



JAARVERSLAG 2025

VOORWOORD

Het afgelopen jaar stond in het teken van vernieuwing, samenwerking en het verder versterken van het profiel van Hengelo als groene, creatieve en verbindende maakstad. In nauwe afstemming met onze stadspartners is in 2024 de herijkte citymarketingvisie vastgesteld. Een belangrijke volgende stap hierin was de aanstelling van een externe citymarketingstrateeg, met als opdracht de visie te vertalen naar een concreet uitvoeringsplan en te verankeren in beleid, programma's en samenwerking binnen de stad. Hengelo Promotie was betrokken bij de werving en selectie van deze strateeg en is nauw betrokken bij de ontwikkeling van het uitvoeringsplan.

Samen met onze partners hebben we weer hard gewerkt aan een levendige stad met een sterk en herkenbaar aanbod. Evenementen spelen hierin een sleutelrol. Grote publiekstrekkingen zoals LICHT Hengelo, georganiseerd door Hengelo Promotie, bewezen opnieuw hun waarde, met tienduizenden bezoekers en een sterke verbinding tussen cultuur, techniek en het industriële karakter van de stad. Tegelijkertijd hebben we diverse overige beeldbepalende evenementen, nieuwe initiatieven en kleinschalige activiteiten financieel en promotioneel ondersteund die bijdragen aan de dynamiek van onze (binnen)stad. Ook hebben we weer geïnvesteerd in beleving en toegankelijkheid voor de binnenstad vanuit het programma Bruisende Binnenstad. Zo keerde de schaatsbaan met echt ijs terug als winterse trekker dankzij een zeer prettige en succesvolle samenwerking met diverse partners.

Een belangrijk fundament onder ons werk blijft de samenwerking met Hengelose ondernemers. Het netwerk onze H500-leden laat zien hoe betrokken het Hengelose bedrijfsleven is. Ondanks economische uitdagingen blijft deze groep zich stabiel ontwikkelen en draagt zij actief bij aan meer levendigheid, evenementen en verbinding in de stad. Dit dankzij een gevarieerd jaarlijks programma aan bijeenkomsten en gezamenlijke activiteiten.

Daarnaast hebben we met gerichte marketing en communicatie het bereik en de zichtbaarheid van het merk Hengelo verder vergroot. Van online campagnes en social media tot vernieuwende concepten zoals de adventskalender: we blijven inspelen op nieuwe manieren om doelgroepen te bereiken en te verbinden aan onze stad waarbij onze focus ligt op de Talenten. Zo dragen we bij aan de gezamenlijke opgave van onze stad: het boeien en binden van deze doelgroep.

Samen bouwen we verder aan een stad waar het goed recreëren, wonen en werken is. En waar je nog even wilt blijven. Voor nu en voor de toekomst.

Maarten Schuurman
Bestuurder Hengelo Promotie

ORGANISATIE HENGELO PROMOTIE

Hengelo Promotie zorgt voor het versterken van het Hengelose profiel door een eenduidige, constante en herkenbare werkwijze, communicatie en promotie. Onze focus ligt op het aantrekken van meer bewoners en bezoekers die langer in de stad verblijven en daardoor meer besteden.

Daarnaast bouwen wij samen met onze partners aan het stadsmerk Hengelo. Wij willen een verbinding leggen tussen de vitale (binnen)stad en haar bewoners en bedrijven. Wij laten zien en vertellen onze doelgroepen wat de stad te bieden heeft.

ONZE KERNTAKEN



Citymarketing

Samen met onze partners werken we aan het uitdragen en uitvoeren van de citymarketingvisie 2024-2040. Met als doel het creëren van een positief imago van de stad en het aantrekken van de gewenste doelgroepen aan te trekken. Wij vertellen en laten zien hoe Hengelo zich onderscheidt ten opzichte van omliggende gemeenten op het gebied van vrije tijd. Hierbij staan de bewoner en bezoeker centraal en wordt het programma van Hengelo afgestemd op de wensen van deze doelgroepen.



Evenementen

Met ons onderscheidend, divers en toegankelijke evenementenaanbod versterken wij de profilering van Hengelo. Wij faciliteren en ondersteunen evenementen; met kennis en door het verstrekken van een financiële bijdrage. Hiervoor hebben wij samen met de gemeente Hengelo een helder en transparant toetsingskader ontwikkeld.



Merkbeheer

Wij zorgen ervoor dat al onze activiteiten bijdragen aan het versterken van het profiel van de stad; het merk Hengelo. Hierbij bewaken wij de visuele identiteit van het stadsmerk en proberen wij deze samen met onze partners eenduidig door te voeren in alle promotie en communicatie.



Stadspromotie

Wij vertellen en laten onze doelgroepen zien wat Hengelo allemaal te bieden heeft op het gebied van vrije tijd. Dit doen wij door online- en offline communicatie en het ontwikkelen van lokale en regionale marketingcampagnes. We adviseren evenementenorganisatoren, ondernemers en overige partners op het gebied van promotie en bieden promotiemiddelen aan waarmee hun activiteiten onder de aandacht worden gebracht bij de doelgroepen.



Recreatie, Toerisme & Gastheerschap

Met ons Toeristisch Informatie Punt in het centrum van de stad zorgen wij ervoor dat onze bezoekers zich welkom voelen. Maar ook bewoners kunnen bij ons terecht voor informatie en advies over onze veelzijdige stad.

Op de corporate website www.hengelopromotie.nl is alle informatie over de organisatie Hengelo Promotie te vinden.

