

# JAAROVERZICHT 2025

Roosendaal Citymarketing



# Voorwoord

## Roosendaal Citymarketing

Het jaar 2025 stond voor Roosendaal Citymarketing in het teken van verandering en doorontwikkeling. Binnen de organisatie vonden personele wijzigingen plaats en in de samenwerking met stakeholders is een nieuwe fase bereikt. Deze ontwikkelingen vroegen om aanpassing, maar boden tegelijkertijd ruimte voor verdere professionalisering en aanscherping van onze rol.

Als directeur-bestuurder zie ik citymarketing als een strategisch instrument dat bijdraagt aan de brede ontwikkeling van Roosendaal. Het versterken van het vestigingsklimaat, het vergroten van de aantrekkingskracht en het bouwen aan een herkenbaar en onderscheidend profiel van onze gemeente vormen daarbij de kern.

In 2025 hebben wij verdere stappen gezet in het laden en borgen van het Verhaal van Roosendaal. Dit verhaal fungeert als kompas voor onze activiteiten en helpt richting te geven aan beleid, campagnes en samenwerkingen. Het draagt bij aan eenduidigheid en consistentie in de manier waarop wij Roosendaal positioneren.

Kenmerkend voor het afgelopen jaar is de intensivering van samenwerking. Citymarketing is bij uitstek een verbindende discipline, waarin publieke en private partijen gezamenlijk optrekken. Door activiteiten en initiatieven nadrukkelijker te bundelen, hebben wij gewerkt aan meer samenhang, zichtbaarheid en effectiviteit.

Dit jaarverslag biedt een volledig overzicht van onze activiteiten, resultaten en samenwerkingen in 2025. Het bijgevoegde dashboard ondersteunt dit met concrete inzichten.

In 2026 bouwen wij voort op de ingezette lijn: met focus, met partners en met de overtuiging dat wij samen het verschil maken voor Roosendaal.

*Kees van Hassel*  
Directeur-bestuurder  
Roosendaal Citymarketing

# Voorwoord

## Raad van Toezicht

Roosendaal Citymarketing heeft in 2025 een belangrijke wijziging ondergaan in de directie van deze organisatie.

Sandra Versteegen heeft, na 5 jaar met veel inzet en passie te hebben gewerkt als directeur van deze organisatie, afscheid genomen.

De Raad van Toezicht heeft in de maanden maart en april 2025 een sollicitatieprocedure opgestart, waarbij een zevental kandidaten zijn uitgenodigd voor een sollicitatiegesprek.

We hebben gezocht naar een persoon met leidinggevende capaciteiten, iemand die verbindend is in zijn werkomgeving en uiteraard een passie heeft voor onze gemeente Roosendaal.

Onze nieuwe directeur voor Roosendaal Citymarketing, Kees van Hassel, is woonachtig in Roosendaal en per 01 april 2025 in dienst getreden.

De Raad van Toezicht heeft in het jaar 2025 Kees van Hassel leren kennen als een ambitieus man met veel verbindende eigenschappen. Hij heeft de organisatie met veel inzet en passie onder de aandacht weten te brengen in een brede groep betrokken organisaties in de gemeente Roosendaal.

Een moeilijke boodschap die we hebben moeten uitspreken tijdens sollicitatieprocedure, is de vooraf aangekondigde bezuiniging in de begroting van Roosendaal Citymarketing door de Gemeente Roosendaal.

Op financieel vlak heeft Roosendaal Citymarketing desondanks haar taken goed en afdoende uitgevoerd, echter zien we wel dat in het afgelopen jaar de aangekondigde bezuiniging druk legt op de personele bezetting.

Het opbouwen van een bestemmingsreserve, waarmee we nog niet zo lang geleden zijn aangevangen komt zodoende ook onder druk te staan.

De huidige organisatie van Roosendaal Citymarketing is dan ook kleiner geworden dan bij aanvang van de werkzaamheden van deze organisatie in onze stad Roosendaal.

Vooralsnog heeft Kees ons aangegeven dat de kwaliteit en de arbeidsproductie daar niet door zijn afgenomen. Onze complimenten spreken we dan ook graag uit voor de inzet van het huidige team van Roosendaal Citymarketing Roosendaal.

Ook de Raad van Toezicht heeft het afgelopen jaar veranderingen ondergaan. Na jaren lid te zijn geweest van de Raad van Toezicht, hebben we in 2025 afscheid genomen van Tonny van de Ven en Koen Bakker. Hun kennis van ondernemerschap en bestuur heeft een grote bijdrage geleverd aan de werkzaamheden van de Raad van Toezicht RvT RCM.

**Hans Traets**

Voorzitter Raad van Toezicht  
Roosendaal Citymarketing

# Over Roosendaal Citymarketing

## Meer dan een logo

Citymarketing is meer dan een logo, slogan en promotie; het is een fundamentele keuze en betekent structureel en langdurig investeren in alle beleidsvelden.

- Roosendaal duurzaam profileren en positioneren;
- Nieuwe bezoekers, bedrijven, bewoners en studenten aantrekken en behouden;
- De bestaande positie van Roosendaal te behouden én nieuwe kansen pakken op het gebied van ondernemen, recreëren en wonen.

Dit vraagt om een waaier aan samenhangende activiteiten die passen binnen een duidelijke en scherpe visie. En om organiserend vermogen, focus en slagkracht. Het is een middel om mensen en bedrijven te laten kiezen voor Roosendaal, om doelen te bereiken. Deze doelen vloeien voort uit de gemeentelijke beleidsvorming en de wensen van ondernemers, bewoners, talenten en bezoekers.

We focussen op vier doelgroepen en bouwen overkoepelend het merk Roosendaal verder uit (branding).

Roosendaal Citymarketing heeft het volgende takenpakket:

- Strategisch: merkstrategie en -beheer, business development (o.a. business en data), partnermanagement
- Tactisch: campagnes, stimuleren productontwikkeling, onderzoek en monitoring, contractmanagement, online marketing en website
- Operationeel: regisseursrol hospitality, advisering rondom evenementen

# Organisatie 2025

## Roosendaal Citymarketing

### Het team:

#### **Sandra Versteegen**

Directeur  
(0,8 fte) - t/m 30-04

#### **Kees van Hassel**

Directeur  
(0,8 fte) - vanaf 01-04

#### **Simone Piereij**

Brandmanager/Marketeer  
(0,6 fte) - t/m 30-09

#### **Tim Schuurbijs**

Brandmanager  
(0,7 fte) - vanaf 01-12

#### **Myrna van der Laak**

Marketeer  
(0,8 fte)

#### **Sandra Westerkamp**

Communicatie- en contentspecialist  
(0,8 fte) - t/m 31-08

#### **Marijn Caniëls**

Content marketeer  
(0,8 fte)

#### **Yvonne van der Sanden**

Winkelmedewerker, Communicatie- en  
contentspecialist  
(0,9 fte)

#### **Brigitte Peeters**

Winkel- en informatiemedewerker  
(0,6 fte)

### Raad van Toezicht:

#### **Hans Traets**

Voorzitter

#### **Peter van den Hoogen**

Lid

#### **Jan-Hein Sloesen**

Lid

#### **Mariëlle van der Veer**

Lid

#### **Tonny van de Ven**

Lid - t/m 30-6

#### **Koen Bakker**

Lid - t/m 30-6



## Het verhaal van Roosendaal

Bij Roosendaal Citymarketing - in nauwe samenwerking met de gemeente - gebruiken we dit verhaal als basis om Roosendaal sterker en herkenbaarder neer te zetten. We sturen op groei die bijdraagt aan het Verhaal en onze mentaliteit. We versterken het imago, de aantrekkingskracht en de positie van de stad door het merk vorm en inhoud te geven. Zo maken we inwoners trotser op hun stad en laten we zien waarom Roosendaal een fijne plek is om te wonen, werken, leren of recreëren.

