



# Roosendaal Citymarketing

## ALGEMEEN DOEL:

Samen met de gemeente en partners werken wij aan een aantrekkelijke gemeente voor (jonge) inwoners, ambitieuze ondernemers, talenten en bezoekers. Ons doel is mensen aan te trekken en te behouden door een gedeelde strategie en positieve uitstraling van de gemeente te creëren.

Daarvoor zetten we vijf programmaliijnen in.

## 1 Een rooskleurige toekomst

Jonge, ondernemende inwoners aantrekken en behouden is een lange termijn doel waarbij het van belang is dat er structureel aandacht is voor de wensen en behoeften van deze doelgroep.

### Acties:

- ✓ Citymarketing stimuleert nieuwe ontwikkelingen voor de doelgroep 21-40 jaar. Zowel bij stakeholders als in gemeentelijke beleidstukken, gebiedsontwikkeling, productontwikkeling en economische visies etc. Project 'Jong Roosendaal' draagt hieraan bij. Wij willen samenwerking met o.a. een Jongerenraad die alle nieuwe ontwikkelingen het stempel 'Jong' geeft wanneer er voldoende rekening gehouden wordt met deze doelgroep.
- ✓ We laten Roosendaal continu en in zoveel mogelijk communicatie-uitingen zien als stad in ontwikkeling om jonge mensen toekomstperspectief te bieden.

### Met wie doen we dit?

Gemeente Roosendaal, Jongerenraad, Cultuur Verbindt Roosendaal

## 2 Inwoners promoten Roosendaal

We zorgen dat meer inwoners zich positief uiten over Roosendaal en gaan voor meer trots en betrokkenheid onder Roosendalers.

### Acties:

- ✓ Inwonerscampagne:
  - Inwonershub in centrum met stadsontwikkelingen (ism gemeente)
  - Stads(audio)tours ontwikkelen (vanuit hub en winkel) voor inwoners met zowel historische verhalen als toekomstige ontwikkelingen
  - Leegstaande panden, bebording bouwplaatsen etc. voorzien van gezamenlijke boodschap en verhaal i.s.m. gemeente en binnenstad
- ✓ Samenwerking met 'ambassadeurs' door persoonlijke verhalen van Roosendalers te publiceren op diverse kanalen.
- ✓ Coördinatie project 'kunst in de buitenruimte', zoals Stad als Canvas

### Met wie doen we dit?

Gemeente Roosendaal, Cultuur Verbindt Roosendaal, Binnenstad Roosendaal

## 3 Leisurestad van formaat

We zetten in op meer bezoekers van buiten de gemeente die langer verblijven, vaker terugkomen en meer besteden. Hiervoor profileren we Roosendaal als leisurestad.

### Acties:

- ✓ We voeren een campagne om de naamsbekendheid van Leisurepark te vergroten in een straal van 50km (incl. de Belgische markt)
  - De ontwikkeling en verspreiding van pr-materiaal
  - Influencermarketing / DPG Media
- ✓ We ondersteunen ondernemers van het Leisurepark Roosendaal bij gastheerschap en branding
  - We ontwikkelen een toolkit waarmee ondernemers eenvoudig hun eigen onderneming kunnen promoten en naar elkaar kunnen verwijzen vanuit een gezamenlijke strategie.
  - We brengen nieuwe 'producten' van ondernemers onder de aandacht. Denk hierbij aan arrangementen
- ✓ We gaan regionale samenwerking met andere gemeenten aan

### Met wie doen we dit?

Ondernemers Leisurepark Roosendaal, Designer Outlet Roosendaal, gemeente Roosendaal en regiogemeenten

## 4 Talenten en bedrijven verbinden

We leggen verbinding tussen onderwijs en het lokale bedrijfsleven. Zo willen we studenten en starters de mogelijkheden binnen het Roosendaals bedrijfsleven laten zien. Daarnaast krijgen lokale bedrijven toegang tot talent uit de gemeente.

### Acties:

- ✓ Campagne talenten
  - Studentenfيلمs over studeren, stage en werkplekken in Roosendaal
  - Podcast met jonge ondernemers
  - Samenwerken met opleidingen en bedrijven voor stage- en bedrijvenmarkten

## 5 Levendigheid in stad en dorpen

We stimuleren meer bezoek binnen de gemeente om de levendigheid van de stad en dorpen op niveau houden/brengen.

### Acties:

- ✓ Het continu zichtbaar maken van aanbod van vrijetijd, cultuur, winkels op diverse kanalen. Verbindingen leggen tussen de diverse gebieden.
- ✓ Aanbod versterken door dit aan te jagen bij partners: bijv. kasteel Wouw, extra fietsroutes, knooppunten, cultuuraanbod
- ✓ Extra promotie voor evenementen gericht op inwoners (koppeling evenementenbeleid)
- ✓ Promotie 2024:
  - Rondom fietsroutes buitengebied/dorpen mei-aug 2024
  - Rondom activiteiten binnen concept Hartverwarmend Roosendaal - december 2024

### Met wie doen we dit?

Dorpsraden, Binnenstad Roosendaal, Collectief, Cultuur Verbindt Roosendaal

## Het merk Roosendaal

Een heldere, gezamenlijke positionering van Roosendaal zodat alle belanghebbenden vanaf 2025 kunnen samenwerken vanuit een strategie op merkniveau. Dit zorgt voor een eenduidig vertrekpunt voor co-creatie van projecten, activiteiten en evenementen.

### Acties:

- ✓ We gaan het verhaal van Roosendaal omzetten naar gezamenlijke merkstrategie (branding).
- ✓ We gaan de merkstrategie vertalen naar marketing en branding voor partners als Collectief/ Binnenstad, Stadsoevers/ Spoor C, Leisurepark Roosendaal
- ✓ We werken aan diverse merkuitingen: huisstijlbewaking, foto- en videografie en citydressing
- ✓ We optimaliseren onze online platforms voor Roosendaal (nu nog) Bezoek Roosendaal en In Roosendaal, contentmarketing, social care en algemene vindbaarheid

## Gastheerschap en algemene taken

We doen nog meer dan alleen citymarketing. Met ons VVV-kantoor vervullen we naast toeristische dienstverlening een belangrijke rol in het gastheerschap. We helpen bij de promotie van alle evenementen in de gemeente.

### VVV Winkel van Roosendaal

- ✓ Toeristische dienstverlening
- ✓ Roosendaalse producten (actief makers betrekken)
- ✓ Stadstours en arrangementen
- ✓ VVV agentschap Wouw en Nispen

### VVV Gastheerschap

- ✓ UITagenda en UITposters samenstellen
- ✓ Algemene stadsgids en fietsgids
- ✓ Informatieverstrekking op hightraffic locaties
- ✓ Verspreiding drukwerk bij gastheren/ accommodaties
- ✓ Nieuw drukwerk ontwikkelen
- ✓ Welkomstpakket nieuwe inwoners en pasgeborenen

### Overig

- ✓ Coördinatie Outdoormedia
- ✓ Evenementenloket
  - Advies op maat
  - Kalender en website bijhouden

## Bouw je mee aan de toekomst van Roosendaal?

Doe mee en neem contact op voor meer informatie.