



BRONS

“Veilig Internetten”

Ministerie van Justitie

N=5 + KONG

categorie: bewustwordingscampagnes

Een bewustwordingscampagne waarvan de actuele relevantie afspat. De kunst van deze case is dat je in zo snel (binnen vijf weken) zo’n korte zoveel impact en effect kan realiseren.

Impact is functioneel ingezet om de laconieke houding van de Nederlander te doorbreken. En om razendsnel op de publieke agenda te komen. Voor een serieus issue is dit opvallend speels gedaan. Zonder direct angstgevoelens op te roepen. Het besef dat je voorzichtiger om moet gaan met je persoonlijke gegevens op internet is direct flink gestegen. Net zoals de intentie om maatregelen te nemen en de informatiebehoefte die hierbij komt kijken.

Impact en effecten van deze case werden gevoed door een confronterend strategisch inzicht: je denkt anoniem te zijn internet, maar je bent dat niet.

Per medium leverde dit geweldige uitingen op. Bijvoorbeeld een viral (Stanislav) die in een week tijd liefst 7 miljoen keer werd doorgestuurd.

De jury vond dat de samenhang in communicatie beter had gekund. Zo werd een succesvol kick-off event als een invloed van buitenaf gebracht in plaats van een onderdeel van de campagne. Daarnaast had de case aan kracht gewonnen als de communicatiedoelstelling wel was gekwantificeerd en als wel enige verwijzing naar een gelijklopende campagne van XS4ALL over hetzelfde thema was gemaakt.

De jury waardeert deze case van harte met een bronzen Effie.