

JAARVERSLAG 2024



INHOUDSOPGAVE

BESTUURVERSLAG 2024	4
INLEIDING	5
PERSONEEL	6
SAMENWERKINGEN	7
AMBITIES EN DOELSTELLINGEN	10
REALISATIE MARKETINGPLAN 2024	12
TERUGBLIK	13
VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT	26
JAARREKENING 2024	28
CONTROLEVERKLARING	46
AMBITIEPLAN ENSCHEDE PROMOTIE	52

1. BESTUURSVERLSAG 2024



INLEIDING

Met veel plezier bieden wij u ons bestuursverslag 2024 aan. Hierin vindt u onze (financiële) ontwikkelingen van het afgelopen jaar en bieden we u middels onze Ambitie Agenda 2025-2028 alvast een inkijkje naar de toekomst.

Het afgelopen jaar is Enschede Promotie als vanouds weer aan de slag gegaan met haar inspanningen om onze stad verder te activeren en te promoten. In Duitsland hebben we ons met de campagne '365 Tage Urlaub' gericht op de stad en regio Bielefeld, maar natuurlijk bereiken we met deze campagne ook ons directe Euregio gebied. Afgelopen jaar hebben we met de boodschap 'Enschede verwondert' onze stad vanuit een nieuwe invalshoek belicht. Naast stevige online promotie was onze Nederland campagne ook zichtbaar langs wegen en in de steden buiten onze regio. Voor deze media inzet is afgelopen jaar ook een aanzet gemaakt om onze mediabank grondig te vernieuwen.

Er hebben al diverse fotoshoots plaatsgevonden en daarnaast werken we de komende jaren verder aan het updaten van dit materiaal. Het grootste deel van onze promotionele marketing verloopt via online kanalen waardoor het belangrijk is om altijd up to date te zijn.

Verouderde technieken of achterstallig onderhoud aan de SEO tools zorgen direct voor minder vindbaarheid. Ons contentteam is dan ook altijd bezig met het optimaliseren van onze online appearance. Een mooi voorbeeld hiervan is onze 'always on campagne' wat in 2024 tot ongelooflijk goede resultaten heeft geleid; 10 miljoen vertoningen en 75 duizend clicks!

Verder is onze corporate website enschedepromotie.nl overgezet naar hetzelfde CMS en platform als uitinenschede.nl, Stadtenschede.de en Visitenschede.com. Weer een stevige stap vooruit.

In 2024 hebben we verder geïnvesteerd in onze organisatie door te migreren naar de cloud en in te stappen op het laatste office pakket. De verouderde desktops zijn daarbij vervangen door laptops waardoor alle collega's nu beschikken over een mobiele werkplek.

Een andere investering die we hebben gedaan is het aanbieden van de TMA aan alle collega's.

Deze Talenten Motivatie Analyse geeft ieder individu inzicht in zijn/haar drijfveren en hoe dit zich verhoudt tot collega's of externen.

Ook op het gebied van evenementen is een volgende stap gezet naar verdere professionalisering en kwalitatieve groei van evenementen. Samen met drie andere partners (Muziekkwartier, Ondernemersfonds en VHSE) is een convenant gesloten voor de Bruisende Binnenstad Evenementen. Als stuurgroep hebben wij een subsidie kunnen aanvragen bij de gemeente Enschede van €300.000,-. Met de drie partners hebben we dit bedrag verdubbeld. De gemeente stelt zo vertrouwen in deze samenwerking, met als doel om bestaande en nieuwe evenementen te organiseren en creatief uit te breiden.

Dat evenementen een belangrijk uithangbord voor Enschede zijn, blijkt duidelijk in het aantal bezoekers welke we in 2024 weer mochten ontvangen bij bijvoorbeeld het Introductieconcert, Symphonic Broadway, Koningsdag en natuurlijk Enschede Lights Up. Deze laatste was eveneens de opening van het feestjaar 2025, waarin de stad Enschede officieel 700 jaar bestaat. Enschede Promotie voert voor dit feestjaar de marketing activiteiten uit, waarvoor we in het jaar 2024 al veel voorbereidingen hebben getroffen.

Enschede Promotie kijkt tevreden terug op 2024 en als directeur heb ik een leerzaam en mooi eerste jaar beleefd. Komend jaar hangen we de vlaggen uit en vieren we feest. Dat doen we op een gezonde, financiële basis wat ons vertrouwen geeft naar de toekomst.

FINANCIEEL

Het exploitatieresultaat over boekjaar 2024 ad € 40.543,- negatief is deels verwerkt in het bestemmingsfonds, waarin o.a. ontvangen bijdragen zijn opgenomen voor de sfeerverlichting. Tevens is er een onttrekking geweest van het bestemmingsfonds doorgeschoven projecten. Dit omdat er gelden zijn benut voor activiteiten waarvan de middelen waren ontvangen in voorgaande jaar. Vanuit de bestemmingsreserve lichtprojectieroute heeft er een onttrekking plaatsgevonden vanwege de geplande uitbreiding van de lichtprojectieroute.

In 2024 is het bestemmingsfonds van € 208.489,- afgenomen naar € 184.174,-. Binnen het bestemmingsfonds zijn de volgende bedragen als volgt geoormerkt. De sfeerverlichting is volgens begroting afgenomen met € 10.450, van € 30.080,- naar € 19.630,- ; een deel van dit fonds is benut voor de servicekosten van de sfeerverlichting in 2024. Het saldo van het bestemmingsfonds doorgeschoven projecten is daardoor afgenomen van € 178.409,- tot € 164.541,-.

Daarnaast zijn er gelden benut voor het Street Art festival. De overige bedragen zijn niet in 2024 benut en zullen, mede in het kader van Enschede 700, in 2025 worden benut. Enkele projecten, zoals de brandcampagne, hebben in 2024 geen doorgang gevonden, Met als gevolg dat er een toevoeging heeft plaatsgevonden aan het bestemmingsfonds.

Per saldo waren de toevoegingen € 34.132,- en onttrekkingen € 48.000,-. Dit fonds mag alleen worden aangewend voor door derden aangegeven doelen en staat derhalve niet ter vrije beschikking.

BEGROTING 2025

Voor 2025 is de subsidieaanvraag verstuurd naar de gemeente Enschede. Vanaf 2025 is er sprake van een subsidieaanvraag 2025-2028. Dit geldt voor zowel de reguliere subsidie, als voor de aanvullende subsidies voor evenementen. Naast de reguliere aanvraag en beschikking van € 1.747.294,- per jaar, zijn er aanvullende subsidies aangevraagd en beschikt.

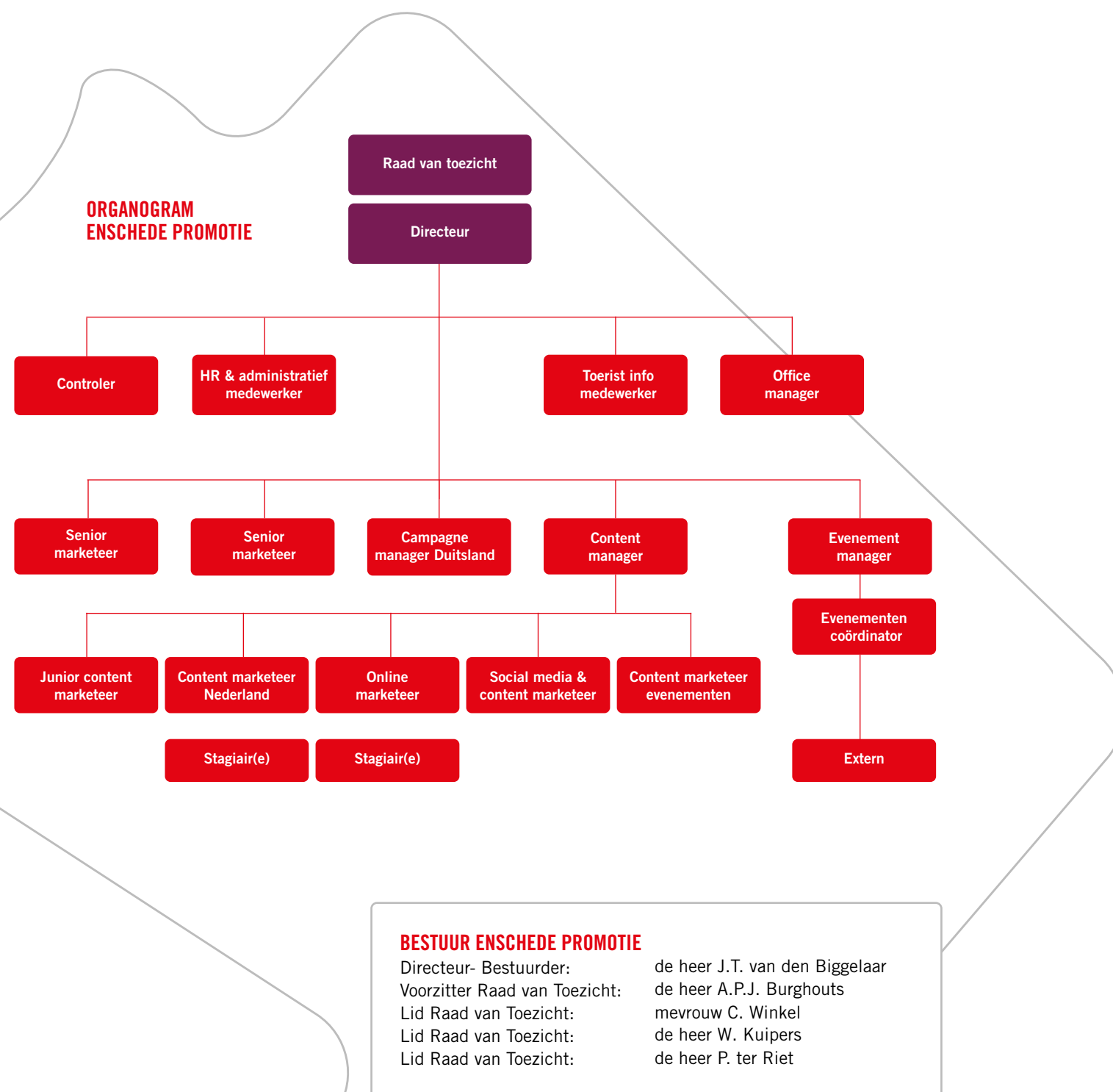
De subsidie voor de 'Bruisende Binnenstad Evenementen' is beschikt voor een bedrag van € 1.292.830,- voor 4 jaren. In 2025 bedraagt het voorschot € 281.050,-. De subsidie voor 'Enschede Street Art Festival' bedraagt € 136.066,- voor 4 jaren. In 2025 bedraagt het voorschot € 34.066,-. Voor 'Enschede Lights Up' is een beschikking ontvangen van € 173.000,- voor 4 jaren. In 2025 bedraagt het voorschot € 30.000,-.

PERSONEEL

Het team van Enschede Promotie telde in 2025 in totaal 12,36 fte wat nagenoeg gelijk aan 2024. De meeste medewerkers zijn actief op Marketing en Evenementen: 9,18 fte. Als overhead is de directeur/ bestuurder werkzaam, een officemanager

en op Finance en Control werkt één financieel medewerker en een controller.

Het ziekteverzuim bij Enschede Promotie was in 2024 0 % (in 2023: 0 %, landelijk 4,9%).



SAMENWERKINGEN

Enschede Promotie werkt op diverse gebieden altijd samen met één of meerdere partners vanuit de stad en zal alleen activiteiten ontplooiën die draagvlak genieten vanuit deze partijen. Voorbeelden van partners zijn:

STICHTING BINNENSTAD MANAGEMENT ENSCHEDE

De SBME is een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen in de binnenstad van Enschede. Zij bekleden de rol voor de regio met als doel het vergroten van de aantrekkingskracht van Enschede. De directeur van Enschede Promotie heeft zitting in het bestuur. Niet met een formeel stemrecht, maar als adviseur voor de stichting en ontwikkelingen van de Binnenstad.

(BINNEN)STADSPARTNERS

Om een zo vruchtbaar mogelijk draagvlak te creëren ontplooit Enschede Promotie haar activiteiten in samenspraak met tal van (binnen) stadspartners zoals de horecavereniging VHSE, winkeliersvereniging Winkelhart, Marktbond (dinsdag-, zaterdag- en zondagmarkt), binnenstadsbewoners, wijkraad, stadsdeel Centrum, Gemeente Enschede, Ondernemersfonds, Leisure partners (hotels, B&B 's, vakantiewoningen en campings), culturele partners en evenementenorganisatoren. Op verschillende manieren en via uiteenlopende projecten dragen onze partners (financieel) bij aan de activiteiten van Enschede Promotie om de stad verder op de kaart te zetten als een aantrekkelijke dag- en weekendbestemming.

BRUISENDE BINNENSTAD EVENEMENTEN

Enschede promotie is penvoerder voor dit samenwerkingsorgaan, bestaande uit het Ondernemersfonds, Muziekkwartier partners en de VHSE. Doel is om kwalitatieve evenementen te organiseren die bijdragen aan het bruisende en kenmerkende karakter van onze stad. Vanuit de gemeente wordt hiertoe subsidie verstrekt (300k), wat door de partners wordt verdubbeld.

CULTUUR

De directeur van Enschede Promotie heeft zitting in het Strategisch Cultuurberaad, de coöperatie van professionele culturele instellingen in Enschede. De directies komen maandelijks bijeen. De deelname van Enschede Promotie is erop gericht de synergie tussen alle partijen nog beter tot zijn recht te laten komen. In dit overleg wordt bijvoorbeeld ook de Museumnacht besproken. Daarnaast zit een senior marketeer van Enschede Promotie met grote regelmaat met haar collega's van de culturele instellingen om tafel, voor nog betere afstemming en om de samenwerking te bevorderen.

