

JAARVERSLAG 2022



INHOUD

	pagina
1. BESTUURSVERSLAG 2022	3
2. REALISATIE MARKETINGJAARPLAN 2022	14
3. VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT 2022	27
4. JAARREKENING 2022	29
5. ACCOUNTANTSVERKLARING	46
6. BIJLAGE: AMBITIEPLAN ENSCHEDE PROMOTIE	51

1. BESTUURSVERSLAG 2022



INLEIDING

Het jaar 2022 was weer een prachtig jaar waarin we terugkijken op veel mooie activiteiten, evenementen en campagnes! Het jaar stond in het teken van 'we mogen weer'. Halverwege februari 2022 werden de corona maatregelen versoepeld en konden we weer aan de slag met evenementen, activiteiten en campagnes. En iedereen snakte hierna, want vrijwel alle evenementen en activiteiten waren in 2022 een daverend succes met hoge bezoekersaantallen.

In het voorjaar zijn we begonnen om de stad weer in het zonnetje te zetten door letterlijk de bloemetjes buiten te zetten met onder andere prachtige levensgrote tulpen. Een campagne die heeft geresulteerd in veel goodwill bij bezoekers en ondernemers van onze mooie stad.

Dit jaar stond in het teken van evenementen, wat fijn dat het allemaal weer kon! Op Koningsfestival waren er historisch veel bezoekers in de stad, hebben we met Symphonic Broadway op de Oude Markt echt een nieuw cultureel evenement aangeboord en is het introductieconcert voor eerstejaars studenten een waar succes geworden met een schitterende line-up. Dit alles natuurlijk in samenwerking met onze partners vanuit de stad.

Online hebben we ook weer prachtige resultaten geboekt, zo hebben we in december 2022 de magische grens van 2.000.000 sessies op al onze kanalen bereikt. Hiermee kunnen we ons vergelijken met de grote steden in Nederland. Echt iets om trots op te zijn.

Ook onze campagnes in de regio en in Duitsland (zowel online als offline) hebben weer goede resultaten geboekt en onze Duitse gasten weten de weg naar Enschede inmiddels weer goed te vinden. Met deze campagnes hebben wij het aanbod van winkels, horeca en cultuur weer goed onder de aandacht gebracht bij zowel bewoner als bezoeker.

Vanaf november 2022 konden bezoekers aan de Tourist Info de nieuwe merchandise artikelen van Enschede kopen, waaronder sokken, muts, pen, T-shirts e.d.. Deze artikelen kunnen zowel online, in de enschede-shop.nl, als off-line, in de nieuwe Brandstore van Enschede Promotie, gekocht worden.



Tot slot hebben we het jaar afgesloten met een mooie lichtkunstroute 'Enschede Lights Up' met een bezoekersaantal van 20.000. Een waar succes dat zeker smaakt naar meer. Dit alles ondersteund door een landelijke campagne waarin we de creatieve stad Enschede onder de aandacht hebben gebracht met een radiospot op NPO1,2 en 3 en een advertorial in de Volkskrant, Trouw en het Parool. Zo een greep uit alle activiteiten die Enschede Promotie samen met haar partners heeft ontwikkeld. Kortom, het was een prachtig jaar waarin we Enschede weer goed op de kaart hebben gezet! Graag wil ik alle partners en de gemeente Enschede hartelijk danken voor de fijne samenwerking en de betrokkenheid.

Voor u ligt het bestuursverslag 2022 met verdere toelichting op de (financiële) ontwikkelingen bij Enschede Promotie.

FINANCIËN

Het resultaat over boekjaar 2022 bedraagt € 4.862,- positief. Vanuit het bestemmingsfonds is er een onttrekking geweest van € 17.072,- als gevolg van de resultaatbestemming. De eigen inkomsten vanuit advertenties en standplaatsen was in 2022 € 21.934,-. Dit deel is toegevoegd aan de bestemmingsreserve voor de nutsvoorziening.

Ten opzichte van de begroting is er een besparing gerealiseerd die voornamelijk het gevolg is van lagere personeelslasten en grotendeels door ontvangen ziekengelden. De werkzaamheden zijn opgevangen door het team en niet door inzet van vervangers. Tevens is er een besparing geweest in de salarissen en sociale lasten wegens een lagere inzet van FTE's.

HET BESTEMMINGSFONDS

Het bestemmingsfonds is afgenomen van € 253.011,- naar € 218.939,-. (€ 253 -/ €15 -/ 147 + 95 +33) Binnen het bestemmingsfonds zijn de volgende bedragen als volgt geormerkt. De sfeerverlichting is volgens begroting afgenomen met € 15.450,- (van € 55.980,- naar € 40.530,-), dit deel van het fonds is benut voor de servicekosten van de sfeerverlichting in 2022. Het bedrag voor doorgeschoven projecten is met € 18.622,- afgenomen van € 197.031,- naar € 178.409,-. Dit is het gevolg van de benutting van overlopende subsidies vanuit 2021 à € 147.000,- (€130.000,- benut via resultaatbestemming en €17.000,- is gereclassificeerd) Deze gelden zijn benut (zoals afgesproken met de gemeente Enschede) voor de Brandstore, dagcampagne Nederland, campagne Duitsland, Lichtprojectieroute en campagne 'Bloemetjes buiten'. Vanuit de subsidie 2022 is € 95.000,- niet benut en in overleg met de gemeente toegevoegd aan het bestemmingsfonds: € 53.000,- is meegenomen naar 2023 voor het project 'Street-art'.

Ook het 'ambassadeursprogramma' à € 20.000,- welk start in 2023, is niet benut in 2022 en wordt meegenomen naar 2023. Ook is er € 22.000,- niet benut voor de nieuwe portal, welke in 2023 zal worden gerealiseerd. Vanwege de besparing in de personeelslasten is er een bedrag van € 33.378,- toegevoegd.

OVERLOPENDE SUBSIDIE 2021

We hebben vanuit 2021 € 197.000,- meegenomen naar 2022. Hiervan hebben we in 2022 € 147.000,- benut. Door omstandigheden en in afstemming met de gemeente Enschede is er in 2022 geen uitvoering gegeven aan het project 'Street-art' à € 20.000,- en aan het project kwartiermaker events à € 30.000,-. Met de gemeente Enschede hebben we afgesproken dat we beide bedragen voor deze projecten mogen meenemen naar 2023 en we zijn met hen in gesprek hoe we deze overgebleven middelen gaan inzetten in 2023.

BESTEMMINGSRERVE

In de bestemmingsreserve á € 293.621,- zijn een viertal projecten opgenomen:

1. Merkontwikkeling á € 130.000,-
2. Nutsvoorziening á € 21.934,-
3. Lichtprojectieroute á €33.250,-
4. Meerdaags toerisme á € 118.437,-

Wij zijn voornemens om deze gelden in 2023 en 2024 te benutten zodat wij voor een langere periode deze projecten kunnen doorzetten. En deze gelden zijn er voor het opvangen van kostenstijgingen van de projecten door inflatie. Aangezien de indexering van de subsidie voor 2023 2,7% bedraagt, terwijl de kostenstijging tussen de 5% en 10% bedraagt.



