

Jaarverslag 2025

In 2025 gaven we meer kleur aan de stad. Letterlijk én figuurlijk.

Samen met inwoners, ondernemers, studenten en andere partners bouwden we aan een speels, innovatief en creatief Zoetermeer.

In dit jaarverslag nemen we je mee langs de campagnes, projecten en hoogtepunten van het jaar. Ontdek hoe we verbinding, dynamiek en plezier zichtbaar maakten in de stad.

We versterkten onze relaties met partners en daarmee ook het stadsmerk. Zo maakten we Zoetermeer samen nog aantrekkelijker, herkenbaarder en toekomstgericht.

ZOETERMEER
IS DE PLEK.

De website Zoetermeerisdeplek.nl

De website zoetermeerisdeplek.nl is hét centrale platform waar alle campagnes, projecten en verhalen samenkomen. We gebruiken het om bezoekers te inspireren én te activeren: om iets te ondernemen, te ontdekken, te studeren of om te wonen in Zoetermeer.

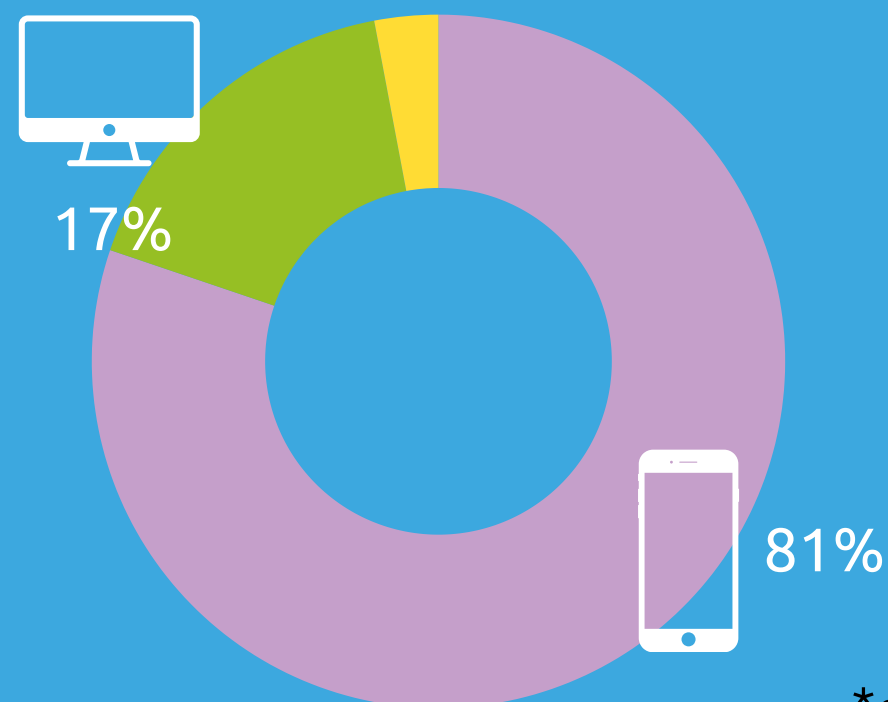
Vanuit de site leiden we gericht door naar partners, evenementen en organisaties in de stad, met als doel zoveel mogelijk waardevolle kliks naar deze externe websites.

Bekijk de website 

104.445
gebruikers*

33.196
klikken naar externe websites*

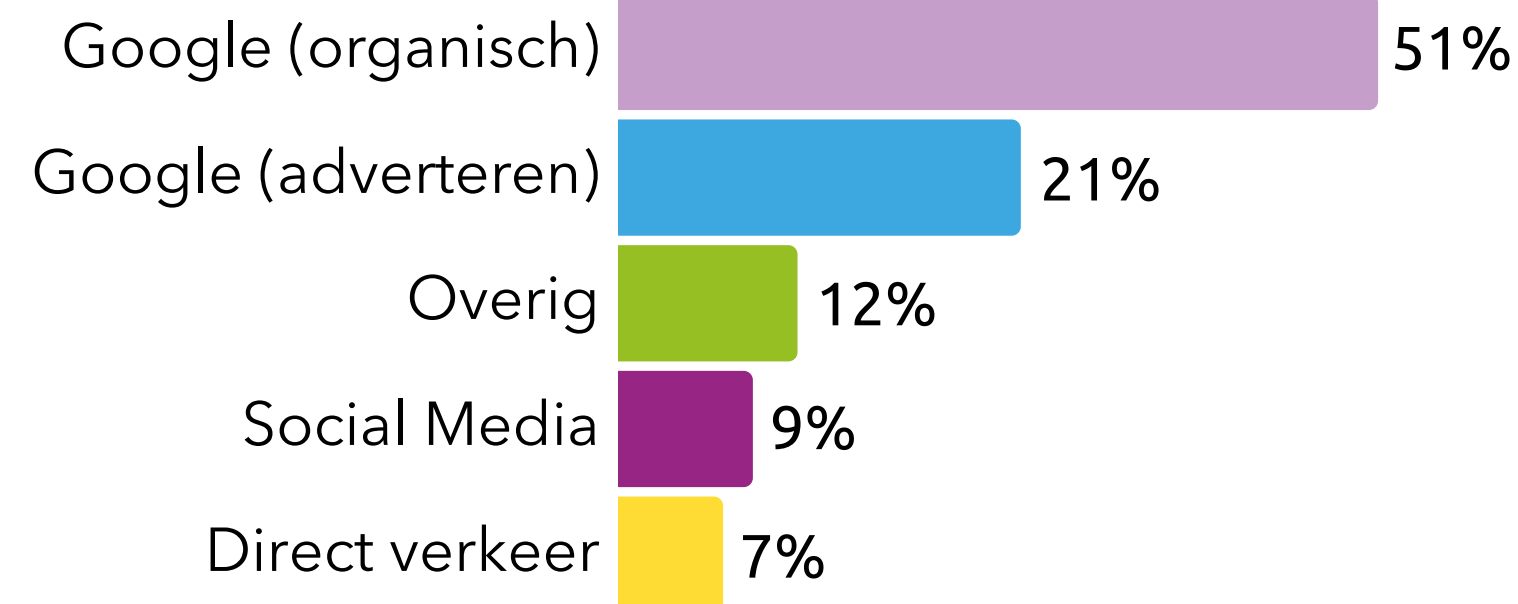
Welk apparaat gebruiken de websitebezoekers?



Top 3 meest bekeken pagina's (na de homepage):

1. UITagenda
2. Nieuwbouwprojecten
3. Eten en drinken

Waar komen bezoekers vandaan?



*door een updatefout hebben we helaas 3 maanden niet goed kunnen meten

De website UITagendazoetermeer.nl

Top 3 UITjes:

1. Culinaire Zomerfestival
2. Voorjaarskermis
3. Koningsdag

Bekijk de website 

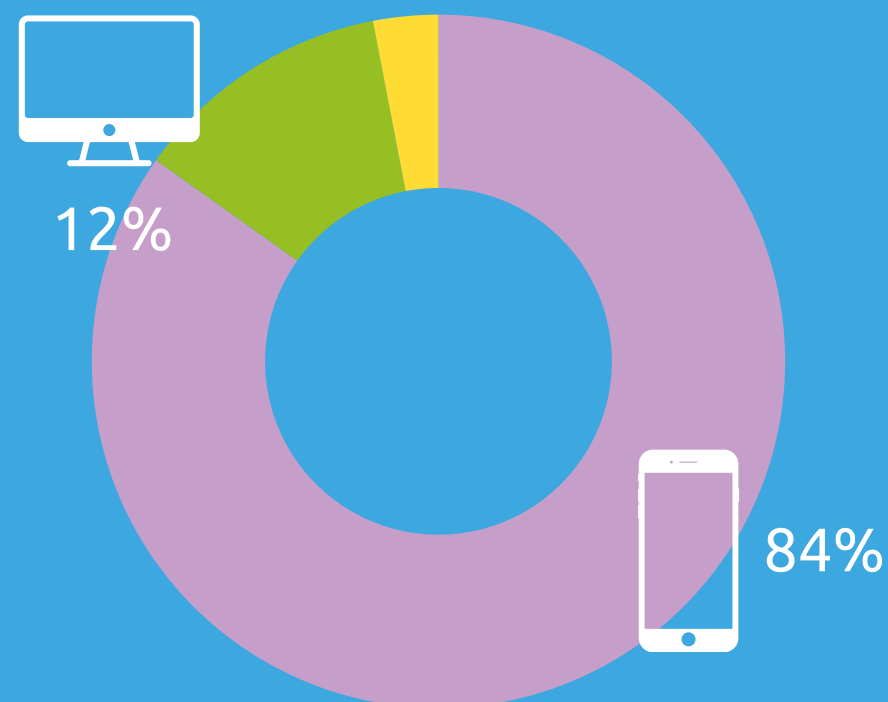
113.842

weergaven

7.508

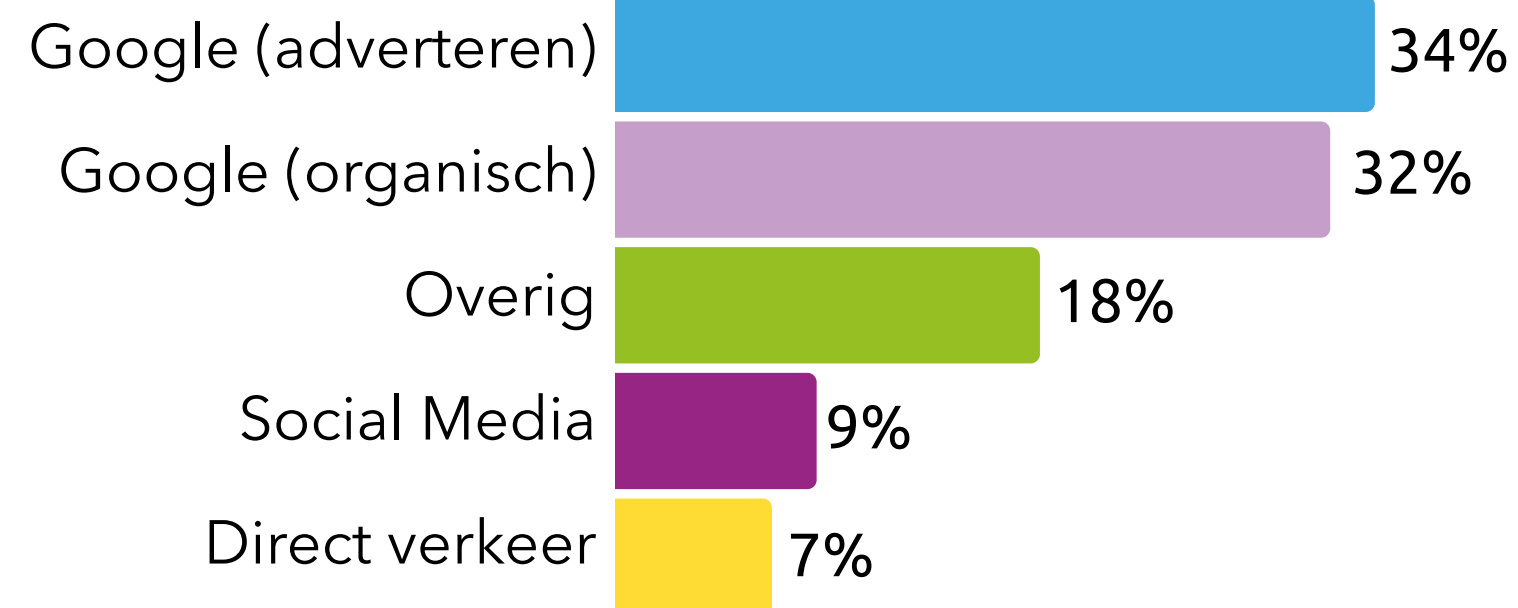
klikken naar externe websites

Welk apparaat gebruiken de websitebezoekers?



