





Why wait for
the weekend?

Tijd om los te breken van je weekendtraditie, tijd voor nieuwe ontdekkingen, nieuwe muziek, nieuwe prikkels. Bij FOMO krijg je live-acts, aanstormend talent en onverwachts entertainment. Nooit hetzelfde, altijd fissa. Wie houdt er nog van hokjes-denken anyway? De chaos bewaren voor het weekend? Stop. Wij zijn er voor de die anti 9 tot 5'ers. De doen-waar-je-zin-in-hebt mensen. Geen vaste dagen, maar spontane daden. Onregelmatig als je Temper-rooster. Elke. Week. Weer. De stad schreeuwt om meer weekend. En wij juichen terug.

Voel je de FOMO?

A close-up photograph of a woman with blonde hair and bright blue eye makeup. She is looking down and drinking from a wine glass filled with a golden liquid. The word 'Fomo' is overlaid in white text on the left side of the image.

Fomo

Verlangen

Door de steeds korter wordende spanningsboog van jongeren, is er behoefte aan een nieuw en vernieuwend uitgaansconcept. De dinsdag wordt steeds populairder in de studentencultuur. Het standaard weekend riedeltje met weer dezelfde DJ's en weer dezelfde mensen is passé. Ze zijn toe aan vernieuwing. Een avond zo leuk dat het de woensdag-kater dubbel en dwars waard is.



Fomo

Missie

Een enerverende avond neerzetten die studenten triggered om weer écht uit te gaan.

A close-up photograph of a person's hand holding a thick stack of Euro banknotes. The hand is adorned with a large, ornate diamond ring. In the foreground, the corner of a playing card, the Ace of Diamonds, is visible. The word 'Fomo' is overlaid in white text on the left side of the image.

Fomo

Visie

Een avond creëren waar de verwachtings drempel laag is, om deze vervolgens volledig te overtreffen. Het weekend MOET tegenwoordig leuk zijn, vooral op social media. Op een dinsdag is dit verwachtingspatroon er niet. Hierdoor zijn wij vrijer in onze creatieve keuzes en voelt het publiek zich vrijer in het moment. Win win.



Fomo

Unique selling points

- > FOMO is geen feest, maar een ervaring
- > Het uitgaansaanbod voor 18-jarige is minimaal. Wij vinden dat iedereen moet kunnen genieten van het Amsterdamse nachtleven en alle clubs die zij rijk is, dus ook mensen van 18 tot met 21 jaar oud.
- > Een frisse line-up. Een muzikale verrassing. Elke week is anders. Elke week is een ervaring.
- > Wij willen herinnering maken en in het moment leven. Zien en gezien worden doen wij niet aan. Het is tijd om weer van elkaars gezelschap te genieten.
- > Oneindig entertainment. Van special effects tot live-acts. Een nacht met ons is meer dan alleen muziek.
- > Een samenwerking met het bekende broekenmerk FOMO. Dit zorgt voor extra exposure en een groter bereik.



Fomo

kernwaarde

- > Innovatief
- > Glamour
- > Mysterieus



Fomo

doelgroep

FOMO richt zich op de beginnende student (18-22) die net naar Amsterdam is verhuisd of er al wonen. Zij zijn net het uitgaansleven aan het ontdekken en staan open voor het maken van nieuwe vrienden. Deze studenten vallen onder generatie Gen Z. Het is de groep die nog niet gebonden is aan een vaste baan en een flexibel schoolrooster heeft, met weinig contacturen.