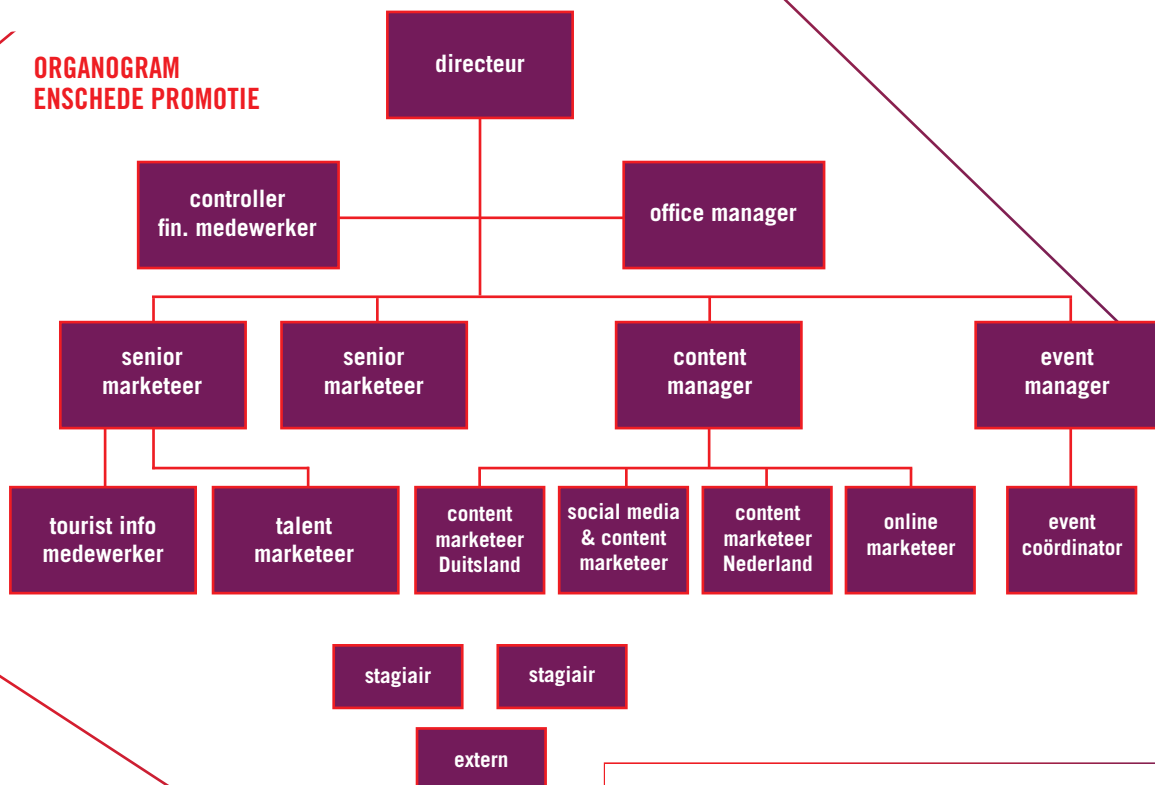
PERSONEEL

Het team van Enschede Promotie telt ultimo 2022 in totaal 10,77 fte (in 2021: 10,10 fte). De meeste medewerkers zijn logischerwijs actief op Marketing en Evenementen: 7,93 fte. Op Finance en Control werkt één financieel medewerker. Enschede Promotie heeft daarnaast voor één dag in de week een externe controller ingehuurd via het bedrijfsbureau van Kaliber Kunstschool, voor het opstellen van de maandrappontages, jaarrekening, begroting en het verrichten van controles. Op de afdeling Marketing hebben we twee dagen in de week een online marketeer ingehuurd om onze campagnes online weg te zetten en om onze enschede-shop.nl goed te laten functioneren voor de cadeaukaart en de merchandise lijn. Per september 2022 hebben we een nieuwe online marketeer aangenomen voor 4 dagen in de week. Voorlopig werkt zij 3 dagen in de week omdat zij ouderschapsverlof heeft opgenomen á 1 dag in de week.

Daarnaast hebben we per oktober helaas afscheid moeten nemen van onze marketeer Talent omdat zij een andere functie/opdracht heeft gevonden. In het begin van het jaar hebben we op de afdeling evenementen versterking gehad van een medewerker die gedetacheerd was vanuit Poppodium Metropool tot eind april voor 2 dagen in de week. Daarna heeft een tijdelijke junior content marketeer een verlenging van het contract gekregen in de functie van event medewerker ter ondersteuning van de afdeling evenementen in de periode van april tot en met augustus 2022.

Het ziekteverzuim bij Enschede Promotie was in 2022 1,9% (in 2021: 2,2%, landelijk 5,56% (t/m derde kwartaal)). Helaas is onze eventmanager een paar weken uitgevallen door ziekte. Dit heeft verder geen effect gehad op de uitvoering van de evenementen.

ORGANOGRAM ENSCHEDE PROMOTIE



BESTUUR ENSCHEDA PROMOTIE

Directeur- Bestuurder:	mevrouw M.D. ter Brugge
Voorzitter Raad van Toezicht:	de heer M.L. Hartmann
Lid Raad van Toezicht:	mevrouw C. Landewé
Lid Raad van Toezicht:	de heer G.J. Hospers
Lid Raad van Toezicht:	de heer M.J. Groenendijk

BELEID & STRATEGIE

MERK ENSCHEDA

Enschede Promotie draagt met haar activiteiten bij aan de strategische doelen van de stad Enschede. Dit doet zij door het merk Enschede te ontwikkelen en invulling en uitvoering te geven aan een aantal pijlers van de Citymarketingvisie Enschede.

Ook in 2022 stond de merkontwikkeling centraal. Zo hebben we diverse evenementen materialen ontwikkeld rondom het merk Enschede die zijn ingezet op verschillende evenementen zoals de Military en Singelloop. Ook hebben we dit jaar een bewonerscampagne ontwikkeld waarbij de bewoner een creatief idee kon inzenden voor het 'hekje' van Enschede. Daarnaast hebben we via onze content ontwikkeling veel aandacht besteed aan de onderwerpen technologie, creativiteit en innovatie. Ook in 2023 gaan we verder met de ontwikkeling van ons merk en zijn wij voornemens om bewoners en bedrijven ambassadeur te maken van ons merk.

HUISSTIJL

Zowel de stad Enschede als de gemeente Enschede hebben het nieuwe merk omarmd en laten dit terugkomen in al hun uitingen. Zo heeft Enschede Promotie in 2022 alle uitingen aangepast in de nieuwe huisstijl. Ook de gemeente Enschede voert deze nieuwe huisstijl gefaseerd door. Zo hebben we met elkaar een éénduidige communicatielijijn opgezet.

