

ROOSENDAAL CITYMARKETING

De toekomst van Roosendaal creëren we samen

Activiteiten in 2023 - 2024 voor de uitvoering van de citymarketingstrategie voor bezoekers, bewoners, talenten en bedrijven.

Inhoud

De toekomst van Roosendaal creëren we samen	3
Samen versterken we het merk Roosendaal.....	4
Merkpartners vormen samen een merkalliantie.....	4
Gezamenlijke uitstraling	5
Roosendaal: Duurzaam hart van West-Brabant.....	6
Activiteiten voor bewoners.....	6
Activiteiten voor bedrijven	6
Activiteiten voor studenten:	7
Roosendaal: Leisurestad van formaat	9
Activiteiten voor bezoekers	9
Bedrijfsvoering algemeen.....	12
Huisvesting en team.....	12
Kennis, onderzoek en monitoring.....	12
Corporate Communicatie.....	13

De toekomst van Roosendaal creëren we samen

Roosendaal is een gemeente met grote ambities. De doelen van het ambitieakkoord van het nieuwe college tonen hoe de gemeente zich wil ontwikkelen en relevant wil blijven in de toekomst. Het inwonersaantal moet groeien naar 100.000 en daarvoor zal ook het voorzieningenniveau verder op peil gebracht moeten worden. Een sterke privaat-publieke samenwerking staat hiervoor aan de basis.

Net als andere steden staat Roosendaal ook voor grote uitdagingen. Want hoe behouden we talenten en andere betrokken, ondernemende inwoners? Op welke manier bestrijden we eenzaamheid in een steeds verder individualiserende maatschappij? Een sterk MKB met vernieuwend ondernemerschap is van belang voor een economische gezonde toekomst van de stad. En, als vanzelfsprekend, speelt duurzaamheid, en vergroening in de breedste zin van het woord altijd een hoofdrol.

Citymarketing gaat niet enkel om de promotie van de stad. Met onze zorgvuldig uitgewerkte strategie nemen we juist deze uitdagingen als vertrekpunt. Citymarketing is geen doel op zich, het is een middel om talenten, inwoners, bezoekers en bedrijven te behouden dan wel aan te trekken. Ambities helpen waarmaken om de toekomst die we samen voor Roosendaal voor ogen hebben, al te schetsen en samen te bouwen aan een rooskleurige toekomst.

Roosendaal Citymarketing speelt als regisseur een strategische rol. Wij zijn de partij die de ambities van Roosendaal vertaalt naar een plan met doelstellingen die continu worden gemonitord en aangescherpt. We zetten de kwaliteiten van onze gemeente in de etalage, zoeken naar slimme verbindingen met partners om samen te werken aan de ambities en het imago van Roosendaal.

Samen met partners zetten we in op de hoofddoelstellingen:

- Bewoners als ambassadeurs van de stad: meer trotse en betrokken inwoners;
- Meer vernieuwende ondernemers in midden- en kleinbedrijf;
- Meer studenten kiezen voor een vervolgopleiding in Roosendaal en lopen stage bij Roosendaalse bedrijven;
- Bezoekers zijn loyaal, komen in grotere getalen, komen vaker en besteden meer geld in stad en dorpen.

Activiteiten 2023-2024

Samen versterken we het merk Roosendaal

Een sterk merk is essentieel om mensen aan je te binden en daarmee van belang nu we als stad willen groeien naar een 100.000+ gemeente. Hoe mensen over Roosendaal denken en praten, bepaalt de aantrekkelijkheid van de stad. Een sterke positie krijg je door krachten te bundelen en samen een duidelijke en gezamenlijke merkstrategie te volgen. Alle partijen dragen bij aan een sterke positionering van Roosendaal; van multinational tot eenmanszaak, van culturele instelling tot kennisinstelling. En iedereen kan daarin een eigen rol vervullen.

We hebben twee merkpijlers benoemd om duidelijk te zijn waar we als gemeente naar toe willen bewegen in de toekomst. Deze merkpijlers versterken de positie van Roosendaal en geven ons focus. Het 'Duurzaam hart van West-Brabant' richt zich op de inwoners, ondernemers, studenten en talenten in de stad en dorpen. Een gemeente waar het prettige wonen, werken, studeren en vertoeven is.

