Marketing-communicatie-plan en brandbook Diemerscheg

Diemerscheg

Inhoudsopgave

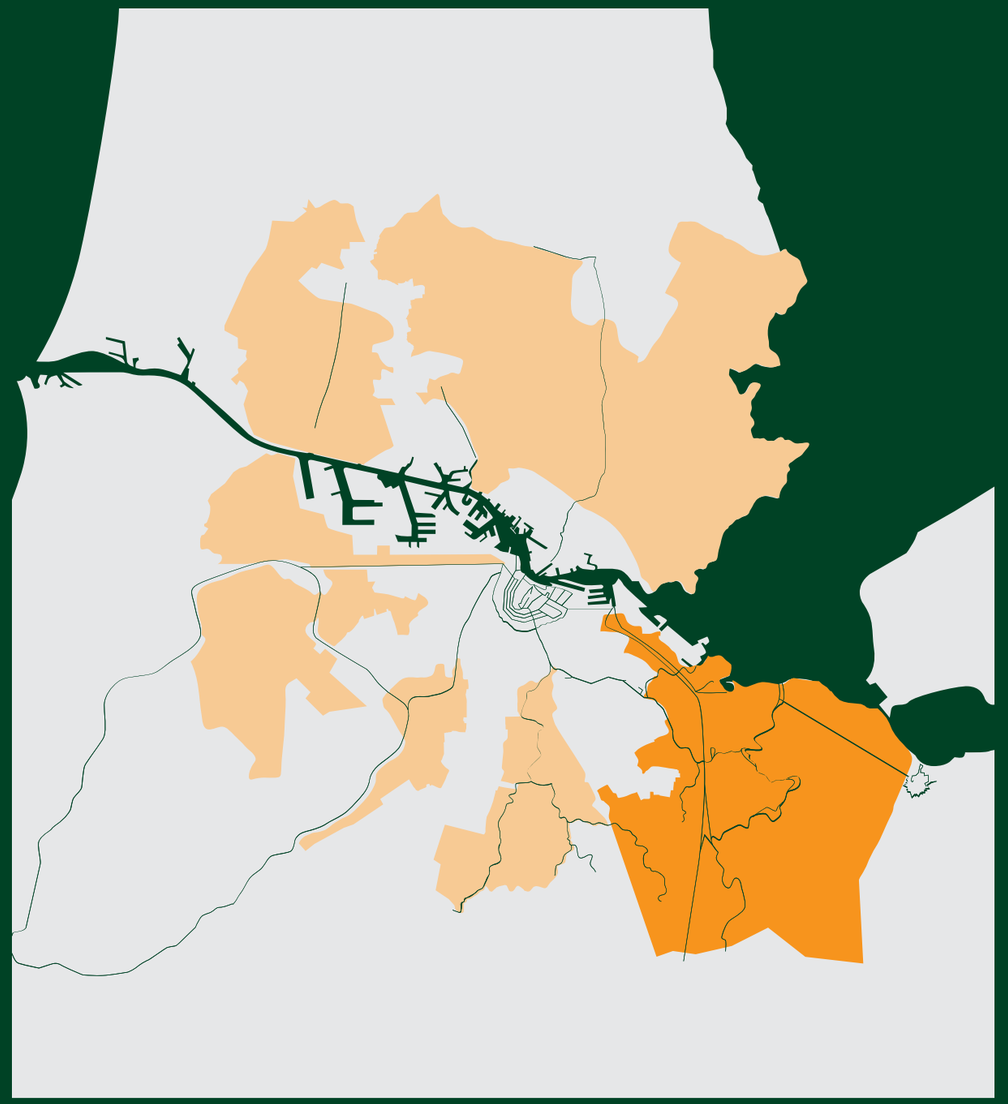
- Inleiding en context 3
- Merkbeschrijving 8
- Doelgroepen 13
- Beeldmerk 28
- Strategie 30
- Organisatie 33
- Communicatieaanpak 36
- Middelenmix 40
- Begroting 44
- Actielijst korte termijn 47
- Brandbook 49

Wat zijn de scheggen van Amsterdam?

“Een groene scheg (afgeleid van het woord ‘wig’) is een groen gebied van formaat dat vanaf het buitengebied, via de stadsrand doordringt in stedelijk gebied. Het heeft de vorm van een landschapspark dat stad en land verbindt. Het is geladen met cultuurhistorische betekenis en tal van groene functies - met name natuur en recreatie. In de literatuur worden dit soort gebieden ook wel aangeduid met de termen ‘lob’, ‘groene long’ of ‘vinger’. De groene scheggen zijn stadlandverbindingen en ze vormen groene ruimtes die voorkomen dat verstedelijkte gebieden aaneen groeien.” (Bron: BVR Adviseurs Ruimtelijke Ontwikkeling, 2019)

Het belang van groene scheggen voor de toekomstbestendige ontwikkeling van Amsterdam werd al in het begin van de vorige eeuw erkend. De balans tussen stad en groen was een belangrijk uitgangspunt van het Algemeen Uitbreidingsplan uit 1934 van Van Eesteren. Iedere Amsterdammer moest binnen 10 minuten in het groen kunnen komen. Vandaag de dag zijn de scheggen van Amsterdam nog steeds goed bewaard, als zijn er wel grote onderlinge verschillen. De acht Amsterdamse scheggen worden uiteengezet op deze website. (Let op: de informatie op deze website geeft een goed beeld, maar wordt niet meer geactualiseerd)

Diemerscheg: een van de scheggen van Amsterdam



Context

De Diemerscheg is de groene long die stedelijke gebieden van Amsterdam en Diemen verbindt met de Vechtstreek. De Diemerscheg bestaat uit waardevolle park- en natuurgebieden die door spoorlijnen, wegen, hoogspanningslijnen, maar ook bebouwde gebieden doorkruist worden. Deze barrières hebben als gevolg dat de Diemerscheg versnipperd van karakter is. Het belang van de Diemerscheg als schakel tussen leefgebieden van vele (zeldzame) planten en dieren en als groen uitloopgebied voor stedelingen is niet te onderschatten. Dicht bij de stad ervaar je een andere wereld vol rust en ruimte.

In de Diemerscheg liggen kansen om de ecologie en recreatiemogelijkheden te verbeteren. Tegelijkertijd staat de Diemerscheg onder druk. Metropoolregio Amsterdam groeit, zowel qua woningen als qua aantal inwoners en daarmee recreanten. Als de Diemerscheg als samenhangend groengebied bestaansrecht wil blijven behouden, zijn investeringen in natuur en recreatiemogelijkheden essentieel. De betrokken stakeholders bij dit gebied: de gemeenten Amsterdam, Diemen en Gooise Meren, Staatsbosbeheer, het waterschap Amstel, Gooi en Vecht en Groengebied Amstelland werken al samen aan het beheer, ontwikkeling en behoud van de Diemerscheg. De Diemerscheg wordt ook wel het verborgen juweel genoemd vanwege de relatieve onbekendheid van het gebied. Door extra marketingcommunicatie-inzet krijgt de Diemerscheg een herkenbaarder gezicht onder een breder publiek.

De samenwerkende partijen ontwikkelen concrete nieuwe projecten in de Diemerscheg. Twee projecten die op kop lopen zijn de Natuurboulevard 2.0 en Rondje Diemerscheg. De Natuurboulevard 2.0 zorgt voor een betere beleving van het landschap door de toevoeging van een wandelpad over de Diemerzeedijk en een strandje.
Ook worden er kleinschalige ecologische ingrepen gedaan. De natuurboulevard wordt bovendien verlengd van Muiden naar Huizen. Dit deel van de route valt formeel gezien buiten de Diemerscheg, maar vormt een belangrijke toegangsroute en de verbeterde recreatievoorzieningen stralen wel af op de Diemerscheg.

Het rondje Diemerscheg is een fietsroute die de verschillende parels binnen het diverse gebied aan elkaar rijgt als een ketting. Het rondje loopt over bestaande dijken, wegen en paden langs de Diem, de Gaasp, de Vecht en over de Diemerzeedijk (en overlapt dus deels de Natuurboulevard). Het geeft recreanten een bezoekmotief en versterkt de bereikbaarheid en beleefbaarheid van de scheg.

Beide projecten zijn belangrijk voor de marketingcommunicatie omdat ze de bezoekwaarde van de Diemerscheg verhogen en daarmee de waardering van het gebied doen toenemen. De ligging van de Natuurboulevard 2.0 en het Rondje Diemerscheg zijn opgenomen op de kaart op pagina 11.

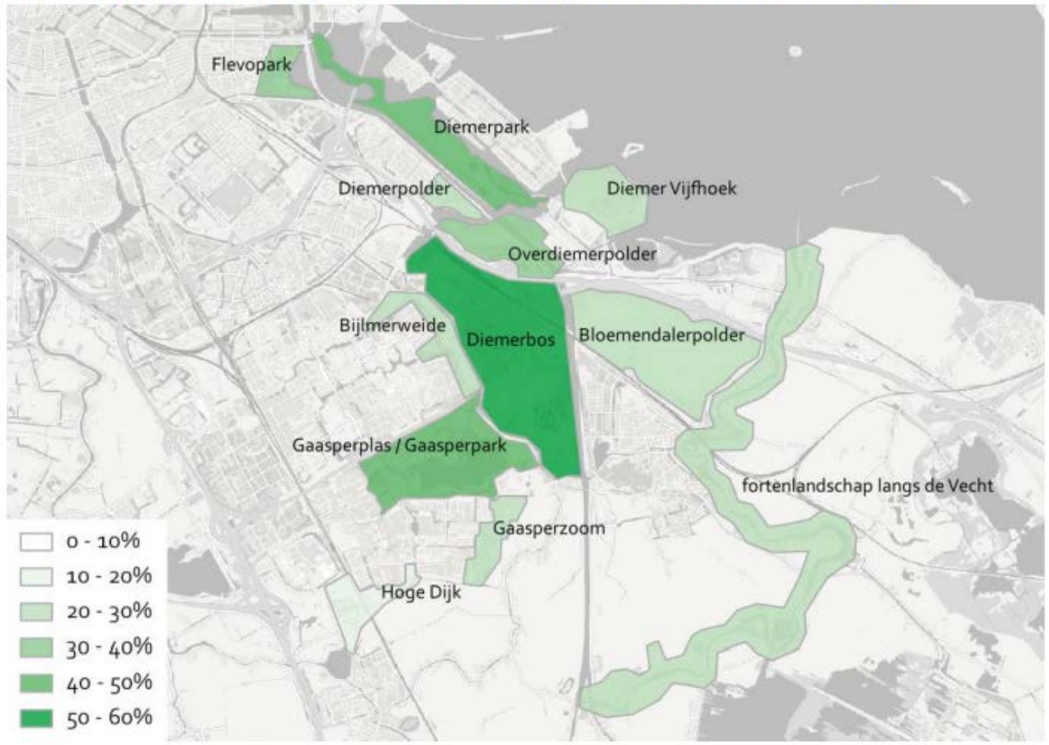
Uitgangssituatie Diemerscheg

In 2020 is een enquête uitgevoerd door gemeente Amsterdam naar de bekendheid en gebruik van de Diemerscheg. In totaal vulden 1.499 mensen de enquête in. Daarvan komt ruim driekwart (77%) uit Amsterdam (40% uit stadsdeel Oost, 30% uit Zuidoost, 7% uit andere plekken in Amsterdam). 13% van de respondenten komt uit Diemen. Een aantal belangrijke bevindingen:

- 94% van de respondenten kent de Diemerscheg;
- Van de mensen die de Diemerscheg kennen, bezoekt 96% het gebied wel eens voor recreatie of als doorgangsroute;
- Hoe vaak men het gebied bezoekt, loopt uiteen. Zo gaat een kwart enkele keren per week, 29% enkele keren per maand en 27% enkele keren per jaar;
- Respondenten waarderen de Diemerscheg gemiddeld met een 7,9.