[NAAR WEBSITE HENGELO PROMOTIE](http://www.hengelopromotie.nl)

ONS TEAM

Het vaste team van Hengelo Promotie bestaat uit 3,22 FTE. Hierbij zijn twee medewerkers (1,61 FTE) werkzaam op marketing & communicatie, 0,83 FTE op evenementen en 0,77 FTE op Toerisme, Vrije Tijd en de zakelijke markt.



BESTUUR / RAAD VAN TOEZICHT

HENGLO PROMOTIE

Stichting Hengelo Promotie heeft een bestuurder die rapporteert aan een Raad van Toezicht. Deze fungeert als klankbord voor de bestuurder, houdt toezicht op het functioneren van de bestuurder en de algemene gang van zaken binnen de stichting.



Maarten Schuurman
Bestuurder



Lex Roolvink
Voorzitter



Gert Jan Knook
Bestuurslid



Roswyde Burgman
Bestuurslid



EVENEMENTEN

Evenementen zijn belangrijk voor een stad. Ze zorgen voor levendigheid, hebben een belangrijke maatschappelijke en sociale functie en versterken het profiel van de stad. Bovendien zorgen goed georganiseerde evenementen voor een economische spin-off in Hengelo. We vinden het belangrijk dat onze evenementen het merk Hengelo versterken. Daarom investeren wij in deze evenementen en proberen we ze samen met de organisatoren toekomstbestendig te maken. Ook geven we de ruimte aan nieuwe evenementen die bijdragen aan onze citymarketingdoelstellingen en die passen bij de doelgroep

EÉN HELDER TOETSINGSKADER VOOR DE HELE STAD

Met een goed toetsingskader voor het verlenen van een financiële bijdrage kan er sturing worden gegeven aan de programmering en spreiding van evenementen in Hengelo. Een programmering die aansluit op de wensen en behoeften van de doelgroepen en die past bij het merk Hengelo. Hierbij leggen we de focus op de binnenstad en Hart van Zuid maar hebben we ook oog voor de rest van de gemeente Hengelo.

AANGEVRAAGDE EN TOEGEKENDE BIJDRAGEN

Het budget voor financiële bijdragen bestaat uit een bijdrage vanuit de gemeente en een bijdrage van Stichting Centrummanagement Hengelo. Een onafhankelijke adviescommissie die bestaat uit leden van Hengelo Promotie, Stichting Centrummanagement Hengelo, de sectoren cultuur, en het bedrijfsleven beoordelen de aanvragen en kennen al dan niet een bijdrage toe. Onze Evenementen Coördinator coördineert deze aanvragen.

BUDGETTEN

Het totale budget voor 2025 was:

REGULIER BUDGET HP	€ 230.000	
INVESTERINGSFONDS	€ 20.000	
NIEUWE INIATIEVEN	€ 10.000	
SCH	€ 40.000	
HART VAN ZUID	€ 47.500	
OVER REGULIER 2024*	€ 22.513	
OVER INVESTERINGSFONDS 2024	€ 1.500	
OVER NIEUWE INIATIEVEN 2024	€ 6.750	

(*) OVER VANWEGE ANNULERING TOEGEKENDE AANVRAGEN



OVERZICHT TOEGEKENDE BIJDRAGEN

	TOEGEKEND BEDRAG 2025	BIJDRAGE HENGEL PROMOTIE	BIJDRAGE STG. CENTRUM- MANAGEMENT HENGEL
7 & 8 FEBRUARI LICHT HENGEL	€ 25.000	€ 21.750	€ 3.250
28 FEBRUARI TWEENTSE LICHTPARADE	€ 18.000	€ 15.300	€ 2.700
1 MAART GEZINS CARNAVALS OPTOCHT	€ 2.500	€ 2.125	€ 375
27 APRIL T/M 5 MEI KONINGSDAG & ORANJECERMIS	€ 22.500	€ 19.125	€ 3.375
23 & 24 MEI BAM! FESTIVAL	€ 35.000	€ 30.000	€ 5.000
CHEF NACHT VAN HENGEL & TROPICAL NIGHT	€ 44.000	€ 38.388	€ 5.612
07 JUNI KORENFESTIVAL AMUSING HENGEL	€ 20.000	€ 17.000	€ 3.000
21 JUNI HENG LOOSE	€ 10.000	€ 8.500	€ 1.500
28 JUNI CIRCUS HENGEL	€ 2.000	€ 1.700	€ 300

VERVOLG OVERZICHT TOEGEKENDE BIJDAGEN

	TOEGEKEND BEDRAG 2024	BIJDRAGE HENGEL PROMOTIE	BIJDRAGE STG. CENTRUMMANAGEMENT HENGEL
29 JUNI GLUREN BIJ DE BUREN	€ 5.000	€ 5.000	€ 0
5 T/M 7 SEPTEMBER JEU DE BOULES STADSTOERNOOI	€ 5.000	€ 4.250	€ 750
6 & 7 SEPTEMBER KIDS@THEPARK	€ 15.000	€ 12.750	€ 2.250
14 SEPTEMBER FRANKY'S IJS KINDERDAG	€ 2.750	€ 2.750	€ 0
28 SEPTEMBER MODESPEKTAKEL	€ 28.000	€ 21.250	€ 6.750
5 OKTOBER GROOT HENGEL KINDERBOEKEN FESTIVAL	€ 2.500	€ 2.125	€ 375
22 NOVEMBER POP RONDE	€ 4.250	€ 3.612	€ 638
NOVEMBER SINTERKLAAS ACTIVITEITEN	€ 17.500	€ 14.875	€ 2.625
05 DECEMBER T/M 04 JAN SCHAATSBAAN	€ 10.000	€ 8.500	€ 1.500