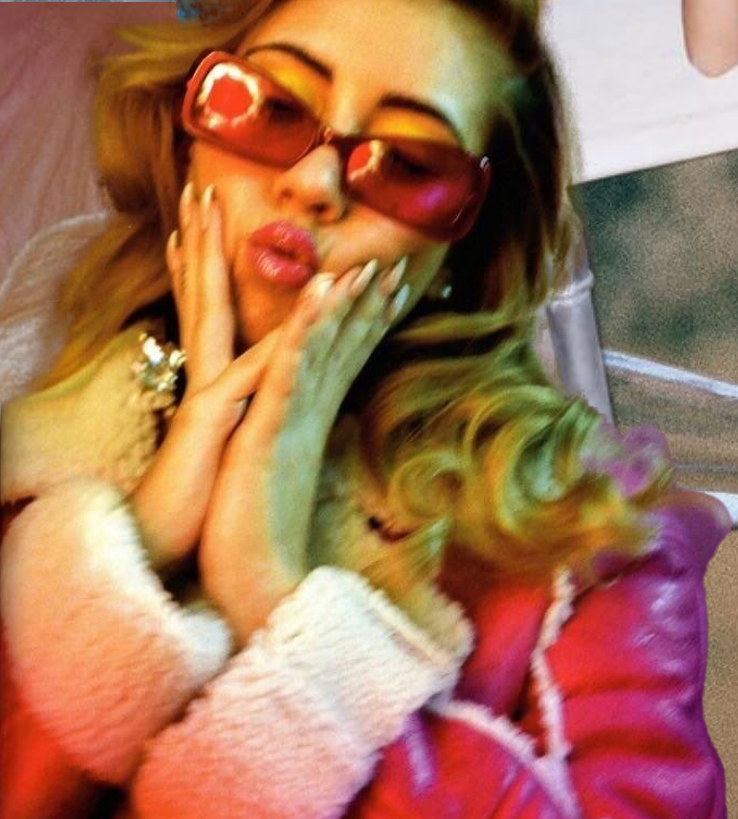
ijk persoon
Luna

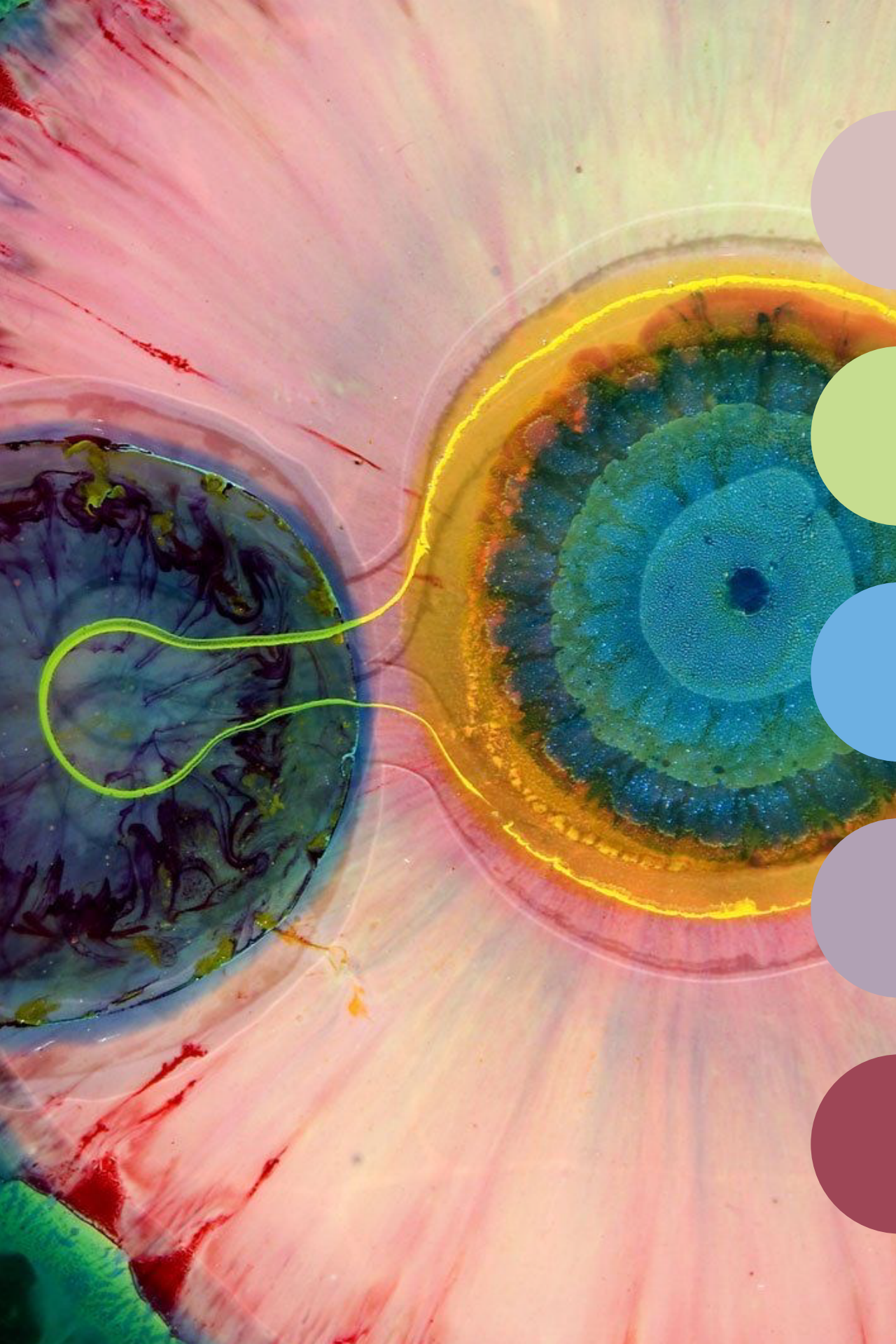
Luna is net verhuisd naar Amsterdam en begonnen aan haar studie communicatiewetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam. Ze is kort geleden lid geworden van het Amsterdams Studenten Corps om zo snel mogelijk nieuwe vrienden te maken in de nieuwe stad. Ze is nog erg op naar haar eigen identiteit en plek in deze grote stad. Ze is zoekende naar een leuke uitgaansplek in Amsterdam waar ze als 18-jarige al naar binnen mag. Ook gaat ze in het weekend graag nog terug naar haar ouders om haar oude vriendinnen te zien.



