

Juryrapport

Dutch Interactive Awards 2025

Juryrapport

Dutch Interactive Awards 2025

Activation	3
AI-toepassingen	4
B2B	5
Brand	6
Campaign	7
Communities	8
Content	9
Corporate	10
Data	11
Digital for Good	13
Digitale Transformatie	15
Disrupter	17
E-commerce	18
Service	20
Tools	21
Professional Best Talent	22
Professional Best in Design	23
Professional Best Producer	24
Professional Best in Tech	25

Activation

In deze categorie gaat het om een platform dat zich richt op het opwekken van interesse en behoefte bij [potentiële] klanten. Veelal met een langere levensduur dan een campagne. Belangrijk is dat een activatie tot een actie leidt.

ALGEMENE BEVINDINGEN VAN DE JURY

De jury merkt op dat dit een zeer sterke categorie is met veel indrukwekkende conversieratio's.

WINNAAR GOUD

Boldly-XR | NOS Jeugdjournaal | Mediawijsheid en weerstand tegen nepnieuws met Roblox

Enorm goede KPI's behaald op een [voor NPO] totaal nieuw platform. RPG invalshoek is goed gedaan. Het is zo opgezet dat de NOS het kan integreren in zijn werkzaamheden zonder afhankelijk te zijn van het bureau. Met initiatieven die aan de goede kant van de Roblox-economie blijven zitten – weg van kindermarketing.

WINNAAR ZILVER

YourFellow | Olcay Gulsen Beauty | Van quiz naar klant: de succesvolle strategie

Eenvoudig van opzet, maar heel slim uitgevoerd en met enorm hoge resultaten. Indrukwekkende ROI. Bescheiden opstelling van bureau [ook qua fee]. Deze activatie gaat blijvend voordeel brengen door de verzamelde data.

Create a Wave B.V. | Heineken | Player 0.0 race game met Max Verstappen

Slim geïntegreerd in de bredere media laag. Interessant dat het vaker ingezet kan worden, zoals ook dit jaar en dat erop wordt voortgebouwd. Het hele narratief klopt; het sluit goed aan op de commercial. Strak uitgevoerd.

OMD Nederland | Philips | Fris je festivalzomer door met de Philips Refresh Bar

Mooie activatie met een goede invalshoek en creatief concept. En dat op basis van goed onderzoek vooraf. Sterk dat er nadien ook onderzoek naar awareness en andere effecten is gedaan om zaken inzichtelijk te maken.

On Your Marks | Ziggo | Ziggo UEFA Lead Management Programma

Mooie add-on op de propositie die ze al hadden – goed opgebouwd. Het contentconcept en de e-mailflow zijn goed uitgedacht. Voelt heel persoonlijk. Open rates zijn indrukwekkend. Ze weten goed wat er speelt.

AI-toepassingen

Deze categorie is bestemd voor cases waarin het gebruik van AI toegepast wordt en een sterke invloed heeft op het resultaat. Denk bijvoorbeeld aan AI-gedreven processen voor het kopen, oriënteren, adviseren of anderszins helpen van de gebruiker. Er wordt rekening mee gehouden dat AI zich nog in een beginfase bevindt, en daarom wordt er niet alleen op de resultaten gelet, maar ook op het idee en de potentie.

WINNAAR GOUD

Norday | Rotterdam Philharmonisch Orkest | Wondercast

Een slimme, fraai vormgegeven AI-toepassing die de eventbeleving verrijkt en veel potentie toont. De technologie is nu al waardevol, maar kan in de toekomst nog sterker worden ingezet als voorbereidingstool voor bezoekers. De link met retentie is nog niet volledig onderbouwd, maar het is een toekomstgerichte case met veelbelovend perspectief.

WINNAAR ZILVER

Monks | Dove | Dove Real Beauty Prompt Playbook

Het is sterk dat Dove twintig jaar geleden diversiteit als claim neerzette en dit nog steeds blijft agenderen. Dit is inmiddels echte brand value geworden. De key metrics zijn indrukwekkend met zeven miljard views, hoewel er geen enorme brand uplift te zien is. Wel is de toepassing nog wat beperkt: de bewustwording leeft vooral op conceptueel niveau. Door het verder te integreren in tools in plaats van losse pdf's, kan de impact structureler en breder voelbaar worden.

AND Digital Nederland | ARAG | AI-gedreven juridische assistent in claimsbehandeling

In een conservatieve markt getuigt deze aanpak van lef. Het project opent een logische, maar lang gesloten deur – met een cultuurverandering en hoge acceptatiegraad als resultaat. De user satisfaction is veelbelovend, ook richting internationale uitrol. Tegelijkertijd draait het om standaard AI-toepassing via ChatGPT, zonder eigen model. De controle is steekproefsgewijs; verdere verbetering in nauwkeurigheid en borging is wenselijk.

Adwise - Your Digital Brain | LedLoket | 98% Kostenbesparing door innovatieve AI-gegenereerde visuals

Voor een relatief klein budget is hier een slimme, effectieve campagne neergezet. De koppeling van zoektermen aan beelden is street smart en laat zien dat je met beperkte middelen grote impact kunt maken. De jury mist wel een bredere strategische inzet van AI en ziet ruimte voor optimalisatie via bijvoorbeeld A/B-testen. Desondanks een inspirerend voorbeeld van wat mogelijk is met de juiste focus.

Fabrique & Q42 | Rijksmuseum | Rijksmuseum Collectie Online

Zoeken op emotie is een aantrekkelijke claim, met een interessante AI-implementatie op het gebied van search en vision. De impact van de AI blijft echter beperkt en de gestelde doelen zijn aan de oppervlakkige kant. Ook ontbreekt een heldere koppeling met resultaten of plaatsing in de customer journey. Toch ziet de jury hierin een concept met potentieel bij verdere uitwerking.

Full Force Digital | Rituals | Schaalbare oplossing voor de contentexplosie

Een sterke contentcase waarin slim wordt omgegaan met een enorme hoeveelheid beeldmateriaal. De inzet van AI blijft hierin nog beperkt, maar juist daarin schuilt potentie: met AI valt eindeloos te combineren. De keuze voor templates brengt structuur, maar beperkt tegelijk de creatieve ruimte – al is die afweging begrijpelijk. De jury ziet hier mooie kansen voor verdere ontwikkeling.