Best bezochte plekken van de Diemerscheg

Afb. 1.2 Aandeel respondenten per plek in de Diemerscheg dat er wel eens komt (n=1.345, %)



Wat is gebiedsmarketing?

Gebiedsmarketing is een begrip met veel definities. Wij verstaan onder gebiedsmarketing het volgende:

> Gebiedsmarketing is het langetermijnproces en/of het beleidsinstrument bestaande uit verschillende met elkaar samenhangende activiteiten gericht op het aantrekken en behouden van specifieke doelgroepen voor een bepaald gebied.

Voor de Diemerscheg is er een spanningsveld tussen het creëren van bekendheid en het feit dat het gebied onder druk staat. Niet alle deelgebieden binnen de Diemerscheg hebben per se meer bezoekers nodig. Een gegeven is dat de stedelijke gebieden rond de Diemerscheg groeien. Een goed verhaal helpt de juiste doelgroepen op de juiste plekken te krijgen. Bovendien kan gebiedsmarketing een belangrijke rol spelen om de waarde van de Diemerscheg in de hoofden van de mensen te krijgen. Een goede positionering van het gebied kan helpen bij het verkrijgen van draagvlak voor investeringen en het spreiden van bezoekersstromen.

Doelen gebiedsmarketing Diemerscheg

De marketingcommunicatie van de Diemerscheg dient een aantal doelen:

- Mensen bewust maken van de waarde van de Diemerscheg en het feit dat het zo dicht bij bij hun woonomgeving is;
- Mensen bewust maken van de onbekendere parels die in de Diemerscheg liggen, naast de bekendere gebieden. Door de hele Diemerscheg op de kaart te zetten kunnen we nieuwe verbindingen en bestemmingen beter vindbaar maken;
- Doelgroepen informeren over het feit dat overheden in de Diemerscheg investeren en daarmee zowel natuur als recreatiemogelijkheden versterken;
- Draagvlak verwerven voor bescherming van de Diemerscheg en voedingsbodem leggen voor verdere investeringen in beheer en onderhoud;
- Stimuleren van samenwerking en eigenaarschap tussen de betrokken partners.

KPI's Diemerscheg

Een aantal doelen is om te zetten naar KPI's. Om het succes te meten is het belangrijk dat er een vergelijkbaar onderzoek wordt opgezet als in 2020 door de gemeente Amsterdam uitgevoerd is. Het is verstandig dit onderzoek uit te voeren in 2025, als de gebiedsmarketing van de Diemerscheg een tijdje van start is. Om het succes te kunnen blijven monitoren, is het belangrijk dat het onderzoek elke twee jaar herhaald wordt.

Mogelijke KPI's in 2025:

- Mensen waarderen de Diemerscheg gemiddeld met minimaal een 8,2.
- Er is een groei van het aantal mensen dat wel eens een gebied binnen de Diemerscheg bezocht heeft. Dit is met name belangrijk voor de op dit moment minder bezochte gebieden (pagina 5). Dit is een belangrijke indicator voor spreiding.

Nieuw uit te vragen:

- Bekendheid van het rondje Diemerscheg
- Bekendheid van de andere projecten binnen het uitvoeringsprogramma Diemerscheg

Recreatie Noord Holland monitort het aantal mensen dat de beheergebieden van Groengebied Amstelland bezoekt. De Diemerscheg valt hier deels binnen.
Er wordt op dit moment nog gesleuteld aan de onderzoeksmethoden. Als deze stabiel zijn, is het aan te raden deze om te zetten naar een KPI voor in dit plan.



Merkbeschrijving Diemerscheg

Kernkwaliteiten

Kernkwaliteiten zijn de sterke punten van de Diemerscheg van nu en de toekomst, waarvan we willen dat de doelgroep ze kennen.

- Natuurlijke verbinding tussen Amsterdam, Diemen en de Vechtstreek;
- Bijzonder waterrijk gebied: rivieren, kanalen en open water, inclusief zwemmogelijkheden;
- Gevarieerde landschappen, diverse recreatiemogelijkheden;
- Rijke diversiteit aan planten en dieren, inclusief zeldzame soorten;
- Forten van de Hollandse Waterlinies en vestingstadjes Muiden en Weesp.

Merkwaarden

De merkwaarden zijn de belangrijkste (emotionele) waarden, die gehecht worden aan de Diemerscheg. Ze zijn voelbaar in het gebied en worden ingezet in de communicatie.

- Afwisselend | Divers, verrassend, avontuurlijk
- Waardevol | Kwetsbaar, onmisbaar, van levensbelang
- Ontspannend | Gevoel van rust en kalmte, contrast met de stad
- Verbindend | Het samenbrengen van mensen en gebieden
- Rafelig | Ruig, hard

Kernpropositie

De kernpropositie is de belangrijkste belofte die we elkaar en de doelgroepen doen. We spreken met elkaar af dat dit de essentie is die centraal staat in alles dat we doen in de Diemerscheg en hoe we erover vertellen:

De Diemerscheg is de natuurlijke verbinding tussen Amsterdam, Diemen en de Vechtstreek en is daarmee onmisbaar voor mens en dier. De afwisselende landschappen nodigen uit om te ontdekken wat er achter elke bocht te vinden is. Ontspan in de stadsparken, spot bijzondere dieren of bezoek forten van de Hollandse Waterlinies en het historische Muiden en Weesp. Laat je verrassen door de Diemerscheg.

Uitgebreide gebiedsbeschrijving

Waardevol gebied voor mens en dier

De Diemerscheg is het groene gebied dat Amsterdam en Diemen verbindt met de Vechtstreek. Hier vind je onder andere het Flevopark, Diemerpark, Gaasperplas, Diemerbos en een deel van de Vecht. Spoor-, water en autowegen geven de Diemerscheg een rafelig karakter. De natuurverbindingen die de Diemerscheg biedt, zijn van onschatbare waarde voor mens en dier. Je vindt er bijzondere diersoorten zoals de ijsvogel, bever, ringslang, rietzanger en havik. De Diemerscheg biedt een unieke kans om dichtbij de stad échte natuur te ervaren.

Divers palet aan landschappen

De Diemerscheg is een plek waar je kunt genieten van natuur, maar ook van strandjes en terrassen. Ga op ontdekkingstocht door de stadsparken, bossen en ervaar de openheid van de landelijke omgeving. Het Amsterdam-Rijnkanaal, rivieren de Gaasp, de Diemen en de Vecht bepalen verder het karakter van de Diemerscheg en bieden de mogelijkheid om te genieten in, op en langs het water. Het IJmeer is helemaal bijzonder vanwege het weidse uitzicht. De Diemerscheg biedt eindeloze mogelijkheden. Trek je wandelschoenen aan of stap op de fiets of boot en bezoek plekken waarvan je niet wist dat ze zo dichtbij zijn.

Cultuurhistorische parels

Naast natuur liggen er in de Diemerscheg ook cultuurhistorische parels, zoals het Unesco Werelderfgoed Hollandse Waterlinies, waarvan de overgebleven forten imposante getuigen zijn. Ook tref je hier molens en vestingsteden zoals Muiden, met het indrukwekkende Muiderslot en Weesp, met zijn charmante historische centrum. Elk van deze plekken ademt de geschiedenis van het gebied en vertelt verhalen uit vervlogen tijden.

Gebiedstypen Diemerscheg

De deelgebieden van de Diemerscheg vullen elkaar goed aan. Door de verschillen in landschapstypen, recreatiemogelijkheden en natuurwaarden ontstaat een palet dat iedereen iets te bieden heeft. De Diemerscheg onderscheidt zich door deze diversiteit. Om toch enige structuur te brengen in het diverse aanbod onderscheiden we vier gebiedstypen. Deze zijn niet uitputtend en sluitend, maar geven op hoofdlijnen wel een idee wat bezoekers kunnen verwachten van dit gebied (zie volgende pagina's).

Diemerscheg

- Stadsrandparken
- Ruigtegebieden/ struinnatuur
- Polders
- Linielandschappen
- Waterlandschappen
- Rondje Diemerscheg
- Natuurboulevard 2.0

Flevopark
Diemerpark
IJburg
Amsterdam-Rijnkanaal
Fort Diemerdam
Diemer Vijfhoek
Diemen
Muiderslot
Muiden
Diemerbos
Amsterdam-Zuidoost
Vecht
Weesp
Fort aan de Ossenmarkt
Gaasperplas
Fort Uitermeer

Linielandschappen

Dit zijn gebieden die horen bij de Hollandse Waterlinies. Landschappelijke kenmerken zijn de inundatiepolders, open schootsvelden, vestingstadjes, forten en andere militaire objecten. Deze plekken hebben hun historische karakter goed behouden en vertellen interessante verhalen uit het verleden. De aanwezigheid van steden zoals Weesp en Muiden en het Muiderslot aan de monding van de Vecht maken deze geschiedenis nog levendiger. De mix van geschiedenis en landschap maakt ze extra aantrekkelijk voor mensen die erheen gaan om te recreëren. De linielandschappen zijn ook uitstekend te verkennen via het water.

Polders

Hieronder vallen onder andere de Noord-, Bloemdaler, Aetsveldsche en Diemerpolder en (restanten) van de Gemeenschapspolder. Deze polders bestaan grotendeels uit cultuurlandschap met langgerekte kavels veenweidegrond. Deze Hollandse polders kenmerken zich door een hoge mate van openheid. De polders van de Diemerscheg zijn bijzonder vanwege de weidse uitzichten, typische waterwegen en molens. Het verkennen van deze polders doe je het beste op de fiets.

Waterlandschappen

De Diemerscheg onderscheidt zich van andere scheggen door de aanwezigheid van groot open water: het IJmeer. Vanaf de natuurboulevard geniet je van het weidse uitzicht over het water. Een bijzondere ervaring! Water is in de hele Diemerscheg altijd in de buurt, met rivieren, kanalen en open water die het gebied doorkruisen. Op zonnige dagen kun je relaxen op de strand van het Diemerpark of de Gaasperplas, perfect om te zwemmen en te ontspannen. Als je op zoek bent naar een andere kijk op het gebied, kun je het water zelf verkennen met een sloep, kano, of sup. Kom en ontdek de schoonheid en veelzijdigheid van dit waterrijke landschap!

Ruigtegebieden/ struinnatuur

Onder dit type gebied vallen onder andere het grootste gedeelte van het Diemerpark, de Diemer Vijfhoek, het oostelijke gedeelte van het Diemerbos en het grootste deel van de Bijlmerweide. Deze gebieden zijn wilder en zijn bieden een thuis aan (zeldzame) planten en dieren. Ze zijn belangrijk als ecologische verbinding tussen verschillende leefgebieden. De ruigtegebieden bieden liefhebbers de kans om dichtbij bebouwd gebied échte natuur te beleven. Je vindt op deze plekken minder recreatievoorzieningen. De bezoekersdruk is hier lager dan in de stadsparken.

Stadsrandparken

Onder dit type gebied valt onder andere het Flevopark, de westzijde van het Diemerbos en de Gaasperplas en -park. Door de goede ligging wandel of fiets je deze gebieden zo in om te ontsnappen aan de stadsdrukte! Je vindt er bijvoorbeeld picknickplekken, mooie waterpartijen, speelplekken voor kinderen, kinderboerderijen, sportvelden en ligweides. Op sommige plekken kun je zelfs barbecueën. Het IJmeer, de Gaasperplas en het Diemerpark bieden zwemmogelijkheden op warme dagen. De stadsparken zijn ook het leefgebied van een verrassend aantal dier- en plantensoorten.