TOERISTISCHE AGENDA

Toerisme is van belang voor Enschede. In 2021 heeft de gemeente Enschede hierop actie ondernomen en is in afstemming met Enschede Promotie en de verschillende partners vanuit de stad gekomen tot een nieuwe Agenda Toerisme. Deze agenda is besproken in de gemeenteraad en heeft de terugkoppeling gekregen dat er aanvullingen moeten komen waaruit moet blijken welke bedragen waarvoor worden ingezet. Het vervolg hiervan vindt plaats in 2023.

ACTIEPROGRAMMA BINNENSTAD

Het actieprogramma binnenstad is in 2022 vastgesteld door de gemeenteraad. Vervolgens is er een stuurgroep opgericht waarin Enschede Promotie deelneemt, om te onderzoeken welke projecten prioriteit krijgen, wat het ambitieprogramma gaat



worden en welke middelen aan welke projecten toebedeeld gaan worden. In 2022 is een start gemaakt met deze stuurgroep welke vervolg krijgt in 2023. Enschede Promotie is hierin een belangrijke partner.

CULTUURBELEID

De gemeente Enschede heeft in 2022 een start gemaakt met de ontwikkeling van het nieuwe cultuurbeleid. Enschede Promotie denkt vanuit haar positie mee aan deze ontwikkeling en helpt mee met de ontwikkeling van dit beleid. Collectief wordt dit aangevlogen via het cultuurberaad, een overleg van directeurs uit de cultuursector van Enschede, waar ook Enschede Promotie zitting in heeft. Belangrijk hierin is dat vanuit de Citymarketingvisie technologie, innovatie en creativiteit een belangrijke positie krijgt in het cultuurbeleid.

EVENEMENTENBELEID

De gemeente Enschede heeft in 2022 meerdere bijeenkomsten georganiseerd voor de ontwikkeling van het nieuwe evenementenbeleid. Echter is deze planning uitgesteld naar 2023. Enschede Promotie geeft in afstemming met haar partners advies op dit beleid en de ontwikkeling hiervan.

AMBITIES ENSCHEDA PROMOTIE

Enschede Promotie heeft een ambitieplan neergelegd bij de gemeente Enschede voor de toekomst van de stad en de organisatie Enschede Promotie. Dit plan kan eventueel meegenomen worden in de zomernota 2023 van de gemeente Enschede, waardoor er wellicht meer middelen beschikbaar komen om deze plannen te realiseren. Enschede Promotie heeft eind 2022 dit plan opgeleverd bij de gemeente Enschede en gaat in 2023 verder in gesprek met de gemeente Enschede om te kijken of deze ambitie te realiseren is. In de bijlage van dit bestuursverslag staat het ambitieplan beschreven.

SAMENWERKINGEN

(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- en zaterdagmarkt), 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 zij (financieel) bij aan de activiteiten van Enschede Promotie om de stad verder op de kaart te zetten als een aantrekkelijke dag- en weekendbestemming.

CULTUUR

De directeur van Enschede Promotie heeft zitting in het strategisch cultuurberaad, de coöperatie van dertien professionele culturele instellingen in Enschede. Het cultuurberaad komt 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 de senior marketeer van Enschede Promotie met grote regelmaat met haar collega's van de culturele instellingen om tafel, voor een nog betere afstemming en om de samenwerking te bevorderen.

ONDERNEMERSFONDS (OF)

In het Ondernemersfonds (OF) komen de opbrengsten terecht van het precarierecht (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. Zo heeft ook Enschede Promotie in 2022 weer verschillende aanvragen bij het OF gedaan voor financiële ondersteuning die ook toegekend en uitgekeerd zijn.

SPONSOREN & ADVERTENTIEVERKOOP

Voor verschillende projecten klopt Enschede Promotie aan bij haar sponsors. De Uitagenda, de website utinenschede.nl en het Citymagazine worden mede gefinancierd met de opbrengsten uit advertenties. De totale advertentieverkoop bedroeg in 2022 € 12.321,- (€ 4.290,- in 2021). (Uitagenda € 6.422,-; City Magazine € 4.011,- ; Online € 1.888,-)

TWENTE MARKETING EN TWENTE BOARD

Enschede Promotie werkt samen met Twente Marketing in verschillende overlegstructuren. Daarnaast heeft Enschede Promotie dit jaar meegedacht aan de nieuwe visie van Twente Marketing 'Vrij zijn in Twente', waarvan de presentatie in december 2022 heeft plaatsgevonden in Hengelo. In het reguliere overleg met de gemeente Enschede, Twente Marketing en Enschede Promotie bespreken wij de plannen/projecten en kijken we waar we de verbinding kunnen leggen. Op operationeel niveau is er regelmatig overleg tussen beide partijen. Ook hebben we met de komst van de nieuwe marketingmanager van Twente Board regelmatig overleg om te kijken waar we kunnen samenwerken en waar we elkaar kunnen versterken.

LEISURE PARTNERS EN TOERIST INFO PUNTEN

De laatste gelden vanuit de toeristenbelasting (overgeheveld vanuit voorgaande jaren) hebben we in 2022 besteed in afstemming met onze Leisure partners waaronder hotels, B&B's, campings en vakantiewoningen. Jaarlijks komen we bij elkaar om te bespreken welke activiteiten en evenementen er op de planning staan en hoe onze Leisurepartners hierop kunnen inspelen zodat we gezamenlijk het meerdaagse toerisme stimuleren. Ook hebben we naast ons eigen Tourist Info Punt, drie andere TIP's in de stad: Stoet, SamSam en Broekhuis. Jaarlijks nodigen wij deze TIP's uit en brengen wij ze op de hoogte van alle ontwikkelingen in de stad op toeristisch gebied. Ook verzorgt onze Toerist Info medewerker de bevoorrading van folders bij onze Leisure partners en bij deze TIP's.

KENNISINSTELLINGEN

Ook hebben we in 2022 weer regelmatig contact gehad met de kennisinstellingen. We bespreken regelmatig met hen de ontwikkelingen van het merk Enschede, hoe we de student kunnen bereiken via Study in Enschede en wat we gezamenlijk kunnen oppakken om samen te bouwen aan het merk Enschede als technologische, innovatieve en creatieve stad. En hoe we talent kunnen behouden voor onze stad. Zo zijn we bezig geweest om een lichtprojectie event te organiseren in samenwerking met deze kennisinstellingen waaronder Hogeschool Saxion, AKI/ArtEZ (Hogeschool voor de Kunsten), UT, 100% Fat etc. Dit heeft geresulteerd in een prachtig evenement in december 2022 'Enschede Lights-Up' met meer dan 20.000 bezoekers tot gevolg. Ook hebben we dit jaar een studentenevent georganiseerd in de binnenstad in afstemming met onze kennispartners.

