



Jaarverslag 2025

Toeristisch Informatiepunt Etten-Leur

Etten-Leur City App & Etten-Leur City Shop

Inleiding



Etten-Leur City App

Op 2 april 2016 werd, op initiatief van MKB Etten-Leur en Koninklijke Horeca Nederland afdeling Etten-Leur, i.s.m. de Gemeente Etten-Leur, het online platform Etten-Leur City App gelanceerd (website, app, Facebook en Instagram). De licentie voor het platform wordt afgenomen bij Stappen & Shoppen (Breda).

Etten-Leur City Shop

Op 5 mei 2018 werd, na een besluit door de gemeenteraad, het Toeristisch Informatiepunt Etten-Leur (Etten-Leur City Shop) op Markt 4 geopend. Goed bereikbaar en in het oog springend.

Informereren en inspireren

Zowel het online platform als het fysieke informatiepunt hebben tot doel om inwoners, bezoekers en toeristen te informeren over wat er in Etten-Leur te zien, te doen en te beleven valt. Inspiratie is hierbij een belangrijke factor. Doel: informatie en inspiratie op 1 centrale plek!

Exploitatie

Voor de exploitatie en informatievoorziening is in 2025 door de Gemeente Etten-Leur wederom een bedrag van € 15.000,- ter beschikking gesteld (zie pagina 14). Separaat betaalt de Gemeente Etten-Leur de licentiekosten en ondersteuning voor het platform, investeert het in (social media) campagnes en in het aanleggen van een foto/video databank. Coördinator toeristische informatievoorziening is Pierre van Damme.

Samenvatting



In 2025 wist het online platform Etten-Leur City App een fors groter publiek te bereiken. Het aantal bezoekers van de fysieke Etten-Leur City Shop op Markt 4 lag iets lager dan in 2024 (minder openingsuren / verbouwing).

De website: 164.000 unieke bezoekers bezochten 457.857 pagina's

De app: 1.349 nieuwe downloads. Totaal: 11.450

Facebook Etten-Leur City App: 11.620 volgers

Instagram Etten-Leur City App: 8.859 volgers

Facebook groep Etten-Leur City Shop: 2.889 leden

Infopunt Etten-Leur City Shop Markt 4: 3.422 bezoekers

Online. Circa 50 ondernemers waren in 2025 als betalend partner aangesloten bij het platform. Zij profiteerden van extra zichtbaarheid en aandacht in Etten-Leur (en de regio!).

Ondernemers dragen hiervoor jaarlijks een vaste vergoeding van minimaal € 395,- per jaar bij. Voor meer social media exposure nemen sommigen extra pakketten af bij Stappen & Shoppen.

Fysiek. Het aantal bezoekers van het infopunt (organisatorisch vallend onder Van Gogh Etten-Leur) geeft aan dat de shop redelijk goed bekend staat. Dit geldt onder zowel inwoners, bezoekers als toeristen. Informatiefolders en routes waren populair, maar ook de Van Gogh artikelen en lokale souvenirs. Het aantal bezoekers was in 2025 iets lager dan in 2024.

Campagnes. In december is ter promotie van Etten-Leur een extra (social media) campagne gevoerd.

Toeristisch Informatiepunt

De voorziening Toeristisch Informatiepunt Etten-Leur is organisatorisch ondergebracht bij de ‘Stichting Van Gogh Kerk en Museum Etten-Leur’. Het fysieke informatiepunt ligt centraal in het kloppende hart van de gemeente, op Markt 4. Deze Etten-Leur City Shop wordt gerund door 18 enthousiaste vrijwilligers (baliemedewerkers). Een groei van 7 vrijwilligers t.o.v. 2024. Het merendeel van de bezoekers aan de shop komt vrij gericht voor informatie over Etten-Leur en de nabije omgeving en uiteraard voor een bezoek aan Van Gogh Etten-Leur (tickets).

Gratis informatiefolders, maar ook wandel- en fietskaarten/routes zijn populair. Ook de Van Gogh-souvenirs lopen goed. Geschat bezoek: 30% Etten-Leur, 30% regio, 15% overig Brabant, 10% overige delen Nederland, 10% België, 5% overige landen. Het aantal bezoekers aan TIP is in 2025 iets afgenomen. Een gevolg van de geringere openingstijden en tijdelijke sluiting van de Van Gogh Kerk (herinrichting tot Experience) .

Er vonden 9 stadswandelingen met een lokale gids plaats voor in totaal 102 personen.