De website uitagendazoetermeer.nl is hét overzicht van wat er te doen is in Zoetermeer. Van concerten en festivals tot workshops, markten en voorstellingen, je vindt het allemaal in de UITagenda. Zo blijft het aanbod altijd actueel, volledig en overzichtelijk en maken we het voor inwoners en bezoekers nog makkelijker om eropuit te gaan in Zoetermeer.

Waar komen bezoekers vandaan?



Social media Zoetermeer is de plek

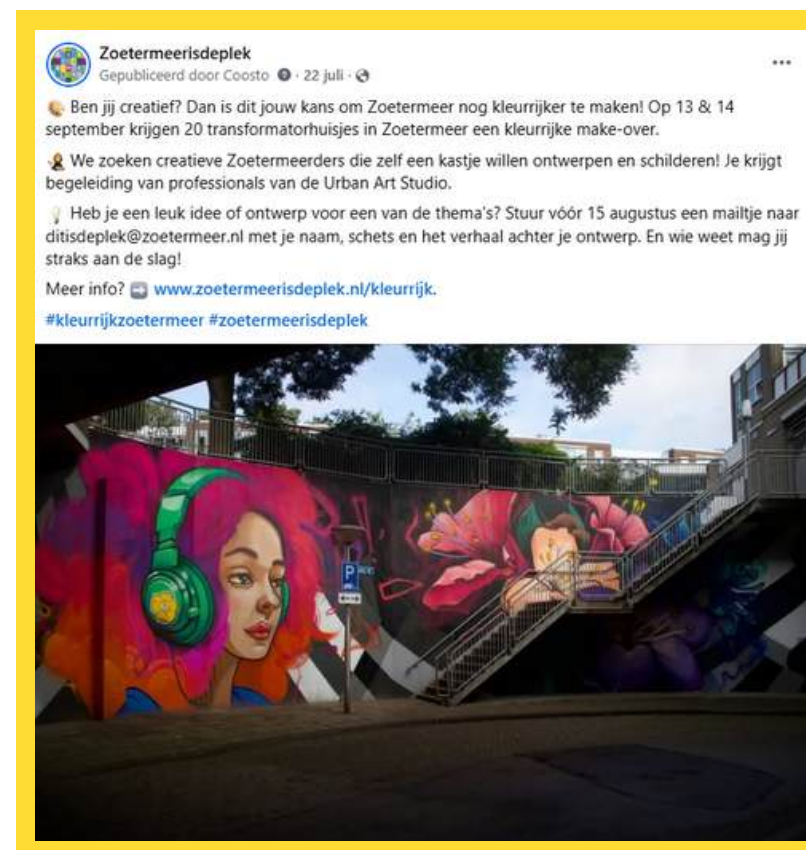
De social media-kanalen van Zoetermeer is de plek speelden in 2025 een belangrijke rol in het vergroten van de zichtbaarheid en betrokkenheid van zowel Zoetermeer is de plek als het team van Bureau Citymarketing. Op LinkedIn waren we dit jaar duidelijker aanwezig met een professioneler en persoonlijker verhaal. We gaven vaker een kijkje achter de schermen en lieten zien wie de mensen achter Bureau Citymarketing Zoetermeer zijn en waar we samen met partners aan werken.

Op Facebook en Instagram lag de focus sterker op video. Met korte, pakkende video's en reels zochten we actief de interactie met onze volgers. Ook zetten we vooral in op gerichte advertenties om campagnes extra onder de aandacht te brengen bij een breed en divers publiek. Zo brachten we het merk Zoetermeer is de plek dagelijks en herkenbaar in beeld.

Aantal volgers:



Impressies:

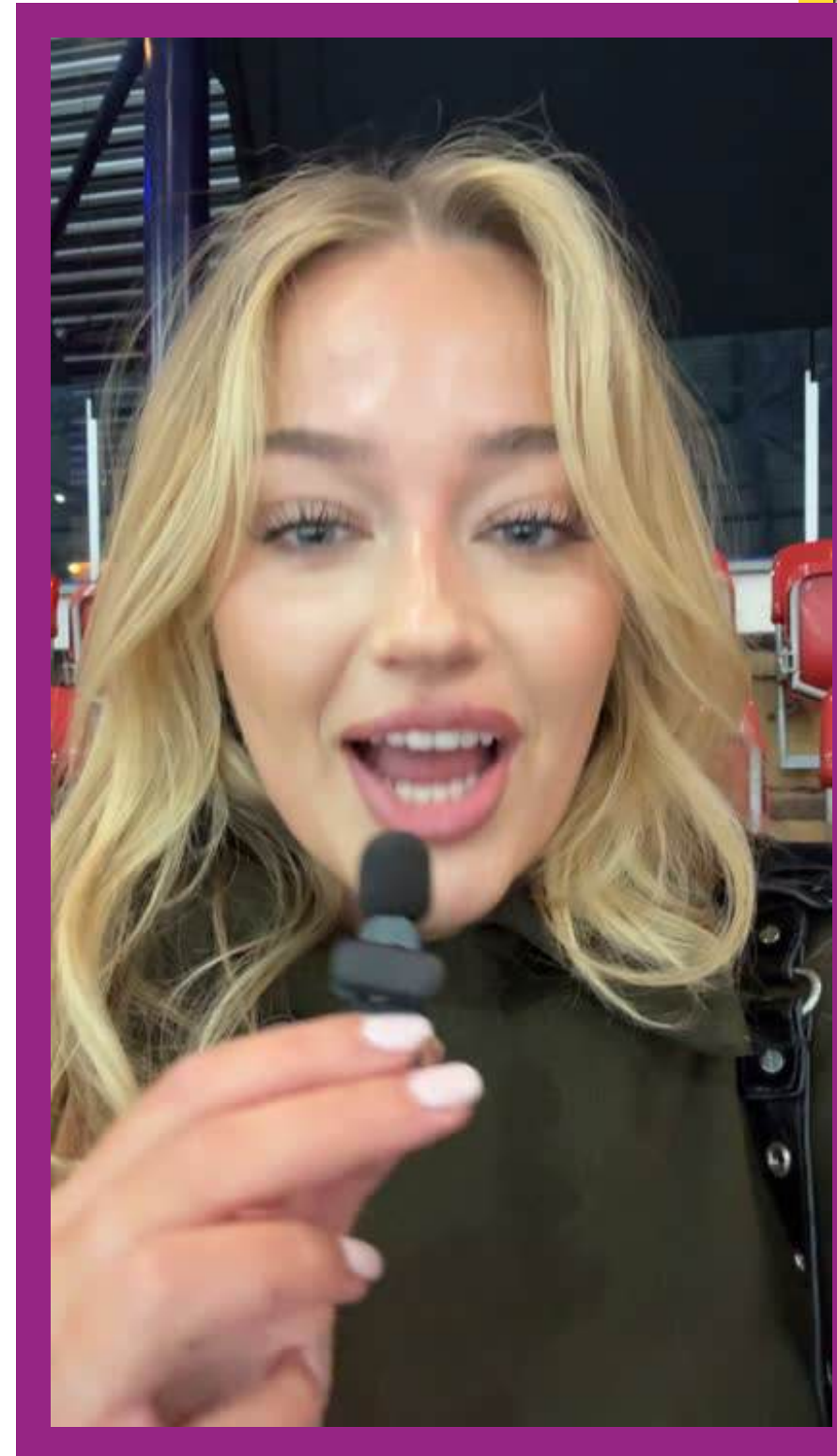


User Generated Content (UGC)

User Generated Content speelde in 2025 een steeds grotere rol op onze social media-kanalen. Door echte verhalen, foto's en video's te delen, brachten we Zoetermeer op een persoonlijke en herkenbare manier tot leven.

We werkten samen met een content creator die UGC-achtige reels en video's maakte. Deze spontane content liet de stad van dichtbij, levendig en toegankelijk zien. Dat zorgde voor meer interactie, een groter bereik en een groei in het aantal volgers.

Daarnaast werden we steeds vaker door ondernemers, partners en bewoners uitgenodigd om hun berichten en reels te versterken. Inwoners deelden hun favoriete plekken en momenten in de stad, wat zichtbaar maakte hoeveel trots en betrokkenheid er leeft. Zo groeide Zoetermeer is de plek steeds meer uit tot een verhaal dat samen met de stad wordt verteld.



Social media UITagenda Zoetermeer

De social kanalen van UITagenda Zoetermeer groeiden in 2025 uit tot dé plek waar inwoners en bezoekers zich laten inspireren om eropuit te gaan. Via Instagram en Facebook deelden we tips, evenementen en nieuwe UITjes. Ook weer met veel focus op video en reels, omdat die zorgen voor meer energie, dynamiek en bereik.

