

CAMPAGNE TERUGBLIK

We gaan weer "Apart doen" Want soms vergeten we dat...

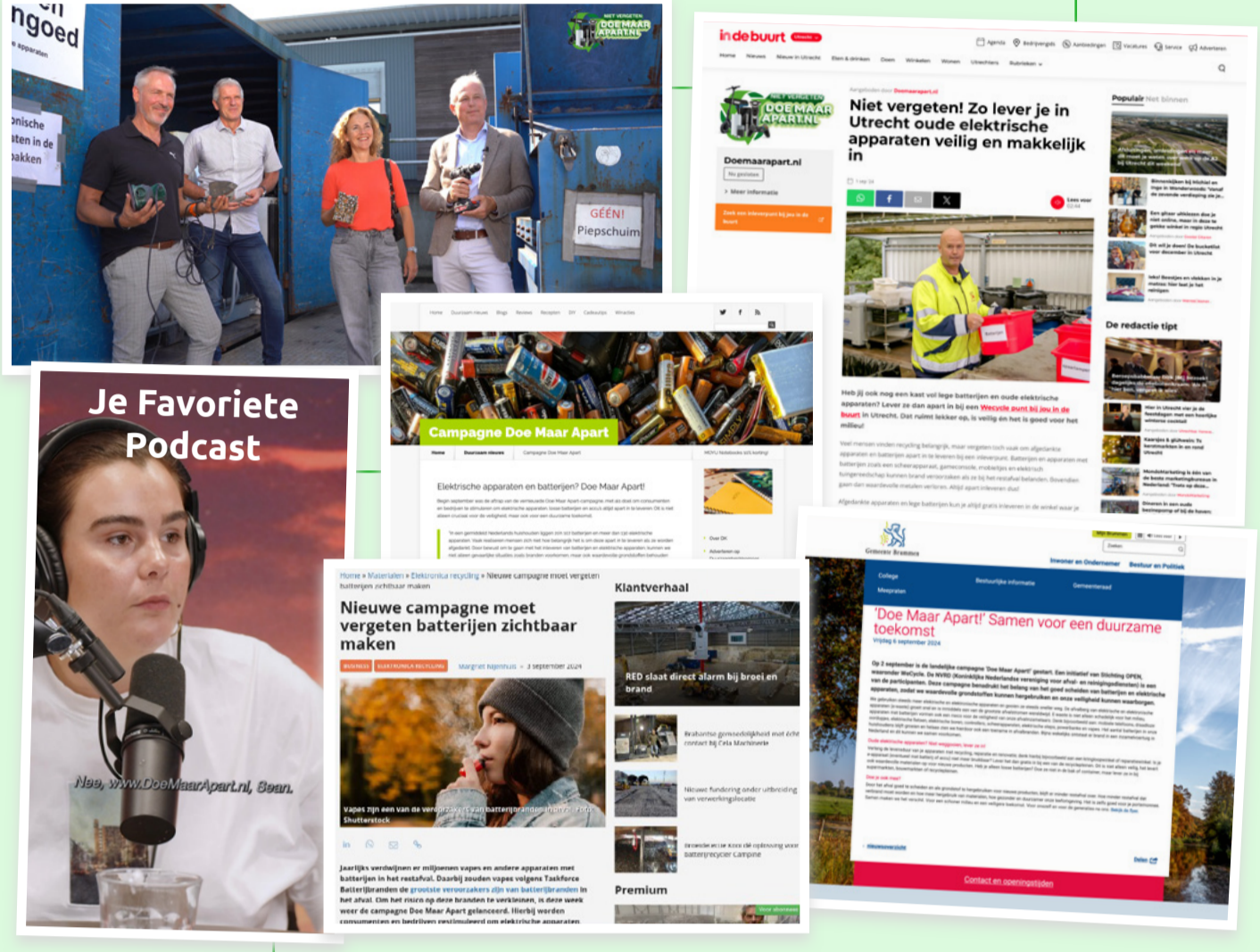
Ruim 3 kwart van Nederland* is zich ervan bewust dat het apart inleveren van elektrische apparaten en batterijen de veiligheid bevordert en waardevolle metalen oplevert. Als reden om het soms toch niet te doen? Gewoon vergeten. Alle reden om de campagne Doe maar apart te herhalen met als extra geheugensteuntje: Niet vergeten!!!!

Bekijk en beluister hier de videos en radiospotjes met deze extra oproep.



Naast radio en online animaties was er dit jaar extra aandacht voor jongeren en ouderen waarbij de inhoudelijke mediakanalen "Podcasts" en een online artikel "Indebuurt" zijn ingezet. Ook was er veel aandacht in de pers via branchemediamedia en gemeenten.