ONDERNEMERSFONDS (OF)

In het Ondernemersfonds (OF) komen de opbrengsten terecht van het precariorecht (belasting voor gevelreclame, terrassen en andere objecten in, op of boven gemeenteground). De gemeente zet de inkomsten door naar het OF, die er activiteiten en events voor een levendige, bruisende stad mee financiert. Voor elk initiatief ten gunste van de stad kan bij dit fonds een aanvraag worden ingediend.

SPONSOREN & ADVERTENTIEVERKOOP

Voor verschillende projecten klopt Enschede Promotie aan bij sponsors. Voor de realisatie van de ijsbaan tijdens Winter Wonderland is bijvoorbeeld het binnenhalen van sponsorgelden onontbeerlijk. In 2025 hopen wij ten aanzien van andere activiteiten ook meer sponsors aan onze stad te verbinden.

TWENTE MARKETING & STEDENBAND

Enschede Promotie werkt samen met Twente Marketing in verschillende overlegstructuren. We weten elkaar goed te vinden als het gaat om content creatie. De visies van Twente en Enschede liggen in elkaars verlengde en dat is positief voor het vermarkten van Twente en Enschede als een mooie regio en stad om in te wonen, werken, studeren en recreëren. Vanuit deze samenwerking treden we ook in contact met onze buurgemeenten in Twente, het grensgebied, onze zusterstad Munster en met Twente Board.

KENNISINSTELLINGEN

In het uitdragen van de TIC gedachte zijn onze kennisinstellingen cruciale partners. Vanuit reguliere overleggen, werken we samen aan projecten (o.a. Lights Up, Introductieconcert, Booster festival ed.) en onderzoeken we verder waar onze kansen liggen. ROC van Twente, Hogeschool Saxion, AKI/ArtEZ (Hogeschool voor de Kunsten) en de UT, hebben ook baat bij een stevige positionering van Enschede als TIC stad en talenten platform. Daarnaast hebben we contact met deze instellingen over ons platform studyinenschede. com om studenten beter op de hoogte te stellen van de activiteiten in onze stad en ze daarmee ambassadeur te maken.

EVENEMENTENORGANISATOREN

Ieder jaar heeft Enschede Promotie in het begin van het jaar met diverse organisatoren van evenementen een persoonlijk gesprek om te kijken wat EP voor de organisaties kan betekenen. Elk jaar zetten we vanuit het evenementenpromotiebudget diverse

promotiemiddelen in om de organisaties te helpen bij het vermarkten van hun evenement. Daarnaast geven we advies en bieden we ondersteuning: van vergunningaanvragen tot aan specifieke tekeningen en van financieel-administratieve tot aan productionele ondersteuning. Vanaf 2024 markeren we onze rol de komende jaren op het gebied van evenementen. Dit door invulling te geven aan het evenementen projectbureau, aansturen van de stuurgroep Bruisende Binnenstad, partner van de gemeente voor uitvoering van het evenementenbeleid en creatieve aanjager van bestaande & nieuwe evenementen.

ENSCHEDE700

De organisatie van het jubeljaar 2025 is in handen van de stichting Enschede 700, waar Enschede Promotie zitting heeft in de stuurgroep én verantwoordelijk is voor de taken op het gebied van marketing (lokaal, regionaal & nationaal), evenementen (organisatie begin/eindfeest & advisering) en citydressing.

Stichting Enschede promotie	Strategisch	Uitvoerend	Promotioneel	Kennisdeling	Coproductie	Financieel
Gemeente	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kennisinstellingen	✓		✓	✓		✓
Cultuurpartners	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Evenementenorganisatoren	✓	✓	✓	✓	✓	
SBME	✓		✓	✓		✓
VHSE		✓				✓
Winkelhart		✓				✓
Ondernemersfonds		✓				✓
Twente Marketing & Stedenband	✓			✓		
Euregio steden	✓		✓	✓		
IKT				✓		
Twente Board				✓		
Leisure Partners			✓	✓		
Stichting Enschede 700 ²⁰²⁵		✓	✓	✓		✓



AMBITIES EN DOELSTELLINGEN

Tot en met 2028 is het houden van zicht op waar we naartoe willen en waar we staan belangrijk. We werken voor een publiek en maatschappelijk belang, wat betekent dat we ons altijd moeten kunnen verantwoorden. Hierbij realiseren we ons goed dat Enschede Promotie een centrale positie heeft op het stadse speelveld. Zodoende hebben we met vele voorkeuren, interesses en karakters te maken. Dit maakt ons werk ook zo leuk en tegelijkertijd uitdagend. Dat wij als stichting objectief en onafhankelijk van meningen en/of belangen opereren, is hierbij van grote waarde. Dit biedt ruimte voor creativiteit en originaliteit. Precies wat nodig is om het verhaal van Enschede te vertalen en te promoten.

De ambities en doelstellingen zijn als volgt:

1. Enschede geniet bekendheid als TIC-stad: (nulmeting 2025 – 2028: >65%)
2. Inwoners voelen en tonen hun stadstrots: (nulmeting 2025 – 2028: 50% NPS 8)
3. Enschede heeft een groter en divers aanbod aan vrijetijdsbestedingen afgestemd op de doelgroepen: (jaarlijks + 5%)
4. Het aanbod VTE spreekt een bredere doelgroep aan: (2028: +8% bezoekers)
5. Cultureel Enschede heeft groot publiekelijk bereik door geclusterde promotie: (5% meer kaartverkoop)
6. Enschede geeft betekenis aan het begrip Bruisende stad: (nulmeting 2025 – 2028: >65%)
7. Evenementen werken allen samen aan het uitdragen van ons imago
8. Enschede herbergt originele en innovatieve evenementen

CITYMARKETING

Als men in 2028 aan Enschede denkt, zorgt dit bij onze doelgroepen voor een warme herinnering aan Enschede en zin om de stad te blijven ontdekken. Hierbij weet men dat we een stad zijn van Technologie, Innovatie en Creativiteit en herkent men ons stadswapen. Bewoners voelen de stadstrots en vertellen als ambassadeurs aan iedereen vol passie wat onze stad te bieden heeft. Onze campagnes en content tonen vaker het beeld vanuit de menselijke kant en het ritme van Enschede.

1. Enschede geniet bekendheid als TIC-stad

- a. Enschede heeft een onderscheidend en duidelijk TIC-imago
 - i. Brand campagnes
 - ii. Onderzoek & ontwikkeling
 - iii. Eigen evenementen: Enschede Lights UP en StreetArt festival
- b. Betekenis van Enschede TIC-stad is bij merendeel bewoners, ondernemers en bezoekers bekend
- c. Talenten binden zich aan Enschede
 - a. StudyinEnschede.com
 - b. Vanuit samenwerking met kennisinstellingen zetten we campagnes op
- d. Er is een actief netwerk van ambassadeurs (Kennisinstellingen, overheid en bedrijven) die Enschede als TIC-stad promoten
- e. Enschede Promotie is doorontwikkeld tot innovatieve (city)marketingorganisatie

2. Inwoners voelen en tonen hun stadstrots

- a. Alle inwoners dienen als ambassadeur van onze stad, hiervoor:
 - i. Vergroten we de cultuurhistorische basiskennis
 - ii. Richten we campagnes op de inwoners
- b. Stadswapen wordt direct geassocieerd met (merkwaarden) Enschede
- c. De Enschedese vlag siert onze straten

VTE

Inwoners en bezoekers weten in 2028 nog beter wat het aanbod is van de stad Enschede en haar groene omgeving. Van ver buiten onze gemeentegrenzen komen bezoekers gebruik maken van ons diverse aanbod. Men komt liever niet meer een paar uur naar Enschede, maar maakt men graag gebruik van ons aanbod om langer in Enschede te blijven. De krachtige positionering van vrijetijd aanbod wordt zelfstandig uitgedragen door de samenwerkende VTE-partners, waarbij er een structurele afstemming is met winkeliers, cultuur en horeca.

3. Enschede heeft een groter en divers aanbod aan vrijetijdsbestedingen afgestemd op de doelgroepen

- a. Ontwikkelen van nieuwe producten in samenwerking met partners
- b. Enschedese evenementen zijn euregionale uithangborden voor het TIC en bruisende imago
- c. Het aanbod is zowel digitaal als fysiek makkelijk vindbaar

4. Het aanbod VTE spreekt een bredere doelgroep aan

- a. Promoten en positioneren van ons aanbod
- b. Naast de mainstream Duitse bezoekers, richten we ons ook op de culinaire en culturele Duitse bezoeker
- c. De avontuur- en inzichtzoeker herkennen zich in ons aanbod

5. Cultureel Enschede heeft groot publiekelijk bereik door geclusterde promotie

- a. Van Broedplaatsen tot de grotere podia bieden hun programma aan via één kanaal
- b. Cultuursector investeert in gezamenlijke Cultuurcampagne. Enschede Promotie voert dit uit.
- c. Cultuur is inclusief en voor iedereen bereikbaar

6. Enschede geeft betekenis aan het begrip Bruisende stad

In een Bruisende stad voel je je altijd welkom. Zodra je één voet in de stad zet merk je: er hangt een belofte in de lucht. Er staat wat te gebeuren! De stad zet haar deuren voor je open en nodigt je uit om op avontuur te gaan. Je ontdekt nieuwe plekken, met onverwachte mooie dingen. Soms iets kleins, andere keren groot, de ene keer al helemaal af een andere keer nog volop in ontwikkeling. Er heerst een gevoel van samenhang vanuit een gedeeld verleden en een gedeelde liefde voor Enschede.

- a. Vanuit de Bruisende Binnenstad evenementen, worden alle activiteiten in de periodes lente, zomer en winter, geclusterd tot één ervaring:
 - i. Zet de bloemetjes buiten
 - ii. Vier de Zomer
 - iii. Winters Enschede
- b. Enschede Promotie is aanjager van de positieve beleving in de stad
 - i. Gastvrijheid
 - ii. Positieve klantreis
 - iii. Educatie en training
- c. Enschede promoten als het geheel der dingen
 - i. Onze wijken en omliggende dorpen
 - ii. Onze parken
 - iii. De ligging in het groen
 - iv. Hoofdstad van Twente

2. REALISATIE MARKETINGJAARPLAN 2024



01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

16

ADVENTSKALENDER

We blikken terug op een fantastische eerste editie van de Enschede Adventskalender in het Nederlands en Duits. De adventskalender heeft prachtige resultaten opgeleverd, die te lezen zijn in de factsheet.

FACTSHEET

18

BRAINSTORMSESSIE

Met het team bespreken we bij Tetem de plannen voor 2024. We staan stil bij afgelopen projecten en brainstormen over nieuwe ideeën en plannen.

22

CITY MAGAZINE SHOOT

In het voorjaar komt het nieuwe City Magazine weer uit. De foto op de cover laten we dit jaar schieten in de Museumfabriek. Hiermee combineren we oude ambacht met cultuur en linken we naar het textielverleden van Enschede.

29

NIEUWE GEMEENTEVLAG

De raad van de gemeente Enschede heeft een besluit genomen over de vlag die we afgelopen jaar hebben ontwikkeld. Dit is de nieuwe gemeentevlag van Enschede!

JANUARI

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

FEBRUARI

1

VALENTIJN

Van 1 t/m 14 februari wordt de liefde gevierd in Enschede. Met een online campagne rondom de Enschede Cadeaukaart wordt ingespeeld op Valentijn. Daarbij vullen we de Enschede-shop met nieuwe producten.



13

AI INSPIRATIEESSIE

Met de marketingafdeling van ons team volgen we een inspiratiesessie op het gebied van AI. Geleid door Bart Ensink bij de Creatieve Huiskamer. Hierbij komen we tot vele nieuwe inzichten.



FEITJES

Iedere maand ontwikkelen we meerdere blogs en/of inspiratiepagina's voor Enschede. Op basis van het zoekgedrag van onze gebruikers en potentiële bezoekers ontwikkelen we passende content voor onze websites zodat we altijd relevant blijven.

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

MART

26

CITY MAGAZINE 2024

Het vernieuwde City Magazine komt uit. In het drietalige City Magazine van Enschede staan de beste tips voor de echte Enschede ervaring. Speciaal voor bezoekers die overnachten in Enschede of omstreken.



CITY MAGAZINE →

→
←

DE BESTE TIPS
VOOR DE ÉCHTE
ENSCHDE ERVARING

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

MAART

1

NIUWE UITAGENDA

Het evenementenseizoen is weer begonnen. We introduceren onze vernieuwde versie van de Uitagenda. De Nederlandse versie komt één keer per zes weken uit. De Duitse versie één keer per drie maanden.



UITAGENDA →

22 23

OPEN DAGEN UT

We staan op de Open Dagen van de Universiteit Twente en voorzien nieuwe studenten van informatie over wat er allemaal te doen is in Enschede.



VERNIEUWDE
VERSIE UITAGENDA



01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

APRIL

6

**ZATERDAGOPENSTELLING
TOURIST INFO**

De bezoekersaantallen in de binnenstad van Enschede stijgen al jaren en steeds meer bezoekers weten de stad te vinden. Daarom breiden wij de openingstijden van onze Tourist Info uit naar de zaterdag van 11.00 – 16.00 uur. Met iedere zaterdag de mogelijkheid tot een wandeling met gids door de stad.



RONDLEIDING
IN DE PAREL
VAN ENSCHEDE

UP TO DATE BLIJVEN

APRIL

FEITJES
Het zoekwoord 'Koningsdag Enschede' zorgt dit jaar in Google voor de meeste klikken naar de website, maar liefst **7.045**.

26 27
KONINGSFESTIVAL ENSCHEDE
Twee dagen groot feest tijdens Koningsfestival Enschede. Speciaal dit jaar is de matjesmarkt op Koningsdag in het Volkspark omdat er zaterdagmarkt is op het H.J. van Heekplein.

