

Marketingcommunicatieplan GLOW in de Regio What's Next Pilot 2026

[Voor beelden uit 2025, klik hier >>](#)

1. Inleiding

GLOW in de Regio groeit in hoog tempo van een reeks losse gemeentelijke edities naar een samenhangend cultureel netwerk binnen Noord-Brabant. Wat begon als een uitbreiding van het lichtfestival buiten Eindhoven, ontwikkelt zich steeds nadrukkelijker tot een regionaal platform waarin lichtkunst, ontmoeting, innovatie en maatschappelijke verbinding samenkomen. De marketingstrategie speelt hierin een cruciale rol. Niet alleen om bezoekers te bereiken, maar vooral om duurzame betrokkenheid, herkenning en eigenaarschap in de regio te creëren.

De marketing van GLOW in de Regio richt zich daarom niet uitsluitend op zichtbaarheid van het festival, maar op het bouwen van een blijvende relatie tussen inwoners, bezoekers, gemeenten, onderwijs, maatschappelijke organisaties, partners en bedrijven. GLOW wil niet alleen bezocht worden, maar onderdeel worden van de identiteit van de regio. De basis hiervoor ligt in de merkwwaarden van GLOW: spraakmakend, toegankelijk, verbindend en innovatief. Deze waarden vormen de rode draad in alle communicatie, samenwerkingen en publiekscampagnes.

2. GLOW

Over

GLOW is een gratis toegankelijk lichtfestival dat sinds 2005 jaarlijks plaatsvindt in de openbare ruimte van Eindhoven. Sinds 2023 heeft het festival zich ontwikkeld tot een regionaal cultureel netwerk met edities in Best, Oirschot, Helmond, Veldhoven en Lieshout. Tijdens acht festivaldagen transformeren straten, pleinen, parken en gebouwen tot een tijdelijk kunstlandschap waarin inwoners en bezoekers van alle leeftijden samenkomen rondom lichtkunst, technologie en ontmoeting. Door de regionale uitbreiding is het bereik van GLOW aanzienlijk gegroeid en wordt de kunstervaring steeds sterker verankerd binnen Noord-Brabant. In 2025 realiseerde GLOW circa 1 miljoen bezoeken, waarvan 158.000 in de deelnemende regiogemeenten buiten Eindhoven.

Door de keuze voor de openbare ruimte blijft het festival laagdrempelig en toegankelijk voor iedereen, zonder drempel van entree of exclusiviteit. Hierdoor komen mensen op een natuurlijke en informele manier in aanraking met kunst, ontdekken zij hun eigen omgeving vanuit een nieuw perspectief en ontmoeten zij elkaar in een gedeelde culturele ervaring. GLOW biedt daarmee niet alleen een moment van verwondering, maar draagt ook structureel bij aan culturele betrokkenheid, regionale verbondenheid en de zichtbaarheid van Noord-Brabant als innovatief en creatief cultuurgebied.

Missie

De locatie maakt GLOW. Het lichtfestival wordt gedreven door de plek zelf; net zoals Eindhoven GLOW vormt, geven ook alle deelnemende gemeenten hun eigen invulling en identiteit aan het festival. Elke stad of kern brengt zijn eigen karakter, geschiedenis en gemeenschap in, waardoor geen editie ooit identiek is aan een andere. Juist die lokale verankering maakt van GLOW een regionaal netwerk van verbonden verhalen, plekken en mensen.

Het festival bestaat niet zonder de bijzondere samenwerkingen tussen bewoners, bezoekers, bedrijven, onderwijsinstellingen, kunstenaars en lokale organisaties. GLOW faciliteert kruisbestuivingen tussen mensen uit verschillende hoeken en disciplines, en vertaalt die interacties naar het artistieke spectrum, bijvoorbeeld in het jaarlijkse kinderproject of tijdens participatieve werken. Deze samenwerkingen stimuleren betrokkenheid, herkenning en eigenaarschap, waarbij het publiek niet alleen wordt uitgenodigd om te kijken, maar ook om actief deel uit te maken van het festival. De ontmoetingen en inbreng van mensen creëren een unieke cocktail van projecten, initiatieven en kunstwerken die geworteld zijn in de identiteit van de omgeving. Daardoor spreekt GLOW op verschillende niveaus aan: emotioneel, intellectueel, sociaal en cultureel.

