

Bijlage J - Casus Wereldbiodiversiteitsdag 2024

Versie: 1.0, d.d. 21 december 2023

1. Inleiding

Wij zijn [Naturalis Biodiversity Center](#). Fascinatie voor biodiversiteit, dat is ons fundament. Hoewel steeds meer wordt erkend dat biodiversiteit van onschatbare waarde is voor komende generaties, wordt het aantal verschillende soorten aanzienlijk verminderd door menselijke activiteiten. Om het belang van publieke kennis en bewustzijn over dit onderwerp te benadrukken, hebben de Verenigde Naties in 2000 de jaarlijkse 'International Day for Biological Diversity' ingesteld. Op deze dag wordt aandacht gevraagd voor alles wat op aarde leeft.

Op woensdag 22 mei 2024 is de eerstvolgende Internationale dag van de biodiversiteit. Deze dag biedt de gelegenheid voor Naturalis om het begrip 'biodiversiteit' onder de aandacht te brengen, om aandacht te vragen voor biodiversiteitsverlies en -behoud en om lopende onderzoeksprojecten en de resultaten uit te lichten.

Naturalis is deze dag (bij uitzondering) gratis toegankelijk en de openingstijden zijn verruimd van 10.00 tot 21.00 uur 's avonds.

2. Doelgroepen

De communicatie en programmering richt zich op onze familiedoelgroep genaamd *Frenk & Diana* en hun (klein)kinderen (4-12 jaar). Deze doelgroep is als volgt omschreven.

- *“We staan vol in het leven en genieten van samen zijn met ons gezin en onze vrienden. We werken en zijn graag (samen) thuis en in onze vrije tijd sporten we en gaan we er op uit. Dat doen we samen met onze kinderen en ook wel alleen. We zijn opgegroeid in het digitale tijdperk en zijn eigenlijk een beetje verslaafd aan onze mobiele telefoon. We kopen meer online dan in een winkel, streamen en kijken series. Lineair televisie kijken doen we steeds minder. We zijn altijd geïnteresseerd in nieuwe technologische snufjes en houden van gadgets. We gaan graag de stad in en naar de markt. Voor onze boodschappen en even lekker onder de mensen te zijn. We genieten ook van de natuur. Wandelen met de hond, fietsen en naar het bos of het strand gaan om te relaxen en te liggen in de zon. Echte natuurkenners zijn we niet, alhoewel we wel stil staan bij een schone straat en ook denken aan het milieu. Qua budget maken we keuzes in onze uitjes. Attractieparken vinden we echt het einde, omdat we van spanning en iets spectaculairs houden. Musea bezoeken we weinig, want die vinden we over het algemeen saai. Als we wel voor een museum kiezen is het om eens iets nieuws uit te proberen. Het moet vooral een gezellig dagje uit zijn, en de (klein)kinderen moeten zich vermaken. We vinden doe-dingen en activiteiten belangrijk en vinden het leuk om iets te leren over onszelf.”*

- Sociodemografie van de doelgroep *Frenk & Diana*: woonachtig in de Randstad, middelhoog opgeleid, modaal inkomen
- Media van de doelgroep *Frenk & Diana*: Telegraaf, RTL Boulevard, Klokhuis, NijntjeTV, Donald Duck, Wild van Freek, Radio 538, SBS6, Ouders van nu, Quest, StukTV, Videoland, Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter (early adopters, kopen de laatste gadgets en producten)

3. Doel

Naturalis wil mensen verliefd maken op de natuur. Want waar je van houdt, daar zorg je beter voor. Dit doen we door te laten zien hoe mooi de natuur is, én door kennis te delen over biodiversiteit en de bedreigingen waarmee veel soorten worden geconfronteerd.

Communicatiedoelstelling

- De merkbekendheid van Naturalis vergroten.
- Naturalis positioneren als hét kennisinstituut op het gebied van biodiversiteit.
- Wereldbiodiversiteitsdag claimen.

Campagnedoelstelling

- 500.000 mensen bereiken
- 5.000 bezoekers voor de pagina naturalis.nl/biodiversiteitsdag
- 15.000 museumbezoekers realiseren (van woensdag 22 tot en met zondag 26 mei), waarvan 25% online ticketverkoop direct gerealiseerd door de campagne

4. Boodschap

De biodiversiteit staat onder druk, soorten sterven uit en dit heeft vergaande gevolgen. We hoeven niet lijdzaam toe te kijken, maar kunnen ervoor zorgen dat het tij keert. We willen mensen laten weten wat biodiversiteit is, dat de natuur onmisbaar is voor ons leven op aarde en dat Naturalis hier onderzoek naar doet. Dit willen we doen door ons werk, onze passie en onze kennis te delen. We willen biodiversiteit toegankelijk maken, drempels verlagen. Kennis delen om mensen begrip te laten krijgen en enthousiast te maken. Daarom vieren we deze dag met elkaar bij Naturalis in Leiden: 'het huis van de biodiversiteit'.

Campagneboodschap

Vier met ons al het leven op aarde! Op Wereldbiodiversiteitsdag, woensdag 22 mei, is Naturalis gratis toegankelijk én langer open voor iedereen die meer wil ontdekken over de natuur.

5. Strategie

Biodiversiteit is van belang voor iedereen, en we willen de drempel verlagen voor iedereen die meer wil ontdekken over de natuur. Dit gaan we doen door Naturalis één dag gratis toegankelijk te maken en de openingstijden te verruimen. Op woensdag 22 mei 2024 zijn we gratis toegankelijk en open van 10.00 tot 21.00 uur 's avonds.

Focus van de campagne is doelgroepen welkom heten in ons huis, het 'huis van de biodiversiteit'. Voor een prettige bezoekerservaring is het van belang dat mensen voor hun bezoek een ticket reserveren via naturalis.nl/biodiversiteitsdag.

Middelen

Voor de campagne zijn de volgende middelen beschikbaar:

- Er is een campagnepagina (naturalis.nl/biodiversiteitsdag) met alle informatie over Wereldbiodiversiteitsdag en Naturalis, de programmering en een link naar tickets.
- Er is een campagnevideo die zowel staand als liggend kan worden gebruikt, en versneden kan worden tot kortere fragmenten.
- Er is een statische campagne-uiting (voor drukwerk en online), in alle gewenste formaten beschikbaar.

6. Budget

Het totale budget voor de campagne is € 40.000, exclusief BTW.

7. Opdracht

De inschrijver wordt gevraagd om een voorstel voor de media-inkoop te doen zodat de doelstellingen van de campagne binnen het gestelde budget worden gerealiseerd. Het voorstel dient minimaal aandacht te besteden aan:

- Welke communicatiemiddelen worden ingezet?
- De onderbouwing voor de gekozen communicatiemiddelen.
- De planning van de campagne.