30
EIGENZINNIG ENSCHEDE
Met trots presenteren wij de nieuwe video 'Eigenzinnig Enschede'. Deze keer staan niet de bekende plekken en markante gebouwen van Enschede in de spotlight. Nu is de hoofdrol weggelegd voor haar inwoners. De Oude Markt, de Grolsch Veste, Universiteit Twente; ze vormen het toneel voor de mensen van Enschede. De mensen die met hun energie, talenten en dromen de stad kleur geven. De video wordt begin mei online verspreid en uitgezonden in de bioscopen van Enschede, Hengelo en Almelo.

BEKIJK DE VIDEO

FEITJES
Niet alleen in de stad is het druk, ook zijn er op deze dag de meeste online bezoekers op één dag in 2024: **12.412** gebruikers.

MEI

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12

4
DIY TEXTIELSTICKERS
Ieder jaar staan we met een stand op Maker Festival Twente. Dit jaar maken we textielstickers van het stadswapen, met je eigen naam eronder, op katoenen tasjes. We ontvangen honderden kinderen in onze stand op het festival. Volop aandacht voor onze creatieve stad.

5

11
STREET ART FESTIVAL
De tweede editie van het Street Art Festival was een groot succes! Met een stralende zon, drie prachtige nieuwe grote murals, een live jam en bomvolle workshops vol enthousiastelingen van alle leeftijden. Bekijk hier alle foto's van de editie 2024. Op naar volgend jaar!

AFTERMOVIE **BEKIJK FOTO'S**

12
DUITSLAND CAMPAGNE: 365 TAGE URLAUB
De eerste flight van de campagne 365 Tage Urlaub in Enschede, met als Highlight de Enschede-Express, gaat van start. Op vier zondagen rijdt er een gratis bus vanuit Bielefeld naar Enschede. Tijdens een stadswandeling maken de deelnemers kennis met Enschede om vervolgens in hun vrije tijd de stad zelf te ontdekken.

FACTSHEET

MEI

14
FOTOSESSIE
Team Enschede Promotie blijft in ontwikkeling, daarom is het tijd voor een nieuwe portretfoto bij Annabel Jeuring in haar studio.

16
ENSCHUDE VERWONDERT
De eerste flight van de campagne voor dagbezoekers gaat van start met een nieuwe campagnelijn. Harmonie- en plezierzoekers uit de regio Twente en Noord-Achterhoek worden met een mix van on- en offline uitingen verleid om een dag naar Enschede te komen. De slogan 'Enschede verwondert' wordt gekoppeld aan de thema's shoppen, culinair, cultuur, natuur en uitgaan.

VOORJAARSCAMPAGNE LEVERDE 14.564 WEBSITEKLIKKEN OP!

JUNI

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12

13
EEN GESLAAGD CADEAU
De Enschede Cadeaukaart, een geslaagd cadeau voor elk examen: met die boodschap loopt van 13 t/m 30 juni een online campagne rondom de examenuitslagen van de schoolexamens. De campagne zorgt voor een bereik van **22.835** en voor **619** kliks op de link.

19
DIT IS ENSCHEDE
Dit is Enschede wordt gelanceerd op uitinschede.nl. Een nieuwe online portal met onder andere een tijdlijn die je inzicht geeft in de geschiedenis van Enschede. Met de 700e verjaardag van Enschede in het vooruitzicht, gaan we hiermee alvast in op de rijke geschiedenis van de stad.

DIT IS ENSCHEDE

25
MARKETING ENSCHUDE700
We laten een video maken voor sponsoravonden vanuit Stichting Enschede700. Wij coördineren alle marketingactiviteiten voor Enschede700.

BEKIJK DE VIDEO

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

6
5

EEN MUZIKAAL WEEKEND

Symphonic Broadway is inmiddels een begrip in Enschede; een avond vol muziek uit wereldberoemde musicals. Dit jaar is er een extra avond aan toegevoegd. Tijdens de Oude Markt Sing-A-Long zingen alle bezoekers met een koor de leukste liedjes mee. Een groot succes!



9

GEZAMENLIJKE ONTWIKKELING

Met het team werken we ook aan onze persoonlijke- en gezamenlijke ontwikkeling. Na alle persoonlijke Talenten analyses (TMA), ontdekken we tijdens een gezamenlijke TMA-sessie steeds meer over elkaar.

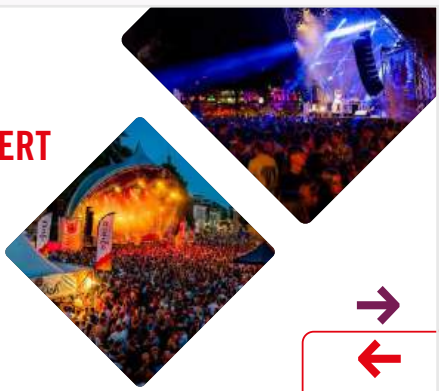


ENSCHEDA VIERT DE ZOMER

18 25

GROLSCH SUMMER SOUNDS

Dit jaar zijn er twee edities van de Grolsch Summer Sounds op de Oude Markt. Er is een Enschede Live-editie met onder andere de band Bökkers en een Night of Pride editie die medegeorganiseerd wordt door MIAUW. Een nieuw podium maakt het dit jaar extra spectaculair.



01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

10 11 17 18

ZOMER IN DE STRATEN

Om de zomer nog leuker te maken, zijn er in augustus twee weekenden met muziek en theater in de straten van Enschede. Warme weekenden met prachtige acts!



19

STUDY IN ENSCHEDE KORTINGSKAART

Twee maanden lang loopt er een social media campagne voor onze digitale Study in Enschede kortingskaart. Studenten die de kortingskaart downloaden kunnen een gratis tas ophalen bij de Tourist Info. We verwelkomen in totaal **maar liefst 1331 nieuwe gebruikers**, een absoluut record! Bekijk de factsheet met alle resultaten.

FACTSHEET



INTRODUCTIECONCERT

Een bomvolle Oude Markt tijdens het Introductieconcert, met artiesten als Roxy Dekker, The Dirty Daddies, Turfy Gang, Lateesha en The Heartbreaks (MIAUW).

28

INTRODUCTIECONCERT ZORGT VOOR BIJNA 8.000 WEBSITEBEZOEKERS

30 31

EVENEMENTEN FOTOGRAFIE

We laten ieder jaar mooie foto's van evenementen maken door een professionele fotograaf, zo ook bij Onder de Radar Festival – Alle foto's vind je terug in onze Online Mediabank.

MEDIABANK



01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

16 17 19

ONLINE MEDIABANK

We gaan drie dagen op pad om de mooiste plekken van Enschede te fotograferen en zo onze mediabank verder aan te vullen.

MEDIABANK →

23

DUITSLAND CAMPAGNE

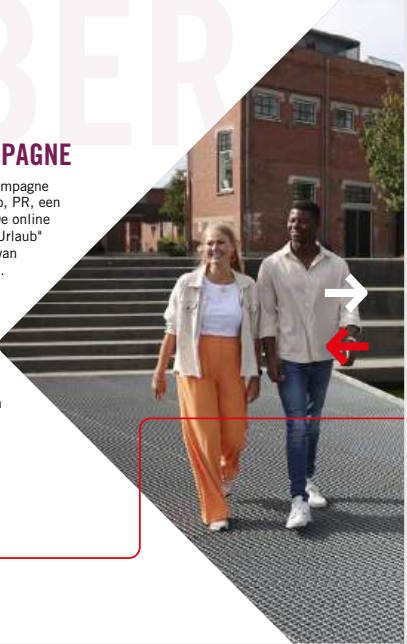
Flight 2 van de Duitslandcampagne start met advertenties, radio, PR, een winactie en videoscreens. De online campagnes van "365 Tage Urlaub" hebben dit jaar een bereik van **meer dan 500.000 mensen**.

30

ENSCHDEDE BRUIST!

Er wordt een video gelanceerd van de vele mooie evenementen en activiteiten afgelopen voorjaar/zomer. De zomer in Enschede bruiст!

BEKIJK DE VIDEO ▶



01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

7

CAMPAGNE DAGBEZOEKERS

Om een vervolg te geven aan de campagne voor dagbezoekers, start de tweede flight voorafgaand aan de herfstvakantie in Twente en de Achterhoek. Met een online campagne die bestaat uit Google Ads en social media advertising. Gericht op de thema's shoppen, culinair, cultuur, natuur en uitgaan.

16

100.000 KIJKERS TIKTOK!

We starten met een nieuw account op TikTok: @uitinenschede. Zo hopen we ook onze jongere doelgroep goed te bereiken. Onze eerste video's starten al goed, de twee video's bereiken samen **meer dan 100.000 kijkers**.

@UITINENSCHEDER

GROOT TIKTOK-SUCCES 100.000 KIJKERS!



25 26

OPEN DAGEN UNIVERSITEIT TWENTE

Tijdens de Open Dagen van Universiteit Twente is er een City Shuttle Bus waarmee bezoekers gratis konden reizen tussen Universiteit Twente en het centrum. Zo kunnen aankomende studenten de stad ontdekken en genieten van alles wat Enschede te bieden heeft.

25

STAD BIJ SCHEMERING

We laten de stad bij schemering fotograferen door Emiel Muijderman, dat levert prachtige plaatjes op.

FEITJES

1 miljoen sessies behaald op uitinenschede.nl



01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

16

OPEN DAGEN SAXION

Tijdens de Open Dagen van het Saxion hebben we in samenwerking met het Saxion en de studentenambtenaren een stadswandeling verzorgd voor aankomende studenten. Een ongeveer 60 minuten durende route langs verschillende studenten hotspots.

3

ENSCHDEDE CADEAUKAART

Het is 3 jaar geleden dat de Enschede Cadeaukaart werd geïntroduceerd. Met ruim 27.000 verkochte cadeaukaarten en een omzet van ruim 845.000 euro blijkt dat de Enschede Cadeaukaart een hele mooie toevoeging is voor Enschede en haar ondernemers.

3 JAAR ENSCHDEDE CADEAUKAART: SUCCESVOL EN GELIEFD!



NOVEMBER

24 23 ▶

AANKONDIGINGSVIDEO 700 JAAR ENSCHEDE

We zijn druk bezig met het ontwikkelen van een aankondigingsvideo voor het 700-jarig bestaan van Enschede. Een mooie samenwerking met Squal en TenTen die samenkomt in deze video.

BEKIJK DE VIDEO ▶

27

WINTERS ENSCHEDE START MET HET 700 JARIG BESTAAN VAN ENSCHEDE

We openen de schaatsbaan op de Oude Markt samen met alle sponsors. Zonder sponsors kan de schaatsbaan niet bestaan. Dit is ook meteen het begin van Winters Enschede, vijf weken vol met allerlei winterse activiteiten en evenementen.

WINTERS ENSCHEDE

We openen de schaatsbaan op de Oude Markt samen met alle sponsors. Zonder sponsors kan de schaatsbaan niet bestaan. Dit is ook meteen het begin van Winters Enschede, vijf weken vol met allerlei winterse activiteiten en evenementen.

DECEMBER

12

ENSCHED E LIGHTS UP

Vier dagen lang wordt de stad weer opgelicht tijdens Enschede Lights Up. De mooiste lichtkunstwerken, projecties en shows zijn deze dagen te zien. Geheel in het thema van 700 jaar Enschede. Enschede Lights Up is één van de vele evenementen deze winter. In een video laten we zien dat Enschede ook bruist in de winter.

BEKIJK DE VIDEO ▶

15

OP NAAR EEN GEWELDIG FEESTJAAR!

De zondagavond tijdens Enschede Lights Up leent zich voor de aftrap van Enschede700. Tijdens de aftrap werd er een door ons ontwikkelde video met prachtige beelden uit de geschiedenis van Enschede tot aan nu getoond op het stadhuis. In de video werden o.a. oude foto's tot leven gebracht door middel van AI. Op naar een geweldig feestjaar!

AFTERMOVIE ▶ VIDEO AFTRAP ▶

FEITJES

Tijdens Enschede Lights Up waren er in totaal bijna 30.000 bezoekers op de website.

DECEMBER

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

8

URBAN CITY RUN

Ons kantoor is onderdeel van de route van de Urban City Run. Er lopen honderden mensen door ons pand aan de Langestraat 41.

1

ONLINE ADVENTSKALENDER

De tweede editie van onze online adventskalender in het Nederlands en Duits gaat van start. Iedere dag t/m 24 december zijn er mooie prijzen te winnen bij ondernemers uit de stad. Dagelijks doen er gemiddeld 4.000 mensen mee. Bekijk de resultaten van 2024.

RESULTAAT 2024 →

11

ENSCHEDEPROMOTIE.NL

We lanceren onze nieuwe corporate website. Samen met Stimmt hebben we een website ontwikkeld die zal dienen als inspiratieplatform en continu in ontwikkeling blijft met onze projecten en waar we als organisatie voor staan.

ENSCHEDEPROMOTIE.NL →

NIEUWE CORPORATE WEBSITE ENSCHEDE PROMOTIE

ENSCHED E HIER BEGINT HET.

