

Persbericht

Driekwart van Nederlandse jeugd vindt dat vuurwerkbril verplicht moet worden Pearle Opticiens beschermt 140.000 ogen tijdens jaarwisseling

Amsterdam, woensdag 11 december 2019 – Nadat vorig jaar verkopers van vuurwerk al verplicht werden om een vuurwerkbril mee te geven, blijkt nu dat bijna driekwart van de jongeren, tussen de 10 en 18 jaar oud, vindt dat een vuurwerkbril verplicht moet worden. Dit en meer komt naar voren in het vuurwerkonderzoek dat in opdracht van Pearle Opticiens is uitgevoerd door een onafhankelijk onderzoeksbureau.

Pearle Opticiens stelt voor het zesde jaar op rij 70.000 vuurwerkbrillen beschikbaar voor volwassenen en kinderen via hun [335 winkels](#) en aan ziekenhuizen, maatschappelijke organisaties en oogspecialisten. De vuurwerkbril is gratis op te halen tussen 12 en 31 december, zolang de voorraad strekt.

Verdeeldheid onder jeugd

Hoewel vuurwerk door de jeugd als ‘mooi’ wordt bestempeld (63%), geeft een derde (36%) aan het ‘gevaarlijk’ te vinden. Een kwart van de jongeren (23%) probeert alles wat met vuurwerk te maken heeft te vermijden. Daartegenover staat een groep die weleens illegaal vuurwerk afsteekt en ook vuurwerk opraapt wat niet is afgegaan (18%). Een stijging ten opzichte van twee jaar geleden toen slechts 10% van de ondervraagden aangaf illegaal vuurwerk af te steken.

Eén centrale plek om vuurwerk af te steken wordt door meer dan de helft (57%) van de ondervraagden niet gewaardeerd. Liever steken ze het vuurwerk op straat af met hun familie. Meer dan driekwart (78%) van de ondervraagden vindt het wel goed dat er vuurwerkvrije zones zijn. Er is overigens een kleine groep (16%) die zich niet aan de vuurwerkvrije zones wil houden. Daar staat tegenover dat bijna één op de drie jongeren (28%) voor een landelijk vuurwerkverbod is.

Vuurwerk kijken gevaarlijker dan afsteken

Inmiddels zet al bijna de helft (48%) van de jongeren een vuurwerkbril op wanneer zij zelf vuurwerk afsteken. Opvallend, wanneer een ander vuurwerk afsteekt, zet slechts een kwart (25%) de vuurwerkbril op. Cijfers van het Nederlands Oogheelkundig Gezelschap (NOG) tonen aan dat meer dan de helft van het oogletsel veroorzaakt wordt door vuurwerk van een ander. Tjeerd de Faber, oogarts en woordvoerder van het NOG inzake vuurwerk: “Het is erg belangrijk dat iedereen die in de buurt van vuurwerk is een vuurwerkbril draagt. Niet alleen door de personen die het zelf afsteken, maar ook die er naar kijken.” Nederland is in Europa nog steeds koploper op het gebied van oogletsel bij vuurwerkongevallen. “Jaarlijks lopen meer dan 150 personen oogletsel op, waarvan 10% permanent blind wordt”, vervolgt De Faber. Maar liefst één op de vier (24%) kinderen in de leeftijd van tien tot achttien jaar is of kent iemand die een ongeluk heeft gehad door vuurwerk van een ander.

Verplichting vuurwerkbril

Dat bijna driekwart (71%) van alle ondervraagden een verplichting wil, kan te maken hebben met het feit dat een kwart (25%) van de jeugd zich schaamt om een vuurwerkbril te dragen, en omdat tweederde (68%) het moet dragen van hun ouders. Meer dan één kwart (29%) geeft aan dat een vuurwerkbril iets is voor kleine kinderen.

Peter Beekman, Retail Operations Manager bij Pearle Nederland: “Al zestig jaar staan wij klaar voor alle ogen in Nederland. Daarom willen we ook tijdens Oud en Nieuw onnodig oogletsel door vuurwerk voorkomen. We zijn al goed op weg, we streven ernaar dat het dragen van een vuurwerkbril de norm wordt en we verwachten dat onze 70.000 vuurwerkbrillen daaraan een belangrijke bijdrage leveren.”

Meningen peilen onder Nederlands publiek

Om op een sympathieke manier aandacht te vragen voor oogveiligheid werkt Pearle Opticiens ook dit jaar weer samen met bekende Nederlanders. Presentatrice Nicolette Kluijver peilt de kennis van haar volgers via social media. Kluijver: “Ik ga graag met mijn gezin veilig het nieuwe jaar in, daarom dragen wij een vuurwerkbril. Ik vind het belangrijk om andere ouders hier ook bewust van te maken zodat we allemaal zorgeloos kunnen genieten van een bijzonder moment.” Youtuber Kalvijn toont zijn volgers het goede voorbeeld door in één van zijn video's een vuurwerkbril te dragen.

Voorgaande jaren werkte de optieketen, die dit jaar haar zestigjarig jubileum viert, al samen met influencers als Youtuber Dylan Haegens en rapper Donnie. Laatstgenoemde introduceerde vorig jaar de ‘knaalplanga’.

einde bericht

Over Pearle Opticiens

Pearle Opticiens is in Nederland marktleider in brillen en contactlenzen. Pearle staat voor deskundige en betaalbare oogzorg door deskundige opticiens en optometristen en is voor iedereen bereikbaar met 335 winkels door heel Nederland. www.pearle.nl

Over het onderzoek

Het onderzoek is in opdracht van Pearle Opticiens uitgevoerd onder meer dan 1100 jongeren van 10 tot 18 jaar oud en is representatief op leeftijd en geslacht. Het onderzoek is uitgevoerd door Vostradamus. Het online veldwerk is uitgevoerd tussen 15 en 28 november 2019. De onderzoeksgegevens zijn beschikbaar op aanvraag.

Perscontact

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

AM public relations

Luc de Boer

luc@publicrelations.am

020 22 37 291