

BUJL



Feyenoord-City

Hoe krijgen we meer grip op de beeldvorming?

12032018

HUIDIGE SITUATIE EN ONZE AANPAK

- Vernieuwde hausse aan aandacht;
- Sentiment oude Kuip viert hoogtij;
- Veel ruimte voor negativiteit in media;
- Keuze voor nieuwbouw i.p.v. renovatie De Kuip is onvoldoende onderzocht, vindensupporters;
- Het is verkiezingstijd. Discussie met supporters, politiek etc. heeft nu weinig zin.

Aanpak in hoofdlijnen

- Tot aan verkiezingen gaan we niet openlijk in debat.
- We blijven goed uitleggen wat we doen en waarom. Waar nodig weerleggen wij feitelijke onjuistheden
- We staan open voor gesprek.
- We etaleren de mijlpalen (mobiliteit, SEP) die we bereiken.
- We communiceren (zodra mogelijk) via alle mogelijke kanalen over de keuzes die gemaakt zijn voor het nieuwe stadion ten aanzien van grasmat, seating etc.
- We informeren eigen medewerkers
- We denken na over de huidige naam?

WAT TE DOEN?

1. Informeren medewerkers Feyenoord
2. Ambassadeurs benoemen
3. Informatie blijven delen via website
4. Nieuwsbrief
5. One-pager facts and figures
6. In gesprek met critici
7. Media-aanpak
8. Communiceren over het sociaaleconomisch programma en mobiliteit
9. Naamgeving Feyenoord City
10. Verder
 - Meetings met supporters/politici
 - Marktonderzoek
 - Dashboard position paper
 - Campagne Feyenoord City panel

- Steunzenders zoeken

1. Medewerkers Feyenoord

De medewerkers van Feyenoord zijn stuk voor stuk ambassadeurs voor het project. Zij moeten optimaal betrokken zijn bij de ontwikkeling van het nieuwe stadion en weten wat de huidige status is.

Wanneer: zsm en on-going

Wie: Directieteam Feyenoord

2. AMBASSADEURS

Feyenoord City mist ambassadeurs; mensen die in het publieke debat openlijk kiezen voor een nieuw stadion en de gebiedsontwikkeling.

Te denken valt aan (oud)spelers, opiniemakers of wetenschappers.

- Suggesties: Spelers (Kuijt of Van Persie); opiniemakers (Sander de Kramer).

Als spelers niet openlijk deze rol aandurven, kunnen we kiezen voor een alternatief waarbij ze indirect steun verlenen. Bijvoorbeeld. Spelers maken virtual reality-toer door het nieuwe stadion en tonen zich enthousiast over sfeer, veld, entourage, kleedkamers etc.

VR-toer is daarna ook beschikbaar voor supporters/Rotterdamers.

Wanneer: Na verkiezingen

Wie: Feyenoord checkt spelers; Bijl checkt Sander de Kramer

3. INFORMATIE BLIJVEN DELEN

Vragen beantwoorden op de website in de rubriek: Hoe zit het nu?

- Het stadion wordt toch geen sfeerloze betonnen bak?
- Betaalt Feyenoord mee aan het hele Feyenoord City-plan? - Wat is er met de expertise-interviews gedaan?
- 300.000 dagjesmensen, is dat niet veel te hoog ingeschat?
- Is het besluit van de gemeenteraad echt definitief?

- Koerst Feyenoord 'blind' af op het nieuwe stadion? - Is het nieuwe stadion niet veel te duur?

Beoogd effect:

Onjuistheden wegnemen. Laten zien dat we alle vragen beantwoorden, transparant en duidelijk zijn over details.

Wanneer: On-going

Wie: Bijl; antwoorden worden uiteraard altijd gecheckt binnen Feyenoord (City).

4. NIEUWSBRIEF

We versturen een nieuwsbrief met een selectie uit de recente artikelen/vragen op de website. Deze gaat nu naar zo'n 12.000 emailadressen.

Via de Feyenoord nieuwsbrieven worden supporters gewezen op de mogelijkheid zich te abonneren op nieuwsbrief Feyenoord City.

Beoogd effect:

Doelgroep geïnformeerd houden met de juiste informatie. Niet gekleurd door media of wie dan ook, maar vanuit onszelf.

Wanneer: 18 maart en daarna elke maand

Wie: Bijl

5. ONE PAGER FACT & FIGURES

One-pager met facts en figures over Stadion en Feyenoord City.

Elementen zijn onder meer :

- Bouwkosten
- Financiering
- SEP
- Data, m2, bezoekers
- Stadion
- Planning
- Mobiliteit.

De One-pager delen we uit waar mogelijke en delen we ook met de media en via sociale kanalen.

