



## IAA PRISEN 2016 NATIONAL VINDER: "Hold øje mand"

Annoncør: Kræftens Bekæmpelse  
Bureau: Reklamebureauet Sunrise

### Dommerkomitéens motivation:

Dommerkomiteen har ved vurderingen taget udgangspunkt i, at der her er tale om en svær kommunikationsopgave, der omhandler et tabuområde, "vi ikke taler om".

Hertil kommer, at kampagnens målgruppe (mænd 50+) er særlig tilbøjelige til ikke at forholde sig til helbredsspørgsmål og lægebesøg. Som udgangspunkt er der derfor væsentlige barrierer, der skal nedbrydes for at komme igennem med budskabet.

Kampagnen får IAA prisen, fordi den gennem sin kreative løsning formår at åbne for et svært og følsomt emne, som at tjekke sin afføring og for at gøre det nærværende, interessant og vedkommende gennem de anvendte kendte personer.

Den visuelle løsning - med toiletbrættet som ramme - er enkel og unik, og billedet tilkendegiver uden ord nøjagtig, hvad kampagnen drejer sig om.

Der er efter dommerkomiteens vurdering tale om et langtidsholdbart koncept, der kan udvikles og forenkles, så budskabet holdes levende. Vi kan kun håbe, at indsatsen på dette område også videreføres i de kommende år. Holdnings- og adfærdssændringer tager tid og er en proces - og selv den bedste indsats kan ikke ændre alt på blot en kampagneperiode.

Kommunikationen har i sit tema en klar call to action, så ingen kan være i tvivl om, hvad man bør gøre.

Kommunikationsstrategien bygger på et gennemtænkt forløb fra opmærksomhed over forståelse til erkendelse, med aktiviteter og materialer, der muliggør, at målgruppen gradvist styrkes i budskabsforståelsen gennem dybere information.

Kanalvalget er målrettet og koncentreret og der er opnået god gennemslagskraft på de valgte medier. Dette ses tydeligt i kampagnens resultatmålinger, som viser overbevisende stigninger i kendskab til tarmkræft, stor budskabsforståelse og viden - kombineret med en række positive værdier om budskaberne.

Hertil kommer det ultimative resultat, som aflæses ved et stigende antal henvisninger til koloskopi, hvilket beviser, at mange har mænd har fulgt opfordringen "Hold øje, mand!" og at de flere screeninger forhåbentlig har fanget flere mulige tilfælde af tarmkræft i tide.

Derfor er kampagnen "Hold øje mand" en værdig vinder af IAA Prisen 2016 for den bedste NATIONALE kampagne!

Tillykke!