B2B

Deze categorie richt zich speciaal op business-to-business.

ALGEMENE BEVINDINGEN VAN DE JURY

Drie min of meer gelijkwaardige toepassingen en één net wat andere. Dat was moeilijk kiezen en leverde veel discussie op in de jury. Uiteindelijk vanwege diversiteit van beide 'categorieën' een winnaar.

WINNAAR GOUD

Elision | Royal Swinkels | 'Smarter Every day' within Customer Experience

In deze case zijn strategie, concept en design goed doordacht, aldus de jury. Dat het hele productieproces is doorlopen met alle collega's in het bedrijf om alles inzichtelijk te krijgen, en om deze inzichten vervolgens te implementeren in een korte doorlooptijd, is een prestatie. Daarbij is alles gelinkt aan vervolgacties die duidelijk zijn en zichtbaar in de resultaten.

WINNAAR ZILVER

Springbok Agency | Manutan | Manutan 360°

Als inspiratietool om makkelijker door 200.000 producten te navigeren, is dit een zeer nuttige toepassing voor de accountmanager als hij met een klant in gesprek gaat. Het laat de klant ontdekken wat hij nodig heeft, ook van zaken waarvan hij zich niet bewust is. De jury vindt het een leuke feature met goed financieel resultaat. Met een relatief kleine investering zoveel impact maken, is superknap.

Soda studio | JDE Professional | Eén online omgeving voor het beheer van de professionele koffievoorziening

Niet alleen de processen bij JDE worden gestroomlijnd, ook die bij de klant. Een indrukwekkende groei, en een besparing in uren in het bijzonder. De jury is gecharmeerd van hoe professioneel het probleem van de klant wordt opgelost, waarbij een goede oplossing lijkt te zijn gevonden tussen schaalbaarheid en maatwerk. De plannen om AI een rol te geven op cijfers, maar ook op gedrag, is slim nadenken. De uitrol in diverse landen gaat gedegen, maar lijkt wat aan tempo te missen.

DEPT® | Jonsson Workwear | Uitmuntende dienstverlening: Een digitale revolutie in werkkleding

Deze b2b-omgeving voor de Zuid-Afrikaanse markt laat een uniek bedrijf zien dat alles zelf maakt en waarbij de klant gecustomiseerde kledingstukken kan bestellen. Dat maakt het meer dan een gestroomlijnde bestelmachine. De jury waardeert het ontwerp – zeker omdat het een eenheid vormt met b2c, rebranding en content – het is functioneel en ondersteunt het doel.

Brand

Een categorie bedoeld voor merkomgevingen die voor de langere termijn zijn opgezet. Het is een platform voor informatie en communicatie met de consument. Zaken als positionering en identiteit spelen een grote rol. Hoe zie je het merk terugkomen in alle touchpoints die de organisatie met de klant verbindt?

ALGEMENE BEVINDINGEN VAN DE JURY

Het zijn allemaal zeer kwalitatieve cases. De jury was het snel eens over welke cases moesten winnen.

WINNAAR GOUD

DEPT® | ARTIS | Een nieuwe digitale identiteit voor onze oudste dierentuin

Van platte dierentuin naar interactief platform waar knap alle takken van Artis in samenkomen. Sterk voorbeeld van hoe een nieuwe identiteit kan bijdragen aan de eenwording van een organisatie. De complete rebranding, van app tot site, tot in het park zelf en tot papieren tickets, is prachtig in de hele merktoon doorvertaald. De jury prijst het design van de natuurlijke vormen die overal in terug te vinden zijn. Wat zich o.a. uitbetaalt in een organische groei in meer dan fantastische commerciële resultaten. Erg mooi.

WINNAAR ZILVER

GoSpooky | HEMA | Slayma

Als traditionele retailer relevant blijven voor de jongere generatie, dat vindt de jury in deze case supergoed gedaan. Zo kun je als oud merk verjongen. Juist dat 'Slayma' niet top-down bedacht is, maar komt vanuit de reacties op de socials – vanuit de doelgroep zelf – laat zien dat er goed geluisterd is naar wat de doelgroep wil horen. Ook de inzet van Fortnite getuigt van lef en zorgt voor een indrukwekkende hoeveelheid free publicity in de doelgroep.

Groowup | Paso Paso | Koffie die boeren verbindt met de koffiewereld

Heel sympathiek en leuk concept. Coole link naar de heritage. Mooi hoe elke boer een eigen verpakking krijgt in een samenhangende reeks die kwaliteit uitstraalt. Dit fundament vraagt om doorbouwen en een echt interactief vervolg. Het lijkt de jury daarom belangrijk dat dit idee meer aandacht krijgt, zodat Paso Paso een investeringsronde kan verkrijgen om stappen te zetten.

Born05 | Greenchoice | De positieve energie van Greenchoice

Om een merk met 'activistisch imago' positief neer te zetten in een negatieve markt is een uitdaging die zichtbaar met energie is opgepakt. De hoeveelheid aan mooie positieve ideeën en leuke uitwerkingen is enorm. Leuk ook hoe het concept positieve energie ingezet wordt om een breder publiek te bereiken. Om in deze markt meer spontane merkbekendheid te bereiken met een beperkte investering, benoemt de jury als knap.

Monks | Dove | Dove Real Beauty Prompt Playbook

De gedachte om schoonheid van vrouwen volgens AI te herdefiniëren, is een hele goede. Het past naadloos in de langlopende, consistente positionering van het merk. Met het playbook laat Dove zien hoe veel realistischere, mooiere beelden gegenereerd kunnen worden. De jury waardeert hoe Dove bedrijfsecosystemen met mensen (creatieven) en software als Adobe wil aanpakken om prompts te herschrijven. De jury zou graag een Nederlandse doorvertaling van dit toch nog wel internationale verhaal zien.

Campaign

In deze categorie gaat het om b2c interactieve – of crossmediale – en/of socialmediacampagnes. Er is sprake van omgevingen met beperkte levensduur, die worden ingezet rond een bepaald idee, communicatie- of marketingconcept.

WINNAAR GOUD

Fitzroy Amsterdam | ANWB Private Lease | ANWB Private Lease Racing Offers

Een innovatieve campagne met lef, waarin ANWB zich op verrassende wijze in de wereld van gaming begeeft. Door slim gebruik te maken van Gran Turismo 7 en livestreams werd de doelgroep effectief bereikt. De stap van het scherm naar de straat versterkte de impact. Een opvallend voorbeeld van hoe je met creativiteit en durf resultaat behaalt.

