
ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. MEERJARENSTRATEGIE 2020 - 2024

ROTTERDAM.
MAKE IT
HAPPEN.

ROTTERDAM.

Rotterdam is een stad met een uitgesproken karakter, energiek en nooit hetzelfde. Rotterdam en Rotterdammers gaan het experiment niet uit de weg. Zoeken het eerder op. Zoals de Nieuwe Maas een sterk symbool is voor de constante beweging. Een stad waar de make it happen mentaliteit voelbaar en zichtbaar is. Met partijen die voor Rotterdam kiezen en hun eigen invulling geven aan de Rotterdamse mentaliteit en can do spirit. Of je nu bewoner bent, bezoeker, student of ondernemer.

DE MERKALLIANTIE.

Havenbedrijf Rotterdam, gemeente Rotterdam, Erasmus Universiteit Rotterdam, Rotterdam Partners, Rotterdam Festivals, Rotterdam Topsport en Erasmus MC zijn een unieke samenwerking aangegaan. Met een gezamenlijk stadsmerk, toon en stijl én merkbeloofte werken zij aan de profilering van Rotterdam in binnen- en buitenland. Sinds de start in 2014 zijn steeds meer mensen, instellingen en bedrijven het stadsmerk gaan omarmen en vormen samen de merkalliantie. Ze geven lading aan het stadsmerk door te innoveren en te ondernemen. Door samen te werken en te verbinden. Door vooruit te lopen op de massa en de nek uit te steken, te durven. Door na te denken over duurzame oplossingen. Door te ontdekken, te beleven en te doen.

ONZE BELOFTE.

Wij geloven dat als het om de beste ideeën gaat, het niet gaat om van wie ze zijn, of waar ze vandaan komen. Het gaat erom wat je ermee doet of wat je ermee bereikt. De beste ideeën komen van vrije geesten, van mensen die de mogelijkheden zien en de ruimte pakken. Die grenzeloze ambities hebben en doorgaan waar anderen twijfelen. Mensen met onverschrokken dromen en idealen, die elke uitdaging aangaan.

De beste ideeën hebben mensen nodig. Mensen die de wereld zien zoals die zou kunnen zijn. Het zijn de ondernemers en de vernieuwers, de docenten, de talenten en de investeerders. (...)

ONZE BELOFTE.

(...) De mensen die bruggen slaan en verbinden. De dromers en de doeners. Zij zijn de pioniers die de ideeën echt grootmaken. Die weten waar ze moeten zijn. Die kiezen voor een stad waar ruimte is om te groeien. De stad vol mogelijkheden, de stad die bruist van energie. Met een wereldhaven die aantrekt en verbindt en die een springplank is voor wie de wereld wil veroveren. Heb jij een idee? Zie jij de kans? Pak de ruimte en ga ervoor!

**ROTTERDAM.
MAKE IT HAPPEN.**

ONZE MERKWAAARDEN.

De typische Rotterdamse mentaliteit en het DNA van de stad laten zich vangen met woorden als internationaal, ondernemend en rauw. Werelds, grensverleggend en no-nonsense. Ze vormen het fundament van ons stadsmerk waarmee we het echte verhaal van Rotterdam willen vertellen. Rotterdam is namelijk veel te echt voor gladde marketing.

We hanteren de merkwaarden **bold** (*rauw*), **forward** (*ondernemend*) en **culture** (*internationaal*). Deze dragen de essentie van het Rotterdamse DNA op zo'n manier uit dat deze nationaal en internationaal onderscheidend is en relevant voor onze doelgroep.

BOLD

rauw

authentiek · direct
divers · durf · eigenzinnig
groot hart · laboratorium
stoer · no-nonsense
ongepolijst · jong
strijd · trots

FORWARD

ondernemend

ambitieuus · daadkrachtig
can-do · dynamisch · energie
innovatief · kansen · kritisch
pionieren · samendoen · start-up
ruimdenkend · vakmanschap
talent · grensverleggend

CULTURE

internationaal

knooppunt · mainport · modern
170 nationaliteiten · architectuur
onderzoekend · rauw · ruimte
transport · wereldhaven
werelds · verbinding
water · netwerk

“ Rotterdam is affordable, prosperous, progressive and fantastically well-connected. (...) Rotterdam is big, alive, city-ish, but the big skies of the vast harbour and copious parks make it breathable. And for those still in mourning, Rotterdam is gloriously EUropean. ”

The Guardian - Let's move to Rotterdam: Eurovision's new home

“ The motto Make it happen is used by the city of Rotterdam to inspire young artists and entrepreneurs to express themselves, since it represents the mentality of Rotterdammers: hardworking, direct people who overcome challenges in a creative manner. In other words, people who make things happen. Just like the New Work Moms! ”

New Work Moms @newworkmoms

ONZE AMBITIE.

