



De kracht van live

Gynaecologen in het theater

Vrouwenkwaaltjes is nu niet bepaald een onderwerp waar makkelijk en vrij over gesproken wordt. De dames die hiermee te maken hebben echter wel degelijk behoefte aan informatie. Het Spaarne Gasthuis in Haarlem wilde een bijzonder, laagdrempelig spreekuur organiseren waar vrouwen met hun vragen terecht konden. Evenementenbureau Live Impact ontwikkelde voor het ziekenhuis het out of the box event 'Gala van de Vrouwenkwaaltjes'. Eigenaar Robin Hensen vertelt meer over dit bijzondere event.

WAT WAS DE AANGELEGENHEID VOOR HET EVENT?

"Vrouwenkwaaltjes is een relevant onderwerp waar veel vrouwen mee te maken krijgen. Toch blijft het lastig om dit onderwerp bespreekbaar te maken richting de doelgroep. De traditionele voorlichtingsavonden bleken voor het Spaarne Gasthuis niet het juiste medium om vrou-

wen van veertig plus die wonen of werken in het verzorgingsgebied van het ziekenhuis te bereiken. Daarom wilde deze organisatie een nieuwe benadering."

HOE IS DE PROBLEEMSTELLING VERTAALD NAAR EEN CREATIEF CONCEPT?

"Praten over vrouwenkwaaltjes zit in de taboesfeer. Het event moest vrouwen met hetzelfde vraagstuk op een laagdrempelige manier in een aansprekende setting bij elkaar brengen. Met het 'Gala van de Vrouwenkwaaltjes' creëerden we het grootste informele spreekuur van Nederland, voorzien van een portie humor en een kortreltje zout. De aanwezigen kregen antwoord op hun medische vragen én een avondje uit."

HOE IS HET EVENTCONCEPT VERDER UITGEWERKT?

"De titel van het event bevat een tegenstelling en zet daarmee de toon: de glitter en exclusiviteit van een gala tegenover het ongemak en het universele karakter van de vrouwenkwaaltjes. Het prikkelt de nieuwsgierigheid en levert tegelijkertijd gespreksstof op. De avond zelf moest een informeel karakter krijgen zonder verplichtingen. De vijftien aanwezige gynaecologen moesten maximaal benaderbaar zijn. Daarom droegen zij in plaats van witte doktersjassen feestelijke kleding waaraan de aanwezigen hen konden her-



kennen. De huiskamersetting op het podium zorgde voor een open en gemoedelijke sfeer. Om de stemming in de zaal te peilen en vragen te kunnen stellen aan de seksuologe en gynaecologen, werd de interactieve tool van BuzzMaster ingezet, en was humor het middel om de informatie beter op te nemen. Presentatrice Sofie van den Enk speelde heel goed in op de dynamiek van de avond. Ook de hilarische Kwaaltjesbingo en de stand-up van comedian Kristel Zweers zorgden voor een vrolijke noot. De avond werd afgesloten met een afterkwaal, een ontmoeting met de gynaecologen in de foyer van het theater.”

HOE ZAG DE WERVINGSCAMPAGNE ERUIT?

“Voor de campagne is het Spaarne Gasthuis afgeweken van de (huis)stijl die het ziekenhuis normaal gesproken voor de communicatiemiddelen gebruikt. Opvallend beeld in

combinatie met een prikkelende tekst gaf de campagne stopkracht. Tekst en beeld werden ingezet op de website en op posters, flyers, toiletadvertenties en driehoeksboarden. Ook werden de communicatiekanalen van het theater, advertenties in regionale media, redactionele aandacht in de krant en social media ingezet.”

HOE EFFECTIEF WAS HET EVENEMENT?

“De aanwezige gasten gaven een positieve beoordeling. Voor hen was het gala een echt avondje uit en tegelijkertijd informatief en taboedoorbrekend. Het project is zelfs genomineerd voor de Planetree Awards 2018, een prijs voor bijzondere en innovatieve projecten op het gebied van mensgerichte zorg.”

Met het Gala van de Vrouwenkwaaltjes heeft het Spaarne Gasthuis op een unieke, vernieuwende, ludieke en humoristische manier de taboesfeer rond vrouwenkwaaltjes doorbroken. Augusta Noya, manager marketing & communicatie Spaarne Gasthuis: “Als ziekenhuis merken we dat we beperkt waren in de manier waarop we met onze speerpunten, oncologie, ouderengeneeskunde en vrouw & kind naar buiten konden treden tijdens de jaarlijkse landelijke open dag van de zorg. Daarom hebben we gekozen voor een andere opzet, die beter aansluit bij het zorglandschap zoals dat er nu uitziet; we willen als ziekenhuis midden in de maatschappij staan en meer bijdragen op het gebied van preventie en voorlichting. Informatievoorziening van toch vaak lastige thema's en vraagstukken wilden we op een andere manier aanbieden aan specifieke doelgroepen. Vernieuwend, aansprekend en laagdrempelig. Het mocht ook prikkelen. Niet in het ziekenhuis, maar juist daarbuiten, in het theater. Dat vraagt om een out of the box-aanpak. Zo kwam het Gala van de Vrouwenkwaaltjes tot stand. Het was spannend toen de kaartverkoop begon, maar binnen no time was de volledige zaal uitverkocht. Om de vrouwen die geen kaartje meer konden krijgen toch mee te laten genieten van de avond was er een livestream, die met bijna 2.000 views heel goed bekeken is. Het beantwoordt, gezien de grote belangstelling, de energie in de zaal op de avond zelf en de reacties erna van aanwezigen, meer dan we hadden durven hopen aan de vooraf gestelde doelstelling.”

FACTS & FIGURES:

- Naam IDEA-bureau: Live Impact | Eventmarketing
- Naam klant: Spaarne Gasthuis
- Titel event: Gala van de Vrouwenkwaaltjes
- Doelgroep/segment: Vrouwen, middelbare leeftijd/B2C
- Datum: 22 november 2017
- Locatie: Philharmonie Haarlem
- Partners: Philharmonie (locatie), Buzzmaster (interactie-techniek), Talent Kitchen (moderator), Aksident (interventies)



Over IDEA

IDEA verenigt de leading agencies in live-communicatie. IDEA is een community van bevlogen specialisten die elkaar helpen en inspireren en zich sterk maken voor het vak. Die campagne-breed 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