



JURYRAPPORT EFFIE 2011

BRONS

Case:	Goochem het Gordeldier
Adverteerder:	DPC i.s.m. Ministerie van Infrastructuur en Milieu
Bureau:	Roorda Reclamebureau B.V.
Categorie:	Bewustwordingscampagnes

Mooie, goed opgeschreven multimedia case, waaraan duidelijk zorg is besteed. Een heldere campagne bovendien.

De centrale vraagstelling (hoe zorgen we ervoor dat kinderen op de achterbank uit zichzelf de autogordel dragen) wordt beantwoord met een even pragmatische als intelligente strategie. Het is bovendien sympathiek om, in plaats van bij ouderen, awareness bij kinderen als doelstelling te nemen.

De exportkwaliteit van deze case geeft aan dat hier een fundamentele ingang gevonden is voor gedragsbeïnvloeding en bewustwording. Het klinkende resultaat (van 64% tot 94%) spreekt voor zich.

Hoewel de case ijzersterk start met een scherpe strategie en eindigt met een maatschappelijk belangrijk resultaat, wordt in de case niet deugdelijk onderbouwd wat nu de precieze relatie is tussen de inzet van Goochem het Gordeldier en de behaalde resultaten. Dat laat ruimte voor omgevingsfactoren die van invloed kunnen zijn geweest op de resultaten.