Verder hebben we onze banden verstevigd met Enschede LAB, de partij die stad, onderwijsinstellingen en studenten met elkaar verbindt. Daarnaast hebben we contact met deze instellingen in het kader van 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. Afgelopen jaar hebben we met diverse partners uit de binnenstad gekeken naar een gezamenlijke aanvraag bij het evenementensubsidiebudget. Dit is helaas niet gelukt, maar in 2023 gaan we verder met elkaar in gesprek om te onderzoeken hoe we tot een gemeenschappelijke programmering kunnen komen.



MARKETINGJAARPLAN 2022

In het marketingjaarplan 2022 (dossiernummer 2200106648, DIR 1870) inclusief begroting staat beschreven welke activiteiten Enschede Promotie wilde ontwikkelen in 2022. Deze zijn samengevat in het onderstaande schema, dat wij groot op de afdeling hebben hangen, zodat het gehele team steeds op de hoogte is geweest van de planning en de ontwikkelingen.



FINANCIËLE VERANTWOORDING EVENEMENTEN 2022

KONINGSFESTIVAL ENSCHEDE, 26 EN 27 APRIL 2022

In deze aanvraag tot vaststelling wordt omschreven hoe Koningsfestival Enschede editie 2022 eruit heeft gezien, zodat er een duidelijk beeld ontstaat waar de subsidie van de Gemeente Enschede à € 40.000,- excl. btw aan heeft bijgedragen.

Na twee jaar van afwezigheid was het weer mogelijk een volwaardig Koningsfestival te organiseren in de binnenstad van Enschede. Het Koningsfestival is een terugkerend evenement dat georganiseerd wordt ter viering van de nationale feestdag Koningsdag ter ere van het staatshoofd. Ook de nacht voorafgaand aan Koningsdag is onderdeel van het Koningsfestival. Koningsfestival Enschede is een breed en gratis toegankelijk volksevenement met een grote cultureel historische relevantie. Het evenement vond in 2022 plaats op dinsdag 26 april van 19:00 tot 02:00 uur en op woensdag 27 april van 08:00 tot 22:30 uur. Koningsfestival Enschede speelt zich af op het gehele stadserf (binnen de inritten) en het Stationsplein.

Highlights editie 2022:

- Optreden van Miss Montreal op het hoofdpodium trok veel bezoekers naar de Oude Markt.
- Koningsfestival 2022 werd aangevuld met twee nieuwe (culturele)pleinpartners:
 - Op het Wilminkplein werd een verrassend programma aangeboden voor een brede doelgroep door het Wilminktheater en Muziekcentrum Enschede, Kaliber Kunstenschool, Bibliotheek Enschede en Metropool.
 - Op het Stationsplein kon het publiek genieten en dansen op de techno-house plaatjes die werden gedraaid door de huis DJ's van de Spacebar.

Enschede Promotie was, net als voorgaande edities, als onafhankelijke organisatie verantwoordelijk om maximaal (voor zoveel redelijkerwijs mogelijk was), inhoud te geven aan haar verbindende rol tussen diverse partijen en belangen bij de organisatie van het evenement. Enschede Promotie was vergunninghouder en producent van het evenement. Daarnaast heeft Enschede Promotie de promotie van het evenement verzorgd. Samen met de diverse pleinpartners is het programma voor Koningsfestival vastgesteld en ingevuld.

Samenwerkende Programma Partners:

VHSE, Aspen Valley, Cafe Rocks, Stonewall, Ondernemers Walstraat, Spacebar/Warp, Wilminktheater en Muziekcentrum Enschede, Kaliber Kunstenschool, Bibliotheek Enschede en Metropool.

Doel en Doelgroep

Het doel van het evenement was om ter viering van de nationale feestdag Koningsdag een stadsfestival aan te bieden met daarbij de ambitie om uit te groeien tot dé stad van Oost-Nederland waar jong én oud Koningsnacht en Koningsdag viert. De doelgroep van het gehele evenement is breed en inclusief: alle leeftijden en alle bevolkingsgroepen. Daarnaast heeft iedere evenementenlocatie z'n eigen doelgroep.

KOSTEN		OPBRENGSTEN	
Kosten algemeen	€ 19.000,-	Verpachting/afdracht Oranjestad Subsidiedeel	€ 4.500,- € 14.000,-
Kosten aankleding	€ 18.500,-	Promotiebudget EP Subsidiedeel	€ 3.000,- € 3.000,-
Oude Markt hoofdpodium	€ 75.000,-	VHSE en OF Verpachting subsidiedeel	€ 65.000,- € 3.000,- € 7.000,-
Oude Markt podium Aspen	€ 7.500,-	VHSE Aspen Valley subsidiedeel	€ 2.500,- € 2.500,- € 2.500,-
Wilminkplein	€ 12.000,-	Partners Wilminkplein subsidiedeel	€ 8.500,- € 3.500,-
Walstraat	€ 7.000,-	Stonewall& horeca Walstr subsidiedeel	€ 3.500,- € 3.500,-
Hofstraat	€ 7.000,-	Café Rocks subsidiedeel	€ 4.000,- € 3.000,-
HJvanHeekplein matjesmarkt	€ 3.300,-	Verpachting subsidiedeel	€ 1.300,- € 2.000,-
Overig / onvoorzien	€ 6.000,-	Overlopend budget Pacht Subsidiedeel	€ 2.500,- € 1.500,- € 1.500,-
Totaal kosten	€ 141.800,-	Partners/pacht Subsidie Totaal opbrengsten	€ 101.800,- € 40.000,- € 141.800,-

NB: subsidie verdeeld over algemene kosten, aankleding, pleinen

INTRODUCTIECONCERT, 30 AUG 2022

Het Introductieconcert is een live-muziekconcert van 19:30 tot 01:00 uur in de binnenstad van Enschede en valt in de introductieperiode voor nieuwe studenten van de Universiteit Twente en Saxion.

Editie 2022

Het Introductieconcert kon na afwezigheid van twee jaar weer worden georganiseerd. In 2022 is Metropool als volwaardig programmapartner toegevoegd aan de organisatie. Metropool had voor deze editie een super line-up neergezet die vele bezoekers trok vanuit Enschede en de regio. De Oude Markt werd omgetoverd tot één groot studentenfeest. Bijna alle acts die te zien waren tijdens het Introductieconcert hadden die zomer furore gemaakt op de grotere festivals zoals Lowlands en Zwarte Cross. De commissies van Kick In en Saxion die betrokken waren bij de organisatie kijken terug op een zeer succesvolle editie. Line up Introductieconcert: DJ Collectief, The Heartbreaks, Primaat, Antoon, Froukje en Goldband.