'Leisurestad van formaat' gaat over het aantrekken van bezoekers van buiten. We hebben de ambitie met een divers aanbod een brede regio waaronder ook België aan te spreken en zo het toerisme te stimuleren.

1. Duurzaam hart van West-Brabant

De meest ondernemende en toekomstgerichte regiogemeente met een duurzaam en vernieuwend leefklimaat

2. Leisurestad van Formaat

Dé Leisurestad van West-Brabant met grote aantrekkingskracht uit brede regio

Wat gaan we doen?

Merkpartners vormen samen een merkalliantie

Door met de belangrijkste, beeldbepalende merkpartners in Roosendaal hetzelfde verhaal uit te dragen, versterken we elkaars boodschap. Wij zijn de initiatiefnemer en regisseur voor de totaalstrategie en brengen daarbij (merk)partners samen. Merkpartners zijn beeldbepalende locaties die het verhaal van Roosendaal vertellen én aantrekkingskracht hebben op de focusdoelgroepen. Het gaat om o.a. de Binnenstad, Stadsoevers, Leisurepark, de dorpen, Designer Outlet Roosendaal, Cultuurplein, opleidingen zoals ADA (Avans) en andere innovatieve, duurzame of betrokken ondernemers.

Beeldbepalende locaties versterken we door:

- Merkpartners 1-op-1 te helpen met 'placebranding'. Dit is een strategie om de locatie of het deelgebied op de kaart te zetten. Hiervoor zetten wij onze kanalen en campagnes in.
- Merkpartners dragen zelf bij aan de 'placemaking' door belevingen/evenementen te organiseren. Indien gewenst brengen we gezamenlijk de richtlijnen in beeld voor vernieuwing of meer beeldbepalende ervaringen voor focusdoelgroepen.
- Samen wordt bekeken hoe we de marketing zo effectief mogelijk inzetten, gewenste en bestaande doelgroepen gezamenlijk aanspreken, specifieke en gezamenlijke campagnes maken. (zie ook campagne bezoekers)
- We geven invulling aan het gezamenlijke gastheerschap van Roosendaal en leggen digitale verbindingen met bezoekers.
- Samen met alle merkpartners wisselen we (twee)jaarlijks kennis uit hoe we Roosendaal gezamenlijk als merk versterken.

Gezamenlijke uitstraling

Om een consistent en herkenbaar beeld te vormen is er een huisstijl en stadslogo ontwikkeld. Een eenduidige uitstraling versterkt het beeld en zet kracht bij het verhaal van Roosendaal. Bovendien gaat het versnippering tegen.

- Wij zien het als onze taak de uitstraling en activiteiten te bewaken en te optimaliseren i.s.m. de gebruikers zoals Binnenstad, Wielerplatform en gemeente.
- De beeldbank wordt continu aangevuld met foto- en videomateriaal en beschikbaar gesteld aan merkpartners en andere organisaties die het verhaal van Roosendaal willen uitdragen.

Roosendaal: Duurzaam hart van West-Brabant

Wij zien Roosendaal als hart van West-Brabant. Het grote aantal gebiedstransformaties die Roosendaal nu ondergaat, geven de stad en haar dorpen een nieuw impuls. Met nieuwe plekken om te wonen, werken en verblijven, komt de stad tegemoet aan de behoeften van de huidige én toekomstige generatie. Duurzaam dus, zeker gezien de ambitie van het gemeentebestuur om de stad te laten groeien naar een 100.000+ gemeente.

Activiteiten voor bewoners

Door de bedrijvigheid continu onder de aandacht te brengen, zal Roosendaal steeds meer gezien worden als aantrekkelijke plek om te wonen, werken en studeren. De focus van onze lange termijnstrategie ligt met name op de doelgroep 'jonge, ondernemende bewoners', met wie we graag aan de toekomst van Roosendaal bouwen. Maar we willen dat alle bewoners zich welkom, thuis en betrokken voelen en zich als 'promoter' van de gemeente inzetten.

Wat gaan we doen?

