



## Juryrapport

# Dutch Interactive Awards 2017

Corporate	2
Data	3
Social	4
B2B	5
Activation	6
Communities	7
Tools	8
Brand	9
Service	10
Content	11
Ecommerce	12
Disrupter	13
Campaign	14
Company of the Year	15
Professional Best in Design	16
Professional Best in Tech	17
Professional Best Talent	18



# Juryrapport

## Corporate

### Winnaar goud

#### Betere informatievoorziening via CJIB.nl - TRES internet

Knap dat een weinig populaire overheidsinstantie, het Centraal Justitieel incassobureau, vanuit de klant heeft gedacht. En goed dat de mensen van het klantcontactcentrum nauw zijn betrokken bij de bouw van de site. Mooie resultaten.

### Winnaar zilver

#### Zakkaartjes app - Interactive Studios

Goed voorbeeld van corporate innovatie van binnenuit. Een mooi voorbeeld van inzet van technologie voor een lang bestaand en hardnekkig probleem in ziekenhuizen. De case heeft veel potentie en het bureau gaat hier zeker de vruchten van plukken.

#### De nieuwe altrex.com: van productpush naar merkbeleving - Triggerfish!

Knap om van een saai product als trappen en steigers een goed merk te maken. Zowel online als offline. En tevens een compleet nieuw communicatieconcept.

#### Ajax.nl: Hét fanplatform van de grootste club van Nederland - Jungleminds

Goede internationale site in vier talen en mooie combinatie en integratie van de verschillende kanalen. De manier van content ontsluiten is onderscheidend. Jammer dat er vooral sprake is van zenden in plaats van interactie en engagement. Niet speciaal en onderscheidend genoeg voor een DIA.

#### Creating new horizons - RedKiwi

Complex project door de grootte van het bedrijf Boskalis. De site heeft een mooie en professionele uitstraling en is simpel in beheer. Jammer dat arbeidsmarktcommunicatie niet is meegenomen bij dit project. De toegevoegde waarde van de nieuwe site ten opzichte van de oude is onduidelijk.

# Juryrapport

## Data

### Winnaar goud

#### **Mijn Volkswagen App - Kraftwerk/ACHTUNG!**

De app is disruptief op zijn eigen businessmodel én wordt als white label aangeboden. Er is goed nagedacht wat je met welke data kunt doen voor welke stakeholders. Er blijken meerdere toepassingen mogelijk en nog tal van businesscases. Het is voornamelijk het slim ontsluiten van data en dat doortrekken reporting/dashboarding. Dit is geen goud. Dit is platina.

### Winnaar zilver

#### **Nalu sampling physical retargeting - InBeacon**

Innovatief en goede ideeën. Goede opzet om online en offline conversies te meten. Dit is een echt goede ibeacon-casus die bovendien schaalbaar is. Meer tactisch dan strategisch en heel interessant te zien dat het kan. Volgende stap in de fast mover-categorie in het uitbouwen promotiestrategieën.

#### **De transformatie van FrieslandCampina Eurosparen - Magneds**

Begonnen als een spaaractie met als resultaat een consumentenplatform met meer dan één miljoen klanten. Dat is veel, vooral helemaal omdat het eigen data zijn. Een case met veel potentie.

#### **Greenchoice BOKS - Lekker bezig met je energie - Qikker online**

Een case met een sympathiek uitgangspunt. Er worden voorspellingen gedaan op basis van data. Echter hiermee wordt niets gedaan bij de marketing. De case is niet uniek voor de energiesector.

#### **Van schieten met hagel naar hyperpersonalisatie -Yellowgrape**

Professioneel gebruik van data. Deze case werkt. Is wel zeer gericht op push.

#### **Hospitality starts with customer insights - Yourzine**

Een case met een sterk businessgedreven uitgangspunt voor zelfsturing in marketing. Men is klaar voor de volgende stap. Slimme marketing, met mogelijkheden om verder op te schalen om het voor media te gebruiken.