TOEGEKENDE BIJDAGEN HART VAN ZUID

OP OOGST VERSCHILLENDE ACTIVITEITEN	€ 22.500
28 JUNI VERREV STREET ART JAM	€ 2.000
5 JULI BARE FOOT AT SUNDOWN	€ 3.000
13 SEPTEMBER HART VAN ZUID FESTIVAL	€ 20.000



BIJDAGEN INVESTERINGSFONDS

Voor eenmalige initiatieven voor b.v. jubilea of investeringen die bijdragen aan een kostenbesparing op langere termijn bij evenementen geldt dat er aanspraak gemaakt kan worden op een bijdrage uit het investeringsfonds.

JEU DE BOULES	€ 4.000	Materialen als jeu de boules ballen en hout
TWENTE-KANAAL 90 JAAR	€ 2.500	Jubileumbijdrage
SPORTROUTE HGV	€ 2.000	Jubileumbijdrage
HENG LOOSE	€ 3.500	Investeren in rolschaatsen en discobol
SINTERKLAAS ACTIVITEITEN	€ 5.000	Pruiken, vlaggen en vernieuwen wagen

SPONTANE INITIATIEVEN

Spontane initiatieven zijn spontane, kleine initiatieven die gedurende het jaar ontstaan.

HELEMAAL FIT FESTIVAL	€ 2.500
KERST IN HET PLANTSOEN	€ 1.500
WATERORGEL KERSTSHOWS	€ 1.000

BIJDRAGEN BRUISENDE BINNENSTAD

De Bruisende Binnenstad is een programmaliijn vanuit het integrale actieplan voor een vitale Hengelse binnenstad. Hengelo Promotie en SCH vormen de projectgroep en zijn verantwoordelijk voor activiteiten en promotie om de binnenstad bruisend te houden tijdens de transformatie. Het totale budget voor 2025 bedroeg €89.500 hierin zat een restant van 2024 van €9.000

ZOMERZANDSPEELTUIN	€ 2.000
LICHT HENGEL	€ 25.000
KIDSWARENMARKT	€ 1.298
THEMA-EVENEMENTEN BINNENSTAD	€ 7.685
VERSIERING BINNENSTAD ZOMERMAANDEN	3.000
SCHAATSBAAN	€ 40.000
MARKETING & COMMUNICATIE	€ 1.500



Voor 2025 is er een restant van ruim €9.000, deze wordt overgeheveld naar 2026.

KENNISLOKAAL

Eén keer per jaar organiseren wij een KennisLokaal Evenementen. Een bijeenkomst voor evenementenorganisatoren waarin wij ze informeren over lopende zaken en waar kennis gedeeld wordt. Donderdag 7 april waren we te gast bij Munsterhuis Hengelo, dit keer samen met de leden van de H500 ambassadeurs. Tussen de glimmende bolides gaf Edwin Niemeijer gaf een inspirerende presentatie over het gebruik van AI in communicatie en organisatie.



PAK HET PODIUM

Nieuw in 2025 was Pak het Podium. Een concept waarmee Hengelose verenigingen werden geactiveerd om letterlijk het podium op het marktplein te pakken. Voor meer reuring op het marktplein maar ook voor meer zichtbaarheid voor de Hengelose verenigingen. Vooral in de zomermaanden werd hier volop gebruik van gemaakt. Sportclubs, dansscholen, dj's en bands zorgden meerdere keren voor levendigheid en vrolijke gezichten op het marktplein. In 2026 keert dit weer terug.



EVENEMENT LICHT HENGELO

LICHT is hét lichtkunstfestival van Hengelo. De afgelopen editie werd duidelijk dat LICHT Hengelo niet alleen hét lichtkunstfestival van Hengelo is, maar zelfs van de regio! Het aantal bezoekers, verspreid over twee dagen, overtrof alle verwachtingen. Op vrijdag 7 februari waren we al tevreden over de opkomst – ondanks de kou –, maar op zaterdag 8 februari moesten we op sommige plekken zelfs extra verkeersregelaars inzetten vanwege de drukte. Naar schatting hebben we in totaal rond de 25.000 bezoekers mogen ontvangen.

De doelstelling van LICHT Hengelo is om niet alleen lichtkunstprojectie's te laten zien, maar ook om een verbinding te maken met kunst, cultuur, educatie en techniek. Dit is waarmee wij ons onderscheiden ten opzichte van andere lichtfestivals.

Ook ligt de focus op het industriële erfgoed van Hengelo. Techniek is immers waar Hengelo van oorsprong goed in is. Ondernemers met lef, zoals Stork, Hazemeijer en Willem Willink (HEEMAF), hebben onze creatieve maakstad groot gemaakt. En we zijn nog steeds een maakstad! Dit hebben we laten zien door het industriële erfgoed letterlijk in de schijnwerpers te zetten.

Zo versterken we het profiel van maakstad Hengelo en zorgen we ervoor dat Hengeloërs (en inmiddels ook regionale bezoekers) nog trotser worden op hun stad!