Het verhaal is geen politiek verhaal maar een verhaal van de stad en dorpen, van de mensen zelf. Over ons verleden, heden en toekomst. Het helpt om een koers te bepalen en de ingezette koers ook vast te houden. Bij het ontwikkelen van bijvoorbeeld beleid, campagnes, gebieden of evenementen kan het verhaal als basis gebruikt worden en biedt het handvatten om het merk Roosendaal en de typische Roosendaalse manier van doen uit te dragen en toe te passen.

### Het Verhaal van Roosendaal

*Roosendaal, een gemeente die gewoon doet. Dat doen we al sinds pakweg de 13e eeuw. Van dorp naar stad. Van spoorstad tussen Rotterdam en Antwerpen naar de maakstad van Vero borstels, LIGA koeken en Wenneker likeuren. Roosendaal is gebouwd, gevormd en gemaakt door Roosendalers. En of het nu mee- of tegenzit, wij laten onze schouders niet hangen, maar zetten ze er altijd onder. Dat is wat je terugziet in onze historie. Veerkracht zit in ons DNA. Wanneer je kinderen ziet spelen op straat, wandelt over d'ouwe mart, een rondje fietst door het bos of ons grote verenigingsleven ervaart, dan merk je het. Roosendaal woont als een dorp en leeft als een stad, in het warme Brabantse land. Je proeft hier de gemoedelijkheid én de ondernemerszin. De ambitie om uit iets gewoons iets speciaals te halen. Om met, door en voor elkaar Roosendaal nog mooier te maken. We koesteren tradities en laten culturele verschillen ons verrijken. Dat maakt ons kleurrijk.*

*Het is een plek waar je nog de ruimte voelt, zowel in de stad, als in de omringende dorpen. Ruimte om te maken, te bouwen, en te verbeteren, maar ook om te vallen en op te staan. Want als het erop aankomt, staan we voor elkaar klaar. Daar zijn we best trots op. Alles wat je nodig hebt, is hier dichtbij. In Roosendaal kan het allemaal. En dat maakt Roosendaal dan weer speciaal.*



Het verhaal van Roosendaal wordt ondersteund met drie waarden die het karakter van Roosendaal schetsen: 'veerkrachtig', 'met elkaar' en 'sterk door eenvoud'. Oftewel: 'In Roosendaal gaan we met veerkracht vooruit', 'In Roosendaal bereiken we het met elkaar' en 'In Roosendaal staan we sterk door eenvoud'. Rondom deze waarden zullen ook synoniemen ingezet worden om de drie waarden kracht bij te zetten. Enkele voorbeelden: 'aanknopen', 'schouders eronder', 'praktisch', 'samen', 'verenigingsleven', 'gemoedelijk', 'nuchter', 'gewoon goed', 'bescheiden trots'.

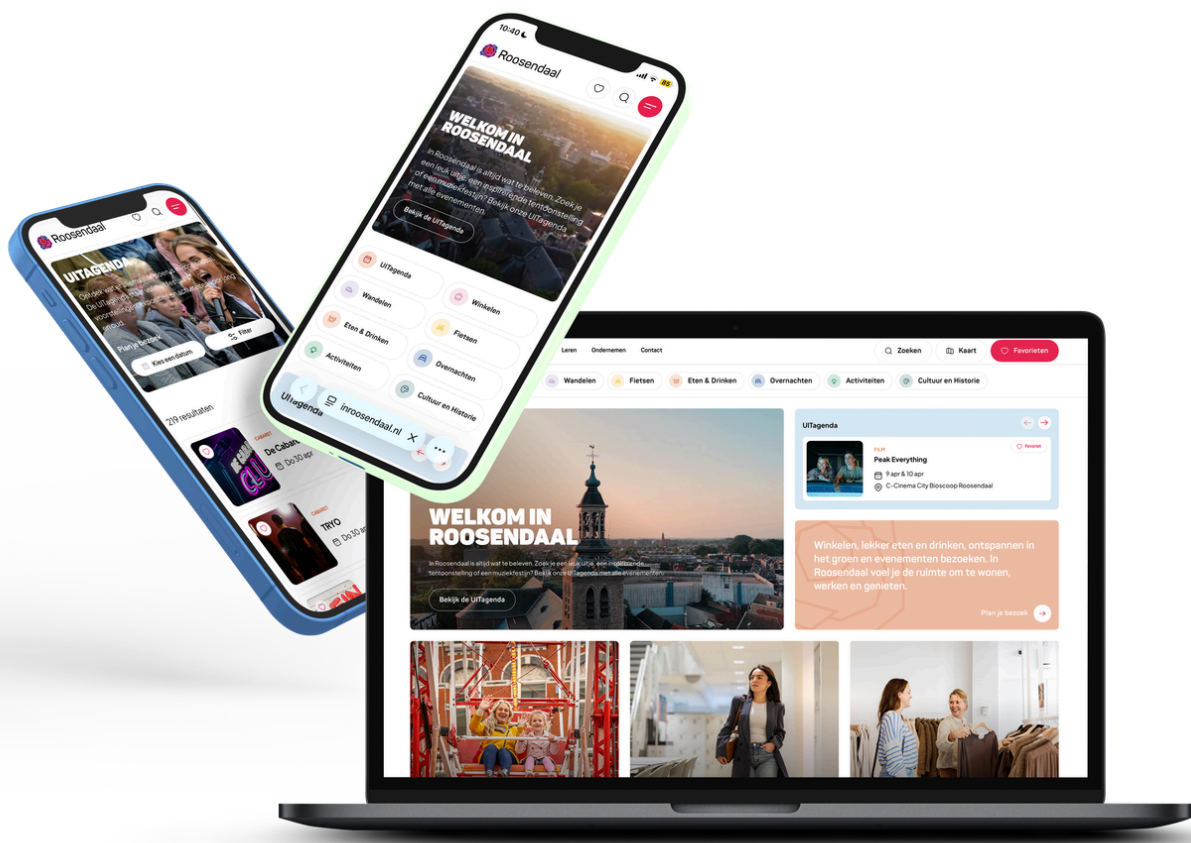
Samen met de afdeling Communicatie werken we als regisseur aan het verder borgen, implementeren en uitdragen van het Verhaal van Roosendaal. Daarnaast werken we samen aan een merkenstrategie om de identiteit en het imago van de stad te uniformeren en daarmee krachtiger te maken.



## Websites& social media

### Websites

Een van onze vaste werkzaamheden is het onderhouden van onze websites. Hieronder staan de verschillende doelen en functies van de websites beschreven. In 2025 integreerden we de platformen van Bezoekroosendaal en Inroosendaal. Dit was een (kostbaar en) arbeidsintensief traject. Het resultaat mag er zijn.



#### Bezoekers website

In Roosendaal is het platform waar alle doelgroepen terecht kunnen voor hun informatie op het gebied van Zien en doen, Leren, en Ondernemen. De Uitagenda is volledig geïntegreerd en biedt handige navigatiestructuren. Werken en Wonen zullen in 2026 worden toegevoegd.

#### Corporate website

Onze corporate website ([www.roosendaalcitymarketing.nl](http://www.roosendaalcitymarketing.nl)) heeft het afgelopen jaar niet de focus gekregen waardoor de informatie niet up-to-date is. In 2026 zal dit weer opgepakt worden. Onze plannen, projecten en campagnes waar wij als organisatie aan werken zijn dan hier weer terug te vinden.