Rotterdam internationaal profileren bij talent, bedrijven en bezoekers door middel van ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. en zo bijdragen aan economische waarde met maatschappelijke impact op de stad.

We streven naar maatschappelijke impact omdat groei voor Rotterdam geen doel op zich is. We streven naar kwaliteit in groei of goede groei, waarbij economische ontwikkeling bijdraagt aan de omslag van oud naar nieuw (digitaal, energieneutraal en circulair) en leidt tot een toename in welzijn en welvaart van alle Rotterdammers.

POSITIONERING.

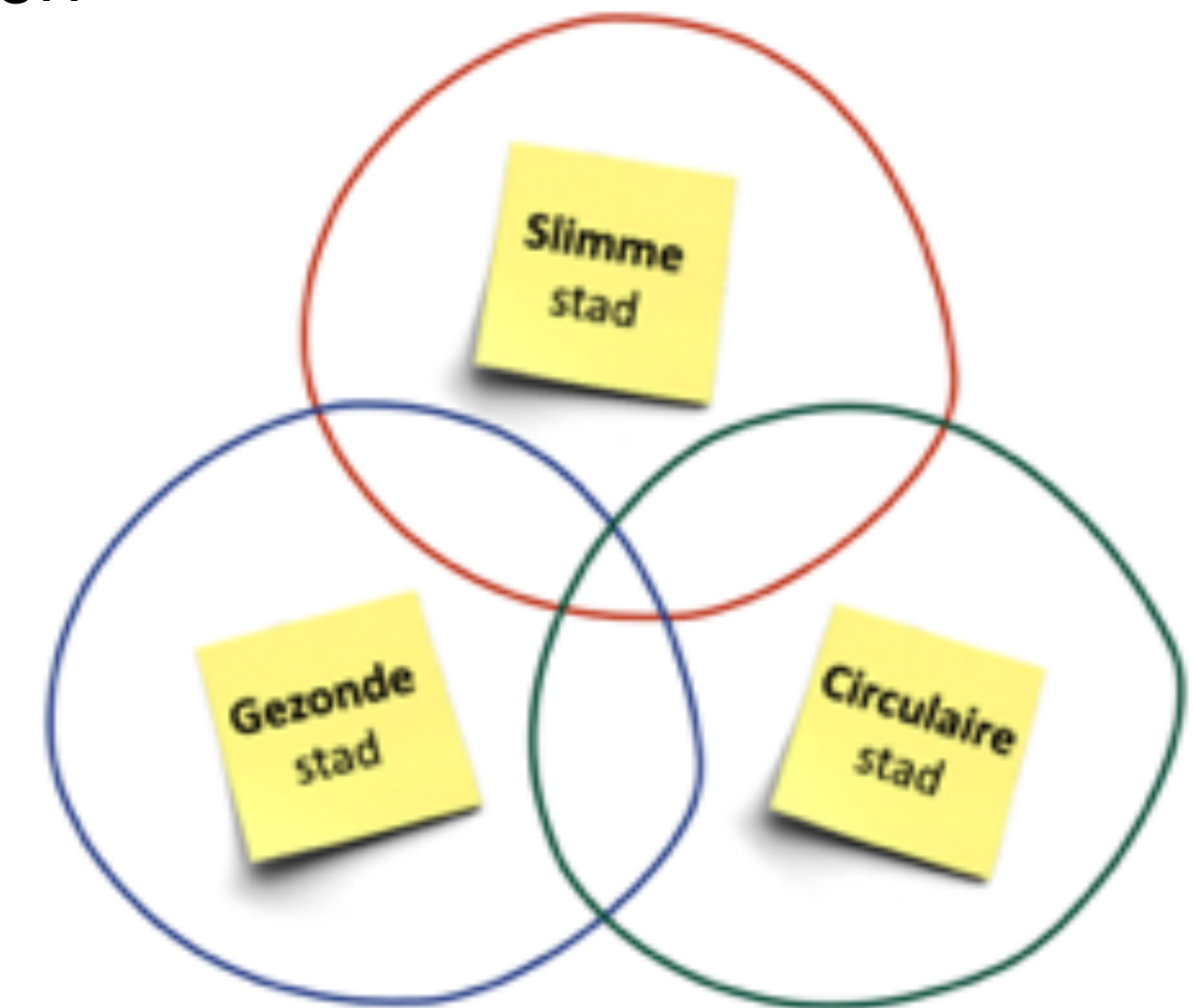
We positioneren Rotterdam als proeftuin van de wereld en bereiken en inspireren daarmee frontrunners.