- Op de website inroosendaal.nl/wonen geven we inzicht in de ruimtelijke en sociale ontwikkelingen in stad en dorpen.
- Op de social mediakanalen van In Roosendaal plaatsen we structureel content zoals:
 - Ontwikkelingen in de stad, nieuwe en bestaande plekken, wijken en dorpen
 - Bewoners in de spotlight (meerjarige bewonerscampagne)
 - Verenigingen en sportclubs
 - Hotspots in Roosendaal
 - Tips van bewoners
- Roosendalers worden ambassadeurs. Met de meerjarige bewonerscampagne 'Ongekend in Roosendaal' brengen we ongekende verhalen van ongekende inwoners naar buiten via een multimediale campagne. In een video, begeleidend artikel en artikel in de Roosendaalse Bode zetten we échte Roosendalers in de spotlight. Zij die op geheel eigen wijze hun bijdrage leveren aan de stad en/of dorpen en trots uitstralen. Met Roosendaal bedoelen we uiteraard de hele gemeente inclusief: Wouw, Wouwse Plantage, Heerle, Nispen en Moerstraten.
- Het ontwikkelen van een eigentijds welkomspakket om nieuwe bewoners vanaf het eerste moment tot ambassadeur van de stad te maken.

Activiteiten voor bedrijven

De strategische ligging, innovatieve en duurzame (gebieds)ontwikkelingen en mooie groeiambities maakt Roosendaal een gemeente met een goed ondernemersklimaat. Door Roosendaal hierin sterker te profileren willen we vernieuwende ondernemers binnen het midden- en kleinbedrijf voor Roosendaal aantrekken en behouden.

Wat gaan we doen?

- Doorlopende campagne gericht op (ambitieuze) ondernemers die zelf hun (ondernemers)verhaal vertellen. We halen een reeks ondernemersverhalen op om anderen te inspireren door ervaringen, successen, tips en ondernemerslessen. Dit brengen we naar buiten d.m.v. video en interviews via de website en LinkedIn.

- Het onderhouden en optimaliseren van de website inroosendaal.nl/ondernemen met:
 - Verhalen van innovatieve en duurzame bedrijven
 - Het uitlichten van Roosendaal als vestigingsplaats
 - Actuele fotografie
 - Relevante blogs om de vindbaarheid te verbeteren
 - Zoekmachineoptimalisatie (SEO)
- Op de LinkedIn In Roosendaal plaatsen we structurele content op het gebied van ondernemen, innovatie, duurzaamheid en talent in Roosendaal en omgeving.
- Social Media Campagne (advertenties) gericht op het promoten van Roosendaal als vestigingsplaats.
- Het uitlichten van evenementen gericht op innovatie op de online kanalen, met als doel het aantrekken en behouden van talent.

Activiteiten voor studenten:

Getalenteerde jongeren trekken vaak weg om in een grotere stad te gaan studeren. Door meer studenten te laten kiezen voor Roosendaal als stad om te studeren willen we talent aantrekken. Door vervolgens bij te dragen aan een leuke studietijd en de mogelijkheden van doorleren en groeien binnen het Roosendaalse bedrijfsleven behouden wij deze talenten voor de stad. We willen zorgen voor voldoende perspectief door Roosendaalse studenten kennis te laten maken met het lokale bedrijfsleven. Daarnaast willen wij zorgen dat ze meer tijd in de stad doorbrengen om zo ook de andere aspecten van Roosendaal te ervaren. Hiervoor zal er ook meer specifiek aanbod voor hen moeten komen.

Wat gaan we doen?

- Het ontwikkelen van een merkfilm i.s.m. opleidingen in Roosendaal.
- Studenten en voor hun interessante activiteiten in de etalage zetten op inroosendaal.nl/studeren:
 - Onder de aandacht brengen van de opleidingen in Roosendaal
 - Promotie van introductie voor eerstejaars studenten
 - Promotie van stage- en startersbanen markten
 - Het ophalen en delen van studentenverhalen
 - Plaatsen van relevante blogs om de vindbaarheid te verbeteren
 - Vergroten van de vindbaarheid in Google door zoekmachineoptimalisatie (SEO)
- Op de social mediakanalen van Studeren in Roosendaal plaatsen we structureel content zoals:
 - Evenementen, hotspots en activiteiten die interessant zijn voor deze doelgroep
 - Tips van en voor studenten
 - Posts die verwijzen naar nuttige informatie voor studenten
- In samenwerking met de gemeente, de Associate Degrees Academie en alle andere opleidingen nemen wij deel aan het team voor het ontwikkelen en organiseren van een bedrijven- en stagemarkt voor mbo en hbo studenten.
- Promotie van en advies rondom evenementen voor studenten.