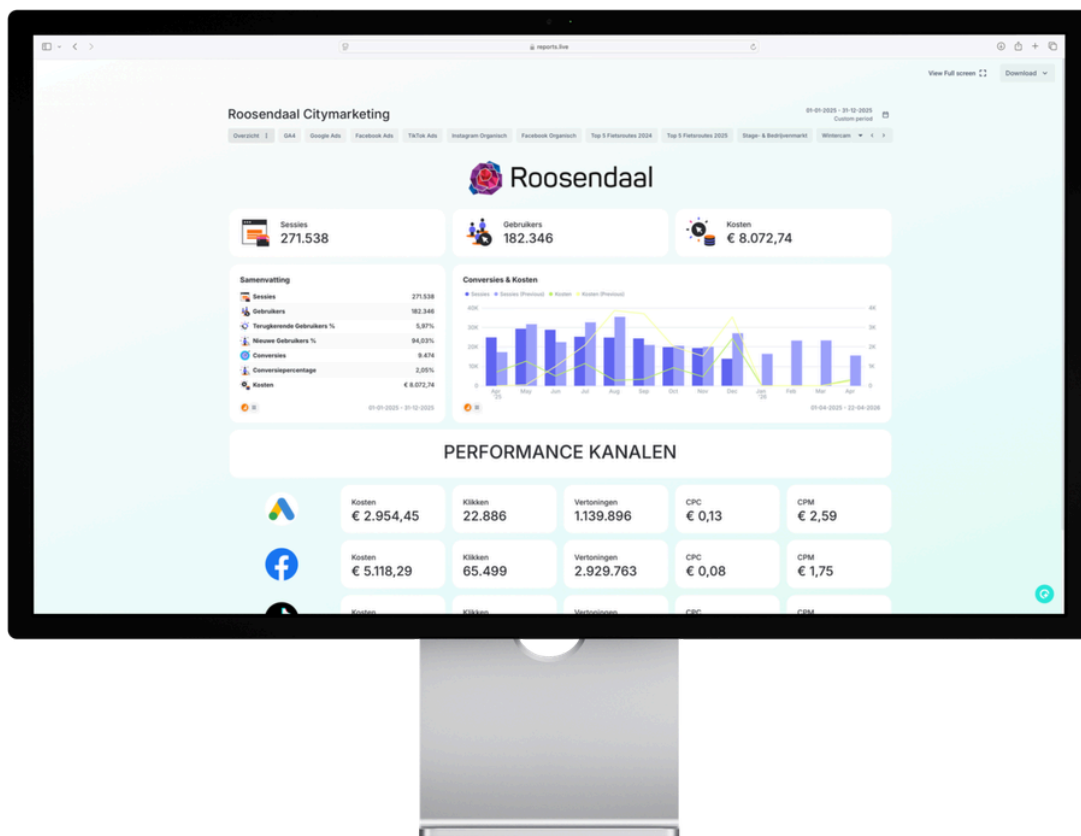
## Social media

### In Roosendaal

Met de samenvoeging van onze social mediakanalen is een belangrijke stap gezet in de verdere professionalisering van onze social media strategie. Ook hier is nu één kanaal: In Roosendaal. Dit is het enige, officiële kanaal van Roosendaal Citymarketing op zowel Facebook als Instagram.

### Dashboard voor online resultaten

Om onze online resultaten te monitoren hebben we de beschikking over een dashboard. Dit dashboard biedt inzicht in de statistieken van onze websites, social media kanalen en campagneprestaties. Met behulp van het dashboard kunnen we efficiënter analyseren, optimaliseren en rapporteren. Verderop in dit jaarverslag delen we de resultaten.



## Bezoekers & inwoners

### PR- en influencerscampagne voor dagje uit

Ook dit jaar hebben wij geïnvesteerd in een campagne rondom het aantrekken van bezoekers uit de regio en België in het bijzonder. De campagne bestond uit een samenwerking met een Nederlandse en een Belgische influencer, waarbij we deze bloggers hebben uitgenodigd voor een bezoek aan West-R en de binnenstad van Roosendaal.

### Fietscampagne

Wie Roosendaal wil ontdekken, pakt de fiets. In onze jaarlijkse fietscampagne brengen we het buitengebied op een inspirerende manier onder de aandacht. Dit jaar lag de focus op de Top 5 mooiste fietsroutes, die we in april, mei en juni hebben uitgelicht via tekst, fotografie en video.

### Het Verhaal van Roosendaal

Het oude V&D-gebouw: ooit het grootste warenhuis van West-Brabant, nu één van de grootste (her)ontwikkelingen in de binnenstad van Roosendaal.

In samenspraak met de Gemeente Roosendaal, PME pensioenfonds, Achmea Real Estate en Van Omme & De Groot Projectontwikkelaars en Bouwers, hebben we 100 meter aan bouwboarden ontworpen. Behoorlijk beeldbepalend.

Onze wens: een eenduidige communicatie in uitstraling, tekst en beeld. Een uitdaging aangezien alle partijen graag willen laten zien waar zij hard aan werken. We vonden elkaar in het overkoepelende doel: inwoners en bezoekers laten zien wat we doen en waar we naar toe gaan, met respect voor (de mooie herinneringen aan) het verleden. Dat is gelukt. En zo bouwen we met elkaar aan Roosendaal.



## Wintercampagne: Winter in Roosendaal

Roosendaal aantrekkelijk maken voor inwoners en bezoekers in de maand december. Dat is ons doel van het overkoepelend winterprogramma, voorheen bekend als Hartverwarmend Roosendaal. De totale campagne richtte zich op de gehele gemeente Roosendaal. Voor het eerst heeft Roosendaal Citymarketing partijen uit de Roosendaals binnenstad bij elkaar gebracht. Als facilitator en organisator is een programmering voor 3 weekenden opgesteld. Financieel zijn de (extra) middelen van de gemeente Roosendaal, SBMR en Collectief Roosendaal bij elkaar gebracht. De campagne vanuit Citymarketing richtte zich op de bekendheid van het winterprogramma bij de doelgroep en liep van de laatste week van november tot en met de kerstvakantie.

### Doelen

#### Hoofddoelen:

- Roosendaal in de maand december te positioneren als een sfeervolle bestemming voor zowel lokale inwoners als bezoekers.
- Ervoor zorgen dat mensen weten dat er in Roosendaal voldoende te doen en beleven is om samen een leuke dag te kunnen hebben.
- De trots van zowel, inwoners, bezoekers en ondernemers vergroten.

#### Secundaire doelen:

- Mensen tot een (dag)bezoek aan Roosendaal verleiden door de stad als warme en sfeervolle bestemming te presenteren.
- Roosendaal positioneren als een gezellige, gastvrije stad waar je terecht kunt voor winterse activiteiten, winkelen, gezelligheid en samenzijn, en tegelijkertijd de bekendheid van de campagne 'Hartverwarmend Roosendaal' vergroten.

Met de campagne brengen wij zoveel mogelijk losse (promotie)activiteiten bij elkaar tot een compleet en gezamenlijk winterprogramma. Door verbinding te leggen, versterken we elkaar. Een opzichzelfstaande activiteit krijgt direct meer betekenis, kracht en impact door de kracht van samen. Bovendien profiteren zij door mee te liften met de algehele campagne. Deelnemende organisaties worden door ons ondersteund om zelf hun evenement of activiteit nog beter te kunnen promoten.