In Rotterdam is alle ruimte voor experiment. Hier werken de pioniers aan de oplossingen van morgen, aan de omslag van oud naar nieuw (digitaal, energieneutraal en circulair). Rotterdam is rijk gezegend met ondernemende types met roots over de hele wereld. Zij gaan unieke samenwerkingen aan en benutten de ideale Rotterdamse voedingsbodem voor mensen met durf en die de wereld willen verbeteren. Het is die proeftuin die Rotterdam relevant maakt in de wereld en de stad en de mensen die erin leven vooruit helpt.

ONZE FOCUS.

Er zijn tal van mooie initiatieven en verhalen in Rotterdam. We moeten echter keuzes maken. In de periode 2020 - 2024 beperken we ons tot activiteiten die passen binnen één of meer van deze thema's:

- ◆ Slimme stad: is zowel technologie, mens en de combinatie van die twee, het is daar waar samenwerken leidt tot innovatie.
- ◆ Gezonde stad: is een stad die duurzaam, groen en leefbaar is en die uitnodigt en uitdaagt tot een gezonde leefstijl.
- ◆ Circulaire stad: is een zelfregulerende stad waarin we slim en efficiënt omgaan met grondstoffen, water, energie en afval.



DE DOELGROEP.

De frontrunner

Frontrunners zijn voorlopers. Mensen die intrinsiek gemotiveerd zijn om bij te dragen aan goede groei. Ze zijn bold, forward en culture. Het zijn de pioniers die verandering aandurven en grenzen verleggen. Van henzelf en van de wereld om hun heen. Dat doen ze het liefst samen met anderen. Ze hebben een doel voor ogen en nemen hun besluiten dan ook bewust. Ze zoeken plekken die nog niet af zijn. Waar ruimte is en nog wat valt toe te voegen. Een stad zoals Rotterdam.

Bron: R Guide, marketingstrategie Rotterdam Partners

DE CHECKLIST.

Bij alles wat we doen als merkalliantie stellen we onszelf deze zeven vragen:

- ☐ Draagt het bij aan de profilering van Rotterdam als proeftuin van de wereld?
- ☐ Sluit het aan bij minimaal één van de gekozen thema's?
- ☐ Is het relevant voor het bereiken van de frontrunners?
- ☐ Sluit het aan bij merkwaarden (bold, forward & culture) en merkbelofte?
- ☐ Wordt het belang van de eigen organisatie overstegen?
- ☐ Is er oog voor goede groei van de stad?
- ☐ Draagt onze aanpak, wat we doen, hoe we het doen, bij aan de bewijsvoering van onze belofte als vernieuwende, jonge en gedurfde stad? (bron: p. 43 R Guide)

