Boumazoughe vormen samen HipHop-collectief SLM. SLM, de afkorting voor Salaam, betekent zoveel als 'vrede'. Said en Salah brengen aanstekelijke Nederlandstalige hiphop met een positieve en liefdevolle boodschap. "Zonder moraal-ridder te willen spelen."

De meest bekende single van het Antwerpse duo SLM is 'Ewa Ja'. Met lyrics als "ik word al stappend al geflitst" of "handje in de lucht, maar geen leerkracht die het zag" is het een nummer over de discriminatie en het racisme waar elke jongere van allochtone afkomst wel eens mee te maken krijgt.

### SOULMADE

Soulmade is gespecialiseerd in innovatieve media: van audiovisueel sterke Virtual Reality producties tot spectaculaire holografische ervaringen. Als jong Belgisch bedrijf hebben ze zich op korte tijd stevig kunnen vestigen als experts in het medialandschap. Op twee jaar tijd hebben ze dan ook een knap portfolio opgebouwd met uiteenlopende projecten voor tal van grote namen uit de bedrijfswereld.



MEDE MOGELIJK GEMAAKT DANKZIJ



### #IKBENIK: LEG DE LAT NIET TE HOOG

WhatThePok maakt deel uit van de [ikbenik](#)-campagne van de Socialistische Mutualiteiten. Het ziekenfonds zet de komende 3 jaar een sensibiliseringscampagne rond Geestelijke gezondheid op poten. In een samenleving waar de druk hoog is, willen ze onder de slogan 'Ik ben ik, gewoon mezelf' vertellen dat het oké is om jezelf te zijn en dat je niet (altijd) hoeft te voldoen aan de idealen die de samenleving jou oplegt. Jezelf aanvaarden en de lat niet onrealistisch hoog leggen voor jezelf, dat is belangrijk.