- Promotie van en advies t.b.v. de introductie van eerstejaars studenten, o.a. de introductie activiteit 'INTROosendaal'.
- Campagne 'Studeren in Roosendaal' i.s.m. gemeente.

Roosendaal: Leisurestad van formaat

Activiteiten voor bezoekers

Roosendaal heeft de potentie een goede bestemming te zijn voor een dagje uit of weekend weg. Waar ontspanning en vrijetijd vooral gericht is op inwoners, willen wij met 'Leisurestad van formaat' Roosendaal voor bezoekers ambitieus neerzetten. Om dit statement waar te maken is het belangrijk het vrijetijdsaanbod onder de aandacht te brengen bij een groot publiek en tegelijkertijd aantrekkelijker te maken en beter af te stemmen op de verschillende soorten bezoekers. Dit doen we door met alle aanbieders van leisure-activiteiten op verschillende niveaus samen te werken. Samen gaan we voor 'meer bezoekers, die meer besteden'.

Roosendaal, een aantrekkelijke bestemming

We profileren Roosendaal voor hetgeen zij is, een aantrekkelijke bestemming. Dit doen wij door het verbinden van het toeristisch recreatief aanbod. Door hotspots en thema's als shoppen, natuur, het culturele aanbod en avontuurlijke aanbod en overige ondernemingen op het gebied van toerisme en recreatie aan elkaar te linken, versterkt het elkaar.

Wat gaan we doen?

- Online vindbaarheid vergroten via www.bezoek-roosendaal.nl door:
 - Het optimaliseren van de customer journey binnen de bezoekerswebsite met als doel bezoekers langer in Roosendaal laten verblijven en meer plekken laten bezoeken.
 - Het plaatsen van relevante content (blogs) om de vindbaarheid te verbeteren en het up-to-date houden van de databank achter de website (ODP-tiles).
 - Het etaleren van het aanbod op de website met vermeldingen van alle leisure ondernemers en locaties binnen de gemeente, evenementen, ROOSpas ondernemers.
 - Het maken van landingspagina's voor o.a. Binnenstad, Leisurepark Roosendaal, Vlietpark (Urban) en de Wielerzomer en thematische pagina's voor bijvoorbeeld uitjes met het gezin, winkelen, cultuur & historie en overnachten.
- Continu aandacht op de social mediakanalen van Bezoek Roosendaal met structurele content over het vrijetijdsaanbod in en om Roosendaal.
- Bezoekerscampagne(s) van mei-oktober. Doel: Roosendaal laten zien als aantrekkelijke bestemming met specifieke content op persona's (gezinnen, stellen 45-60 jaar en jongeren 25-35 jaar).
 - Contentmarketing met aantrekkelijke activiteiten en evenementen
 - Uitbreiding van het arrangementenaanbod
 - Campagne mei t/m zomervakantie, regio West-Brabant (incl. Breda), Rotterdam, Zeeland en regio Antwerpen-Herentals-Turnhout
 - Mogelijkheden tot gezamenlijke campagne met merkpartners en ondernemers
- Evenementenmarketing
 - Advies en ondersteuning aan beeldbepalende evenementen
 - Wielerzomer: Roosendaal positioneren als wielerhart van West-Brabant. Contentmarketing rondom Wielerevenementen
 - Advies en communicatie rondom de Nostalgische- en najaarskermis