WINNAAR ZILVER

GoSpooky | Zeeman | Zeeman - Basics on Top

Met een scherpe maatschappelijke boodschap en een sterke link met de Zeeman-merkwaarden zet deze campagne een vernieuwende stap in digitale activatie. Door Roblox slim in te zetten, werd de jongere doelgroep doeltreffend bereikt. De impact was voelbaar online, al ziet de jury nog ruimte om de activatie sterker door te trekken naar het fysieke winkelkanaal voor maximale betrokkenheid.

EERVOLLE VERMELDING

Rabobank | Financial Wrapped (Rabo Terugblik)

Met lef, humor en een scherp oog voor de leefwereld van jongeren weet Rabobank financiële bewustwording op een frisse manier te brengen. Deze campagne durft buiten de gebaande paden te treden en spreekt de doelgroep aan in hun eigen taal. Een maatschappelijk relevant initiatief dat een nieuwe koers voor de bank markeert.

Monks | Chili's | BurgerTime Arcade Game

Met een creatieve knipoog naar het klassieke arcadespel weet deze campagne op slimme wijze jong én oud te raken. De combinatie van online gamification en instore activatie voelt natuurlijk en effectief. De vernieuwde BurgerTime-game van Chili's is een opvallend voorbeeld van hoe nostalgie, merkactivatie en fun elkaar versterken in één ijzersterk concept.

DotControl | Pon's Automobielhandel (Škoda Nederland) | Elroq Paper Scissors

Een originele en technisch knap uitgevoerde campagne die indruk maakt met gebarenherkenning en 3D-browser-gametechnologie. Binnen een bescheiden budget is een innovatieve ervaring neergezet die Škoda effectief dichterbij een jongere, tech-savvy doelgroep brengt. Een frisse digitale activatie die zowel qua vorm als resultaat overtuigt.

PINK | Independer Nederland | Geen FOMO, maar JOMO (joy of missing out)

Met een frisse, social-only aanpak weet Independer een traditioneel lastig bereikbare doelgroep succesvol te raken. Door slim in te spelen op actuele trends en het sentiment van Gen Z, boekt de campagne een indrukwekkend bereik. De keuze voor JOMO als invalshoek geeft het merk een eigentijds, sympathiek gezicht én een relevante positie in de leefwereld van jongeren.

Communities

Duurzame platforms van groepen gelijkgestemden met gezamenlijke interesse die elkaar verrijken met inspiratie, kennis en inzichten en die over het afgelopen jaar opmerkelijke resultaten hebben geboekt. Zowel zelfstandige community platforms als communities die gebruikmaken van bestaande platforms komen in aanmerking voor deze categorie. De case wordt mede beoordeeld op actieve betrokkenheid en input van een achterban.

WINNAAR GOUD

Livewall | Newborn Fit Mama | De gezondheids- en lifestylecommunity voor moeders

Newborn Fit Mama laat zien hoe je een hechte community bouwt rondom een duidelijke behoefte: samen werken aan gezondheid in het jonge moederschap. De combinatie van workouts, voeding, gamification en de persoonlijke benadering van oprichter Kimberly – die als drijvende kracht herkenning en vertrouwen biedt – zorgt voor blijvend gebruik en groei. De jury vindt dit een overtuigende winnaar, al rijst de vraag hoe je leden vasthoudt naarmate ze uit de 'newborn'-fase groeien. Een sterke, doordachte community met ruimte voor volgende stappen.

WINNAAR ZILVER

Fellow Digitals | Coalitie voor Inclusie | Gezamenlijk op weg naar een inclusieve samenleving

Het Inclusie Forum is een digitaal communityplatform waar VN-ambassadeurs, ervaringsdeskundigen en beleidsmakers samenwerken aan een inclusievere samenleving – online én offline. De kracht zit in de laagdrempeligheid, toegankelijkheid en betrokkenheid van de doelgroep zelf. De community groeit gestaag en stimuleert kennisdeling en beleidsverbetering. De jury waardeert de maatschappelijke relevantie en ziet kansen om de impact van discussies en samenwerking nog scherper te positioneren. Een betekenisvol initiatief met structurele waarde.

Weekend Creative Agency | Jong & MS | Van lotgenoten naar een levendige community

Met de campagne 'Als je het mij vraagt' zet Jong & MS een krachtig, menselijk alternatief neer voor de vaak negatieve beeldvorming rond MS. Geen schrijnende beelden, maar eerlijke verhalen over veerkracht, regie en dagelijks leven. De campagne wordt gedragen door de community zelf en wist zonder mediabudget een groei van 400% te realiseren. De jury is onder de indruk van de authenticiteit en het bereik van deze aanpak. Wel blijft het platform zelf wat op de achtergrond in de case. Er is ruimte voor positionering als structurele plek van verbinding en ondersteuning.

Content

Een categorie waarbij de focus ligt op contentgedreven concepten en/of platforms. Media- en entertainmentprojecten behoren onder andere tot deze categorie.

ALGEMENE BEVINDINGEN VAN DE JURY

Alle vier de cases betreffen een probleem waar een oplossing voor is gezocht.

WINNAAR GOUD

Doyle | KB nationale bibliotheek, Universiteit Utrecht | MedievalMe, serieus spelen met erfgoed

Interactiviteit is hier echt onderscheidend, net als de niveau-overstijgendheid en de integratie van verschillende vakken. Hier is echt goed over nagedacht, samen met het onderwijs. Dat de resultaten moeilijk meetbaar zijn in cijfers vindt de jury dan niet zo relevant. Het enthousiasme van de makers, de docenten en de gebruikers spreekt boekdelen. Niet in het minst omdat de leerlingen bezig zijn met meerdere vakken, maar ook met samenwerken.

WINNAAR ZILVER

GoSpooky | Zeeman | Zeeman - Basics on Top

Op deze manier merkbewustzijn creëren voor Zeeman vindt de jury spot-on doelgroepdenken. Goed doordacht idee dat doorgetrokken is in echt alles in de game. Er zit een gelaagdheid in. Wat het merk al jaren doet – een goedkoop kwalitatief alternatief bieden – is een mooie toevoeging in het spel. De link met de echte wereld was aanwezig, maar bood ruimte voor meer activatie.