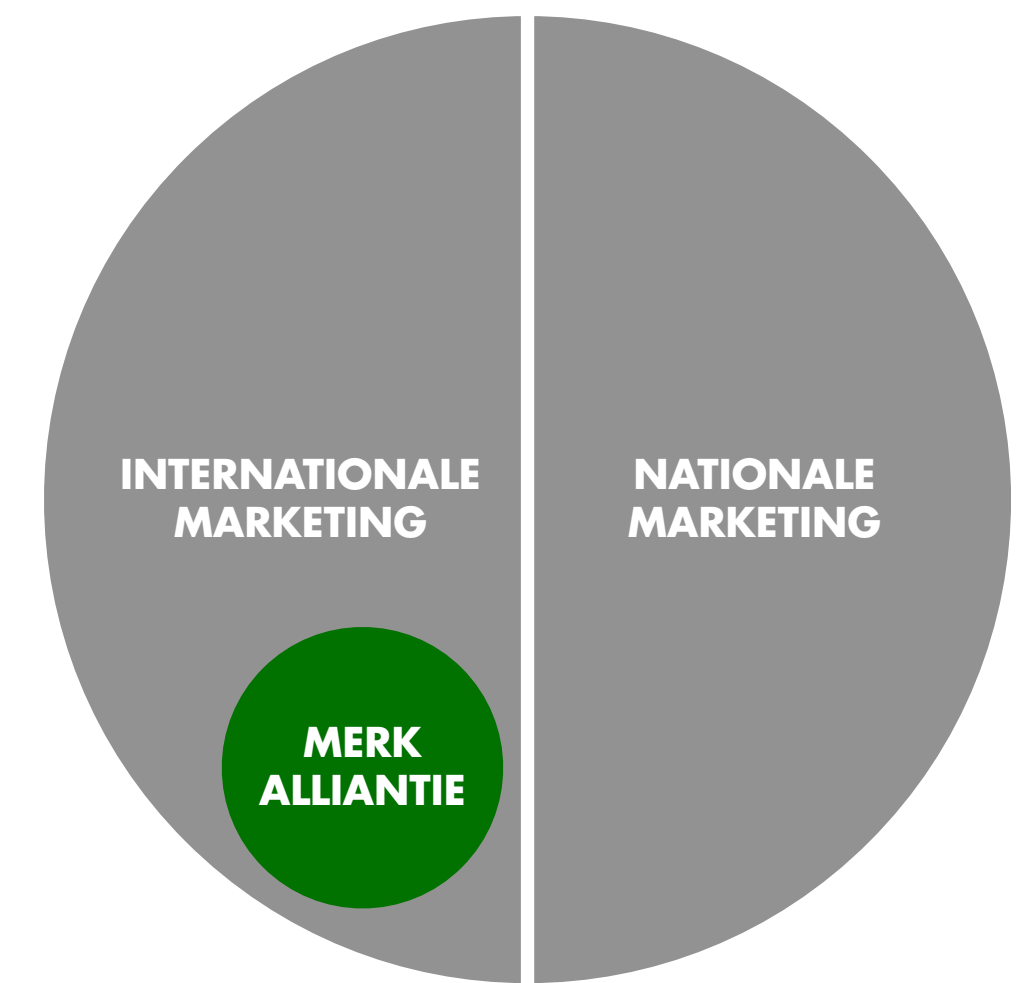
WIE DOET WAT.

Individuele partners.

De merkpartners geven binnen hun eigen organisatie invulling aan de gezamenlijke marketingdoelstelling. Alles wat een partner zelf kan creëren en branden valt buiten de scope van de merkalliantie. De merkalliantie omvat dus niet het totaal aan citybranding inspanningen in Rotterdam.

Joint-marketing merkalliantie.

De merkalliantie richt zich als collectief op initiatieven die partners alleen samen kunnen creëren en samen groter kunnen maken. Deze inspanningen zijn extra bovenop die van partners verantwoordelijk voor citybranding.



ONZE STRATEGIE.

Invulling geven aan ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. dat doen Rotterdammers iedere dag. Als merkalliantie willen we een kanaal en daarmee een podium zijn voor al die mooie showcases die de stad rijk is: ondernemers, bewoners, organisaties en kennisinstellingen die bouwen aan de duurzame stad van morgen. Die verhalen halen we op, jagen we aan. We stimuleren nieuwe samenwerkingen die leiden tot innovatie. De verhalen en beelden delen we via onze eigen kanalen en via ons groeiende netwerk van merkpartners met de frontrunner doelgroep. Daarnaast benutten we topmomenten in de stad en in de wereld die ons helpen het internationale imago van Rotterdam als proeftuin van de wereld te versterken.

IN EEN SCHEMA.

Content

Met verhalen en beelden bereiken en inspireren we frontrunners in Rotterdam en in de wereld. Nieuwe samenwerkingen die leiden tot innovatie stimuleren we. Zo creëren we authentieke content die bijdraagt aan het imago van Rotterdam als proeftuin van de wereld op het gebied van slimme, gezonde en circulaire stad.

**ROTTERDAM.
MAKE IT
HAPPEN.**

+

**Proeftuin van
de wereld**

+

**Slimme stad
Gezonde stad
Circulaire stad**

Kanalen

Bereik via eigen kanalen (website, social media, branding toolkit) en die van onze merkpartners.