We speelden in op actualiteit, deelden sfeerbeelden vanuit de stad en zochten actief de interactie op. Dankzij een mix van organische posts en gerichte advertenties bereikten we een breed publiek én maakten we de drempel om iets te ondernemen in Zoetermeer nog lager. Zo werd de UITagenda steeds meer een vertrouwd, inspirerend kanaal.

Aantal volgers:

f
560

+207



+709

2.372

Impressies (organisch):



1.097.444



598.596

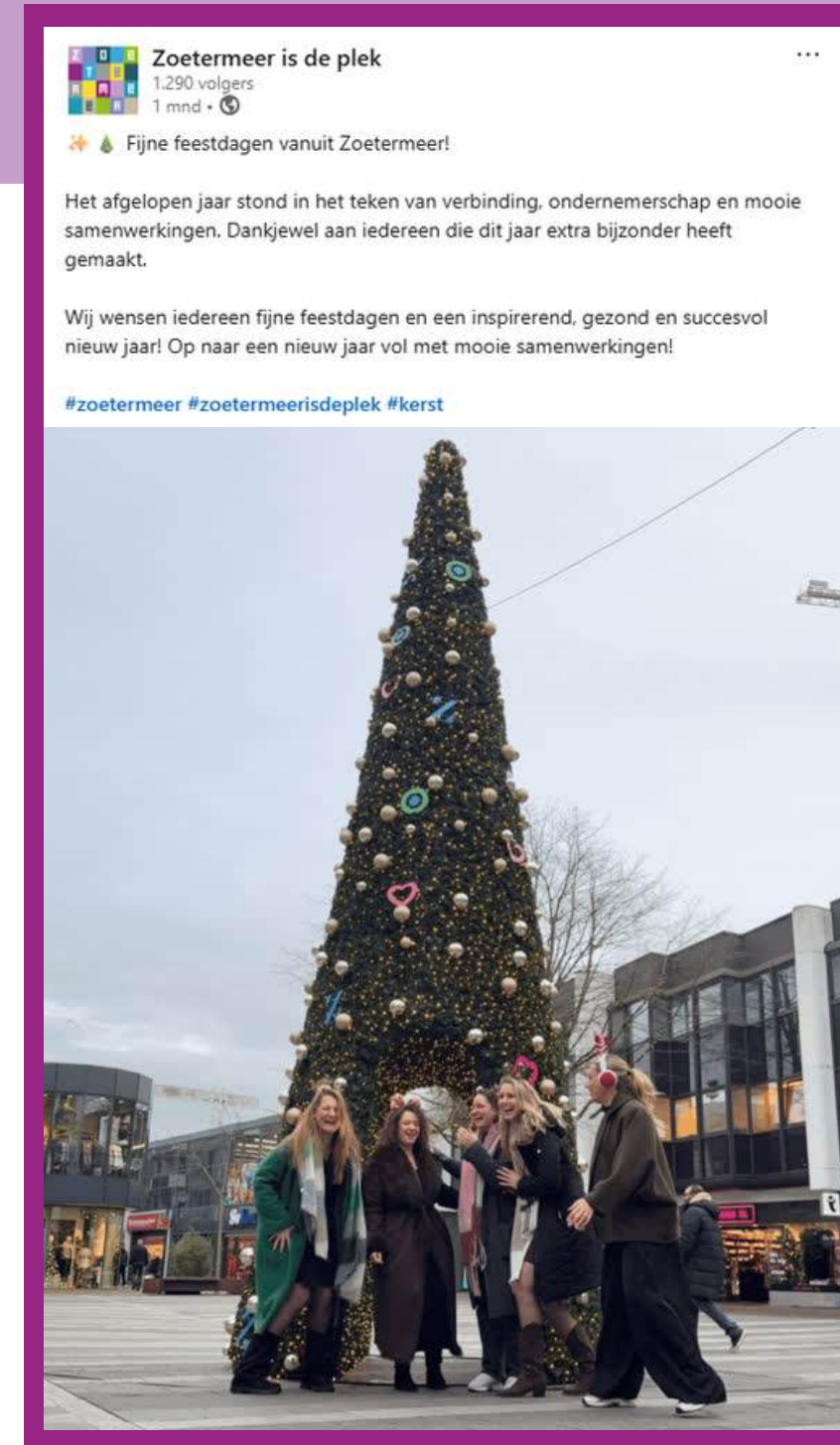


LinkedIn

Dit jaar zijn we op LinkedIn veel zichtbaarder geworden.

We gaven volgers een kijkje achter de schermen en lieten zien wie de mensen achter Bureau Citymarketing Zoetermeer zijn. Door persoonlijke verhalen, teamupdates en openheid over onze projecten te delen, bouwden we aan een sterker, herkenbaar en menselijk profiel.

Zo laten we zien: citymarketing maken we samen.



Out of Home (A0 & Abri's & Bereikschermen)



Strategisch Canvas



In 2025 werkten we samen met partners, ondernemers en gemeentelijke afdelingen aan het Strategisch Canvas 2026-2030.

Vanuit de kernwaarden Maakbaar, Actief en Speels bepaalden we samen de koers voor de komende jaren. Het canvas sluit naadloos aan op de Visie Zoetermeer 2040 en vormt de basis voor een stad die we sámen blijven bouwen: een stad waar ruimte is voor initiatief, waar energie en beweging centraal staan en waar we durven verrassen met creatieve ideeën.

Met dit strategisch canvas leggen we een helder, toekomstgericht fundament. Het geeft richting aan onze campagnes, projecten en samenwerkingen. En zorgt ervoor dat Zoetermeer is de plek herkenbaar, relevant en krachtig blijft.

Studeren.

Dit is de plek.

Zoetermeer is de plek voor talent van de toekomst.

In samenwerking met onderwijsinstellingen, ondernemers en innovatiepartners bieden we een omgeving waar studenten kunnen leren, creëren en groeien. We bieden onderwijs in gaming, IT, toegepaste innovatie en creatieve technologie.

We laten zien hoe studenten deel uitmaken van een stad vol mogelijkheden, van inspirerende studieplekken tot stages en evenementen.

Met campagnes, video's en verhalen brengen we het studentenleven in beeld en nodigen we jongeren uit om Zoetermeer te kiezen als plek waar ze hun toekomst vormgeven.

  **20.488**
impressies (organisch)

6.369
weergaven (LinkedIn ads)

1.522  **83%**
websiteweergaven

betrokken sessies

Video studeren

Met de vernieuwde video Studeren laten we zien waarom Zoetermeer de plek is voor studenten die willen groeien, ontdekken en creëren. De video is ontwikkeld in nauwe samenwerking met het Dutch Innovation Park, De Haagse Hogeschool en mboRijnland, waardoor het verhaal authentiek, actueel en volledig aansluit op wat studeren in Zoetermeer echt betekent.

We brengen échte studenten, inspirerende onderwijsomgevingen en het innovatieve studiemilieu van de stad samen. Zo ontstaat een energiek beeld van hoe leren hier voelt: persoonlijk, toekomstgericht en vol kansen op het gebied van gaming, IT en toegepaste innovatie.

De video werd niet alleen via onze eigen kanalen gedeeld, maar ook breed verspreid binnen de onderwijsinstellingen zelf, waardoor nog meer scholieren en studenten Zoetermeer leerden kennen als een plek waar talent de ruimte krijgt.

 **8.814**
weergaven (ads)

 **8.993**
weergaven



Next Level Gamen

Next Level Gamen is een langdurige campagne die laat zien hoe sterk en uniek het game-ecosysteem in Zoetermeer is. Met partners zoals het Nationaal Videogame Museum, het Gamelab en AOMA e-sports bewijzen we dat Zoetermeer de plek is voor gaming, digitale creativiteit en innovatie.

De campagne startte met het vormen van een gezamenlijk game-collectief. Daar maakten we dynamische video's van, die we breed hebben geadverteerd, om Zoetermeeders én bezoekers te laten zien hoeveel er op dit gebied te ontdekken is.

Tijdens Live at the Lake creëerden we een eigen Next Level-island, waar bezoekers konden gamen op consoles van het Nationaal Videogame Museum, spelletjes spelen, feesten met silent disco en er was een skyfall! Een speelse, energieke manier om Next Level Gamen voelbaar te maken.

De campagne Next Level Gamen laat Zoetermeer op een unieke, onderscheidende manier zien. Het legt de basis voor een groeiend netwerk van makers, spelers en innovators. En toont hoe speels, creatief en toekomstgericht Zoetermeer is.

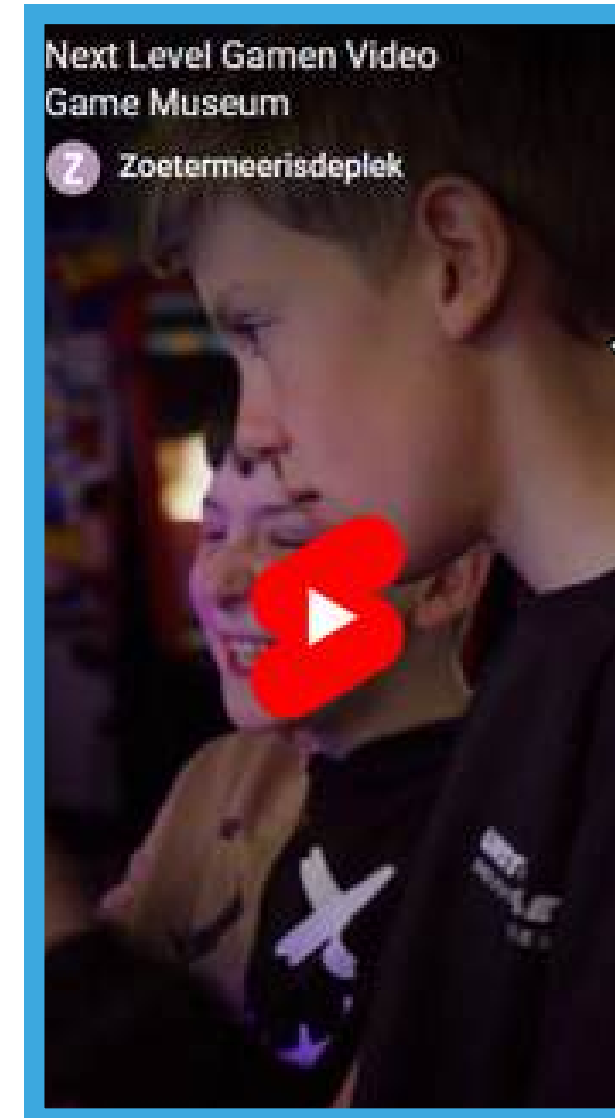


16.071
impressies (organisch)

279.236
weergaven (ads)

1.254
websiteweergaven

betrokken sessies
69%



Ondernemen.

