

# Communicatiegids

Onder embargo tot 18 maart 2026

# Kom uit je kop.be

Deze gids helpt je om de sensibiliseringscampagne **Kom Uit Je Kop** mee bekend te maken.

Je vindt hier het campagnemateriaal en suggesties voor communicatie via sociale media, nieuwsbrieven, websites, en vormingen.

## **Belangrijk**

De campagne wordt officieel gelanceerd op:

**18 maart**

We vragen om **voor dit moment geen communicatie of beeldmateriaal te verspreiden.**

In deze gids:

<b>1. Achtergrond</b> .....	3
<b>2. Sociale media posts</b> .....	4
Visuuls en voorbeeldteksten .....	4
<b>3. Nieuwsbericht of artikel</b> .....	6
Voorbeeldtekst nieuwsbrief (kort) .....	6
<b>4. Verankering op website</b> .....	7
Voorbeeldtekst website .....	7
<b>5. Opnemen in vormingen/lezingen</b> .....	7
<b>6. Campagnemateriaal: posters, flyers &amp; stickers</b> .....	8
<b>8. E-learningmodule 'suicidepreventie bij mannen'</b> .....	9
<b>Vragen of opmerkingen?</b> .....	9

# 1. Achtergrond

---

In Vlaanderen zijn **ongeveer 3 op 4 personen die overlijden door zelfdoding mannen**.

Onderzoek toont dat mannen minder snel hulp zoeken wanneer ze het moeilijk hebben. Zo geeft **ongeveer een kwart van de mannen met zelfmoordgedachten aan bij niemand hulp of advies te zoeken**.

Dit heeft onder meer te maken met hardnekkige maatschappelijke verwachtingen rond mannelijkheid. Veel mannen ervaren het als moeilijker om kwetsbaarheid te tonen, over mentale problemen te spreken of hulp te vragen.

Daarom lanceert het **Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie (VLESP)** de campagne **Kom Uit Je Kop**, ontwikkeld **in samenwerking met een groep mannen die zelf ervaring hebben met zelfmoordgedachten**.

Samen met fashion retailer **e5** werd een T-shirtcollectie ontworpen die zichtbaar maakt wat vaak verborgen blijft. De T-shirts zijn zo ontworpen dat elementen die normaal aan de binnenkant zitten, zoals het label en de wasinstructies, aan de buitenkant zichtbaar worden.

De campagne wil mannen aanmoedigen om **niet alles binnen te houden**, maar te laten zien wat er speelt en erover te praten met anderen.

De campagne wordt ondersteund door drie ambassadeurs: **Sander Gillis, Björn Soenens en Joris Van Rossem (Metejaar)**, die meehelpen om het thema mentale gezondheid bij mannen bespreekbaar te maken.

**De campagne loopt van 18 maart tot 31 juli, tot de voorraad strekt.**

Meer informatie: [www.komuitjekop.be/op-je-shirt](http://www.komuitjekop.be/op-je-shirt)

## 2. Sociale media posts

---

Je kan de campagne ondersteunen door een bericht te delen op sociale media. Je kan

- de posts van VLESP delen ([Facebook](#) - [Instagram](#) - [LinkedIn](#)),
- zelf een bericht maken met eigen tekst,
- of een T-shirt uit de Kom Uit Je Kop collectie kopen bij e5 en een foto of video delen waarop je het T-shirt draagt.

### Visuals en voorbeeldteksten

[Campagnebeeld \(groepsfoto\)](#)

Campagnevideos:

- [Björn Soenens](#)
- [Sander Gillis](#)
- [Joris van Rossem](#)

