

Gezamenlijke marketing- en
communicatie inspanningen

Campagne Gezond Wonen



nationale
nederlanden

gezond
binnen



TNO innovation
for life



 **Binnenklimaat**
NEDERLAND

heijmans

Onze missie: gezond binnenklimaat voor iedereen

Als samenwerkende partijen willen we ons inzetten voor een gezond Nederland, met focus op gezond binnen leven. Aan de hand van onafhankelijke informatie willen we consumenten bewust maken van de urgentie van een gezond binnenklimaat en het handelsperspectief dat zij daar zelf in hebben.

Gezondbinnen.nl wil dat een gezond binnenklimaat even belangrijk wordt als gezond eten en voldoende bewegen. Onze missie is dan ook: een gezond binnenklimaat voor iedereen.



Aanleiding samenwerking

- Het thema gezondheid wordt steeds belangrijker
- We zijn steeds vaker binnen (90% van onze tijd)
- Er is geen onafhankelijke informatie te vinden: wat is waar?
- Het is voor veel consumenten onduidelijk wat een gezond binnenklimaat exact inhoudt, laat staan de effecten daarvan.
- Voor consumenten is het onbekend wat ze zelf kunnen doen om het binnenklimaat te verbeteren (handelsperspectief).
- Het binnenklimaat bestaat uit verschillende facetten: dit kunnen we niet alleen

Daarom bundelen Nationale-Nederlanden & Gezond Binnen de krachten.

Onze samenwerking start met een gezamenlijke campagne. Hierna onderzoeken we samen de verdere invulling op onder andere het gebied van kennisontwikkeling.

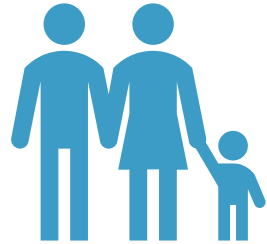


Gezond Wonen Campagne

Met deze campagne willen we de zo veel mogelijk mensen bewustmaken van het effect van het binnenklimaat op de gezondheid. Binnen de campagne geven we de doelgroep handelsperspectief om een gezond Binnenklimaat te creëren.



Doelgroepen



Jonge Gezinnen



Werkgevers en werknemers



Huseigenaren



(Semi)overheid

Mogelijke thema's

- Fijnstof in huis
- Slaapkamer
- Kinderkamer
- Koken
- Thuiswerken
- Isoleren is ventileren



Opzet Campagne

1. Informatieve content in begrijpbare taal gezamenlijk ontwikkelen.
2. Gezamenlijke communicatiemiddelen ontwikkelen, zoals: flyers, video's, artikelen en ook mogelijk podcasts. Na de kick-off zal gekeken worden naar de beste middelen.
3. Binnen de overkoepelende campagne werken we zoveel mogelijk vanuit één gezicht namens het platform Gezond Binnen. Denk aan een gezamenlijke huisstijl.

Randvoorwaarden Campagne

1. Logo en uitingen van Nationale Nederlanden en Gezond Binnen worden enkel in goed overleg door de partner gebruikt in eigen communicatie.
2. De campagne is de start van onze toekomstige samenwerking binnen de nog te lanceren stichting Gezond Binnen.