Gemeente Amsterdam

Overzicht communicatie- en participatie Osdorpplein

september 2020 t/m januari 2021

29-09-2020 Tijdens een **bijeenkomst** gingen we in gesprek met ca. 30 betrokkenen die zich publiekelijk hebben geuit over de plannen en het participatieproces, om terug te kijken op de besluitvorming en vooruit te kijken naar het participatietraject.

okt/nov 2020 **Communicatiecampagne,** om mensen te informeren over het project en het participatieproces en op te roepen tot deelname aan de participatie. Daarbij zijn de volgende middelen zijn ingezet**:**

- Projectpagina met informatie over het project en het participatieproces.
- Informatief filmpje en een kort promotioneel spotje zijn uitgezonden op AT5 en gedeeld via de projectpagina en sociale media.
- Vernieuwingskrant Osdorpplein, huis-aan-huis bezorgd op 17.5000 adressen Osdorpplein en omgeving.
- Nieuwsbrief, huis-aan-huis bezorgd op 60.000 adressen in Nieuw-West (m.u.v. Osdorpplein e/o).
- Daarnaast digitale nieuwsbrieven en bewonersbrieven.
- Social media campagne via Facebook*:
  - Gericht op politiek georiënteerde doelgroep: ruim 24.000 unieke personen bereikt.
  - Gericht op cultuur georiënteerde doelgroep, ruim 22.000 unieke personen bereikt.
- Social media campagne via Instagram*: specifiek gericht op jongeren, ruim 19.000 unieke personen bereikt.

*Zie voor alle resultaten van de social media campagne de bijlage.



Weergave uit Vernieuwingskrant Osdorpplein

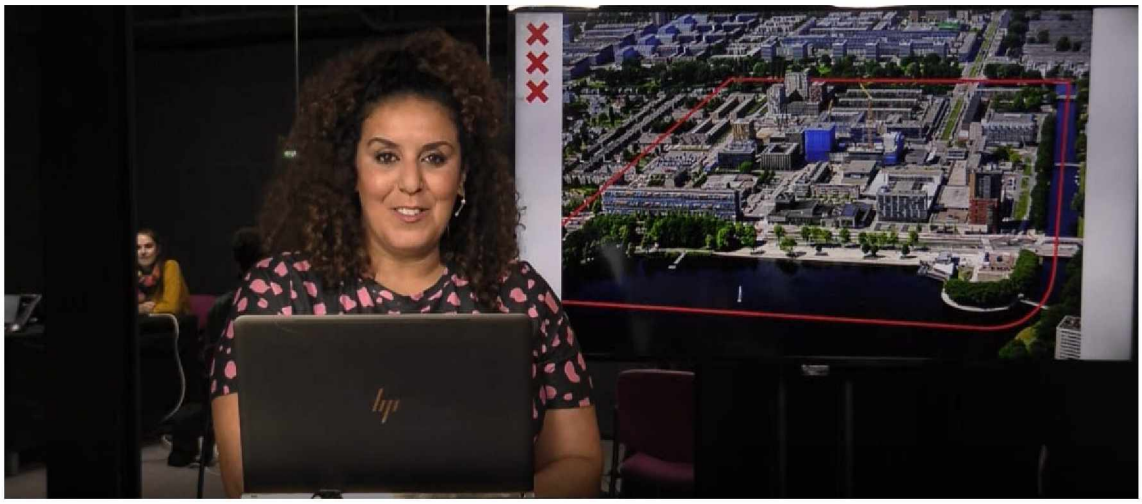
Gemeente Amsterdam

Overzicht communicatie- en participatie Osdorpplein

september 2020 t/m januari 2021

okt/nov 2020 Een **online enquête** over de vernieuwing van Osdorpplein en Meervaart is verspreid via social media, de projectpagina, een nieuwsbrief, informatiekrant en via stakeholders. De enquête is 2.497 keer ingevuld.

