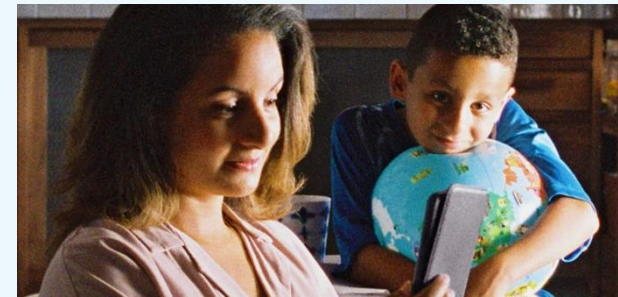




Campagnebeelden:



Factsheet campagne Kinderopvangtoeslag



Er zijn ca. 650.000 ouders die kinderopvangtoeslag ontvangen. Het komt regelmatig voor dat ouders vergeten om wijzigingen door te geven. Dit zorgt ervoor dat zij niet het juiste bedrag ontvangen, wat later gecorrigeerd moet worden. Het doel van de campagne is bewustwording creëren en het kennisniveau vergroten. Tevens willen we ouders activeren sneller wijzigingen door te geven. Er wordt verwezen naar www.toeslagen.nl/kinderopvangtoeslag voor meer informatie en om wijzigingen meteen door te geven via MijnToeslagen of via de kinderopvangtoeslag-app.



650.000 ouders die kinderopvangtoeslag ontvangen.



Verandert er iets in uw inkomen of in de kinderopvanguren, geef wijzigingen meteen door via MijnToeslagen op toeslagen.nl of via de kinderopvangtoeslag-app en ontvang de toeslag waar u recht op hebt. Niet te veel en niet te weinig.



Campagneperiode: 11 september t/m 31 december 2020

	DEC '20	JAN	FEB	MRT	APR	MEI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC	JAN'21
Particulieren	VA '20			IH 2019						TVC Life events			Scheiden/Eigen Woning	
													VA'21	
Toeslagen										Kinderopvangtoeslag				
Ondernemers	VA '20			IH 2019						Corona ondernemers			Start. ondernemers	
	eH		eH		eH					KOR				VA'21
Douane	Nieuw btw-id													
														Reizigerscampagne Wijs op reis met BZ (on hold)
Werkzoekenden														Werken voor heel Nederland
														Internet aankopen Employer branding



TV spot life events en Online video KOT:

1. [TV spot life events](#)
2. [Online video KOT](#)



Radio spots:

1. [Kinderopvanguren](#)
2. [Inkomsten](#)

Externe middelen:

- **Radio** (2 spots via Rijksoverheid roulement en Spotify)
- **Online video en display banners** (Oudersvannu.nl, vivamama.nl, ed.)
- **Google Ads** (zoekmachine advertenties)
- **PR en branded content**



Factsheet campagne Kinderopvangtoeslag

PR:

- Persbericht
- Artikelreeks voor diverse subdoelgroepen
- Verhalen van ouders in blogvorm op relevante fora

Branded content:

Branded content lijken redactionele artikelen, maar worden betaald ingezet als advertenties. Deze worden zowel online als in print-uitingen gepubliceerd.

- Nieuwsmedia: Telegraaf.nl en nu.nl (vaders), Vrouw magazine (moeders)
- Opvoedingsbladen: Ouders van NU, Kek Mama (moeders en vaders lezen mee)

Kinderopvangorganisaties (KOO's):

Online toolkit bestaande uit o.a.:

- poster
- tekst en beeld tbv nieuwsbrieven
- infographic
- social media berichten
- Q&A

De toolkit wordt aangeboden via <https://bdcommunicatie.pleio.nl/>
De KOO's ontvangen rond 12 september een brief met informatie over de toolkit.



Mediaplanning:

Medium	September					Oktober				November				December				
	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28
Life events																		
Televisie spot																		
Online video (18-39 jaar)																		
KOT																		
Radio spots																		
Online video (ouderdoelgroep)																		
Online Display banners																		
Content (print, online)																		
Google en Bing Search																		

Aandacht voor minder digitaalvaardigen/ laaggeletterden:

Wordt opgepakt door Toeslagen:

- Via de kinderopvangorganisaties
- Via Steffie
- Via maatschappelijk dienstverleners