Visie

Lichtkunst is toegankelijk voor iedereen. Deze inclusieve propositie maakt GLOW uniek in haar soort. Natuurlijk zijn er talloze steden die lichtkunsthoeven organiseren, maar geen enkel festival betreft de gemeenschap op de manier waarop GLOW dat doet. Het festival is van de mensen, door de mensen en voor de mensen, en groeit steeds nadrukkelijker uit tot een regionaal platform waarin kunst, technologie, publieke ruimte en ontmoeting samenkomen. Daar kan iedereen bij deelnemen: kinderen, ouderen, particuliere bezoekers, bedrijven, nieuwkomers of geboren en getogen inwoners. Lichtkunst vormt een laagdrempelig medium dat mensen uitnodigt om op hun eigen manier te ontdekken, ervaren en verbinden. Het nodigt uit tot verwondering, interactie en een gedeelde beleving, ongeacht leeftijd, achtergrond of ervaring met kunst. Deze openheid en gemeenschapsgerichtheid maken GLOW tot een culturele traditie en een sociaal en cultureel netwerk dat gemeenten, makers, onderwijs en bewoners met elkaar verbindt.

Ambitie

GLOW brengt mensen samen door de kracht van lichtkunst en versterkt daarmee de sociale cohesie en culturele verbondenheid binnen de Brainportregio en Noord-Brabant. Het festival creëert een unieke, gezamenlijke ervaring waarin inwoners en bezoekers letterlijk en figuurlijk met elkaar in contact komen. Door de interactie tussen publiek, kunstenaars en de stedelijke omgeving ontstaat een gedeelde beleving die verder gaat dan individuele waarneming: GLOW fungeert als katalysator voor sociale verbindingen en ontmoetingen tussen mensen van verschillende achtergronden, leeftijden en interesses.

Het festival verlicht niet alleen de stad en regio, maar legt ook blijvende verbindingen tussen mensen, gemeenten, makers en maatschappelijke partners. De gedeelde ervaring brengt gesprekken, ontmoetingen en culturele nieuwsgierigheid op gang die lang na de festivalweek doorwerken. Zo groeit GLOW steeds nadrukkelijker uit tot een regionaal cultureel netwerk waarin kunst, technologie, publieke ruimte en samenwerking samenkomen. Daarmee voegt GLOW een nieuwe dimensie toe aan de culturele en sociale dynamiek van Noord-Brabant, waarin kunst fungeert als middel om bruggen te slaan, gemeenschappen te verbinden en culturele participatie duurzaam te stimuleren. De impact reikt verder dan de acht dagen van het festival in november en draagt bij aan een sterke regionale identiteit, een breed cultureel draagvlak en de ontwikkeling van Noord-Brabant als innovatief, creatief en internationaal zichtbaar cultuurgebied.

Kernwaarden

De ambitie om de sociale cohesie te versterken, toetsen we doorlopend aan de hand van vier kernwaarden.

- **Spraakmakend.** Heeft de sfeer van het festival, het programma en haar inhoud een visuele en emotionele impact?
- **Toegankelijkheid.** Is GLOW bereikbaar en veilig te bezoeken voor iedereen?
- **Verbindend.** Brengt GLOW haar artiesten, samenwerkingen en bezoekers samen in ontmoeting en zorgt dat voor een gedeeld wow-moment?
- **Innovatief.** Loopt het festival voorop in denkwijze en biedt het een mogelijkheid voor innovaties?

Strategie

Bij GLOW ontmoeten ondernemers, onderwijsinstellingen, gemeenten, maatschappelijke organisaties en kunstenaars elkaar en bouwen zij gedurende het hele jaar aan een groeiend netwerk rondom lichtkunst, technologie en publieke ruimte. Vanuit deze samenwerkingen ontstaan niet alleen nieuwe artistieke producties, maar ook duurzame verbindingen tussen kunstenaars, bewoners, bedrijven, onderwijs en regionale partners. GLOW ontwikkelt zich daarmee steeds nadrukkelijker tot een cultureel ecosysteem waarin creatie, kennisuitwisseling, innovatie en publieksonwikkeling structureel met elkaar verweven zijn. De regionale uitbreiding vraagt om duurzame samenwerking, kennisborging en een stevige organisatorische infrastructuur waarmee kwaliteit, lokale verankering en artistieke continuïteit gewaarborgd blijven. Door deze integrale aanpak ontstaat een breed en duurzaam draagvlak. Steeds meer gemeenten, ondernemers, culturele partners, onderwijsinstellingen, pers en publiek verbinden zich aan GLOW, ook buiten de festivalperiode. Het festival functioneert daardoor niet alleen als showcase voor lichtkunst, maar ook als een structureel platform waarin cultuur, technologie, innovatie en maatschappelijke betrokkenheid samenkomen. Daarmee levert GLOW het hele jaar door een zichtbare bijdrage aan de culturele ontwikkeling, regionale identiteit en internationale uitstraling van Noord-Brabant.