Doelgroepen

Doelgroepen: geografische reikwijdte

De Diemerscheg heeft in de eerste plaats een recreatieve functie voor bewoners die op fiets- of loopafstand van het gebied wonen. Dit betreft inwoners van de hele gemeente Diemen, een deel van gemeente Gooise Meren en een deel van de gemeente Amsterdam, inclusief stadsgebied Weesp.

Het primaire verzorgingsgebied van de Diemerscheg is qua omvang bescheiden, maar heeft door de stedelijkheid wel een hoge bevolkingsdichtheid. Er is geen ambitie om meer bezoekers te trekken die met de auto naar het gebied moeten komen. De marketingcommunicatie richt zich daarom niet op dagbezoekers die van ver (met de auto) moeten komen, inclusief (buitenlandse) toeristen. Het wordt aangemoedigd de Diemerscheg met het OV, fiets of te voet te bezoeken, aangezien parkeervoorzieningen beperkt zijn. Bovendien strookt het autogebruik niet met de groene identiteit van de scheg.

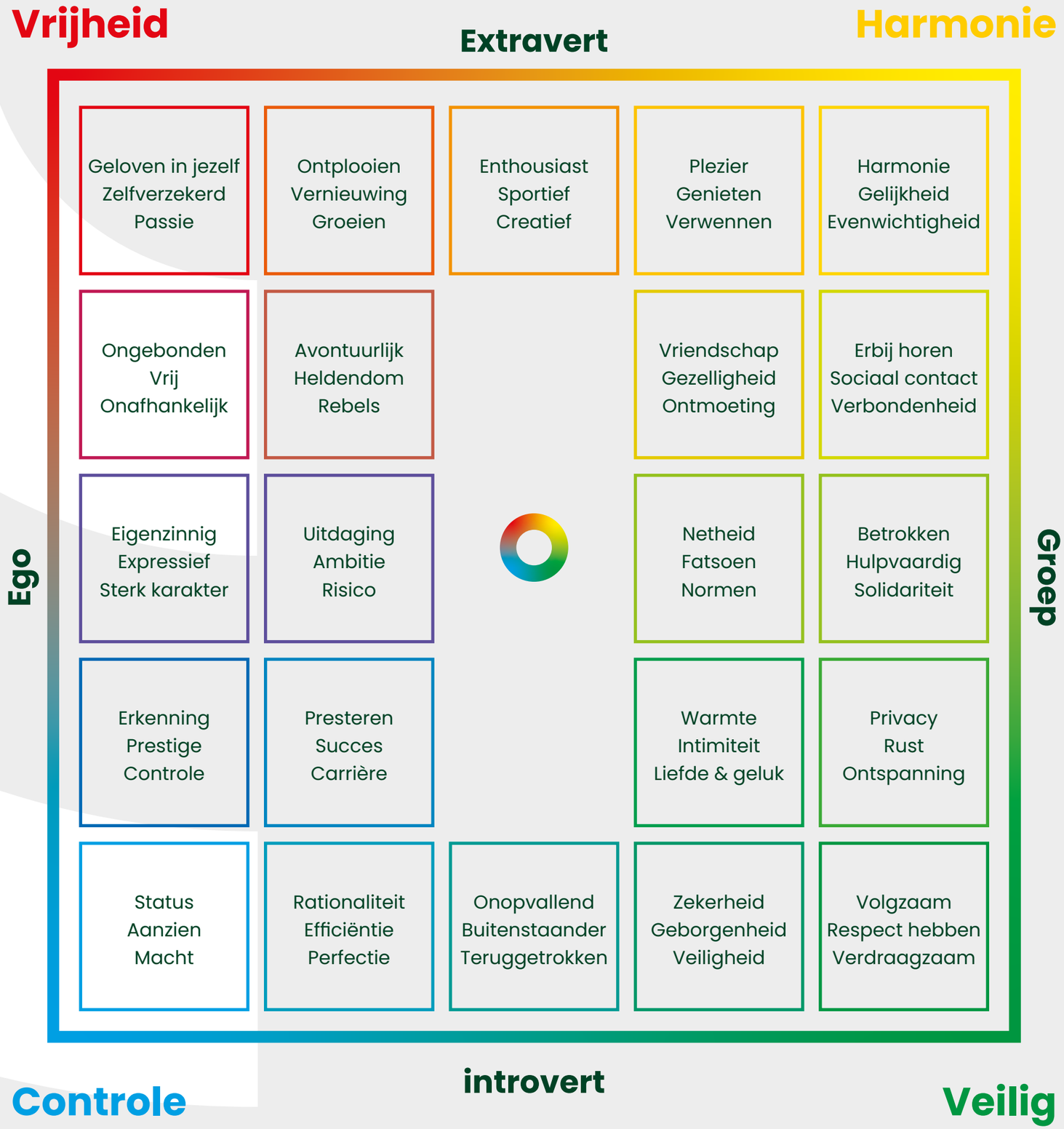
De gewenste geografische reikwijdte van de doelgroepbepaling is weergegeven op de volgende pagina.



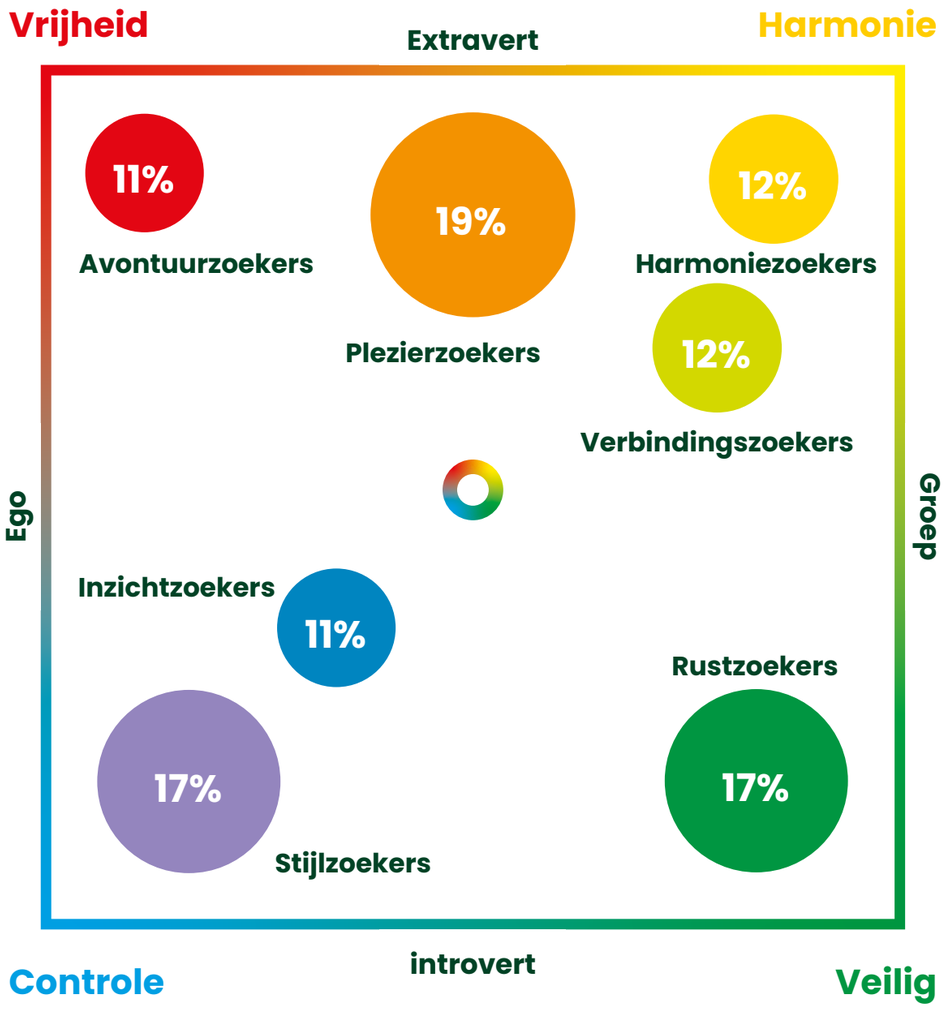
Doel-groepen

De methodiek van de Leefstijlvinder gaat ervan uit dat naast demografische gegevens zoals leeftijd, opleiding, inkomen en gezinssamenstelling de leefstijl van mensen minstens zo bepalend is bij het maken van keuzes. De leefstijlen geven inzicht in waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. Er zijn zeven verschillende leefstijlen, zeven verschillende type recreanten en toeristen, namelijk: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht- en Stijlzoekers.