Al onze verschillende on- en offline kanalen stonden de hele maand december in het teken van Winter in Roosendaal. Denk hierbij aan de website, social media, banieren, posters, borden langs de weg, (online) advertenties en de UITagenda, zowel digitaal als geprint. De gedrukte UITagenda werd vanaf eind november verspreid en is de gehele maand beschikbaar op het station, in de parkeergarages, fietsenstallingen, de ijsbanen en verblijfslocaties.



## Resultaten Campagne Winter in Roosendaal



**1.092.097**

Online vertoningen van de campagne



**66.064**

Interacties op de online campagne



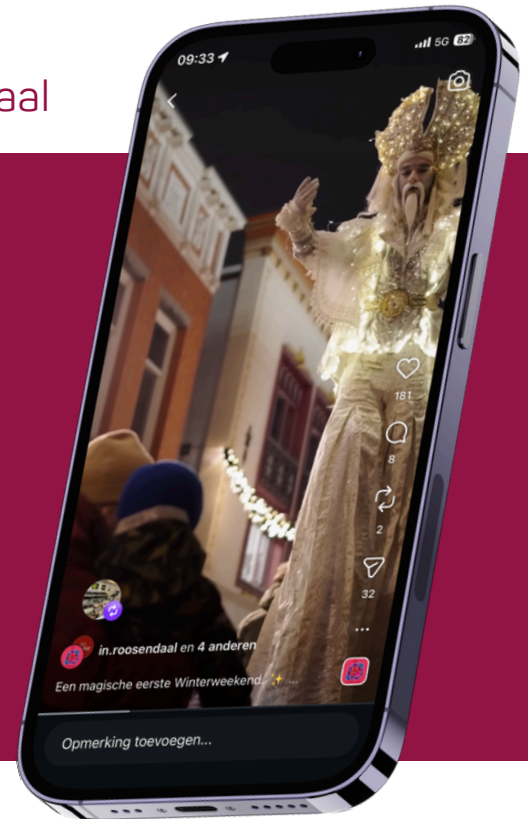
**9.232**

Het aantal websitbezoeken op [inroosendaal.nl/winter](https://inroosendaal.nl/winter)



**2,72%**

Klikfrequentie (META gemiddelde 1,5%)



## Stadswandelingen & audiotours

Met de stadswandelingen audiotours bieden we bezoekers en inwoners een unieke kans om de geschiedenis en verhalen van Roosendaal te ontdekken.

### Audiotours

De lancering van de audiotours vond plaats door de burgemeester in aanwezigheid van de nodige pers. De audiotours hebben als voordeel dat iedereen individueel, op ieder gewenst tijdstip en op eigen tempo de luisterwandeling kan doen. Deze tours worden gratis aangeboden, wat ze extra toegankelijk maakt. Inmiddels zijn er 3 verschillende audiotours actief: de historische route, groen en Roosendaal in ontwikkeling.



## Stadsoevers

Voor het nieuwe stadsdeel Stadsoevers werkten wij blijvend samen aan de social mediastrategie. Stadsoevers is een belangrijk gebied dat zowel de interessante stadsontwikkelingen weergeeft als het potentieel van Roosendaal uitstraalt. Een dynamische wijk met een fijn woon-, werk- en leefklimaat. Een eigenzinnig stadsdeel dat talent aantrekt en werkgelegenheid biedt. Als onlosmakelijk deel van het geheel verbonden met het merk Roosendaal. Door onze krachten te bundelen kunnen we Stadsoevers een eigen gezicht geven, als hotspot in de etalage zetten en zo de hele gemeente aantrekkelijker maken om te wonen, werken, leven en bezoeken.

### Doelstellingen

Sinds 2023 ondersteunen wij de gemeente Roosendaal met het bereiken van de volgende doelstellingen:

1. Stadsoevers positioneren als een aantrekkelijk en dynamisch woon-, werk- en leefgebied
2. Verbindingen leggen met andere deelgebieden en ontwikkellocaties, zoals Spoor C en [bouwenaanroosendaal.nl](https://bouwenaanroosendaal.nl). (Roosendaal als interessante vestigingsstad positioneren)
3. Het aantrekken van nieuwe doelgroepen binnen en buiten Roosendaal die Stadsoevers gaan overwegen als aantrekkelijke en dynamische woonplek.



## Bedrijven & talenten

### Dag van de Ondernemer 2025

Voor de Dag van de Ondernemer namen wij zitting in het team dat de dag organiseerde. Wij bedachten het thema van dit jaar en hielpen mee in de verdere invulling. Het idee om van historie naar heden en uiteindelijk perspectief te gaan kwam tijdens het proces in het gedrang. Hierbij werd ook de stadshuisstijl losgelaten. Hierdoor hebben wij alsnog moeten besluiten een stap terug te doen.

### Kennissessie vrijetijdssector

De centrale boodschap: bezoekers komen voor het totaalplaatje. Alleen samen kunnen we zorgen dat ze langer blijven, meer besteden én terugkomen.

Gast spreker Roger Davids onderstreepte het belang van regionale samenwerking met inzichten uit onderzoek en praktijk. We hoorden updates van lokale ondernemers:

- Jan-Hein Sloesen over De Kring, die tijdelijk naar het EKP-gebouw verhuist,
- Nicky Broos over de ontwikkeling van leisurepark West-R,
- Mariska Wagemakers over het jubileumjaar van Openluchttheater Nispen.

Onze eigen VVV Winkel van Roosendaal zorgde voor vers promotiemateriaal. We sloten de middag af met een borrel in de zonnige tuin van MazzelTov.



# Evenementen

## Evenementenloket en promotie

Met het evenementenloket bieden wij organisatoren een digitaal servicepunt. Zo ondersteunen wij op verschillende vlakken zoals vergunningaanvragen en evenementenpromotie.

Roosendaal Citymarketing beheert en coördineert het digitale servicepunt voor evenementenorganisatoren. Met dit evenementenloket ondersteunen wij 280 organisatoren door te helpen met vergunningaanvragen, plaatsing op de evenementenkalender en de diverse promotiemogelijkheden. Uitgebreide informatie vind hierover vind je op: (interne link: <https://www.roosendaalcitymarketing.nl/evenementen>)

## Evenementenpromotie

Wij helpen graag om Roosendaalse evenementen onder de aandacht te brengen. Op de pagina Evenementen vind je een uitgebreide beschrijving van wat wij voor evenementenorganisatoren kunnen betekenen op het gebied van promotie.

Evenementen krijgen zichtbaarheid via:

- Onze digitale UITagenda: Hierin vermelden we alle evenementen die plaatsvinden.
- De fysieke UITagenda en de maandelijkse UITagenda-poster: Hiermee bereiken we een breed publiek offline.
- Social media: Berichten en stories zorgen voor online promotie en interactie.
- Fysieke ticketverkoop: Kaartverkoop is mogelijk via de Winkel van Roosendaal.
- Foto- en videografie: Wij verzorgen beeldmateriaal tijdens evenementen, zodat organisatoren ook voor de toekomst over professioneel promotiemateriaal beschikken
- Outdoor media: Een van de taken van Roosendaal Citymarketing is het coördineren van de outdoor media zoals de citydisplays, verlichte reclameborden en digitale billboards voor evenementen. Bekijk alle informatie:

<https://www.roosendaalcitymarketing.nl/evenementen/outdoor-media>

## Aanvullende promotie

Onderstaande evenementen hebben wij in 2025 ondersteund met promotie, vormgeving en advies.