3. Positie

GLOW gebruikt marketing niet alleen als middel om publiek te trekken, maar als instrument om sociale cohesie, regionale trots en langdurige verbondenheid te versterken. De communicatie draait daarom niet alleen om het tonen van lichtkunstwerken, maar vooral om de verhalen van de mensen, plekken en samenwerkingen achter het festival. De kracht van GLOW ligt in de combinatie van:

- Internationale artistieke kwaliteit
- Podium voor lokale creatieven
- Lokale herkenbaarheid
- De collectieve beleving
- Participatie van inwoners
- Gratis toegankelijkheid
- Zichtbaarheid in de openbare ruimte

Juist die combinatie maakt GLOW internationaal onderscheidend. De marketingstrategie vertaalt deze kracht naar een herkenbaar regionaal verhaal waarin inwoners zich kunnen herkennen, bezoekers door geïnspireerd raken en partners zich willen verbinden.

Positionering

GLOW in de Regio positioneert zich als: het gratis toegankelijke lichtfestival dat inwoners, gemeenten en organisaties samenbrengt via lichtkunst in de openbare ruimte. Daarbij staat niet alleen de kunst centraal, maar vooral ook de ontmoeting die daaromheen ontstaat. De positionering rust op vier pijlers die elkaar opvolgen:

1. *Lichtkunst voor iedereen*
GLOW verlaagt drempels tot cultuur doordat het festival gratis toegankelijk is en plaatsvindt in de openbare ruimte. Hierdoor komen ook mensen in aanraking met kunst die normaal minder snel culturele instellingen bezoeken.
2. *De omgeving maakt GLOW*
Iedere gemeente geeft een eigen invulling aan het festival. Lokale verhalen, bewoners, scholen en partners vormen de kern van iedere route.
3. *Verbinding*
GLOW draait om collectieve beleving. Mensen van alle lagen van de bevolking lopen samen de route, bewonderen en ervaren lichtkunst en ontmoeten elkaar in de openbare ruimte.
4. *Sociale cohesie*
Door lichtkunstwerken, participatieprojecten en samenwerkingen lokaal te verankeren ontstaat herkenning, eigenaarschap en trots dat uiteindelijk leidt tot meer sociale cohesie.

Regionale merkstrategie

GLOW groeit de komende jaren uit tot één herkenbaar regionaal merk met lokale gezichten. De centrale merkidentiteit blijft herkenbaar via:

- De GLOW-huisstijl
- Tone of voice
- Routebeleving
- Artistieke kwaliteit
- Herkenbare fotografie en videografie

Ondanks de uniformiteit, houdt iedere gemeente ruimte voor een eigen identiteit en lokale verhalen. Hierdoor ontstaat een balans tussen herkenbaarheid, regionale samenhang en eigenheid.

Storytelling

De kern van de marketingstrategie ligt in storytelling. GLOW vertelt niet alleen wat bezoekers kunnen zien, maar vooral welke verhalen schuilgaan achter de werken, routes en samenwerkingen. Hierdoor ontstaat een communicatievorm waarin mensen zichzelf herkennen. Dat vergroot de emotionele

binding met het festival. De focus ligt op menselijke verhalen. Niet alleen 'bezoek GLOW kijken', maar vooral: 'dit is óns GLOW'. Daarbij staat centraal:

- De samenwerking achter participatieve werken
- De betrokken doelgroepen die deelnemen aan de projecten
- Ondernemers die zich verbinden aan de route
- Makers en kunstenaars
- Gemeenten met een eigen identiteit

4. Marketing

Doelstellingen

GLOW in de Regio richt zich op vijf centrale marketingdoelstellingen:

1. *Versterken van regionale zichtbaarheid*
GLOW positioneren als hét lichtkunstheden festival dat de regio samenbrengt en functioneert als cultureel bindmiddel.
2. *Vergroten van betrokkenheid*
Inwoners, scholen, verenigingen, ondernemers en maatschappelijke organisaties actief onderdeel laten worden van het festival en hen eigenaarschap toekennen.
3. *Versterken van sociale cohesie*
Marketing inzetten om ontmoeting, herkenning en gezamenlijke beleving zichtbaar te maken.
4. *Versterken van commerciële waarde*
Partners en bedrijven laten ervaren dat GLOW niet alleen bereik oplevert, maar ook maatschappelijke impact, zichtbaarheid en verbondenheid met de regio.
5. *Duurzame merkontwikkeling*
Een sterk en herkenbaar internationaal merk bouwen met lokale herkenbaarheid en één overkoepelend GLOW-verhaal.