# Juryrapport

## Social

### Winnaar goud

#### Het hele jaar iets lekkers in je timeline met Chio - We are blossom

Deze case heeft groots ingezet op social. Dat is lef. Systematische en volwassen aanpak. Er is goed uitgegaan van de karakteristieken van de verschillende platformen en er is aansluiting met de televisie campagne.

### Winnaar zilver

#### AnOther city trip - Zandbeek.

Deze resultaatgerichtheid in city marketing is verfrissend. Knap om de stakeholders in de stad mee te krijgen voor dit concept. Dit is het begin voor een eindeloze vervolgcampagne. Goede selectie van bloggers. Lef om de controle over de content los te laten.

### Eva Jinek online - LimoenGroen / Greenberry / Egotribe

De case is goed en slim gedaan, overal is ingeprikt. Sterk gebruik gemaakt van de verschillende platformen.

### Jack in the box - Everybody likes penguins

Leuke gadget en een sympathieke actie. De learnings van de vorige campagne zijn goed gebruikt.

### Zomer eiland - A friend of mine

Met weinig middelen een mooi resultaat. Benadering van alleen What's App en Facebook.

# Juryrapport

## B2B

### Winnaar goud

#### **KLM, Hangar of the Future - Mirabeau**

Zeer mooie businesscase. Opdrachtgever geeft medewerkers hiermee een zeer hands-on tool in handen. Mooie vorm van procesinnovatie. Prijzenswaardig.

### Winnaar zilver

#### **Bavaria, B2C ervaring voor horecaondernemers - Deloitte Digital**

Mooie case. Goede resultaten. In korte tijd bijna verdubbeling van de online sales. En dat met een relatief klein team. Concept straalt nuchterheid van het familiebedrijf uit. Het werkt en doet wat het moet doen. Geheel bedacht vanuit de doelgroep. Oplossing binnen weerbarstige omgeving en digitale transformatie. Dat is knap en een compliment waard.

#### **Nieuw portaal Wecycle maakt verplichte opgaves aangenaam - Estate Internet**

Nuttige, mooie case. En dat voor relatief weinig budget. Komt van ver, desondanks grote stap gemaakt. Wat gebruiksvriendelijkheid zeer ten goede komt.

#### **My DHL Parcel: intuïtieve high-traffic verzendservice - One Shoe**

Knappe prestatie in context van de organisatie. En de bewerkstelligde verandering is verankerd in de mindset binnen het bedrijf. En dat in traditionele markt. Complimenten.

#### **WEMO Operator System - twnkls | augmented reality**

Gedurfd concept. Technisch vernuft. Conceptueel mooi. Een fantastische add-on voor aantal andere genomineerde DIA cases.

#### **Dunlop® Protective Footwear - Valtech**

Leuke gedifferentieerde strategie voor een webshop. Voor een b2b e-commerce concept wordt zeker het niveau gehaald van een goede b2c webshop. Dat is een knappe prestatie. Mooi uitgevoerd.



# Juryrapport

## Activation

### Winnaar goud

#### Heineken Biertegoed - Magneds / Starcom NL / TBWA\Neboko / Boomerang Create

Optimale activatie, voor nu en de toekomst. Super goed en een totaalconcept. Meerdere saleskanalen en tevens zijn veel problemen tegelijk opgelost. Verschillende werelden worden bij elkaar gebracht; van retail tot consument. Bovendien een mooie data-aggregator voor vervolgacties.

### Winnaar zilver

#### Ditzo Pechman - Blue Mango Interactive

Goede case. Heel knap om je doelstelling te halen buiten traditionele kanalen. Wat een originele twist aan een bestaand concept. USP Ditzo is mooi neergezet.

#### **Cortina Swap Night: spraakmakend tot op het randje - Triggerfish!**

Dit is een mooie en creatieve vorm van activatie. Leuke case, sympathiek en 'intended error' als principe werkt ook hier. Het resultaat lijkt meer op een verrassing. Het is niet bedacht; maar meer proberen. Er is minder sprake van gerichte activatie. Hier had meer uitgehaald kunnen worden.