CITY RANKING

GROOTSTE GEMEENTEN

- | | |
|--------------|--------------------|
| 01 Amsterdam | 09 Breda |
| 02 Rotterdam | 10 Nijmegen |
| 03 Den Haag | 11 Apeldoorn |
| 04 Utrecht | 12 Haarlem |
| 05 Eindhoven | 13 Arnhem |
| 06 Groningen | 14 Haarlemmermeer |
| 07 Tilburg | 15 Amersfoort |
| 08 Almere | 15 <u>Enschede</u> |

TOP 16
STEDEN

GEDEELDE
15E PLAATS

Amersfoort: 161.825 inwoners
Enschede: 161.751 inwoners



FACEBOOK VOLGERS

Amsterdam
Groningen
Den Haag
Breda
Enschede
Amersfoort
Eindhoven
Utrecht
Rotterdam
Apeldoorn
Arnhem
Haarlem
Nijmegen
Almere
Haarlemmermeer
Tilburg



INSTAGRAM VOLGERS

Amsterdam
Eindhoven
Rotterdam
Den Haag
Amersfoort
Groningen
Utrecht
Enschede
Haarlem
Breda
Apeldoorn
Arnhem
Nijmegen
Almere
Haarlemmermeer
Tilburg

ONLINE RESULTATEN



ALWAYS ON CAMPAGNE GOOGLE ADS

10 miljoen vertoningen
75.000 klikken



48% MEER BEZOEKERS TOURIST INFO EN BRANDSTORE



11.000 EXTRA INSCHRIJVINGEN NIEUWSBRIEF

Dankzij adventskalender
(2023/2024)



BEREIK ONLINE ADVERTENTIES GOOGLE ADS

23 miljoen vertoningen
305.000 klikken



28 MILJOEN GOOGLE WEBSITE VERTONINGEN

700.000 klikken
naar website



ONLINE ADVERTENTIES SOCIAL MEDIA

1.3 miljoen mensen bereikt
150.000 klikken naar website

3. VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT ENSCHEDE PROMOTIE



In het afgelopen jaar werd er verder gebouwd aan het merk Enschede. Vanuit diverse campagnes is gepromoot waar onze stad voor staat, toonden diverse evenementen de talenten van de stad en waren er vele activiteiten die bevestigen dat Enschede 'a place to stay' is.

Als Raad van Toezicht hebben we in 2024 mee mogen kijken naar de verdere professionalisering van de stichting. Het eerste jaar van de nieuwe directeur vroeg tijd om in te werken en op basis van de bestaande strategie is er een meerjarenkoers uitgezet. De Raad van Toezicht is meegenomen in deze vernieuwde koers en we zien ook duidelijk waar we met het merk Enschede naar toe gaan. We zien het belang in van de aanscherping op de eerder opgeleverde citymarketing visie (2021) en vinden het goed dat deze stappen zijn gezet. Daarbij zijn we ook blij dat de nieuwe Ambitie Agenda 2028 (meerjaren strategie) door de gemeente wordt omarmd met een toezegging van de subsidie voor de komende vier jaren. Dit schept vertrouwen in de leiding en medewerkers van Enschede Promotie en zeker ook in de samenwerking met de gemeente.

In 2024 is gekozen om te investeren in een nieuwe ICT omgeving. Het bestaande systeem was niet langer eigentijds. De nieuwe ICT omgeving zorgt voor een solide en veilige werkplek. Naast de nieuwe software, werken alle medewerkers nu ook met laptops en mobiele telefoons. Dit mogen zij doen in een kantoor dat in 2024 ook voorzien is van een modern klimaatbeheersingssysteem.

Afgelopen jaar heeft Enschede Promotie weer haar schouders gezet onder het organiseren van diverse evenementen. Meezingen bij de Musical Sing-a-long, nieuwe muurschilderingen als resultaat van het StreetArt festival en tienduizenden mensen op de been tijdens Enschede Lights Up. Ook de Duitse bezoeker weet Enschede nog altijd goed te vinden en de Duitsland campagne '365 Tage Urlaub' scoort hoge ogen bij de online doelgroepen. Het lukt Enschede Promotie ieder jaar weer om met haar digitale marketing een koppositie te houden en zien we dat Enschede Promotie ook hier trends weet om te zetten naar strategie.

Financieel sluiten we 2024 positief af. Doordat we onze reserves op peil houden, hebben we een stabiel weerstandsvermogen. Is de organisatie solvabel en zien we dat er voor de komende jaren een solide begroting staat. Zoals genoemd is in 2024 de samenstelling van de Raad van Toezicht veranderd. Melcher Groenendijk en Claudia Landewé zijn opgevolgd door respectievelijk Paul ter Riet en Cindy Winkel. Onze dank gaat uit naar Melcher en Claudia voor hun bijdrage aan de Raad van Toezicht van Enschede Promotie in de afgelopen jaren. Naast onze inzet voor de sollicitatieprocedures, is de Raad van Toezicht in 2024 vijf keer bijeengekomen.

De Ambitie Agenda tot en met 2028 zal voor de nodige uitdagingen zorgen en veel druk leggen op de organisatie. Wij zien dit met vertrouwen tegemoet en kijken uit naar de resultaten van het komende jaar.

Arthur Burghouts
Voorzitter Raad van Toezicht
Stichting Enschede Promotie

4. JAARREKENING 2024



BALANS

BALANS PER 31 DECEMBER 2024 (NÀ RESULTAATBESTEMMING)

BALANS (ACTIVAZIIDE)	31-12-2024		31-12-2023	
	€	€	€	€
VASTE ACTIVA				
Materiële vaste activa		67.864		37.724
VOORRAAD				
- Merchandise		44.124		26.645
VLOTTENDE ACTIVA				
Vorderingen				
- Debiteuren	138.492		113.201	
- Gemeente	0		0	
- Belastingen en sociale lasten	115.965		75.537	
- Overige vorderingen	120.363		49.260	
		374.820		237.998
Liquide middelen		1.000.996		1.054.099
TOTAAL ACTIVA		1.487.804		1.356.466
BALANS (PASSIVAZIIDE)				
		31-12-2024		31-12-2023
		€	€	€
EIGEN VERMOGEN				
Algemene reserve	281.225		281.225	
Bestemmingsfonds	184.171		208.489	
Bestemmingsreserve	281.677		297.902	
		747.073		787.616
KORTLOPENDE SCHULDEN				
Crediteuren	433.092		330.863	
Belastingen en sociale lasten	24.374		22.375	
Overige schulden	283.265		215.612	
		740.731		568.850
TOTAAL PASSIVA		1.487.804		1.356.466

STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2024 EN 2023

STAAT VAN BATEN EN LASTEN	REALISATIE 2024	BERGROTING 2024	REALISATIE 2023
	€	€	€
BATEN			
Subsidie gemeente Enschede	1.832.352	1.830.500	1.728.562
Overige baten	806.620	649.000	818.553
Totaal baten	2.638.972	2.479.500	2.547.115
LASTEN			
Projectkosten	1.501.831	1.419.100	1.434.746
Lonen en salarissen	911.466	945.300	901.647
Afschrijvingen	14.153	7.500	8.897
Overige bedrijfslasten			
Huisvestingslasten	85.083	84.200	81.014
Algemene beheerslasten	184.909	112.500	130.179
Totaal lasten	2.697.442	2.568.600	2.556.483
BEDRIJFSRESULTAAT			
Financiële baten en lasten	17.927	0	3.199
RESULTAAT vóór resultaatbestemming	-40.543	-89.100	-6.169
RESULTAATBESTEMMING			
Mutatie bestemmingsfonds	24.318	89.100	10.450
Mutatie bestemmingsreserve	16.225	0	-4.281
RESULTAAT ná resultaatbestemming	0	0	0

KASSTROOMOVERZICHT
OVER 2024 EN 2023

KASSTROOMOVERZICHT	2024	2023
	€	€
BEDRIJFSRESULTAAT		
	-58.470	-9.368
- afschrijvingen investeringen	17.927	14.330
- afschrijvingen desinvesteringen	-938	-15.265
totaal afschrijvingen	16.989	-935
veranderingen in het werkkapitaal:		
- voorraad	-17.479	-2.309
- vorderingen	-136.822	-83.302
- overige schulden	171.881	-134.249
	17.580	-219.860
Kasstroom uit bedrijfsoperaties	-23.901	-230.163
interestbaten		
	17.927	3.199
Kasstroom uit operationele activiteiten	-5.974	-226.964
- investeringen in materiële vaste activa		
	-49.727	-8.124
- desinvesteringen in materiële vaste activa	2.598	15.265
Kasstroom uit investeringsactiviteiten	-53.103	-219.823
Netto kasstroom	-53.103	-219.823
Mutatie liquide middelen		
	-53.103	-219.823
Totaal mutatie liquide middelen	-53.103	-219.823
Het verloop van de geldmiddelen is al volgt:		
Stand mutatie per 1 januari	1.054.099	1.273.922
Mutatie boekjaar	-53.103	-219.823
Stand mutatie per 31 december	1.000.996	1.054.099
Het kasstroomoverzicht over 2024 en 2023 is volgens de indirecte methode.		

TOELICHTING OP DE JAARREKENING

ACTIVITEITEN

De jaarrekening 2024 van Stichting Enschede Promotie heeft betrekking op het tijdvak van 1 januari 2024 tot en met 31 december 2024.

Stichting Enschede Promotie, statutair gevestigd te Enschede, met als doelstelling het bevorderen van een zo goed mogelijk gebruik van toeristische en recreatieve mogelijkheden in Twente, alsmede het geven van voorlichting omtrent toeristische en recreatieve mogelijkheden.

Het KvK-nummer van Stichting Enschede Promotie is: 41031643

In het verslagjaar heeft Stichting Enschede Promotie velerlei activiteiten verricht, zowel op grond van de vraag vanuit de gemeente Enschede als vanuit de markt.

ALGEMENE GRONDSLAGEN VOOR DE OPSTELLING VAN DE JAARREKENING

De algemene grondslagen voor de opstelling van de jaarrekening zijn gebaseerd op de richtlijnen voor de jaarverslaggeving, overeenkomstig de richtlijn RJK C1, getiteld “Kleine organisaties zonder winststreven”. Ook is rekening gehouden met de toelichtingsvereisten uit het controleprotocol voor gesubsidieerde instellingen van de gemeente Enschede (versie februari 2022).

De gehanteerde grondslagen van waardering en van resultaatbepaling zijn ongewijzigd gebleven ten opzichte van het voorgaande jaar. De jaarrekening is opgesteld in Euro's.

De waardering van de activa en passiva en de bepaling van het resultaat vinden plaats op basis van historische kosten. Tenzij bij de desbetreffende grondslag voor de specifieke balanspost anders wordt vermeld, worden de activa en passiva opgenomen tegen nominale waarde.

Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop ze betrekking hebben. Winsten worden slechts opgenomen voor zover zij op balansdatum zijn gerealiseerd. Verliezen die hun oorsprong vinden voor het einde van het verslagjaar, worden in

acht genomen indien zij voor het opmaken van de jaarrekening bekend zijn geworden.

Schattingen

Bij toepassing van de grondslagen en regels voor het opstellen van de jaarrekening vormt het bestuur van Stichting Enschede Promotie zich verschillende oordelen en maakt schattingen die essentieel kunnen zijn voor de in de jaarrekening opgenomen bedragen. Indien het voor het geven van het vereiste inzicht noodzakelijk is, is de aard van deze oordelen en schattingen inclusief de bijbehorende veronderstellingen opgenomen bij de toelichting op de betreffende jaarrekeningposten.

GRONDSLAGEN VOOR DE WAARDERING VAN ACTIVA EN PASSIVA

Materiële vaste activa

Materiële vaste activa worden gewaardeerd tegen verkrijgings- of vervaardigingsprijs inclusief direct toerekenbare kosten, onder aftrek van lineaire afschrijvingen gedurende de verwachte toekomstige gebruiksduur en bijzondere waardevermindering. Subsidies op investeringen worden in mindering gebracht op de verkrijgings- of vervaardigingsprijs van de activa waarop de subsidies betrekking hebben. Indien belangrijke bestanddelen van een materieel vast actief van elkaar te onderscheiden zijn en verschillen in gebruiksduur of verwachte gebruikspatroom, worden deze afzonderlijk afgeschreven.

De afschrijvingen zijn gebaseerd op een vast percentage van de aanschafwaarde.

Bijzondere waardevermindering van vaste activa

De stichting beoordeelt op iedere balansdatum of er aanwijzingen zijn dat een vast actief aan een bijzondere waardevermindering onderhevig kan zijn. Indien dergelijke indicaties aanwezig zijn, wordt de realiseerbare waarde van het actief vastgesteld. Indien het niet mogelijk is de realiseerbare waarde voor het individuele actief te bepalen, wordt de realiseerbare waarde bepaald van de kasstroomgenererende eenheid waartoe het actief behoort. Van een bijzondere waardevermindering is sprake als de boekwaarde van een actief hoger is dan de realiseerbare waarde; de realiseerbare

waarde is de hoogste van de opbrengstwaarde en de bedrijfswaarde. Een bijzonder-waardeverminderingsverlies wordt direct als last verwerkt in de staat van baten en lasten onder gelijktijdige verlaging van de boekwaarde van het betreffende actief.

Voorraad

De voorraden worden gewaardeerd tegen verkrijgingsprijs onder toepassing van de FIFO-methode (first in, first out) of lagere opbrengstwaarde. De verkrijgingsprijs bestaat uit alle kosten die samenhangen met de verkrijging alsmede de gemaakte kosten om de voorraden op hun huidige plaats en in hun huidige staat te brengen. De opbrengstwaarde is de geschatte verkoopprijs onder aftrek van direct toerekenbare verkoopkosten. Bij de bepaling van de opbrengstwaarde wordt rekening gehouden met de incourantheid van de voorraden.

Vorderingen

Vorderingen worden bij eerste verwerking gewaardeerd tegen de reële waarde van de tegenprestatie, inclusief de transactiekosten. Vorderingen worden na eerste verwerking gewaardeerd tegen de geamortiseerde kostprijs. Voorzieningen wegens oninbaarheid worden in mindering gebracht op de boekwaarde van de vordering. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

Liquide middelen

Liquide middelen betaan uit kas en banktegoeden. Liquide middelen worden gewaardeerd tegen nominale waarde.

Kortlopende schulden

Kortlopende schulden worden bij de eerste verwerking gewaardeerd tegen reële waarde. Kortlopende schulden worden na eerste verwerking gewaardeerd tegen de bedragen waartegen de schuld moet worden afgelost.

Bestemd vermogen

Het bestemd vermogen betreft het deel van het eigen vermogen waarvoor een beperkte bestedingsmogelijkheid geldt.

