



# WERELD- WATER VOOR WERELD- BURGERS

VANDEJONG  
AMSTERDAM





## DOLORES LEEUWING UIT AMSTERDAM DRINKT AL 35 JAAR NEAU

Nederland is één van de weinige landen waar je zo uit de kraan kunt drinken. Daar heb je geen gebotteld bron- of mineraalwater voor nodig. Daarom is er Neau, een gewetensvol alternatief gemaakt van 100% kraanwater. Nét zo gezond en verfrissend voor jou, maar beter voor anderen. Neau waterflesjes worden namelijk tegen bronwaterprijs verkocht, waarbij de opbrengsten ten goede komen aan drinkwaterprojecten in ontwikkelingsgebieden.

Water of the world  
for the citizens of  
the world  
[www.neau.nl](http://www.neau.nl)

drinkneau





# HIER DRINKEN IS DAAR DRINKEN

## *Vraag*

Nederlanders kopen massaal dure flessen bronwater, terwijl er water van superieure kwaliteit uit de kraan komt. Hoe maken we Nederlanders bewust van ons goede leidingwater?

## *Oplossing*

Vandejong schat kraanwater op waarde en geeft het een gezicht: Neau. Neau is een anti-merk in een leeg flesje dat je eigenhandig met heerlijk kraanwater vult. Niet één keer, maar zo vaak je wilt.

## *Concept*

Water is leven. Wereldwijd sterven per dag tienduizenden mensen omdat ze over onveilig of onvoldoende drinkwater beschikken. Nederlanders wassen tegelijkertijd de auto met uitstekend drinkwater en drinken duur bronwater uit milieuonvriendelijke wegwerpflesjes. Complimenten voor alle marketeers van bronwater.

Water met een naam en een imago is aantrekkelijker dan anoniem water uit de kraan. Dat is geen verrassing. Daarom geeft Vandejong kraanwater een gezicht. Neau maakt de consument bewust van de waarde van ons spotgoedkope leidingwater en creëert bewustwording voor de wereldwijde waterproblematiek.

Het lege flesje kost net zoveel als een flesje bronwater. de opbrengst van deze gewetensvolle flessentrekkerij komt volledig ten goede aan drinkwaterprojecten in ontwikkelingsgebieden. Zo wordt hier drinken, daar drinken.

## *Het merk Neau*

Neau begint als een marketingconcept waarmee Vandejong Nederlanders bewust wil maken van hun bijzondere drinkwater. Neau groeit uit tot een veelkoppige stichting met een netwerk van sponsors en partners, die samen verschillende projecten organiseren. Ook reist Neau tentoonstellingen af in Parijs, Lille en Tokyo.

## *Plan*

Nederland gebruikt Neau voor diverse activiteiten. Waterleidingmaatschappij Limburg krijgt van Neau een workshop, waarna de medewerkers Neau uitdelen op sportevenementen die het drinkwaterbedrijf sponsort. Daarbij krijgen studenten van de Universiteit van Amsterdam, de Vrije Universiteit en Hogeschool Inholland, Neau regelmatig voorgeschoteld als case in de colleges Marketing en Duurzaam Ondernemen.

Na de vele media-aandacht die Neau in zijn beginfase krijgt van Nederlandse tijdschriften en landelijke kranten, ontvangt Neau nog steeds regelmatig pers aandacht. Zo wordt Neau gepresenteerd als 'eye opener' in het museum voor Communicatie in Den Haag. Ook wereldwijd ontvangt Neau aandacht. de New York Times publiceert een mooi interview met Neau, en artikelen over Neau komen terug in Japanse, Noorse, Belgische, Franse en Russische pers. Door dit grote bereik werkt Neau rechtstreeks aan zijn doelstelling: het vergroten van het bewustzijn van de wereldwijde waterproblematiek, door het benadrukken van de kwaliteit van kraanwater.

## *Resultaten*

Naast het inhoudelijke discours en de grote belangstelling voor Neau zijn er harde cijfers te noemen. In totaal verkoopt Neau wereldwijd dertigduizend flesjes. Naast de verkoopsamenwerking met Droog Design zijn het vooral bedrijven die zich aanmelden om flessen te kopen. De financiële opbrengst van duizenden euro's wordt besteed aan drinkwaterprojecten van Plan Nederland in Peru.

Mede door het bewezen succes ontvangt Neau in 2006 subsidie van het Ministerie van Vrom, voor een campagne met als doel scholieren bewust te maken van het belang van drinkwater.

Samen met een team scholieren, variërend van de eerste tot de zesde klas, van het Vmbo tot het Vwo, bedenkt Vandejong een guerrillacampagne. De scholieren maken commercials en posters, veranderen frisdrankautomaten in Neau-punten, toveren iedere kraan om tot een Neau-refill-punt, organiseren evenementen op Wereldwaterdag en verkopen Neau-flesjes aan medescholieren.







zelfsprekend...  
wml

ANSIT

61-

end  
JmW

neau  
www.neau.nl

neau

neau



*Vandejong vs. maatschappelijke relevantie:  
De wereld verbeteren is leuk!*

Bedrijven of initiatieven met maatschappelijke betrokkenheid staan regelmatig bij Vandejong op de stoep. Als de maatschappelijke relevantie niet in de weg staat van de maatschappelijke ambitie, zetten we graag onze kennis en ons enthousiasme in. Niets is natuurlijk zo leuk als de wereld verbeteren! Maar waar begin je? Wij denken dat je mensen in beweging krijgt als je de grote problematiek terugbrengt tot de menselijke maat. Door het publiek een concreet en hanteerbaar handvat te bieden voor actie. Zo ontstaan campagnes die worden medeontwikkeld en gedragen door de gebruikers. En dat is de beste garantie voor gedragsverandering.



## **Over Vandejong**

Vandejong is een strategisch brandingbureau. We werken graag samen met mensen die nieuwe wegen durven inslaan en geloven in wederzijdse inspiratie. Vandejong staat voor eerlijke en oprechte communicatie met een onderscheidende stijl. Strategen en creatieven werken nauw samen aan merken en campagnes. Waar nodig betrekken we experts van buiten. Zo leveren we een brede bijdrage: van merkconcept en creatieve strategie tot de uitwerking naar concrete campagnes, middelen, en als het nodig is, nieuwe diensten en producten.

## **Vandejong projectteam Neau**

### **Oprichters**

Menno Liauw, Wiebe Schipper en Maarten Kuipers

### **Creative direction**

Pjotr de Jong

### **Strategie**

Menno Liauw

### **Art-direction en Ontwerp**

Marcel de Vries

### **Project management**

Cyril van Sterkenburg en Fieke van Woerkom

### **In samenwerking met**

Plan Nederland, WaterCare Nederland, PricewaterhouseCoopers, Droog Design, de Wereld van Jansje, Ministerie van Vrom, GGD Rivierenland, Copernica, Waterleidingmaatschappij Limburg, drinkwaterbedrijf Hydron Flevoland, de London School of Business, en anderen.