Doelgroepen en middelen

GLOW richt zich bewust op een breed en divers publiek. Lichtkunst vormt een toegankelijk medium dat geen voorkennis, taal of culturele achtergrond vereist om ervaren te kunnen worden. Juist daardoor weet GLOW mensen van verschillende leeftijden, achtergronden en leefwerelden met elkaar te verbinden in dezelfde openbare ruimte.

- ➔ Inwoners van de regio
Gezinnen, jongeren, ouderen, nieuwkomers en vaste bewoners vormen de belangrijkste publieksgroep. De communicatie richt zich op toegankelijkheid, verwondering, beleving en gezamenlijke trots. Marketingmiddelen:
 - Lokale storytelling door mond-tot-mondcommunicatie
 - Zichtbaarheid op openbare plekken zoals led-boards
 - Samenwerkingen met verenigingen en organisaties
 - Ambassadeurs uit de gemeente
 - Lokale social media
 - Lokale media
- ➔ Bezoekers van buiten de regio
Voor bezoekers van buiten de regio biedt GLOW niet alleen een culturele kunstervaring, maar ook een kennismaking met de Brainportregio als innovatieve, creatieve en gastvrije omgeving.
 - Landelijke pers en cultuurplatforms
 - Social media campagnes
 - Influencers en content creators
 - Informatievoorziening op stations via NS
 - Digitale abri-campagnes via Eindhoven247
 - Gezinnen en kinderen

- **Onderwijs**
 Basisscholen, middelbare scholen, mbo-, hbo- en wo-instellingen worden actief betrokken via educatieprojecten, GLOW Kids, Labs en participatieve werken. Marketingmiddelen:
 - Scholencommunicatie
 - Educatiecampagnes
 - Kindercontent op social media
 - Regionale pers
 - Samenwerking met bibliotheken en cultuurorganisaties
 - TikTok en Instagram
 - Behind-the-scenes content
 - Interactieve installaties
 - Creators en influencers
 - Korte videocampagnes
 - Zakelijke doelgroep
- **Bedrijven en partners**
 Bedrijven worden benaderd als maatschappelijke partners van de regio. Niet alleen zichtbaarheid staat centraal, maar deelname aan een cultureel netwerk dat bijdraagt aan leefbaarheid, innovatie en talentontwikkeling.
 - LinkedIn-campagnes of content
 - Partnerverhalen en storytelling
 - Netwerkbijeenkomsten
 - Ontmoetingen met andere doelgroepen
 - Zichtbaarheid binnen participatieve projecten
 - Koppelingen tussen bedrijven en maatschappelijke initiatieven
 - Employee engagement
 - Relatie-events tijdens GLOW
 - Gezamenlijke campagnes
- **Gemeenten**
 Gemeenten vormen strategische partners in de ontwikkeling van een regionaal cultureel netwerk. Marketing ondersteunt hierbij de zichtbaarheid van de gemeente, het draagvlak onder inwoners en de regionale positionering.
 - LinkedIn-campagnes
 - Maatschappelijke verhalen
 - Netwerkbijeenkomsten
 - Ontmoetingen met andere gemeenten
- **Toeristen**
 Voor deze doelgroep ligt de focus op beleving, innovatie, lichtkunst en een gebied waar veel gebeurt. De combinatie van hoogwaardige lichtkunst, gratis toegankelijkheid en de unieke spreiding over meerdere gemeenten maakt het festival internationaal onderscheidend.
 - Samenwerkingen met toeristische organisaties
 - Engelstalige communicatie
 - Internationale pers en vakmedia
 - Arrangementen met horeca en hotels
 - Content gericht op cultuur, technologie en regiobeleving

Strategie

De marketingstrategie van GLOW in de Regio richt zich op onderstaande drie niveaus. Daarmee gaan we verder dan traditionele festivalmarketing. GLOW richt zich niet alleen op het promoten van het festival, maar op het bouwen van een duurzaam regionaal netwerk waarin inwoners, partners, makers, onderwijsinstellingen, gemeenten en bedrijven actief betrokken raken. Daarbij verschuift de marketing van zenden naar verbinden. Niet alleen communiceren over lichtkunstwerken, maar juist zichtbaar maken welke verhalen, mensen en samenwerkingen achter het festival schuilgaan.