#### **Maak je eigen Efteling-avontuur! - Flying Kiwi**

Goed doordacht concept. Mooi gedaan binnen de bandbreedte van op kinderen gerichte marketing. Zonder salesdoelstelling, toch een groot effect. Het concept zelf had wel innovatiever gekund. Met tools en features die meer passen bij deze tijd. Er is een goede match met de Efteling uitstraling. Overall een heel stevige case.

#### **Layover with a Local - Kraftwerk / ACHTUNG!**

De case is ontwikkeld vanuit service en in basis niet echt een activatie. Maar heeft wel internationaal een grote pr waarde. De risico zijde van het concept lijkt enigszins onderschat.

#### **Multi Mobile Adventure - iProspect / Code d'Azur**

Mooi resultaat. Slimme nieuwe positionering in een moeilijke markt, met een relatief laag budget. Het idee om een smartphone als dominosteen te gebruiken is leuk bedacht. Gameplay is goed, maar er zit nog meer in.



# Juryrapport

## Communities

### Winnaar goud

#### LessonUp - Q42

Dit project is direct met docenten ontwikkelt, vanuit de user. Met een goede simpele start en doorontwikkeling. Een indrukwekkende groei binnen een conversatieve sector. Deze case lost echt een probleem op en verbetert de manier van lesgeven. De hele onderwijssector kan op een hoger plan komen door deze tool.

### Winnaar zilver

#### PostNL: Voorbereiden & Bezorgen Digitaal – MijnWerk - Deloitte Digital

Wat een gigantisch project, men is er niet voor half in gegaan. Onderbouwd met een sterke business case en een visie op de slimme samenleving. Een sterke oplossing voor de gewijzigde relatie met medewerkers. Er is een verbinding gelegd. Tevens is de kans benut om de dienstverlening te laten regelen door de medewerkers zelf.

#### Joods Monument - Driebit

Een waardevol, intens en emotioneel project. Er is uitgegaan van de persoonlijke relatie. Met sterke integratie van kanalen, locatie en beleving. Met als resultaat een indrukwekkende hoeveelheid bijdragen van bezoekers.

#### Eneco's samenwerkingsomgeving is niet voor, maar van medewerkers - Macaw

Klinkende resultaten in tevredenheid. Het energiebedrijf is breed meegekregen, zowel bij het maken als het uitrollen van de case. Knap gedaan.

#### EO - ik mis je - Qikker Online

Goede case die mooi past bij de missie van EO. Goede extensie van het televisieprogramma. En met een visie op verschillende groepen binnen de communities.

# Juryrapport

## Tools

### Winnaar goud

#### SpotOn, Editing en sharing van Live TV fragmenten - Triple

Hier is behoefte aan, bij meerdere partijen in de keten. Van consument, contentaanbieders tot distributeurs. Wel is er een kans dat het bij succes standaard in cms-partijen wordt ingebouwd. SpotOn is een goed werkende app die doet wat het belooft. Minder wereldveranderend dan zilver, maar wel met meer impact. Overall een tool met grote potentie.

### Winnaar zilver

#### Triggi maakt smart devices nóg slimmer - Soda Studio

Een case in een interessante markt waarbij wordt ingespeeld op kansen en behoefte. En met veel potentie. Dit is een mooie eerste stap, maar er is nog een lange weg te gaan om standaard te worden. Het lost een probleem op voor (nu nog een klein deel van) de consument. Triggi is een spannende tool met vooral een grote belofte. Impact staat aan het begin.

#### Brein de Baas! De app tegen alcoholisme - Factor.e Eervolle vermelding

Een ongelooflijk simpele en tevens stevige tool. Gebaseerd op mooi gedachtegoed dat ook nog eens wetenschappelijk is onderbouwd. Wel jammer dat voor de hand liggende trigger momenten op het mobiele kanaal niet worden gebruikt. Deze zouden de app rijker maken.

#### Tate dayfinding app - Fabrique / Q42

Dit is een interessante ibeacon- toepassing. Wat betreft doelstelling is deze case minder sterk. Het is vooral een leuke en interessante tool.

#### FasterIntel: Your marketing intelligence co-worker. Automate - ConversionMob

Geld niet naar consultancy, maar aan mensen die dingen oplossen. Een case die nu nog in het beginstadium is. Rule base is klant en marktafhankelijk, daardoor redelijke basaal. De jury is benieuwd naar de verdere stappen.