Het bestemmingsfonds betreft het deel van het eigen vermogen waarvoor een beperkte bestedingsmogelijkheid is aangebracht door derden. Dit fonds

mag alleen worden aangewend voor het door derden aangegeven doel en staat derhalve niet te vrije beschikking. Beperkte doelstelling en bedrag worden in de toelichting vermeld.

De bestemmingsreserve is dat gedeelte van het bestemd vermogen waaraan een beperkte bestedingsmogelijkheid is gegeven. Deze beperking is door het bestuur aangebracht.

Overige activa en passiva

De overige activa en passiva zijn gewaardeerd tegen de nominale waarde.

GRONDSLAGEN VOOR DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN

Algemeen

Het resultaat wordt bepaald als het verschil tussen de baten en alle hiermee verbonden kosten en andere aan het verslagjaar toe te rekenen lasten. De baten en lasten worden bepaald met inachtneming van de hiervoor reeds vermelde waarderinggrondslagen. Winsten worden verantwoord in het jaar waarin de goederen zijn geleverd c.q. de diensten zijn verricht. Verliezen welke hun oorsprong vinden in het boekjaar worden in aanmerking genomen zodra deze voorzienbaar zijn.

Overheidssubsidies

Overheidssubsidies worden aanvankelijk in de balans opgenomen als vooruitontvangen. Zodra er redelijke zekerheid bestaat dat de stichting zal voldoen aan de daaraan verbonden voorwaarden worden deze overheidssubsidies als bate verantwoord. Subsidies ter compensatie van de door de stichting gemaakte kosten worden systematisch als opbrengsten in de staat van lasten opgenomen in dezelfde periode als die waarin de kosten worden gemaakt. Subsidies ter compensatie van de stichting voor de kosten van een actief worden systematisch in de staat van baten en lasten opgenomen gedurende de gebruiksduur van het actief.

Baten

Baten, waarvoor een bijzondere bestemming is aangewezen, worden in de staat van baten en lasten verwerkt. Indien deze baten in het verslagjaar niet (volledig) zijn besteed, worden niet bestede gelden aan de betreffende bestemmingsreserve gedoteerd.

Een onttrekking aan een bestemmingsreserve of –fonds wordt als besteding verwerkt in de staat van baten en lasten.

Personeelsbeloningen

De aan het personeel verschuldigde beloningen worden op grond van de arbeidsvoorwaarden verwerkt in de winst- en verliesrekening.

Pensioen

De stichting heeft alle pensioenregelingen verwerkt volgens de verplichtingenbenadering. De over het verslagjaar verschuldigde premie wordt als last verantwoord. Op de Nederlandse pensioenregelingen zijn de bepalingen van de Nederlandse Pensioenwet van toepassing en betaalt de stichting verplichte, contractuele of vrijwillige basis premies aan verzekeringsmaatschappijen. De premies worden verantwoord als personeelskosten zodra deze verschuldigd zijn. Vooruitbetaalde premies worden opgenomen als overlopende activa indien dit tot een terug storting leidt of tot een vermindering van toekomstige betalingen. Nog niet betaalde premies worden als verplichting op de balans opgenomen.

GRONDSLAGEN VOOR HET KASSTROOMOVERZICHT

Kasstroomoverzicht

Het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode. De geldmiddelen bestaan uit de liquide middelen. Ontvangsten en uitgaven uit hoofde van rente en soortgelijke kosten en opbrengsten zijn opgenomen onder de kasstroom uit operationele activiteiten.

TOELICHTING OP DE BALANS

VASTE ACTIVA

MATERIËLE VASTE ACTIVA	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 31 december	67.864	37.724

VOORRAAD	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 31 december	44.124	26.645

VLOTTENDE ACTIVA

DEBITEUREN	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 31 december	138.492	113.201

De debiteuren worden opgenomen voor het nominale bedrag. Een voorziening voor oninbaarheid wordt niet noodzakelijk geacht.

TE VORDEREN VAN GEMEENTE ENSCHEDE

Specificatie verloop subsidie gemeente:	€	€
---	---	---

Gemeente Enschede

Verloop subsidie gemeente Enschede 2024	
- toegekende subsidie 2024	1.702.352
- ontvangen subsidie 2024	1.702.352
Subtotaal te verrekenen per 31-12-2024	0

Boekwaarde per 31 december	te vorderen	0
----------------------------	-------------	---

De toegekende reguliere subsidie van de gemeente Enschede wordt definitief vastgesteld op basis van het jaarverslag. De subsidies van de gemeente Enschede met betrekking tot 2023 is vastgesteld op 27 juni 2024, voor een bedrag van € 1.728.562,-. Dit is gelijk aan het aangevraagde reguliere subsidie bedrag van € 1.636.562,- en de aanvullende subsidies van € 92.000,-.

TE VORDEREN BELASTINGEN EN SOCIALE LASTEN	2024 €	2023 €
- omzetbelasting	115.965	75.537
Boekwaarde per 31 december	115.965	75.537

VLOTTENDE ACTIVA		
OVERIGE VORDERINGEN EN OVERLOPENDE ACTIVA	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 31 december	120.363	49.260
De vorderingen hebben een gemiddelde looptijd van korter dan één jaar. Stijging in de vorderingen is voornamelijk het gevolg van de nog te versturen eindafrekeningen voor projecten van kerstmiddag en Enschede Lights Up.		
LIQUIDE MIDDELEN	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 31 december	1.000.996	1.054.099
De mutatie in de liquide middelen over het boekjaar 2024 bedraagt € 53.103,- negatief. Met betrekking tot de mutatie in de liquide middelen verwijzen wij naar paragraaf “kasstroomoverzicht over 2024 en 2023”. De liquide middelen staan ter vrije beschikking en zijn terstond opeisbaar.		

EIGEN VERMOGEN		
ALGEMENE RESERVE		
Het verloop van de algemene reserve is als volgt:	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 1 januari	281.225	281.225
Boekwaarde per 31 december	281.225	281.225
De jaarrekening 2024 is vastgesteld door het bestuur op 24 april 2025. De directeur stelt voor het resultaat over het boekjaar 2024 ad € 40.543,- negatief als volgt te verdelen:		
	€	
- mutatie bestemmingsfonds	-24.318	
- mutatie bestemmingsreserve	-16.225	
Totaal resultaat boekjaar 2024	-40.543	
De Raad van Toezicht heeft de bestemming van het resultaat vastgesteld conform het daartoe gedane voorstel in de vergadering op 24 april 2025.		
BESTEMMINGSFONDS		
Het bestemmingsfonds betreft een toegewezen deel van de ontvangen subsidies en derdengelden.		
Het verloop van het bestemmingsfonds is als volgt:	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 1 januari	208.489	218.939
- afname wegens besteding	58.450	87.450
- doorgeschoven projecten	34.132	77.000
Boekwaarde per 31 december	184.171	208.489
De specificatie van deze gelden is ultimo 2022 als volgt:		
Servicekosten sfeerverlichting	19.630	30.080
Doorgeschoven projecten	164.541	178.409
	184.171	208.489
Servicekosten sfeerverlichting De bijdrage voor de servicekosten sfeerverlichting heeft een looptijd van 2 jaar. Deze bijdrage mag enkel worden benut voor de te maken kosten, welke verband houden met het ophangen en verwijderen van deze sfeerverlichting.		
Doorgeschoven projecten De doorgeschoven projecten betreft ontvangen subsidies, welke niet besteed kon worden aan projecten en evenementen. In overleg met de gemeente Enschede is besloten deze gelden door te schuiven naar het volgende boekjaar en daar te benutten voor in onderling overleg gekozen activiteiten.		
BESTEMMINGSRERVE		
De bestemmingsreserve betreft een door het bestuur afgezonderd deel van het vermogen met een beperkte bestedingsmogelijkheid.		
Het verloop van het bestemmingsfonds is als volgt:	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 1 januari	297.902	293.621
Dotatie lichtprojectieroute (via resultaat)	-16.225	0
Dotatie nutsvoorziening (via resultaat)	0	4.281
Boekwaarde per 31 december	281.677	297.902

De bestemmingsreserve is per 31 december als volgt opgebouwd:	2024 €	2023 €
- merkontwikkeling	130.000	130.000
- nutsvoorziening	21.934	21.934
- lichtprojectieroute	7.025	23.250
- meerdaags toerisme	122.718	122.718
Boekwaarde per 31 december	281.677	297.902
Deze middelen zijn bedoeld voor het langer kunnen voortzetten van genoemde projecten.		
KORTLOPENDE SCHULDEN		
CREDITEUREN	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 31 december	433.092	330.863
TE BETALEN BELASTINGEN EN SOCIALE PREMIES		
	2024 €	2023 €
- te betalen belastingen en sociale premies	17.343	15.853
- pensioenpremie	7.031	6.522
Boekwaarde per 31 december	24.374	22.375
OVERIGE SCHULDEN EN OVERLOPENDE PASSIVA		
	2024 €	2023 €
Boekwaarde per 31 december	283.265	215.612
De overige schulden betreffen vooruitontvangen bedragen van derden welke toegezegd en ontvangen zijn voor toegewezen projecten, welke in 2025 zullen plaatsvinden. Voor deze projecten zijn reeds deels verplichtingen aangegaan. Onder de overige schulden zijn daarnaast bedragen opgenomen voor aangegane verplichtingen voor projecten, waarvoor in het boekjaar nog geen facturen zijn ontvangen. Dit betreffen veelal doorlopende projecten. De stijging van de overige schulden is voornamelijk het gevolg van hogere nog te ontvangen facturen voor projecten, welke in december hebben plaatsgevonden, waarvan de facturen in januari zijn ontvangen. Overige schulden hebben een looptijd, korter dan 1 jaar. Hiervoor zijn geen zekerheden verstrekt.		
Niet uit de balans blijkende verplichtingen		
Het jaarlijks bedrag van met derden aangegane huurverplichtingen van onroerende zaken is ongeveer € 57.300,-. De resterende looptijd van het huurcontract is 43 maanden.		

TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN

BATEN SUBSIDIE GEMEENTE ENSCHEDE	REALISATIE 2024 €	BEGROTING 2024 €	REALISATIE 2023 €
Reguliere subsidie gemeente Enschede			
- Subsidie apparaatskosten	1.129.377	1.111.900	1.119.062
- Subsidie evenementen promotie	137.000	156.300	137.000
- Subsidie marketing	333.600	348.700	305.500
- Subsidie evenementen	102.375	85.600	75.000
Totaal reguliere subsidie gemeente Enschede	1.702.352	1.702.500	1.636.562
Aanvullende subsidie			
- Aanvullende subsidie marketing	5.500	0	0
- Aanvullende subsidie evenementen	124.500	128.000	92.000
Totaal overlopende subsidie gemeente Enschede	130.000	128.000	92.000
Totaal subsidie gemeente Enschede	1.832.352	1.830.500	1.728.562
Het betreft de ontvangen subsidiebedragen volgens de voorlopige toekenning van de gemeente Enschede. Wij verwijzen hierbij naar de specificatie “verloop subsidie gemeente Enschede”, welke is gepresenteerd onder de vorderingen op de balans.			
De realisatie van de aanvullende subsidies ligt in lijn met begroting.			
De van de gemeente ontvangen aanvullende subsidies zijn aangewend voor marketing en de evenementen in overeenstemming met de subsidiebeschikkingen. De specificatie aanvullende subsidies is als volgt:			
	Realisatie 2024 €	Realisatie 2024 €	
- Street art	5.500		
Totaal aanvullende subsidie marketing		5.500	
- Koningsfestival	60.000		
- Lichtroute	40.000		
- Introductieconcert	24.500		
Totaal aanvullende subsidie evenementen		124.500	
Totaal aanvullende subsidies		130.000	

OVERIGE BATEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
Bijdrage marketing	59.612	71.000	89.623
Bijdrage evenementen (EP vergunninghoudend)	606.312	340.500	515.596
Bijdrage evenementen (EP ondersteunend)	105.342	220.000	174.338
Bijdrage standplaatsen	9.319	5.000	9.236
Overige baten	929	5.000	5.000
Opbrengsten brandstore	25.106	7.500	24.760
Totaal bijdragen bedrijfsleven	806.620	649.000	818.553

De hogere bijdrage evenementen waarbij Enschede Promotie vergunninghoudend is, is hoger dan begroot. Voornamelijk door hogere bijdragen voor Enschede Lights Up. Daarnaast zijn er fanzones georganiseerd voor de Europese wedstrijden van FC Twente. De lagere bijdrage evenementen waarbij Enschede Promotie ondersteunende diensten levert is lager dan begroot. Proef Eet is dit jaar niet door Enschede Promotie ondersteund.

LASTEN

PROJECTKOSTEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
Kosten evenementen promotie	133.658	156.300	140.411
Kosten marketing	379.107	479.700	412.994
Bijdrage evenementen (EP vergunninghoudend)	881.120	563.100	706.956
Bijdrage evenementen (EP ondersteunend)	105.342	220.000	174.195
Kosten standplaatsen	2.604	0	190
Totaal projectkosten	1.501.831	1.419.100	1.434.746

De totale projectkosten vallen hoger uit dan begroot, vanwege de hogere bijdragen voor projecten.

PERONEELSLASTEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
Totaal personeelslasten	911.466	945.300	901.647
Specificatie loonkosten			
- salarissen personeel in dienst	652.028	622.300	587.080
- uitkering ziekengeld	-14	0	-6.404
- sociale lasten	163.989	172.000	148.841
Totaal loonkosten	816.003	794.300	729.517

De gerealiseerde loonkosten liggen hoger dan begroot als gevolg van mutaties in de personele bezetting. Er is gekozen om personeel in dienst te nemen, in plaats van in te lenen

SPECIFICATIE SOCIALE LASTEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
- premies sociale verzekeringen	101.850	120.400	92.555
- pensioenpremies	62.139	51.600	56.286
Totaal sociale lasten	163.989	172.000	148.841

De sociale lasten vallen lager uit dan begroot als gevolg van personele mutaties en wettelijke wijzigingen. De begrote percentages zijn hoger dan de realisatie.

