

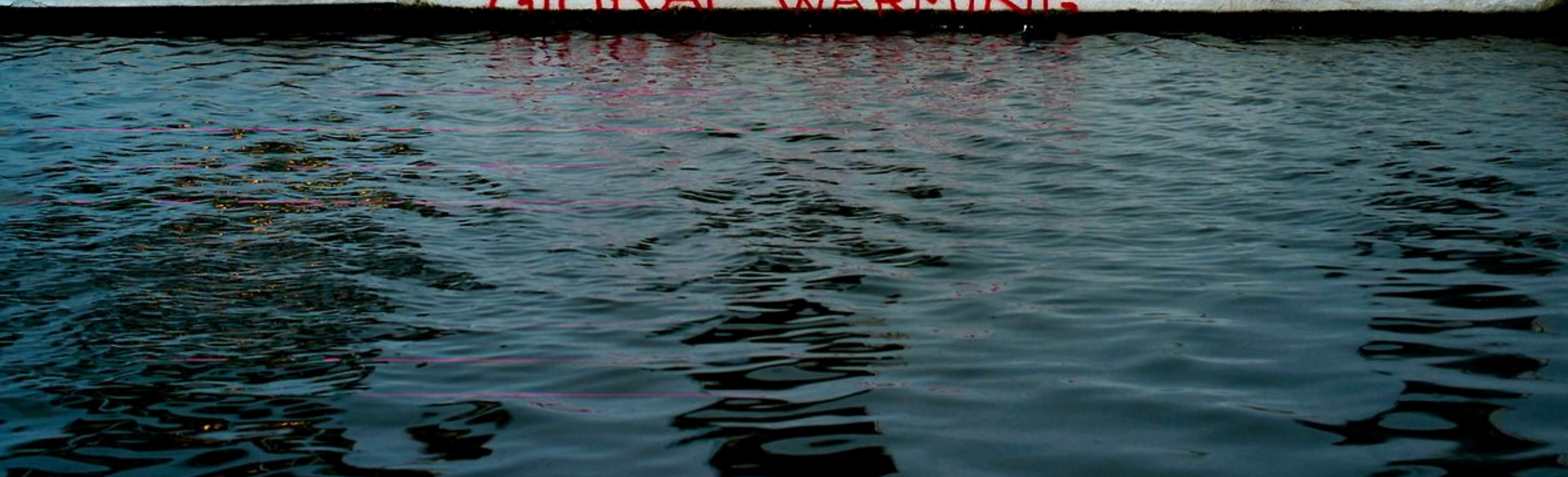


OMROEP GROEN

2 juli 2020



I DON'T BELIEVE IN
GLOBAL WARMING



Wat

Een identiteit en wervingscampagne voor een nieuw te lanceren omroep (of beter: beweging).

Waarom

Om **een nieuw verhaal** te vertellen over de klimaatproblematiek die ons allemaal raakt.

EEN NIEUW VERHAAL

"Geconfronteerd met alle **deprimerende berichten** over de deplorabele staat van het klimaat hebben mensen behoefte om te weten wat ze zelf kunnen veranderen. **Handelen is een** krachtig **tegengif** voor de moedeloosheid die ons kan overvallen wanneer we geconfronteerd worden met een **overweldigend probleem**. En er zijn weinig problemen overweldigender dan de ontwrichting van het klimaat."

"Maar als je meer waarde hecht aan een schoon milieu dan aan een schoon geweten zou je toch eigenlijk gefrustreerd moeten raken wanneer je ziet dat de ecologische ellende, ondanks al jouw goedbedoelde inspanningen, alleen maar blijft groeien?"

**De oplossing zit niet in het indraaien van een spaarlamp,
het zit in een groter, gezamenlijk gebaar.**

To do's

- Mobiliseren (ledenwerven!)

To do's

- Mobiliseren (ledenwerven!)
- Een nieuw en minder deprimerend geluid laten horen.
- Het gevoel van een overweldigend probleem omzeilen.
- Een concreet handelingsperspectief bieden.

Zodat Omroep Groen dat broodnodige grote gebaar kan maken.

HOE?

1.

Door **lid worden** van Omroep Groen deel te laten zijn van de **oplossing**.