Dit is de plek.

Zoetermeer is de plek voor ondernemers die vooruit willen. Een stad waar ideeën de ruimte krijgen en waar samenwerking centraal staat.

We stimuleren een ondernemersklimaat waarin innovatie, creativiteit en ondernemerschap samenkomen

5.044
website
weergaven

betrokken sessies
73%

We zetten in op het versterken van lokale bedrijven, start-ups, scale-ups en de groeiende gaming- en IT-sector. Door ondernemers zichtbaar te maken, verhalen te delen en samenwerkingen te stimuleren, bouwen we aan een dynamisch en toekomstgericht ecosysteem. Zo laten we zien dat Zoetermeer de plek is waar ondernemers kunnen groeien, experimenteren en impact maken.

IntoBusiness artikel

Om de samenwerking met partners in de stad verder te versterken, stelden we ons team voor in een uitgebreid artikel in IntoBusiness. We lieten zien wie we zijn, wat Bureau Citymarketing Zoetermeer doet en hoe we samenwerken aan een sterk en herkenbaar stadsmark.

Met dit artikel maakten we zichtbaar dat we openstaan voor samenwerking, nieuwe ideeën en verbinding met ondernemers, organisaties en initiatiefnemers in de stad.

Zo bouwen we samen verder aan een trots en ondernemend Zoetermeer. Zoals de titel al zegt: Samen maken we de stad!



Bureau Citymarketing Zoetermeer

Samen maken we de stad!

"Bureau Citymarketing Zoetermeer nodigt bedrijven, organisaties en instellingen in Zoetermeer van harte uit om te laten zien hoe veelzijdig Zoetermeer is. Samen kunnen we de vele, vaak onontdekte mogelijkheden in en van onze stad op de kaart zetten en de stad economisch sterker maken. Een goed imago van de stad biedt voordelen voor zowel bewoners als ondernemers."

Zoetermeer is een leuke stad om te wonen, te werken, te recreëren en te studeren. Er zijn prachtige bedrijven gevestigd in Zoetermeer. Het is de taak van Bureau Citymarketing om aan de buitenwereld te laten zien hoe aantrekkelijk Zoetermeer is. Ons doel is om merken, salarissen en investeringen aan te trekken en de stad economisch te versterken", vertelt Lieve van der Aar, senior adviseur Marketing & Communicatie bij Bureau Citymarketing Zoetermeer. "Het gaat om samen, doen we samen met de stad - en dus ook samen met het bedrijfsleven. We zijn er namelijk van overtuigd dat het verhaal van Zoetermeer het beste tot zijn recht komt als het wordt verteld door andere partijen en niet door Bureau Citymarketing zelf. Wij zijn dus altijd op zoek naar samenwerkingsverbanden met partijen die trots hun verhaal willen vertellen of mooie ideeën hebben om de stad te versterken."

Enthousiast, toegankelijk en creatief

Het team van Bureau Citymarketing Zoetermeer bestaat uit vijf medewerkers die allemaal even enthousiast zijn over Zoetermeer. "We zijn een jong team marketingprofessionals. We zetten ons in voor de stad Zoetermeer, dus niet zózeer voor de gemeentelijke organisatie (al zijn we daar wel een onderdeel van). We vinden het belangrijk om toegankelijk te zijn, gemakkelijk bereikbaar, samen met een goed idee, initiatief of verhaal over Zoetermeer, kan contact met ons opnemen. Alles wat ons kan helpen bij het bereiken van ons doel, is welkom. We denken graag mee over hoe we dat gezamenlijk, met impact, onder de aandacht kunnen brengen. Een blog op onze website, een video, een podcast, posts op social media of buitenreclame? Er is echt zoveel mogelijk", aldus Lianne van Heek, mede adviseur Marketing & Communicatie en collega van Lieve. "Wij doen ons voordeel met het verhaal, het bedrijf met de publiciteit. Het is win-win."

Trots op Zoetermeer

"We willen niet alleen bereiken dat anderen zien dat Zoetermeer een leuke stad is, we willen ook dat Zoetermeesters, en zeker ook ondernemers zelf [meer] hart voor de stad krijgen. Als je trots bent op je stad, ben je immers ook een goede ambassadeur", vervolgt Lieve. "Om de trots te versterken hebben we ons als bijvoorbeeld een fotowedstrijd georganiseerd waarbij men werd uitgenodigd om een foto in te sturen van zijn favoriete plek in Zoetermeer. Een ander voorbeeld is de uitwerking van de Innovatieprijs. Samen met Team Economie van de gemeente, Economisch Board Zoetermeer, Netwerk Zoetermeer en de Dutch Innovation Community zijn we op zoek gegaan naar innovatief ondernemerschap, om de innovatieve kracht van onze stad zichtbaar te maken. We hebben prachtige bedrijven en voorbeelden van innovatie gezien. Bubble Rush [is] een revolutionaire techniek ontwikkeld om milieuvriendelijk en effectief het toilet te reinigen [wordt] nu winnaar uitgeroepen."

Zoetermeer is de plek

Ongeveer vijf jaar geleden is het stadsmark Zoetermeer is de plek geïntroduceerd. Alles wat Bureau Citymarketing sindsdien doet, gebeurt onder deze vlag. Lianne: "We zongen ervoor dat het stadsmark steeds terugkomt. Daar komt het zich ook goed voor: je kunt er veel kanten mee op en het nodigt uit tot creativiteit. Zoetermeer is de plek is inmiddels een sterk merk geworden. Uit de stadspelling die we onder bewoners uitvoeren, blijkt dat er een stijgende lijn zit in de mate waarin men bekend is met het stadsmark."

Een onuitwisbare indruk achterlaten

Bureau Citymarketing werkt momenteel aan verschillende projecten die ondernemers helpen om hun verhaal krachtig naar te zetten, zoals een magazine over Zoetermeer dat hulp aan huis verspreid zal worden, een campagne die laat zien dat Zoetermeer veel te bieden heeft op het gebied van games en een sales kit die bedrijven kunnen inzetten bij presentaties, werkingar pitches. Lieve sluit af: "Van Zoetermeesters ondernemers hoor ik graag wat zij wellicht nog meer nodig hebben om hun verhaal te kunnen vertellen. We staan open voor suggesties, samen maken we de stad. Achter de schermen zijn we druk bezig met een initiatief dat specifiek gericht is op ondernemend Zoetermeer en dat in november gaat plaatsvinden, rond de Dag van de Ondernemer. Binnenkort is op onze website en op LinkedIn te zien waar ik op staat... Ik ben erg benieuwd hoe de reacties zullen zijn. Laat het ons weten!"

BUREAU CITYMARKETING ZOETERMEER
Engelshooven 502 | 2711 ER Zoetermeer
@stadpma@zoetermeer.nl

24

25

Provada

Samen met de Verstedelijkingsalliantie stond Zoetermeer op de PROVADA in de RAI Amsterdam waar overheden, ontwikkelaars en stedenbouwers samen bouwen aan de stad van morgen.

Er werden maar liefst vijf overeenkomsten ondertekent. Een krachtig signaal dat Zoetermeer volop in beweging is en dat we samen met sterke partners bouwen aan een toekomstbestendige en aantrekkelijke stad.



Zoetermeer is de plek
1.268 volgers
5 mnd • 🌐

Samen met de [Verstedelijkingsalliantie](#) zijn we deze week aanwezig op de **PROVADA** in de **RAI Amsterdam** waar overheden, ontwikkelaars en stedenbouwers samen bouwen aan de stad van morgen.

We zijn super trots op de vijf ondertekende overeenkomsten. Een krachtig signaal dat Zoetermeer volop in beweging is en dat we samen met sterke partners bouwen aan een toekomstbestendige en aantrekkelijke stad. 🙌

Op naar een mooie toekomst!

👉 [PingProperties Lithos bouw & ontwikkeling Stedelink Van Omme & De Groot](#)
[Projectontwikkelaars en Bouwers BREEVAST Hillborgh](#)

[Jan Iedema](#) [Ronald Weerwag](#) [Entree Zoetermeer Binnenstad Zoetermeer](#) [Fieke van den Berg](#)