KRO-NCRV | Pointer Checkt | Prebunks: jouw vaccinatie tegen desinformatie

Goed hoe de omroepen proberen zoiets belangrijks onder de jongere doelgroep aan te stippen. Met een klein budget is creatief en hands-on een mechanisme ontdekt dat werkt om de jongere doelgroep te bereiken en ze bewust te maken van desinformatie. De jury prijst dit initiatief en vraagt zich af of dit verder uitgebouwd zou kunnen worden met andere partijen in een groter programma.

Fitzroy Amsterdam | ANWB Private Lease | ANWB Private Lease Racing Offers

Een slimme en sympathieke gamification-actie waarmee ANWB zich positioneert bij een jongere doelgroep. Het idee om herkenbare leaseauto's in een racespel te gebruiken werkt verrassend goed en sluit aan bij de doelgroep. De activatie is energiek en creatief uitgewerkt. De doorvertaling naar conversie of opvolging ontbreekt nog enigszins, maar het zaadje is geplant – en dat is precies wat deze fase vraagt.

Corporate

Hierbij gaat het om platformen voor bedrijven en organisaties, waarbij de focus ligt op interactie met en informatie voor stakeholders en zakelijk geïnteresseerden.

WINNAAR GOUD

PINK | UMCU | International Research Platform UMC Utrecht

Deze case straalt passie uit voor samenwerking en impact in de medische wereld. Het platform stimuleert interactie tussen duizenden onderzoekers en draagt bij aan oplossingen voor grote maatschappelijke uitdagingen. Door slimme contentstructuur en gebruiksvriendelijke opzet is kennisuitwisseling effectiever dan ooit. Een waardevol initiatief met een duidelijke 'good cause' aan de basis.

WINNAAR ZILVER

Tribe Agency | Bespeak | Bespeak Witty - Omdat iedereen recht heeft op goed onderwijs

Met Witty zet Bespeak een belangrijke stap richting innovatie in het onderwijs voor vakmensen. De tool maakt relevante informatie toegankelijk en sluit aan op de praktijk en belevingswereld van de doelgroep. De jury waardeert de maatschappelijke missie en ziet in Witty een krachtig instrument om leren op de werkvloer effectiever én inclusiever te maken.

On Your Marks | Missie H2 & TKI | Missie H2 & TKI Waterstofkaart

Met een heldere missie als uitgangspunt maakt deze interactieve kaart zware materie toegankelijk voor een breed publiek. Door de speelse vormgeving en slimme structuur wordt complexe informatie over waterstofprojecten inzichtelijk gemaakt. De jury prijst hoe de kaart bijdraagt aan bewustwording én overzicht in een belangrijke transitie naar een duurzame energievoorziening.

Data

Cases waarbij een heldere datastrategie centraal staat en waarin data een expliciete rol speelt als drijvende kracht. De inzet van data is gericht op het genereren van waarde en het creëren van concrete toegevoegde waarde voor gebruikers.

ALGEMENE BEVINDINGEN VAN DE JURY

In deze categorie springt eruit dat de sterkste cases meerdere databronnen combineren – zowel intern als extern. Wie interne klantdata koppelt aan bijvoorbeeld zoekgedrag, locatie of supply-chain-informatie, creëert meer relevantie én betere stuurinformatie. De tools zijn er, maar het verschil zit in hoe slim en doelgericht ze worden ingezet. De winnende cases tonen lef, samenwerking en een échte datamindset.

WINNAAR GOUD

Jumbo | Unilever | I-ROAS in Retail Media

Jumbo en Unilever introduceerden I-ROAS: een vernieuwende en toekomstgerichte methode om de incrementele waarde van campagnes te meten. Niet de totale omzet telt, maar de werkelijk toegevoegde waarde. De kracht zit in het effectief gebruik van first party klantdata, gecombineerd met een scherpe testaanpak. Indrukwekkend is hoe beide partijen actief data delen en samenwerken om Retail Media naar een hoger niveau te tillen. Verdiende winnaar binnen deze categorie – het meest innovatieve en veelbelovende initiatief.

WINNAAR ZILVER

Goeie Zaak | De Pizzabakkers | Hoe De Pizzabakkers hun ROI verdubbelde door gebruik van data

De Pizzabakkers speelde in op veranderend consumentengedrag: minder online reserveringen, meer walk-ins. Met een scherpe datastrategie en slim gebruik van kassadata, reserveringen, GPS en Google Maps-inzichten werd lokaal gestuurd en geoptimaliseerd. Franchisenemers zagen de meerwaarde en verdubbelden hun budget. Alle 35 vestigingen haakten aan. De data-mindset is aangeslagen – ondanks handmatige processen. De volgende stap: automatisering en CDP. Een krachtige, schaalbare aanpak met echte waarde voor klant én organisatie. Een onverwacht slimme, 'echte' datacase die overtuigt door resultaat, mindset en groeipotentie. Klein begonnen, groot gedacht.

Greenwheels | Terugblik op jouw 2024 met Greenwheels

Greenwheels gaf eind 2024 gebruikers een persoonlijke terugblik op hun impact met autodelen: minder CO₂, lagere kosten en meer ruimte op straat. Op basis van tientallen datapunten ontstond een verhalend drieluik, slim verrijkt met externe bronnen. De kracht zit in de visualisatie en content die data tastbaar maken. Binnen de eigen kring leidde dit tot hoge betrokkenheid, met duidelijke potentie om ook nieuwe doelgroepen te overtuigen van 'het slimste alternatief'.

Data [vervolg]

Adwise - Your Digital Brain | Petite Amélie | Exponentiële groei door innovatief voorraadbeheer, kanaalsynergie én geavanceerde budgetsegmentatie

Petite Amélie en Adwise benutten data om marketingbudgetten intelligenter in te zetten en voorraadbeheer te koppelen aan kanaalperformance. Waar eerder nog advertentiebudget verspild werd op uitverkochte producten, werd dit met automatisering en AI omgezet in een efficiënte, datagedreven strategie. Minder populaire producten kregen meer zichtbaarheid, nee-verkoop daalde en de omzet groeide met 52%. Een professioneel uitgevoerde verfijning die marketing en voorraadbeheer effectief met elkaar verbindt.