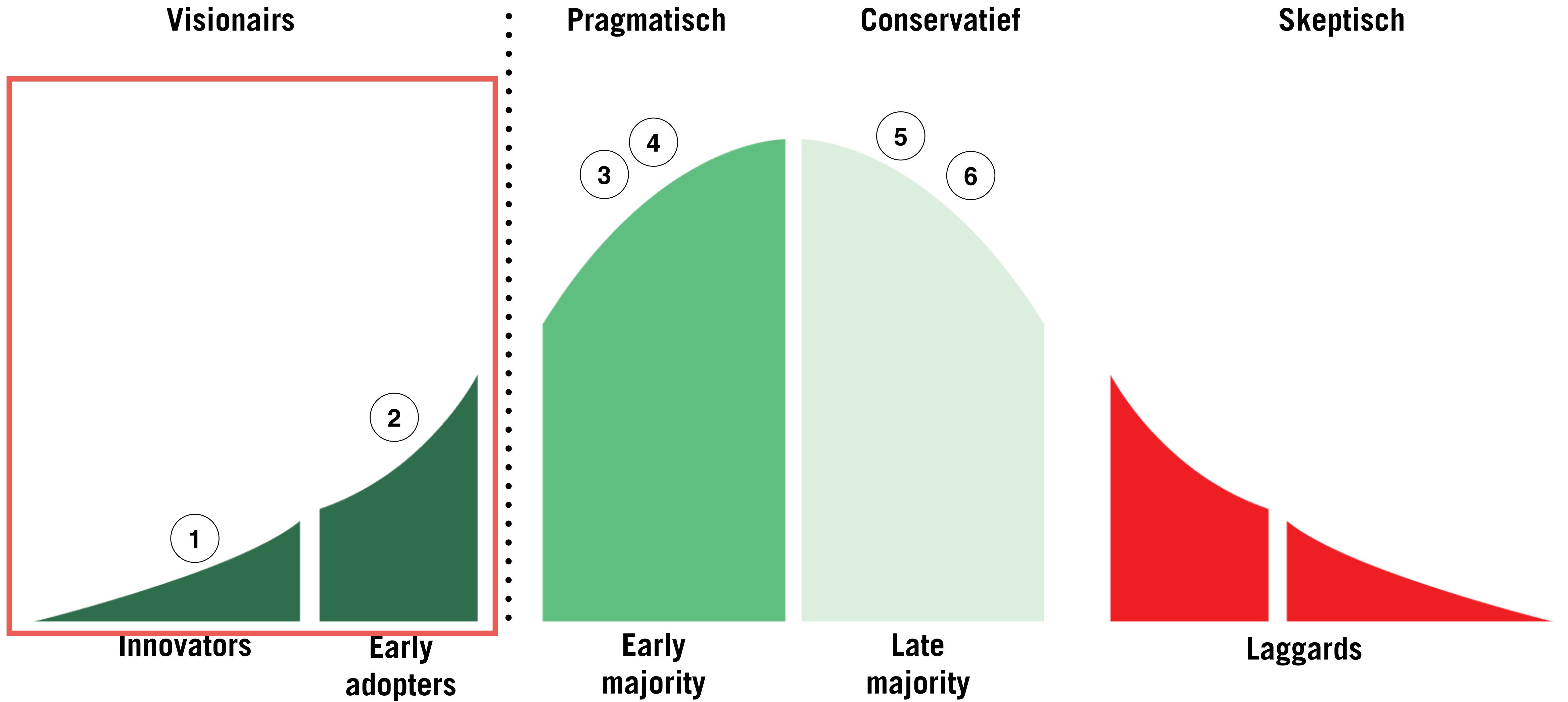
2.

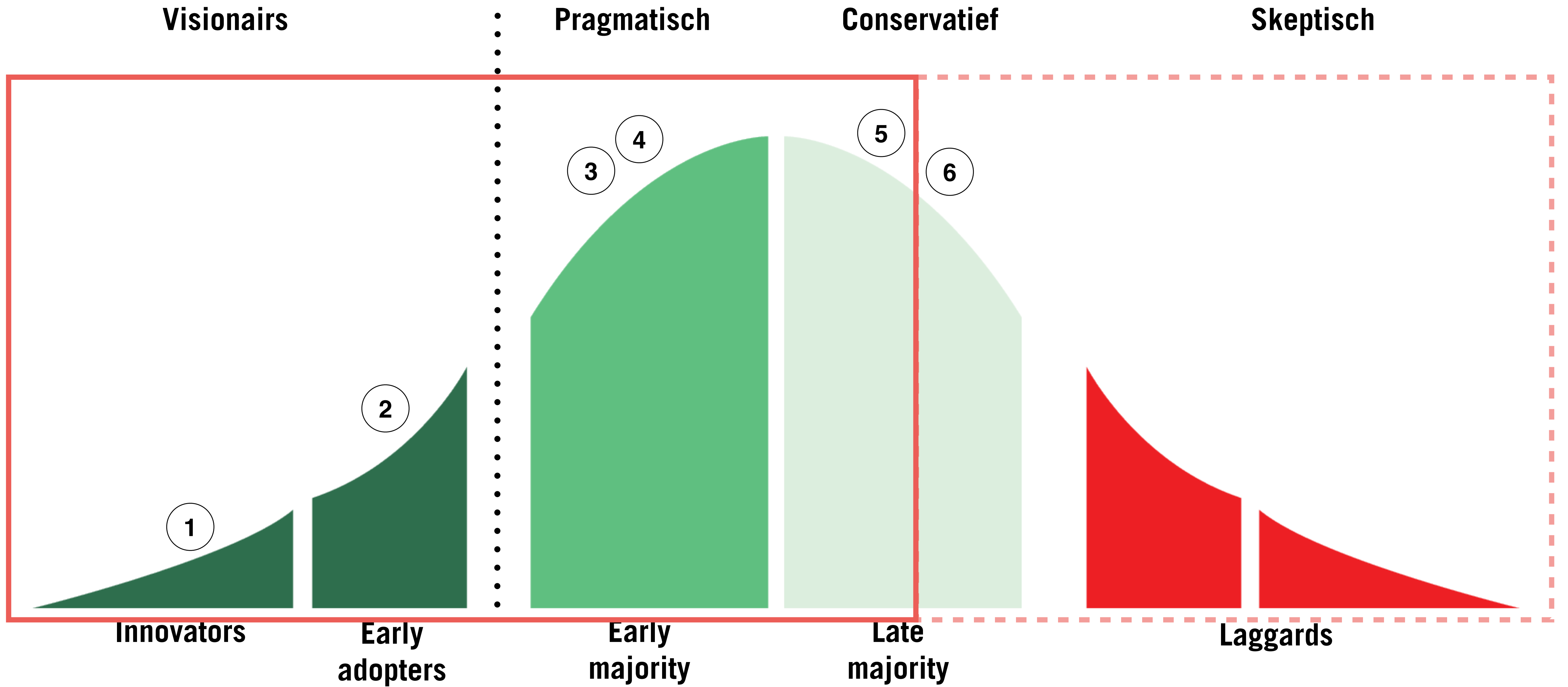
Door een positief verhaal te vertellen.

