



## JURYRAPPORT EFFIE 2011

---

### ZILVER

**Case:** Ben jij al donor?  
**Adverteerder:** Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport  
**Bureaus:** KesselsKramer, NOISE  
**Categorie:** Gedragscampagnes

In afwijking van andere landen kennen wij voor donorschap het opt-in systeem, wat het werven van donoren door de jaren heen altijd lastig heeft gemaakt.

Om deze reden brengt de campagne de vraagstelling terug tot een eenvoudig 'ja of nee?'. Tevens wordt de keuze gemaakt voor drempelverlaging door de focus te richten op sociale media (Hyves) en gebruik te maken van lead users.

Dit maakt de case extra sympathiek, maar het kan niet verhullen dat het ambitieniveau van de doelstellingen niet goed valt te duiden.

Ten behoeve van de conversie van de doelstellingen is een sublieme communicatie- en middelenstrategie gekozen. In dit verband mag het inventief partnerschap met het rijbewijs niet onvermeld blijven.

Daarmee zijn creatie en middelenkeuze goed, modern en slim.

De resultaten zijn bovendien meer dan overtuigend, zeker ook gelet op het beperkte budget. De kosten per nieuwe donor bedragen uiteindelijk slechts € 6,90. Aldus maakt deze case duidelijk dat simpel heel goed kan werken. Veel waardering van de jury voor deze case.