

Presentatie – Floor Klein & Heide Goris



Publiek-privaat partnership –
droomhuwelijk of passen en meten?

Kids -en Jongeren marketing

Floor Klein –Vodafone

Heide Goris – Mediawijzer.net



Partnerships

De filantropische vorm	Gift Matching Corporate grants Employee giving Emergency giving
De transactionele vorm	<i>Sponsorship & Events</i> Bijdragen aan events en sponsoring van events, programma's of activiteiten <i>Cause Related Marketing</i> Product Promotie Klant Database Marketing Affinity Marketing Licensing
De geïntegreerde vorm	CSR Social Investment Programma's Samenwerking op programma's



Hoe de relatie begon...



Vodafone

- **Het publieke debat**
- De uitdaging voor ouders
- De rol van Vodafone
- Op zoek naar partners



Het debat over media en kinderen

"Meer actie cyberpesten kinderen"

zondag 1 dec 2013, 17:33 (Update: 01-12-13, 19:10)



Apple vergoedt aankopen kinderen

woensdag 15 jan 2014, 21:59 (Update: 15-01-14, 22:09)



Wat kan je doen tegen mobieltjes in de klas?

Uit onderzoek blijkt dat mobieltjesbeleid op scholen een 'chaos' is

DOOR REDACTIE

OP 3 JUNI 2011



| EPA



compense
d. Dat is di
ren begon

Conversationstarter!



Slachto

Facebook
pleit N
kinder

Het mobieltjesbeleid op scholen is "een ware chaos". Dit schrijft de Nationale Academie voor Media & Maatschappij in een [rapport](#) dat deze week verscheen. Nederlandse scholen weten zich geen raad met het gebruik van mobieltjes door de jeugd. Met alle gevolgen van dien.

Vandaag staat er een stuk over in *nrc.next* op de Nederland-pagina's. Dit jaar ging het een aantal keer mis met mobieltjes in de klas.

Deel:

Man verdacht van misbruik van 400 kinderen via webcam

Een 40-jarige Amsterdammer wordt verdacht van seksueel misbruik van ongeveer vierhonderd kinderen tussen twaalf en veertien jaar oud via de webcam.

[Bekijk video](#)

Hoe de maatschappij technologie opdringt aan de volgende generatie

Jongeren groeien op met digitale media. Ze scrollen, klikken en surfen zich een slag in de rondte. Van papier moeten ze niks

hebben. Als het aan hun lag waren papieren kranten en tijdschriften al lang dood en begraven. Klopt niks van, meent journalistiekstudent Lonneke van der Ark. Jongeren krijgen dat aangepraat door oudere generaties.

ot dusver 56
Het gaat om een
nisterie (OM)
idende zitting bij
n de zaak tegen



Hoe de relatie begon...



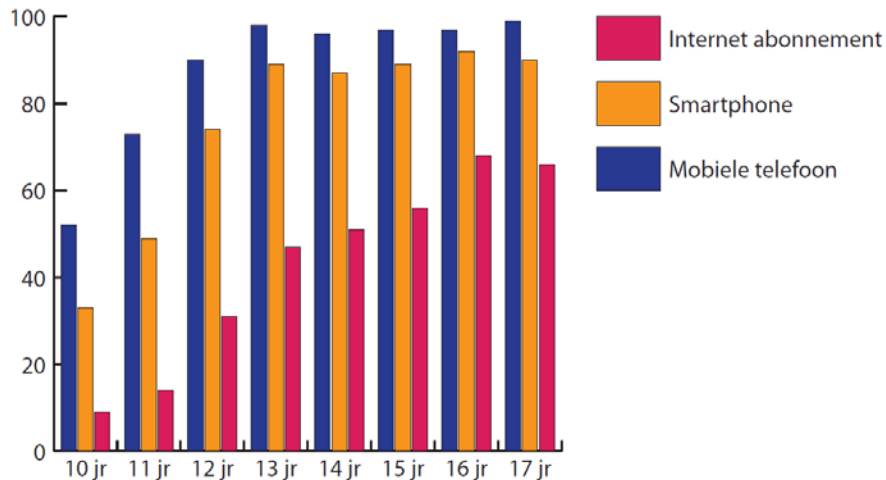
Vodafone

- Het publieke debat
- **De uitdaging voor ouders**
- De rol van Vodafone
- Op zoek naar partners



De uitdaging voor ouders

- 76% van de 10 t/ m 17-jarigen heeft een smartphone
- Kinderen hebben te maken met hoge kosten, pesten, overmatig gebruik, grooming
- Ouders weten niet wat kinderen online doen en hoe zij hun kinderen kunnen begeleiden
- Hun invloed neemt af als het kind naar de middelbare school gaat



Bron: MKO/ Kennisnet 2013



Hoe de relatie begon...