**Voorbeeldtekst (groepsfoto):**

- Donkere gedachten worden zoveel lichter als je ze naar buiten brengt. Toch blijft dat voor mannen een moeilijke drempel. Samen met @e5mode wil @vlesp\_insta met 'Kom Uit Je Kop' mannen én hun omgeving helpen om moeilijke onderwerpen niet alleen zichtbaar, maar vooral bespreekbaar te maken. Lees alle tips op [komuitjekop.be](#). #wijdragene5 #komuitjekop
- Donkere gedachten bij mannen vinden niet vaak de weg naar buiten. Samen met @e5mode wil @vlesp\_insta met 'Kom Uit Je Kop' mannen én hun omgeving helpen om moeilijke onderwerpen niet enkel zichtbaar, maar vooral bespreekbaar te maken. Ontdek al onze tips op [komuitjekop.be](#). #wijdragene5 #komuitjekop
- 3 op de 4 overlijdens door zelfdoding zijn mannen. Donkere gedachten bij mannen vinden niet vaak de weg naar buiten. Ben jij of ken jij iemand die met moeilijke onderwerpen worstelt? @vlesp\_insta helpt je, samen met @e5mode, om het bespreekbaar te maken. Ga naar [komuitjekop.be](#) voor onze tips. #wijdragene5 #komuitjekop

### Voorbeeldtekst (individueel)

- Björn Soenens steunt 'Kom Uit Je Kop' omdat hij van dichtbij zag hoeveel impact zelfdoding heeft. Hij hoopt dat de actie mannen en hun omgeving helpt om elkaars signalen sneller op te pikken en zo mentale moeilijkheden bespreekbaar te maken. Tips nodig? Je vindt alle info op [komuitjekop.be](http://komuitjekop.be).  
@vlesp @e5mode #komuitjekop
- Binnen zijn vriendengroep werd Metejoor geconfronteerd met zelfdoding. Daarom draagt hij de boodschap: elke man heeft gevoelens, en die mogen er zijn. Met 'Kom Uit Je Kop' wil hij mannen aanmoedigen om open te zijn over wat er in hun hoofd omgaat. @vlesp @e5mode #komuitjekop
- “Wat meer luisteren, wat meer tijd voor elkaar maken.” De boodschap van Sander Gillis is duidelijk. Hij steunt 'Kom Uit Je Kop' in de hoop dat meer mannen hun gevoelens bespreekbaar maken, want je hoeft het niet alleen te doen. Lees alle tips op [komuitjekop.be](http://komuitjekop.be). @vlesp @e5mode #komuitjekop

**Graag een andere tekst?** Houd dan zeker rekening met onze [mediarichtlijnen](#).

**Vragen of twijfels?** Contacteer ons op [pauline.stas@ugent.be](mailto:pauline.stas@ugent.be)

### Tips

- Voeg [komuitjekop.be](http://komuitjekop.be) toe in je caption of story
  - Campagne-pagina: [www.komuitjekop.be/op-je-shirt](http://www.komuitjekop.be/op-je-shirt)
- Tag VLESP & e5
  - Instagram: @vlesp\_insta @e5mode
  - Facebook en LinkedIn: VLESP - Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie
- Gebruik #komuitjekop en eventueel #wijdragene5
- Vermeld dat mensen zelf een T-shirt kunnen kopen bij e5

### 3. Nieuwsbericht of artikel

---

Je kan de campagne ook delen via:

- een nieuwsbericht op je website
- een artikel in een nieuwsbrief of magazine
- een bericht naar medewerkers of leden

Het volledige persbericht kan hiervoor gebruikt worden. Het volledige persbericht vind je [hier](#).

Wij helpen graag om een artikel na te lezen of aan te passen voor jouw organisatie.

**Contact:** [pauline.stas@ugent.be](mailto:pauline.stas@ugent.be)

#### Voorbeeldtekst nieuwsbrief (kort)

##### **Kom Uit Je Kop: campagne rond mentale gezondheid bij mannen**

In Vlaanderen zijn drie op vier personen die overlijden door zelfdoding mannen. Toch zoeken mannen gemiddeld minder hulp wanneer ze met zelfmoordgedachten worstelen. Hardnekkige maatschappelijke verwachtingen rond mannelijkheid maken het voor veel mannen moeilijk om kwetsbaarheid te tonen of hulp te vragen.