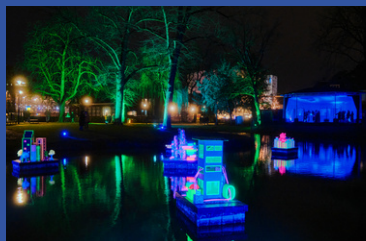


Deze editie hebben we volop samengewerkt met het onderwijs. Hiermee hebben we de makers van de toekomst de kans geboden om hun creatieve en technische talenten aan te wakkeren, te ontwikkelen maar ook daadwerkelijk te tonen. En dat is gelukt. Tijdens LICHT waren er diverse projecten van het basisonderwijs, Het ROC van Twente, SMEOT en Hogeschool Saxion te bewonderen. Samen met Kids4Twente, Cultuurwijs Hengelo en Oyfo educatie kijken we terug op een zeer geslaagde samenwerking die we in de toekomst zeker gaan voortzetten.

14 PROJECTEN IN DE BINNENSTAD & HART VAN ZUID

De focus van LICHT Hengelo lag op de binnenstad en Hart van Zuid. De LICHTkunstroute is de verbinding tussen deze gebieden en laat de bezoeker genieten van mooie locaties in beide stadsdelen. In het projectplan hadden wij de ambitie om 8 lichtkunstprojecten te realiseren, in totaal zijn dat er maar liefst 14 geworden.

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. Blink op de Brink | 8. Stationsplein |
| 2. Het stadhuis | 9. Broedplaats Oogst |
| 3. Lambertusbasiliek | 10. De KMS |
| 4. Verlicht Straattheater | 11. Hal43 |
| 5. Park Bataafse Kamp | 12. Brandweerkazerne/ vijver ROC van Twente |
| 6. Prins Bernhardplantsoen | 13. Hazemeijer Hengelo |
| 7. The Timelight Project | 14. SMEOT |



PROMOTIE LICHT HENGELO 2025

Om zoveel mogelijk bezoekers naar het festival te trekken hebben we gewerkt volgens het SEE, DO, THINK, CARE-model. Daarbij hebben we per fase van de klantreis verschillende online en offline marketingmiddelen ingezet waaronder diverse social media posts en advertising op de kanalen van LICHT Hengelo en uitinhengelo.nl. Ook Centerom campagnes, diverse borden aan de invalswegen, advertenties in de Tubantia en regionale weekbladen, de websites lichthengelo.nl en uitinhengelo.nl, diverse persberichten, redactionele stukken en interviews op radio en TV waren onderdeel van de campagne.

Centraal stond het fysieke programmaboekje, hiervan hebben we 5000 stuks laten drukken en deze zijn allemaal uitgegeven. Dat de promotie effectief was hebben we gemerkt aan de duizenden bezoekers en de vele positieve reacties op social media.



Programmaboekje



Radio/TV

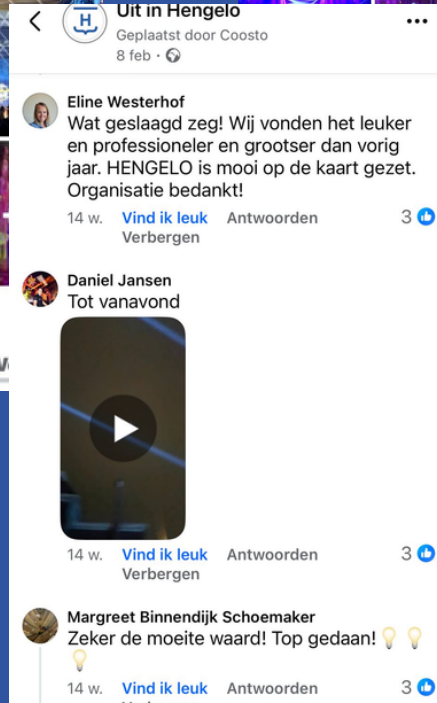
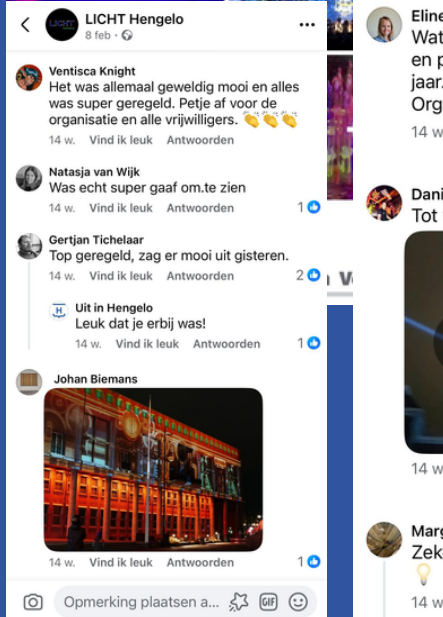


Aftermovie

Overige middelen

- Advertenties weekbladen Enschede, Borne, Haaksbergen en Hof van Twente
- Advertenties Tubantia
- LED schermen invalswegen
- Borden invalswegen
- CenterCom
- visittwente.nl
- Kidsproof.nl
- Advertenties op event frames in binnenstad

De mooiste content is die van de bezoekers zelf!



(ONLINE) MARKETING & COMMUNICATIE

Met Uit in Hengelo dragen we bij aan het positieve imago van de stad door te vertellen wat er in Hengelo allemaal te zien en te doen is op het gebied van vrije tijd om zo bezoekers naar de (binnen)stad te trekken. Het grootste deel van alle on- en offline marketingcommunicatiemiddelen en acties van Hengelo Promotie zijn er op gericht om traffic te generen naar uitinhengelo.nl. Door de branding van het stadsmerk Hengelo toe te passen zorgen we voor een eenduidige en herkenbare manier van communiceren en dragen we bij aan het laden en versterken van het stadsmerk.