Achterliggende waarden van het Leefstijlvinder-model



Leefstijlvinder voor vakantie en vrije tijd



Gemiddelde percentages van Nederland



Avontuurzoeker



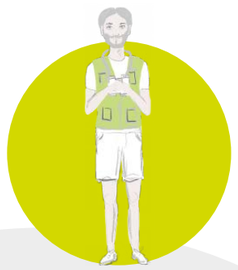
Plezierzoeker



Harmoniezoeker



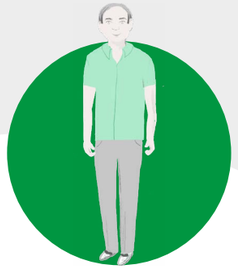
Inzichtzoeker



Verbindingszoeker



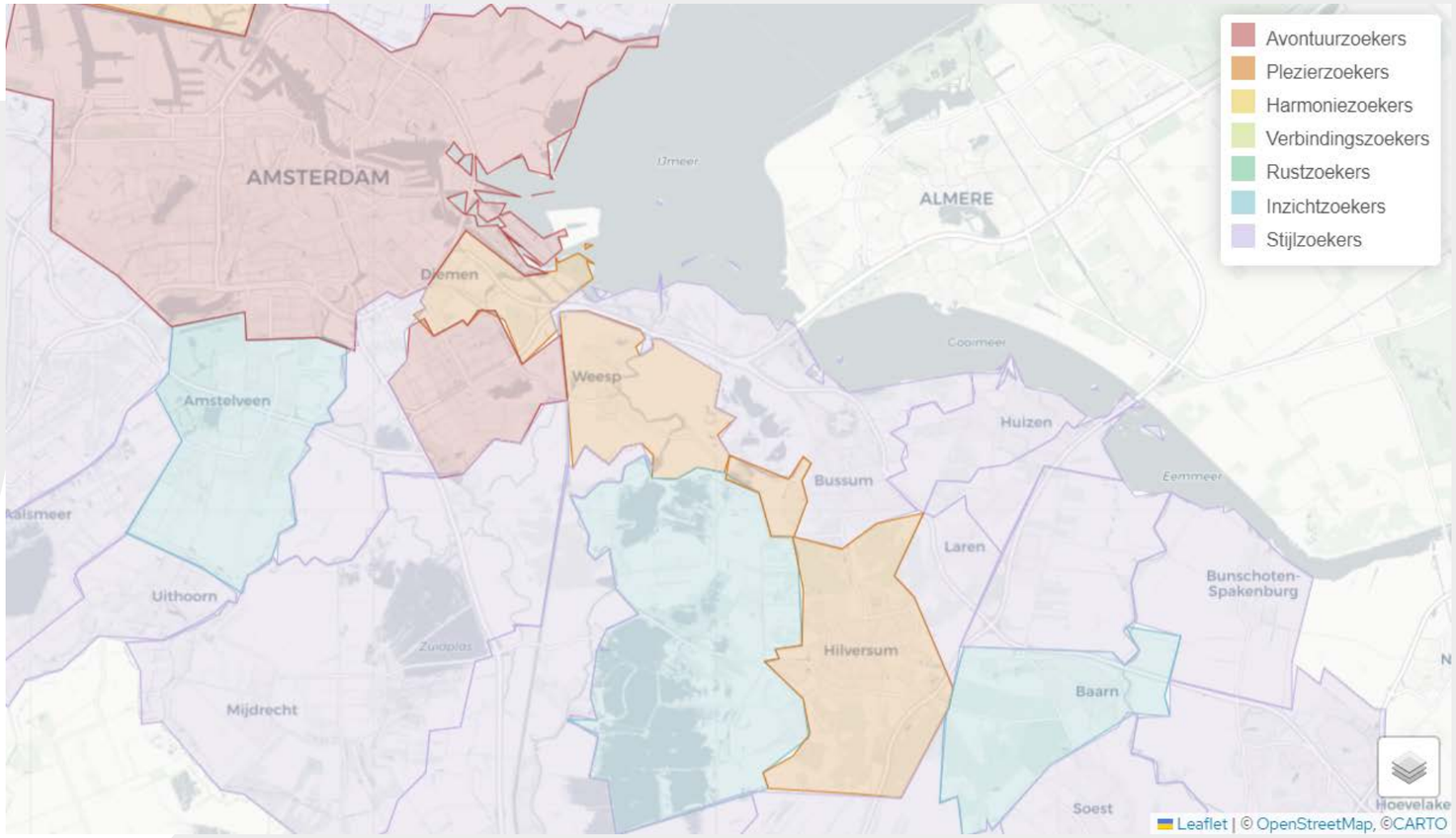
Stijlzoeker



Rustzoeker

Leefstijlvinder op de kaart

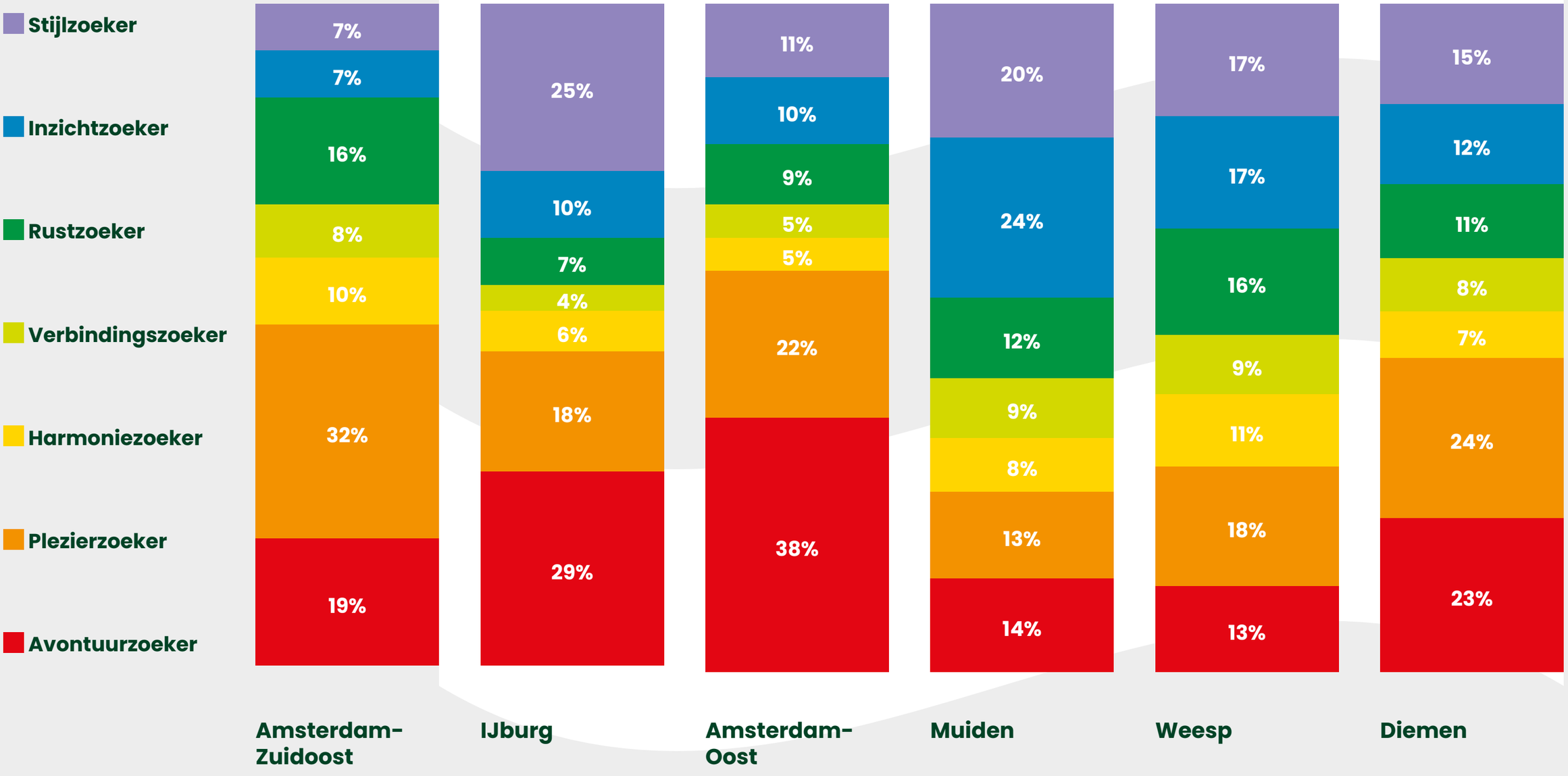
De data van de Leefstijlvinder is geografisch gekoppeld. Daardoor weten we waar de verschillende leefstijlen wonen. Van de belangrijkste plekken binnen het verzorgingsgebied van de Diemerscheg hebben we kaart gebracht hoe de leefstijlen vertegenwoordigd zijn.



Op de kaart is de meest voorkomende leefstijl per gebied weergegeven.

Leefstijlvinder

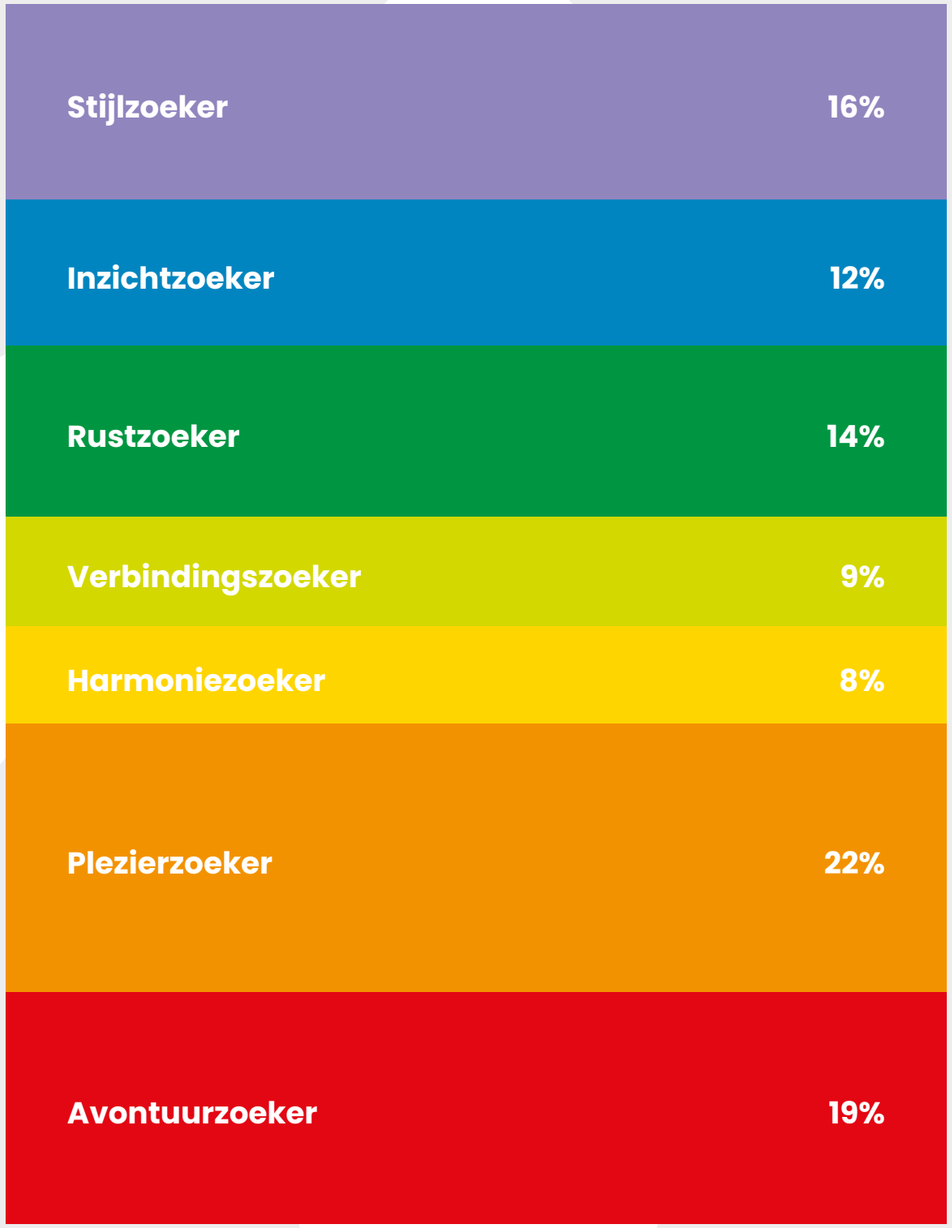
wie wonen er rond de Diemerscheg?



Leefstijlvinder

wie komen er naar de Diemerscheg?

Recreatie Noord-Holland heeft op basis van postcodeonderzoek de bezoekersleefstijlen van een deel van de Diemerscheg in kaart gebracht. Het betreft het Diemerbos en Overdiemen. De leefstijlverdeling van bezoekers op deze plekken is:



Resumerend

We zien verschillen in de percentages, maar ook een rode draad: met name de Avontuurzoekers, Plezierzoekers en Stijlzoekers springen eruit, gevolgd door de Rustzoekers en Inzichtzoekers. De hoeveelheid Harmoniezoekers en Verbindingszoekers is zowel qua omwonenden als bezoekers klein te noemen.

Op basis van de bezoekers die nu al komen, de leefstijlen van omwonenden en de diverse gebiedstypen lijken de Avontuurzoeker, Plezierzoeker, Stijlzoeker, Rustzoeker en Inzichtzoeker de meest interessante doelgroepen. Niet elke plek binnen de Diemerscheg is even aantrekkelijk voor de gekozen leefstijlen. Dit heeft te maken met de afstand van de woonlocatie, type landschap, recreatievoorzieningen etc. We komen uit op vijf passende leefstijlen voor de Diemerscheg, maar met accenten voor de verschillende gebiedstypen. Op de volgende pagina's volgt een uiteenzetting van de doelgroepen en een samenvatting op pagina 27.