#### Conversational Reviews - Dopamine Lab

Het effect van deze tool verdient complimenten. Het is meer een formulier dan een conversational interface dat vooralsnog onvoldoende wordt benut. Voor wat betreft de user interface is het een grote stap. Jammer dat deze case het grotere raamwerk mist.



# Juryrapport

## Brand

De jury vindt het niveau van de nominaties in deze categorie tegenvallen, want het zijn te weinig echt overtuigende brandcases. Er zijn wel awards (zilver en goud) toegekend, omdat de jury het DIA reglement respecteert. De awards in deze categorie zijn dit jaar vooral aanmoedigingsprijzen.

### Winnaar goud

#### **De Fietser - SphereMall**

Een omnichannel case met mooie brandelementen. Goede samenwerking tussen experience center en dealers. Duidelijke e-commerce doelstellingen. De merkdoelstellingen zijn minder duidelijk. Wel een brand case

### Winnaar zilver

#### **BredaPhoto International Photo Festival - Netvlies Internetdiensten**

Mooi gemaakt en goede resultaten. Voor wat betreft ticketverkoop is de ROI zeer goed. Het is onduidelijk wat de merkdoelstellingen zijn geweest.

#### **Heineken Biertegoed - Magneds / Starcom NL / TBWA\Neboko / Boomerang Create**

Een contentrijke app met groot engagement. Goede verbinding online en offline. Heineken helpt hiermee de horeca-ondernemer. Goede personalisatie. De jury vraagt zich wel af of het weggeven van bier past bij een premium merk. Dit is geen echte brand case.

#### **Haagse Hogeschool - TamTam / Estate Internet**

Mooi gemaakt en een sterke duidelijke vormgeving waar een hele nieuwe huisstijl uit is voortgekomen. De navigatie is intuïtief. 'Studentreis' personaliseren is innovatief. De merkdoelstellingen zijn onduidelijk.

#### **Je baan is meer dan werk - Kaliber**

Een case met een duidelijke targetting en goede campagneresultaten. Goede personalisatie en zelf je vacature samenstellen. De merkdoelstelling is onduidelijk. De case heeft een wat studentikoze uitstraling, terwijl dat niet de bedoeling is.



# Juryrapport

## Service

### Winnaar goud

#### Interactieve app voor Cliniclowns - Greenberry

Sterke combinatie tussen online en offline. En met internationale mogelijkheden. Ogenscheinlijk eenvoudig, maar het is zo nuttig. Dit is bedacht vanuit de type gebruikers en vertaald naar een app die echt werkt. Mooie ambitie.

### Winnaar zilver

#### Zo werkt Greenwheels – Kraftwerk/ACHTUNG!

Een mooi voorbeeld van product driven naar customer driven. Een goede vernieuwing van het model waaraan de juiste producten en services zijn toegevoegd. Hier zit de user op te wachten. Complimenten voor de integrale aanpak - product, services én de digitale ontsluiting.

#### Ondernemersplein, User Centric conceptontwikkeling – Deloitte Digital

Gedecentraliseerde contenthub is de juiste strategie. Knap om dit voor elkaar te krijgen bij dit type opdrachtgevers. Mooi design. De juiste KPI's zijn gekozen.

#### De Mobiel Betalen-app van ING, je smartphone als pinpas - Resoluut

Een app met een zeer snelle groei en een slimme gefaseerde aanpak. ING blijft de nek uitsteken en voorop lopen.

#### Alle Amsterdammers Digitaal met Waternet - Tam Tam

Een organisatie die de digitale transitie nu strak doorvoert. Turn around in agile denken. De achterstand is ingehaald. Er is zelfs sprake van een voorsprong.

#### Carrière mentors – Woedend! / Kepler

Sterk idee en concept dit peer-to-peer platform. Hier is echt behoefte aan. Goed dat nu al wordt gedacht aan nieuwe mogelijkheden. Differentiatie opzoeken. Hoe kun je mensen succesvol laten zijn.

