



CENTERCOM

## WINNAARS

2017 & 2018 Nederlands  
Uitvaart Museum  
Tot Zover

Het  
Metropole Orkest

# CENTERCOM SUBSIDIE FONDS

Schrijf een creatief (outdoor) communicatie-  
plan en win een campagne t.w.v. €50.000,-\*

Buitenreclame is het oudste mediumtype ter wereld. Al sinds mensenheugenis worden voorstellingen, optredens en tentoonstellingen via posters op straat aangekondigd en zo onder de aandacht gebracht van het grote publiek. Centercom is dé buitenreclamepartner van vele culturele instellingen en draagt een warm hart toe aan de organisaties die op deze manier op straat adverteren. **Om de culturele sector een nóg warmer hart toe te dragen, presenteren wij voor het derde jaar op rij: Het Centercom Subsidiefonds.**

*Met het Centercom Subsidiefonds worden gelden beschikbaar gesteld voor een landelijke buitenreclamecampagne voor de duur van één jaar t.w.v. €50.000 excl. drukkosten. De winnaar wordt bekend gemaakt op Prinsjesdag 2018.*





# DE OPDRACHT

Schrijf een creatief (outdoor) communicatieplan voor jouw culturele instelling van maximaal twee A4'tjes excl. beeldmateriaal. **Let op:** de opdracht is veranderd ten opzichte van voorgaande jaren. Dit jaar werken we met een bonuspuntensysteem. Schrijf een plan dat voldoet aan alle standaard voorwaarden. Verdien daarna extra punten met de bonus onderdelen. De beoordeling zal gedaan worden door een onpartijdige jury van Centercom.

## Voorwaarden

- Beschrijving van het doel van de (landelijk inzetbare) campagne. (Bijvoorbeeld naamsbekendheid genereren of het promoten van een landelijke voorstelling).
- De doelgroep van de campagne.
- Een opzet van de uitingen van de campagne.
- Het moet een landelijke campagne zijn die één jaar inzetbaar is (als stopper).
- Het moet gaan om een éxtra communicatiecampagne en mag geen huidige campagne vervangen.
- Het moet een campagne voor een culturele organisatie betreffen. (Mediabureaus en commerciële organisaties zijn uitgesloten van deelname).
- Bestellen van drukwerk dient via Centercom te verlopen. (Drukkosten zijn voor de organisatie zelf).
- Aan de campagne zit een voordeel voor Centercom. Zie dit als een soort tegenpres-tatie.
- De campagne maakt gebruik van meerdere, aaneensluitende uitingen. (Zoals vier dezelfde uitingen in vier verschillende kleuren. **Let op:** het drukken van meerdere uitingen brengt hogere kosten met zich mee).
- De campagne bevat een activerend element voor het publiek.
- De campagne heeft een maatschappelijk of educatief thema. (Let op: de campagne moet een jaar lang inzetbaar zijn).
- De doelgroep van de organisatie is betrokken geweest bij het ontwikkelen van de campagne (en dit kan bewezen worden).
- De uiting is volledig uitgewerkt (dus niet alleen een opzet).

**BONUS**

De opdracht dient voor 1 september 2018 12.00 uur ingeleverd te zijn via e-mail naar [marketing@centercom.nl](mailto:marketing@centercom.nl) o.v.v. Het Centercom Subsidiefonds. Alleen culturele instellingen maken aanspraak.