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 www.amsterdam.nl/osdorpplein 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 17.000 adressen Osdorpplein en omgeving.
- Nieuwsbrief huis-aan-huis bezorgd op 60.000 adressen in Nieuw-West (m.u.v. Osdorpplein e/o).
- Artikel Amsterdamkrant (huis-aan-huis in heel Amsterdam)
- Digitale nieuwsbrief Nieuw-West (zo'n 6000 abonnees)
- Digitale nieuwsbrief vernieuwing Osdorpplein (550 abonnees)
- Bewonersbrieven (17.000 adressen Osdorpplein e/o)
- Berichten op social media kanalen Nieuw-West
- Berichten op social media kanalen/website Osdorpplein.nl (BIZ/vastgoedpartijen)
- Social media advertentiecampagne 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 advertentiecampagne 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



Voorkant nieuwsbrief Nieuw-West

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.

12-11-2020 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 en het vervolg van de participatie (themabijeenkomsten plannen nieuwe Meervaart) werden 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**:**

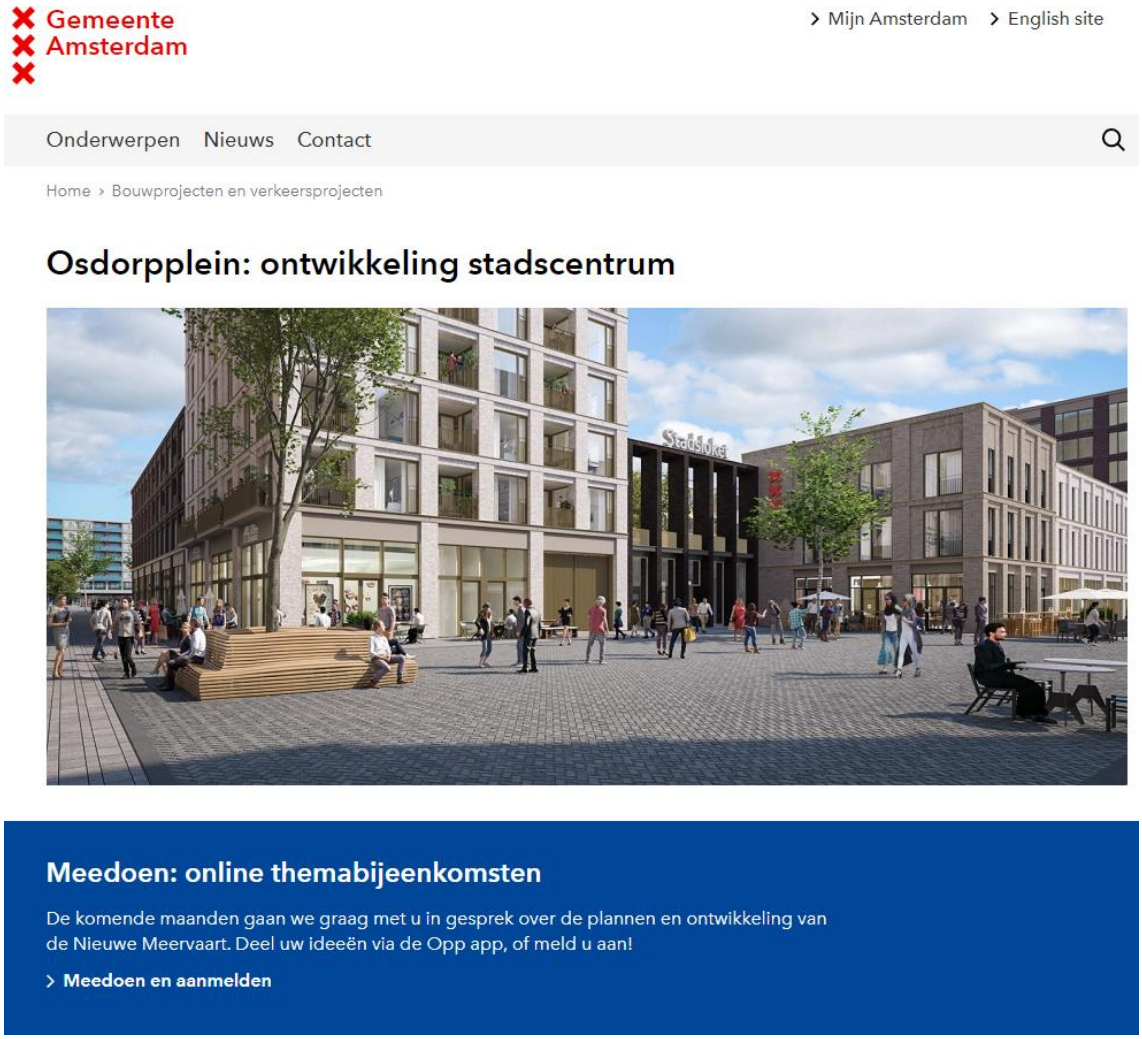
- Projectpagina www.amsterdam.nl/osdorpplein
- Bewonersbrieven (17.000 adressen Osdorpplein e/o)
- Flyers, huis-aan-huis bezorgd op 17.000 adressen Osdorpplein en omgeving.
- 300 posters verspreid door Nieuw-West op drukbezochte plaatsen.
- Digitale nieuwsbrief Nieuw-West (zo'n 6000 abonnees)
- Digitale nieuwsbrief vernieuwing Osdorpplein (550 abonnees)
- Berichten op social media kanalen Nieuw-West
- Berichten op social media kanalen/website Osdorpplein.nl (BIZ/vastgoedpartijen)
- Social media campagne via Facebook en Instagram, gericht op jongeren in Nieuw West. Ruim 30.000 unieke personen zijn hiermee bereikt.

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



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 35-50 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. Gedurende 5 weken wordt iedere week een nieuw filmpje gedeeld. De filmpjes worden gedeeld via de gemeentelijke website en de Facebook-pagina van Nieuw-West (gesponsord), met het streven om 18.000 mensen te bereiken (doelgroep volgers die in NW wonen). Ook wordt de serie gedeeld via de website en Facebook-pagina van Osdorpplein (website vanuit de BIZ/vastgoedpartijen over het winkelgebied).



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: €[redacted]
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: €[redacted]
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: €[redacted]
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: €[redacted]
CTR: 1,76%
uCTR: 2,97%

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

Resultaten social media campagne jongeren dec 2020 – jan 2021
vernieuwing Osdorpplein fase 2

Doelgroep jongeren van 16 t/m 30 jaar in Nieuw-West – Facebook timeline, Instagram Stories, Instagram timeline:

Looptijd: 27-12-2020 t/m 24-01-2021

Bereik (unieke personen): 30.261
Frequentie: 8,15
Weergaven: 246.573

Klikken op link (naar Opp App): 626
Totaal budget: [redacted],-
CPC: €[redacted]
CPM: €[redacted]

Reacties (like, love, haha, enz): 68
Comments: 8
Opgeslagen ad's: 4
Gedeelde ad's: 2