ijk persoon
melle

Melle is influencer en kent al veel mensen in de stad. Hij komt op alle hippe plekken en wordt uitgenodigd voor exclusieve feesten. Toch is hij klaar met het standaard uitgaan en de zien en gezien worden cultuur die hierom heen hangt. Hij wilt niet meer constant dezelfde mensen tegenkomen en tijdens een avondje uit een keertje niet naar zijn telefoon kijken. Ook is hij toe aan vernieuwing en een keertje wat anders dan de standaard Amsterdamse DJ's die hij inmiddels allemaal al bij naam kent.





Pale pink



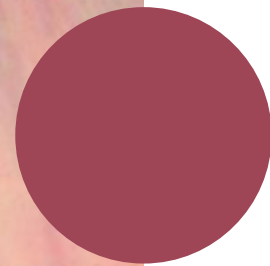
Green crayola



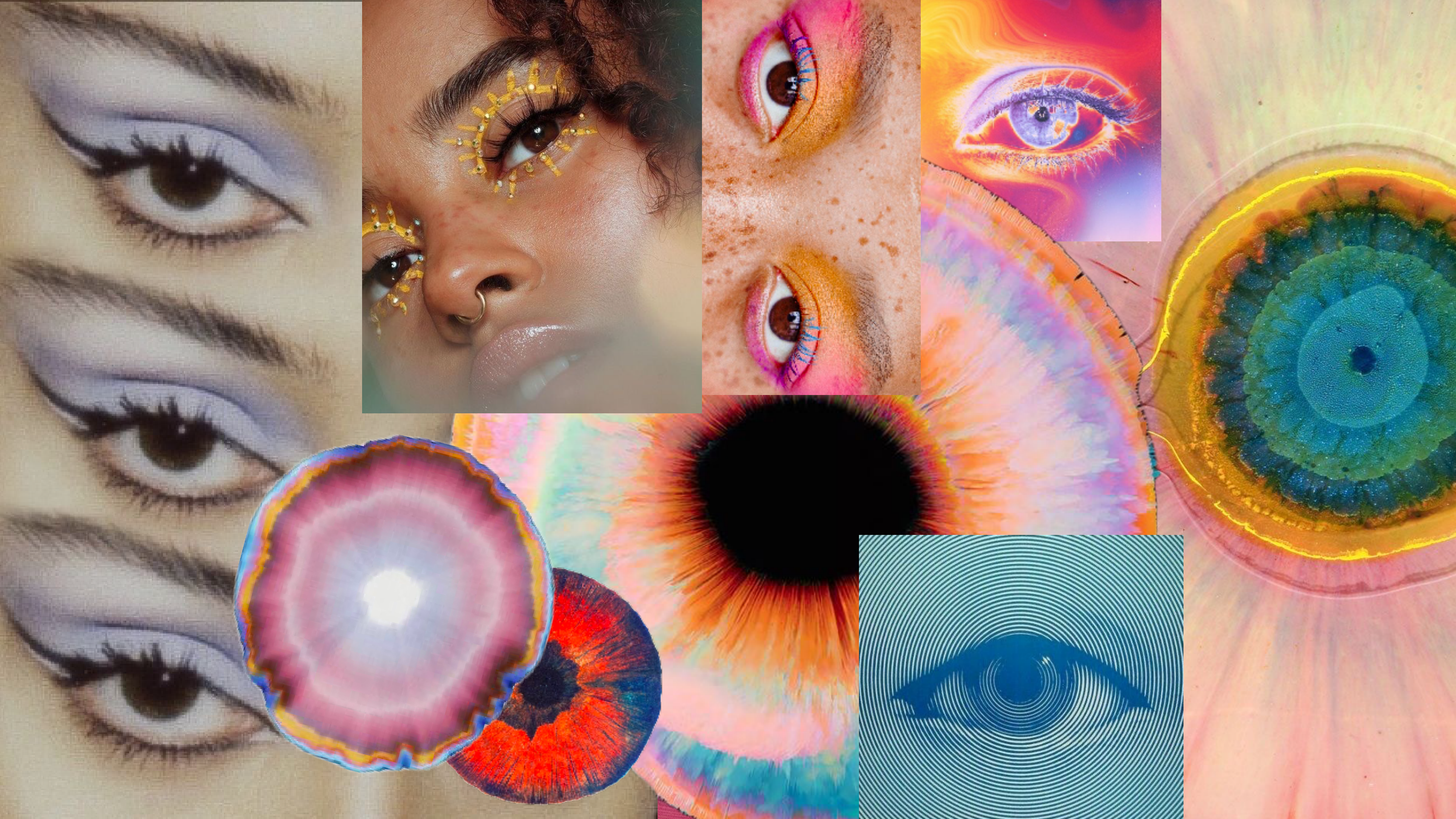
Vivid sky blue

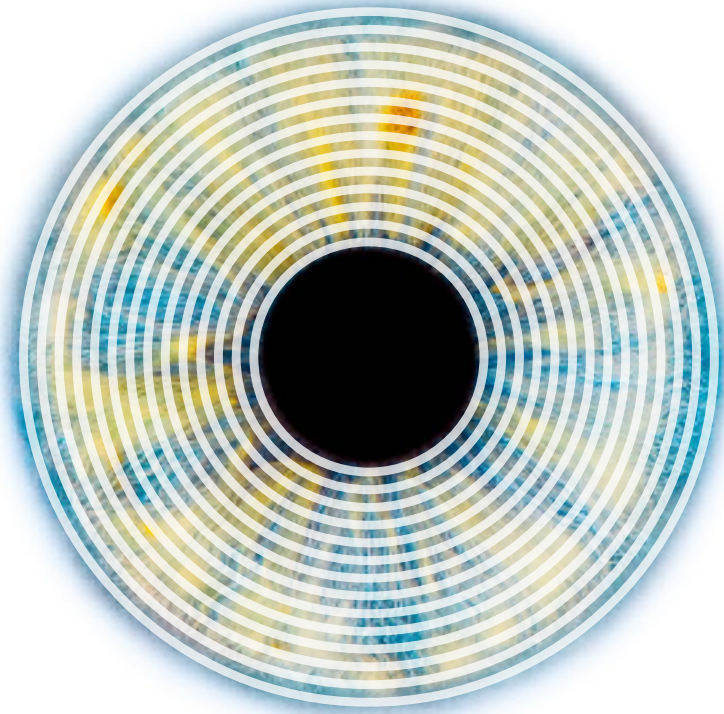
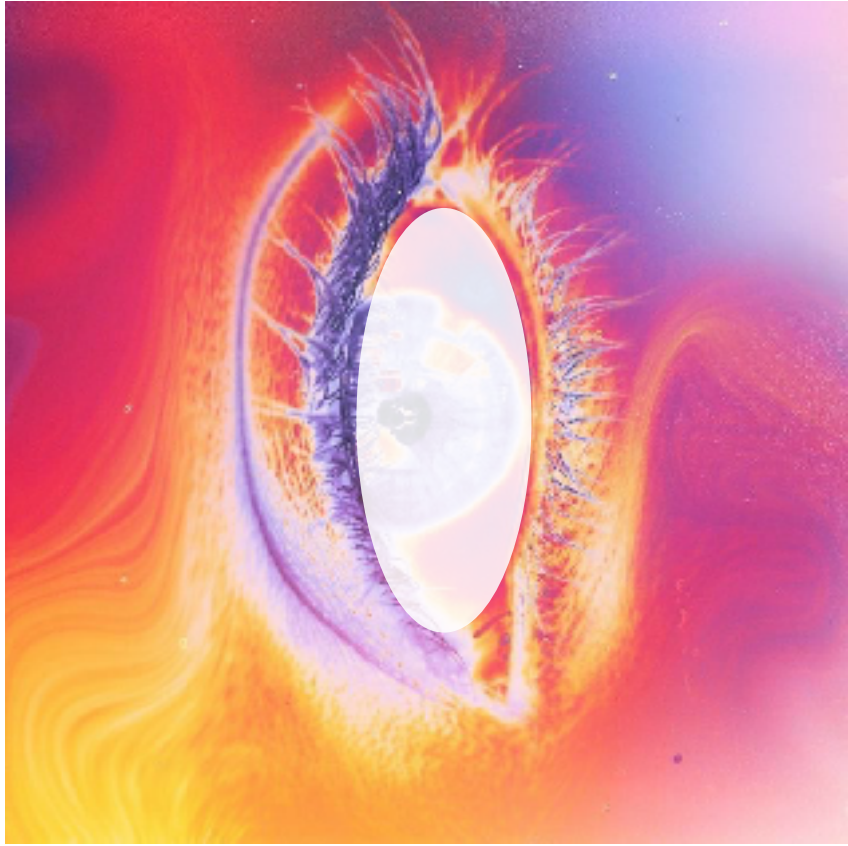