Stads(rand)parken
Stijlzoekers
Plezierzoekers



Polders
Inzichtzoekers
Rustzoekers



Waterlandschappen
Avontuurzoekers
Stijlzoekers
Plezierzoekers



Ruigtegebieden/ struinnatuur
Avontuurzoekers
Inzichtzoekers
Rustzoekers



Linielandschappen
Inzichtzoekers
Stijlzoekers





Avontuurzoeker

De Avontuurzoeker ziet vrijetijd als tijd om je leven te verbreden, geïnspireerd te raken en je in te zetten voor een ander. Bijvoorbeeld door culturele activiteiten (concerten, musea, etc.) te ondernemen, een cursus te volgen of vrijwilligerswerk te doen. De Avontuurzoeker is een grote natuurliefhebber en houdt met name van gebieden met een hoge mate van ongereptheid. Ze zoeken graag de rustige en bijzondere plekjes op. Ook maken zij graag lange wandelingen. De Avontuurzoeker is verder te verleiden door in te zetten op natuureducatie.

Deze leefstijl komt met name veel voor in de Amsterdam, maar ook in Diemen wonen veel Avontuurzoekers. De Avontuurzoeker zal in de Diemerscheg met name geprikkeld worden door de cultuur van de Hollandse Waterlinies, vogels spotten op de rustige plekken. Maar laat zich ook uitnodigen om actief bezig te zijn: zwemmen, kanoën en lange afstanden wandelen. Kortom, de ideale doelgroep voor de Diemerscheg.

Moodboard natuurbeleving Avontuurzoeker

Weinig voorzieningen

Geen paden of onverhard en smal

Lange routes

Kennis opdoen

Omvangrijke gebieden









Nieuwe plekken ontdekken

Activiteiten: sportief, cultureel of maatschappelijk

Alleen of klein gezelschap

Ongerept



Plezierzoeker

Plezierzoekers houden van gezelligheid, vermaak en leuke dingen doen. De Plezierzoeker zoekt de natuur op samen met anderen en ontdekt graag nieuwe plekken. De natuur zelf is daarbij secundair, de aanwezigheid van leuke mensen en activiteiten staat op één. De aanwezigheid van horeca is vaak medebepalend in keuze voor een natuurgebied. Plezierzoekers zijn niet de grootste fans van ‘normaal’ fietsen, maar zitten des te liever op de mountainbike of wielrenfiets. Of ze trekken de hardloopschoenen aan voor een rondje door het bos. Zij houden van reuring, echte rust is maar saai. Je kunt ze trekken met voorzieningen en activiteiten, zoals een speel- of zonneweide, een plek voor filmavonden etc.

Er wonen veel Plezierzoekers in de Amsterdamse wijken, maar ook in Diemen. Zij zullen met name af gaan op de voorzieningen die de stadsrandparken bieden, zoals ligweides, kinderboerderijen, horeca, maar zeker ook de verschillende zwemplekken die deze parken bieden. Een gezellige picknick of barbecue met vrienden kan daarbij niet ontbreken.

Moodboard natuurbeleving Plezierzoeker

Nooit alleen

Voorzieningen

Natuur is secundair

Nieuwe plekken ontdekken

Fietesen op smallen en onverharde paden

Gezelligheid









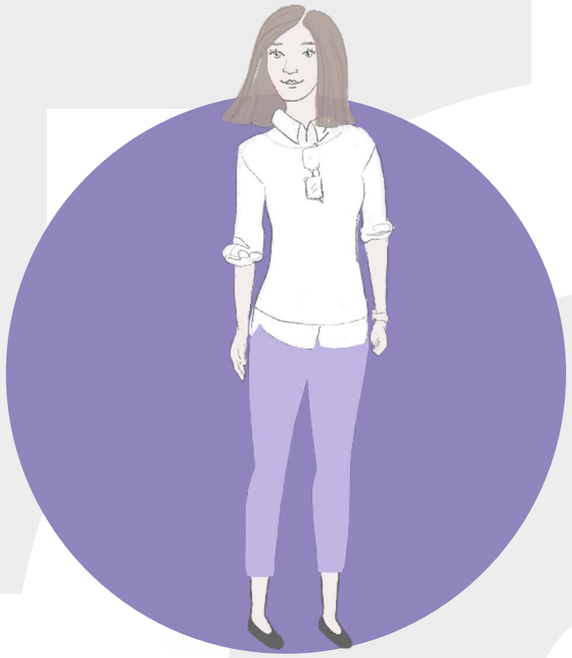
Waarderen horeca

Plezier hebben

Korte routes

Actief en sportief

Wandelen op harde of onverharde paden



Stijlzoeker

Stijlzoekers zoeken over het algemeen graag nieuwe plekken op en zijn bereid om daarvoor te reizen. Zoals het de Stijlzoeker betaamt, moet alles goed geregeld en op orde zijn. Zij verwachten toffe plekken, unieke bezienswaardigheden en bijzondere horeca. De Stijlzoeker zoekt graag de gezelligheid op, bijvoorbeeld tijdens een etentje met vrienden. De Stijlzoeker is actief en houdt ervan om zichzelf uit te dagen op sportief gebied. Zij zijn graag te vinden op een mountainbike- of hardlooppad. Varen doen ze ook graag. Zij zijn ook bereid geld uit te geven als dat hen een lekker dagje uit oplevert.

Stijlzoekers wonen veel op IJburg en in Muiden, Weesp en Diemen en zijn daarmee een interessante doelgroep. Het gebiedstype linielandschappen is met name interessant voor de Stijlzoeker. Sfeer, historisch besef, horeca en mooie lange fietsroutes zijn uitermate geschikt voor de Stijlzoeker.

Moodboard natuurbeleving Stijlzoeker

Kennis opdoen

(Goed georganiseerde) activiteiten

Nieuwe plekken ontdekken

Bereid verder te reizen







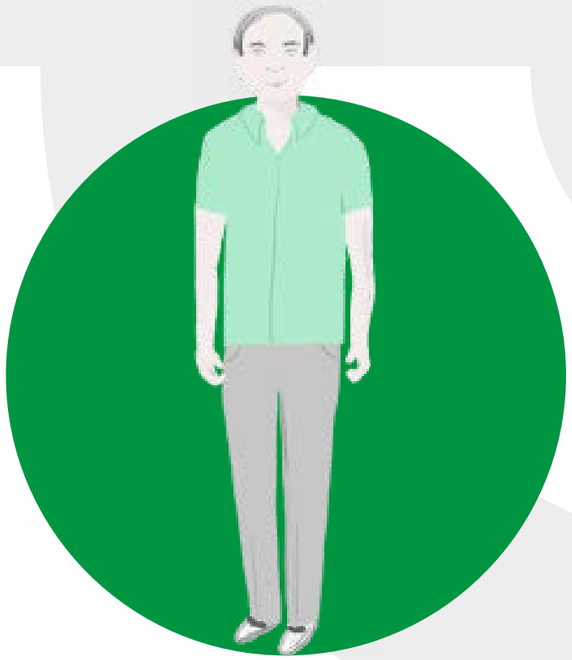


Sportief en actief

Lange afstanden

Samen met vrienden

Waarderen horeca



Rustzoeker

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Voor deze groep gaat recreëren over tot rust komen, en even geen gedoe. Gewoon lekker rondom het eigen huis iets doen, een beetje tuinieren, wellicht een rondje fietsen of wandelen, dan zijn ze al gauw tevreden. Een lekker dagje voor hen kan ook een middag vissen zijn, of vrijwilligerswerk doen. Ze hoeven niet ver weg te gaan, nieuwe dingen te doen, of zich te omringen met veel andere mensen. In hun vrije tijd genieten ze juist van de rust en stilte, en van de kleine dingen in het leven.

De rustzoeker is een weinig actieve doelgroep en zal vooral dicht bij huis te vinden zijn. Er is daarom geen hele actieve gebiedsmarketing nodig om deze doelgroep te bereiken. Wel zullen ze in de Diemerscheg te vinden zijn, voor een fietstochtje door de polder of het spotten van vogels op de stille plekjes. De rustzoeker woont met name op het platteland.

Moodboard natuurbeleving Rustzoeker

Niet betalen voor natuurbezoek

Helemaal tot rust komen

Hetzelfde plekje







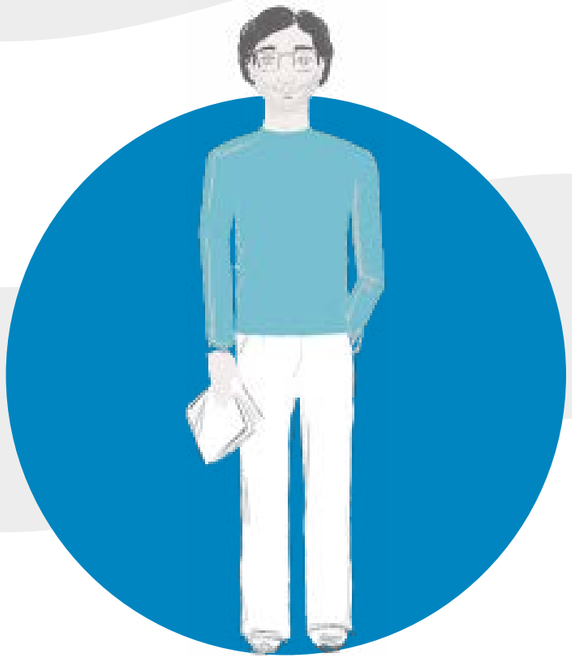


Dichtbij huis

Wandelen en fietsen

Met partner of alleen

Drukte vermijden



Inzichtzoeker

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht en privacy. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Vrijetijd is geen tijd om stil te zitten. Het is tijd voor zelfontwikkeling, tijd die je bewust moet besteden. Nuttige dingen doen, dingen leren.

Inzichtzoekers hebben zo hun vaste activiteiten, zoals museumbezoek en het bezoeken van bezienswaardige gebouwen, of wandelen in een natuurgebied. Deze recreanten vermijden liever drukke plekken en gaan, als het even kan, niet met grote groepen weg. Ze trekken graag hun eigen plan. Doordat zij het verhaal achter de plek willen weten, zijn de linielandschappen bij uitstek geschikt voor de inzichtzoeker. Maar ook dieren spotten in de ruigtegebieden of lange afstanden fietsen door de polder is aan deze doelgroep besteed. De inzichtzoeker is goed vertegenwoordigd in Muiden en Weesp.