Voor de website maken we een digitale versie. Deze is klikbaar, alle cijfers en data zijn controleerbaar en verwijzen naar de rapporten, bronnen etc. op de website van Feyenoord City

Beoogd effect:

Elke onduidelijkheid over juiste cijfers wegnemen. De enige juiste bron van informatie; beschikbaar maken in duidelijk plaatjes.

Wanneer: papieren versie 20 maart gereed.

Wie: Bijl

6. IN GESPREK MET CRITICI

We nodigen mensen die zich kritisch uitlaten in de media uit voor een gesprek. Uitnodigingen zijn al verstuurd naar [REDACTED] en [REDACTED].

Beoogd effect:

Critici milder stemmen over plannen en de juiste informatie bieden, zodat ze een juist geïnformeerd oordeel hebben in plaats van een die op aannames is gebaseerd.

Wanneer: Uitnodigingen zijn gedaan. Gesprekken TBD, in ieder geval pas na verkiezingen.

Wie: Bijl iov met Carl/Frank

7. MEDIA-AANPAK

Interviews en artikelen over/met:

- AD – Interview David Gianotten/Frank Keizer: Hoe maak je van 1600 eisen een stadion?
- Diverse media – Voorcontract Social impact met gemeente Rotterdam.
- AD – Interview met Armand Salomon/Ton Strooband mbt start multisportclub
- Diverse media - Mobiliteitscontract
- Storytelling: Welke lessen kunnen we leren van andere stadions? We delen verhalen over Arsenal, Tottenham, Bayern, Atletico etc. (delen op eigen media maar kan ook via artikel in bijvoorbeeld De Telegraaf)

We denken nog na over een bijeenkomst met journalisten om bij te praten over Feyenoord City. Dit is een goede mogelijkheid om misverstanden weg te nemen. Vraag blijft daarbij wie namens Feyenoord(City) de woordvoerder is.

Beoogd effect:

Duidelijkheid over onduidelijkheden; vertrouwen/relatie kweken

Wanneer: On-going; waar nodig na officieel afsluiten contract. Artikel Gianotten/Keizer verschijnt 17 maart.

Wie: Input; Feyenoord (met name input andere stadions)
Media afstemming - Bijl in nauw overleg met Raymond Salomon

8. SOCIAAL ECONOMISCHPROGRAMMA EN MOBILITEIT

Korter termijn:

Communicatie over:

- Contracten met de gemeente (mobiliteit en SEP)
- Start multisportclub.

Iets langere termijn

Actieve communicatie over onderdelen sociaal economisch programma. Wat zijn de concrete acties (Quick wins) die direct voordelen voor Zuid en de mensen op Zuid opleveren? Hierbij laten we ook zien wat Feyenoord nu allemaal al doet. Mogelijk zichtbare acties (ideeën zijn uitgewerkt) zijn:

- Pop-up informatiecentra Feyenoord City in de gebieden op Zuid gerund door stagiaires HBO en MBO scholen olv manager Feyenoord (City)
- Studenten kunnen een van de clubs binnen de multisportclub.

- Start clinics op Zuid.

Beoogd effect:

We laten zien dat we afspraken nakomen; we laten zien wat Feyenoord (City) voor Zuid kan doen; we maken het hele concreet (stages voor jongeren; sport voor jongeren op Zuid)

Wanneer: Start zodra contracten worden gesloten.

Wie: Ton Strooband/Jan van Merwijk/Jan de Jong ism Bijl

9. Nadenken over naam Feyenoord City

We moeten durven nadenken over de naam Feyenoord City.

- Is Feyenoord City nog wel de juiste naam?
- Is het niet te megalomaan?
- Trekt het investeerder aan of stoot het ze af?
- Leidt het niet tot teveel misverstanden?

We verwijzen korthedshalve naar de discussie in Directieteam van 12 maart 2018.

Wanneer: TBD

Wie: Directieteam Feyenoord

EN VERDER

- Steunzenders zoeken, boegbeelden die zich durven uitspreken:
- Wie?

- Opiniëartikel?
- Adriaan Visser? Burgemeester Aboutaleb? Anderen?
- Meetings met supporters
- Wanneer? Na verkiezingen
- Marktonderzoek
- Drie groepen: business, algemeen, seizoenkaarthouders.
- Geeft inzicht in draagvlak
- Eventueel samen met gemeente (Draagvlak, Onafhankelijkheid)
- Dashboard position paper
- Hoe ver zijn we met de realisatie van de voorwaarden van de gemeente: we laten dit zien in een dashboard op de website. Boodschap: Transparantie over proces
- Campagne Feyenoord City panel
- We vragen supporters, omwonenden en Feyenoord Facebookfans zich aan te melden voor het panel waarin we ze periodiek vragen kunnen stellen over bepaalde onderwerpen. Zo bereiken grotere groep voorparticipatie en laten we aan gemeente zien dat we dit serieus nemen

Wanneer: TBD.

Wie: In discussie