- Campagne ‘Hartverwarmend Roosendaal’. Het aanbieden van een aantrekkelijk winterprogramma voor bewoners op het gebied van shoppen en verblijf. Onze partners hierin zijn Binnenstad, Designer Outlet Roosendaal, Leisurepark Roosendaal, Roosendaal On Ice, Wouw on Ice, Stichting Cultureel Nispen, Cultuur Compaan en Cultuur Verbindt Roosendaal waarmee wij een gezamenlijk en afgestemd programma vormgeven.
 - Inspiratiesessie met ondernemers
 - Samenstellen definitief programma i.s.m. partners en ondernemers
 - Deelnemerspakket, bestaande uit o.a. raamstickers en poster/flyers met overzicht activiteiten
 - Gezamenlijke campagne, inclusief aankleding Binnenstad
- Het uitbreiden van de beeldbank met video en fotografie voor de stad en dorpen t.b.v. bezoekersmarketing (zie ook onder hoofdstuk activiteiten merk Roosendaal).
- Samenwerking en afstemming marketing Binnenstad met partners.
- Benaderen van diverse media (online platforms, magazines etc.), influencers en mogelijke partners om arrangementen en samenwerkingsverbanden te creëren met als doel Free Publicity.
- In West-Brabant wordt samenwerking gezocht met andere DMO's en Zuiderwaterlinie om de regio op de kaart te zetten. Een toerist bekijkt een bestemming breder dan enkel de gemeentegrenzen. We toetsen de haalbaarheid met omliggende gemeenten voor een gezamenlijke aanpak.
- Samenwerkingen voor een optimale zichtbaarheid van Roosendaal met VisitBrabant, Regio West-Brabant/Breda.

Upgraden toeristisch aanbod

Een belangrijke voorwaarde om meer mensen te interesseren voor een dagbezoek is vernieuwing en verbreding van het aanbod. Met partners werken we aan het kwalitatief en kwantitatief verhogen van het vrijetijdsaanbod en de buitenruimten.

Wat gaan we doen?

- Ondersteuning en advisering van ondernemersinitiatieven.
- Updaten van de huidige routes en het optimaliseren/uitbreiden van het knooppuntennetwerk i.s.m. de gemeente en regio West-Brabant.
- Ondernemers inzicht geven in het type bezoekers, aantallen, leefstijlen etc.
- Organiseren Roosendaalse netwerkbijeenkomst voor alle ondernemers rondom vrijetijdsbesteding.
- Evenementenloket voor optimale spreiding en aanbod van evenementen in Roosendaal. Advisering organisatoren op gebied van promotie.

Vergroten gastvrijheidsbeleving en verbinding thema's en plekken

Voor een optimale gastbeleving zetten we ons in als centrale gastheer van Roosendaal. Gastvrijheid is een basisvoorwaarde voor een positieve beleving in de stad en dorpen. We streven ernaar dat de komende jaren gezamenlijk het gastvrije klimaat wordt verbeterd. Hiermee willen we stimuleren dat bezoekers langer blijven en vaker terugkomen.

Wat gaan we doen?

- Inspiratie- en informatievoorziening op de hightraffic locaties. Omdat 2023 het eerste jaar is dat onze organisatie de officiële rol als gastheer van de gemeente toegewezen krijgt, zal het gezien worden als pilotjaar met de volgende inzet:
 - Winkel van Roosendaal (brandstore):
 - Verkoop van unieke en kwalitatief goede Roosendaalse producten voor bewoners en bezoekers.
 - Aanbieden van bijzondere excursies en rondleidingen, die het verhaal van Roosendaal vertellen voor bewoners en bezoekers.
 - Het kosteloos verstrekken van toeristische info en tips voor bezoekers.
 - Verkoop van toeristische kaarten van derden en cadeaukaarten.
 - Ervaringen van 2023 worden meegenomen in vernieuwd businessmodel vanaf 2024.
 - De bestaande webshop wordt geëvalueerd en waar nodig aangepast en geoptimaliseerd.
 - Ondersteunen Gastvrije ondernemers:
Ondernemers die bezoekers ontvangen, hebben ook een belangrijke functie als gastheer. Denk aan verblijfsaccommodaties, grotere toeristische attracties en horeca en het toeristisch informatiepunt Wouw. Wij ondersteunen hen met gratis promotiemateriaal en kennis over Roosendaal dat zij kunnen delen met hun gasten.
 - Promotielocaties (hightraffic locaties) voorzien van informatie over Roosendaal:
 - Informatiezuilen in parkeergarages centrum Roosendaal
 - Promotiemuur bij Designer Outlet Roosendaal (al geplaatst) en NS-station (onder voorbehoud)
 - Narrowcasting (verder onderzoeken)
 - Ontwikkelen van (nieuw) promotiemateriaal ter ondersteuning van de bovengenoemde fysieke punten zoals de UIT-agenda met activiteiten, citymap, magazines (onder voorbehoud), digitaal scherm met komende evenementen.
 - Inzet van het merk en logo van de VVV, naast de stadshuisstijl, indien van toegevoegde waarde, op locaties om te laten zien dat de afzender de officiële toeristische organisatie is.
- Bijdrage leveren aan optimaliseren van aantrekkelijke gemeente:
 - Citydressing, bijv. Fietsenstallingen, Pius X-gebouw en verlichting Tv-toren
 - Deelname Werkgroep Gastvrijheid Binnenstad
 - Coördineren Banierenplan voor de binnenstad en Leisurpark Roosendaal
 - Adviseren bij en promotie van 'Stad als Canvas': street-art projecten. Onderdeel van de Cultuurnota Public Art.
 - Meedenken en adviseren over routewijzers, aanduidingen en verbindingen tussen hotspots.
- Coördinatie en verkoop van de outdoor media Roosendaal voor niet commercieel aanbod. Denk aan: driehoeksborden, mupi's, abri's en digitale bereikborden.