# Juryrapport

## Content

### Winnaar goud

#### Zapmissie 360 Escaperoom - NoProtocol

Het is moeilijk om kids over meerdere kanalen te raken, maar dat gebeurt hier dus. Conceptueel en inhoudelijk een goede case, met een compliment voor de wijze waarop het zelf ontwikkelde CMS wordt 'doorgegeven'. De jury heeft wel een advies: maak de online component dominant, de verhaallijn structureler en leun minder op televisie.

### Winnaar zilver

#### Eva Jinek online - LimoenGroen / Greenberry / Egotribe

Redactioneel gezien heeft dit merkconcept zeer interessante elementen. Eva Jinek wordt neergezet als een persoon en je kunt haar van seizoen op seizoen volgen over meerdere kanalen. De opzet heeft structuur en er is goed over nagedacht. Niettemin zou de jury, met de directheid van een vlog, meer Eva willen zien en horen.

#### The Netflix of e-learning in hospitality - Brain Agency

Een case met concrete doelen, die ruimschoots behaald zijn.

#### EO - Ik mis je - Qikker Online

Mooie combinatie van web, televisie, user generated content en menselijke emoties. Maar niet echt vernieuwend in de markt. Platform met een doel. Relatief gezien hoge redactiekosten ondanks het hoge budget.

#### Rock it like an Albertan - Eigen Fabrikaat

Alle registers open om een verhaal te vertellen. Hoogwaardige kwaliteit content met strakke video's, cool live video en beeldgebruik. Alles duidt echter op een *one off*. Er is geen sprake van structurele content en continuïteit. Jammer dat de CRM-kant niet is meegenomen.

#### StukTV voor Afrika - RTL

Youtubers in gecoördineerde acties op televisie voor geld voor goed doel. Succesvol in termen van awareness want een jongere doelgroep wordt bekendgemaakt met Cordaid. Helaas minder succesvol in het aantal donaties. Goede media-investering van RTL maar jammer dat Cordaid in het sociale domein niets heeft opgebouwd. Te weinig vernieuwend voor een award.

# Juryrapport

## Ecommerce

### Winnaar goud

#### **Omoda Shop app - MOBILE STRATEGY**

Goede integratie tussen de online en offline kanalen. Strak en duidelijk. Voor het eerst dat de jury hier hoort over on par met internationale shoppingapps en voor het eerst on par met conversie op de desktop.

### Winnaar zilver

#### **Snel besteld, snel thuisbezorgd met Jumbo.com - Searchresult**

Hier is duidelijk gekozen voor usability in de app. Heel sec, om op een sterke basis de komende jaren goed uit te kunnen bouwen. Jumbo haalt de concurrent links in en is op weg naar pole position.

#### **Nieuw e-commerceplatform verstevigt marktleiderschap - Adwise Eervolle vermelding**

Op hoger niveau is dit platform een goede uitvoering van een webwinkel. Degelijk en af. Geen enkel punt van kritiek van de jury. Vooruitstrevend voor deze branche. Qua innovatie niet concurrerend. Goede uitvoering en goede samenwerking. Ga zo door.

#### **Rijksmuseumshop - Burst / Fabrique**

Goede vermenging van branding en e-commerce, waarbij het merk Rijksmuseum iets zwaarder lijkt te wegen dan conversieoptimalisatie. Navigatie ziet er heel mooi uit, ook qua beeld. Te klein en doodzonde dat er geen integratie is tussen online en offline.

#### **McGregor - Emakina**

Clean en effectieve webwinkel. De randvoorwaarden voor goede service zijn aanwezig. Het is niet echt een e-commerceplatform maar meer een merk. Een goede en degelijke case, maar niet groots of onderscheidend.

#### **Echt HEMA, nu ook online - Fabrique / Emakina**

De site is teruggebracht naar de essentie en haakt in op actualiteiten. Het is een inhaalslag, maar het mag vanaf nu best wat sneller gaan.

# Juryrapport

## Disrupter

### Winnaar goud

#### Spinn Coffee - MediaBunker

Met deze case wordt in één keer een heel ecosysteem neergezet. Het businessmodel is slim gefaseerd. Connecten van hardware met tools. Er wordt een complete oplossing geleverd voor de hele keten. In potentie heeft dit idee een hele grote markt. Concept is nog wel early stage.

