

<Persbericht>

# KPN wint met *Taboe Talk* Dutch Podcast Award 2020 categorie Brand Story



**Amsterdam, 5 november 2020. Tijdens de Dutch Podcast Awards 2020 heeft *Taboe Talk* de Brand Story Award gewonnen. KPN wint hiermee zijn eerste award voor een podcast voor de consument. De dappere podcast-serie laat zien dat geen onderwerp onbespreekbaar is. Daarmee draagt *Taboe Talk*, een productie van dentsuACHTUNG!, Mindshare Content+ en NRC Branded Content, de merkboodschap van opdrachtgever KPN doeltreffend uit. Als grote verbinder van Nederland wil KPN namelijk mensen samenbrengen en zo de samenleving vooruithelpen. Samen krijgen we ten slotte alles voor elkaar.**

*Taboe Talk* is een achtdelige serie die taboebrekers een podium biedt. Of zoals de podcastmakers het zelf omschrijven: *Zo makkelijk als we alles online kunnen vinden, zo moeilijk is het om met anderen over taboes te praten. Daarom gaan we op zoek naar taboebrekers die juist online, via hun netwerk, een eigen stem gevonden hebben. Op deze manier zorgen we ervoor dat we allemaal ergens aansluiting vinden. Want met hét netwerk van Nederland achter je, sta je er nooit alleen voor.*

## **Intieme setting**

“Podcasts winnen op dit moment natuurlijk enorm aan populariteit, helemaal onder de beoogde millennial doelgroep”, zegt Michael Nap, Head of Content van creatief bureau dentsuACHTUNG!, dat tekende voor het concept. “Maar de intieme setting waarin een podcast kan worden opgenomen was voor ons een minstens net zo belangrijke reden om voor dit medium te gaan. Zo voelden de sprekers zich vrij om juist die verhalen te delen waar de luisteraar het meest aan heeft.”

## **Journalistieke relevantie**

Mediabureau Mindshare zocht de samenwerking met NRC Media om het format in te vullen en te publiceren. “Uiteraard speelde het bereik van NRC een belangrijke rol. Immers: zonder schaal, geen zichtbaar effect”, aldus Michael Willems, Head of Content van Mindshare. “Maar de hoofdreden was dat we *Taboe Talk* wilden positioneren in een omgeving van journalistieke relevantie en betrouwbaarheid”. Het team van NRC Branded Content borduurde voort op het concept en voegde er een extra journalistieke verdieping aan toe: alle onderwerpen worden binnen een maatschappelijke context geplaatst en haken, zo mogelijk, aan bij de actualiteit. In iedere podcast wordt telkens één thema besproken, zoals eenzaamheid onder jongeren, eetstoornissen, burn-out en cyberpesten. Ook is een vaste format ontwikkeld, met psycholoog Roos Woltering als host en een afsluitende *spoken word* van Akwasi, ter reflectie op de aflevering.

## **Passende bekroning voor lef**

Het resultaat is een kwalitatieve, journalistieke podcast die via de kanalen van NRC Media, maar ook de bekende podcastsplatforms de beoogde doelgroep feilloos weet te bereiken. Madelon Fortuin, Commercieel Directeur van NRC Media, kijkt met trots terug op een geslaagde samenwerking met alle betrokkenen. “De echte sleutel tot het succes van *Taboe Talk* is lef: van de deelnemers, die hun verhaal durfden te vertellen, en van opdrachtgever KPN. Dát heeft gezorgd voor verbinding – precies zoals KPN wilde bereiken. De Brand Story Award is een mooie en passende bekroning.”

Luister en beoordeel zelf: [www.nrc.nl/xtr/kpn](http://www.nrc.nl/xtr/kpn) of <https://spoti.fi/2l6woRI>

<noot voor de redactie>

Voor meer informatie:

- Miemie Man, Social Media Manager Marketingcommunicatie Consumer bij KPN (a.i.), [miemie.man@kpn.com](mailto:miemie.man@kpn.com)
- Michael Nap, Head of Content & Social dentsuACHTUNG!, [michael@dentsuachtung.com](mailto:michael@dentsuachtung.com)

- Michael Willems, Head of Content van Mindshare, [michael.willems@mindshareworld.com](mailto:michael.willems@mindshareworld.com)
- Madelon Fortuin, Commercieel Directeur van NRC Media, [m.fortuin@nrc.nl](mailto:m.fortuin@nrc.nl)

### Over dentsu **ACHTUNG!**

dentsu **ACHTUNG!** brengt vier proposities samen: Positionering & Identiteit, Products & Experiences, Social & Content en Campagnes & Activaties. Het bureau werkt op het snijvlak van branding en experience en met hun credo: 'fearlessly forward' zijn ze een partner voor merken die vooruit willen. Achteroverleunen is in de huidige tijd geen optie. Het bureau is meerdere malen bekroond voor creativiteit en effectiviteit met o.a. ADCN, Esprix, Effie, D&AD, Eurobest, Cannes Lions en Webby awards.

Dentsu **ACHTUNG!** Is onderdeel van het wereldwijde bureau netwerk dentsu.

### Over Mindshare

Mindshare - een wereldwijd netwerk met 116 vestigingen in 86 landen en meer dan 8.500 mensen – maakt deel uit van WPP. We openden onze eerste vestiging in Azië in 1997 en kort daarna ook onze deuren in Nederland in 1999. We hebben de ambitie om de lead business partner van onze klanten te zijn, hun business en winst te laten groeien door de ontwikkeling en implementatie van adaptieve en innovatieve marketingplannen. Sinds de overname van Greenhouse (door WPP) hebben we samen een team van baanbrekende communicatieconsultants voor internationale en lokale merken neergezet, die met onze kernwaarden speed, teamwork en provocation, dagelijks de merken van onze klanten met consumenten verbinden. We houden van nieuwe originele bedenken en te implementeren en willen dat Mindshare.Greenhouse voor onze mensen de organisatie is waar ze het beste werk van hun carrière kunnen doen.

### Over NRC Branded Content

NRC Branded Content ontwikkelt unieke, relevante en betekenisvolle content en vertaalt de kernkwaliteiten van NRC, te weten kwaliteit, betrouwbaarheid en deskundigheid in verhalen waar je wijzer van wordt. Altijd met respect voor de lezer en met de doelstellingen van opdrachtgevers als uitgangspunt. De producties worden op journalistieke wijze gemaakt en dienen allemaal het gewenste effect te bereiken: invloed door inhoud.

Podcasts nemen snel in populariteit toe. NRC heeft onlangs een eigen app gelanceerd, NRC Audio waarin de beste podcasts te vinden zijn, zowel van NRC als van andere makers. NRC Media heeft met de overname van SUBLIME WORLD BV versnelling gegeven aan de ambitie om te willen groeien, ook op het gebied van branded podcast door productie en verdere distributie-faciliteiten in huis te halen.