

De Deur

Project omschrijving

Een rode deur midden op een plein, durf jij hem open te maken? Een uitgewerkt communicatieconcept om het belang van het sluiten van binnendeuren onder de aandacht te brengen.

Elk jaar probeert Brandweer Midden en West Brabant op een ludieke en unieke vorm invulling te geven aan het thema van de Brandpreventieweken. Dit jaar hebben we een bureau in de arm genomen wat samen met ons een uniek, maar toch betrekkelijk eenvoudig, communicatieconcept uit te denken. Het thema *Hé, doe de deur dicht* is letterlijk gebruikt om de aandacht van passerende burgers te trekken.

Door de deur midden in een gebied te plaatsen waar veel mensen komen (bijvoorbeeld Winkelcentra, weekmarkten) werden burgers geprikkeld en geconfronteerd met het effect van de deur open te laten staan. Op het moment dat de deur wordt geopend gaat een rookmelder af en wordt direct het effect van een gesloten (of open!) deur duidelijk. Tevens werd de campagne ondersteund via socialmedia, stickers op de tankautospuiten en een ludieke online-game.

Al met al een breed uitgewerkt concept waarmee op een unieke manier een bijdrage kan worden geleverd in het vergroten van het bewustzijn ten aanzien van Brandveiligheid.

Doel

Mensen prikkelen en extra aandacht vragen voor het sluiten van binnendeuren

Methodiek

- Voorlichting

Ervaringen

nmb

Effectmeting

nvt

Setting / locatie

Openbare ruimte

Exposure

Social Media, tankautospuiten