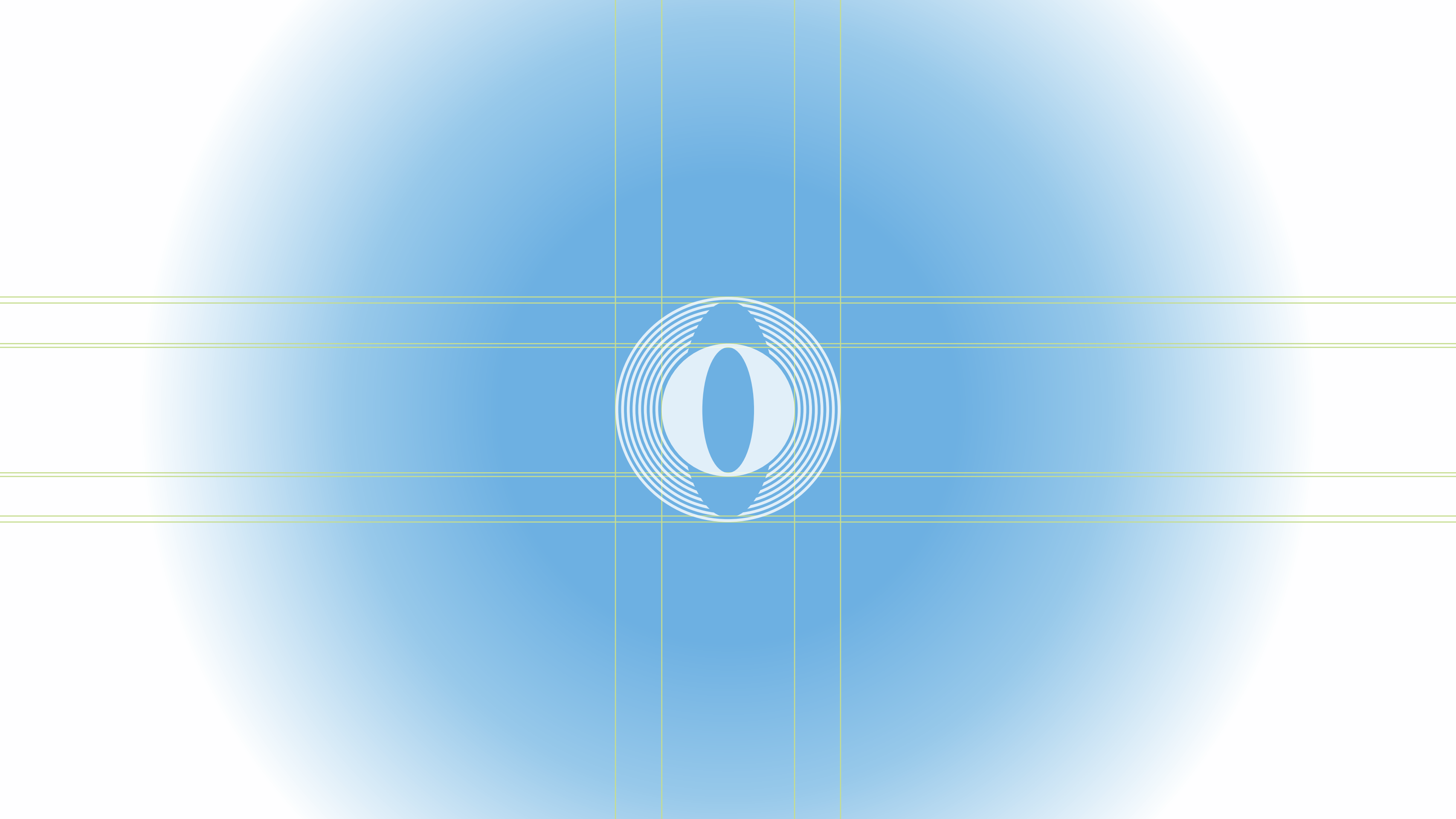
Thisle

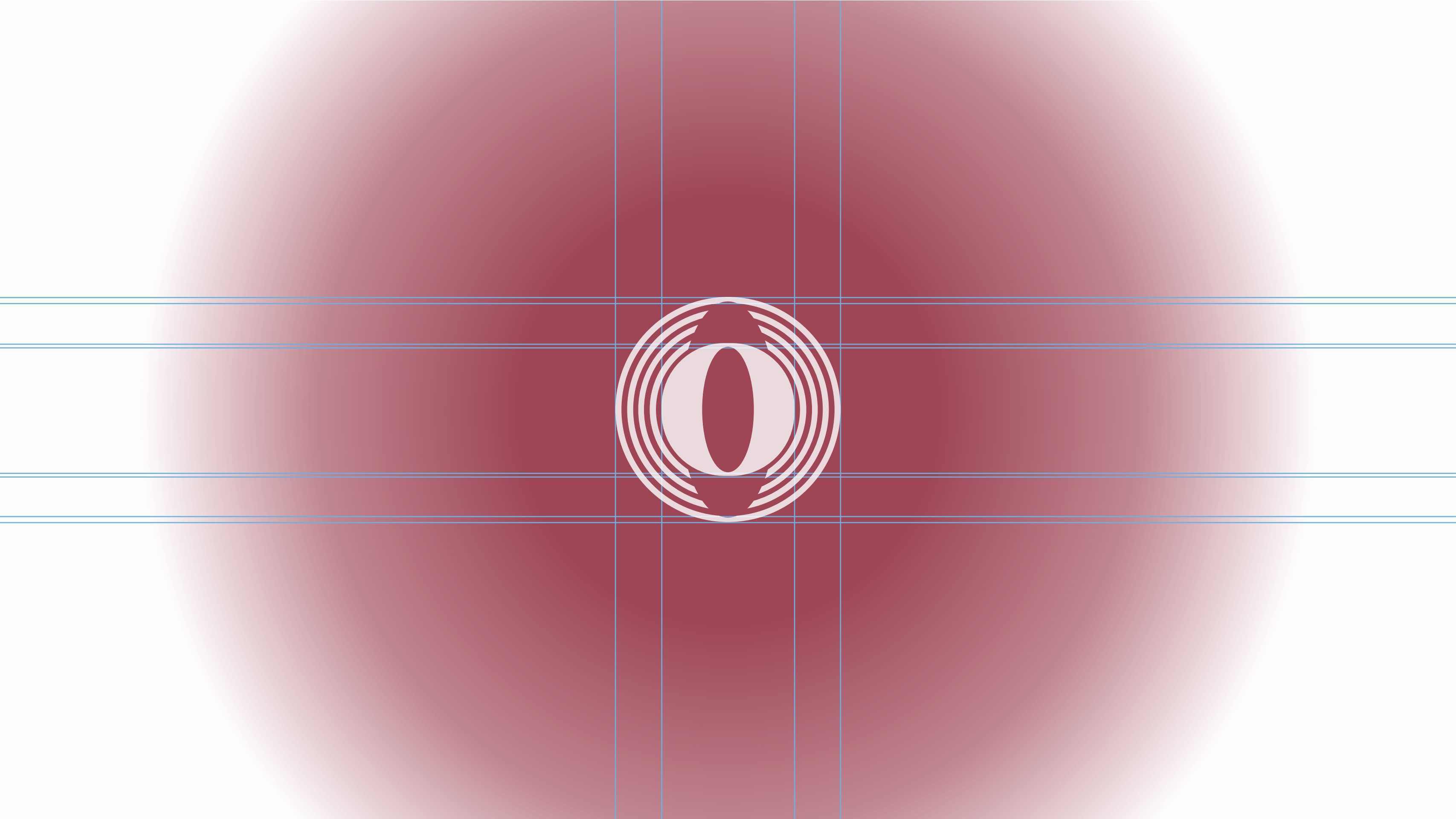


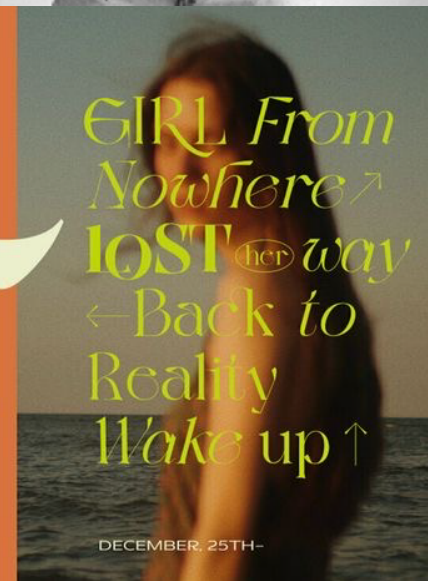