SPECIFICATIE OVERIGE PERSONEELSLASTEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
Totaal overige personeelslasten	95.463	151.000	172.130

De gerealiseerde overige personeelslasten vallen lager uit dan begroot. Voornamelijk vanwege minder inzet van inleen van personeel. Deze werkzaamheden zijn verricht door medewerkers in loondienst.

FTE	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
- marketing	7,60	7,00	6,64
- evenementen	1,58	1,79	1,79
- tourist info point	0,67	0,63	0,62
- algemeen	2,45	2,53	2,52
Totaal FTE	12,30	11,95	11,57

AFSCHRIJVINGEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
Totaal afschrijvingen	14.153	7.500	8.897

De afschrijvingslasten zijn hoger dan begroot, in verband met investeringen in activa.

OVERIGE BEDRIJFSLASTEN

HUISVESTINGSLASTEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
Totaal huisvestingslasten	85.083	84.200	81.014

De gerealiseerde huisvestingslasten liggen in lijn met begroting.

OVERIGE BEDRIJFSLASTEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
- contributies en abonnementen	5.772	2.000	3.395
- automatisering en communicatie	109.647	58.000	63.480
- accountants- en advieskosten	22.763	20.500	20.208
- kosten merchandise	14.424	4.500	9.715
- overige bedrijfslasten	32.303	27.500	33.381
Totaal overige bedrijfslasten	184.909	112.500	130.179

De overige bedrijfslasten vallen hoger uit, door voornamelijk de kosten van de aanpassingen in de automatiseringsomgeving. De kosten van merchandise vallen hoger uit, vanwege de hogere verkoopopbrengsten.

FINANCIËLE BATEN EN LASTEN

FINANCIËLE BATEN EN LASTEN	Realisatie 2024 €	Begroting 2024 €	Realisatie 2023 €
Totaal financiële baten en lasten	17.927	0	3.199

De financiële baten en lasten liggen boven begroting, door de stijging van de rente over het tegoed op de bankrekeningen.

FINANCIËLE GEGEVENS/KENGETALLEN	Realisatie 2024 €	Realisatie 2024 €	Realisatie 2023 €
- verhouding algemene reserve / totale lasten	10,4%	11,0%	12,0%
- liquiditeit; vlottende activa en liquide middelen / kortlopende schulden	1,86	2,27	2,03

Gebeurtenissen na balansdatum

In 2025 zijn - tussen ultimo 2024 en datum controleverklaring - geen noemenswaardige gebeurtenissen die een aanpassing van of een toelichting in de financiële overzichten noodzakelijk maken.



BEZOLDIGING TOPFUNCTIONARISSEN MET EN ZONDER DIENSTBETREKKING

In het kader van artikel 4.1 Wet normering bezoldiging topfunctionarissen publieke en semipublieke sector (WNT) vermelden wij de volgende functionarissen:

1a. Leidinggevende topfunctionarissen met dienstbetrekking en leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking vanaf de 13e maand van de functievervulling.

LEIDINGGEVENDE TOPFUNCTIONARISSEN MET DIENSTBETREKKING

Gegevens	Boekjaar 2023	Boekjaar 2024
bedragen x € 1	J.T. van den Biggelaar	J.T. van den Biggelaar
Functiegegevens	Bestuurder	Bestuurder
Aanvang en einde functievervulling in 2024	15-09-2023 t/m 31-12-2023	01-01-2024 t/m 31-12-2024
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)	0,95	0,95
Dienstbetrekking?	Ja	Ja
Bezoldiging		
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	26.552	101.651
Beloningen betaalbaar op termijn	3.438	12.333
Subtotaal	29.990	113.983
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum	61.932	220.737
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag	N.v.t.	N.v.t.
Bezoldiging	29.990	113.983
Het bedrag van de overschrijding en de reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan	N.v.t.	N.v.t.
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde	N.v.t.	N.v.t.

1d. Topfunctionarissen met een totale bezoldiging van € 2.100 of minder.

LEIDINGGEVENDE TOPFUNCTIONARISSEN ZONDER DIENSTBETREKKING

Naam topfunctionaris	Functie(s)	Periode
- A.P.J. Burghouts	voorzitter Raad van Toezicht	01-01-2024 t/m 31-12-2024
- W. Kuipers	lid Raad van Toezicht	01-01-2024 t/m 31-12-2024
- M.J. Groenendijk	lid Raad van Toezicht	01-01-2024 t/m 31-05-2024
- H.P. ter Riet	lid Raad van Toezicht	01-06-2024 t/m 31-12-2024
- C. Landewe	lid Raad van Toezicht	01-01-2024 t/m 31-10-2024

In onderstaande tabel staan de vergelijkende cijfers over verslagjaar 2023 :

Naam functionaris	Functie(s)	Periode
- M. Hartmann	voorzitter Raad van Toezicht	01-01-2023 t/m 01-11-2023
- A.P.J. Burghouts	voorzitter Raad van Toezicht	01-11-2023 t/m 31-12-2023
- M.J. Groenendijk	lid Raad van Toezicht	01-01-2023 t/m 31-12-2023
- G.J. Hospers	lid Raad van Toezicht	01-01-2023 t/m 31-12-2023
- C. Landewe	lid Raad van Toezicht	01-01-2023 t/m 31-12-2023

Ondertekening van de jaarrekening

Enschede, 24 april 2025

Bestuurder:	Raad van Toezicht:
J.T. van den Biggelaar	A.P.J. Burghouts (voorzitter)

Overige gegevens

Controleverklaring

De controleverklaring van de onafhankelijke accountant staat op de volgende pagina.

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur en de raad van toezicht van Stichting Enschede Promotie

Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening 2024

Ons oordeel

Wij hebben de in dit verslag opgenomen jaarrekening 2024 van Stichting Enschede Promotie te Enschede gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Enschede Promotie per 31 december 2024 en van het resultaat over 2024 in overeenstemming met de in Nederland geldende RJ-Richtlijn RJK C1 Kleine organisaties- zonder-winststreven, de bepalingen bij en krachtens de Wet normering bezoldiging topfunctionarissen publieke en semipublieke sector (WNT) en het controleprotocol voor gesubsidieerde instellingen van de gemeente Enschede (versie februari 2022).

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2024;
2. de staat van baten en lasten over 2024; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

De basis voor ons oordeel

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen en de Regeling Controleprotocol Wet normering topinkomens (WNT) 2024. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting Enschede Promotie zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA).

Wij vinden dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

Naleving anticumulatiebepaling WNT niet gecontroleerd

In overeenstemming met de Regeling Controleprotocol WNT 2024 hebben wij de anticumulatiebepaling, bedoeld in artikel 1.6a WNT en artikel 5, lid 1, sub n en o Uitvoeringsregeling WNT, niet gecontroleerd. Dit betekent dat wij niet hebben gecontroleerd of er wel of niet sprake is van een normoverschrijding door een leidinggevende topfunctionaris vanwege eventuele dienstbetrekkingen als leidinggevende topfunctionaris bij andere WNT-plichtige instellingen, alsmede of de in dit kader vereiste toelichting juist en volledig is.

Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen andere informatie

Het jaarverslag omvat andere informatie, naast de jaarrekening en onze controleverklaring. Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie:

- met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;
- alle informatie bevat die op grond van RJ-Richtlijn RJK C1 Kleine organisaties- zonder-winststreven is vereist voor het bestuursverslag en de overige gegevens.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de jaarrekeningcontrole of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat.

Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

Het bestuur en de raad van toezicht zijn verantwoordelijk voor het opstellen van de andere informatie, waaronder het bestuursverslag en de overige gegevens in overeenstemming met RJ-Richtlijn RJK C1 Kleine organisaties-zonder-winststreven.

Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening***Verantwoordelijkheden van het bestuur en de raad van toezicht voor de jaarrekening***

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met RJ-Richtlijn RJK C1 Kleine organisaties-zonder-winststreven. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de organisatie in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de organisatie te liquideren of de activiteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is.

Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de organisatie haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

Het toezichthoudend orgaan is verantwoordelijk voor het uitoefenen van toezicht op het proces van financiële verslaggeving van de organisatie.

Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel.

Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden, het controleprotocol voor gesubsidieerde instellingen van de gemeente Enschede (versie februari 2022), de Regeling Controleprotocol WNT 2024 en de ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;

- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de organisatie haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een organisatie haar continuïteit niet langer kan handhaven;
- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen; en
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

Wij communiceren met de raad van toezicht onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.

Enschede, 24 april 2025
Moore MKW Audit BV

R. Iking MSc RA

6. AMBITIEPLAN ENSCHEDE PROMOTIE



INLEIDING

Je voelt en ziet het overal: Enschede groeit en hiermee groeien ook de ambities. Als grootste stad van Overijssel en Twente, blijft Enschede ontwikkelen en plannen maken. Er liggen uitdagende visie stukken, opgefriste ambitie agenda's en er zijn voor diverse thema's nieuw beleid vastgesteld. Vanuit Enschede Promotie zijn we trouwe partner bij al deze ontwikkelingen en hierin pakken we graag onze rol. Samen met onze partners zetten we koers naar 2028.

In dit document zetten we onze plannen uiteen, waarbij we verder bouwen aan het merk en focus houden om meer bezoekers naar Enschede te halen.

We doen dit door soms andere keuzes te maken, stijlen aan te passen en altijd vanuit een solide, strategische samenwerking. Juist door krachten te bundelen, gaan we het onderscheid maken en onze ambities overstijgen.

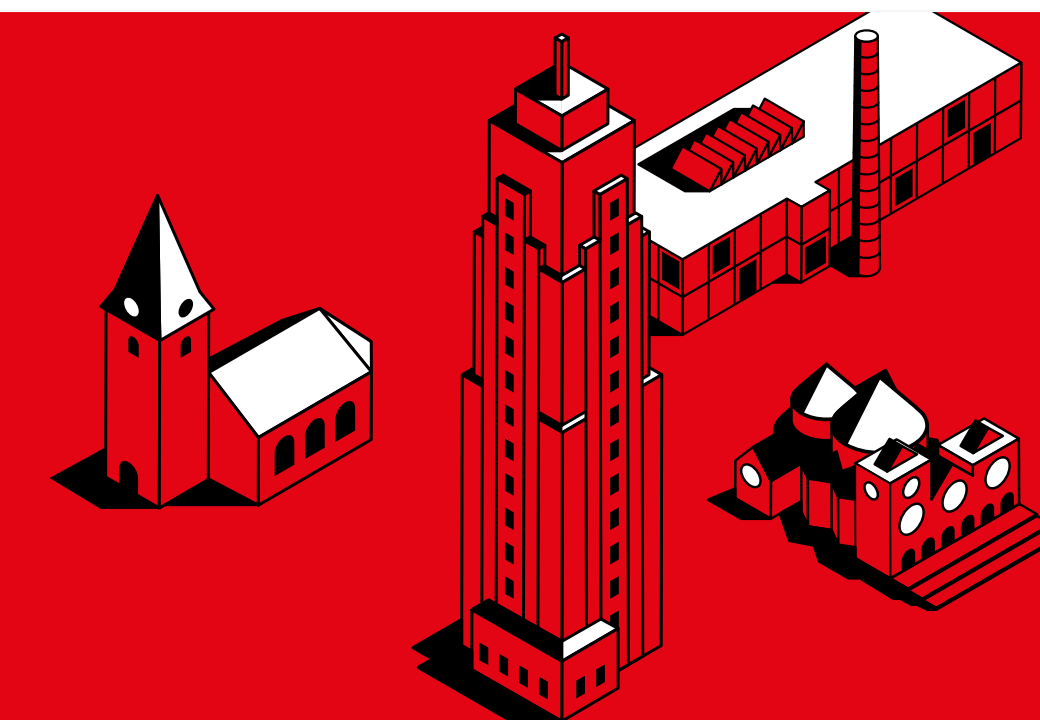
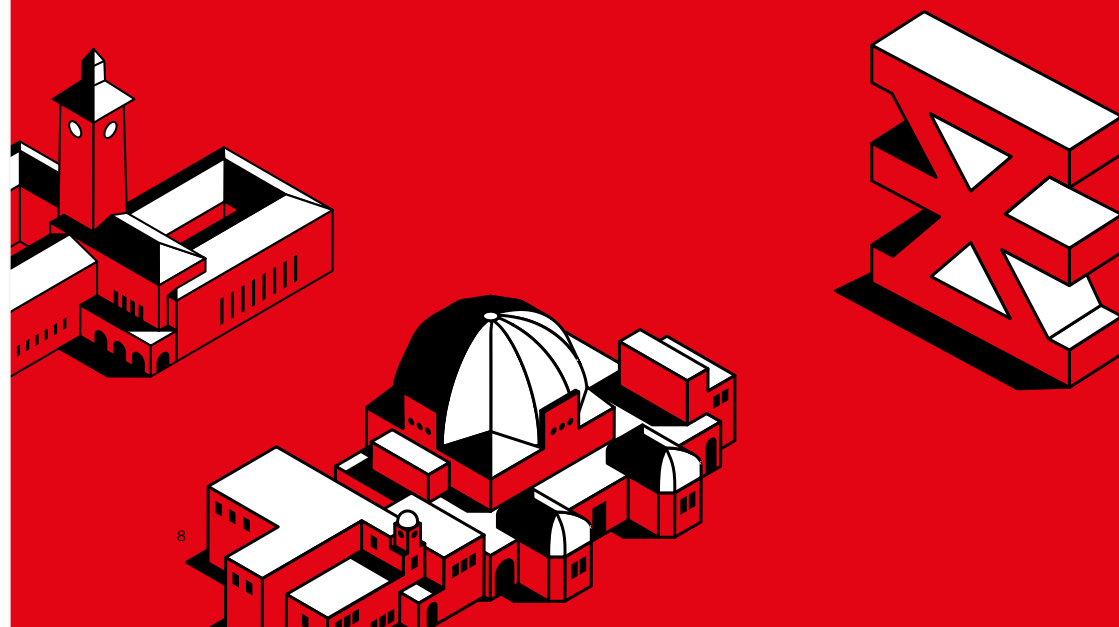
Zo bouwen we de komende jaren verder aan het imago van Enschede met een onderscheidend vermogen, maar ook werken we aan een verrassend aanbod van activiteiten en evenementen om een aantrekkelijke stad te zijn voor talent. We willen de verbinding zoeken met de bezoekers uit ons eigen land, maar zeker niet onze focus verliezen op ons Duitse achterland. Hen gaan we gastvrij ontvangen en informeren op de extra's die Enschede te bieden heeft. Bij dit alles verliezen wij ook onze eigen inwoners zeker niet uit het oog. Juist door bij hen de stadstrots verder te ontwikkelen, hebben we er straks een legioen ambassadeurs bij. Enschede heeft veel om over te vertellen, om trots op te zijn en is een stad om te koesteren en te omarmen.