Incubeta | Samsonite | Dynamische personalisatie voor Samsonites Europese expansie

Voor Samsonite en haar submerken realiseerde Incubeta een dynamische personalisatiecampagne op schaal: 19 landen, 22 talen, duizenden varianten. Knap hoe product- en voorraaddata automatisch werden vertaald naar relevante advertenties per merk, kanaal en land. Een multibrandcampagne met indrukwekkende resultaten [zoals +600% conversie bij TUMI], al bleef de creatie beperkt tot één vast template. Een sterke schaalcase, met ruimte voor meer creatieve en datagedreven verfijning.

A.S. Watson | Smart Targeting: Flexibel, Simpel, Impactvol

A.S. Watson ontwikkelde intern een schaalbaar model dat klanten een score geeft op koopintentie (likelihood-to-buy). Die scores werden gebruikt om nieuwsbrieven en social ads persoonlijker en effectiever te maken. Alleen al met de nieuwsbrief leverde dit +7% meer waarde per ontvanger op – een krachtig resultaat dat laat zien hoeveel potentie dit model heeft. Een flexibele, pragmatische inhouse case met directe impact en ruimte voor verdere groei.

Digital for Good

Cases over maatschappelijke thema's die tot doel hebben de wereld te verduurzamen en/of het welzijn van mensen/dieren te verbeteren.

ALGEMENE BEVINDINGEN VAN DE JURY

Heel sterke inzendingen met sterke presentaties die nog extra duidelijk maakten hoeveel impact er wordt gemaakt. Shout-out voor de Quiet app als derde.

WINNAAR GOUD

Online Department | Socialdebt | AI 190 jongeren vrij van schulden

Dit is een groot en belangrijk probleem om op te lossen en dit wordt op een heel concrete manier gedaan, gestoeld op onderzoek. Met grote reallife impact, die zonder de app niet gerealiseerd zou kunnen worden. Digital vergroot de laagdrempeligheid en sluit aan bij de doelgroep. De flow is heel goed doordacht. Daarbij zijn de learnings goed verwerkt en geeft de blik op de toekomst veel vertrouwen.

WINNAAR ZILVER

Tomorrowmen | Seniorweb | AI-workflow voor het transformeren van tekstuele stappenplannen naar interactieve video-uitleg

Hier is er goed research gedaan naar de behoeften van de doelgroep. Bijvoorbeeld door het kijk-/leestempo lager te leggen. Maar ook de wetenschap dat het gebruikers niet uitmaakt dat het AI is, als ze maar geholpen worden. Wat AI sterk maakt voor dit doel. Met een goed uitgedachte workflow. De CTR-verhoging op SEA trekt de aandacht. Verder valt op dat de goede resultaten behaald zijn met beperkt budget bij niet de makkelijkste doelgroep.

Freshheads | Quiet Nederland | De Quiet app: geluksmomenten voor mensen in armoede

Goede groeicijfers, waar de nieuwe app duidelijk aan heeft bijgedragen. Laagdrempeligheid voor een kwetsbare doelgroep. Persoonlijk contact is een goede toevoeging. Een sprong naar meertaligheid is een goede volgende stap.

DPDK | Diergaarde Blijdorp | Digitale Transformatie

Hieronder ligt een visie die verder reikt dan het moment. Er wordt vooruitgekeken. Daarbij is digital echt ingezet als fundament voor het verder uitbouwen van de activiteiten. Op een slimme manier wordt de journey vanuit de dierentuin verlengd.

Level Level | Discriminatie.nl | Discriminatie.nl voor elke confrontatie met discriminatie!

Er is goed door een lastig bureaucratisch landschap genavigeerd om landelijk zaken samen te brengen. Digital heeft geholpen om efficiëntie te brengen. De AI-component voor anonimisering is goed gekozen. De bottom of the funnel is opgelost en er is nu ruimte voor groei.

Digital for Good *[vervolg]*

E0/Mediawan Skyhigh | NPO Zapp | Stip it: de pestbril

De inzet van VR maakt deze case impactvol, al speelt het slechts een kleine rol binnen het geheel. Er ligt een duidelijke kans om de toepassing breder toegankelijk te maken, bijvoorbeeld in samenwerking met een educatiepartner, wat de impact zou vergroten. Het inzicht in het thema is sterk, met een krachtige boodschap over wederzijds respect en verantwoordelijkheid.

Digitale Transformatie

Een categorie waarbij innovaties ten dienste van de interne bestaande operatie en/of bedrijfsprocessen zoals oplossingen voor planning, distributie en logistiek centraal staan.

ALGEMENE BEVINDINGEN VAN DE JURY

De categorie liet een brede mix zien: van complexe overheidsprocessen tot pragmatische platformoplossingen. De sterkste cases toonden visie én daadkracht: niet alleen technisch, maar ook organisatorisch. Opvallend is dat échte transformatie vaak begint bij mensen, structuur en samenwerking – niet alleen bij technologie. Digitale transformatie vraagt lef, focus en draagvlak.

WINNAAR GOUD

Framna | Partou Group | Partous digitale transformatie: bouwen aan de toekomst van kinderopvang

Partou laat zien wat digitale transformatie werkelijk inhoudt. In een complexe, privacygevoelige sector bouwde de organisatie samen met Framna twee toekomstbestendige apps: één voor ouders, één voor medewerkers. Ondanks de technische uitdaging – integratie met talloze (legacy)systemen zonder API's – is één complete gebruiksvriendelijke digitale omgeving gerealiseerd van ureninvoer tot communicatie over het eigen kind en content over kindontwikkeling. Strategisch sterk, schaalbaar en mensgericht.

WINNAAR ZILVER

SWIS | College voor Toetsen en Examens | Samen bouwen we aan goede examens

De digitale vernieuwing van Examenblad.nl en Examenbladmbo.nl is een schoolvoorbeeld van hoe een overheidsinstantie controle terugwint over complexe en versnipperde processen. Het College voor Toetsen en Examens werkte met SWIS aan een toekomstbestendig platform waarmee publicaties, contentbeheer en samenwerking met ketenpartners als DUO en Cito zijn gedigitaliseerd en geoptimaliseerd. Een traject van 2,5 jaar leidde tot volledige regie, zero-trust beveiliging, structurele kostenbesparing en schaalbare performance – tot miljoenen downloads per dag. Niet alleen technisch indrukwekkend, maar vooral organisatorisch knap: het doorbreken van oude verhoudingen en het elimineren van een externe partij van negen man is zeldzaam. Deze case laat zien hoe het wél kan – stap voor stap, mét cultuurverandering.

