

Datum: 8 maart 2018
Onderwerp:

Portefeuillehouder: Hans Verbraak

Citymarketing in Roosendaal: Mensen maken de stad

Het college heeft ingestemd met een overkoepelende citymarketingstrategie voor Roosendaal. Tijdens de behandeling van de kadernota door de gemeenteraad in 2016 is de motie “Citymarketing: Dit is Roosendaal!” aangenomen. Deze motie staat aan de wieg van het citymarketingplan dat nu door het college (kaderstellend) is vastgesteld. In 2016 concludeerde de gemeenteraad van Roosendaal dat een gebrek aan positionering en een overkoepelende citymarketingstrategie onder meer leidde tot versnippering en een “minder krachtig” imago. Met dit merk en organisatie plan wil de gemeente Roosendaal er voor zorgen dat meer mensen voor Roosendaal kiezen.

Mensen maken de stad

Roosendalers zijn ondernemend, verbindend, ze delen met elkaar en ze zijn betrokken. De mensen in Roosendaal maken de stad. Een stad is van en voor de bewoners en de bedrijven. Mensen moeten er fijn kunnen wonen, geld verdienen, zich kunnen ontspannen en gebruik kunnen maken van goede voorzieningen. Dat is wat citymarketing Roosendaal en haar inwoners moet gaan brengen.

Maximale bijdrage

Het doel van Citymarketing voor Roosendaal is een maximale bijdrage te leveren aan de economische, maatschappelijke en culturele ontwikkeling van de stad. Het college wil met de inzet van marketing stimuleren dat meer mensen kiezen voor Roosendaal. Hierbij is de aandacht in het bijzonder gericht op bewoners, bezoekers, bedrijven en talenten binnen de domeinen: Wonen & leven; Genieten & bezoeken en Ondernemen & Werken.

Beeldmerk

Kenmerkend voor Roosendaal is het gebruik van de roos als beeldmerk. Deze is al terug te vinden sinds de dertiende eeuw en komt ook terug in het nieuwe beeldmerk van de stad. De visuele identiteit heeft een modern en onderscheidend uiterlijk, is digitaal toepasbaar, bruikbaar voor de drie domeinen van Roosendaal en bezit een verbindend karakter. Het beeldmerk visualiseert tevens op symbolische wijze de gemeente Roosendaal: de stad en de 5 dorpen.

Naamgeving en Pay-off

Roosendaal beperkt zich niet tot een vaste slogan die slechts één onderdeel van de stad belicht, maar kiest ervoor te delen hoe Roosendaal ruimte biedt aan bewoners, bedrijven bezoekers en talenten.

Door te kiezen voor een one-issue profilering zouden veel kwaliteiten van Roosendaal onderbelicht blijven. Een dergelijke generalistische benadering die alles moet omvatten is uiteindelijk geen keuze, immers *alles* is niets. Een vaste Pay-off (slogan) is te beperkt en doet Roosendaal tekort. Daarom kiest Roosendaal voor een andere benadering door te delen wat je aan Roosendaal hebt! Voor de citymarketing van Roosendaal zal het begrip ‘bereik’ als campagnethema worden gebruikt. Iets bereiken is het resultaat van **ondernemen** plus de ambitie (de wil iets te laten

slagen, voor elkaar te krijgen).Daarbij maakt Roosendaal gebruik van storytelling. Zo kan Roosendaal aangeven welke mogelijkheden Roosendaal aan bewoners, bedrijven, bezoekers en talenten biedt.

Organisatie

Het Citymarketing bureau wordt een onafhankelijke stichting. Er is gekozen voor een kleine kernorganisatie van 4 fte, met een zo groot mogelijk netwerk. Want juist daar zit de (stille) kracht van Roosendaal. Het citymarketingbureau zal optimaal gebruik maken van alle aanwezige kwaliteiten en kennis van de aanwezige partners in Roosendaal op het gebied van citymarketing.

Financiën

De gemeente heeft het initiatief genomen voor de oprichting van een Citymarketingbureau. Zij wil een van de partners zijn in de citymarketing van Roosendaal. Citymarketing is immers van en door de hele stad. Om echter het bureau en daarmee het beleid direct herkenbaar, eenduidig, consequent en consistent neer te kunnen zetten, neemt de gemeente Roosendaal de financiering in ieder geval de eerste 4 jaar voor 100% voor haar rekening. Na vier jaar zal de financiering samen met partners in de stad moeten worden gedragen.

Vervolg

Na de verkiezingen in maart besluit de raad over het plan citymarketing.

Noot aan de redactie: -

Voor meer informatie: Monique Beukers | Woordvoerder gemeente Roosendaal | Postbus 5000 | 4700 KA Roosendaal | (0165) 579 222 | m.beukers@roosendaal.nl