Omroep Groen is niet een omroep **tegen klimaatverandering**,
maar een omroep **vóór de aarde**.

3.

Door op een **leuke manier** toch behoorlijk **opdringerig** te zijn.





CREATIE

NAAM & LOGO

WIE AAN HET KLIMAAT DENKT, DENKT AAN...

GROEN

OMROEP
GROEN

OMROEP

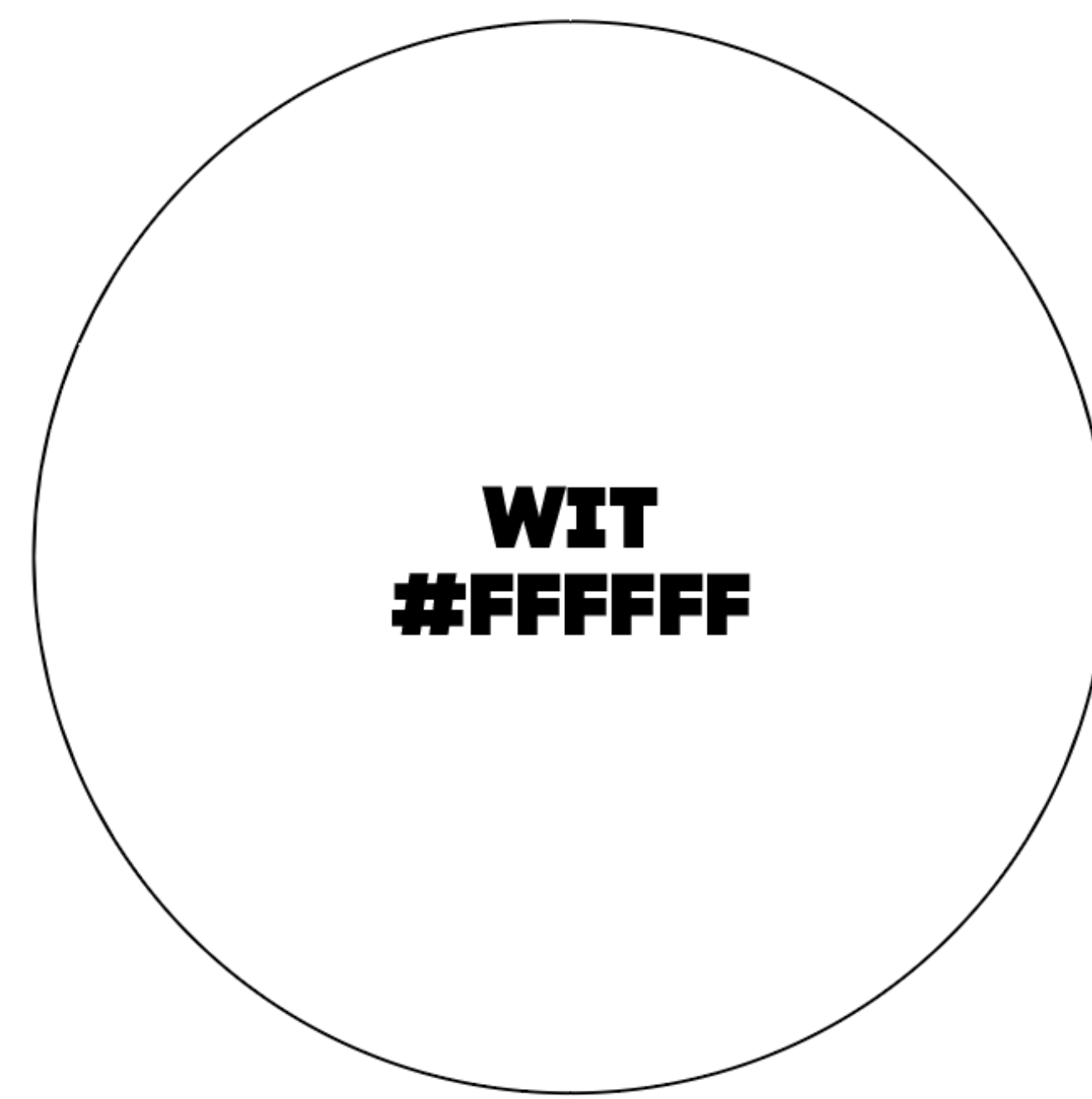
GROEN

LOGO

Met 'Groen' in onze naam, zou elke andere kleur dan groen een zwak statement zijn. Omdat we het frisse geluid in omroepenland vertegenwoordigen, kiezen we voor de allerfelste groen in het palet. Gecombineerd met zwart voor het sterke contrast en een vette, schreefloze letter voor extra opvallendheid.

