

Spraakmakers van de straat

Wie zijn de spraakmakers van de straat?

Een geïntegreerd persoon binnen de straat cultuur voornamelijk personen met een multiculturele achtergrond, woonachtig in Amsterdam of Den Haag. Deze doelgroep valt binnen de leeftijdscategorie 25-45 jaar. Ze vinden hun rust door creatieve, levendige, urban plekken op te zoeken. Ook halen ze hier hun inspiratie uit. Daarnaast is een terugkerend thema binnen deze plekken 'vrijheid'. Mensen kunnen zijn wie ze willen zijn en de sociale druk moet er laag zijn. Veel van hen zijn zzp'er of werken deeltijd en hebben MBO of HBO gestudeerd. Het openbaar vervoer, de fiets of te voet zijn de voornaamste manieren waarop ze zich vervoeren.

Waar wonen ze?

Onze doelgroep bevindt zich in de wijken in of net buiten het centrum (denk aan de stadshavens en/of voormalig industrieterrein en in de arbeiders-/volkswijken). Het zijn wijken waar een groot community gevoel heerst, er is een grotere sociale cohesie dan in het centrum.

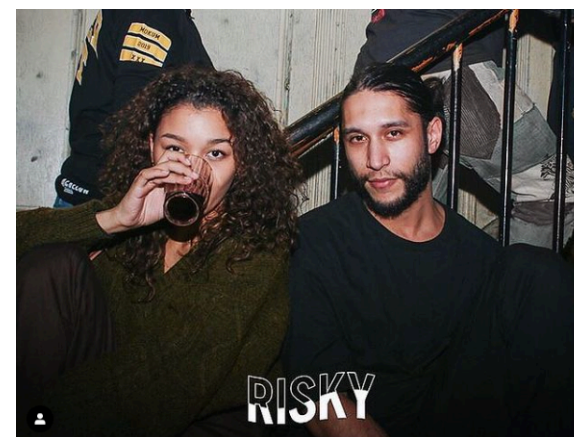
Levensstijl

Ze stellen geld niet als prioriteit, ook zijn ze bekend of soms zelfs opgegroeid binnen de kunst en cultuur sector. Ze zijn tolerant naar andere groepen mensen en naar hun eigen community. Ze staan er voor open de jongere generatie nieuwe dingen te leren over street culture. Het zijn vrijheids zoekers die graag ongestoord hun eigen ding doen.

Hoeveelheid vrije tijd

Ze hebben minder vrije tijd dan vroeger. Ze werken vaak in deeltijd banen en zijn hiernaast veel bezig met hun hobbies/vrienden en het verbreden van hun culturele kennis. Hiernaast is er een groot deel (net) ouders waardoor ze minder flexibel zijn dat voorheen.

DOELGROEP MERAKI



Wat doen ze in hun vrijetijd?

Vaak zijn ze bezig met het uitvoeren van hun hobbies binnen de street culture, dit gebeurt veel op straat. Hiernaast bezoeken ze ook verschillende uitgaansgelegenheden, deze hebben vaak een culturele en urban twist. Denk hierbij aan de NDSM werf, Chinatown, Urban-/sktashops, ateliers. Vaak op plekken waar veel en gevarieerd aanbod te vinden is.

Favoriete merken

Vintage shops zijn erg populair maar ook duurdere merken zoals Supreme, Patta, Nike (SB/Jordan), Adidas, WOEL, GOLF, Daily Paper, Heron Preston. Ze hebben vaak een goed doordachte stijl, ze zijn kritisch en vaak hebben ze een grote liefde voor sneakers. Ook promoten ze vaak hun favoriete organisaties door hier merchandise van te dragen (denk aan Operator, YardBird, WOOHAH etc.)

Media (specificeren van platformen en andere media) en online gedrag.

Soundcloud, Spotify, Vice, Instagram; organisaties van hun favoriete event, Patta TV, Sneaker accounts, Nike Sneakers (app), SNS (app), Facebook (voornamelijk voor evenementen), Netflix, ze letten ook veel op stickers en andere buitenreclame.

Hoe bereiken we deze spraakmakers?

Ze blijven veel in hun eigen omgeving en hebben voornamelijk contact met hun eigen communities. Manieren waarop wij de spraakmakers kunnen bereiken is dus door die communities in kaart te brengen en hierop in te spelen. Dit door middel van een combinatie van online en offline reclame.

Online reclame

Meraki probeert samen te werken met verschillende bekende merken binnen deze communities in Amsterdam, Den Haag en Eindhoven (denk aan kleding merken, populaire food spots etc.). Ook met populaire instagram accounts. Denk hierbij aan een samenwerking tussen bijvoorbeeld een sneaker account of een fashion blogger.



Offline recalme

We willen de doelgroep bereiken via offline recalme d.m.v. stickers, posters, visitekaartjes, flyers en vooral ook veel mond tot mond reclame. Dit willen we doen door zelf naar de plekken te gaan waar deze mensen het meest tijd besteden.

Drempels

Het is een andere stad, voor sommige zal dit dus als te ver beschouwd worden (denk voornamelijk aan Eindhoven). Ook heerst er tussen Amsterdammers en Rotterdammers soms nog een rivaliteit.

Partners binnen Amsterdam, Den Haag en Eindhoven

Amsterdam

NDSM werf, grootste skatepark van Nederland, Broedplaats contact, Maha, Kult & Ace, Urban Resort, De Kids van Amsterdam Oost

Den Haag

Concrete jungle, DCR Broedplaats,

Eindhoven

Area 51, EMoves Urban Cultre festival, Sectie C, Berenkuil, Striip S, Striip T+R, Plan B, Hallenweg, Kanaalzone, Fuutlaan