ONLINE RESULTATEN

Naast de website uitinhengelo.nl beheren wij ook hengelopromotie.nl, www.erhoeftmaareentebeginnen.nl, www.lichthengelo.nl en www.ondernemeninhengelo.nl

Naast de social mediakanalen van [@uitinhengelo](https://twitter.com/uitinhengelo) beheren wij ook de kanalen April-Meistakingen en LICHT Hengelo



**AANTAL
NIEUWSBRIEF
ABONNEES**
3.248

**VOLGERS SOCIAL
MEDIA ACCOUNTS**
17.446



Facebook 10.224
Instagram 5.518
LinkedIn 1.704



**TOTAAL
AANTAL SESSIONS
UITINHENGelo.NL**
284.384



**BEREIK SOCIAL
MEDIA**
2.609.527

Facebook 1.756.587
Instagram 852.940

EVENEMENTENCOMMUNICATIE

Elk jaar brengen wij via verschillende communicatiemiddelen de evenementen in Hengelo onder de aandacht. In een groot deel van de middelen staat de website uitinhengelo.nl centraal. Dit is immers de website waar (bijna) alle evenementen vinden zijn.

Event signing (frames) binnenstad	Standaard vermelding uitinhengelo.nl en ook te gebruiken door niet-commerciële evenementen
2- jaarlijks evenementenboekje	In maart en september. Verspreid via de blauwe Hengelo folderdisplays op 7 locaties in Hengelo
Advertenties Tubantia & Hengelo's Weekblad	7x per jaar een evenementenladder
Redactioneel Hengelo's Weekblad	Regelmatig redactioneel over evenementen in Hengelo
Campagne CenterCom	8 series in de regio verspreid over het jaar



EVENEMENTENCOMMUNICATIE

Vervolg

Nieuwsbrief Uit in Hengelo	Maandelijkse nieuwsbrief waarin ook evenementen worden benoemd
Campagne social media	Betaalde campagne op sociale media om de evenementen in Hengelo in de regio onder de aandacht te brengen
Vermelding kalender Visit Twente & Visit Oost	Alles wat in de kalender op uitinhengelo.nl staat wordt automatisch doorgeplaatst naar de kalender van Visit Twente & Visit Oost
Ledschermen	Beheer 5 ledschermen aan de invalswegen



In 2025 kwamen er een aantal nieuwe middelen bij.

Borden station	5 borden op het Stationsplein bij de bushaltes
Ledscherm winkel HP Markt 8	Mogelijkheid voor evenementen om hier een poster op te plaatsen
Borden invalswegen	10 borden met evenementen
Scherm Odin	Maandelijks publiceren van evenementen op het ledscherm langs de A1
Narrowcasting Gemeente Hengelo	Gebruik maken van de interne ledschermen van Gemeente Hengelo
Posters kliklijsten parkeergarage De Beurs	Op alle verdiepingen hangen kliklijsten met een evenementenkalender





INSTAWALKS

Sinds 2024 organiseren wij jaarlijks één of twee instawalks. Dit is een wandeling waarbij wij samen met (amateur)fotografen onder begeleiding een locatie bezoeken die relevant is voor de stad. Het is een unieke manier om een stukje merkbeleving te bieden. Het doel voor Hengelo Promotie is om hiermee de zichtbaarheid en bekendheid van Hengelo te vergroten. In 2025 gingen we in september op pad naar Tuindorp 't Lansink. Dat leverde weer mooie beelden op.



SAMENWERKING WAAR TWENTE EET

In 2025 zijn we een samenwerking aangegaan met het social media platform 'Waar Twente Eet'. Dit is een relatief klein platform, regionaal gericht met de focus op eten & drinken. Zij laten, namens ons, het horeca aanbod in Hengelo zien, door elke 6 weken een bezoek te brengen aan een restaurant. Op deze manier kunnen we breder laten zien wat Hengelo te bieden heeft het gebied van eten & drinken.



GEN ZFLUENCER

Sinds 2025 laat Kaylee op Instagram zien wat er te doen is in Hengelo. De focus ligt hierbij op de Gen Z (18-35 jaar) doelgroep. Door reels, voxpops, berichten en stories brengt zij het aanbod voor deze doelgroep onder de aandacht. We zien in de cijfers dat dit werkt. Content wordt gezien door deze doelgroep en heeft daar interactie mee. Ook op TikTok plaatsen we zo nu en dan content, maar hier ligt niet de focus op.



DENKEND AAN HOLLAND

Zondag 5 oktober was een nieuwe aflevering van Denkend aan Holland te zien waarin Twente centraal stond. Janny van der Heijden en André van Duin verkenden de regio en deden ook Hengelo aan. Ze gingen onder andere naar Attractiepark de Waarbeek. Vanuit Hengelo Promotie waren we hier samen met gemeente Hengelo bij betrokken.

HENGELO-HO-HO ADVENTSKALENDER

Eind 2025 lanceerden we voor het eerst de online Hengelo-Ho-Ho Adventskalender. Van 1 tot en met 24 december kon iedereen dagelijks digitaal een kerstbal openen op uitinhengelo.nl en kans maken op mooie prijzen. Deze prijzen werden beschikbaar gesteld door Hengelose ondernemers, waardoor Hengelose ondernemers extra onder de aandacht werden gebracht.