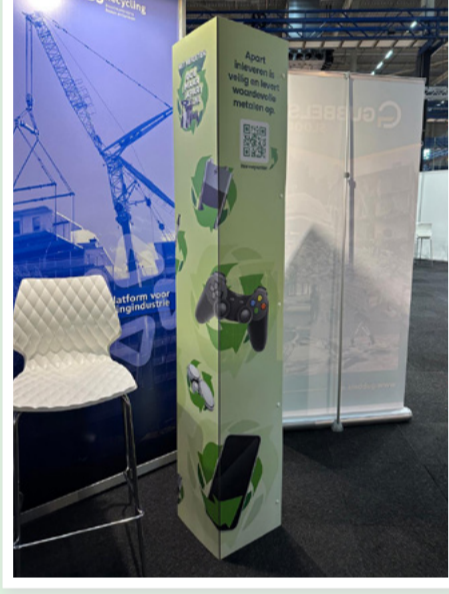
Mediamix



Onderweg & online tijdens de Nationale Wecycleweek



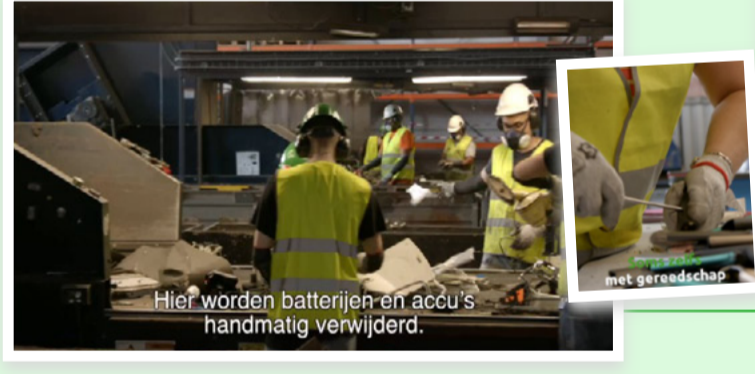
Op de Recyclebeurs en in het Vakblad GRAM



Nieuwe uitingen in de communicatiekit



Video batterij snippers



Het gebruik van de communicatiekit op doemaarapart.nl is dit jaar **VERDUBBELD**

75% zegt **ALTIJD** apparaten apart in te leveren en de batterijen (als dit kan) te verwijderen.

76% van de Nederlanders is zich ervan bewust dat apart inleveren van apparaten en batterijen bijdraagt aan **de veiligheid** van het personeel werkzaam in de inzameling en verwerking.

Vergeten blijft de belangrijkste opgegeven reden om dit toch niet te doen.

*Bron: Markteffect 2024

Nominatie Audify Award!

- Vakjury nomineert vijf audioreclamecampagnes en vijf audio-ambassadeurs Amsterdam, 27 september 2024 - Op vrijdag 4 oktober tijdens de 'Dag van de Audio' worden de Audify Awards uitgereikt aan de beste audio-commercial en de meest invloedrijke audio-ambassadeur van het jaar. In totaal zijn tien genomineerden bekendgemaakt, vijf in elke categorie. De prijsuitreiking is live te volgen via een speciale radio-uitzending op Afdorfmatic.nl.
- Genomineerden Beste Audiocommercial 2024**
- Frieslandcampina - Valens "Het als kip"**
Bureaus: Joe Public Amsterdam, MedCloud, GroupM Jurycommontaar: "De radiocommercialen hebben een 'duck test' valt deze commercial op door de overdrijving van wat het niet is, wat de luisteraar direct prikkelt."
 - Nederlandse Spoorwegen - 'Kom bij ons Topteam op de trein'**
Bureaus: Han Snel, Babkormer Studio's, Zuiver Jurycommontaar: "De radiocommercialen hebben een vrolijke trein in een crossmediale omgeving die ervoor zorgt dat deze NS-vacaturecampagne blijft hangen bij de luisteraar."
 - OHRA - 'Oh Public Amsterdam, Public Audio, Mindshare'**
Jurycommontaar: "De verhalen van huisdieren in de problemen, gecombineerd met uitstekend sounddesign, maken deze commercial een herkenbare en effectieve boodschap voor huishouders/bestuurders."
 - Initiatief Doemaarapart - 'Doe maar apart'**
Bureaus: Han Snel, Babkormer Studio's, Zuiver Jurycommontaar: "Het creatieve gebruik van het woord 'apart' en de sterke karakters zorgen ervoor dat deze campagne over het inleveren van elektronisch afval echt opvalt."
 - de VakantieDiscounter - 'Die snapt vakantie'**
Bureaus: MDDA, LEVALO, Sproom Jurycommontaar: "Deze campagne speelt slim in op dagelijkse werk-geluiden die transformeren in vakantiegeluiden, wat de verbeelding van de luisteraar prikkelt en activeert."



Luister naar de radiospot



"Indebuurt" scoort!

Het online artikel "Indebuurt.nl" kreeg een doorklik van 32,7% en een gemiddelde leestijd van 1.21 minuten! Zo kwamen veel lezers direct op de site van hun gemeente terecht voor meer informatie over de lokale milieustraat.

Meest populaire online uitingen per doelgroep

