



IDEA ondersteemt de kracht van live

Festival voor wetenschap en techniek

In deze editie van Meeting Magazine presenteren we ditmaal niet een maar twee cases van IDEA-leden. BrandBase Creative Agency was in het najaar van 2017 het creatieve brein achter het drukbezochte Generation Discover Festival. Dit evenement stond in het teken van het promoten van wetenschap en techniek onder jongeren.

WAT WAS DE AANGELEGENHEID?

“Nederland kent een groot tekort aan technisch opgeleid personeel en deze trend lijkt de komende decennia door te zetten. Shell ondervindt daar veel hinder van, net als veel andere technische partners zoals bedrijven, organisaties en instellingen in en buiten Nederland. Shell wil leerlingen op een verrassende en betekenisvolle manier in contact brengen met wetenschap en

FACTS & FIGURES

IDEA-bureau: BrandBase Creative Agency

Klant: Shell Nederland B.V.

Event: Generation Discover Festival

Doelgroep: Basisschoolleerlingen 8-12 jaar, ouders, docenten en leerkrachten van (basis)scholen en onderwijsinstellingen

Segment: B2C

Datum: 4 tot en met 8 oktober 2017

Locatie: Malieveld, Den Haag

Partners: Ministerie van Defensie, ABN AMRO, Museon, NEMO, Artcadia, BASF, Geofort, GravityLight, CleanMobility, HobbyTime, KIVI, Linde, Museum Boerhaave, Politie, Quest Junior, Renewi, Stichting C3, Tennet, TU Delft, Van Gogh Museum, Veiliginternetten.nl, Gemeente Den Haag.

techniek om hen zo te inspireren en te motiveren voor het onderwerp. Om dit te bereiken, is het programma Generation Discover opgezet. Dit is een serie onvergetelijke ervaringen op het gebied van wetenschap en technologie, verspreid over het hele jaar. Het is bedoeld voor scholieren, studenten en jonge ondernemers. Het Generation Discover Festival maakt onderdeel uit van Generation Discover en heeft als flagship een sleutelrol

**OVER IDEA:**

IDEA verenigt de leading agencies in live communicatie. IDEA is een community van bevoegen specialisten die elkaar helpen en inspireren en zich sterk maken voor het vak. Die campagnebreed denken en geloven dat live communicatie een onmisbaar onderdeel is van elke volwaardige marketingstrategie. Wie samenwerkt met een IDEA-bureau kan rekenen op een strategisch partner en een berg expertise: van strategie- en conceptontwikkeling tot de productie van events en campagnes waar events deel van uitmaken. IDEA en haar leden staan voor creativiteit, vakmanschap en financiële stabiliteit. www.ideaonline.nl



in dit jaarprogramma. Tijdens dit vijfdaags festival op het Malieveld in Den Haag komen jongeren spelenderwijs in aanraking met de toekomst van energie, innovatie, wetenschap & techniek."

HOE IS HET EVENTCONCEPT UITGEWERKT?

"Tijdens het festival maken jongeren door middel van actieve uitdagingen, leerzame belevenissen en indrukwekkende technologische hoogstandjes kennis met de wereld van morgen. Als bezoeker kun je onder meer innovatieve workshops en interactieve theatershows bijwonen, afdalen naar het midden van de aarde, een cybercrimineel opsporen, racen met een zelfgebouwde zoutwaterauto, dansen op een kinetische dansvloer om energie op te wekken, bouwen aan de stad van de toekomst, vliegen met drones en zelf een robot besturen. Al deze interactieve activiteiten laten zien én beleven hoe gaaf de wereld er in de toekomst uit kan zien. En hoe de jongeren als uitvinder van de toekomst daar een rol in kunnen spelen."

WAT WAS DE COMMUNICATIESTRATEGIE RONDOM HET EVENT?

"Gedurende de festivalperiode in oktober vind je overal in Den Haag de kleuren van het festival terug. Ook online wordt de nodige content gedeeld om het bereik nog veel groter te maken dan alleen de festivalbezoekers zelf. Daarnaast trekt het festival een grote hoeveelheid nationale en regionale pers aan die verslag doet van diverse communicatiemomenten zoals bijvoorbeeld de opening van het festival of de prijsuitreiking van de Bright Ideas Challenge. De Bright Ideas Challenge is een nationale competitie voor basisschoolleerlingen die concepten verzinnen om globale uitdagingen aan te gaan op het gebied van voedsel, water of energie."

HOE EFFECTIEF WAS HET EVENT?

"De tweede editie van het Generation Discover Festival trok ruim 30.000 jongeren aan die enthousiast aan de slag gingen met wetenschap en techniek, waaronder bijna 10.000 basisscholieren afkomstig van 180

scholen uit de regio Den Haag. Dit leverde uiteindelijk meer dan 300 publicaties op in nationale en regionale media waarvan 98 procent met een positieve toon en een totaal bereik van 116 miljoen impressies. Het festival werd door bezoekers gewaardeerd met een score van 8.8/10."

SHELL NEDERLAND BV AAN HET WOORD

"Het organiseren van evenementen is niet onze core business, daarom laten we dit graag over aan een bureau als BrandBase. De samenwerking met dit bureau is erg goed bevallen. BrandBase is er zeer goed in geslaagd om onze boodschap te vertalen naar een te gek evenement en daarmee zijn onze doelen bereikt."