- |                                     |                            |
|-------------------------------------|----------------------------|
| • Nostalgische kermis               | • Roosendaalse Wielerzomer |
| • Halve Marathon Roosendaal         | • Blommenkinders           |
| • Wielerzomer                       | • Beach Event Roosendaal   |
| • De Rondaal                        | • JaxXtival                |
| • Draai van de Kaai en Warm Draaien | • Najaarskermis Roosendaal |
| • Dag van Roosendaal/ Equinox       | • Open Monumentendag       |
| • HapStap Festival                  | • Glamourday               |
| • De Markt Zingt                    | • Coming Out Week          |
| • Tap Take Over                     | • Queer Café Roosendaal    |
| • Beachevent                        | • Sinterklaas              |
| • Carnaval                          | • Cultuurprijs Roosendaal  |

## Uitgelicht

### De Dag van Roosendaal

Zondag 21 september waren we samen met de Gemeente Roosendaal onderdeel van de Dag van Roosendaal. In onze huiskamer-luisterhoek maakten inwoners voor het eerst kennis met het Verhaal van Roosendaal: een verhaal dat laat zien wie we zijn als stad, waar we trots op zijn en hoe we samen vooruit willen.

En dat doen we niet alleen. Dit verhaal groeit met de ideeën en verhalen die we samen ophalen. Dat merkten we meteen, toen inwoners hun gedachten en reacties met ons deelden.



### Open Monumentendag

Erfgoed speelt een belangrijke rol in het verbinden van inwoners en bezoekers met de rijke geschiedenis van Roosendaal en haar dorpen. Voor Open Monumentendag adviseerden en ondersteunden wij Stichting Open Monumentendag Roosendaal op het gebied van marketing en communicatie.

Onze bijdrage bestond onder meer uit:

- Speciale themapagina's op [inroosendaal.nl/monumentendag](https://inroosendaal.nl/monumentendag)
- Social media-advertenties en outdoor media om het evenement te promoten.
- Fotografie van het weekend, die gebruikt kan worden voor toekomstige edities.
- Nieuwe invulling informatieboekje en vormgeving.



## Uitgelicht

### Kermis in Roosendaal

Met bijna 100 attracties behoorde de Kermis in Roosendaal tot de top 5 grootste van Nederland. Van het Tongerloplein tot het Suikerplein kronkelde een kleurrijke slinger van plezier door de binnenstad.

Als Roosendaal Citymarketing zijn we trots dat we de communicatie en promotie rondom dit spraakmakende evenement hebben mogen verzorgen. Onze aanpak was gericht op maximale zichtbaarheid, zowel online als offline.

Onze inspanningen:

- Outdoor media: Van citydisplays en digitale borden tot opvallende banieren door de hele stad – overal was te zien dat de kermis in volle gang was.
- Social media: Met meer dan 25 posts op de officiële Facebook- en Instagram-kanalen van Kermis in Roosendaal hebben we inwoners en bezoekers geïnformeerd én enthousiast gemaakt. De likes, reacties en gedeelde berichten hebben onze boodschap ver gedragen: de kermis mocht je niet missen.
- Crowd management & digitale schermen: Dit jaar hadden we met 12 digitale schermen langs de route een extra communicatiemiddel voor bezoekers tijdens de kermis. Deze dienden niet alleen als informatiepunt met actuele updates en openingstijden, maar versterkten ook de beleving met sfeerbeelden.

Om de promotie van de kermis in de komende jaren nog verder te versterken, hebben we nieuw foto- en videomateriaal ontwikkeld. Dit beeldmateriaal zet Roosendaal – zeker op het gebied van evenementen – sterker op de kaart en zorgt ervoor dat we de komende jaren nog meer bezoekers kunnen verwelkomen.

### Sinterklaas in Roosendaal

Hoogbezoek uit Spanje verdient een warm welkom in onze gemeente. Samen met het Sint Nicolaas Comité en Collectief Roosendaal zorgden wij voor een geslaagd Sinterklaasfeest.

De aankomst van de Pakjesboot in ons Zwaaiagat gaf het officiële startschot voor alle Sinterklaasfestiviteiten in de gemeente. Met veel plezier hebben wij ons ingezet om bezoekers te trekken naar de vele activiteiten. Dit alles deden we in samenwerking met Collectief en ter ondersteuning van het harde werk van het Sint Nicolaas Comité Roosendaal.

- Promotie Sinterklaasintocht via outdoor media, social media en de UITagenda.
- Activiteiten uitgelicht via de UITagenda, citydisplays en digiborden.
- Feestelijke flyer met een activiteitenoverzicht, uitgedeeld tijdens de intocht.
- Themapagina op [bezoek-roosendaal.nl/sinterklaas](http://bezoek-roosendaal.nl/sinterklaas): een overzicht van alle activiteiten, goed vindbaar via zoekmachines.
- Social media aandacht om de feestvreugde te verspreiden.
- Aftermovie van de intocht om ook de komende jaren promotie te kunnen maken voor het Sinterklaasfeest in onze gemeente.

# Uitgelicht

## **Campagne Wielerzomer 2025**

Roosendaal Citymarketing ondersteunt het Wielerplatform Roosendaal elk jaar bij de communicatie en promotie van alle wielerevenementen die zij organiseren.

In de zomer kunnen fietsers en wielervrienden hun hart ophalen in de gemeente Roosendaal. Roosendaal Citymarketing ondersteunt het Wielerplatform Roosendaal elk jaar bij de communicatie en promotie van alle wielerevenementen die zij organiseren.

Met 10 wielerrondes in stad en dorpen en 30 recreatieve fietsroutes is er volop aanbod.

Voor een optimale zichtbaarheid bij een groot publiek zetten wij een mix aan on- en offline middelen in. Op deze manier krijgen (potentiële) bezoekers in een straal van 30 km rondom Roosendaal via meerdere kanalen onze uitingen te zien.

## **Website**

Op onze website heeft de Wielerzomer een eigen plek in de menustructuur. De hele zomer lees je hier actuele, praktische informatie over de wielerevenementen. Hierin maken we de link naar de digitale UITagenda waar alle evenementen worden uitgelicht. Daarnaast verwijzen we naar recreatief fietsen met inspirerende tips en routes voor als mensen die zelf op de fiets willen stappen. Ook maakt het Wielerplatform gebruik van onze website om inwoners in 5 talen te informeren over de afzettingen ten behoeve van de wielerrondes.

## **Drukwerk**

De gedrukte UITagenda is een van de meest effectieve middelen om evenementen offline onder de aandacht te brengen. In zowel de voorjaars- als zomereditie van onze gedrukte UITagenda heeft de Roosendaalse Wielerzomer een pagina waarin alle wielerevenementen benoemd worden. Daarnaast lichten we alle wielerevenementen uit met een eigen poster. In een speciale Wielerzomerfolder promoten we alle wielerrondes apart en laten we de vele jeugdactiviteiten zien die worden georganiseerd. Wij verspreiden de folder via ons gebruikelijke netwerk waardoor de ze te vinden zijn op drukbezochte locaties in de gemeente zoals het station, parkeergarages en campings in de omgeving. De wielercorités verspreiden de folder binnen hun eigen netwerk.

## Social media

Gedurende de hele Wielerzomer zorgen wij voor online zichtbaarheid door social media advertenties. Met de algemene uiting 'Klaar voor de Wielerzomer' verwijzen we naar alle wielerevenementen op de campagnepagina. Na drie weken vervangen wij de uiting voor 'We liggen op koers' om de aandacht vast te houden en aan te sluiten bij de outdoor media.

Voor het Roosendaals Wielerweekend en de Draai van de Kaai, de twee grootste evenementen, hebben we aparte advertenties op social media om bezoekers te trekken. Het muziekevenement Warmdraaien van de Draai van de Kaai hebben we gesteund met een campagne voor gericht op de ticketverkoop. Op de tijdlijn van In Roosendaal tonen we in berichten, stories en reels de diverse wielerrondes.