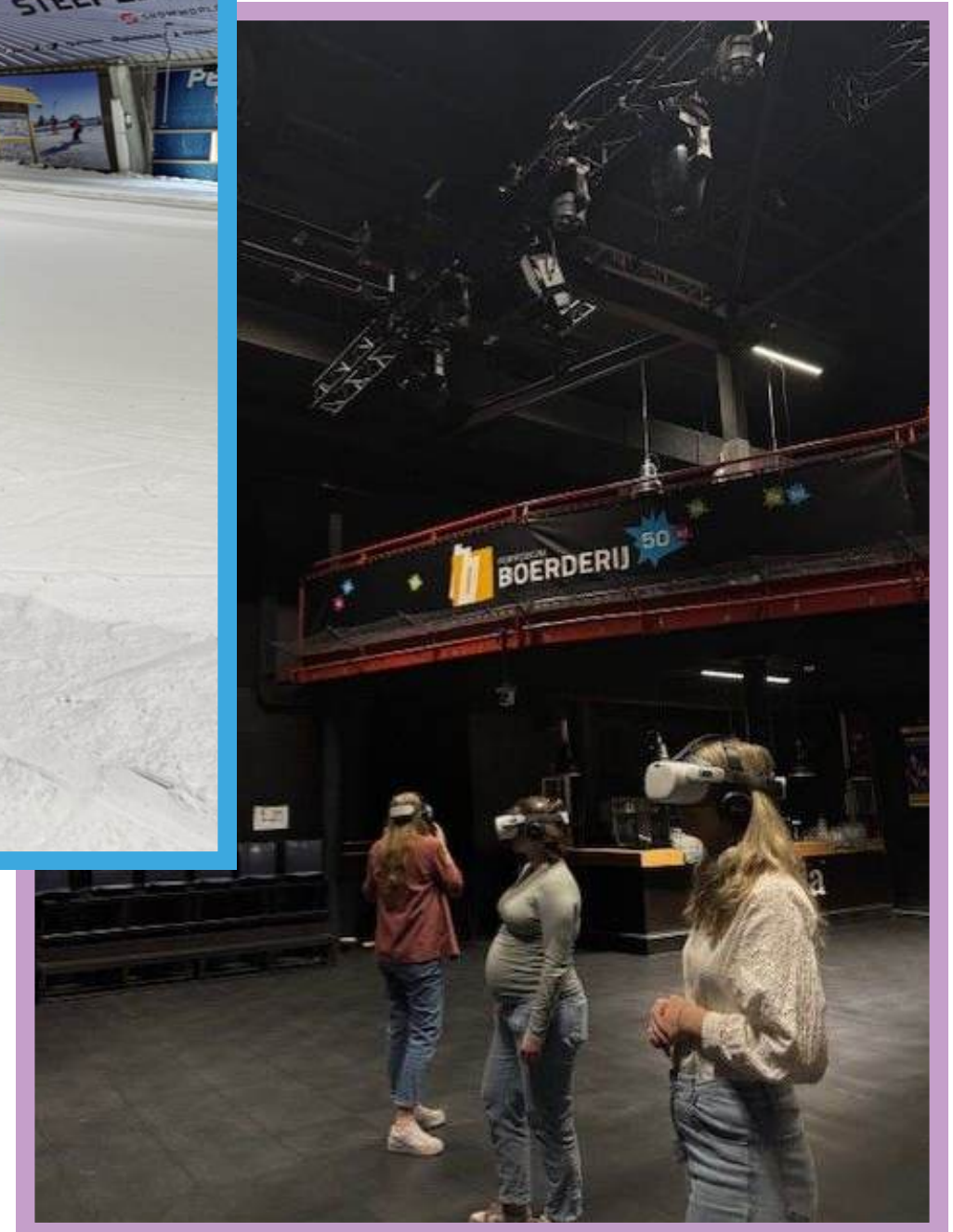


Bezoeken aan SnowWorld, CKC & Poppodium Boerderij

Als team citymarketing brachten we dit jaar bezoeken aan SnowWorld, Poppodium Boerderij en CKC & Partners.

Door bij onze partners langs te gaan, leerden we hun locaties, verhalen en ambities beter kennen.

Het versterkte niet alleen ons inzicht in wat er speelt in de stad, maar ook de samenwerking. Zo bouwen we samen verder aan een sterk, verbonden en herkenbaar Zoetermeer.



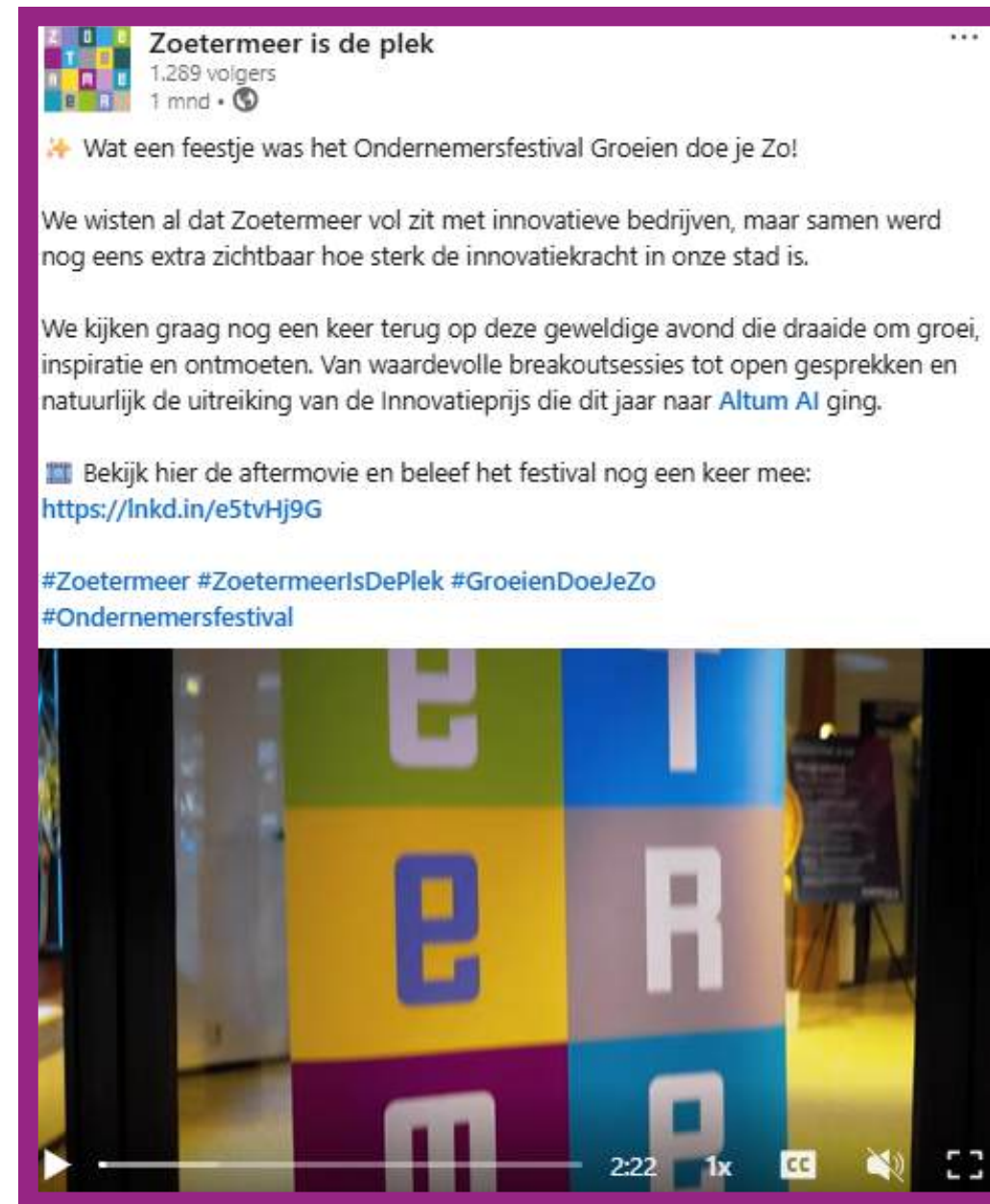
Ondernemersfestival Groeien doe je Zo!

Het Ondernemersfestival Zoetermeer bracht 250 ondernemers samen voor een dag vol inspiratie, kennisdeling en nieuwe ontmoetingen.

We organiseerden dit festival samen met de afdeling economie en andere partners om ondernemerschap in Zoetermeer te versterken, lokale bedrijven zichtbaar te maken en de onderlinge samenwerking te stimuleren. Zo bouwen we samen aan een stad waar innovatie, creativiteit en groei de ruimte krijgen.

Om het festival onder de aandacht te brengen bij de juiste doelgroepen, zetten we stevig in op LinkedIn-advertising en offline advertenties in B2B vakbladen. Daarmee bereikten we ondernemers in én buiten Zoetermeer, met veel zichtbaarheid en betrokkenheid als resultaat.

Het festival liet zien dat Zoetermeer de plek is voor ondernemers die willen verbinden, leren en groeien. En dat we als stad veel te bieden hebben voor wie vooruit wil.



 **18.062**
impressies (organisch)
22.804
weergaven (ads)

Aftermovie 

Innovatieprijs 2025

De Innovatieprijs Zoetermeer zette dit jaar vernieuwende ondernemers in het zonnetje. De prijs werd feestelijk uitgereikt tijdens het Ondernemersfestival.

Met gerichte LinkedIn-advertising en inzet van onze eigen kanalen bereikten we een breed ondernemerspubliek.

De Innovatieprijs laat zien dat Zoetermeer de plek is voor pioniers die de stad slimmer, creatiever en toekomstgericht maken.



15.313
impressies (organisch)

39.204
weergaven (ads)



Wonen.

Dit is de plek.

Doorlopende
campagne:



369.795
weergaven (ads)

13.537
website
weergaven

betrokken sessies
84%

Zoetermeer is de plek waar je niet alleen woont, maar echt thuis kunt komen.

Een stad die continue in ontwikkeling is, waar bewoners meebouwen aan hun leefomgeving en waar ruimte is voor initiatief en verbinding. We laten zien hoe divers, levendig en toekomstgericht Zoetermeer is als woonstad. Met campagnes die bewonerstrots centraal zetten en verhalen van echte Zoetermeesters, versterken we het gevoel van belonging in de stad. Tegelijkertijd richten we ons op nieuwe bewoners: jonge gezinnen, starters, empty-nesters en iedereen die zoekt naar een plek waar ruimte, groen, energie en creativiteit samenkomen.

Binnen het domein Wonen laten we zien waarom Zoetermeer dé plek is om te leven, te groeien en samen de stad verder vorm te geven.

Modellenlijst

Er reageerden 36 trotse Zoetermeeders op onze oproep om het gezicht te zijn van onze campagnes. Zo bouwden we een prachtige modellenlijst van diverse bewoners: jong, oud, uit verschillende wijken en met uiteenlopende achtergronden.

Deze bewoners laten zien hoe veelzijdig en verbonden onze stad is. Hun enthousiasme en betrokkenheid maken onze campagnes persoonlijker, herkenbaarder en écht.

Zo hebben we altijd echte Zoetermeeders in onze campagnes.



  **143.883**
weergaven (ads)

ZOETERMEER
IS DE PLEK.

Stadsgezichten gezocht

We zijn regelmatig op zoek naar mensen die het leuk vinden om op de foto te gaan! Meld je aan als stadsgezicht, dan kunnen we je benaderen voor fotoshoots voor bijvoorbeeld onze socialmediakanalen, borden in de stad of een magazine.

E-mailadres *

Voornaam en achternaam *

Geboortedatum *

Aanmelden

Herfst- & wintershoot



Muurschildering bij het Nationaal Videogame Museum

Partners

Nationaal Videogame Museum
Middelbare scholen
Piëzo
LBSNN



Meer informatie



Bij het Nationaal Videogame Museum kreeg Zoetermeer dit jaar een kleurrijke nieuwe blikvanger. Jongeren van verschillende scholen en Piëzo maakten samen met Manuel Alániz Gamez, een kunstenaar uit Nicaragua, een speelse muurschildering die de stad nóg creatiever en vrolijker maakt. Het project bracht mensen samen, gaf jong talent een podium en zorgde voor een flinke dosis stadstrots in het hart van Zoetermeer.



7.604

impressies (organisch)



om hier in het
Stadshart van Zoetermeer te staan.