Bezoekersaantallen Etten-Leur City Shop

2025: 3.422

2024: 3.525

2023: 3.709

2022: 3.612

2021: 2.775

2020: 1.534

2019: 4.613

2018: 2.929

ETTEN-LEUR
CITY SHOP

Website

Het platform Stappen & Shoppen in Etten-Leur (Etten-Leur City App) groeit snel in bekendheid en betekenis voor ondernemers, inwoners, bezoekers en toeristen.

Ca. 50 ondernemers uit horeca & retail in Etten-Leur zijn dit jaar partner en dragen financieel bij aan het platform. Zij zijn door hun partnerschap ook vindbaar op BredaCityApp.

Van de bezoekersgroep is ca. 57% vrouw, 43% man. Bijna alle leeftijdscategorieën zijn goed vertegenwoordigd. Grootste groep: 25-54 jaar). Ca. 40% van de bezoeken is afkomstig uit Etten-Leur. Daarna volgt een grote groep regio (straal van 25 km).

Populairste pagina's: Agenda, Routes, Beleven, Nieuws, Restaurants.

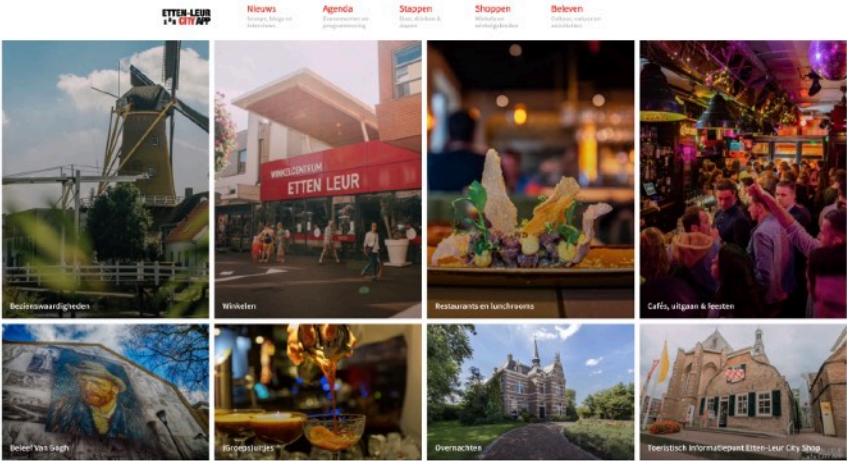
Populairste themapagina's: Carnaval, Evenementenkalender, Vier de zomer (campagne) en Laat je betoveren (wintercampagne).

Aantal bezochte pagina's Etten-LeurCityApp.nl

2025:	457.857 (164.000 unieke bezoekers)
2024:	233.013
2023:	202.000
2022:	151.781
2021:	99.005
2020:	89.235
2019:	85.887
2018:	85.223
2017:	72.779
2016:	66.887



Etten-LeurCityApp.nl schenkt aandacht aan winkels, horeca, musea, overnachtingsmogelijkheden, bezienswaardigheden, activiteiten en evenementen, uitjes en routes (wandelen, fietsen en varen).



De mobielvriendelijke website is essentieel om de consument op de digitale markt te bereiken.

In 2025 lag dit percentage op 77%. Bij start in 2016 was dit nog maar 26%.

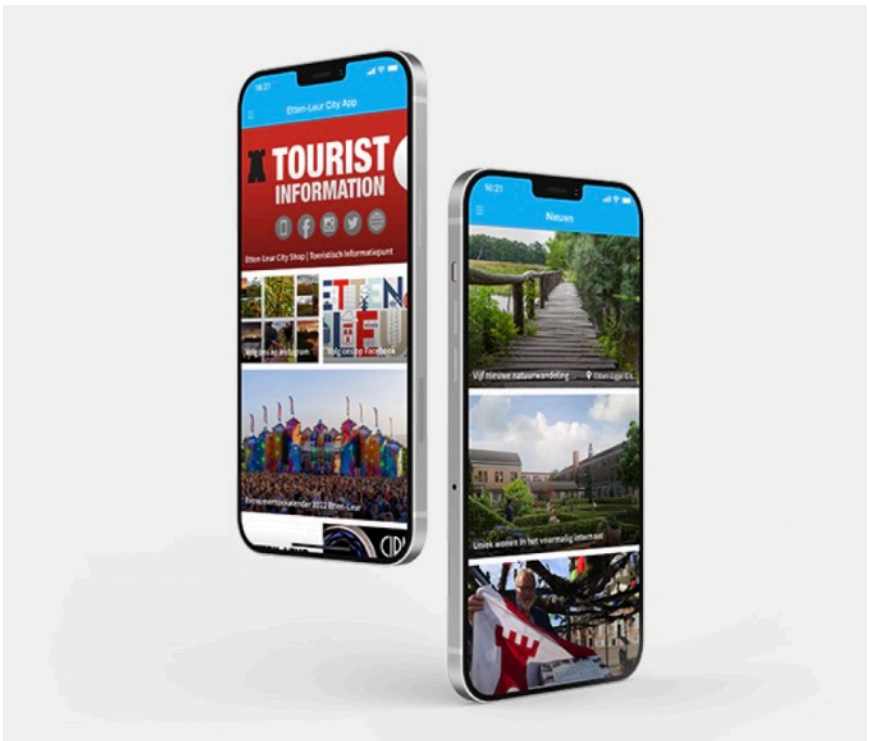
Mobiel browsen kent een dus een sterke groei ten opzichte van het desktop gebruik. Met het oog hierop krijgen website en app in 2026 een nieuw design.