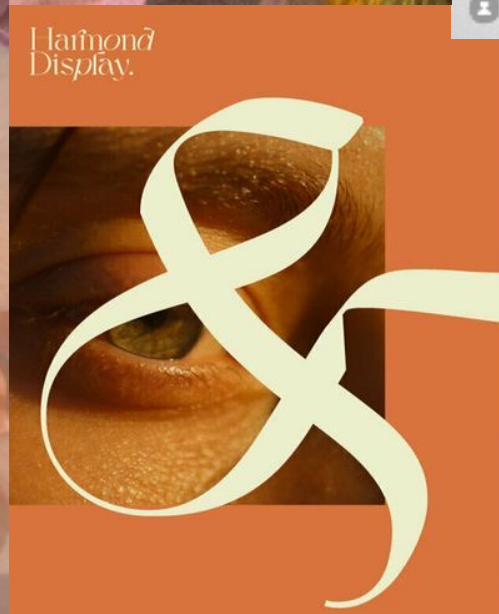
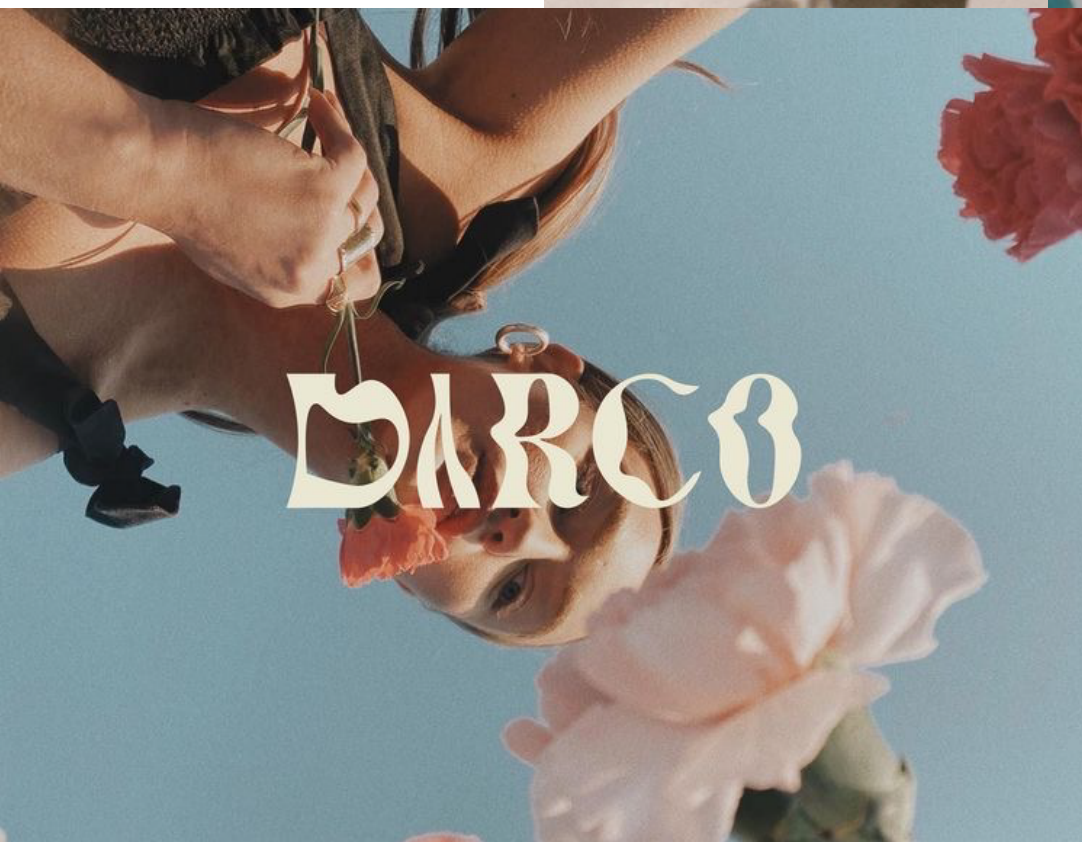
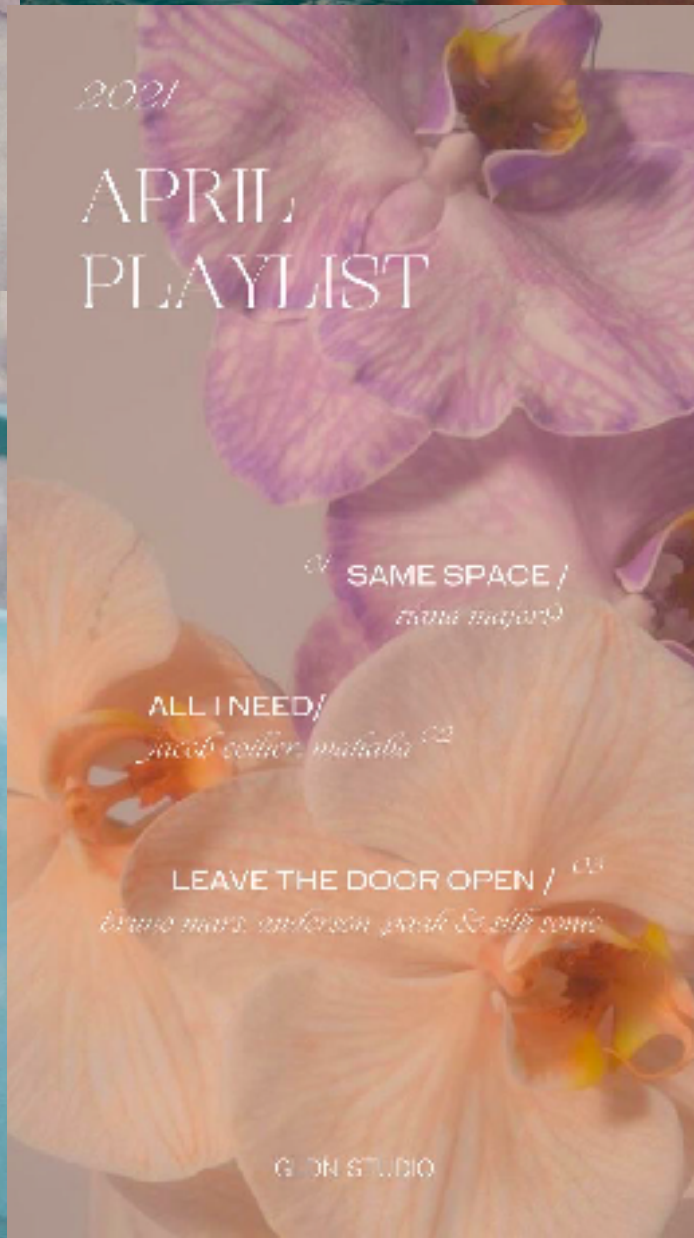
