Briefing Bosplan
Aanvraag social campagne Social Media Men

Achtergrond onderwerp

Het aantal inwoners in Amsterdam en omgeving groeit gestaag. De behoefte aan recreatie in het groen vergroot de druk op het Bos. Om te voorkomen dat het Bos hier onder gaat lijden en te zorgen dat wat het Bos te bieden heeft nog steeds aansluit op de wensen en behoeften van gebruikers en bezoekers, werkt de Bosorganisatie aan een nieuw Bosplan: *Stadsbos van de toekomst*. Dit plan maken we in samenwerking met experts, gebruikers, bewoners en andere belanghebbenden.

Uit het plan, dat vooruitkijkt tot 2030, volgt een uitvoeringsaanpak die de kansen en uitdagingen die de stedelijke groei biedt, in goede banen leidt en tegelijkertijd de huidige kracht van het Bos als groene long van de metropool, behoudt en versterkt voor de toekomst.

Het Bosplan stellen we participatief op. We organiseren expertmeetings om de kaders en uitgangspunten helder te maken, waarna het Amsterdamse Bos ze vaststelt. Daarna worden de gebruikers van het Bos en de inwoners van de stad actief digitaal en analoog betrokken bij de keuzes voor de toekomst van het Bos. De volgende vier ambities komen in het plan aan de orde:

1. Noodzaak om de natuur- en cultuurwaarden van het Bos te behouden en te versterken; balans tussen natuur en vrijetijdsbesteding **(beschermen)**
2. Ruimte bieden aan maatschappelijke en recreatieve activiteiten die aansluiten bij de gebruikers van de 21ste eeuw **(benutten en ontwikkelen)**
3. Optimale toegankelijkheid van het Bos: een essentiële voorwaarde om alle (nieuwe) gebruikers te ontvangen **(bereikbaarheid)**
4. Het merk Amsterdamse Bos verspreiden door inzet netwerk en community **(positioneren en verbinden)**

Vraag aan bureau
Voor de digitale participatie zoeken we een bureau dat de campagne-matige aanpak hiervoor kan organiseren.

Doelstellingen
Doel:
Met de campagne willen we mensen consulteren over de toekomst van het Bos.
Het doel is zoveel mogelijk mensen (online) laten meepraten over het Bosplan, reacties en commentaar ophalen.

Doelgroep
Primair:
- Bewoners Gemeente Amsterdam (rood*)
- Bewoners Gemeente Amstelveen (blauw*)
- Bewoners Aalsmeer (geel/groen?*)
- Bewoners Badhoevedorp (geel/groen?*)

Secundair
- Purmerend en Haarlemmermeer (groen/geel?*)

Interesses:
Amsterdamse Bos, wandelen, fietsen, natuur, hardlopen, (team)sporten, horeca, ontspannen, picknicken, familie, jonge kinderen, zwemmen, spelen, sociaal, honden, festivals, paarden, dieren, fotografie, eten en drinken, wellness, watersport, kano, boten, roeien, bomen en planten, vissen, meditatie, yoga, bootcamp, geitjes

**dit is de dominante kleur van dit gebied (nog checken!). In de uitingen willen we gebruik maken van levensstijl kennis vanuit de BSR.*

URL
Amsterdamsebos.nl/bosplan

Account
Account Facebook Amsterdamse Bos
Instagram Amsterdamse Bos

Gewenst resultaat
Bereik: min. 100.000 mensen uit de doelgroep bereiken, 5.000 reacties verzamelen

Gevraagde advertentie-inzet

- **Type advertentie**: Graag advies SMM, zie voorstel hieronder
- **Tijdsverloop:** juni 2019 (totaal 5-6 weken, 2 flights van 2 weken?)
- **Aantal weergaven**:

Flight 1:
Facebook
Ad: Image ad of Gif/video met daarachter het Canvas met 'bosplan boekje' (informeren over het bosplan, het proces, de ambities).
Doel: bereik creëren, mensen prikkelen om ook mee te denken
(4 kleurversies op basis van BSR, per gebied 2 kleuren inzetten?)

Flight 2:
Facebook
Ads: Image ad met daarachter de enquête (typeform)
Doel: zoveel mogelijk input te krijgen
Flight 2 richten op in flight 1 gedefinieerde geïnteresseerde doelgroep (kan dat met Canvas?)
(4 kleurversies op basis van BSR, per gebied 2 kleuren inzetten?)

Insta:
Instastory met minienquête
Jongere doelgroep (<30)

Creatie content (vormgeving/tekst) In samenwerking. Wij leveren input vanuit BSR en er zijn foto's. Eventueel creatie video/gif voor flight 1.
NB: Amsterdamse Bos heeft eigen beeldstijl.

Boodschap(pen)
NTB

Tekst
NTB

Beeld
NTB

Planning inzet:
Start 17 Juni 2019?
17 juni t/m 30 juni Flight 1?
1 juli t/m 14 juli Flight 2?
Graag advies over lengte periode & wel/niet pauze ertussen

Budget: 5.000,-

Budgethouder en kostenplaats (ordernummer volgt na offerte):
Gemeente Amsterdam
Sport en Bos
Budgethouder: 5.1.2,e
Routecode: 75600030

Randvoorwaarden & aandachtspunten

- De gemeente Amsterdam wil ten alle tijde rechtenvrij kunnen beschikken over het ontwikkelde creatieve concept en het materiaal.
- Op de overeenkomst tussen opdrachtnemer en opdrachtgever zijn de Algemene Inkoopvoorwaarden van de Gemeente Amsterdam van toepassing. Deze zijn te vinden op onze website: amsterdam.nl/inkoop
- Het voorstel voor mediainzet en de kanaalkeuze mag niet conflicteren met de kernwaarden van de gemeente Amsterdam: open, actief en integer, en de missie van de gemeente.
- Richtlijn maximaal aantal weergaven van de advertentie per persoon: 3 keer.
- Richtlijn voor gebruik bij afbeeldingen en stills in video's: niet meer dan 20% tekst.