Magazine

In samenwerking met Talk of the Town, de initiatiefnemers van het magazine "Zoetermeer: Jouw stad, jouw verhaal", hebben we veel inhoudelijke input geleverd voor een inspirerend en herkenbaar stadsverhaal dat rechtstreeks bij Zoetermeeders op de mat viel.

Het magazine staat vol met foto's en verhalen van echte Zoetermeeders. Met mensen die laten zien wat hun stad bijzonder maakt. Met inspirerende interviews, persoonlijke tips en herkenbare plekken versterken we de stadstrots en geven we inwoners én toekomstige bewoners een warm, positief beeld van Zoetermeer.

Een magazine dat verbindt, verrast en laat voelen: dít is de plek.

Verspreiding:

Huis-aan-huis met het Streekblad
Verspreid bij diverse locaties in de stad

40.000
gedrukte exemplaren

329
scans QR-code

 **20.051**
impressies (organisch)
 **29.784**
weergaven (ads)




Hart voor de stad (interne campagne)

Rond Valentijnsdag brachten we met deze interne Hart voor de Stad-campagne een vrolijke, verbindende campagne binnen de gemeente.

We deelden hartjeslolly's uit als kleine attentie, met de boodschap: elke collega draagt bij aan het stadsmerk Zoetermeer is de plek.

We lieten zien wat Bureau Citymarketing doet, hoe we kunnen samenwerken en hoe we samen één sterk, herkenbaar verhaal voor de stad vormen.



Wij zijn
♥-stikke
blij met een
collega
zoals jij!



Leer ons
kennen door te
scannen!



www.zoetermeerisdeplek.nl/BCMZ

ZOETERMEER
IS DE PLEK.

Hart voor de stad (Trotse Zoetermeerders)

Voor de externe Hart voor de Stad-campagne gaven we alle deelnemers van de fotowedstrijd 2024 de kans om op de foto te gaan met hun foto. Daarop stond hun eigen favoriete plek in Zoetermeer. Deze portretten vormden een jaar lang de basis voor een outdoor- en social campagne die echte Zoetermeerders centraal stelde.

De beelden straalden trots uit en lieten zien hoe inwoners hun stad beleven. Van verborgen parels tot geliefde hotspots.

Zo vertelden we samen het verhaal van Zoetermeer: persoonlijk, herkenbaar en vol liefde voor de stad.

 **335.093**
weergaven (ads)
 **40.954**
impressies (organisch)

2.368  **64%** betrokkenheid
websiteweergaven



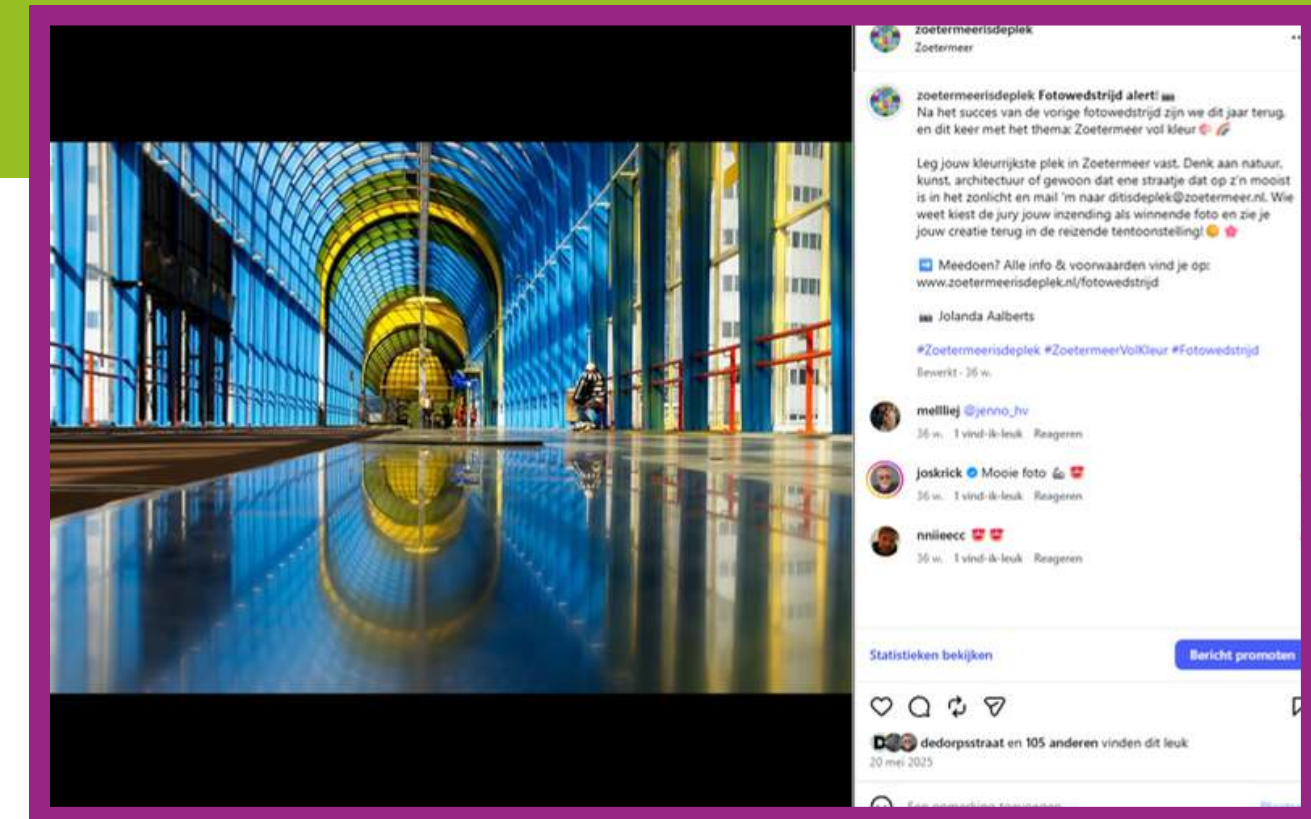
Fotowedstrijd 'Zoetermeer vol kleur'

Het thema van de fotowedstrijd 2025 was 'Zoetermeer vol kleur'. Bewoners stuurden hun kleurrijkste en meest geliefde plekken in de stad in, vastgelegd in hun eigen stijl en perspectief. Er werden in totaal 280 foto's ingezonden.

De uitslag van de jury werd feestelijk onthuld tijdens de uitreiking waar 140 trotse bewoners aanwezig waren.

De top 10 werd een maand lang geëxposeerd in de Forum Bibliotheek en hangt nu in CKC & Partners waar nog meer mensen kunnen genieten van de ingezonden kunstwerken.

De fotowedstrijd liet opnieuw zien hoeveel creativiteit en trots er in Zoetermeer leeft. Door de stad door de ogen van bewoners te tonen, werd Zoetermeer nóg persoonlijker, levendiger en herkenbaarder.



22.944
impressies (organisch)

244.547
weergaven (ads)



Zoetermeer i(j)s de plek!



Samen met Zuliani's ontwikkelden we de Zoetermeerse ijssmaak. Een samenwerking die meteen in de smaak viel. Het ijsje bleek zó populair dat het meerdere keren moest worden bijgemaakt, omdat het weer uitverkocht raakte.

Dat zegt genoeg: Zoetermeeders zijn trots op hun stad en laten dat zelfs zien in hun ijskeuze. De actie bracht zichtbaar plezier en een glimlach in de stad.

Het is een mooi voorbeeld van hoe lokale samenwerking en creativiteit iets bijzonders kunnen opleveren. Een klein, heerlijk initiatief dat laat zien hoe Zoetermeer kleur krijgt door de mensen en makers uit de stad.



12.620

impressies (organisch)



IJs dat smaakt naar Zoetermeer razend populair

Als Zoetermeer een ijsje zou zijn, hoe zou dat dan smaken? Dat vroeg ijssalon Zuliani's Gelato in Zoetermeer zich ook af en dus bracht de ijszaak het zelf op de markt onder de, niet geheel verrassende, naam 'het Zoetermeertje'. 'Het ijsje is lila-kleurig met een gele saus erop', vertelt ijsmaker Angelina Zuliani.

13 augustus 2025, 06:50

[Lees complete artikel >](#)

Deel deze video



Kleurrijk Zoetermeer

Met Kleurrijk Zoetermeer geven we de stad meer kleur én meer trots. Samen met bewoners en professionals kregen transformatorhuisjes een kleurrijk jasje.

Dit project zorgt voor een gevoel van verbondenheid en gemeenschappelijke creativiteit. Elke kast vertelt een eigen verhaal en laat zien hoeveel talent en liefde er in Zoetermeer leeft.

Zo wordt de stad stap voor stap speelser, persoonlijker en nóg meer iets van ons allemaal.

  **33.674**
impressies (organisch)




Vrije tijd.

Dit is de plek.

Zoetermeer is de plek waar je altijd iets nieuws kunt ontdekken. Met een verrassend breed vrijetijdsaanbod en veel groen, water en ruimte nodigt de stad uit om actief, nieuwsgierig en speels te zijn.

Onze campagnes verbinden inwoners en bezoekers met de vele evenementen, activiteiten en bijzondere plekken die Zoetermeer rijk is.

We brengen het complete aanbod samen, van grote festivals tot kleine parels, en laten zien hoe levendig en toegankelijk de stad is. Met zichtbaarheid op straat, online campagnes en sterke samenwerkingen maken we vrije tijd in Zoetermeer uitnodigend, energiek en vol plezier.

betrokken sessies
83%

57.508
website
weergaven

UITagenda campagne

Met de UITagenda-campagne trapten we het jaar feestelijk af!

In januari gaven we extra aandacht aan het brede aanbod in de stad en maakten we van de 'saaie' maand juist een feestje.

Met aansprekende visuals, opvallende online advertenties en social posts inspireerden we inwoners om eropuit te gaan. We lieten zien dat er in Zoetermeer altijd iets te beleven is.

 **1.780**
impressies (organisch)

 **101.307**
weergaven (ads)



UITblinkers UITagenda

Met UITblinkers zetten we de creatieve geesten van Zoetermeer in de spotlight. Achter elk evenement, concert of festival staat iemand met een verhaal. In UITblinkers geven we deze makers, organisatoren en cultuurfanaten een podium.

In korte, persoonlijke video's vertellen zij wat hen drijft, hoe hun ideeën tot leven komen en waarom je hun event absoluut niet mag missen. Geen standaard praatjes, maar eerlijke verhalen over successen, uitdagingen en alles daartussenin.