Zo lanceren we onze omroep met een modern-activistisch logo dat haaks staat op de bestaande (soft groene) klimaatcommunicatie.

In het logo maken we 'Groen' groter dan omroep, om daar de nadruk op te leggen.



**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz**

Sharp Grotesk Bold 25

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz**

Sharp Grotesk Bold 20

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz**

Sharp Grotesk Bold 10

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz**

Sharp Grotesk Bold 15

CAMPAGNE

LATEN WE EERLIJK ZIJN

WANNEER WORD JE NOU NOG ERGENS LID VAN?

LAAT STAAN VAN EEN OMROEP (!)

**LID WORDEN VAN EEN OMROEP IS (NET ALS HET OMROEPBESTEL ZELF)
EEN BEHOORLIJK VEROUDERD FENOMEEN**

**MENSEN WORDEN GEEN LID VAN OMROEP GROEN OMDAT
ZE 'ERGENS BIJ WILLEN HOREN'**

OF OMDAT GROEN HUN POLITIEKE KLEUR IS

EN OOK NIET OMDAT ZE MEER NATUURPROGRAMMA'S OP TV WILLEN

**MENSEN WORDEN LID VAN OMROEP GROEN OMDAT ER EINDELIJK EEN OMROEP IS DIE
OPKOMT VOOR HUN EIGEN, PRACHTIGE, RONDE..**

AARDE

**DE AARDE
HEEFT
DRINGEND
NIEUWE
LEDEN
NODIG**

**OMROEP
GROEN**

**DE AARDE
ZOEKT
50.000
NIEUWE
LEDEN**

**OMROEP
GROEN**

AARDE

ZOEKT

LEDEN

OMROEP
GROEN

GEZOCHT:

**50.000
MENSEN
DIE ZICH
BEKOMMEREEN
OM DE
PLANEET**

**OMROEP
GROEN**

DE AARDE HEEFT DRINGEND NIEUWE LEDEN NODIG

‘Klimaat’ is abstract, ‘duurzaamheid’ is vaag, en de handelingsperspectieven van andere klimaatorganisaties zijn vaak te genuanceerd. Door onze ledenwerfcampagne rechtstreeks op ‘de aarde’ te richten, positioneren we onze omroep in één klap waar het om draait: je word lid van Omroep Groen omdat je zo lid wordt van de aarde. En wie wil dat nu niet?

Deze overkoepelende gedachte komt terug in alles wat we doen:

- de social campagne waarin de aarde op activistische en opdringerige wijze leden zoekt
- de manier waarop we verschillende media (pers, andere omroepen, etc) benaderen voor aandacht/zendtijd
- Hoe we ambassadeurs inzetten
- Welkomstkado & Merchandise
- Activaties & PR

**Het gaat niet goed met de aarde.
We hebben hem verwaarloosd.
Voor lief genomen.
Misbruikt zelfs.
En nu is 'ie uitgeput.
Afgepeigerd.
Leeg.**

**Daarom heeft de aarde aandacht nodig.
Niet alleen van dierenactivisten, wetenschappers en geitenwollensokken,
maar óók van de klimaatontkenners, de twijfelaars en de ongeïnteresseerden.
Van iedereen.**

**Daarom krijgt de aarde een eigen omroep. Omroep Groen.
Want met 'good old' publieke zendtijd, vol groene radio & TV-formats, klimaat-
apocalyptische series en groene streaming initiatieven,
kunnen we de aarde op een nieuwe manier de aandacht geven die hij verdient.
Zodat heel Nederland een beetje z'n best voor 'm gaat doen,
en 'ie er, stapje voor stapje, weer bovenop kan komen.**

**Om die omroep te kunnen starten hebben we dringend leden nodig.
50.000 om precies te zijn. Vóór 1 januari.**

**Word lid van de aarde.
Word lid van**

**OMROEP
GROEN**

TONE OF VOICE

Hij kan wel wat aandacht gebruiken, die planeet van ons. We zuigen hem helemaal leeg en doen niks voor 'm terug. Dat gevoel willen we ook in jullie identiteit leggen. Daarom benaderen we de aarde in jullie *tone-of-voice* als een soort entiteit:

geen prachtige moeder aarde, maar een wanhopige man van middelbare leeftijd.

Een cynische, hardwerkende man die gewoon een beetje begrip en steun nodig heeft, maar niemand die hem ziet. Hij raakt langzaam uitgeput, en is er wel een beetje klaar mee, dus besluiten wij, Omroep Groen, nog één roep om aandacht te doen.

