

Datum:	16 augustus 2018
Van:	het college van burgemeester en wethouders, portefeuillehouder Van Ginderen
Aan:	de raad van de gemeente Roosendaal
Steller:	Erik-Jan Blook
Kopie aan:	Jeroen Schrauwen, Sjoerd Veldhuijzen
Onderwerp:	Studenten kleuren de stad
Bijlage:	1. Vormgeving campagne (posters)

Kennisnemen van

Het collegebesluit voor het ontwikkelen en uitvoeren van een strategische campagne die erop is gericht om studenten blijvend aan Roosendaal te binden.

Inleiding

Op 20 augustus begint het nieuwe schooljaar. En vanaf dat moment starten ook ongeveer 1.500 eerstejaars studenten in Roosendaal. Drie nieuwe scholen verwelkomen voor het eerst studenten in de stad, namelijk Associate Degrees Academie (hbo), CIOS Goes (mbo) en Fontys Sportkunde (hbo).

Met deze uitbreiding van het onderwijsaanbod - en het toevoegen van hbo-onderwijs - kunnen talenten zich maximaal ontwikkelen in Roosendaal. En ook de stad heeft er baat bij: studenten brengen levendigheid en een frisse blik. Ondernemers in de stad zien de kansen die studenten bieden. Meer dan 70 ondernemers zijn dan ook meteen op de komst van de nieuwe studenten ingesprongen door flinke studentenkortingen te geven en leuke acties voor hen op touw te zetten.

Dat het niet alleen gezellig en handig is om in Roosendaal te studeren, wordt duidelijk door de geïntensiverde samenwerking met werkgevers. Talenten die kiezen voor een opleiding in Roosendaal krijgen volop carrièremogelijkheden. Door deze aansluiting op de arbeidsmarkt kunnen studenten in Roosendaal hun doelen bereiken.

Studenten kleuren de stad

Met deze slogan startte de campagne op 13 augustus. De campagne is erop gericht dat elke student weet dat hij of zij van harte welkom is in Roosendaal. De stad is blij dat zij er zijn. Dat wordt vanaf de start van het schooljaar duidelijk gemaakt.

Naast deze boodschap aan studenten, is de boodschap aan bedrijven en inwoners dat Roosendaal verjongt en dat de mogelijkheden om hier te studeren toenemen. De nieuwe studenten die voor Roosendaal hebben gekozen, laten dat zien.

En ten slotte laat de campagne aan potentiële studenten zien dat Roosendaal een interessante studiestad is. Scholieren die zich alvast oriënteren op hun toekomst, zien dat Roosendaal een stad is waar je welkom bent en met open armen wordt ontvangen.

De campagne is zichtbaar in de stad (posters van in eerste instantie aankomende studenten en later ook ouderejaars), online (op Facebook en Instagram), op de scholen zelf (activatie bij de introducties met welkomspakket), bij evenementen zoals het Rooskleurig Festival en in de horeca en bij winkeliers (kortingen, acties, PUBSquiz).

Bijlage 1 geeft een beeld van de vormgeving van de campagne (posters).

De stad omarmt de studenten en zij voelen zich welkom

Wat de campagne bereikt is dat Roosendaal onder jongeren bekend wordt als leuke en goede studiestad. Dat is het eerste doel. Een doel op langere termijn is studenten en afgestudeerden aan de stad te binden. De stad wordt hier levendiger en aantrekkelijker van voor zowel inwoners als voor werkgevers.

Samenwerking met partners

De campagne is in samenwerking met de volgende partners tot stand gekomen:

- Roosendaal Citymarketing
- Mbo- en hbo-instellingen in Roosendaal
- Jongerenraad Roosendaal
- VVV Roosendaal
- Horeca Binnenstad Roosendaal
- Binnenstadsdirectie
- Binnenstadsondernemers
- Roosendaal 750 jaar

Vervolg(procedure)

In oktober wordt de eerste periode van de campagne afgesloten en geëvalueerd. De Raad wordt hierover in november geïnformeerd.

Bijlagen

1. Vormgeving campagne (posters)

Afsluiting en ondertekening

Wij vertrouwen erop U hiermede voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

Burgemeester en wethouders van Roosendaal,

De secretaris,



De burgemeester,



Bijlage 1 Vormgeving campagne (posters)