MISSIE EN VISIE

Belangrijk bij het afgeven van ambities, is dat zij realiseerbaar zijn en een positief effect op de doelstellingen van Enschede bieden. Het bouwen aan een merk is een meerjaren traject, waarin constant geïnvesteerd moet worden. Daarom blijven we de doelstellingen nastreven uit de citymarketingvisie en met ons voortschrijdend inzicht passen we ons aan op de toekomst. Voor Enschede Promotie is de volgende missie en visie geformuleerd:

MISSIE:

ENSCHEDA PROMOTIE STREEFT ERNAAR OM DE STAD ENSCHEDA OP DE KAART TE ZETTEN ALS EEN STAD VAN TECHNOLOGIE, INNOVATIE EN CREATIVITEIT. WIJ WILLEN DAT ENSCHEDA EEN AANTREKKELIJKE STAD IS OM TE WONEN, WERKEN, STUDEREN, EN RECREËREN.



VISIE:

IN 2028 IS ENSCHEDA NATIONAAL EN INTERNATIONAAL BEKEND ALS EEN BRUISENDE STAD WAAR TECHNOLOGIE, INNOVATIE EN CREATIVITEIT CENTRAAL STAAN. WIJ WILLEN DAT BEZOEKERS EN BEWONERS TROTS ZIJN OP DE STAD EN DAT BEDRIJVEN EN TALENTEN ZICH HIER WILLEN VESTIGEN.

Vanuit onze missie en visie hebben we de volgende centrale communicatieboodschap geformuleerd die de basis vormt voor alle communicatie: "Enschede is een technologische, innovatieve en creatieve (TIC) stad waar het door de menselijke maat en Enschedese mentaliteit fijn ondernemen, studeren, recreëren en wonen is."

AMBITIES EN DOELSTELLINGEN

Tot en met 2028 is het houden van zicht op waar we naartoe willen en waar we staan belangrijk. We werken voor een publiek en maatschappelijk belang, wat betekent dat we ons altijd moeten kunnen verantwoorden. Hierbij realiseren we ons goed dat Enschede Promotie een centrale positie heeft op het stadse speelveld. Zodoende hebben we met vele voorkeuren, interesses en karakters te maken. Dit maakt ons werk ook zo leuk en tegelijkertijd uitdagend. Dat wij als stichting objectief en onafhankelijk van meningen en/of belangen opereren, is hierbij van grote waarde. Dit biedt ruimte voor creativiteit en originaliteit. Precies wat nodig is om het verhaal van Enschede te vertalen en te promoten.

- De ambities en doelstellingen zijn als volgt:
- 1. Enschede geniet bekendheid als TIC-stad: (nulmeting 2025 – 2028: >65%)
 - 2. Inwoners voelen en tonen hun stadstrots: (nulmeting 2025 – 2028: 50% NPS 8)
 - 3. Enschede heeft een groter en divers aanbod aan vrijetijdsbestedingen afgestemd op de doelgroepen: (jaarlijks + 5%)
 - 4. Het aanbod VTE spreekt een bredere doelgroep aan: (2028: +8% bezoekers)
 - 5. Cultureel Enschede heeft groot publiekelijk bereik door geclusterde promotie: (5% meer kaartverkoop)
 - 6. Enschede geeft betekenis aan het begrip Bruisende stad: (nulmeting 2025 – 2028: >65%)
 - 7. Evenementen werken allen samen aan het uitdragen van ons imago
 - 8. Enschede herbergt originele en innovatieve evenementen

CITYMARKETING

Als men in 2028 aan Enschede denkt, zorgt dit bij onze doelgroepen voor een warme herinnering aan Enschede en zin om de stad te blijven ontdekken. Hierbij weet men dat we een stad zijn van Technologie, Innovatie en Creativiteit en herkent men ons stadswapen. Bewoners voelen de stadstrots en vertellen als ambassadeurs aan iedereen vol passie wat onze stad te bieden heeft. Onze campagnes en content tonen vaker het beeld vanuit de menselijke kant en het ritme van Enschede.

- 1. Enschede geniet bekendheid als TIC-stad
 - a. Enschede heeft een onderscheidend en duidelijk TIC-imago
 - i. Brand campagnes
 - ii. Onderzoek & ontwikkeling
 - iii. Eigen evenementen: Enschede Lights UP en StreetArt festival
 - b. Betekenis van Enschede TIC-stad is bij merendeel bewoners, ondernemers en bezoekers bekend
 - c. Talenten binden zich aan Enschede
 - a. StudyinEnschede.com
 - b. Vanuit samenwerking met kennisinstellingen zetten we campagnes op
 - d. Er is een actief netwerk van ambassadeurs (Kennisinstellingen, overheid en bedrijven) die Enschede als TIC-stad promoten
 - e. Enschede Promotie is doorontwikkeld tot innovatieve (city)marketingorganisatie
- 2. Inwoners voelen en tonen hun stadstrots
 - a. Alle inwoners dienen als ambassadeur van onze stad, hiervoor:
 - i. Vergroten we de cultuurhistorische basiskennis
 - ii. Richten we campagnes op de inwoners
 - b. Stadswapen wordt direct geassocieerd met (merkwaarden) Enschede
 - c. De Enschedese vlag siert onze straten

VTE

Inwoners en bezoekers weten in 2028 nog beter wat het aanbod is van de stad Enschede en haar groene omgeving. Van ver buiten onze gemeentegrenzen komen bezoekers gebruik maken van ons diverse aanbod. Men komt liever niet meer een paar uur naar Enschede, maar maakt men graag gebruik van ons aanbod om langer in Enschede te blijven. De krachtige positionering van vrijetijd aanbod wordt zelfstandig uitgedragen door de samenwerkende VTE-partners, waarbij er een structurele afstemming is met winkeliers, cultuur en horeca.

- 3. Enschede heeft een groter en divers aanbod aan vrijetijdsbestedingen afgestemd op de doelgroepen
 - a. Ontwikkelen van nieuwe producten in samenwerking met partners
 - b. Enschedese evenementen zijn euregionale uithangborden voor het TIC en bruisende imago
 - c. Het aanbod is zowel digitaal als fysiek makkelijk vindbaar
- 4. Het aanbod VTE spreekt een bredere doelgroep aan
 - a. Promoten en positioneren van ons aanbod
 - b. Naast de mainstream Duitse bezoekers, richten we ons ook op de culinaire en culturele Duitse bezoeker
 - c. De avontuur- en inzichtzoeker herkennen zich in ons aanbod
- 5. Cultureel Enschede heeft groot publiekelijk bereik door geclusterde promotie
 - a. Van Broedplaatsen tot de grotere podia bieden hun programma aan via één kanaal
 - b. Cultuursector investeert in gezamenlijke Cultuurcampagne. Enschede Promotie voert dit uit.
 - c. Cultuur is inclusief en voor iedereen bereikbaar

- 6. Enschede geeft betekenis aan het begrip Bruisende stad
 - In een Bruisende stad voel je je altijd welkom. Zodra je één voet in de stad zet merk je: er hangt een belofte in de lucht. Er staat wat te gebeuren! De stad zet haar deuren voor je open en nodigt je uit om op avontuur te gaan. Je ontdekt nieuwe plekken, met onverwachte mooie dingen. Soms iets kleins, andere keren groot, de ene keer al helemaal af een andere keer nog volop in ontwikkeling. Er heerst een gevoel van samenhang vanuit een gedeeld verleden en een gedeelde liefde voor Enschede.
 - a. Vanuit de Bruisende Binnenstad evenementen, worden alle activiteiten in de periodes lente, zomer en winter, geclusterd tot één ervaring:
 - i. Zet de bloemetjes buiten
 - ii. Vier de Zomer
 - iii. Winters Enschede
 - b. Enschede Promotie is aanjager van de positieve beleving in de stad
 - i. Gastvrijheid
 - ii. Positieve klantreis
 - iii. Educatie en training
 - c. Enschede promoten als het geheel der dingen
 - i. Onze wijken en omliggende dorpen
 - ii. Onze parken
 - iii. De ligging in het groen
 - iv. Hoofdstad van Twente

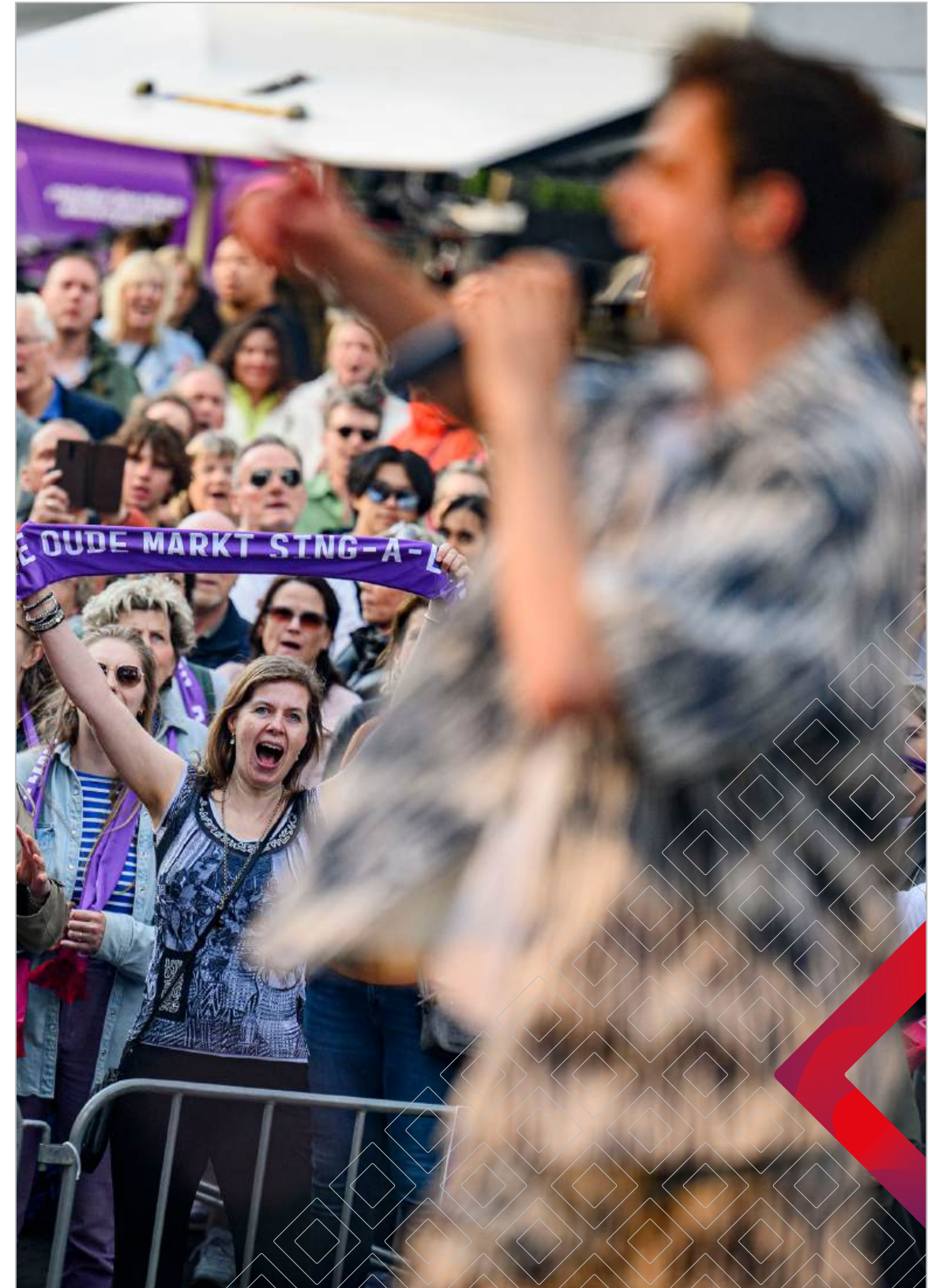
AMBITIES EN DOELSTELLINGEN

EVENEMENTEN

In 2028 staan er op onze jaarkalender niet meer evenementen, festivals of activiteiten dan dat we nu hebben. Nee, er staan op deze kalender juist meer klinkende namen die bij een breed en gevarieerd publiek sterk tot de verbeelding spreken. In ons aanbod zien bezoekers het TIC DNA van onze stad terug en verheugen zij zich om zich onder te dompelen in ons bruisende aanbod. Landelijk en euregionaal (her)kent men Enschede als de evenementenstad van Oost Nederland. Of het nu gaat om sport, theater, muziek, technologie of wetenschap: hier bieden we iedereen een podium en geven we ruimte aan vermaak. Een gevarieerd evenementenaanbod biedt ruimte voor ontmoeting en ontspanning en zet Enschede op de kaart.