Doel en de doelgroep evenement

Het concert heeft als doel om nieuwe studenten te laten kennismaken met alle facetten van de bruisende studentenstad Enschede. Tevens is dit het enige moment in de introductieperiode dat alle introductiestudenten van de universiteit en de hogeschool bij elkaar komen op dezelfde plek. Er komen gemiddeld ruim 5.000 bezoekers naar het concert, waarvan merendeel studenten zijn.

Samenwerkende partijen in de organisatie van het Introductieconcert zijn:

- Kick-In commissie (Universiteit Twente)
- HOI-commissie (Saxion)
- Vereniging Horeca Stad Enschede (VHSE)
- Enschede Promotie (EP)
- Metropool
- ArtEz
- Gemeente Enschede



Financiën

Subsidie gemeente Enschede	€ 15.000,-
Bijdrage UT	€ 15.000,-
Bijdrage Saxion	€ 15.000,-
Bijdrage VHSE	€ 15.000,-
Bijdrage Metropool	€ 3.000,-
Bijdrage Enschede promotie	€ 3.000,-
Promotiebudget EP	€ 1.500,-
Totale Opbrengsten	€ 67.500,-
Totale Kosten	€ 67.500,-

NB: Metropool en Enschede Promotie hebben t.b.v. gestegen kosten ieder een extra bijdrage van € 3.000,- gedaan

LICHTROUTE: 'ENSCHED E LIGHTS UP' 2022

Na twee jaar op de plank te hebben gelegen kon de lichtroute 'Enschede Lights Up' in 2022 worden uitgevoerd. In de periode van Winter Wonderland, waarin de binnenstad sfeervol was verlicht (en op de Oude Markt waar weer de schaatsbaan stond), kon het publiek genieten van diverse lichtprojecties. Deze gratis lichtbelevens route kon gelopen worden tussen 17:00 – 22:00 uur op donderdag 15 t/m zondag 18 december. Door verschillende technologieën werden meerdere kenmerkende locaties in de binnenstad op bijzondere wijze uitgelicht.

Doel en doelgroep

Het doel was tweeledig:

1. Het technologische, innovatieve en creatieve DNA van Enschede laten zien en ervaren.
2. Stimuleren van de economische spin-off in de binnenstad.

De doelgroep zijn inwoners, talenten en (potentiële) bezoekers uit de regio en Duitsland in de leeftijd 18 t/m 65 jaar en is op te delen in twee groepen:

1. Innovatieve: Deze groep staat open voor kunst, technologie, innovatie en nieuwe dingen ontdekken. Zij zijn in grotere mate geïnteresseerd in het verhaal achter de projecties en de vernieuwende technologieën die hierbij gebruikt worden.
2. Sfeerzoekers: deze groep zoekt gezelligheid met familie en vrienden. Houdt ervan verrast te worden en combineert dit met winkelen (voorafgaand) en/of lekker eten en drinken (na afloop).

Locaties en samenwerkende partners

Enschede Lights Up is een initiatief van Enschede Promotie in samenwerking met diverse programmapartners. De lichtprojecties werden op iedere locatie los van elkaar geproduceerd.

- Noorderhagen: 100% FAT
- Stationsplein: Planet Art
- Van Galenstraat: studenten en docenten van de opleiding Creative Media and Game Technologies van Saxion.
- Jacobusplein: Enschede Promotie, Total Image en Vision Impossible.
- Ei van Ko: Total Image i.s.m. Enschede Promotie.
- Wilminkplein: Wilminktheater en Muziekcentrum Enschede in samenwerking met componist en muzikant Maarten de Groot.

Bezoekers 2022

Bij de Tourist Info aan de Langestraat kon men tijdens de lichtroute een gratis routeboekje halen. Hier ontvingen de bezoekers die de route liepen tevens een 'glow in the dark' armbandje. Hierdoor heeft de organisatie de bezoekers kunnen tellen. Deze eerste editie van 'Enschede Lights Up' heeft ruim 20.000 bezoekers mogen verwelkomen.

Financiën

Enschede Promotie marketingbudget	€ 40.000,-
Enschede promotie (overlopend budget 2020)	€ 20.000,-
Gemeente Enschede Subsidie 2021	€ 20.000,-
Totaal opbrengsten	€ 80.000,-
Totaal kosten	€ 80.000,-



2. REALISATIE MARKETINGJAARPLAN 2022





01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 📅



JANUARI

10

De Stadsgravenstraat kreeg de afgelopen jaren een flinke boost. De afronding is met de gedichtenborden en als laatste de onthulling van een nieuwe muurschildering met daarop lokale muzikanten uit de blues en soulperiode, gemaakt door Sonna Krom.

26

De harde corona-lockdown is ten einde. Hoewel er nog restricties gelden mogen musea, bioscopen, theaters en horeca hun deuren weer openen. In onze online cijfers is direct een stijgende lijn te zien in de interesse in Enschede, zowel op de Nederlandse als Duitse website.

→
←

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

02

FEBRUARI




15 “Liefs uit Enschede”, een beproefd oud content concept, wordt nieuw leven ingeblazen. Lokale ondernemers worden in het zonnetje gezet.

19 Start regionale campagne “Zoek de grens op”. Met de inzet van abri's, radioreclame, advertenties in regionale huis-aan-huis bladen en online advertising werd de doelgroep bereikt. De CTR van de online campagne was 2,24%, ruim boven het landelijke gemiddelde van 1,92%.



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

03

MAART




11 Eddy, ons nieuwe, elektrische, mobiele informatiepunt rijdt naar zijn eerste bestemming: de open dagen op de Universiteit Twente.

21 Enschede zet de Bloemetjes Buiten. De binnenstad is een maand lang aangekleed met gigantische tulpen, mooie narcissen en kleurige margrietten. In de weekenden waren er stadswandelingen. Tevens is hier een outdoor- en online campagne aan gekoppeld om bezoekers uit de regio naar de stad te trekken. Met in totaal een online bereik van ruim 300.000.

31 Enschedeërs trots op toerisme in de stad', dit kwam uit het onderzoek van Stenden European Tourism Futures Institute, waarbij de impact van de vrijetijdseconomie op Twente is onderzocht. Lees [hier](#) de conclusies uit het onderzoek.

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

04

APRIL




01 Start landelijke campagne "Wanneer ga jij naar Enschede" met als doel toeristen te interesseren voor een weekendje Enschede. De campagne bestond uit radiospots op NPO Radio 1, Radio 2 en 3FM en advertorials in Libelle Magazine, Delicious Magazine en Volkskrant. En tevens een online advertentiecampaignedie geresulteerd heeft in 26.000 leads naar de website.

06 Overhandiging vernieuwd Citymagazine aan burgemeester Roelof Bleker.










07 Netwerkbijeenkomst in De Kleine Willem om ondernemers en partners te inspireren en de plannen voor 2022 te delen. Bekijk de aftermovie.

26/27 Koningsfestival Enschede: na twee jaar van afwezigheid kleurde de binnenstad weer oranje. De online advertentiecampaignede leverde een uitzonderlijk hoge CTR op van 14,16% op. De interesse zagen we ook terug in de stad. Het was zeer goed bezocht en één groot feest!