12-12-2020 Tijdens de **publieke digitale participatiebijeenkomst** werden de plannen van de tweede fase, en specifiek de Meervaart gepresenteerd en werden de resultaten van de enquête teruggekoppeld. Het proces van de locatiekeuze werd toegelicht. Deelnemers konden online en telefonisch vragen stellen en input geven via Mentimeter. De bijeenkomst is gevolgd door ca. 750 unieke deelnemers.



Live uitzending digitale bijeenkomst 12 november 2020

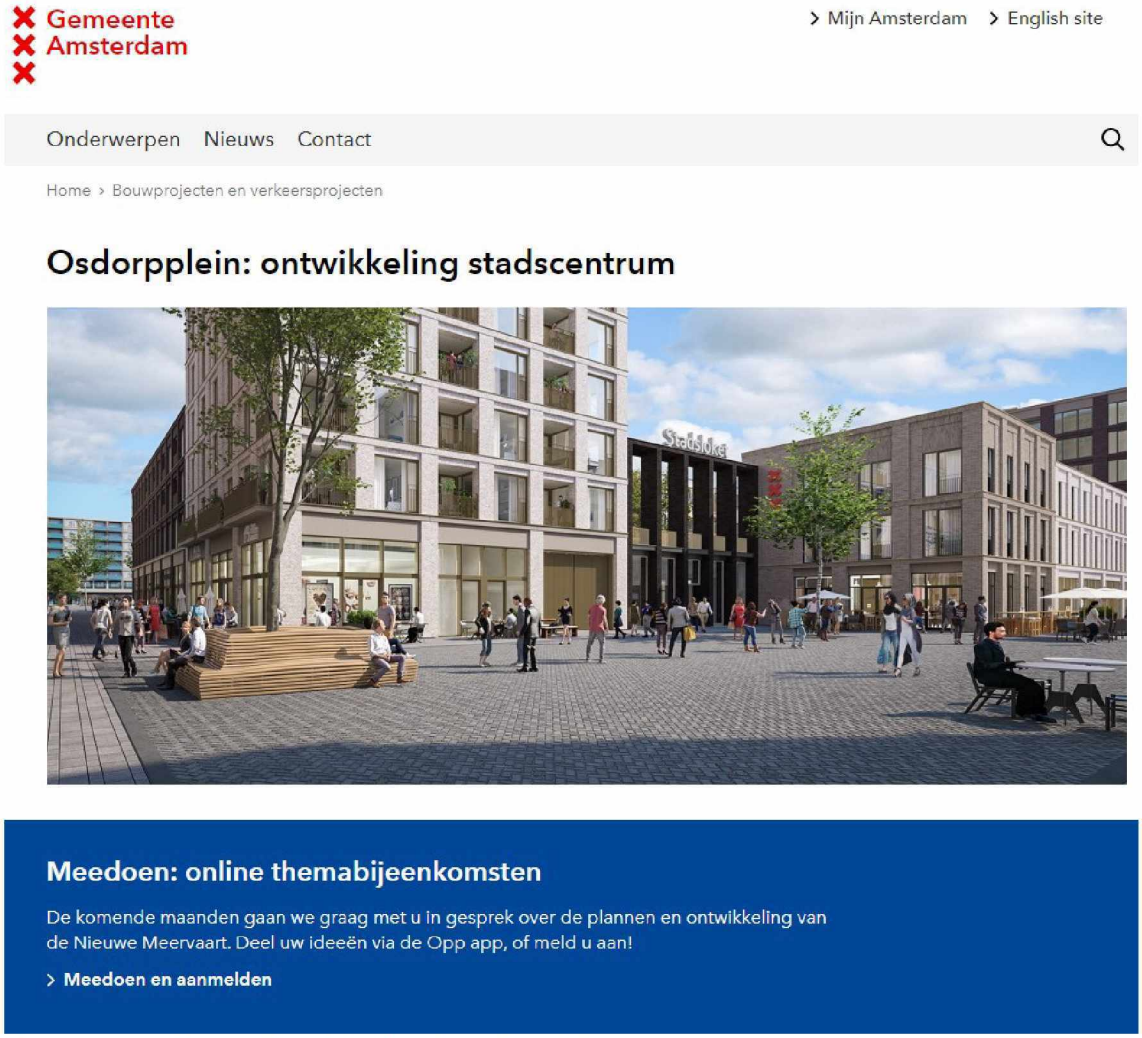
dec-jan 2021 **Communicatiecampagne,** om op te roepen tot deelname aan de themabijeenkomsten en/of Opp App. Daarbij zijn de volgende middelen ingezet**:**