1. *Publieksinformatie en zichtbaarheid*
 GLOW zorgt voor duidelijke en toegankelijke communicatie rondom het festival. Denk aan route-informatie, bereikbaarheid, programmering, social media, pers en online zichtbaarheid.

Het doel is om inwoners en bezoekers op een inspirerende manier te informeren en zoveel mogelijk mensen met het festival in aanraking te laten komen.

2. *Regionale binding*

GLOW versterkt de verbinding tussen inwoners, gemeenten, makers, onderwijsinstellingen en lokale organisaties door participatie, lokale verhalen en samenwerkingen centraal te stellen. Er ontstaat herkenning, eigenaarschap en trots binnen de regio hierdoor. Het festival groeit daarmee uit tot een gedeelde culturele ervaring die verder reikt dan alleen de festivalweek.

3. *Commerciële groei en partnerwaarde*

GLOW ontwikkelt duurzame samenwerkingen met bedrijven en partners die zich willen verbinden aan de maatschappelijke en culturele impact van het festival. Daarbij draait het niet alleen om zichtbaarheid, maar ook om regionale betrokkenheid, innovatie, talentontwikkeling en sociale cohesie. Door een partnerschap met GLOW leveren bedrijven en organisaties een actieve bijdrage aan de leefbaarheid en culturele ontwikkeling van de regio. De komende jaren verschuift de commerciële strategie daarom steeds nadrukkelijker van sponsoring naar partnerschap. Daarmee ontstaat voor bedrijven niet alleen marketingwaarde, maar ook maatschappelijke relevantie en regionale verbondenheid. Partners investeren niet uitsluitend in zichtbaarheid tijdens het festival, maar verbinden zich aan bredere thema's zoals leefbaarheid van de regio, sociale cohesie, innovatie, talentontwikkeling, publieke ruimte en regionale trots.

5. Communicatie

Website

De website functioneert als centraal informatie- en inspiratieplatform voor bezoekers. De overkoepelende website www.glow.nl fungeert als startpunt voor alle festivals. Naast Eindhoven beschikt iedere gemeente over een eigen omgeving binnen de overkoepelende structuur, die bereikbaar is via de centrale website www.glowinderegio.nl of direct via www.glowbest.nl, www.glowveldhoven.nl, www.glowhelmond.nl, www.glowoirschot.nl, www.glowlaarbeek.nl. De persoonlijke webpagina's bevatten:

- Route-informatie
- Lichtkunstwerken
- Verhalen achter projecten
- Praktische bezoekersinformatie
- Partnerinformatie en zichtbaarheid
- Educatieprojecten
- Nieuws en updates

Social media

Content vormt de belangrijkste motor achter de zichtbaarheid van GLOW. Het online bereik van GLOW is groot en zorgt voor een spreiding van het festivalgevoel. De contentstrategie bestaat uit vijf pijlers:

- Beleving
Sfeerbeelden, publieksreacties, routes en lichtkunstwerken.
- Verhalen
Persoonlijke verhalen van deelnemers, bewoners, kunstenaars en partners.
- Innovatie
Nieuwe technieken, GLOW Labs, experiment en technologie.
- Praktische informatie
Routes, drukte-informatie, bereikbaarheid en planning.
- Community
Interactieve content waarbij bezoekers actief worden betrokken.

GLOW maakt gebruik van Instagram waarbij alle gemeenten een eigen kanaal hebben ([Oirschot](#), [Veldhoven](#), [Lieshout](#), [Best](#), [Helmond](#), [Eindhoven](#)). Daarnaast beschikt GLOW over een overkoepelende Facebookpagina, TikTok en LinkedInpagina. Deze laatste drie kanalen worden

minder intensief ingezet dan Instagram en functioneren daarom als overkoepelende communicatiekanalen.

PR en media

Per gemeente wordt samengewerkt met lokale media en persnetwerken om inwoners direct te bereiken. Regionale media versterken het lokale draagvlak en vergroten herkenning. Daarnaast wordt ingezet op:

- Regionale televisie
- Landelijke media
- Cultuurplatforms
- Internationale pers
- Influencers
- Content creators
- Signing in de openbare ruimte

Fotografie en videografie

Professionele fotografie en video vormen een essentieel onderdeel van de marketingstrategie. Niet alleen de kunstwerken worden vastgelegd, maar vooral de interactie tussen mensen en lichtkunst. Deze content wordt ingezet voor alle communicatiemiddelen en draagt bij aan de zichtbaarheid, merkontwikkeling en storytelling van GLOW in de Regio en zorgen voor een herkenbare stijl.