1130 aanmeldingen	Voor de dagelijkse adventskalender reminder met dagelijks een mail over dagprijs en een directe link om deel te nemen.
104.148 bereik	Op sociale media
6.675 inschrijvingen	Op de verschillende dagprijzen
Bijna 25.000 extra paginaweergaven	Op uitinhengelo.nl
Nieuwsbrief	Gemiddeld 66,5% geopend en 40,4% kliks

PRIJZEN MET MEESTE INSCHRIJVINGEN

420 inschrijvingen

De Hoptimist diner

414 inschrijvingen

Cadeaubon Juwelier Jonge Poerink

389 inschrijvingen

Kaldi Koffie & Theepakket

379 inschrijvingen

Bakkerij Oonk: jaar lang gratis brood



HENGELO KADO

Hengelo Kado is de eerste digitale kadokaart in Twente en kan alleen bij Hengelose ondernemers ingewisseld worden. Dat is ook de kracht van dit concept. Omdat de kosten gedragen worden door Hengelo Promotie, SCH, Gemeente en Provincie Overijssel betalen de deelnemers geen commissie of abonnementskosten. Hengelo Kado blijft een goed concept, het aantal deelnemers en aankopen groeit gestaag. 2025 was het beste jaar ooit voor Hengelo Kado. Met 3.711 verkochte kaarten met een omzet van €113.458 overtroffen we zelfs het startjaar 2020 tijdens Corona.

AANTAL DEELNEMERS (WINKELS & HORECAZAKEN)	143 deelnemers Hengelo Kado
TOTAAL AANTAL VERKOCHTE KADOKAARTEN TOT EIND DECEMBER 2025	14.886 kadokaarten totale waarde € 386.248
TOTAAL AANTAL INGELEVERDE KADOKAARTEN TOT EIND DECEMBER 2025	10.983 kadokaarten totale waarde €241.629



Martine Fabels is sinds 2023
accountmanager voor de Hengelo
Kadokaart

MIDDELEN

Voor het stimuleren van de verkoop van Hengelo Kado zetten wij een aantal middelen in:

- Redactioneel Hengelo's Weekblad
- Advertentie Tubantia
- Speciale kaarthouders voor de feestdagen
- Online campagne social media
- Nieuwsbrief
- Banners op event frames door de binnenstad van Hengelo



OVERIGE PROJECTEN



CAMPAGNE FIETSPARKEREN

Om het fietsen naar de stad stimuleren, de lokale economie te ondersteunen en tegelijkertijd het aantal geparkeerde fietsen in de winkelstraten te verminderen hielden

Hengelo Promotie, SCH en de gemeente Hengelo een actie. Bewoners konden sparen voor een Hengelo Kadokaart t.w.v. 15 euro. Elke keer is men de fiets in één van de drie bewaakte fietsenstalling zette kreeg men een stempel. Bij een volle kaart (18 stempels) kon deze ingewisseld voor een Hengelo Kadokaart. De actie was een groot succes!



KERSTMARKT GEMEENTE HENGELO

De medewerkers van gemeente Hengelo kregen in 2025 een Hengelo Kadokaart als kerstpakket. Om directe inwisseling van de kaart te stimuleren werd er tijdens het uitdelen van het kerstpakket een kleine winterse markt georganiseerd. Hierbij waren 13 Hengelo Kadokaart deelnemers aanwezig met een kraam vol producten. Zo konden medewerkers direct de Hengelo Kadokaart inwisselen.



ONDERZOEK STUDENTEN ROC

Studenten van de opleiding Marketing & Communicatie van het ROC van Twente hebben in het najaar van 2025 een marktonderzoek gedaan naar de bekendheid van de Hengelo Kadokaart onder inwoners van Hengelo. De onderzoeken die uit dit onderzoek kwamen zijn gebruikt voor het promotieplan dat in ontwikkeling is voor de Hengelo Kadokaart.

HERIJKING CITYMARKETINGVISIE

Hengelo: de Verbindende, Groene en Creatieve Maakstad, centraal gelegen in de technologische topregio Twente.

Dit zijn de thema's waarmee de stad volgens diverse Hengelose stadspartners en stakeholders een bijzondere positie inneemt ten opzichte van andere steden. Ze vormen de kern van de in 2024 herijkte citymarketingvisie en het merk Hengelo.

In april is er een extern citymarketing strateeg aangesteld door de gemeente Hengelo. De opdracht van deze persoon is het vertalen van de citymarketingvisie & strategie naar een uitvoeringsplan. Hierin moet centraal staan hoe de visie te integreren in strategie, beleid en programma's van de diverse samenwerkingspartners en hoe citymarketing in Hengelo georganiseerd wordt. Dit om de continuïteit van de visie te bewaken. Hengelo Promotie is betrokken geweest bij de selectie van de citymarketingstrateeg en neemt deel in de citymarketingwerkgroep. Het uitvoeringsplan moet in 2026 gereed zijn en geïmplementeerd worden.





RECREATIE, TOERISME & GASTHEERSCHAP

Eind 2024 en begin 2025 werd Markt 8, waar Hengelo Promotie met het Toeristisch Informatie Punt is gehuisvest, verbouwd. In mei 2025 opende de locatie volledig nieuw een aangepast naar de combinatie met kunstpodium.

HENGELO PROMOTIE & SCHOUWART OP MARKT 8

In 2021 gaf de gemeenteraad van Hengelo het college van B en W de opdracht om een geschikte locatie te vinden voor een permanent kunstpodium in de binnenstad. Ook Hengelo Promotie (HP), Stichting Centrummanagement Hengelo (SCH) en de marktmeester van de gemeente Hengelo, die sinds 2018 gevestigd zijn aan de Markt 8, wilden deze zichtlocatie een meer passende en nog waardevollere invulling geven. Het kunstpodium is er gekomen en Stichting SchouwArt verzorgt de programmering. In 2024 werd besloten de krachten te bundelen en van Markt 8 hét visitekaartje van de stad te maken. Dat is gelukt. Markt 8 is het middelpunt van de binnenstad geworden waar gastvrijheid, ondernemerschap, cultuur en kunst samenkomen.