- 200 posters verspreid door Nieuw West op drukbezochte plaatsen.
- Flyers, huis-aan-huis bezorgd op 17.000 adressen Osdorpplein en omgeving.
- Social media campagne via Facebook en Instagram, gericht op jongeren (resultaten over het bereik worden binnenkort bekend).



Een van de posterontwerpen verspreid door Nieuw West

dec-feb 2021 In een serie van **6 online themabijeenkomsten** wordt met belangstellenden gesproken in het kader van het opstellen van het ambitiedocument. Thema's zijn: de locatiekeuze, gebruikers, water & groen, het ideale theater, cultuurhistorie en verbinden Meertvaart en Sloterplas. Zo'n 35-45 bewoners per bijeenkomst hebben tot nu toe meegedaan aan de themabijeenkomsten.



Weergave aanmeldpagina themabijeenkomsten op de projectpagina

dec-feb 2021 Via de **Opp App** kunnen mensen input geven. Via deze app wordt wekelijks een vragenlijst gedeeld, volgende dezelfde agenda als de onderwerpen van de themabijeenkomsten. Gebruikers van de app vullen de vragenlijsten in. Bereik tot nu toe: 293 gebruikers.

jan/feb 2021 **Community stories**

In een serie van 5 filmpjes worden de verhalen van bewoners, ondernemers en instellingen uit Osdorpplein in beeld gebracht. De filmpjes worden gedeeld via social media.



Shot uit community story over sport

Resultaten social media campagnes vernieuwing Osdorpplein fase 2

Politiek georiënteerde doelgroep - Facebook:

Bereik (unieke personen): **24.352**
Frequentie: **2,25**
Weergaven: **54.886**

Klikken op link: **1.783** (door **1.572** unieke personen)
CPC: **€ 0,11**
CTR: **9,01%**
uCTR: **14,23%**

Reacties (like, love, haha, enz): **247**
Comments: **88**
Opgeslagen ad's: **16**
Gedeelde ad's: **47**

Cultuur georiënteerde doelgroep - Facebook:

Bereik (unieke personen): **22.856**
Frequentie: **2,24**
Weergaven: **51.240**

Klikken op link: **1.456** (door **1.287** unieke personen)
CPC: **€ 0,12**
CTR: **8,73%**
uCTR: **14,11%**

Reacties (like, love, haha, enz): **214**
Comments: **68**
Opgeslagen ad's: **6**
Gedeelde ad's: **49**

Jongeren brede doelgroep - Instagram:

Bereik (unieke personen): **19.255**
Frequentie: **1,95**
Weergaven: **37.582**

Klikken op link: **369** (door **358** unieke personen)
CPC: **€ 0,47**
CTR: **1,78%**
uCTR: **3,19%**

Reacties (like, love, haha, enz): **318**
Comments: **14**
Opgeslagen ad's: **118**
Gedeelde ad's: **135**

Cultuur georiënteerde jongeren - Instagram

Bereik (unieke personen): **19.784**
Frequentie: **1,84**
Weergaven: **36.431**

Klikken op link: **319** (door **311** unieke personen)
CPC: **€ 0,55**
CTR: **1,76%**
uCTR: **2,97%**

Reacties (like, love, haha, enz): **283**
Comments: **23**
Opgeslagen ad's: **102**
Gedeelde ad's: **127**