Vodafone

- Het publieke debat
- De uitdaging voor ouders
- **De rol van Vodafone**
- Op zoek naar partners



De rol van Vodafone

- Verantwoordelijkheid nemen voor jonge kwetsbare doelgroep
- Reputatie verbeteren
- Differentiëren van concurrentie

Hoe?

- Programma Kinderen Veilig Verbinden
- Ouders vroeg ondersteunen bij mediaopvoeding
- Risico's voor kinderen verminderen



Hoe de relatie begon...



Vodafone

- Het publieke debat
- De uitdaging voor ouders
- De rol van Vodafone
- **Op zoek naar partners**



Op zoek naar partners

YouTube NL

00:50 / 43:23

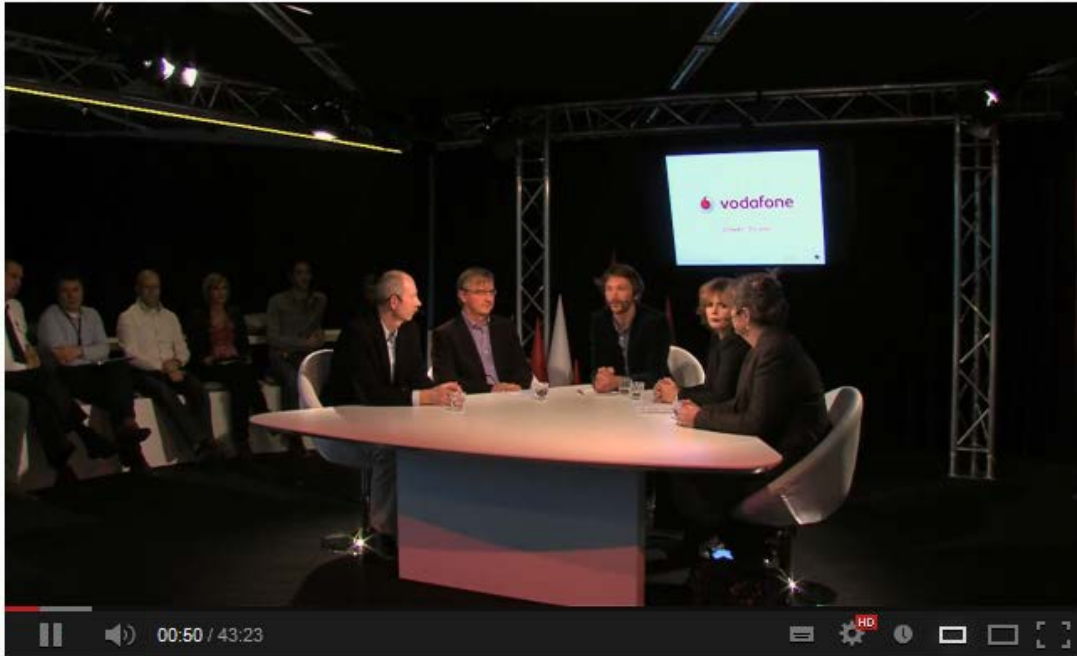
Vodafone talkshow over Media en Kinderen (deel 1)

 vodafonenl - 352 video's

161 weergaven

Abonneren 878

0 0



Mediawijzer.net in het kort

- Landelijke expertisecentrum mediawijsheid
- Wil iedereen van 0-18, hun ouders en opvoeders mediawijs maken
- Netwerkorganisatie van 1000 partners
- Portals
 - Community Mediawijzer.net (voor makers van mediawijsheid)
 - www.mediawijsheid.nl (publieke wegwijzer in mediawijsheid)
 - Social media (@mediawijzer @mediawijsheidNL @mediaukkie, FB, LI)
 - Campagnes (Mediamasters, Media Ukkie Dagen, MediaMasters)
 - bezig met portal voor jongeren hun peers
 - Stimuleren en opzetten activiteiten en samenwerkingen met en binnen het netwerk



Er was een match



Vodafone

- Een maatschappelijk probleem los je als bedrijf niet alleen op
- Kennis en expertise
- Creëren van awareness
- Versterken van de boodschap

Mediawijzer.net

- Mediawijsheid van kinderen van 0-18, hun ouders en opvoeders in Nederland bevorderen.
- Expertisecentrum mediawijsheid
- Netwerk en doelgroep aan elkaar koppelen



De samenwerking

Inventarisatie behoefte ouders



Magazine over digitaal opvoeden



Wat wilden we bereiken met WIJS?