Weekend Creative Agency & Good News | Breda Marketing | Van papieren plattegrond naar digitale stadsgids

De stad Breda zet met Explore Breda een sterke stap in de digitale citymarketing. Het platform vervangt de klassieke VVV met een modulaire, headless oplossing die werkt voor bezoekers én de organisatie zelf. Gebruikers krijgen op maat gemaakte tips en routes – afgestemd op weer, voorkeur en locatie – en ontdekken zo ook de verborgen parels van de stad. Achter de schermen zorgt automatische contentdistributie voor minder werkdruk en efficiëntere marketing. De jury ziet hier de contouren van een digitale transformatie, al is dit nog vooral een goed gedigitaliseerde basis. De echte transformatie ligt in het vervolg: meer slimme koppelingen tussen online en offline gedrag, en datagedreven toerisme in de praktijk.

Digitale Transformatie *[vervolg]*

Redkiwi | Budgettrophie | De gouden trofee: Budgettrophie's groei in e-commerce

Budgettrophie groeide van lokale trofeespecialist uit tot internationaal e-commerceplatform met een 'mindblowing' buy-and-build-aanpak. In plaats van bestaande processen optimaliseren, werd de digitale infrastructuur volledig opnieuw opgebouwd: met een composable architectuur, CDP, Reptor-integratie en Storyblok als flexibel CMS. Het resultaat: schaalbaarheid, personalisatie en contentvrijheid, met conversie +383% en omzet +30%. Een indrukwekkende prestatie, vooral als e-commercecase – met sterke digitale transformatiecomponenten.

DIA-Solutions & Blyott | Noordwest Ziekenhuisgroep | Track en Trace Logistieke goederen bij Noordwest Ziekenhuisgroep

Noordwest Ziekenhuisgroep durfde als eerste van 350 Europese ziekenhuizen een track & trace-oplossing te realiseren die verschillende systemen – waaronder SAP, ARTA en Blyott – met elkaar verbindt. In een organisatie waar veiligheid en legacy de boventoon voeren, werd ruimte gecreëerd voor innovatie. Dankzij langdurige samenwerking en slim leiderschap ontstond een oplossing die logistiek vereenvoudigt en patiëntveiligheid verhoogt. De jury is onder de indruk van deze technische en organisatorische prestatie, maar merkt op dat het project voorlopig nog als een veelbelovend proof of concept.

Elephant | Altec Industrial Identification | Digitale transformatie die telt: Altecs slimme portaal verhoogt orders en stroomlijnt processen

Altec digitaliseerde in anderhalf jaar zijn complete orderproces. De papieren bijbel – jarenlang hét naslagwerk voor klanten en binnendienst – maakte plaats voor een slim klantportaal en corporate website. Bestellen, herhalen en informatie vinden gaat nu digitaal, met realtime inzicht in prijzen, voorraad en historie. Het aandeel online orders steeg naar 20%, de oorspronkelijke doelstelling werd ruim vóór tijd gehaald. In 2025 verwachten ze 30-50% online. Van papier naar commerce – een nette en overtuigende transformatie.

Disrupter

Deze categorie is voor game-changers. Projecten die een bestaande business door middel van een digitale toepassing volledig anders oplossen en daardoor bestaande spelers vaak buiten spel zetten.

WINNAAR GOUD

Framna | Novioscan | TENA SmartCare Bladder Sensor: Leer je blaas beter begrijpen

Interessant dat ze hun eigen productassortiment disrupten. Sterke stap om dit naar de markt te brengen, want daar komt veel bij kijken. Er is een goede brug geslagen tussen fysiek en digitaal, in een grote markt. Digitaal is het goed uitgevoerd, zoals de subtiele alerts. Goed ingeleefd in de doelgroep.

WINNAAR ZILVER

Incentro | ViaSana | Bewegen tegen pijn: deze zorg-app helpt patiënten vooruit

Groot initiatief van een kleine kliniek, forse ambitie. Goed gezien: door een andere invalshoek te nemen in de overvolle categorie beweegapps. Hoog ingestoken en goed doordacht. Mede daardoor heeft het veel potentieel. De uitvoering is meer dan netjes.

Harborn Digital | Holmatro | Holmatro's digitale transformatie: IoT-app voor slim onderhoud en real-time inzicht

Mooie samenwerking tussen digitaal en fysiek. Het geeft gebruikers vertrouwen, wat gezien bezuinigingen gunstig is. Mooie oplossing voor zekerheid op de bepalende (levensreddende) momenten van inzet.

Empathy Lab by EPAM | HUGO BOSS | HUGO BOSS XP: De toekomst van fashion loyalty, gedreven door blockchain

Supergoed design, heel ambitieuze aanpak. Vanuit Nederland gemaakt voor de rest van de wereld. Met Web3 readiness lijken ze goed voorgesorteerd te hebben op de veranderde wetgeving.

E-commerce

Heeft betrekking op omgevingen die het verkopen van producten en diensten via internet tot belangrijkste doel hebben. Zowel omnichannel als pure-play-concepten kunnen voor deze categorie worden ingeschreven.

WINNAAR GOUD

Redkiwi | Budgettrophie | De gouden trofee: Budgettrophie's groei in e-commerce

Een strakke business case die schaalbaar en integraal is. Het klopt helemaal, met indrukwekkende cijfers. Als 'minpunt' geldt dat het waarschijnlijk een eenmalige grote plus per land betreft. Verdere groei via resellers zal niet zonder uitdagingen zijn. De jury vraagt zich af of de markt veel groter zal worden, gezien de schaarste in de markt. Niettemin: qua business superstrak en effectief gedaan. Dik verdiend.

WINNAAR ZILVER

Weekend Creative Agency | Cottona | Cottona: een webshop die verkoopt én inspireert

De jury waardeert het feit dat de vertegenwoordiger dit project alleen doet naast haar baan op de hogeschool en prijst haar enthousiasme. Het project is meer gericht op het merk dan op conversie. Bij de presentatie waren we toch ook wel nieuwsgierig naar het verhaal van een e-commerce- c.q. performance specialist. Qua product zijn ze wel echte vakmensen. Positief is dat ze alles in de EU sourcen en maatwerk leveren in plaats van standaardmerken, inclusief verzending binnen Europa.