Moodboard natuurbeleving Inzichtzoeker

Alleen of met partner

Observatieplekken

Dingen leren



Zingeving







Dingen leren

Ongerept

Wandelfans

Geen georganiseerde activiteiten

Smalle, onverharde paden

Samenvatting doelgroepen voor de Diemerscheg

	Avontuurzoeker	Plezierzoeker	Stijlzoeker	Inzichtzoeker	Rustzoeker
Komt veel voor in	IJburg Amsterdam-Oost Diemen Amsterdam-Zuidoost	Amsterdam-Zuidoost Diemen Amsterdam-Oost Weesp IJburg	IJburg Muiden Weesp	Muiden Weesp	Amsterdam-Zuidoost Weesp
Past goed bij deelgebieden	Ruigtegebieden Linielandschappen Waterlandschappen	Stadsparken Waterlandschappen	Stadsparken Linielandschappen Waterlandschappen	Ruigtegebieden Polders Linielandschappen	Ruigtegebieden Polders
Deelt de waarden	Avontuurlijk Creatief Assertief Gericht op zelfontwikkeling Extravert Eigenwijs	Spontaan Avontuurlijk Eigenwijs Vrolijk Impulsief Sociaal	Gedreven Doelgericht Ambitieus Zelfverzekerd Ondernemend Sportief	Bedachtzaam Rationeel Introvert Leergierig Op zoek naar zelfontplooiing Serieus	Kalm Behulpzaam Gewoon Bedachtzaam Zachtaardig Huiselijk
Motieven natuurbeleving	Avonturen beleven Nieuwe plekken ontdekken Struinen Liefst alleen of in klein gezelschap Sporten Kennis opdoen	Activiteiten ondernemen Tijd doorbrengen met vrienden/familie Avonturen beleven	Sporten Gezelligheid opzoeken Activiteiten (met kinderen) Kennis opdoen	Zingeving Aan gezondheid werken Genieten van natuur en landschap Liefst alleen of in klein gezelschap Hoofd leegmaken	Hoofd leegmaken Vermijden van drukte Rust en ontspanning
Ideaal/ natuurgebied/ voorzieningen	Weinig voorzieningen Omvangrijke gebieden Ongerept Lange routes	Horeca en andere voorzieningen Korte routes	Horeca en andere voorzieningen Activiteiten Lange afstanden	Observatieplekken Weinig voorzieningen Smalle, onverharde paden	Toegankelijke gebieden met goede wegen Dichtbij huis
Activiteiten	Wildkamperen Cultureel : openlucht theater en concerten Hiken Vogels- en wild spotten Suppen/kanoën Maatschappelijke activiteiten (bv. Clean-up)	Klimbos Mountainbiken Festivals Zwemmen Trimparcours Zonnen Horeca	Kanoën Horeca (kwaliteit) Mountainbiken/wielrennen Hardlopen Cultureel : openlucht theater en concerten Musea Zwemmen	Maatschappelijke activiteiten (bv. Clean-up) Vogels- en wild spotten Bezoekerscentrum bezoeken Wandelen	Fietsen Wandelen Tot rust komen op bankjes



Beeldmerk

Beeldmerk

Om het verhaal van de Diemerscheg goed te kunnen vertellen is een logo van toegevoegde waarde, vanwege de volgende redenen:

- Het helpt eenheid te brengen in de versnipperde Diemerscheg;
- Bij consistent gebruik geeft het de Diemerscheg een herkenbare identiteit;
- Het is een voorwaarde om aantrekkelijke communicatiemiddelen te kunnen maken.

Voorwaarden om een beeldmerk bij de Diemerscheg succesvol te kunnen implementeren:

- Moet gebruikt kunnen worden naast bestaande huisstijlen en communicatie-uitingen en zonder al te veel restricties;
- Geschikt voor verschillende formaten en middelen, zoveel fysiek als online.
- Moet relatief eenvoudig toegevoegd kunnen worden aan bestaande bebording in het gebied

Diemerscheg

Strategie

Strategie

In een ideale wereld zetten alle scheggen van Amsterdam zich gezamenlijk op de kaart. Om dit mogelijk te maken zijn twee scenario's denkbaar: provincie Noord-Holland en/of gemeente Amsterdam steken een flinke financiële bijdrage in het de branding van alle acht scheggen. Zij coördineren de branding sturen per scheg een ander brandteam aan. Vanuit integraliteit en het bundelen van krachten zou dit een sterk scenario zijn.

In de praktijk zijn er nogal wat drempels voor dit scenario. Naast de financiële hobbel zijn er grote verschillen tussen de scheggen als het gaat om de samenwerking van relevante partijen en de ambities op het gebied van natuur- en recreatieontwikkeling. Dit scenario achten wij daarom, in ieder geval op korte termijn, niet kansrijk.

Het merk Diemerscheg is erop gericht de veelzijdigheid van het hele gebied op een overtuigende manier te laten zien. En tegelijkertijd voor het voetlicht te brengen dat de samenwerkende partijen zich inzetten om het gebied nog aantrekkelijker te maken. De Diemerscheg wordt neergezet als een waardevolle aanvulling op andere gebiedsmerken, zoals Daarom Diemen en Visit Gooi en Vecht.

Dit marketingcommunicatieplan is er dan ook niet op gericht om deze andere merken te beconcurreren. Sterker nog, het neerzetten van het merk Diemerscheg straalt positief af op deze andere merken. Als beide kanten op verwezen wordt, maakt het het totaalverhaal van de streek waar de Diemerscheg onderdeel van is, alleen maar sterker.

Invulling uitvoering:

twee scenario's

Om invulling te geven aan de uitvoering van de marketingcommunicatie zijn twee scenario's denkbaar.

- Een scenario (A) waarbij aanvullend budget wordt vrijgemaakt. Omdat gebiedsmarketing een zaak is van de lange adem is het belangrijk dat er structureel (meerjarig) budget beschikbaar komt. Deze financiële middelen kunnen vervolgens worden ingezet voor extra FTE en ontwikkeling van communicatiemiddelen.

- Een scenario (B) waarbij GEEN aanvullend budget wordt vrijgemaakt. In dit scenario blijft €9.000 huidig budget over een aantal basiszaken, zoals fotografie. Het is vervolgens aan de medewerkers van de samenwerkende organisaties om zelf binnen eigen uren uitvoering te geven aan de communicatie.

Scenario A:

Coördinator gebiedsmarketing

Elk schip heeft een kapitein nodig. Om de gebiedsmarketing voor de Diemerscheg tot een succes te maken is het essentieel dat één betrokken partij / één persoon in de lead is. Eventueel kan deze coördinerende rol ook uitbesteed worden aan (een) ZZP'er(s). In de begroting verderop in dit plan houden we rekening met uitbesteding aan een ZZP'er. De gewenste taken en competenties omvatten in ieder geval:

Strategisch marketingcommunicatieadvies:

- Sparringpartner voor de stuurgroep van de Diemerscheg;
- Voorzitten van de communicatiewerkgroep;
- Adviseren en ondersteunen van partners, ondernemers en organisaties over gebiedsmarketing en omgang met het merk en beeldmerk, stimuleren van bottom-up initiatief;
- Adviseren op activatie van het merk Diemerscheg als het gaat om activiteiten, projecten en campagnes.

Uitvoerende communicatie:

- Schrijven (web)teksten;
- (Ondersteunen bij) contentcreatie (film, fotografie, sociale media posts, nieuwsbriefitems e.d.);
- Ophalen informatie en input bij partners en partijen in het gebied.
- Separaat is een vormgever en evt. een communicatiemedewerker nodig voor de uitvoering.

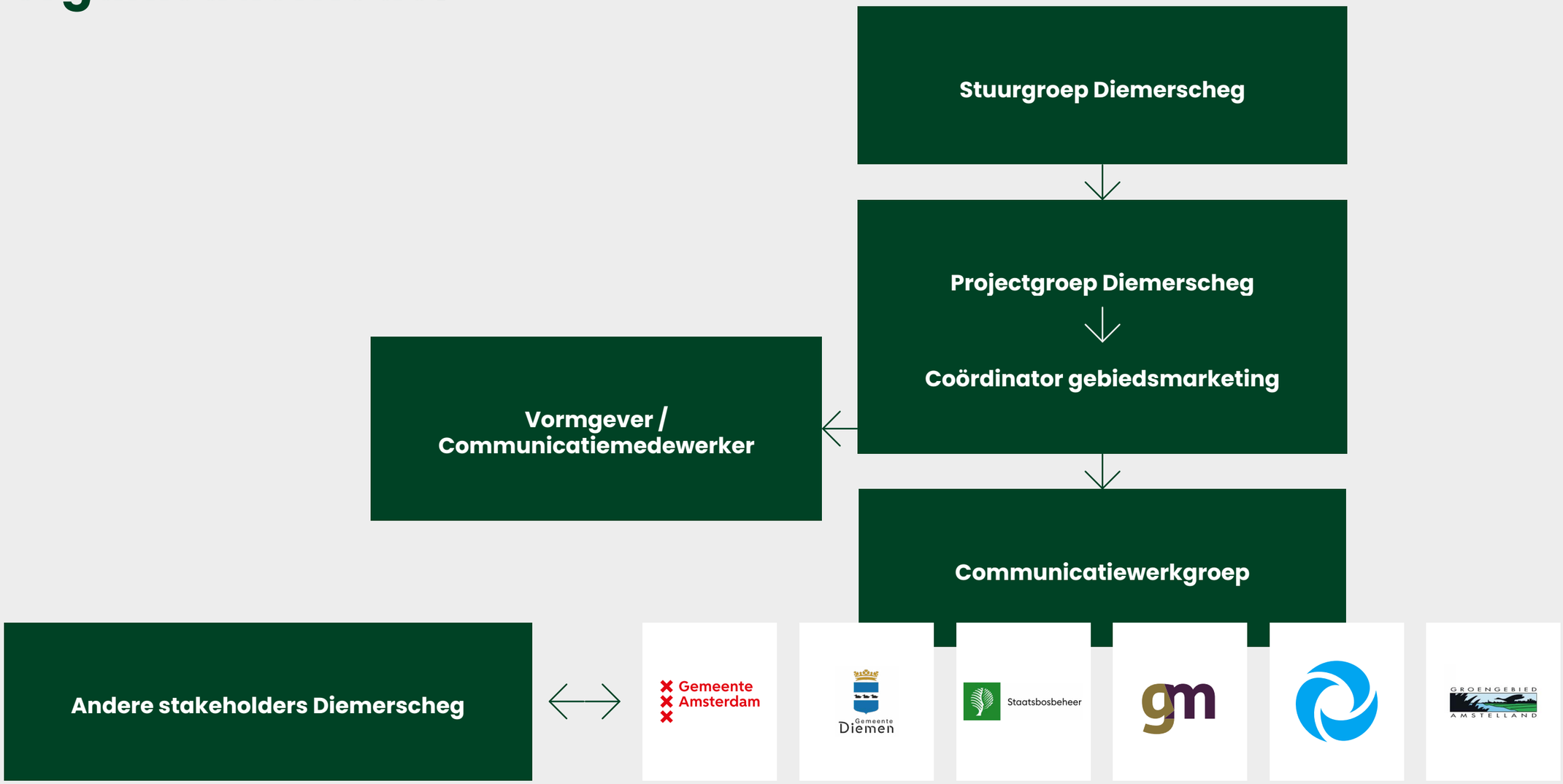
Communicatiewerkgroep

De rol van coördinator komt het beste tot zijn recht als deze persoon gevoed wordt door de leden van de communicatiewerkgroep. Dit zijn communicatieadviseurs van de samenwerkende partijen die zich verbonden hebben aan de beheer- en ontwikkelstrategie van de Diemerscheg. Idealiter hebben deze communicatieadviseurs uren beschikbaar om input aan te leveren voor de communicatiekanalen van de Diemerscheg. Daarnaast wordt het aangemoedigd dat zij met het communicatieteam van de eigen organisatie zelf ook content ontwikkelen over (een deelgebied/project(en) binnen) de Diemerscheg. Idealiter wordt er altijd verwezen naar de Diemerscheg. De coördinator kan meekijken bij het contentcreatieproces.

De leden van de communicatiewerkgroep zijn belangrijke antennes, omdat zij – direct of indirect – contacten onderhouden met de inwoners, ondernemers en andere organisaties binnen de eigen gemeente of achterban. Het is aan te raden dat de communicatiewerkgroep een aantal per jaar bijeenkomt om te vergaderen, op aangeven van de coördinator gebiedsmarketing.