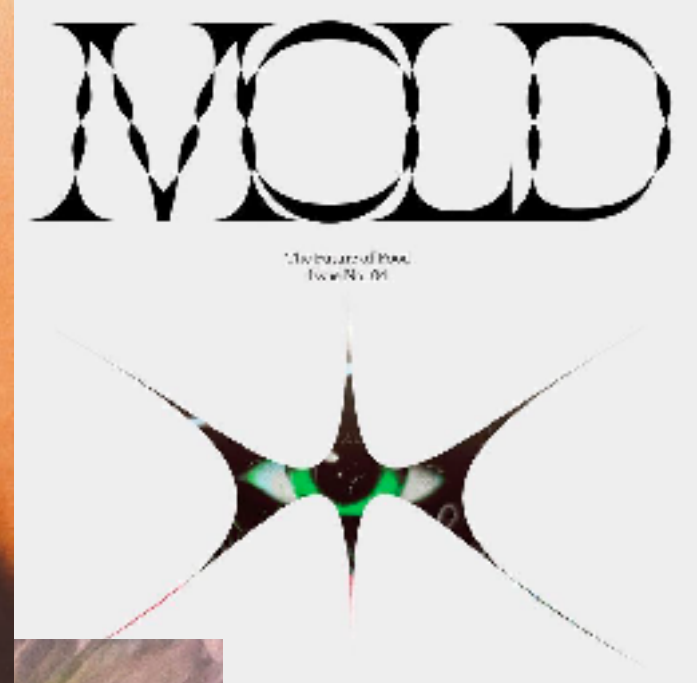
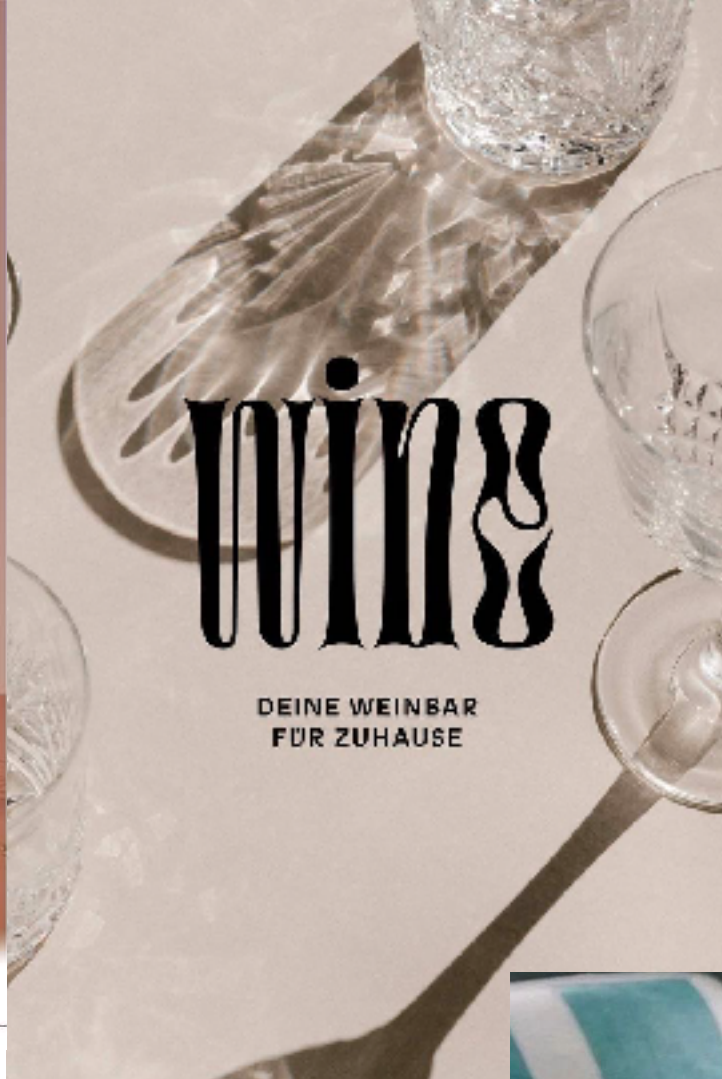
Brick red











Fomo

Fomo

FOMO

FOMO

abcdefghijkl

mnopqrs

tuvwxyz

ABCDEFGHI

JKLMNOPQR

STUVWXYZ

abcdefghijkl

mnopqrs

tuvwxyz

ABCDEFGHI

JKLMNOPQR

STUVWXYZ

Perfectlynineties