## Outdoor media en fotografie

Onze fotografen leggen de wielerkouers vast om aantrekkelijk campagnemateriaal voor de komende jaren te verzamelen. Elke wielerkouers heeft eigen promotie-uitingen die we inzetten via de digitale bereikborden. Op posters langs de weg (citydisplays) hebben we dit jaar gekozen voor een algemene uiting van de Roosendaalse Wielerzomer. Na 3 weken vervangen we de algemene uiting voor een nieuwe om zo blijvend de aandacht op de verschillende wielerevenementen te vestigen.

## Resultaten campagne Wielerzomer

  
**15**  
Berichten op  
op inroosendaal

  
**3347** +164%  
Paginabezoek op [bezoek-roosendaal.nl/wielerzomer](https://bezoek-roosendaal.nl/wielerzomer)

  
**673.000** +47%  
Totaal weergaven

  
**219.000**  
Totaal bereik



## VVV Winkel van Roosendaal

De Winkel van Roosendaal is dé plek voor betrouwbare en actuele informatie over de gemeente. Bezoekers kunnen bij ons terecht voor een handige citymap, prachtige wandel- en fietsroutes in de regio, de UITagenda en diverse stadstours en (groeps)arrangementen. Met de leukste Roosendaalse cadeaus, Tullepetaonse geschenkartikelen en cadeaukaarten is de Winkel van Roosendaal ook geliefd bij inwoners. Creatieven en culturele makers uit de gemeente nodigen we graag uit contact met ons op te nemen om de mogelijkheden tot samenwerkingen te bespreken.

### Webshop

De Winkel van Roosendaal heeft – naast een bezoeklocatie aan de Markt 6 – ook een webshop. We vernieuwden de webshop waar de leukste Roosendaalse geschenken, Tullepetaonse cadeaus, fietsroutes en wandelkaarten en nog veel meer te vinden zijn. We zijn trots op onze (cadeau)artikelen veelal gecreëerd door Roosendaalse makers. Ook kunnen er tickets gekocht worden voor deelname aan de stadswandelingen onder leiding van een gids.

### Gastvrijheid

Naast toeristische dienstverlening vervult de VVV een belangrijke rol in het gastheerschap. De promotiematerialen (en meer) verspreiden we op drukbezochte locaties zoals het station, parkeergarages, hotels en campings en ondernemers in de binnenstad. Denk hierbij aan drukwerk zoals stadsgidsen, fietsroutes en stadsplattegronden.

Meer dan 1000 entreekaarten voor het iconische Blommenkinders Festival vlogen bij ons over de toonbank en dat maakt ons trots. Als Winkel van Roosendaal ondersteunen we dit evenement graag met de kaartverkoop. Dat ondersteunen doen we regelmatig, we zetten het moois van Roosendaal letterlijk in de etalage.

Daarnaast verzorgen wij de coördinatie van de banieren in de Binnenstad en Leisurpark Roosendaal.



### Ondersteunend (nieuw) drukwerk

Om inwoners en bezoekers te inspireren Roosendaal en omgeving te verkennen, hebben wij twee prachtige fietsroutes ontwikkeld: de Plantageroute en de Kregen- en Bekenroute.

Ze zijn compleet vernieuwd in route, tekst en vormgeving. Al onze fietsroutes gaan langs de knooppunten en zijn ook in een korte variant beschikbaar. Het drukwerk is gratis mee te nemen in onze Winkel van Roosendaal en op verschillende toeristische plekken in de gemeente.

## Netwerken & samenwerken

Roosendaal versterken is het gezamenlijke doel waar wij met onze partners naar streven. We werken samen, leggen verbindingen en zoeken connecties. Roosendaal Citymarketing is regelmatig aanwezig bij bijeenkomsten om gezamenlijke strategieën af te stemmen en uit te zetten. Een aantal voorbeelden:

### Landelijk

- Vereniging van directeuren citymarketing van 26 steden in Nederland: inspiratie- en kennisuitwisseling tussen verschillende steden
- Kennisnetwerk Destinatie Nederland (netwerk van 60 CMO en DMO organisaties uit Nederland): kennissessies, advies organisatorische zaken en businessmodellen.
- Brabant Branding; verbinding Brabantse merken (initiatief Provincie Brabant)
- Visit Brabant: kennis en samenwerking DMO Brabant
- Regio overleggen VVV en CMO West-Brabant
- Regionale aanpak Vrije Tijds Economie: Regioboost

### Lokaal

- Om de dorpen binnen onze gemeente goed te vertegenwoordigen in onze campagnes en producten, werken we o.a. samen met een werkgroep met betrokkenen uit Wouw.
- Lid van Raad van Commissarissen binnenstadbestuur met regelmatige bijeenkomsten en bijdragen aan planvorming en strategie Binnenstad.
- Deelname diverse overlegvormen Binnenstad Roosendaal
- Regiegroep Het Verhaal van Roosendaal
- Ondernemers West-R
- Overleg Stadsoevers
- Evenementenplatform

## Uitgelicht

### Partners binnenstad

Roosendaal Citymarketing werkt nauw samen met de partners in de binnenstad, zoals Collectief Roosendaal, winkelcentrum Roselaar, winkelcentrum Passage en de facilitair manager binnenstad. Tijdens regelmatige marketingoverleggen bespreken we geplande campagnes rond belangrijke (retail)dagen en stemmen we onze inspanningen op elkaar af.

Vanuit Citymarketing houden we de binnenstadpartners op de hoogte van onze stadsbrede plannen en verkennen we samen mogelijkheden om evenementen uit te lichten. Het doel is meer bezoekers te trekken en de aantrekkingskracht van de binnenstad te vergroten.

Door kennis en middelen te delen, vergroten we niet alleen de impact van campagnes, maar versterken we ook het imago van de binnenstad als levendige en gastvrije bestemming.

Een goed voorbeeld hiervan zijn de campagnes rondom de Belgische nationale feestdagen. Door onze krachten te bundelen, trekken we niet alleen meer bezoekers uit de regio, maar ook vanuit onze zuiderburen.

## Uitgelicht

### **Roosendaalse makers**

In de Winkel van Roosendaal vind je een uniek en gevarieerd aanbod van Roosendaalse cadeaus, Tullepetaonse geschenkartikelen, cadeaukaarten en inspirerende fiets- en wandelroutes. Wat ons trots maakt, is dat een groot deel van ons assortiment wordt gecreëerd door Roosendaalse makers. Deze lokale creatievelingen leveren hoogwaardige en originele producten die de identiteit van onze stad weerspiegelen.

De samenwerking met Roosendaalse makers is van groot belang voor onze stad. Door hun werk te promoten en te verkopen, ondersteunen we het lokale talent, versterken we de creatieve economie en stimuleren we de verbinding tussen inwoners en ondernemers. Je vindt ons volledige assortiment in de VVV Winkel van Roosendaal aan de Markt 6 en een selectie in onze webshop.

### **Gemeente Roosendaal**

De samenwerking met de gemeente Roosendaal is een belangrijk onderdeel van ons werk bij Citymarketing. We hebben regelmatig overleg met diverse teams, waaronder het projectteam Stadsoevers, team Communicatie en team Economie. Samen werken we aan uiteenlopende projecten die bijdragen aan de ontwikkeling en positionering van Roosendaal. Daarnaast sturen we ieder kwartaal een aparte nieuwsbrief waarin we in vogelvlucht onze werkzaamheden bespreken.

