

N=5

🕒 07 april 2021, 14:28 (CEST)



Hartstichting zet bijzondere band tussen jou en je hart centraal in nieuwe campagne.

De Hartstichting introduceert vandaag haar nieuwe campagne: *Jij & je hart*. Ontwikkeld in samenwerking met N=5. De campagne gaat over de wederkerige relatie die je met je hart hebt. Zorg jij goed voor je hart, dan zorgt je hart goed voor jou. De basis van de campagne is een korte speelfilm over de ‘bromance’ tussen Philip & zijn hart. Vanuit deze video zijn vervolgens verschillende commercials en video’s gemaakt die verder de diepte in gaan over hoe je goed voor je eigen of andermans hart zorgt.

Het hart centraal

De Hartstichting wil alle Nederlanders weer betrekken bij hun hart en ze motiveren er beter voor te zorgen. Met andere woorden: de motor van je leven niet voor lief te nemen, maar juist lief te hebben.

Daarom heeft de Hartstichting zich de afgelopen jaren getransformeerd van een traditionele fondsenwerver tot een impact gestuurde organisatie die gaat van ‘vragen om te geven, naar geven waar Nederland om vraagt’. De Hartstichting biedt steeds meer handelingsperspectieven waarmee mensen voor hun eigen of andermans hart kunnen zorgen. De vraag naar de traditionele euro is daarmee niet meer de belangrijkste vraag geworden. Een grote shift in de goede doelen wereld.

Merkfilm

David Verschoor, Hartstichting: *“We hebben bewust gekozen om niet onszelf maar het hart centraal te stellen in de campagne. Omdat we heel Nederland willen uitnodigen goed te zorgen voor hun hart. En wij helpen je daarbij met voorlichting over gezonder leven en eerder opsporen van hart- en vaatziekten. Maar ook door wetenschappelijk onderzoek te steunen.”*

Thijs Bontje, N=5: *“Een onderscheidende en rakende campagne maken voor een NGO A-merk is niet eenvoudig, omdat dergelijke campagnes doorgaans wat zwaarder van toon zijn. We hebben bewust gekozen voor een veel lichtere, bijna komische, toon om een veel positiever en energiever gevoel neer te zetten. Niet alleen om de transformatie van de Hartstichting kracht bij te zetten, maar vooral om de doelgroepen, liefst letterlijk natuurlijk, in beweging te krijgen.”*

TV commercial

Productioneel efficiënt

De campagne werd gemaakt in samenwerking met o.a. regisseur Nils Vleugels van productiemaatschappij DPPLR en scenarioschrijfster Lotte Tabbers (De Boskamp's, De regels van Floor). In het scenario voor de korte film werden verschillende verhaallijnen verwerkt. Elke verhaallijn is in de komende campagne ook terug te zien in de verschillende TV-commercials en online-video's.



Credits_Hartstichting.pdf



Monique Bergers

Director N=Content

monique.bergers@nis5.nl

06 13 36 32 57



N=5