Bedrijfsvoering algemeen

Huisvesting en team

Het kantoor van Roosendaal Citymarketing is gevestigd aan de Markt 6 in Roosendaal. Een centrale plek in de Binnenstad die dienst als ontmoetingsplek voor partners.

Eind 2022 ondergaat deze locatie een kleine verbouwing om ook de publieksfunctie d.m.v. een brandstore te kunnen vervullen. Er is dan een nieuwe plek waar bezoekers, toekomstige inwoners en studenten vragen kunnen stellen en informatie kunnen halen over Roosendaal. Deze locatie is tijdelijk omdat de brandstore later in de St. Jan gevestigd zal worden. In de begroting van de subsidieaanvraag is geen rekening gehouden met de verbouwingskosten die nodig zijn voor de aanpassingen aan het huidige kantoor.

Dagelijks is er een professioneel en gepassioneerd team aan het werk om alle genoemde activiteiten uit te voeren. De Brandstore wordt door max. 1 persoon bemand. De openingstijden voor 2023 worden van dinsdag tot en met zaterdag van 10.00-17.00 uur. Het kantoor Roosendaal Citymarketing is bereikbaar van maandag tot en met vrijdag van 9.00 tot 17.00 uur.

Kennis, onderzoek en monitoring

Om gericht campagnes in te zetten, maar ook om het juiste aanbod te bieden aan onze doelgroepen, voeren we onderzoek uit. Hiermee helpen we ook de merkpartners hun doelgroepen beter te bereiken.

- Bewonersprofielen en wensen (driejaarlijks)
 - ZKA-onderzoek jonge ondernemende bewoners en ontwikkeling van persona's (0-meting 2022), vervolg in 2025
 - Raadplegen bewonerspanel
- Imago (driejaarlijks) eigen onderzoek RCM:
 - Roosendaal digipanel (opstarten eigen onderzoekpanel in Roosendaal en omgeving) (o-meting 2021)
- Evenementenaanbod en bezoekersaantallen (jaarlijks):
 - Tellingen bezoekersaantallen door organisatoren
 - Schattingen met data (resono) i.s.m. Binnenstad
- Analyse content per communicatiekanaal
 - Social media managementsysteem Coosto
 - Maandelijksse rapportages over aantal websitebezoekers

Lidmaatschappen en deelnames van team Citymarketing om kennis scherp en up-to-date te houden:

- Netwerk Citymarketing: Congres en kennissessies over vakgebied
- 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

Corporate Communicatie

Naast de publiekskanalen, activiteiten en campagnes heeft Roosendaal Citymarketing corporate kanalen om de eigen activiteiten te communiceren en antwoord te geven op ondernemersvragen.

- Dit gebeurt op www.roosendaalcitymarketing.nl waarbij we informatie verschaffen over partnerpakketten, materialen aanbieden via een toolkit en loket zijn voor outdoor media. Verder zijn de jaarplannen, lopende projecten na te lezen en geeft meer informatie over het aanmelden van evenementen.
- Overige online media:
 - Nieuwsbrieven: per kwartaal worden per nieuwsbrief de hoofdlijnen van de strategie en activiteiten naar de achterban en geïnteresseerden gecommuniceerd
 - LinkedIn: (twee) wekelijks actuele informatie over de activiteiten

=====