### Winnaar zilver

#### Traditionele uitzendbureaus zijn met Wurcly verleden tijd - Atabix ZILVER

Goed idee met veel potentieel. Veranderen continu om er een succesvol model van te maken. Slim om de price setting laag te houden en deze later te verhogen. Ze denken goed gefaseerd in de uitrol van het project.

#### Newheroes.com – Dé online training specialist - Colours

Ambitie is on-Nederlands geweldig. Sterk businessidee. De focus is gedragsverandering in plaats van nieuwe skills leren. Goed bezig met de pivot naar een bestendig businessmodel.

#### Triggi maakt smart devices nóg slimmer - Soda Studio

Dit project speelt goed in op de komende internet of things wereld. Learnings uit eerdere initiatieven op dit gebied worden goed meegenomen. Er is een sterke focus op user experience. De jury vraagt zich wel af hoe het concept zich op termijn kan onderscheiden ten opzichte van soortgelijke diensten.

#### Online huizen kopen met BPD - Tam Tam

Indrukwekkende toepassing van virtual reality. Disruptive binnen de sector. Er zijn goede keuzes gemaakt. Huizen kopen online klinkt logisch maar zo makkelijk is dat niet. En het lukt ze!



# Juryrapport

## Campaign

### Winnaar goud

#### Vive la Internet - iProspect

Internetten in het buitenland alsof je in Nederland bent. Resultaten erg goed en ruim boven verwachting. Voorziet echt in een behoefte. Goed gebruik van Nederlandse artiest. Targeting en setup van de case zijn super goed. Goed transmediaal. Dit is de favoriet van de jury.

### Winnaar zilver

#### Hema 90 jaar - LINDA. Mood for Magazines

Samenwerking tussen drie partijen XXS, Linda en Hema. Knap hoe ze hebben samengewerkt. Top dat LINDA carte blanche kreeg. Unieke combinatie. Kritisch puntje is dat er weinig promotie aan is gegeven. Had nog meer kunnen zijn. Goed transmediaal. Knap gedaan.

#### Snel besteld, snel thuisbezorgd met Jumbo.com - Searchresult

Leuke samenwerking met Google. Zijn een van de eerste in Nederland met full funnel programmatic marketing. Zeer goede resultaten: stijging van de omzet via de app is twee keer zo groot als via web. 60 procent van e-commerce omzet gaat nu via app. Wel wat instrumenteel. Minder sterk in creativiteit.

#### 15 jaar BOB - Roorda Reclamebureau / NoProtocol

Innovatieve en zeer interactieve campagne, waarbij het experiment niet uit de weg is gegaan. Groot organisch bereik. Bijzonder is een livestream met 4 camera's. Kleiner thema maar oplossing is zeer interessant. Knap ook met beperkt budget. De jury vindt 15 jaar Bob wel een wat vreemd thema.

#### Melitta: Het geheim van een futureproof marketingstrategie - PauwR Digital Marketing

Een blauwdruk voor de toekomst van marketing: Permission Based Marketing? Dit had het hoofdthema moeten zijn. Dat komt helaas niet uit de verf bij de presentatie.

#### Valentijnsactie Samsung: It's A Match - StoryTEQ / Boomerang Motion

Een case met erg goede resultaten. Target groep millennials is ook het best bereikt. Goede awareness en engagement. Erg viraal want geen mediabudget spent.



# Juryrapport

## Company of the year

Als agencies kunnen we niet excelleren zonder goed opdrachtgeverschap. Daar komt veel bij kijken maar de jury van dit jaar heeft besloten om die klanten te nomineren welke lef tonen, binnen hun categorie de toon zetten en aangetoond hebben om te streven naar synergie door langdurige relaties aan te gaan met de bureaus.