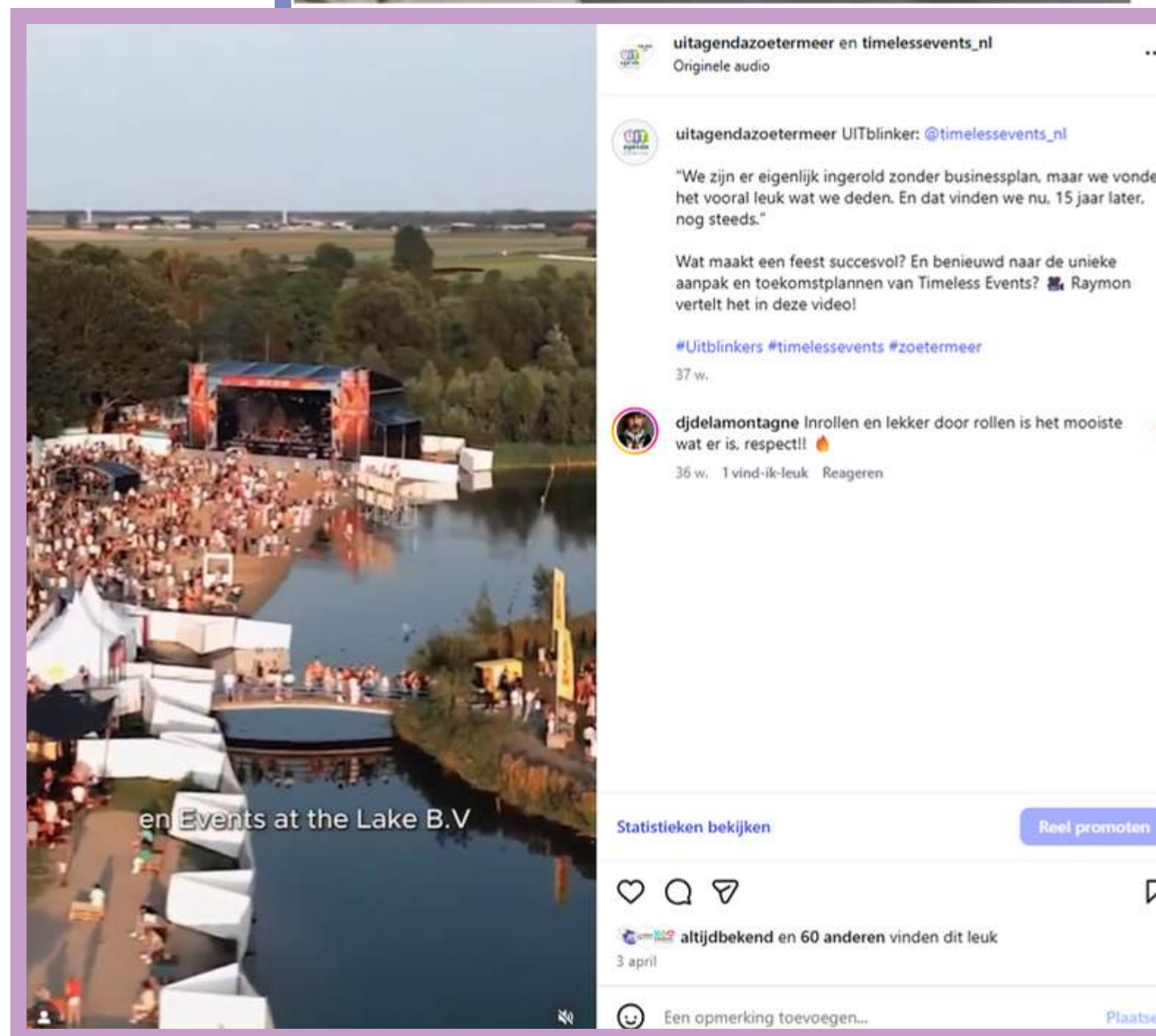
 **7.994**
 impressies (organisch)



Van expositie tot ervaring

De exposities vormen de kern van het programma, maar het team van Franx organiseert ook optredens, workshops, lezingen en groepsgesprekken rondom de kunst. "We vragen kunstenaars vaak of ze zelf ideeën hebben voor een aanvullend programma," zegt Majke. "Dat leidt tot hele bijzondere avonden."

Een expositie die veel indruk maakte, was die van Bob Mollé en Luuk van Son. "Bob is illustrator én kunstenaar. Toen de expositie eenmaal hing en ik de ruimte binnenliep, voelde ik dat meteen – een fysieke ervaring, alsof je hart een sprongje maakt.", vertelt Majke. "Die felle kleuren, het onderwerp, de samenwerking tussen de kunstenaars, en het concert dat we 's avonds organiseerden: alles viel prachtig samen."



uitagendazoetermeer en timelessevents_nl
Originele audio

uitagendazoetermeer UITbinker: @timelessevents_nl
"We zijn er eigenlijk ingerold zonder businessplan, maar we vonden het vooral leuk wat we deden. En dat vinden we nu, 15 jaar later, nog steeds."

Wat maakt een feest succesvol? En benieuwd naar de unieke aanpak en toekomstplannen van Timeless Events? 🎤 Raymon vertelt het in deze video!

#Uitblinkers #timelessevents #zoetermeer
37 w.

djdelamontagne Inrollen en lekker door rollen is het mooiste wat er is. respect!! 🍷
36 w. 1 vind-ik-leuk Reageren

en Events at the Lake B.V

Statistieken bekijken Reel promoten

👍 🗨️ 📌

👤 altijdbekend en 60 anderen vinden dit leuk
3 april

😊 Een opmerking toevoegen... Plaatsen



UITblinkers

Schoolvakanties-campagnes

Voorjaarsvakantie



1.333

impressies (organisch)



37.124

weergaven (ads)



Meivakantie

1.186

impressies (organisch)



60.664

weergaven (ads)



Zomervakantie

3.104

impressies (organisch)



86.818

weergaven (ads)



Volop herfstplezier!

Dit is de plek.



Herfstvakantie

2.936

impressies (organisch)



41.760

weergaven (ads)

Zichtbaarheid events



Pasen

Met Pasen organiseerden we een eigen Paas-puzzeltocht door de stad, waardoor kinderen en families op een leuke, actieve manier Zoetermeer konden ontdekken.

Daarnaast maakten we vrolijke Paas-content voor een speelse social campagne, waarmee we inwoners inspireerden om eropuit te gaan en te genieten van al het lente-leuks in de stad.



9.845

impressies (organisch)



44.540

weergaven (ads)



Los de tweede rebus op!

Extra winkans? Hinkel over de hinkelbaan, zet een foto of filmpje daarvan op Social Media en vermeld @zoetermeerisdeplek en #PasenZoetermeer!

-B
-N

ZOETERMEER
IS DE PLEK.

Koningsdag

Koningsdag in Zoetermeer was, net als elk jaar, één groot feest.

Bij ons was dit zowel in de stad als online. We bundelden alle activiteiten op zoetermeerisdeplek.nl en in de UITagenda, zodat inwoners en bezoekers in één oogopslag zagen wat er te doen was in de stad.

Met een gerichte online advertentiecampagne en posts op onze social kanalen brachten we het programma breed onder de aandacht.



30.751

impressies (organisch)



41.958

weergaven (ads)



Bevrijdingsfestival

Het Bevrijdingsfestival kreeg dit jaar opnieuw veel zichtbaarheid in de stad. Met een opvallende outdoorcampagne, social posts en gerichte online advertenties brachten we het programma breed onder de aandacht.



21.539

impressies (organisch)



57.771

weergaven (ads)



Het Culinaire Zomerfestival

Voor het Culinaire Zomerfestival zetten we Zoetermeer volop in de etalage als stad vol smaak en gezelligheid.

Met een opvallende outdoorcampagne maakten we het festival zichtbaar in de hele stad. Voor de familiedag richtten we ons met Kidsproof-advertenties specifiek op gezinnen, zodat ook de jongste bezoekers hun weg naar het festival vonden. Daarnaast zorgden social ads en Google-advertenties voor extra bereik en online zichtbaarheid.

Tijdens de SYFER Business Borrel nodigden we relaties uit de culturele sector uit om hen te verbinden met het bedrijfsleven en nieuwe samenwerkingen te stimuleren. Zo werd het Culinaire Zomerfestival niet alleen een smakvolle editie voor bezoekers, maar ook een waardevol moment voor netwerk en cultuur in Zoetermeer.



Gamecity Familiedag

Op zondag 13 juli is de gratis **Gamecity Familiedag** tijdens het Culinaire Zomer Festival in Zoetermeer. Met optredens van o.a. de K3 Tribute Band, Job-DutchTuber en Senna, een springkussen en natuurlijk allerlei lekkers!

[Gratis activiteiten »](#)



32.106

impressies (organisch)



39.236

weergaven (ads)

5.129

Kidsproof previews

Live at the Lake

Live at the Lake trekt ieder jaar veel bezoekers naar de stad. Met een sterke programmering, een unieke sfeer aan het water en een breed publiek is het een evenement dat Zoetermeer op de kaart zet.

Ook dit jaar waren we zichtbaar aanwezig met content, campagnes en bijzondere activiteiten, zoals ons Next Level-island, waarmee we lieten zien dat Zoetermeer de plek is voor cultuur, muziek en evenementen.



41.456

impressies (organisch)



17.813

weergaven (ads)



Dakenfestival

Voor het Dakenfestival Zoetermeer verzamelden we het volledige programma op één overzichtelijke pagina op onze website, zodat bezoekers gemakkelijk konden zien wat er die week allemaal te beleven was.

Daarnaast ondersteunden we het festival met een gerichte marketingcampagne, waardoor de zichtbaarheid én het bereik van de activiteiten sterk werden vergroot.

Zo droegen we bij aan een levendig en verrassend festival dat de stad op een unieke manier van bovenaf liet zien.