De samenwerking heeft als doel een inspirerende kruisbestuiving te realiseren. Bezoekers van het toeristisch informatiepunt maken op laagdrempelige wijze kennis met kunst, terwijl bezoekers van de exposities van SchouwArt worden geïnformeerd over het vrijetijdsaanbod in Hengelo. In combinatie met het ondernemerschap van SCH en de verbinding met de Warenmarkt Hengelo, is Markt 8 nu een plek dóór en vóór de stad.



TOERISTISCH INFORMATIE PUNT



Met ons Toeristisch Informatiepunt in het centrum van de stad zorgen wij ervoor dat onze bezoekers zich welkom voelen. Maar ook bewoners kunnen bij ons terecht voor informatie en advies over onze veelzijdige stad. Door de nieuwe opzet is er ook meer ruimte gekomen voor (Hengelo) producten in de winkel aan de Markt 8. Naast wandel- en fietsroutes kan je hier heel veel verschillende producten vinden, allemaal Hengelo gerelateerd. Van mutsen, petten, hoodies en slippers tot magneten, mokken, sleutelhangers, Hengelose honing en tegeltjes. Ook het bekende Hengeloërtje (zoals ze in de binnenstad staan) waren afgelopen jaar bij het Toeristisch Informatiepunt te koop.



TOERIST IN EIGEN STAD

Afgelopen jaren ging Martine regelmatig op pad met camera om een bezoek te brengen aan de toeristische partners. Deze vlogs waren allemaal te zien op onze sociale media kanalen. Inmiddels zijn de vlogs gestopt en is Martine in 2025 begonnen met een nieuwe serie: 'Toerist in eigen stad'. Hierin laat ze zien, in beeld en tekst, wat Hengelo te bieden heeft. Zowel voor bewoners als voor toeristen.



DUITSE MARKT

Er komen steeds meer Duitse bezoekers naar Hengelo. Om deze goed te kunnen bedienen hebben we in 2024 een kleinschalige website ontwikkeld. In 2025 hebben we het aanbod verder uitgebreid en dat blijven we de komende jaren doen. Zo zijn we gestart met social media campagnes rondom belangrijke Duitse feestdagen om bezoekers te verleiden naar Hengelo te komen. Deze campagnes zijn gericht op de website www.hengelo.de. Daarnaast is de Stadswandeling nu ook verkrijgbaar in een Duitse versie.



CITYMARKETING-PARTNERS H500

De H500 is het zakelijke initiatief van Hengelo Promotie. Trotse en betrokken ondernemers die Hengelo een warm hart toedragen zijn lid en investeren jaarlijks 500 euro. Daarmee leveren ze een bijdrage aan (nog) meer evenementen en meer levendigheid in de stad. Hun bijdrage wordt naast evenementen ook besteed aan andere (citymarketing) projecten in Hengelo. Door hun lidmaatschap zijn de ondernemers maatschappelijk betrokken bij Hengelo.

AANTAL LEDEN

	2025	2024	2023
AANTAL LEDEN	126	122	119
NIEUWE LEDEN	14	12	19
OPZEGGINGEN	9	9	5



Voor de leden van de H500 worden regelmatig inspirerende bijeenkomsten op bijzondere locaties georganiseerd. Op deze manier kunnen ondernemers elkaar ontmoeten en netwerken.

7 FEBRUARI
VIP WANDELING
& WALKING DINER
LICHT HENGLO

7 APRIL
RONDLEIDING
MUNSTERHUIS MET AI
SPREKER

12 JUNI
RONDLEIDING
GEMEENTEHUIS EN
BEKLIMMING
STADHUISTOREN

4 SEPTEMBER
BEZOEK ATTRACTIEPARK
DE WAARBEK MET BUFFET
BOMBAY SPICE

5 NOVEMBER
BEZOEK SCHOUWBURG
HENGLO MET WALKING
DINER VAN LOEV HENGLO

AMBASSADEURS H500



MERKBEHEER

Het vrijetijdsaanbod van Hengelo dragen we op een krachtige manier uit. Dit doen we o.a. door Hengelo neer te zetten als merk. Het stadsmerk is de visuele vertaling van het DNA, de kernwaarden en de positioneringsrichting van Hengelo. Door telkens op een eenduidige, consistente en herkenbare manier ons verhaal te vertellen, versterken we onze boodschap naar de doelgroepen en wordt deze ook herkenbaar. Ook zorgt het stadsmerk voor verbinding en trots onder de bewoners, bedrijven en andere stadspartners. Het laden van een stadmerk kost tijd maar langzaam zien we de bewustwording, interesse én trots groeien.

Hengelo



Wij zorgen ervoor dat in alle onze communicatie en uitingen de stad op een dusdanige manier als merk wordt neergezet dat de kernwaarden van Hengelo tot uiting komen. Hierbij bewaken wij de visuele identiteit behorende bij het stadsmerk en proberen wij deze samen met onze partners eenduidig door te voeren in alle communicatie.