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



JUNI



01 Regionale collectieve evenementenpromotie. Naast de reguliere agendadoeken zijn er diverse flights ingezet met bus- en outdoorreclame.

10/11 De Special Olympics worden in Twente gehouden, de campus van de Universiteit Twente werd omgetoverd tot het Olympisch Dorp. De onderdelen bowlen, judo en zeilen vonden in Enschede plaats.






































































































































08 Openluchtconcert Symphonic Broadway op de Oude Markt. Dit hebben wij georganiseerd i.s.m. Phion, orkest van Gelderland & Overijssel, de Nederlandse Reisopera en Consensus Vocalis. Met financiële steun van Ondernemersfonds Enschede en het Paul Pella Fonds is dit concert mogelijk gemaakt.

16 Lancering van de Bouwroute, met kleurplaat voor kinderen, die gekoppeld was aan het evenement "Wij Bouwen de Toekomst". De route liep door de binnenstad en was te lopen t/m 21 augustus. In totaal hebben 2.215 kinderen meegedaan met de activiteiten.

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

AUGUSTUS





13/14 Als onderdeel van "Vier de Zomer" traden in dit weekend diverse straatartiesten op.

24 Campagne "We Make A Perfect Pair" gericht op nieuwe en huidige studenten om de Enschede Kortingskaart onder de aandacht te brengen. Studenten konden een gratis paar sokken ophalen. Aantal uitgegeven digitale kortingspassen staat op 3.599.

31 Introductieconcert: de aftrap van het nieuwe collegejaar. Dit jaar in samenwerking met Metropool als programmapartner, met als resultaat een uitbundig feestende menigte op de Oude Markt.

➔
➔

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

09

SEPTEMBER





16 Lancering van Street Art fiets- en wandelroutes met als doel om de creativiteit in de stad zichtbaar en toegankelijk te maken.

18 Eddy ging voor het eerst op tour langs leuke plekken en events in de stad. Dit weekend was hij bij Theater on Tour. Bekijk de reel op Instagram.



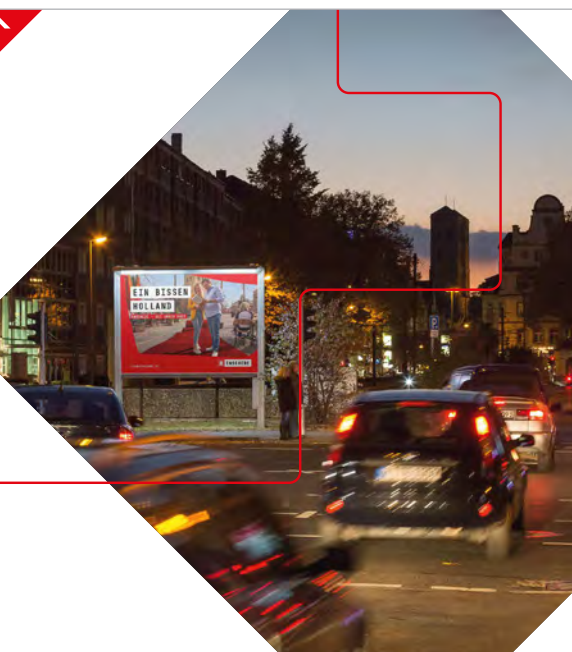




26 10 miljoen bereik op onze Facebookpagina's @enschede en @stadtenschede.

27 Flight 2 van de Duitsland campagne "Enschede. Sei Unser Gast".

29 Onze Duitse Facebookpagina wordt gevolgd door 30.000 mensen. Eind 2022 staat de teller inmiddels op ruim 31.000 volgers.



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

OKTOBER

03 2e flight regionale campagne "zoek de grens op. De regionale dagbezoeker werd bereikt met outdoor reclame, radioreclame, advertenties en online via Facebook Advertising en Google Ads. De online campagne heeft ruim 800.000 weergaven gegenereerd.

06/09 Promotiestand tijdens de Military Enschede-Boekelo, waarbij de winactie voor de nieuwe merchandise-lijn 200 waardevolle leads heeft opgeleverd.

11 Lancering speurtocht voor jeugdige speurneuzen! De 1,5 kilometer lange route leidt langs bijzondere plekken. In het doeboekje "Op avontuur in Enschede" staat de route, opdrachten en tips en grappige weetjes.

13 Lancering webshop met officiële Enschede-merchandise artikelen. Van coole caps tot hippe sokken. Bekijk [hier](#) de webshop.






18 Bekendmaking nieuwe exploitanten schaatsbaan Winter Wonderland: Tim Lammers (Kibeco) en Matthijs Vinke (de Heren Catering). Daarnaast zijn er meer sponsors binnengehaald dan bij eerdere edities.

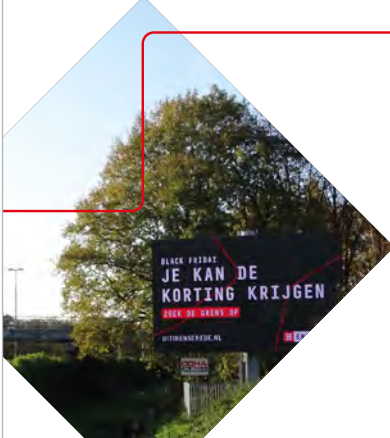
22 Drie zaterdagen achter elkaar boden we gratis stadswandelingen i.s.m. de Enschedese Stadsgidsen. In totaal zijn er 17 wandelingen georganiseerd, waaraan 157 mensen hebben deelgenomen. Op social media heeft de campagne een bereik van 40.000 opgeleverd.

31 41.368 auto's met Duitse kentekens hebben dit jaar in de gemeentelijke parkeergarages geparkeerd. Dit is het hoogste aantal ooit.

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

NOVEMBER

- 21 "Je kan de korting krijgen!" Met deze boodschap is er campagne gevoerd om te shoppen in Enschede, met een knipoog naar Black Friday. De campagne was goed zichtbaar door de inzet van 200 outdoor vlakken en snelwegmasten langs de A1 en A2. Het online bereik was ruim een half miljoen weergaven.
- 28 Workshop Online Zichtbaarheid voor ondernemers.