 **17.964**
impressies (organisch)

 **40.403**
weergaven (ads)

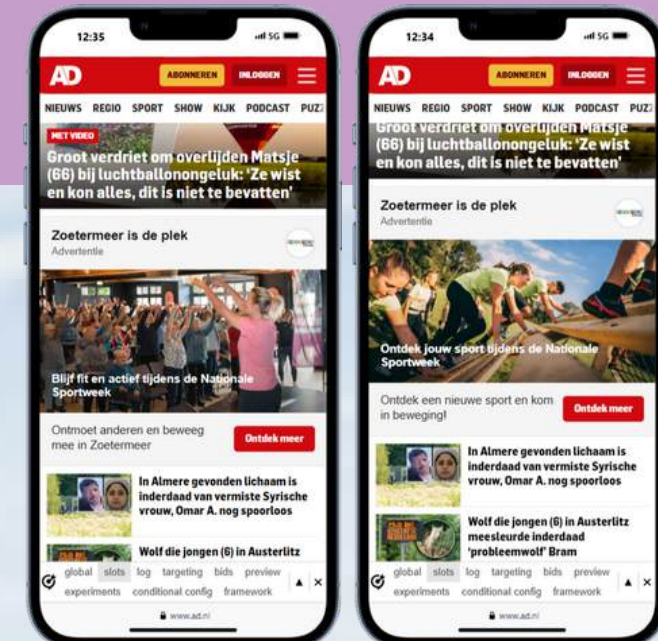
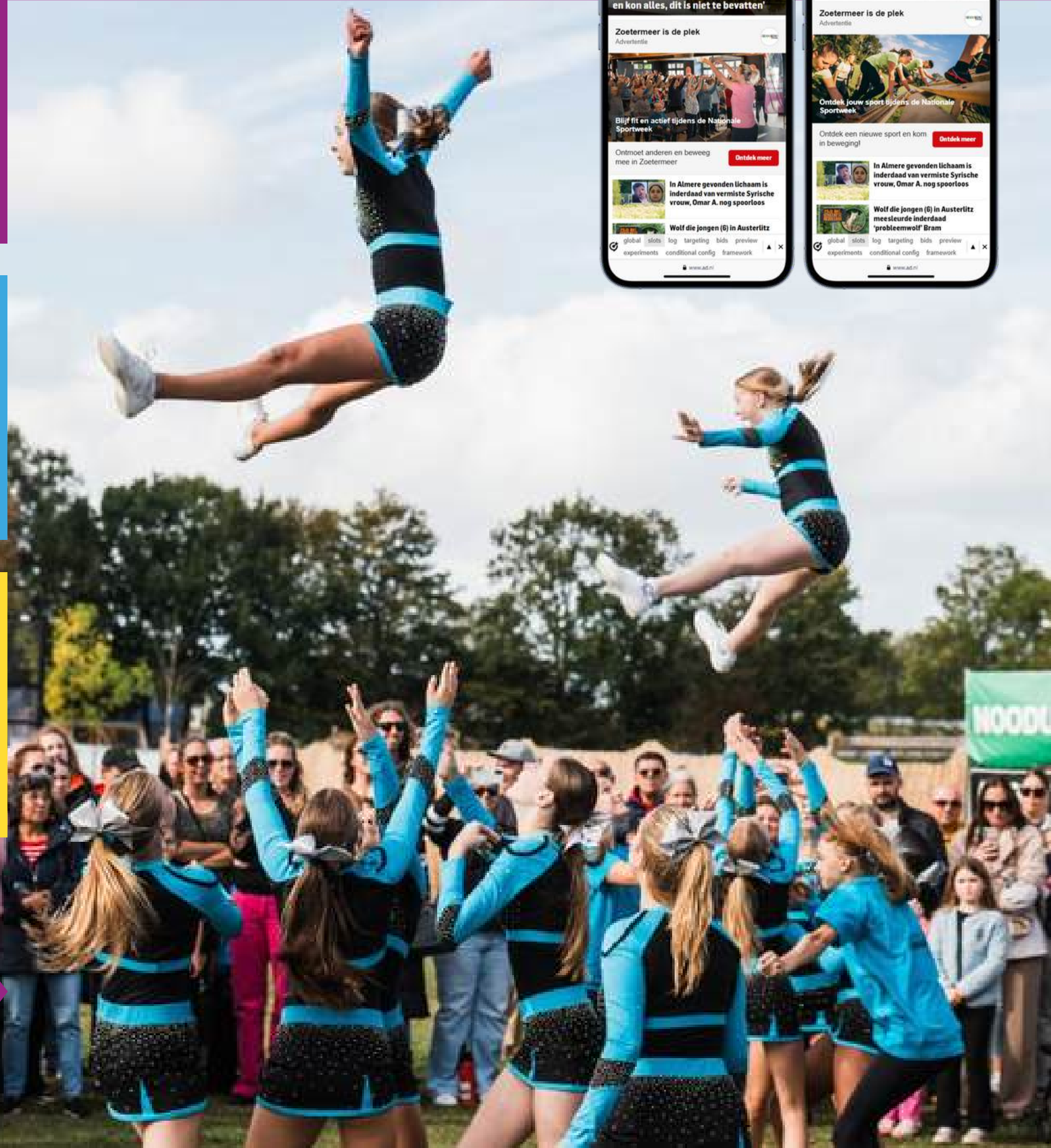


Host City Nationale Sportweek

Van 19 t/m 28 september 2025 stond Zoetermeer in het teken van sport, ontmoeting en beweging. Als officiële hostcity van de Nationale Sportweek, laten we samen met onze partners zien wat sport kan betekenen voor een gezonde, actieve en verbonden stad.

We investeerden stevig in zichtbaarheid. Met een mix van online ads, social media-campagnes en offline uitingen zorgden we voor een breed bereik, herkenning en energie in de hele stad.

Daarnaast legden we tijdens de Sportweek veel vast: foto's, video's en sfeerreportages die de kracht, het plezier en de vitaliteit van Zoetermeer lieten zien.



29.000

weergaven (Kidsproof)

342.199

impressies (DPG campagne)



180.314

weergaven (ads)

62.200

impressies (organisch)

Halloween

Halloween zorgde dit jaar opnieuw voor een griezelig gezellige sfeer in dé Halloweenstad van Nederland.

Met een mix van activiteiten door de hele stad en herkenbare Halloween-branding maakten we er een feestelijke én spannende dag van.

Onze online campagne en social posts zorgden voor veel aandacht en betrokkenheid, terwijl de outdoor-uitingen het straatbeeld een echte Halloween-touch gaven.

Tijdens de Halloweennacht werden we massaal getagd door inwoners, een mooi bewijs van de betrokkenheid en trots in de stad.



30.813
impressies (organisch)



160.257
weergaven (ads)



1.147
websiteweergaven

betrokken sessies
74%



Sinterklaas

De intocht van Sinterklaas was dit jaar weer feestelijk en drukbezocht, Dat zette direct een warme, feestelijke sfeer neer in de stad.

Voorafgaand aan de Sinterklaasperiode benaderden we partners om hun activiteiten aan te leveren en bundelden alles in een Sinterklaaskalender, die tijdens de intocht werd uitgedeeld.

Daarnaast draaiden we een gerichte online social campagne via de UITagenda en Zoetermeer is de plek. Zetten we Google-ads in om het bereik te vergroten, en zorgden outdoor uitingen in de stad voor herkenbaarheid en zichtbaarheid.

Zo werden alle activiteiten extra zichtbaar en was het Sinterklaasfeest de hele periode volop in de hele stad te beleven.



O, kom er eens kijken!

7 november 2025

Het is bijna weer zo ver. Op zaterdag 15 november komt Sinterklaas land, en natuurlijk brengt hij bezoekje aan Zoetermeer! Pakjesavond: er is ook dit jaar te doen.



50.091
impressies (organisch)



118.946
weergaven (ads)



Winterpret

Met de Winterpret-campagne brachten we alle winterse activiteiten in Zoetermeer samen op één centrale plek. We maakten een overzichtelijke pagina op de website met alles wat er in de stad te doen was in de decemberfeestmaand, van gezellige evenementen tot sfeervol winkelen en feestelijke kerstmenu's.

De campagne kreeg veel zichtbaarheid via onze outdoor-campagnes en een publicatie in het Streekblad. Online versterkten we dit met organische social posts en een mix van Google- en Meta-advertenties, waarmee we een breed publiek bereikten en extra aandacht creëerden voor het winterse aanbod.

Zo zorgden we ervoor dat Winterpret overal in de stad zichtbaar was en inwoners én bezoekers volop inspiratie kregen om eropuit te gaan tijdens de koudste, én feestelijkste, maand van het jaar.



40.416

impressies (organisch)

70.769

weergaven (ads)

Oud & Nieuw

Naast Winterpret kreeg Oud & Nieuw een eigen campagne, gericht op andere doelgroepen en met een apart budget.

We ontwikkelden een eigen webpagina met alle activiteiten en praktische informatie voor een feestelijke jaarwisseling.

De campagne werd breed uitgerold met een mix van outdoorreclame, online advertenties en opvallende social posts. Daarmee bereikten we een divers publiek en zorgden we ervoor dat Zoetermeeders precies wisten wat er in de stad te doen was rond de jaarwisseling.

Voor het jongerenfeest Hitmachine XXL werd een speciale trailer gemaakt om jongeren op een passende, energieke manier te bereiken.

Zo werd Oud & Nieuw een herkenbaar en zelfstandig onderdeel binnen Winterpret. Met extra aandacht voor sfeer, beleving en verbinding in de stad tijdens de jaarwisseling.



 **104.496**
 weergaven (ads)

Vragen of samenwerken?

Dit is de plek.

Meer weten over wat we samen kunnen betekenen?
Neem contact met ons op!

ditideplek@zoetermeer.nl

Team Bureau Citymarketing Zoetermeer



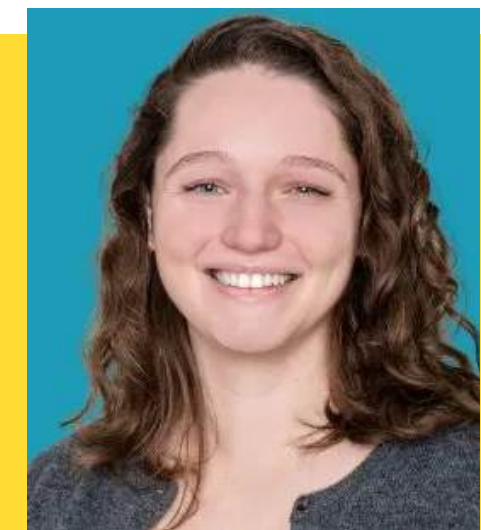
Lieve van der Aar



Lisanne van Heck



Angelita Bainatsah



Anouk van Houten