De app

De app (feitelijk de mobiele weergave van de website) kende in 2025 1.349 nieuwe downloads voor zowel iOS (Apple) en Android (Google). 2024: 887.

Het totale aantal downloads is nu 11.450.

De mobiele website is voor iedereen met een device en internet goed via Google te vinden. Mede doordat je de site goed vindbaar is via zoekmachines als Google, is het bereik groter geworden.



Social Media

Etten-Leur City App is zeer actief op Facebook en Instagram. De interactiviteit met bezoekers nam sterk toe: meer likes, meer reacties en meer deelacties. Dit impliceert een grotere betrokkenheid. Diverse ondernemers en evenementen in Etten-Leur konden dit jaar weer gepromoot worden via onze socials. Op een hard groeiend Facebook lag veel nadruk op evenementen en openingen. **Gemiddeld lag het aantal weergaven op ruim 730.000 per maand.** Op Instagram lag meer nadruk op natuur en video. Richting het einde van het jaar was er meer exposure voor de horeca en sfeerbeelden (o.a. kerstactiviteiten). **Maandelijks gedeeld 324.000 weergaven.**

Facebook Etten-Leur City App

2025: 11.620 volgers (+ 2.190)

2024: 9.430 volgers

2023: 8.688 volgers

2022: 7.865 volgers

2021: 7.053 volgers

2020: 6.301 volgers

2019: 4.988 volgers

2018: 4.017 volgers



Instagram Etten-Leur City App

2025: 8.859 volgers (+757)

2024: 8.102 volgers

2022: 7.065 volgers

2021: 6.873 volgers

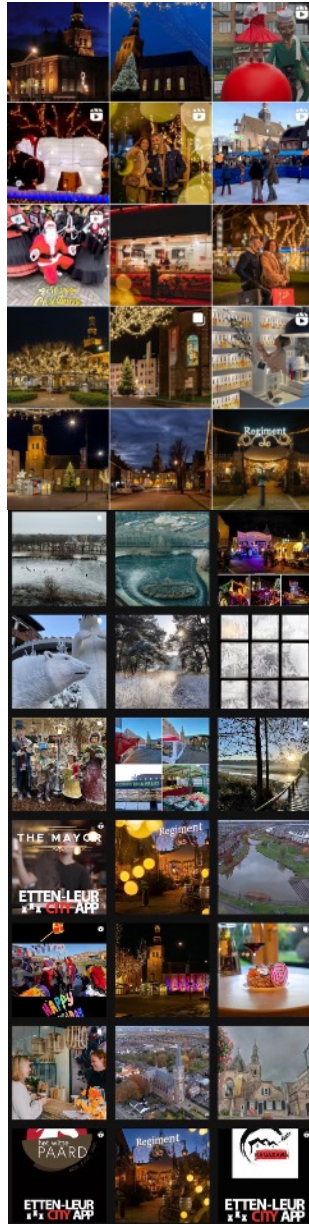
2020: 6.410 volgers

2019: 5.489 volgers

2018: 4.940 volgers



Verrassend veelzijdig



Eindejaarscampagne 2025: *Laat je betoveren in Etten-Leur*

**Laat je
betoveren
in Etten-Leur!**

Kerstcircus **Kerstmarkt**
Ijsfestijn
Smullen **Concerten** **Shoppen**

ETTEN-LEUR
x x **CITY APP**

Available on the
App Store

GET IT ON
Google Play

GEMEENTE
ETTEN-LEUR

Insteek van de campagne

Voortbordurend op de succesvolle social media campagnes in 2023 en 2024 heeft Gemeente Etten-Leur i.s.m. Etten-Leur City App besloten om dit in 2025 een vervolg te geven.