Ambitie 2028:

- 7. Evenementen werken allen samen aan het uitdragen van ons imago**
 - a. Enschede Promotie en gemeente voeren regie op samenwerking evenementen
 - b. Enschede Promotie heeft loketfunctie voor alle evenementen op het gebied van informeren, adviseren en motiveren
 - c. Evenementenmarketing zorgt voor uniforme herkenbaarheid Enschedese evenementen
- 8. Enschede herbergt originele en innovatieve evenementen**
 - a. Enschede Promotie initieert initiatieven voor vernieuwing evenementen aanbod
 - b. Enschede Promotie is penvoerder Bruisende Binnenstad Evenementen
 - c. Jaarlijkse afstemming en kennisdeling evenementen organisatoren
 - d. Enschede Promotie is kennisbron en vraagbaak organisatoren en overheden



DOELGROEPEN

BEWONERS EN BEZOEKERS

Enschede Promotie bakent deze doelgroepen af o.b.v. het leefstijlsegmentatiemodel van SAMR. Aan de basis van de Leefstijlvinder ligt het BSR™-model. Dit is een wetenschappelijke leefstijlmodel dat de drijfveren van mensen ontrafelt, zodat je weet wat je moet doen om mensen in beweging te krijgen.

NEDERLAND

(Meerdaagse) bezoekers: Inzichtzoekers. Daarnaast Plezierzoekers en Harmoniezoekers
Bewoners*: Plezierzoekers, Harmoniezoekers, Stijlzoekers, Rustzoekers, Verbindingzoeker. Dit is 80% van de bevolking.

** Hieronder vallen naast de inwoners van de gemeente Enschede, ook de inwoners van de gemeente Hengelo, Borne, Oldenzaal, Losser en Haaksbergen. Inwoners van al deze gemeenten worden op dezelfde manier benaderd qua content en copy. Alles daarbuiten valt onder de doelgroep 'bezoekers'.*

DUITSLAND

We richten ons zich zowel op de huidige doelgroep die de stad bezoekt voor winkelen, de markt en de horeca, als op nieuwe doelgroepen, met name cultuurliefhebbers en meerdaagse bezoekers. Dit betekent dat er ook een kwaliteitsslag in de doelgroep wordt gemaakt:

Primair: Dagbezoekers die Enschede bezoeken voor winkelen, de markt en culinaire ervaringen.

Secundair: Cultuur- en geschiedenis geïnteresseerde bezoekers uit NRW en Niedersachsen die geïnteresseerd zijn in de culturele scene, evenementen, festivals en de rijke geschiedenis van Enschede, met name in het kader van de 700-jarige viering van de stad en de unieke kans op een imagowissel, waarbij Enschede zich kan profileren als zowel een winkelbestemming als een culturele hotspot.

TALENT

De doelgroep talent is afgebakend o.b.v. onderzoek. Onder deze doelgroep vallen studenten op MBO, HBO of WO-niveau die bij één van de kennisinstellingen in de stad Enschede studeren. In totaal zijn dit bijna 30.000 studenten. Uit het onderzoek van Enschede Promotie, in samenwerking met I&O Research, 'Wat vind jij van Enschede' blijkt dat 90% van de ondervraagden tussen 17 en 25 jaar is, met een gemiddelde leeftijd van 22,3 jaar. Deze generatie talent kan ook worden beschreven als de generatie Z. De generatie Z is geboren in of na het jaar 1996. Ongeveer 33% van de totale doelgroep is internationale student en ongeveer 66% is Nederlandse student (University Innovation Fellows, 2018).

ONDERNEMERS

De lokale ondernemers zien we niet direct als een groep waarop wij onze promotie richten, maar zijn zij een belangrijk uithangbord voor de stad Enschede buiten onze gemeentegrenzen. Als alle bedrijven uitdragen dat zij uit Enschede komen en daarbij ook nog laten doorschemeren wat wij als stad zijn, dan draagt dat sterk bij aan positionering als stad voor talenten en ondernemerschap. Via bedrijven netwerkorganisaties pakken wij de informatie op en kan men op onze website een mediapakket vinden voor eigen gebruik.



SAMENWERKINGSPARTNERS

- Enschede Promotie werkt nauw samen met diverse strategische partners om haar doelstellingen te realiseren. Deze partners zijn onder meer:

 - Gemeente Enschede:** Strategische partner op het gebied van citymarketing en evenementenbeleid.
 - Kennisinstellingen:** Samenwerking met de Universiteit Twente, ArtEZ/AKI, Saxion en ROC om talenten aan te trekken en te behouden.
 - Cultuurpartners:** Het culturele veld, waaronder musea en theaters, om gezamenlijk de culturele agenda van Enschede vorm te geven.
- Evenementenorganisatoren:** de vormgevers van ons DNA via activiteiten, evenementen en festivals
 - SBME:** Samenwerkingsverband van vastgoed, winkeliers, horeca, marktbond, en gemeente om de binnenstad aantrekkelijk te houden.

Bij de uitvoering van onze ambities werkt Enschede Promotie samen met partners op diverse terreinen:

STICHTING ENSCHEDE PROMOTIE	STRATEGISCH	UITVOEREND	PROMOTIONEEL	KENNISDELING	COPRODUCTIE	FINANCIEL
Gemeente	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kennisinstellingen	✓		✓	✓		✓
Cultuurpartners	✓	✓	✓	✓	✓	✓
evenementenorganisatoren	✓	✓	✓	✓	✓	
SBME	✓		✓	✓		
VHSE		✓				✓
Winkelhart		✓				✓
Ondernemersfonds		✓				✓
Twente Marketing & Stedenband	✓			✓		
Euregio steden	✓		✓	✓		
IKT				✓		
Twente Board				✓		
Leisure Partners			✓	✓		
Stichting Enschede 700 (2025)		✓	✓	✓		✓

ACTIVITEITEN

In de periode tot 2028 werken wij jaarlijks vanuit deze activiteiten naar onze doelen toe:

CAMPAGNES:
onze ambities vertalen wij met beelden en teksten voor onze doelgroepen. Middels on- offline promotie vertellen wij verdeeld over het jaar deze inspirerende verhalen. Video, foto, blogs en podcasts verbeelden ons verhaal en hebben we hier een groot bereik mee op onze social mediakanalen

BRANDSTRATEGIE:
Enschede wil zich vermarkten als een technologische, innovatieve en creatieve stad. Wij spelen hierin als bewaker, aanjager en regisseur van het merk Enschede een belangrijke rol. Uiteraard is ons online platform hier een stevige basis, maar bieden onder andere ook evenementen en free publicity een goede plek om ons brand te positioneren.

BRAND AWARENESS:
Ons werk draagt als doel om te komen tot het gewenste imago. Om dit te toetsen, onderzoeken en meten we onze resultaten. De opbrengsten dienen als input voor volgende city stories. Vanuit de huidige GA4 data breiden we de data opbrengst uit met kwalitatieve en kwantitatieve data. Dit doen we vanuit een samenwerking met de gemeente en regionale marketingpartners

CITY DRESSING:
een vrolijk en gezellig straatbeeld in de binnenstad versterkt het bruisende gevoel en geeft uiting aan de thema's van de evenementen. Dit doen we met onder andere boomversiering, verlichting, slingers en objecten in het straatbeeld van de Binnenstad.

VRIJETIJDS-ECONOMIE/ GASTVRIJHEID:
continu wordt er samen met partners gewerkt aan het verbeteren van het aanbod producten voor de vrijetijdsbestedingen. Routes, folders, arrangementen ism leisure & cultuur worden verder doorontwikkeld.

TOURIST INFO:
We willen het verblijf van bezoekers vergemakkelijken, mede door hen de juiste informatievoorziening aan te bieden en hen een warm welkom te geven. Via diverse websites, social media en onze fysieke Tourist Info (Punten), ontsluiten we al wat Enschede te bieden heeft.

CONTENT:
Belangrijk voor de stad is dat de vindbaarheid en zichtbaarheid van ons aanbod optimaal is. Met het sterke online platform onderhouden wij dit, maar is dit platform ook de basis om ons imago te promoten. Hierbij gebruiken we diverse innovatieve methodieken voor content en social media marketing, e-mailmarketing, SEO en SEA. Onder ons online platform vallen de volgende websites, social mediakanalen en nieuwsbrieven:

- Websites:
- Uitinenschede.nl
 - Stadtenschede.de
 - visit-enschede.com
 - Cityofenschede.com
 - Studyinenschede.com
 - enschedestudentenstad.nl
 - Enschedepromotie.nl

- Nieuwsbrieven:
- Uit In Enschede
 - Stadt Enschede
 - Study in Enschede
 - Nieuwsbrief Enschede Promotie (stakeholders)

- Social media:
- Facebook: @enschede | @stadtenschede
 - Instagram: @enschede | @studyinenschede
 - Pinterest: @enschede | @stadtenschede
 - LinkedIn: @enschedepromotie
 - TikTok: @uitinenschede

ACTIVITEITEN

Enschede Promotie is herkenbaar vanuit de volgende rollen:

STRATEEG:

Samen met gemeente, kennisinstellingen, bedrijven en belangenbehartigers ontwikkelen we ons gezamenlijke vergezicht. Alle beleidsnotities (zie bijlage) liggen hiervoor aan de basis van verdere uitwerkingen en gezamenlijke projecten.

INNOVATOR:

Opsporen van trends en vertalen naar vernieuwende, onderscheidende en verrassende producten. Regisseur: Aanjager van processen, waarbij we enthousiasmeren, plannen vormen en projecten in beeld brengen

VERBINDER:

Samenwerking tussen partijen organiseren en stimuleren.

UITVOERDER:

Zelf campagnes, activiteiten en evenementen organiseren altijd in afstemming met partners en op basis van draagvlak vanuit de stad.

ADVISEUR:

Partijen van advies voorzien bij het ontwikkelen en implementeren van activiteiten en evenementen.



ORGANISATIE

Enschede Promotie is een zelfstandige stichting en is gesitueerd in het hart van de stad. Enschede Promotie richt zich op de deelgebieden evenementen, (city)marketing, vrijetijdseconomie en gastvrijheid. De stichting bestaat uit 12,4 FTE en wordt geleid door een directeur-bestuurder. Een Raad van Toezicht staat de stichting bij met advies en houdt controle op de bedrijfsvoering. Qua financiën is Enschede Promotie voor een belangrijk deel afhankelijk van subsidiegelden vanuit de gemeente Enschede en eventueel vanuit de provincie. De stichting heeft ook als taak om geld uit de markt te halen bij o.a. het Ondernemersfonds, SBME, VHSE en Winkelhart, Leisure Partners, Kennisinstellingen en overige stadspartners.

Als werkgever vinden wij het belangrijk om te blijven investeren in onze medewerkers. Dit doen wij vanuit een gezond werkklimaat en stimuleren wij onze collega's om hun kennis te vergroten via leer- en ontwikkelprogramma's. Wij willen een modern en aantrekkelijke werkgever zijn.

EVENEMENTEN AFDELING
(2,6 FTE, incl. inhuur)

Momenteel hebben we voor de organisatie van de jaarlijks terugkerende evenementen twee Eventmanagers en een evenementen coördinator. Zij coördineren, regisseren en organiseren diverse evenementen van het projectbureau evenementen. Samen met de gemeente bekijken we komende jaren of deze capaciteit voldoende is ten opzichte van de gewenste loketfunctie van de gemeente.

CONTENTTEAM
(5,6 FTE)

Voor het beheer, onderhoud en de ontwikkeling van onze eigen middelen hebben we een toegewijd content team. Zij houden zich bezig met het beheer en ontwikkelen van onze websites, social-mediakanalen, folders, agenda-doeken, uitagenda's, routes, magazines etc.

MARKETING- EN BRANDTEAM
(1,6 FTE)

Twee senior marketeers zijn, samen met de directeur-bestuurder, verantwoordelijk voor de merk strategie. Dit doen zij door de ontwikkeling en implementatie van diverse projecten en campagnes, waarbij het merk Enschede centraal staat, de merkbeleving bewaakt wordt en er doorgebouwd wordt aan ons imago.

ONDERSTEUNING & GASTVRIJHEID
(2,6 FTE)

Voor het efficiënt en zorgvuldig functioneren van de stichting is het officemanagement, de financiële en HR-ondersteuning van groot belang. Ook het beheer en de organisatie van de Tourist Info valt hieronder.

EVALUATIE EN MONITORING

Om de uitvoering van de gestelde ambities voor 2028 te volgen en te monitoren, stellen we een aantal meetmomenten in. Voor sommige onderwerpen hebben we al data beschikbaar. Dit zijn voornamelijk kwantitatieve gegevens, die we online meten of fysiek beschikbaar hebben op enkele plekken in de stad. Kwalitatief inzicht in de beleving van onze doelgroepen, wordt alleen maar belangrijker. Fijn dat we weten hoeveel mensen onze stad bezoeken, maar de kwalitatieve verdieping geeft ons inzicht in de motivatie, behoefte en beleving.

In 2028 hebben we een representatieve meetmethodiek voor de kwantitatieve data ontwikkeld en vastgelegd. Samen met de gemeente realiseren we meetpunten voor bezoekersstromen en een gezamenlijke data-analyse. Met deze informatie kunnen we gericht bouwen aan onze stad en weten we dat wat we doen ook het juiste is.

In het bijgesloten monitoringsplan staat de evaluatie en monitoring verder beschreven.



COLOFON

Tekst Enschede Promotie
Fotografie Emiel Muijderman, Enschede Promotie
Vormgeving UNCOMMON

STICHTING ENSCHEDE PROMOTIE Langestraat 41 | 7511 HB Enschede
+31 (0)53 480 19 70 | info@enschedepromotie.nl | www.enschedepromotie.nl

© 2024 Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen en/of openbaar gemaakt worden zonder schriftelijke toestemming van Enschede Promotie.

CITYMARKETING.
EVENEMENTEN.
TOERISME.