Topmomenten

De merkalliantie benut momenten dichtbij huis en in de wereld om frontrunners te bereiken door deze momenten te branden en positioneren én samen op te trekken.

Frontrunners

ONZE CONTENTAANPAK.

Met verhalen en beelden bereiken en inspireren we frontrunners in Rotterdam en in de wereld. Die verhalen komen uit de stad. Van mensen en organisaties met een make it happen mentaliteit. We halen ze op en jagen ze aan. Nieuwe samenwerkingen die leiden tot innovatie stimuleren we. Zo creëren we authentieke content die bijdraagt aan het imago van Rotterdam als proeftuin van de wereld op het gebied van een slimme, gezonde en circulaire stad.

Contentambitie

Samen het imago van Rotterdam als proeftuin van de wereld versterken onder (inter)nationale frontrunners.

WE WERKEN MET PIJLERS.

De content die we creëren en delen sluit altijd aan op de merkbeloofte en merkwaarden, en gaat over Rotterdam als proeftuin van de wereld in relatie tot één of meerdere thema's. Daarbij laten we graag zien hoe we dat in Rotterdam doen: samen, door alle lagen heen en met unieke cross-overs. Alle ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. content past binnen één of meerdere van de volgende contentpijlers:

- ◆ Slimme stad: zowel technologie als mens.
- ◆ Gezonde stad: gezond, groen en leefbaar.
- ◆ Circulaire stad: energie, water en grondstoffen.

**ROTTERDAM.
MAKE IT
HAPPEN.**

+

**Proeftuin van
de wereld**

+

**Slimme stad
Gezonde stad
Circulaire stad**

ONZE KANALEN.

Voor bereiken frontrunner in Rotterdam

Branding van topmomenten in Rotterdam

Zichtbaarheid merk in de stad (bouwborden, KPN-scherm, streetart)

Online platform (NL) > ambassadeurschap creëren

Voor bereiken frontrunner internationaal

Social media (EN) > Twitter (nieuw), LinkedIn (nieuw), Instagram en YouTube

Online platform (EN) > inspireren met aansprekende content

Branding op topmomenten in de wereld + speeches internationale podia

Optioneel: inzet internationale PR-bureaus + internationale media partners



Frontrunners
in Rotterdam

Frontrunners
in de wereld

BEREIK DOOR PARTNERS.

Groter bereik

De kracht van de merkalliantie zit in samen. Onze kanalen hebben de potentie van een groot internationaal bereik dankzij ons groeiende partnernetwerk. Vol Rotterdamse partijen die zelf het bewijs vormen voor ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. en daarmee een geloofwaardige afzender zijn. We vragen daarom alle partners om onze content via hun eigen kanalen en die van de frontrunners in hun organisatie te delen. We zijn daarom continue op zoek naar nieuwe Rotterdamse partners die zelf internationale frontrunners weten te bereiken en/of zelf een prachtig voorbeeld zijn van ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.

DE PARTNERSTRUCTUUR.

Alliantiepartners

De alliantiepartners nemen het voortouw in de merkalliantie en zijn daarmee verantwoordelijk voor de governance en de marketingstrategie.

Merkpartners

De merkpartners zijn het levende bewijs van ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. en dragen actief lokaal en internationaal de merkbeloofte uit.

Merkfans

De merkfans dragen lokaal ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. uit.

ONZE PARTNERS.

Alliantiepartners



Merkpartners



Merkfans



ROTTERDAM.
MAKE IT
HAPPEN.

TOPMOMENTEN.

Naast de inzet van eigen kanalen en het benutten van het partnernetwerk, werkt de merkalliantie met topmomenten. Dit zijn momenten waarop we internationaal de aandacht hebben omdat we bijvoorbeeld ergens in de wereld op een groot podium staan als stad of dat de ogen van de wereld op Rotterdam zijn gericht vanwege een internationaal evenement of een baanbrekend Rotterdams initiatief. Die branden en positioneren we vanuit ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN. We trekken zoveel mogelijk samen op met partners en laten daarmee aan de doelgroep zien hoe we dingen in Rotterdam aanpakken. Samen. Op zoek naar de duurzame oplossingen van morgen. In Rotterdam is de ruimte om dromen waar te maken.

**ROTTERDAM.
PLAYGROUND
FOR PIONEERS.**

MAKE IT HAPPEN