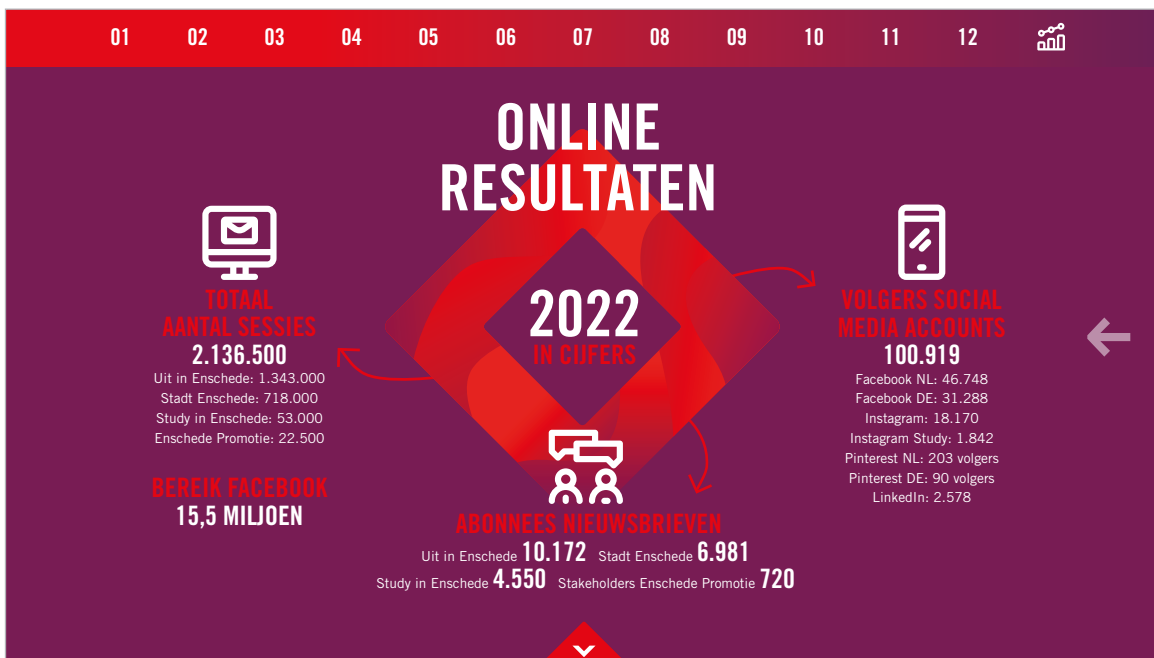
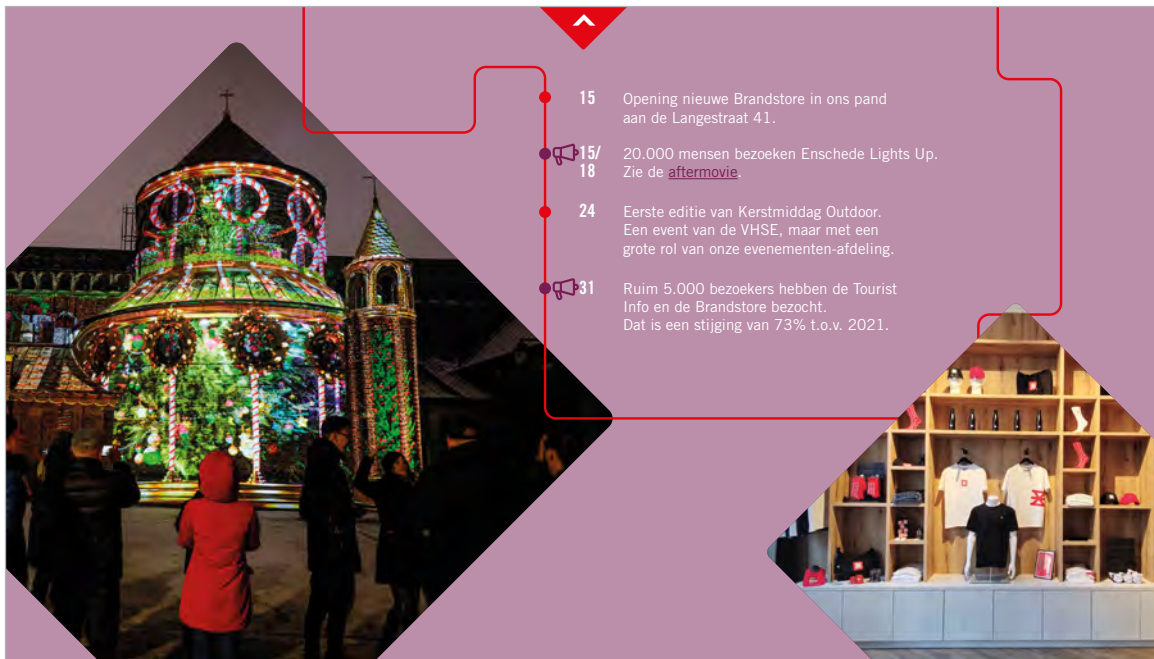

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 

DECEMBER

- 02 Aftrap van de 2e flight van de landelijke campagne "Wanneer ga jij naar Enschede". Met de inzet van radiospotjes en advertenties is er een bereik van ruim 4 miljoen gehaald.
- 05 Workshop Content Schrijven voor ondernemers.
- 09 Opening van Winter Wonderland met o.a. de schaatsbaan, sfeerverlichting- en objecten en de Stadsherberg.
- 12 Feestje! Twee miljoen sessies op onze websites samen. Het vorige record stond op 1,6 miljoen sessies (eind 2019).











3. VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT 2022



Afgelopen jaar was na de voorgaande 'corona' jaren gelukkig minder turbulent voor Enschede Promotie. Echter toch is er ook afgelopen jaar weer veel werk verzet en is de creativiteit weer goed tot uiting gekomen.

Voor wat betreft de Raad van Toezicht kunnen we spreken over een jaar waarin vooral aandacht was voor reguliere onderwerpen zoals personeel, financiën, evenementen en marketing. Daarnaast is er ook gesproken over de ambitie agenda van EP voor de komende jaren. De RvT heeft hiervoor afgelopen jaar 5 keer vergaderd.

In 2022 zijn er weer verschillende evenementen georganiseerd, dit was gelukkig vanaf februari weer mogelijk. Het was goed te merken dat bezoekers hier weer zin in hadden en de evenementen werden dan ook zeer goed bezocht.

Enschede Promotie heeft weer goed werk geleverd door onder andere het organiseren van grote evenementen zoals het Koningsfestival, Symphonic Broadway, Grolsch Summer Sounds, het Introductieconcert en Winter Wonderland. De ijsbaan op de Oude Markt is de hele periode druk bezocht, inclusief de curlingbaan.

Het jaar 2022 is afgesloten met bovengenoemd Winter Wonderland en daarnaast de succesvolle Lichtkunstroute 'Enschede Lights Up' met ongeveer 20.000 bezoekers.

Naast de live evenementen is er ook online succes geboekt. Prachtig resultaat is dat in december de magische grens van 2.000.000 sessies op alle websites is bereikt, dit is vergelijkbaar met aantallen die gehaald worden bij de grote steden in Nederland.

Verder is afgelopen jaar Enschede als creatieve stad landelijk onder de aandacht gebracht door radiospots op NPO 1, 2 en 3. Daarnaast middels een advertorial in de Volkskrant, Trouw en het Parool.