Proud Nerds | PUMA | PUMA Kit Factory

Er zijn geen e-commercecijfers gepresenteerd, waardoor ze niet in aanmerking komen voor prijzen. De indruk is dat ze de Duitse catalogus online hebben gekregen. Dit is een mooie start, het project toont veel potentie. Een aanpak vanuit geïntegreerde API's zou meer voordelen kunnen opleveren, met meer vrijheid in keuzes en toegang tot retailers.

Eazie Concept BV | Eazie (The Asian Good Food Bar) | Transformatie van klassieke horecasite

De omnichannel experience biedt klanten veel keuze en is consistent doorgevoerd in alle kanalen. De jury waardeert de ambitie, maar ziet kansen om de fotografie nog aantrekkelijker te maken. Ze willen het eten van het scherm af kunnen ruiken. Ook is de duurzaamheid van één interface voor diverse klantreizen een aandachtspunt, gezien de verschillende behoeften in winkel en online omgeving.

Bluebird Day | Fortune Coffee | Een franchiseorganisatie gebrand op online groei

De innovatie zit naar onze indruk vooral in het feit dat e-commerce nieuw is in het concept. Het bedrijfsconcept an sich bestond al en is aangevuld met een digitale component. E-commerce is hooguit een toevoeging. In feite is dit een dealerportal waar niet de primaire focus op ligt. Projectuitvoering: prima gedaan. We herkennen dat deze ontwikkeling vooruitgang in de organisatie drijft en het bedrijf tot een samenhangend geheel smeedt. Een waardevolle stap in de digitale transformatie.

E-commerce *[vervolg]*

Handpicked | Nespresso | Nespresso - Een soepele koffiereis!

De durf om in een corporate omgeving zo'n initiatief te realiseren toont sterk ondernemerschap binnen de organisatie, met overtuigende resultaten. Nederland laat hiermee zien dat de internationale lat hoger mag liggen. De aanpak is helder en effectief, al had de case de voordelen iets duidelijker mogen belichten om het volledige impact beter over te brengen. Een veelbelovende stap vooruit.

Service

Hierbinnen vallen omgevingen waarbij diensten worden geleverd via internet. Daarbij worden bedrijfsprocessen vertaald naar een omgeving voor eindgebruikers. Klantportalen vallen ook onder deze categorie.

WINNAAR GOUD

Humanoids | Ridder | Ridder Hortimax Pro: digitale innovatie voor de glastuinbouw

Ridder Hortimax Pro staat symbool voor de modernisering van de glastuinbouw. De digitale oplossing biedt tuinders meer vrijheid, inzicht en gemak, met directe impact op het dagelijkse werk. Deze innovatieve case onderstreept een bredere transitie naar slim en datagedreven telen en toont hoe technologie daadwerkelijk waarde toevoegt in een traditionele sector.

WINNAAR ZILVER

Soda studio | Jacobs Douwe Egberts Professional | JDE Professional: één online omgeving voor het beheer van de professionele koffievoorziening

Deze case markeert een duidelijke transitie naar een toekomstbestendige service aanpak. Met een sterk digitaal fundament legt JDE Professional de basis voor toekomstige klant-inflows. De geïntegreerde omgeving brengt structuur, schaalbaarheid en gebruiksgemak samen en toont dat het bedrijf stevig op koers ligt richting een efficiëntere en meer klantgerichte b2b-ervaring.

Framna | EasyToys | EasyConnect: de app die je met één hand bedient

EasyConnect markeert een veelbelovende stap in de technologische uitbreiding van EasyToys. De combinatie van product en service biedt gebruikers een intuïtieve, éénhandige bediening met verrassend sterke resultaten. Online werd zelfs driemaal de productwaarde gerealiseerd. De app onderstreept een nieuwe, slimme positionering waarmee het merk internationaal verder kan groeien.

Level Level | International Film Festival Rotterdam | IFFR.com: Inclusief design en geoptimaliseerde performance

Met de vernieuwde IFFR-website is een cruciale bottleneck opgelost: de ticketverkoop verloopt nu soepel en stabiel. Bezoekers gaven massaal positieve feedback op de gebruikservaring. De jury waardeert de toegankelijkheid en performance, maar was ook nieuwsgierig naar hoe het rijke film portfolio digitaal ontsloten wordt. Een waardevolle stap vooruit voor het festival.

Greenberry | Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn & Sport | InnovatieRoute: interactief platform voor succesvolle implementatie van zorgtechnologie in de gehandicaptenzorg

De InnovatieRoute biedt een toegankelijke aanpak voor een van de grootste uitdagingen in de zorg: succesvolle implementatie van technologie. Door zorgprofessionals en cliënten actief te betrekken, vergroot het platform de kans op duurzame verandering. Met veel potentie voor sociale impact en een stevige basis is dit een inspirerende stap richting toekomstbestendige zorg.

Tools

Hierbij gaat het om eigen innovaties, applicaties, integratie van bijvoorbeeld bots en API's binnen een online omgeving of platform.

WINNAAR GOUD

Okapion | LVNL | Digitaal plannen voor veilig en efficiënt luchtverkeer

Dit is indrukwekkend. De UX is fantastisch en heeft grote impact. LVNL is misschien wel de go-togroep voor machine learning. Strikt genomen betreft het geen AI, maar algoritmes en ML. Deze deelnemers scoren op alle fronten top en de jury wenst hen succes met de internationalisering van dit cruciale systeem.

WINNAAR ZILVER

Framna | Novioscan | TENA SmartCare Bladder Sensor: leer je blaas beter begrijpen

Een mooie casus met sterke toepasbaarheid van de tool voor een brede doelgroep. Het team heeft de certificering op orde, een hele prestatie. De jury is benieuwd naar de uitrol- en acceptatiestrategie.

TRIMM | ITEC Equipment | MVALive: Revolutionaire verbetering semiconductorproductie met Big Data, Digital Twinning en Machine Learning

De inzending toont een systeem dat beschikt over enorme hoeveelheden gegevens, waar ze tot onze verrassing vrij weinig mee doen. De tool is eerder een monitor dan een motor. De urgentie is niet hoog. Mooi om te zien met welke enorme hoeveelheden data er wordt gewerkt, de snelheid, schaal en impact. Dat blijft indrukwekkend.