Een project dat we willen uitlichten is onze betrokkenheid bij 'het Verhaal van Roosendaal' dat de basis vormt voor de positionering van onze stad. In 2025 zijn er stappen gezet in het verder borgen en laden van dit Verhaal. Middels structurele overleggen wordt gewerkt aan een mogelijke eenduidige identiteit en leren we als organisaties hoe we hierin samen op kunnen trekken.

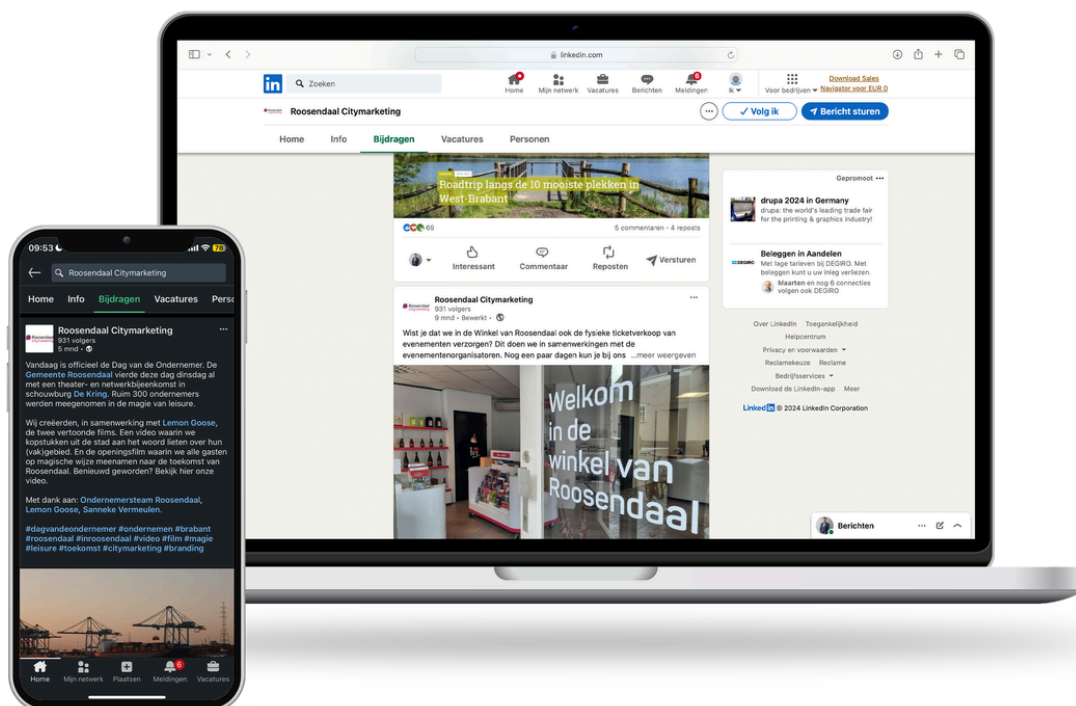
Daarnaast werkten we samen aan een groot image-onderzoek. Dit onderzoek, uitgevoerd onder 856 respondenten uit en van buiten Roosendaal, hebben we gebruikt om de kernwaarden uit het verhaal van Roosendaal te valideren. Het onderzoek, uitgevoerd in november 2025, zal verder richting geven aan de strategie van Roosendaal Citymarketing in 2026 en verder.

## Corporate communicatie

Om ook Roosendaal Citymarketing als organisatie zichtbaar te maken, gebruiken we verschillende kanalen om geïnteresseerden en belanghebbenden op de hoogte te houden van onze activiteiten.

Op de corporate website [www.roosendaalcitymarketing.nl](http://www.roosendaalcitymarketing.nl) staan al onze plannen, projecten en campagnes. Zoals aangegeven heeft het bijwerken van deze site niet de focus gehad. Dit zal in de loop van 2026 weer opgepakt worden.

Evenementenorganisatoren en andere ondernemers vinden informatie over wat Citymarketing concreet voor hen kan betekenen. We versturen elk kwartaal een nieuwsbrief naar ons netwerk met daarin de hoogtepunten van de afgelopen drie maanden. Via LinkedIn bieden we inzicht in de actuele en relevante zaken die wij doen voor de stad. Als sponsor zijn wij zichtbaar bij het team Roosendaal tijdens de Nationale Jeugdronde en tijdens de Winter in Roosendaal waren wij fysieke aanwezig en zichtbaar in de Roosendaalse binnenstad.