Scenario A:

organisatiemodel



Alternatief

Scenario (B)

Scenario B is een situatie waarin geen aanvullend (structureel) budget wordt vrijgemaakt voor de gebiedsmarketing van de Diemerscheg. In dit geval komt er dus meer druk op de schouders van de communicatiewerkgroep en andere medewerkers binnen de samenwerkende organisaties. Het is belangrijk dat er binnen de samenwerkende organisaties uren vrijgemaakt worden om het marketingcommunicatieplan uit te voeren, communicatiemiddelen bij te houden, content te verzamelen en te maken etc.

organisatiemodel



Voor- en nadelen
scenario A

- ⊕ Eén trekker die alle partijen kan oplijnen
- ⊕ Marketingstrategie en uitvoering door specialisten
- ⊕ Groter bereik door inzet diverse middelen

- ⊖ Hogere kosten, waarvan een substantieel deel opgaat aan overhead

Voor- en nadelen
scenario B

- ⊕ Meer eigenaarschap bij communicatiewerkgroep
- ⊕ Lagere kosten

- ⊖ Geen verbetering in het tegengaan van versnippering van de Diemerscheg
- ⊖ Inzet communicatiewerkgroep afhankelijk van beschikbare uren per organisatie
- ⊖ Lager bereik door beperktere middeleninzet
- ⊖ Geen overkoepelend aanspreekpunt
- ⊖ Kans dat Diemerscheg ondersneeuwt in de waan van de dag

D

Communicatie-aanpak

Communicatie-aanpak:

leidende principes

Om de communicatie voor de Diemerscheg in goede banen te leiden onderscheiden we een aantal leidende principes:

- Doelgroepgerichte benadering
- Diemerscheg als één gebied framen
- Bundelen van bestaande informatie
- Samen merken en bouwen

Doelgroepgerichte benadering

Het is belangrijk dat de samenwerkende partijen het doelgroepenoverzicht op pagina 27 gebruiken als uitgangpunt bij het ontwikkelen van programmering en communicatiemiddelen:

Voorbeeld:

Staatsbosbeheer wil een activiteit ontwikkelen in het Diemerbos en wil daarmee de doelgroep Avontuurzoekers en Inzichtzoekers aanspreken. Voor deze doelgroepen kun je bijvoorbeeld een maanlichtwandeling organiseren met een boswachter. In de communicatie kan nadruk gelegd worden op de zaken die doelgroepen aanspreekt: unieke beleving, verhaal achter de plek leren kennen, bijzondere plekken ontdekken, dieren spotten, wandeling met kleine groep etc.

Diemerscheg als één gebied framen

Om de gebiedsmarketingdoelen te kunnen bereiken is het belangrijk dat men niet alleen de naam Diemerscheg kent (dat lijkt goed te zitten, zie ook pagina 5), maar vooral dat men de deelgebieden en gebiedstypen binnen de Diemerscheg leert kennen en waarderen. Er wordt ingezet op:

Het laden van de naam Diemerscheg, gebiedstypen en deelgebieden. Op dit moment zijn er nog best wat plekken binnen de Diemerscheg onbekend en dus onbemind. Elke samenwerkingspartij kan de gebiedstypologie op pagina 11 gebruiken om de doelgroepen uit te leggen wat de Diemerscheg biedt, welke beleving waar te vinden is wel welke activiteiten op een plek te doen zijn. Daarbij kunnen de partijen gebruik maken van het communicatiehaakje: **'Ook dit is de Diemerscheg'**... met een passende foto en het logo van de Diemerscheg erbij.

Op de bebording en routing in het gebied moet een verwijzing komen naar de Diemerscheg. Dit kan bijvoorbeeld door de bebording aan te passen. Om de kosten laag te houden kan bijvoorbeeld ook een passende sticker bijgeplaatst worden. Hiervoor ligt een actie bij alle samenwerkingspartners die informatieborden voor recreatie in de Diemerscheg beheren.

Bundelen informatie over de Diemerscheg

Het is online al veel informatie te vinden over bepaalde plekken binnen de Diemerscheg, zoals het Diemerbos, Diemerpark, Gaasperplas etc. Maar het is flink zoeken naar de informatie omdat op verschillende websites over een deel van het gebied verteld wordt. Er is behoefte aan één portaal waar de bezoeker informatie kan vinden over:

- Hoogtepunten
- Gebiedstypen (toegeschreven naar de verschillende doelgroepen)
- Activiteiten (wat is waar te doen?)
- Routes (o.a. Rondje Diemerscheg, maar ook andere wandel-, fiets- en vaarroutes)
- Gedragsregels per gebied

De partijen hebben een gedeelde verantwoordelijkheid om deze informatie te verzamelen en te ontsluiten. Het ontsluiten van deze informatie kan bijvoorbeeld op een gedeelde website (zie pagina 43)

Samen merken en bouwen

In de Diemerscheg zitten veel potentiële partners: ondernemers, organisaties en verenigingen die nu al actief zijn in het gebied én al in contact staan met bewoners en bezoekers. Een actiepunt is het verkennen of er een koplopersgroep te vormen is van enthousiaste partijen in het gebied. Denk hierbij bijvoorbeeld aan Vrienden van het Diemerpark, Vrienden van het Diemerbos en House of Bird en Paviljoen Puur. Onder het mom van het losse samenwerkingsverband Vrienden van de Diemerscheg kunnen ideeën uitgewisseld worden, nieuw aanbod ontwikkeld worden etc. De communicatiewerkgroep/coördinator gebiedsmarketing kan laten zien hoe het beeldmerk gebruikt kan worden, hoe het verhaal van de Diemerscheg verteld kan worden, welke projecten er lopen e.d.







Middelenmix

Huidige middelenmix

Er is geïnventariseerd welke kanalen de samenwerkende partijen inzetten om over (een deelgebied / project binnen) de Diemerscheg op de kaart te zetten. Het is een diverse mix van met name online middelen. Daarnaast geven een aantal partijen aan een aantal kanalen nog niet te gebruiken om over (een deelgebied / project binnen) de Diemerscheg te communiceren, maar dat mogelijk wel aanvullend kunnen doen.

	Staatsbosbeheer	Gemeente Gooise Meren	Gemeente Diemen	Gemeente Amsterdam	Metropoolregio Amsterdam	Waternet/ Waterschap AGV	Groengebied Amstelland	Vrienden van het Diemerbos	Vrienden van het Diemerpark
Huidige kanalen									
Website	X	X	X	X	X		X	X	X
Digitale nieuwsbrief	X	X					X	X	X
Facebook	X	X	X	X			X	X	X
Instagram	X		X	X					
X (vml Twitter)	X		X	X	X				
Youtube	X			X					
Free publicity	X	X	X	X			X	X	X
Kanalen samenwerkingspartners									
Bebording in gebied	X						X		
Magazine				X					
Krant				X					
Mogelijk aanvullend in te zetten									
Website						X			
Facebook						X			
Instagram						X			X
X (vml Twitter)						X			
Youtube						X			
Magazine			X						
Flyers							X		
Posters							X		
Routeboekjes						X			

Scenario A:

aanvullend te ontwikkelen middelen

De bestaande middelenmix lijkt erop te duiden dat het communicatie over de Diemerscheg gedekt is met de huidige kanalen. Wat het overzicht echter niet laat zien is dat de partijen beperkt worden door hun organisaties waarover zij kunnen communiceren over de Diemerscheg. Gemeente Amsterdam kan bijvoorbeeld alleen communiceren over stukken van de Diemerscheg die vallen binnen de gemeentegrenzen en/of van direct belang zijn voor de gemeente. Bovendien vallen specifieke posts en nieuwsberichten weg in het totaal van communicatie-uitingen die deze grote organisaties de wereld in sturen. Er is behoefte om de Diemerscheg in zijn geheel te profileren en het aanbod, projecten, nieuws en dergelijke beter vindbaar te maken. Om dit te bewerkstelligen is een aantal specifieke communicatiekanalen voor de Diemerscheg een logische stap.



Website Diemerscheg.nl

Om de nieuwe merk en huisstijl online door te voeren, moet een nieuwe website ontwikkeld worden. Deze website biedt meer vrijheid dan de bestaande websites van de samenwerkende partijen. De nieuwe website kan ontwikkeld worden om de kernkwaliteiten en merkwaarden van de Diemerscheg goed voor het voetlicht te brengen. De teksten worden toegeschreven naar de beoogde doelgroepen en de tone of voice wordt hierop afgestemd. Professionele fotografie maakt het plaatje compleet. Naast de aandacht voor het verhaal en aanbod komt er meer ruimte voor ambassadeurs (vrijwilligersorganisaties, ondernemers en bewoners). Zij vertellen hun eigen verhaal over de Diemerscheg. Waarom komen ze hier graag? Wat zijn hun favoriete plekjes? De verhalen van ambassadeurs zetten de propositie kracht bij en geven de Diemerscheg een gezicht.

Een interactieve kaart kan helpen alle deelgebieden en hun kwaliteiten uit te lichten, maar ook wandel-, fiets- en vaarroutes (o.a. Rondje Diemerscheg)

Digitale nieuwsbrief

Om geïnteresseerden goed op de hoogte te houden van ontwikkelingen rond Diemerscheg brengen we een aantal keer per jaar een nieuwsbrief uit. Hierin lichten we nieuwe activiteiten en evenementen uit, tips van de boswachter, ontwikkelingen binnen projecten etc.

Toolbox huisstijlmiddelen

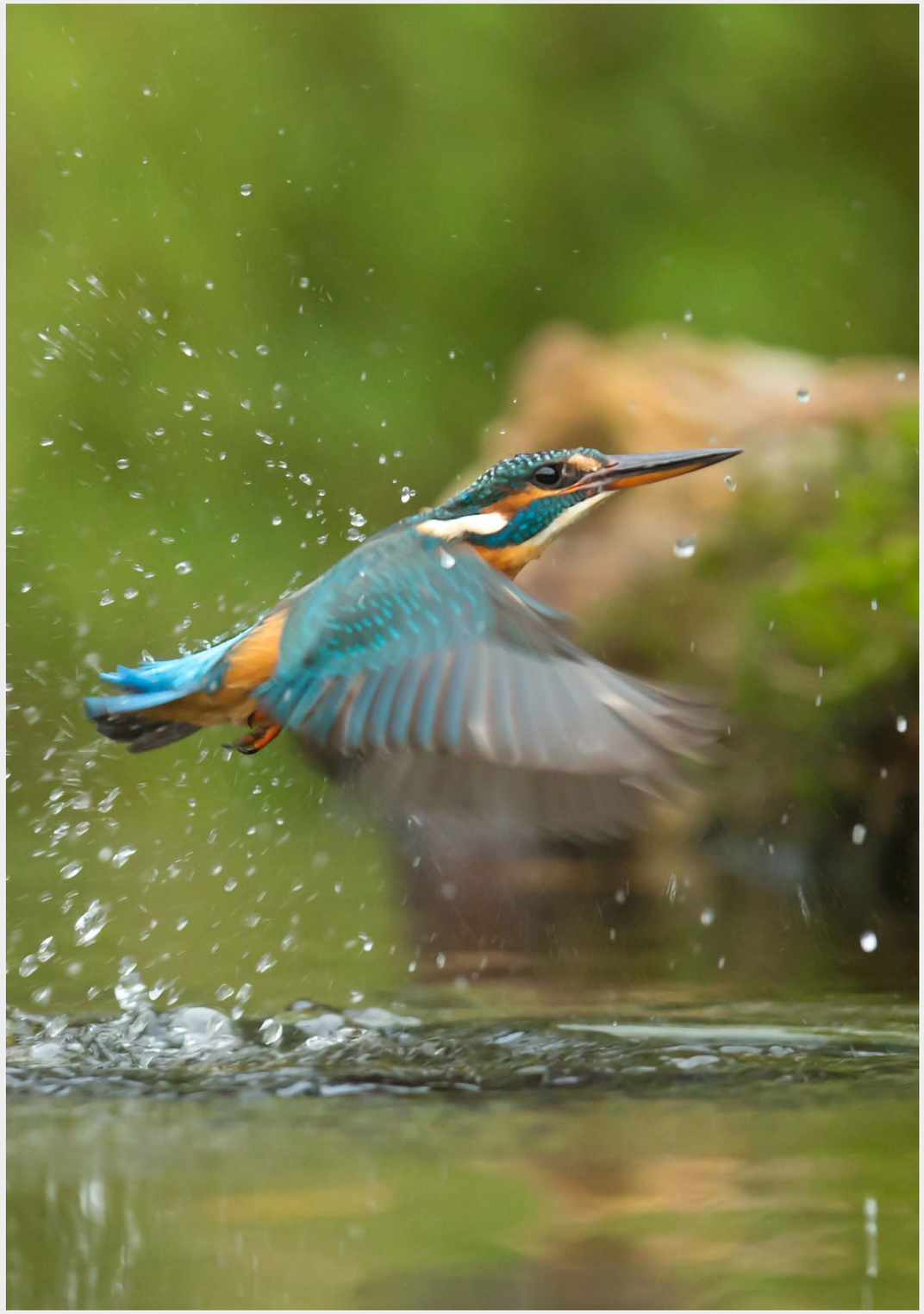
Om ervoor te zorgen dat de communicatiewerkgroep en andere stakeholders het merk van de Diemerscheg uit kunnen dragen, moeten zij gefaciliteerd worden. Zo ontwikkelen we een toolbox met fonts en het logo in verschillende kleuren, een aantal sjablonen voor nader te bepalen middelen (bv. poster, social media posts en powerpoint presentatie) en gebiedsfoto’s die elke ondernemer/organisatie kan downloaden en gebruiken. Bovendien wordt een flyer ontwikkeld In overleg met de stakeholders wordt verder bepaald welke middelen in de toolbox moeten zitten.