Vodafone

- Gezien worden als een betrouwbare provider voor families
- Bestaande klanten (ouders) tools en informatie aanreiken
- Een *must read* voor ouders

Mediawijzer.net

- Toegankelijke goede informatie over mediaopvoeding voor ouders
- Ouders bewust maken van risico's én kansen van media in de opvoeding
- Aanbieders van goede informatie zichtbaar maken aan het grote publiek

Gezamenlijke doelen

- Ouders en (opvoed)professionals bewust maken van belang van wijs toepassen van media in de opvoeding
- Handvaten bieden bij veilig gebruik van (mobiele) digitale diensten
- Dialoog creëren door herkenbare gezinssituaties

Huweljkse voorwaarden?

Vodafone

Mediawijzer.net



- Vodafone boodschap
- Geen commerciële uitstraling
- Balans tussen kwaliteit en autoriteit (expert) en lifestyle, en glossy uitstraling
- Luchtig en inhoudelijk, niet belerend of moraliserend
- Laagdrempelig
- Voldoen aan informatiebehoefte van de doelgroep
- Niet alleen over veilig, maar vooral over “wijs”
- Kwaliteit van content
- Bereiken kwetsbaardere doelgroepen
- Beschikbaar stellen aan netwerk

Verenigen van verschillende missies, belangen, culturen en talen



Vermenigvuldig het succes

Communicatie

- Lancering tijdens landelijke Week van de Mediawijsheid
- Koppelen aan mediawijsheidspel MediaMasters: ouderopdracht
- Koppelen aan campagne: Keukentafelgesprek (social media)
- Vodafone, Mediawijzer.net én partnerkanalen (nieuwsbrief, social media, websites)

Distributie

- Partners Mediawijzer.net (o.a. scholen)
- Openbare bibliotheken
- Via alle Vodafone winkels
- Diverse nieuwsbrieven



**MEDIA
MASTERS
2014**



Wat heeft het opgeleverd?

Vodafone

Mediawijzer.net



- Positieve reacties van ouders en partners
- 50.000 exemplaren via scholen, bibliotheken en Vodafone winkels
- Nog steeds aanvragen van mediacoaches
- Ontwikkeld met dé meest gerenommeerde partners op het gebied van online veiligheid en mediaopvoeding: Mediawijzer.net, Digibewust en Mijn Kind Online
- Een mooi magazine
- De juiste inhoudelijke boodschap
- Nieuwe samenwerking van partners in het netwerk
- Zichtbaarheid inhoudelijke partners bij grote publiek
- Toevoeging aan landelijke campagne (MediaMasters/ Week van de Mediawijshheid)



Lessons learned

Succesfactoren

- Commitment
- Communicatie
- Coördinatie
- Gedeelde verwachtingen en verantwoordelijkheid

Uitdagingen

- Doel en insteek volstrekt helder
- Mediator tussen meerdere partners
- Bewaken proces, inhoud en vorm
- Balans commercie vs publieke taak



De toekomst

- We blijven partners
- WJS#2?
- Andere projecten
-





Vragen?

Meer informatie

Vodafone

- www.vodafone.nl/kinderen
- www.vodafone.nl/wijsmagazine
- www.vodafone.com/parents

Mediawijzer.net

- www.mediawijsheid.nl (voor publiek)
- www.mediawijzer.net (voor professionals)



Bereik

- Print 50K via scholen, bibliotheken, mediacoaches en Vodafone winkels
- Social media
 - Twitteraccounts Mwnet – 6500
 - FB/ LinkedIn
- Websites:
 - Mediawijsheid.nl - 10.000 pageviews
 - Mediawijzer.net
 - MijnKind Online / Kennisnet / Digibewust / Bibliotheek Noord West Veluwe (cijfers onbekend)
- Persberichten
 - Genoemd in 2 persberichten Mwnet – Week vd Mediawijsheid
- Nieuwsbrieven
 - naar “makers van mediawijsheid” – 10.000 adressen
 - Partnermailing netwerk Mwnet 1000
- Overig bereik
 - Keukentafelgesprek – cijfers onbekend
 - MediaMasters ouderopdracht – potentieel ouders van 70.000 leerlingen