Roosendaal Citymarketing

# DASHBOARD 2025



**8.983.000**

Organische weergaven via de  
socialmedia kanalen



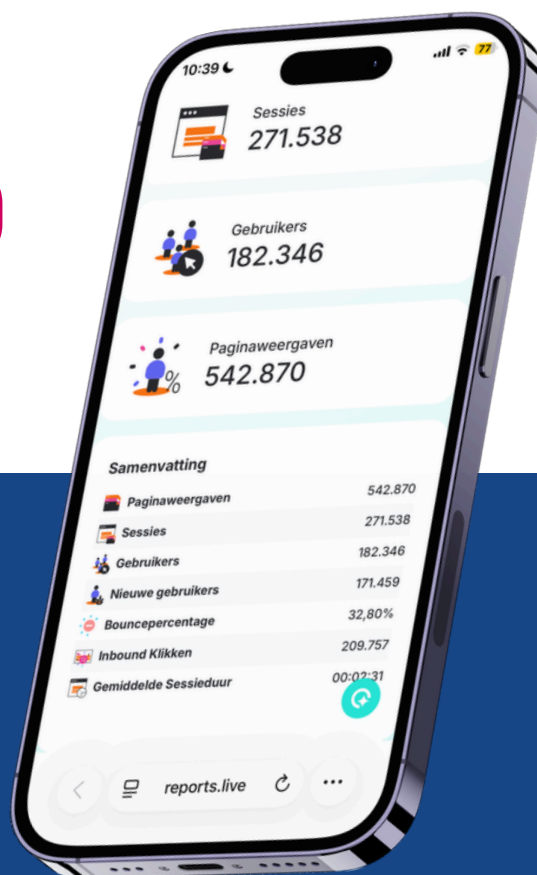
**4.069.000**

mensen online bereikt  
met campagnes



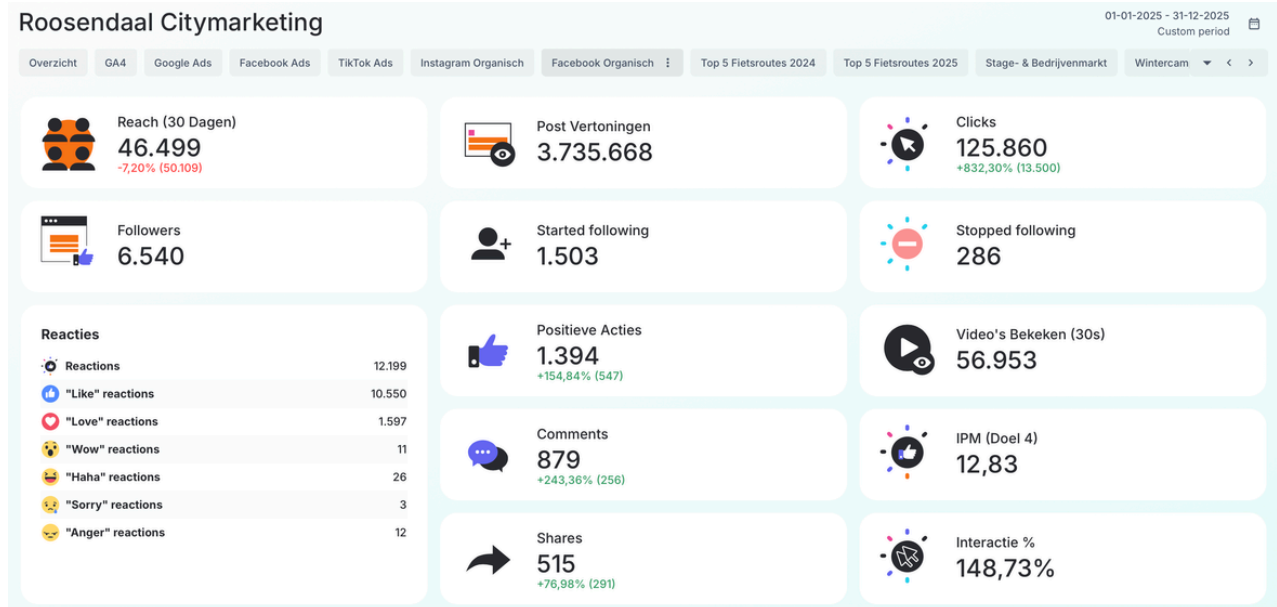
**271.000**

Sessie op  
de websites

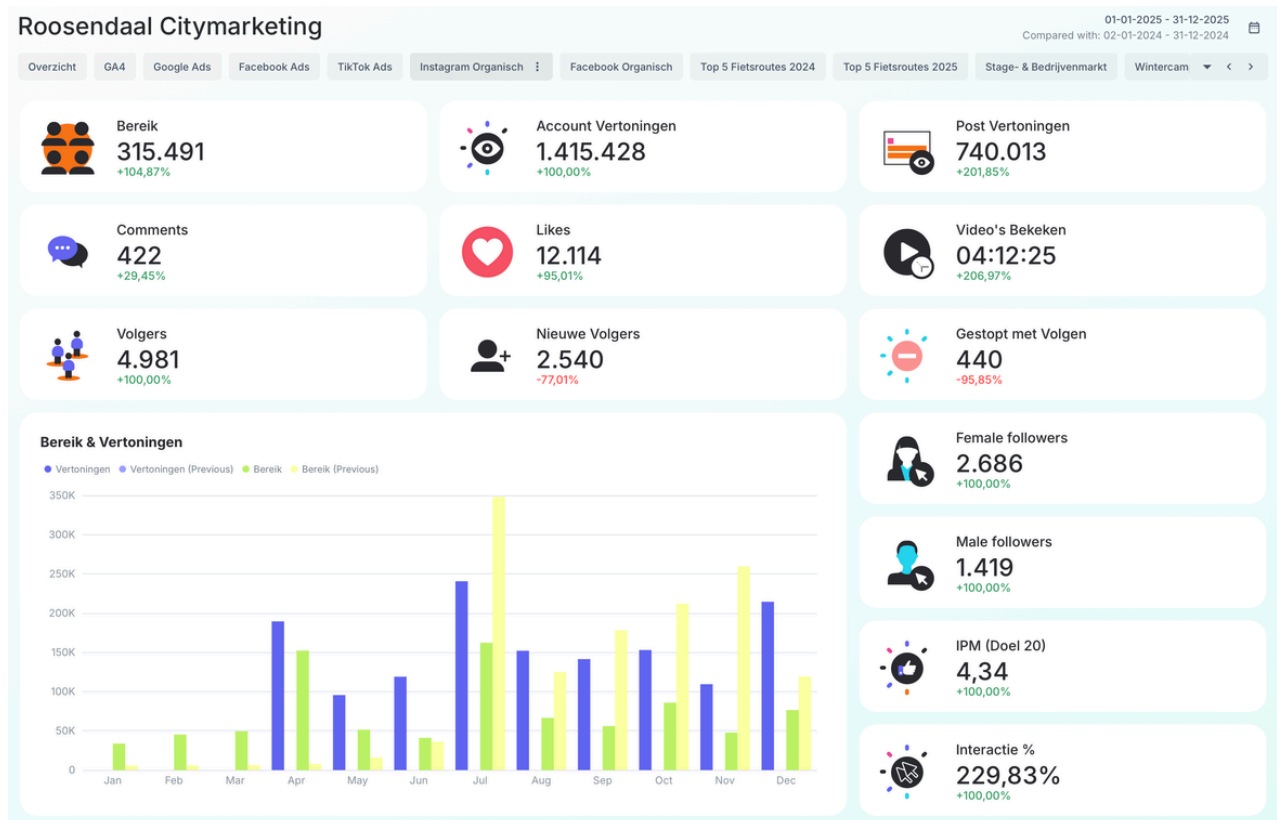


# Cijfers Socialmedia

## Facebook



## Instagram



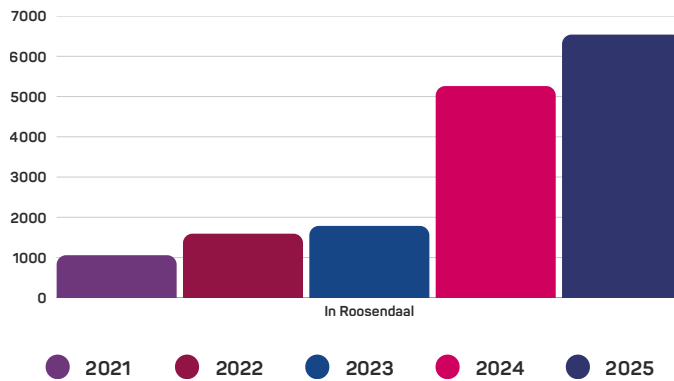
# Cijfers Socialmedia

## Facebook

### Volgers In Roosendaal

Aantal: 6.540

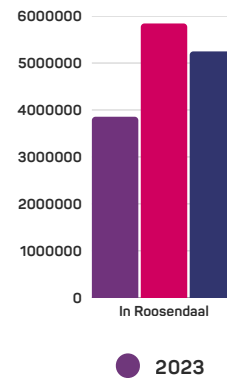
Stijging: 1.474 (79,1%)



### Weergaven

Aantal : 5.247.595

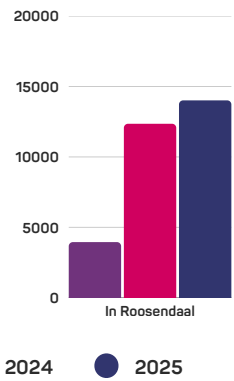
Stijging: -11,3%



### Likes

Aantal: 14.015

Stijging: 12%

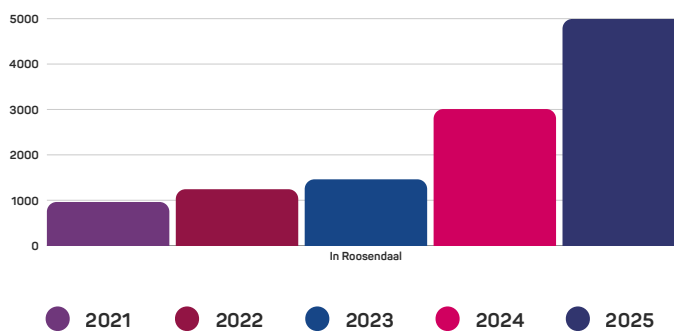


## Instagram

### Instagram In Roosendaal

Aantal: 4.993

Stijging: 65,9%



### Instagram Bezoek Roosendaal

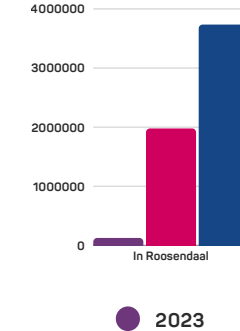
Aantal: 1.431

Stijging: -

### Weergaven

Aantal : 3.735.668

Stijging:



### Interacties

Aantal: 9.079

Stijging: 55,6%

