**DE STANDAARD – CURIEUZENEUZEN – PERSBERICHT**

**BONKA CIRCUS HELPT CURIEUZENEUZEN VLAANDEREN IN ZOEKTOCHT NAAR 20.000 BURGERONDERZOEKERS**

**Het grootste burgeronderzoek naar luchtkwaliteit ooit roept burgers op om luchtkwaliteit in hun straat te meten.**

Hoe gezond is de lucht waarin u jogt? Hoe gezond is de lucht waarin u naar het werk fietst? En hoe gezond is de lucht waarin uw kinderen buiten spelen?
Met die vragen willen De Standaard, Universiteit Antwerpen en de Vlaamse Milieumaatschappij ons doen stilstaan bij de kwaliteit van de lucht die we dagelijks inademen. De vragen kaderen binnen het project CurieuzeNeuzen Vlaanderen, het grootste onderzoek naar luchtkwaliteit ooit, dat op maar liefst 20.000 plekken in Vlaanderen de luchtkwaliteit meet. Bonka Circus werkte de oproepcampagne uit.

*“CurieuzeNeuzen Vlaanderen wil de luchtkwaliteit meten op maar liefst 20.000 plekken, verspreid in Vlaanderen. Daarvoor hebben we een pak kandidaatstellingen nodig van burgers die gedurende één maand de luchtkwaliteit in hun straat willen meten. Die mensen moeten we bewust maken over de problematiek rond luchtkwaliteit én activeren om aan de campagne deel te nemen. Daarom werkten we zowel een activerend als een inhoudelijk campagneluik uit.”*, aldus Vincent Jansen, creatief directeur bij Bonka Circus.

Om tot een representatieve spreiding te komen wil CurieuzeNeuzen Vlaanderen op maar liefst 20.000 plekken in Vlaanderen de hoeveelheid stikstofdioxide (NO2) in de lucht meten. Daarvoor hebben ze de hulp van burgers nodig. In het activerende campagneluik worden die rechtstreeks opgeroepen om CurieuzeNeus te worden en de luchtkwaliteit in hun straat te meten.

Daarnaast geeft het inhoudelijke campagneluik meer achtergrond en doet mensen nadenken over de kwaliteit van de lucht die ze dagelijks inademen. Om dit zo concreet mogelijk te maken, focust de campagne op 3 thema’s: joggen, naar het werk fietsen en buiten spelen. Die gezonde, voor iedereen herkenbare activiteiten benadrukken het contrast tussen de toenemende aandacht voor gezonde activiteiten en de kwaliteit van de lucht waarin die vaak beoefend worden. Ook de typische, Vlaamse situaties waarbij drukke steenwegen in de buurt liggen van ‘groene longen’ komen aan bod in de campagne.

Het inhoudelijke luik wordt ondersteund door ambassadeurs die elk vanuit hun expertise aan CurieuzeNeuzen Vlaanderen deelnemen. Zo steunen **Kim Gevaert** en **Sam de Bruyn** de campagne vanwege hun interesse voor joggen. **Sien Wynants** onderzoekt als Ketnet-wrapper het effect van de luchtkwaliteit op buiten spelende kinderen. En acteur **Dimitri Leue** vertelt waarom hij ervoor kiest om dagelijks met de fiets naar het werk te gaan. Ook **Eva Mouton** en **Wim Lybaert** ondersteunen het CurieuzeNeuzen Vlaanderen-project.

Beide campagneluiken worden door elkaar gebruikt. In een uitgebreid mediaplan waarin tv, cinema, print, radio, OOH, online en social aan bod komen, worden mensen bewust gemaakt worden over de lucht die ze dagelijks inademen én vooral geactiveerd om aan de campagne deel te nemen. Vanaf vandaag kunnen kandidaten zich inschrijven op www.standaard.be/curieuzeneuzen. De eerste resultaten van het grootste burgeronderzoek naar luchtkwaliteit ooit worden in september verwacht.

***Over Bonka Circus:***

Bonka Circus is een creatief contenthuis dat gelooft dat straffe verhalen het best verteld worden door goede content hand in hand te laten gaan met op (maatschappelijke) impact gerichte campagnes. Zo realiseerde Bonka Circus onlangs de veelbesproken ‘Last Night a DJ Saved My Life’-campagne voor de Vlaamse Stichting Verkeerskunde. Voor de VSV ontwikkelde het contentbureau ook 2 campagnes binnen het BELOOFD!-project, namelijk de kinderzitjes- en de afleidingscampagne. Voor Ketnet ontwikkelde Bonka Circus ook beide seizoenen van het goochelprogramma 'Trix’ (Ketnet), dat kinderen aanzet om de wereld van de magie te ontdekken en lanceerde Bonka Circus ook het eerste seizoen van ‘Sturmtroopers’ (Ketnet), waarin de fantasie en creativiteit van kinderen centraal staat. Daarnaast realiseerde Bonka Circus in afgelopen maanden ook japprendsleflamandavecvincent voor Actiris en de moederdagcampagne voor Play Sports, waar Eden Hazard, Stoffel Vandoorne en andere topsporters hun allerstrafste supporter bedanken voor moederdag. Ze werken daarnaast ook nog voor het Africa Museum in Tervuren, DIVA en Sensoa.

***Credits:***

Client: De Standaard

Client contact: Klaartje De Bonnaire

Strategic Director: Peter Verbiest

Creative Director: Vincent Jansen

Creative Team: Simon Willems (AD), Jesse Vanophalvens (Copy)

Project Managers: Annelies Mommen, Kristof Debacker

Video Production: Videohouse (Camera: Olivier Smets / Drone: Luk Malu) & Option Media (Editing: Wouter Ceelen)

Photography: Ian Segal

Radio: Sonicville