### Winnaar goud

#### PON

Het is opvallend dat PON al snel koos voor een digital first benadering in hun communicatie en interactie met klanten voor de diverse merken – dit lag als importeur niet echt voor de hand. Deze strategie heeft ze geen windeieren gelegd. PON heeft langdurige relaties met onder andere Achtung! en DigitasLBi en samen met de bureaus ontwikkelt PON al jarenlang gedurfde applicaties. Het pallet aan toepassingen is indrukwekkend: van digitaal platform Greenwheels, de Volkswagen app tot aan digitaal innovatieve campagnes en gedurfde keuzes zoals de Share-a-Porsche-actie. En laten we niet vergeten wat ze doen met de fietsmerken. PON toont leiderschap door de mogelijkheden van digitaal meer dan maximaal te benutten. Indrukwekkend.

### Winnaar zilver

#### KLM

KLM is in hun dienstverlening natuurlijk afhankelijk van digitaal. Ook zij bewandelen het complete spectrum. Ze zijn een meester gebleken in de digitale transformatie en zijn op een global scale voorlopers op het gebied van social media. Ze implementeerden als één van de eersten een chatbot en daarnaast wordt niets aan het toeval overgelaten getuige onder andere de samenwerking met de TU Delft waar 'even' een vliegtuigromp is neergezet om te experimenteren met het verbeteren van in- en uitstappen. De KLM heeft een langdurige relatie met bureaus (onder andere Mirabeau) wat de kwaliteit van de innovaties zeer ten goed komt. Hier mogen we met z'n allen apetrots op zijn.

### Heineken

Heineken verkoopt een 'commodity' in een zeer competitieve branche. De jury heeft grote bewondering voor het feit dat zij als niet-tech bedrijf digitaal compleet omarmen en interessante experimenten doen in het digitale domein. Ze verkennen het hele spectrum: apps, websites, campagnes, social, diensten en innovaties. Ze werken met een breed scala aan bureaus die op hun beurt de ruimte krijgen. Heineken is digitaal innovatief en daardoor een thoughtleader binnen fast moving consumer goods, petje af.



# Juryrapport

## Best in Design

### Winnaar

**Roy van Dijk - ACHTUNG! mcgarrybowen**

Zijn werk was terecht al heel veel bekroond, het werd tijd dat Roy zelf bekroond wordt.

### Thijs Biersteker, zelfstandig

Design en interactie gaat verder dan een app of een website. Thijs laat zien dat hij maatschappelijke relevantie combineert met nieuwe manieren van interactie. Plastic reflectie voldoet niet alleen volstrekt maar is ook echt waanzinnig gemaakt.

### Keith Kornson, Ronin

Designs die zo van het scherm afspatten, wat moet je daar nog meer over zeggen?





# Juryrapport

## Best in Tech

### **Winnaar**

#### **Marko Kruijer - Fabrique**

Bezoek het Nationaal Militair Museum, of nee: ervaar het NMM en je weet waarom.

#### **Michiel Overeem - Connecting Media**

In een tijd waarin video streaming het internet overneemt moeten de tech's dat allemaal waarmaken. Het project voor de olympische spelen voor Facebook laat zien waar Nederland groot in kan zijn. Daar kan het Nederlands elftal nog een lesje van leren.

#### **Maarten Groeneweg - Mirabeau**

Resultaten worden beter als testers en front enders goed samen kunnen werken. Tools ontwikkelen die dat proces goed kunnen faciliteren besparen niet alleen tijd en nodeloze energie maar verbeteren het resultaat significant. Maarten heeft daar met Argus Eyes (gave naam overigens) een super mooie bijdrage aan geleverd.



# Juryrapport

## Best Talent

### Winnaar

#### **Sten Verveen - Macaw**

Indrukwekkende bijdrage aan de heineken.com case. Gaat nu al bijna voorbij aan het criterium onthoud die naam; we kennen hem al.

#### **Matt van Voorst - Tam Tam**

Zo nu en dan zien we Matt al op podia en dat gaat zeker nog wel meer worden. Uit het goede hout gesneden werkt hij al aan schitterende projecten.

#### **Bibi van 't Ent - info.nl**

Nog niet zo lang afgestudeerd, snapt Bibi waar het om draait bij UX: mensen blij maken. Dat heeft ze bewezen met haar bijdrage in het project Festimate.