Dit heeft geresulteerd in een intensieve decembercampagne, bestaande uit een themapagina op de website, posters op de Centercom borden langs de weg, uitingen op de Bereik.nl-LEDschermen en de inzet van social media: Facebook, Instagram en Youtube (beperkt). En uiteraard ook de samenwerking met diverse evenementenorganisaties, waaronder het IJSfestijn, het Kerstcircus, Kerstmarkt Etten-Leur, Munnikkenheide college (Santarun) en diverse andere organisaties.

De extra inzet liet zien dat ‘citymarketing’ naast promotie steeds meer draait om richting geven, samenwerken, krachten bundelen en betekenis creëren.

De inzet helpt ons om keuzes zichtbaar en tastbaar te maken, en inwoners actief te betrekken bij de toekomst van de gemeente. In 2026 kan ‘Het verhaal van Etten-Leur’ hier verder richting aan geven.

Dat vraagt om samenwerking, herhaling, onderscheidend vermogen, lef en verbeeldingskracht. Door het verhaal van Etten-Leur continu te laten zien en beleven, bouwen we samen aan een Etten-Leur dat klaar is voor de toekomst.

Resultaten van de campagne

Themapagina Laat je betoveren op de website:

Een overzicht van alles wat er te beleven valt in december en begin januari op 1 pagina. Eind november 1.122 x bezocht, december 10.380 x bezocht, januari (t/m 4) 668 x bezocht. Totaal 12.170 x bezocht.

Dit is een verdubbeling t.o.v. vorig jaar zelfde periode (6.218 bezoekers)

Facebook 1 december - 31 december:

- 1.440.612 weergaven (aantal keren dat content is afgespeeld of weergegeven).
- 103.801 betrokkenheid (aantal reacties, klikken, opmerkingen of deelacties).
- We hebben 61% niet-volgers weten te bereiken. Mede vanuit de betaalde posts / advertenties (budget 600 euro); ingezet in een straal van 10 km rond Etten-Leur.
- Dit leverde maar liefst 613 nieuwe volgers op.
- Herkomst is 67% Etten-Leur, 10% Breda / Prinsenbeek, gevolgd door St. Willebrord, Roosendaal en Oudenbosch.
- Leeftijd bezoekers deze maand: grootste groep (70%) is vrouw (tussen 45 en 54 jaar).
- Deze maand 91 berichten geplaatst.
- Populairste waren de aankondiging van het weekend met o.a. de kerstmarkten (68.381 weergaven) en de 2 posts over de optocht verlichte tractoren, samen 27.786 weergaven).

- Zoomen we in op alleen het Ijsfestijn dan zien we dat we een veel jongere doelgroep hebben weten te bereiken. 47% van die posts kwam aan bij de groep 25-44-jarigen.
- Pieken waren de start van het festijn begin december (97.000 weergaven), vlak voor kerst, 20 december (141.000 weergaven) en 30 december (aankondiging van de feestjes op Nieuwjaar en de Nieuwjaarsduik) met 65.000 weergaven.

Instagram 1 december - 31 december:

- 133.000 weergaven. Hier hebben we 24% niet-volgers bereikt wat geleid heeft tot 98 nieuwe volgers.
- Geplaatst zijn 7 reels, 16 berichten en 43 Story's (waarvan 6 x 100 euro betaald; ingezet in een straal van 10 km rond Etten-Leur).
- Er waren 2.800 interacties.
- Populairste deze maand waren: Foto bij bericht over samenwerkende horeca bij de carnavalsmunt de Fleut (11.000 weergaven), video start Ijsfestijn (10.700 weergaven) en de video terugblik Laat je betoveren (12.200 weergaven).

Youtube:

Video terugblik Laat je betoveren in Etten-Leur: 221 x bekeken.

Al met al een zeer succesvolle maand.

De kers op de taart voor een prima jaar.



Exploitatieresultaat TIP

Exploitatie TIP 2025	€
Opbrengsten	
Subsidie gemeente	15.000
Marge shop	1.011
	16.011
Kosten kassa	316
PR, Marketing en communicatie	12.208
Kosten vrijwilligers en kantine	1.744
Telefoon, internet en ICT	836
	15.105
Exploitatieresultaat TIP 2025	906

*Rijn Broere,
Penningmeester Stichting Van Gogh Kerk en Museum Etten-Leur*



ETTEN-LEUR CITY APP



*Verslag: Pierre van Damme, beheerder Etten-Leur City App
26 maart 2026*