Met de campagne **Kom Uit Je Kop** wil het Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie (VLESP) dit taboe doorbreken. De campagne werd ontwikkeld **samen met een groep mannen die zelf ervaring hebben met zelfmoordgedachten** en in samenwerking met fashion retailer **e5**. Centraal staat een T-shirtcollectie die symbolisch toont wat vaak verborgen blijft: elementen die normaal aan de binnenkant van een T-shirt zitten, zoals labels en wasinstructies, worden zichtbaar aan de buitenkant. De campagne wordt ondersteund door ambassadeurs **Sander Gillis, Björn Soenens en Joris Van Rossem (Metejaar)** en wil mannen aanmoedigen om niet alles binnen te houden, maar te praten over wat er in hun hoofd speelt.

Meer info: [www.komuitjekop.be/op-je-shirt](http://www.komuitjekop.be/op-je-shirt)

## 4. Verankering op website

---

Als organisaties kan je helpen om de campagne langdurig zichtbaar te maken door informatie op hun website te plaatsen.

### Voorbeeldtekst website

Het Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie (VLESP) lanceerde de campagne **Kom Uit Je Kop** om mentale gezondheid bij mannen bespreekbaar te maken.

Veel mannen vinden het moeilijk om over mentale problemen te praten of hulp te zoeken. Met deze campagne wil VLESP mannen en hun omgeving aanmoedigen om signalen van psychische moeilijkheden te herkennen en erover te praten.

Op [www.komuitjekop.be](http://www.komuitjekop.be) vinden mannen en hun omgeving informatie, tips, getuigenissen en ondersteuning rond mentale gezondheid en zelfmoordgedachten.

## 5. Opnemen in vormingen/lezingen

---

De campagne kan ook worden opgenomen in:

- vormingen
- lezingen
- infosessies
- studiedagen

Bijvoorbeeld door:

- een slide over de campagne toe te voegen aan presentaties: een voorbeeld vind je [hier](#)
- het thema mentale gezondheid bij mannen kort te bespreken
- deelnemers te verwijzen naar **komuitjekop.be**

## 6. Campagnemateriaal: posters, flyers & stickers

---

Om de campagne verder zichtbaar te maken, zijn er ook **posters, flyers en stickers** beschikbaar.

Deze materialen kunnen bijvoorbeeld gebruikt worden in:

- wachtzalen
- scholen of opleidingsinstellingen
- organisaties en werkplekken
- evenementen of vormingen
- ...

Zo helpen ze om het thema mentale gezondheid bij mannen **zichtbaar en bespreekbaar** te maken.

Heb je interesse in campagnemateriaal? Bestel het op [www.komuitjekop.be/bestel-het-campagnemateriaal](http://www.komuitjekop.be/bestel-het-campagnemateriaal) (nieuw materiaal beschikbaar vanaf 18 maart).



## 8. E-learningmodule ‘suïcidepreventie bij mannen’

---

Naast de campagne ontwikkelde VLESP ook een **e-learningmodule voor hulpverleners en professionals** over suïcidepreventie bij mannen.

In deze e-learning wordt ingegaan op onder andere:

- de impact van gendernormen op hulpzoekgedrag
- hoe suïcidaliteit zich bij mannen kan uiten
- hoe je mannen beter kan ondersteunen in hulpverlening

Wil je hierover communiceren binnen je organisatie?

Er is ook een **aparte communicatiegids voor de e-learning** beschikbaar, die vind je [hier](#).

Contacteer [pauline.stas@ugent.be](mailto:pauline.stas@ugent.be) als je deze wil ontvangen.

## Vragen of opmerkingen?

---

Berichtgeving over zelfdoding kan helpen om zelfdoding te voorkomen.

**Respecteer de mediarijntlijnen**, zie [www.zelfmoord1813.be/media](http://www.zelfmoord1813.be/media).

Bij vragen of feedback kan je mailen naar [Pauline.stas@ugent.be](mailto:Pauline.stas@ugent.be).

Hou ook onze sociale media in de gaten om op de hoogte te blijven, of schrijf je in op onze [nieuwsbrief](#).