Passend bij een Nederlandse omroep, kiezen we voor een directe, no-nonsense toon. Urgent, rebels en opdringerig, zoals het een echte activist betaamt. Maar altijd met een positieve knipoog, want Omroep Groen biedt nog hoop. We praten tegen jong en oud, groenmensen en klimaatontkenners. Daarom gebruiken we concrete en inclusieve taal.

STORIES



SOCIAL POST

 omroepgroen ⋮



DE AARDE
WILT
AANDACHT

25 likes

omroepgroen De aarde heeft dringend nieuwe leden nodig.
Word lid van Omroep Groen.

 omroepgroen ⋮



WORD
LID
VAN
→ **OMROEP
GROEN**

25 likes

omroepgroen De aarde heeft dringend nieuwe leden nodig.
Word lid van Omroep Groen.

SOCIAL POST

 **Omroep Groen**
Today at 19:33 · 



OMROEPGROEN.NL
De aarde heeft dringend nieuwe leden nodig.
Word lid van Omroep Groen

 Like  Comment  Share

 **Omroep Groen**
Today at 19:33 · 



OMROEPGROEN.NL
De aarde heeft dringend nieuwe leden nodig.
Word lid van Omroep Groen

 Like  Comment  Share

WEBSITE



INSCHRIJVING



INSCHRIJVING

10:22
Tikkie
Niet veilig — omroepgroen.nl

OMROEP GROEN

Ja, ik word lid voor eenmalig:

€ 5,72

€ 7,50

€ 10,-

Ja, ik wil een knikker

mijn gegevens:

voornaam tussenvoegsel

achternaam

1234* A huisnr. toev.

E-mail

KADO: WELKOMSTKNIKKER

We heten niet alleen Groen, we *zijn* het ook. Daarom geen gloednieuw welkomstkado (de aarde heeft spullen zat), maar iets tweedehands en symbolisch: een knikker in de kleur van de aardbol.

We bevestigen de knikker op een zwarte kaart, waardoor het nog meer op de aardbol lijkt, en het een soort mini-kunstwerkje wordt. Maar het is vooral een kleine reminder om niet met de aarde te kloten.



MERCHANDISE: NEE NEE NEE STICKER

Nieuwe leden krijgen de NEE NEE NEE sticker thuisgestuurd om op hun brievenbus te plakken, en zo de roep om groen te verspreiden, in activistische stijl.



LEDEN EN AMBASSADERUS WORDEN 'GROENTJES'

Nieuwe leden en ambassadeurs noemen we 'Groentjes'. Lid worden is immers de eerste stap in de goede richting. Via 'groene' BN'ers en ambassadeurs verspreiden we onze oproep.