Proud Nerds | PUMA | PUMA Kit Factory

In essentie kijken we hier naar een b2b-portal die is opengesteld voor een groter publiek. Positief is dat het er mooi uitziet en dat het in korte tijd is opgeleverd. De beelden zijn goed en de tool is geïntegreerd in de keten. Er is duidelijk aandacht besteed aan het visual design en de merkbeleving. Ook interessant zijn de koppelingen naar retailers en de hele keten. Qua innovativiteit schalen we de configurator niet in aan de top, want dat bestaat al al lang. De cijfers laten zien dat ze zich in een lastige, verdeelde markt bevinden.

Professional Best Talent

WINNAAR

Jascha Huisman | Handpicked

Jascha is een jong talent dat vernieuwend durft te denken en creëren. Hij combineert AI met zijn passie op een vooruitstrevende manier. Als vertegenwoordiger van een disruptieve generatie streeft hij naar meer digitalisering en menselijkheid, vooral binnen de overheid. Zijn visie en creatieve aanpak maken hem een veelbelovende kracht die de toekomst van het vak mede vormgeeft.

Laurien Maerman | Bravoure

Laurien beschikt over een rijke kennis en heeft al veel bereikt waar ze trots op mag zijn. Met focus op het verder uitbouwen van haar community weet ze de nieuwe generatie effectief te bereiken. Haar onderzoekende aanpak en het vermogen om macro-inzichten te combineren met actuele wereldvragen maken haar een waardevolle en toekomstgerichte professional.

Inci Yesiltepe | iO

Inci kiest duidelijk haar eigen koers en verdedigt met passie ethische, maatschappelijke en Europese waarden binnen onze industrie. Hoewel ze haar visie nog aan het vormen is, straalt haar enthousiasme en overtuiging kracht uit. Haar presentatie was bijzonder plezierig en inspireerde een waardevolle discussie. Inci durft ergens voor te staan, en dat verdient zeker erkenning en lof.

Elbrich Abma | Tomorrowmen

Elbrich verdient de aanmoedigingsprijs vanwege haar compassievolle bijdrage aan maatschappelijk verantwoorde diensten. Met expertise in SEO en AI combineert ze technische scherpste met een creatieve blik. Haar werk is indrukwekkend en ze levert keer op keer toffe projecten af. Daarbij is ze ook gewoon een prettig persoon om mee samen te werken. Een talent met een mooie toekomst voor zich.

Caitlin de Rooij | Level Level

Caitlin heeft de toegankelijkheid van digitale middelen succesvol op de kaart gezet, juist waar dit vaak wordt vermeden. Met haar krachtige presentaties benadrukt ze dat toegankelijkheid niet ingewikkeld hoeft te zijn. Ze spreekt regelmatig op evenementen voor zakelijke professionals en zet zich onvermoeibaar in voor inclusiviteit en digitale toegankelijkheid. Haar missie raakt en inspireert de sector.

Professional Best in Design

WINNAAR

Tiago Nascimento | DEPT®

Tiago onderscheidt zich door niet alleen zelf mooie dingen te maken, maar ook anderen in staat te stellen dat te doen. Zijn ambitie is om zichzelf continu te verbeteren en een niveau te bereiken zoals grote ontwerpers als Jony Ive, zonder zichzelf te vergelijken. Hij begrijpt dat design vandaag de dag vraagt om technische vaardigheid én het combineren van verschillende disciplines.

Professional Best Producer

WINNAAR

Marvin Reingoud | theFactor.e [part of Conclusion]

Marvin toont aan dat authenticiteit en persoonlijkheid het echte verschil maken in ons vak. Als allrounder met een wereldwijde blik combineert hij ambitie met trots op zijn stad Groningen. Hij gelooft in doen, plezier hebben en impact maken – een inspirerend motto dat zijn werk én houding perfect samenvat. Een onderscheidende professional met een warme visie.

Lysanne Meijer | Merkle Nederland

Met haar ervaring en professionele aanpak is zij precies op de juiste plek. Ze bereidt haar werk grondig voor en toont initiatief om klanten proactiever te benaderen, bijvoorbeeld via A/B-testen. Haar positieve houding ten opzichte van AI, dat ze ziet als een waardevolle partner, onderstreept haar visie om technologie te integreren in het designsysteem. Een talent met toekomst.

Jules Jongerius | DE BANANAS® | creative marketing agency

Jules is een gedreven producer en creative director die strategie, storytelling en meetbaarheid moeiteloos combineert. Wat begon als een spontane stap met een vriend groeide uit tot een professioneel team van vijftien man in Venlo – en binnenkort Den Bosch. Hij bewaakt de creatieve lijn én het budget, en blijft altijd scherp op diversiteit en ontwikkeling. Een toekomstgerichte maker met visie en daadkracht.

Professional Best in tech

WINNAAR

Sjoerd de Kreijl | Typetone

Sjoerd loopt voorop in de industrie met het werk dat hij voor Wehkamp doet. Samen met zijn team brengt hij innovatie die als voorbeeld kan dienen. Zijn lef om traditionele rollen zoals die van copywriters uit te dagen is opvallend en toekomstgericht. Hiermee laat hij zien hoe bureaus zich kunnen ontwikkelen en inspireert hij de sector.

Dennis Bastemeijer | Merkle Nederland CXM

Dennis brengt jarenlange expertise in digital marketing, die hij met overtuiging inzet én uitdraagt. Hij schakelt moeiteloos tussen klassieke tools en nieuwe experience platforms, en weet ideeën voor klanten tot leven te brengen via heldere proefconcepten. Zijn aanpak is doordacht en resultaatgericht, met oog voor technische onderbouwing én overtuigingskracht. Een vakman met visie die impact maakt op meerdere fronten.

Florian Koene | Merkle Nederland

Florian laat zien hoe technische vaardigheid en consultancy-ambitie hand in hand kunnen gaan. In dit project nam hij de leiding over analyse, scripting, testing en projectmanagement, in nauwe samenwerking met zijn team en de klant. Zijn wens om strategisch mee te denken aan tafel is duidelijk voelbaar. Een gedreven professional met oog voor inhoud én impact, die klaar is voor de volgende stap.