Begroting

Budgetraming scenario A

In eerste instantie is er €10.000 uitvoeringsbudget beschikbaar voor de gebiedsmarketing. De ervaring leert dat dit sterk tekort schiet om de eerder genoemde doelen te behalen en de voorgestelde middelen te maken en te onderhouden. Met dit marketingcommunicatieplan begint het échte werk namelijk pas: de uitvoering!

Gebiedsmarketing is een kwestie van de lange adem. Om serieus aan het werk kunnen gaan is structureel jaarlijks budget nodig, naast een groter bedrag om incidentele middelen te kunnen maken: website, huisstijlmiddelen, fotografie, promotiefilmpje e.d. Op de volgende pagina's staat een grove kostenraming van het eerste budget . Dit is een vrij lean & mean scenario. Met extra budget bovenop wat voor scenario A geraamd is, zou extra kunnen worden ingezet op metingen naar de bekendheid van het merk Diemerscheg, out of home- en social media advertenties, influencercampagnes, (kleinschalige) evenementen etc. Op termijn zou ook nagedacht kunnen worden over informatiepunten, bijvoorbeeld bij monumenten of ondernemers in het gebied.



Scenario A:
begroting eerste jaar

Organisatiekosten	
Gebiedsmarketeer / vormgever 0,3 FTE (ZZP'er á €70 per u)	€ 43.680
Ontwikkelen gebiedsmarketingwebsite	
Content schrijven	
Vormgeving	
Webbouwer	
Subtotaal	€ 17.500
Promotiefilmpje	
Subtotaal	€ 4.000
Toolbox communicatiemiddelen	
Online huisstijl + aantal templates t.b.v. gebruik door stakeholders	€ 2.000
Flyer	€ 5.000
Fotografie	€ 2.500
Subtotaal	
Totaalbegroting eerste jaar	**€ 74.680**

Scenario A:
begroting structureel per jaar

Organisatiekosten	
Gebiedsmarketeer / vormgever 0,2 FTE (ZZP'er á €70 per u)	€ 29.120
Bijhouden gebiedsmarketingwebsite	
Updates, veiligheidscertificaat, kleine aanpassingen e.d.	
Subtotaal	€ 1.000
Advertentiebudget	
T.b.v. campagnes	€ 10.000
Totaalbegroting structureel per jaar	**€ 40.120**

Actielijst korte termijn

Scenario A:
Actielijst overkoepelend niveau

Organisatorisch:

- Inplannen regulier overleg Communicatiewerkgroep
- Werven coördinator gebiedsmarketing + vormgever
- Opstarten overleg ‘Vrienden van de Diemerscheg’

Inhoudelijk:

- Vullen toolbox communicatiemiddelen (o.a. fotografie en flyer)
- Ontwikkelen website Diemerscheg + nieuwsbrief
- Opstellen contentkalender

Scenario A:
Actielijst individueel organisatieniveau

Organisatorisch:

- Uren vrijmaken voor afgevaardigde communicatiewerkgroep
- Aansporen van passende organisaties in het gebied om zich aan te sluiten bij ‘Vrienden van Diemerscheg’.
- Meenemen van relevante collega’s in het ‘wat, waarom en hoe’ van de Diemerscheg.

Inhoudelijk:

- Bepalen welke communicatiekanalen geschikt zijn om content te delen over (een deelgebied binnen) de Diemerscheg
- Op eigen kanalen verwijzen naar de Diemerscheg:
  - Naam Diemerscheg en beeldmerk
  - Gebiedskwaliteiten, merkwaarden en gebiedstypen moeten goed naar voren komen
  - Op sociale media gebruik maken van de communicatiehaakjes (Ook dit is de Diemerscheg… en Ook …. (vb. Staatsbosbeheer) werkt aan de Diemerscheg
  - Op termijn ook verwijzen naar website Diemerscheg
- Verwijzen naar de Diemerscheg op bebording in gebied.
- Ontwikkelen en verzamelen content over (een deelgebied binnen) de Diemerscheg.
- Evt. ontwikkelen programmering: activiteiten, evenementen, routes en educatie.

Brandbook

Icoon



Vorm van een schild dat staat voor bescherming, zorg en trots.



Vestingsmuur

Verschillende vestingstadjes en forten geven karakter aan de regio.

Verbeeld het gebied:
Linielandschappen



Water

Structuurgevend element van de Diemerscheg, heerlijk recreëren.

Verbeeld het gebied:
Waterlandschappen en polders



Verbinding

Tussen natuur en stad, deelgebieden en mensen.

Verbeeld het gebied:
Stads(rand)parken



Natuur

Belangrijkste kenmerk en kwaliteit.

Verbeeld het gebied:
Ruigtegebieden

Logo



Diemerscheg

Logo
Op groen



Diemerscheg



Icoon in het landschap

Herkenbaar te realiseren in verscheidene materialen.

Onderdeel van Diemerscheg

Kleuren

Een rustig palet met oranje als modern accent.

Oranje

C	0	R	243
M	50	G	146
Y	100	B	0
K	0		#f39200

Grijs

C	0	R	237
M	0	G	237
Y	0	B	237
K	10		#ececec

Groen

C	94	R	0
M	44	G	66
Y	92	B	38
K	55		#004226

Wit

C	0	R	255
M	0	G	255
Y	0	B	255
K	0		#ffffff

Lettertypen

Titel

Titel

Titel

Titel

Titel

Poppins Bold (alternatief: Arial Bold)
Regelhoogte = 1.2x lettertypegrootte (of auto)

Download Poppins hier:
https://fonts.google.com/specimen/Poppins

Body

Poppins Regular (alternatief: Arial Regular)
Regelhoogte = 1.2x lettertypegrootte (of auto)

Lettergrootte print: 9pt

Lettergrootte web: 16px

Body bold

Poppins bold (alternatief: Arial Bold)
Regelhoogte = 1.2x lettertypegrootte (of auto)

Lettergrootte print: 9pt

Lettergrootte web: 16px

Middelen


Diemerscheg
Home
Gebied
Aanbod
Partners
Routes
Contact
De Diemerscheg is jouw achtertuin!



De Diemerscheg is jouw achtertuin!



Bijzonder waterrijk

Udamusdae vel ipisin con eiur sitatesed min pa debitaquam inveliquam quis nonsequuntur alibus.
Met ma in non core dolupta testiundias ma vollaborror rerum ipsam repudan-derit ea volene re, et odisque laborep tatur, ommolup tatur? Qui occabor ect

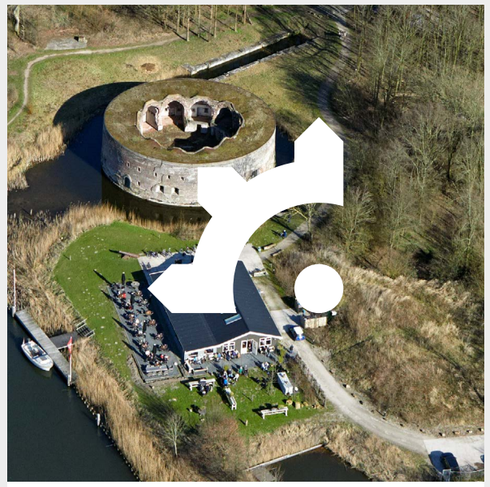
Lees verder



Rijke biodiversiteit

Udamusdae vel ipisin con eiur sitatesed min pa debitaquam inveliquam quis nonsequuntur alibus.
Met ma in non core dolupta testiundias ma vollaborror rerum ipsam repudan-derit ea volene re, et odisque laborep tatur, ommolup tatur? Qui occabor ecti

Lees verder



Historisch landschap

Udamusdae vel ipisin con eiur sitatesed min pa debitaquam inveliquam quis nonsequuntur alibus.
Met ma in non core dolupta testiundias ma vollaborror rerum ipsam repudan-derit ea volene re, et odisque laborep tatur, ommolup tatur? Qui occabor ect

Lees verder


11:39
GEMEENTEAMSTERDAM
Berichten
Volgen
gemeenteamsterdam
Amsterdam
Ook gemeente Amsterdam draagt bij aan Diemerscheg
1.628 vind-ik-leuks
gemeenteamsterdam De Diemerscheg biedt zoveel moois...
Alle 44 opmerkingen bekijken
gemeentediemen
gemeentediemen · Originele audio


11:40
GEMEENTEDIEMEN
Berichten
Volgen
gemeentediemen
gemeentediemen · Originele audio
Ook gemeente Diemen draagt bij aan Diemerscheg
317 vind-ik-leuks
gemeentediemen De Diemerscheg biedt zoveel moois...
bewoner123 Ik kom daar altijd zo tot mezelf. Heerlijk.
1 januari
gemeentediemen


11:38
GEMEENTEGOOISEMEREN
Berichten
Volgen
gemeentegooisemeren
Ook Gooise Meren draagt bij aan Diemerscheg
206 vind-ik-leuks
gemeentegooisemeren De Diemerscheg biedt zoveel moois...
bewoner123 Ooooh, en suppen doe ik daar ook zo graag.
5 dagen geleden
gemeentegooisemeren


Ook dit is de Diemerscheg
Ulliqui dolupta dolore molorporro optur? Agnataq uatendi stibusdame sequis quibusam quamus. Piendel maximilitest aborecum int.
Diemerscheg
Ook dit is de Diemerscheg
Ulliqui dolupta dolore molorporro optur? Agnataq uatendi stibusdame sequis quibusam quamus. Piendel maximilitest aborecum int.
Diemerscheg
Ook dit is de Diemerscheg
Ulliqui dolupta dolore molorporro optur? Agnataq uatendi stibusdame sequis quibusam quamus. Piendel maximilitest aborecum int.
Diemerscheg



Bureau Buhrs

Marketing-communicatieplan en creatief concept

© Bureau Buhrs

www.bureaubuhrs.nl
E-mail: info@bureaubuhrs.nl
Telefoon: 020 632 58 05