STORIES



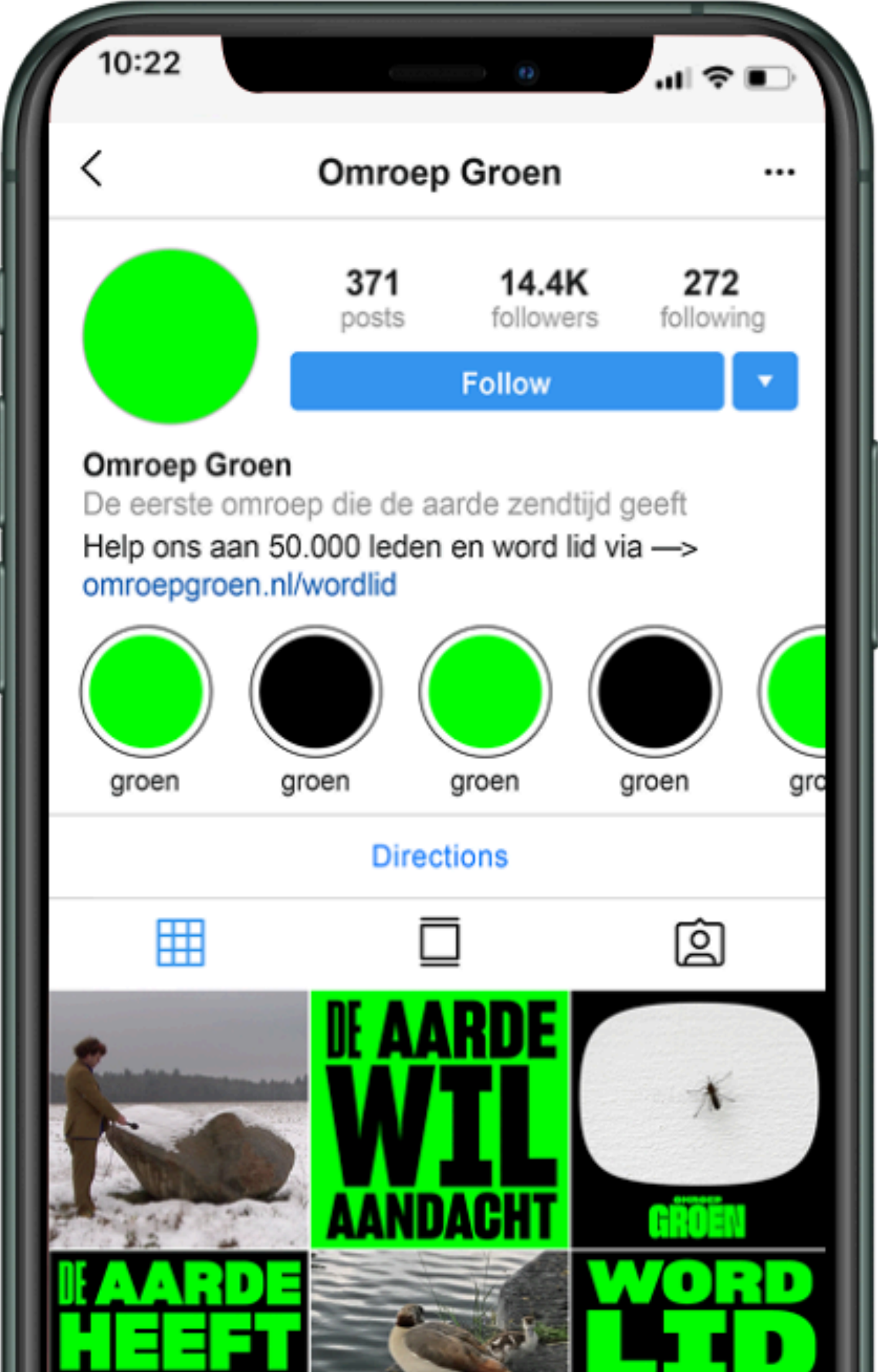
STORIES



FACEBOOK HEADER

The image shows a screenshot of a Facebook page header for 'Omroep Groen'. The page features a large, bold, green text overlay on a black background that reads 'DE EERSTE OMROEP DIE DE AARDE ZENDTIJD GEEFT'. The page layout includes a left sidebar with navigation options like 'Home', 'About', 'Photos', 'Reviews', 'Events', 'Posts', and 'Community', along with a 'Create a Page' button. The top navigation bar shows the user 'Unblast' and various icons for home, friends, messages, and notifications. Below the main text, there are buttons for 'Like', 'Follow', 'Share', 'Learn More', and 'Send Message'. A 'Status' section is visible with a prompt to 'Write something on this Page...'. The 'Community' section shows an option to 'Invite your friends to like this Page' and a notification that '100,000 people like this'.

INSTAGRAM KANAAL VAN OMROEP GROEN



SOCIAL CONTENT



SOCIAL CONTENT



SOCIAL CONTENT



SOCIAL CONTENT



AFTELLER

**DE AARDE
HEEFT AL
30.859
NIEUWE LEDEN
MAAR ZOEKT ER NOG 19.141**

PR

VERDIEPENDE LAAG IN PR

In de campagne omzeilen we expres een heet hangijzer, namelijk de inhoudelijke en genuanceerde invulling van wat klimaatverandering eigenlijk is. Ook spellen we niet letterlijk uit dat kennis hierover (het inzien van de acute ernst van het klimaatprobleem) de oplossing is om grote systemen in beweging te krijgen. Dat doen we expres omdat een (social) media campagne zich hier niet voor leent.

Maar deze verdiepende laag is wel nodig. Daarom is het belangrijk dat tegelijkertijd met de campagne, een PR plan wordt uitgerold. Het liefst zit straks in elk groot praatprogramma een/de ambassadeur. En staat elk dagblad vol met tenmiste één verdiepend artikel.

Als aanvulling hierop (niet ter vervanging van) hebben we een aantal PR waardige insteken.

AMBASSADEURS PER GENERATIE

Om een grote doelgroep te bereiken gaan we per generatie een ambassadeur zoeken. Zij zullen via hun eigen kanalen onze oproep verspreiden om zo meer leden te werven.

- Gen-Z (Max van Zon)
- Millennial (Saafi Graauw, Tim Hofman)
- Gen X (Marieke Eyskoot)
- Boomer (Antoin Deul)
- Stille Generatie (Jan Terlouw)



AARDE ZOEKT LEDEN

Voor de aarde maakt iedereen wel even tijd. Daarom vragen we verschillende Nederlandse media om zendtijd, radio minuten, krantenadvertenties en magazine covers, om onze dringende omroep te verspreiden.



GROENE TVC (LENGTE AAN TE PASSEN AAN DE GRATIS ZENDTIJD)



Er verschijnt een groene lijn op een zwart beeld, die vervolgens het hele scherm groen vult.



SFX: piiieeep



SFX: piiieeep



Onder begeleiding van SFX (tik, tak, tok, paf) verschijnen er woord voor woord titels in beeld: meer groen op tv



SFX: DSJ, BAF, BOINK
TITELS: word lid van de aarde
word lid van omroep groen



SFX: ploep
TITELS: www.omroepgroen.nl

ZONDER AARDE OOK GEEN ANDERE OMROEPEN

Of je nou liberaal, sociaal-democratisch, of streng gelovig bent, de staat van de aarde gaat iedereen aan. Want zonder de aarde zijn we nergens. Daarom is Omroep Groen ook een omroep waar je sowieso lid van moet worden. We worden 'de beste vriend' van bestaande omroepen en nodigen een aantal mediapersoonlijkheden van andere omroepen uit om aandacht te vragen voor Omroep Groen. Dit benadrukt het inclusieve karakter en genereert flink wat PR.