HENGELO MERCHANDISE

Om het merk 'Hengelo' nog beter in de markt te zetten en zichtbaarder te laten zijn hebben we afgelopen jaren verschillende producten op de markt gebracht. Zo zijn Hengelo badslippers, een cap en een kersttrui ontwikkeld. Daar kwamen afgelopen jaren verschillende producten bij zoals de stadhuistoren sleutelhanger en een babyboekje. In 2025 ontwikkelde we de Hengelo Hoodie, skyline van Hengelo en verkochten we de 'Hengeloertjes' zoals je deze ook in de binnenstad van Hengelo aantreft.



BRANDBOOK

Ons doel is dat zoveel mogelijk partners gebruik maken van het stadslogo en bijbehorende elementen. Het logo is immers van de stad en mag gebruikt worden door iedereen die een positieve binding heeft met Hengelo. Hoe breder verspreid, hoe herkenbaarder het wordt voor de doelgroepen. Wel houdt Hengelo Promotie oog op het gebruik van het logo en de overige stijlelementen. Hiervoor hebben we een handleiding ontwikkeld; het brandbook. Hierin vind je de regels en richtlijnen met betrekking tot het gebruik van het stadslogo. Het brandbook is op te vragen bij Hengelo Promotie.

BEELDBANK

Hengelo heeft prachtige en unieke plekjes, gebouwen, winkels en mensen. Deze brengen wij graag samen met onze partners in beeld. Daarom is het belangrijk dat hier goede foto's voor worden gebruikt. Wij hebben een selectie gemaakt van foto's die vrij gebruikt mogen worden en die het beeld weergeven van Hengelo zoals wij dat zien.

[NAAR BEELDBANK](#)



DIVERSE PROJECTEN

Hengelo Promotie is door het jaar heen betrokken geweest bij verschillende projecten. Hieronder een overzicht.

Redactie Hengelo.nu

Hengelo Promotie is onderdeel van het redactieteam van Hengelo.nu. Samen met gemeente Hengelo en Stg. Centrummanagement Hengelo zorgen we voor informatie over de transformatie van de binnenstad.

Social media & website April-meistakingen

Wij verzorgden voor de herdenking April-meistakingen 1943 de content voor de social media en de website www.erhoeftermaareentebeginnen.nl

Social media Nacht van Hengelo & Tropical Night

De Nacht van Hengelo kende in 2024 een nieuwe opzet. Er is door Stichting CHEF een meerjaren strategie opgezet om de kwaliteit en toekomstbestendigheid van de Nacht van Hengelo en Tropical Night te waarborgen. Voor beide evenementen beheert Hengelo Promotie de social media kanalen.

Recreatiekrant

Twee jaar per jaar wordt er samen met de Twentse VVV's/Tourist Info's een Recreatiekrant gemaakt. Deze wordt door heel Twente verspreid met informatie over evenementen. Ook Hengelo Promotie draagt hier aan bij met het aanleveren van artikelen en evenementen.

Transformatieplan binnenstad

In 2025 is er samen met Stichting Centrummanagement Hengelo en de gemeente Hengelo een plan opgesteld om de binnenstad toekomstbestendig te maken. Het doel van het plan is om leegstand terug te dringen door o.a. het toevoegen van nieuwe winkelconcepten en de herlocatie van bestaande winkels en meer bezoekers aan te trekken door marketing & promotie. De gemeente heeft voor de uitvoering van dit plan **€200.000 toegekend**.



FINANCIËLE VERANTWOORDING

Deze volgt binnenkort



JAARVERSLAG RAAD VAN TOEZICHT

In 2025 bestond de Raad van Toezicht uit:

- De heer A.M.H. (Lex) Roolvink (voorzitter)
- Mevrouw R.B.W.(Roswyde) Burgman
- De heer G. (Gertjan) Knook

Een rooster van aftreden en overzicht nevenfuncties is opgesteld (bijlage1). In deze samenstelling is vergaderd op 3 februari, 12 mei, 25 augustus en 17 november. De stand van zaken met betrekking tot evenementen, marketing, personeel en financiën zijn standaard onderwerp van gesprek.

Regulier zijn er overleggen met wethouder Gerard Gerrits van de gemeente Hengelo. Deze hebben plaatsgevonden op 27 februari, 5 november en 4 december.

BIJLAGE 1: NEVENFUNCTIES

NEVENFUNCTIES

De heer A.M.H. (Lex) Roolvink directeur-eigenaar Sindaco bestuur en advies (bezoldigd), continuïteitscommissie Koninklijke Handboogsport Nederland (onbezoldigd), voorzitter commissie bezwaarschriften gemeente Oldenzaal (vacatiegeld), voorzitter commissie bezwaarschriften gemeente Enschede en Losser (vacatiegeld), secretaris stichting de Vierdaagse Sponsorloop (onkostenvergoeding), vertrouwenscollega Nederlands Genootschap van Burgemeesters (onbezoldigd), voorzitter beheerstichting Zuidwaterlinie (vacatiegeld) en lid geschillencommissie gemeente Hengelo (vacatiegeld).

Mevrouw R.B.W. (Roswyde) Burgman directeur-bestuurder HOFtheater (bezoldigd)

De heer G. (Gertjan) Knook Operations Manager De Buren Afhaalcentrum BV (bezoldigd) vrijwilliger volleybalvereniging Webton Hengelo (onbezoldigd).

BIJLAGE 2: ROOSTER VAN AFTREDEN

ROOSTER VAN AFTREDEN

De heer A.M.H. (Lex) Roolvink

Niet herbenoembaar per 1 oktober 2029

Mevrouw R.B.W. (Roswyde) Burgman

Niet herbenoembaar per 31
december 2028

De heer G. (Gertjan) Knook

Herbenoembaar per 1 oktober 2027