Headlines:

'John de Mol leent top presentatoren uit aan Omroep Groen.'

Eva Jinek wordt lid van nieuwe publieke omroep voor het klimaat.

BNNVARA roept leden op om óók lid te worden van Omroep Groen.

Advertentie in VPRO gids/achterban van andere omroepen:

'Leden van de VPRO, KRO en NCRV, er is een omroep waar je óók lid van moet worden.'



EXTRA

KRIJG OMROEP GROEN KADO

Naast een welkomstkado als je lid wordt van Omroep Groen, kunnen we mensen óók een Omroep Groen lidmaatschap kado doen. Handig, als we in de laatste fase van de ledenwerfcampagne nog leden te kort komen.

We gaan samenwerkingen aan met groene partners.

Krijg Omroep Groen kado als je..

- Donateur van Greenpeace wordt
- Voor meer dan 50 euro boodschappen bij de Ekoplaza doet
- Een energiecontract afsluit bij Vandebron

TAG JE GROENE VRIENDEN (EN MAAK ZE NÓG GROENER)

‘Groen gedrag’ is iets om trots op te zijn. Daarom vragen we mensen om hun ‘groenste’ vrienden te taggen en ze óók nog even lid te maken van de aarde.



TIKKIE VOOR DE AARDE

Om te benadrukken hoe makkelijk het is om lid te worden van Omroep Groen introduceren we een tikkie 'voor de Aarde'. We dagen mensen uit hun groenste vrienden een tikkie te sturen voor €5,72. Want voor een paar euro lid worden van de aarde, wie wil dat nou niet?



RECAP

1.

We zetten de aarde centraal.

1.

We zetten de aarde centraal.

2. POSITIONERING

Omroep Groen is niet een omroep **tegen**
klimaatverandering,
maar een omroep **vóór de aarde**.

1.

We zetten de aarde centraal.

2. POSITIONERING

Omroep Groen is niet een omroep **tegen** **klimaatverandering**,
maar een omroep **vóór de aarde**.

3. IDENTITEIT

Omroep Groen praat over de aarde als **entiteit**
(geen moeder aarde, maar een wanhopige
middelbare man).

1.

We zetten de aarde centraal.

2. POSITIONERING

Omroep Groen is niet een omroep **tegen** **klimaatverandering**,
maar een omroep **vóór de aarde**.

3. IDENTITEIT

Omroep Groen praat over de aarde als **entiteit**
(geen moeder aarde, maar een wanhopige
middelbare man).

4. CAMPAGNE

"De aarde heeft dringend nieuwe leden nodig."

NEXT STEPS

NEXT STEPS

- Akkoord/feedback op beeldmerk
- Akkoord/feedback op campagne assets & fasering
- Uitwerken
- Start productie (vanaf 30 juli)

AMBASSADEURS



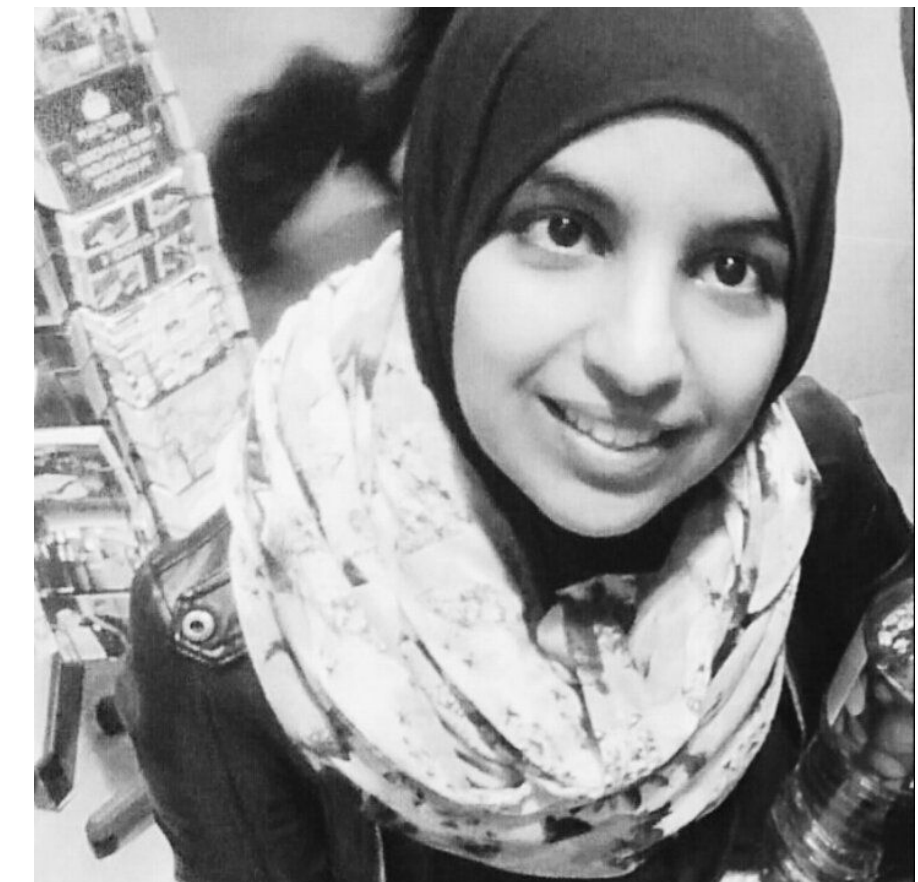
Safi Graauw
Jonge Haan



Jonata Taal*
De Buitendienst



Saskia Mulder
The Social Reporter



Kauthar Bouchallikht
Voorzitter Groene Moslims



Merel Wildschut
De Groene Meisjes

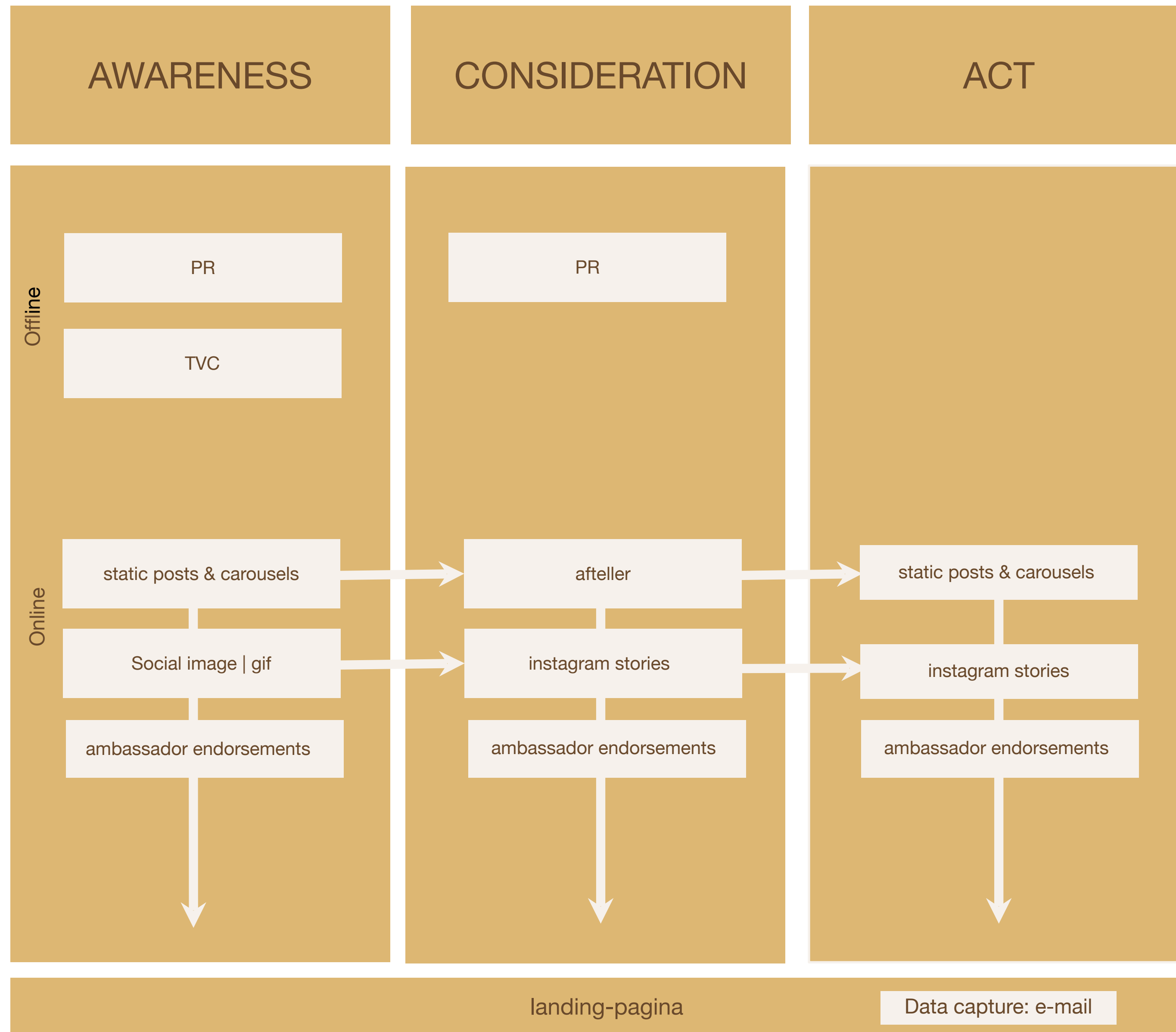


Kim van Sparrentak
Europarlementarier
GroenLinks



Antoine Deul
Nature's Narrative

CAMPAGNE-ARCHITECTUUR



THANK YOU!

GEEN PAY-OFF, WEL EEN POSITIONERINGS- EN WERVINGSCAMPAGNE IN ÉÉN

De reden dat jullie Omroep Groen de beste naam vinden, is ook de reden waarom wij denken dat je geen pay-off nodig hebt: de naam legt al veel uit.

In plaats van een allesomvattende regel die een duidelijke naam nog duidelijker probeert te maken, zijn jullie beter geholpen met een wervingscampagne die duidelijk maakt *waarom* je lid moet worden van Omroep Groen.