Voor de Duitse bezoekers is er een geslaagde Duitsland campagne geweest. Kortom Enschede is in 2022 weer goed op de kaart gezet en is er goed verder gewerkt aan het imago van Technische, Innovatieve en Creatieve stad.

Enschede Promotie heeft voor 2022 een subsidie aangevraagd, welke ook is toegekend van € 1.728.562,- exclusief BTW. Het jaarverslag en de jaarrekening zijn opgesteld en goedgekeurd in de vergadering van afgelopen 20 februari.

Met betrekking tot de bezetting van de RvT zijn er komend jaar ook de nodige veranderingen te verwachten. De voorzitter zal in de loop van dit jaar aftreden en daarnaast op korte termijn daarna ook een van de andere leden. De profielen ter vervanging zijn inmiddels uitgewerkt en besproken. De werving voor nieuwe leden is op basis hiervan dan ook in gang gezet.

Marko Hartmann



Voorzitter Raad van Toezicht
Stichting Enschede Promotie

Jaarrekening 2022

Controleverklaring

Bijlage: Ambitieplan Enschede Promotie

4. JAARREKENING 2022



BALANS

PER 31 DECEMBER 2022 (NA RESULTAATBESTEMMING)

BALANS (ACTIVAZIJD)	31-12-22		31-12-21	
	€	€	€	€
VASTE ACTIVA				
Materiële vaste activa		43.930		3.372
VOORRAAD				
- Merchandise		24.336		0
VLOTTENDE ACTIVA				
Vorderingen				
- Debiteuren	14.555		4.682	
- Gemeente	0		0	
- Belastingen en sociale lasten	97.362		90.573	
- Overige vorderingen	42.779		30.290	
		154.696		125.545
Liquide middelen		1.273.922		1.336.898
TOTAAL ACTIVA		1.496.884		1.465.815

BALANS (PASSIVAZIJD)	31-12-22		31-12-21	
	€	€	€	€
EIGEN VERMOGEN				
Algemene reserve	281.225		281.225	
Bestemmingsfonds	218.939		253.011	
Bestemmingsreserve	293.621		271.687	
		793.785		805.923
KORTLOPENDE SCHULDEN				
Crediteuren	357.993		168.534	
Belastingen en sociale lasten	22.580		20.392	
Overige schulden	322.526		470.966	
		703.099		659.892
TOTAAL PASSIVA		1.496.884		1.465.815

STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2022 EN 2021

STAAT VAN BATEN EN LASTEN	REALISATIE 2022	BERGROTING 2022	REALISATIE 2021
	€	€	€
BATEN			
Subsidie gemeente Enschede	1.838.404	1.778.900	1.633.187
Overige baten	513.525	471.000	91.806
Totaal baten	2.351.929	2.249.900	1.724.993
LASTEN			
Projectkosten	1.362.077	1.240.400	909.572
Lonen en salarissen	786.538	828.900	754.274
Afschrijvingen	8.975	5.400	5.999
Overige bedrijfslasten			
Huisvestingslasten	79.094	75.000	70.160
Algemene beheerslasten	104.561	107.600	98.000
Totaal lasten	2.341.245	2.257.300	1.838.005
BEDRIJFSRESULTAAT	10.684	-7.400	-113.012
Financiële baten en lasten	-5.822	-8.000	-4.601
RESULTAAT vóór resultaatbestemming	4.862	-15.400	-117.613
RESULTAATBESTEMMING			
Mutatie bestemmingsfonds	17.072	15.400	117.613
Mutatie bestemmingsreserve	-21.934	0	0
RESULTAAT ná resultaatbestemming	0	0	0

KASSTROOMOVERZICHT OVER 2022 EN 2021

KASSTROOMOVERZICHT	2022		2021	
	€	€	€	€
Bedrijfsresultaat		10.684		-113.012
- afschrijvingen investeringen	8.975		5.999	
- afschrijvingen desinvesteringen	-5.092		0	
totaal afschrijvingen		3.883		5.999
veranderingen in het werkkapitaal:				
- voorraad	-24.336		0	
- vorderingen	-29.151		-41.962	
- overige schulden	43.207		71.671	
		-10.280		29.709
Kasstroom uit bedrijfsoperaties		4.287		-77.304
interestbaten		-5.822		-4.601
Kasstroom uit operationele activiteiten		-1.535		-81.905
- investeringen in materiële vaste activa	-49.533		0	
- desinvesteringen in materiële vaste activa	5.092		0	
kasstroom uit investeringsactiviteiten		-45.976		0
mutatie bestemmingsreserve		-17.000		0
Kasstroom uit financierings activiteiten		-62.976		0
Netto kasstroom		-62.976		-81.905
Mutatie liquide middelen		-62.976		-81.905
Totaal mutatie liquide middelen		-62.976		-81.905
Het kasstroomoverzicht over 2022 en 2021 is volgens de indirecte methode.				

TOELICHTING OP DE JAARREKENING

ACTIVITEITEN

De jaarrekening 2022 van Stichting Enschede Promotie heeft betrekking op het tijdvak van 1 januari 2022 tot en met 31 december 2022.

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'.

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 de directie 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

De materiële vaste activa zijn gewaardeerd tegen aanschafwaarde minus afschrijvingen, uitgaande van de veronderstelde levensduur van de onderscheiden typen materiële vaste activa.

De afschrijvingen zijn gebaseerd op een vast percentage van de aanschafwaarde. De afschrijvingspercentages liggen tussen de 20% en 33%.

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 incurantheid 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. Doel van deze reserve is de continuïteit op korte en middellange termijn te waarborgen door de buffer voor (on) voorzienbare risico's op een aanvaardbaar niveau te brengen.

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 winsten 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		
	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 31 december	43.930	3.372
VLOTTENDE ACTIVA		
Debiteuren		
	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 31 december	14.555	4.682
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 2022		
- toegekende subsidie 2022	1.592.900	
- ontvangen subsidie 2022	1.592.900	
Subtotaal te verrekenen per 31-12-2022		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 2021 is vastgesteld op 12 juli 2022, voor een bedrag van € 1.372.069,-. De aangevraagde subsidie bedroeg € 1.569.100,-. Het verschil van € 197.031,- is overgeheveld naar 2022. Dit bedrag is daarmee toegevoegd aan de subsidie voor 2022 en zal definitief worden vastgesteld op basis van het jaarverslag. In 2022 is niet het totale subsidiebedrag vanuit 2021 benut. Van de € 197.031,- is € 147.000,- benut. Een deel van de toegekende subsidie 2022 is nog niet benut. Dit betreft een bedrag van € 95.000,-. Dit bedrag is als toename in het bestemmingsfonds verwerkt.		
Te vorderen belastingen en sociale lasten		
	2022 €	2021 €
- omzetbelasting	97.362	90.573
Boekwaarde per 31 december	97.362	90.573
In vergelijking tot einde 2021 zijn ultimo 2022 de vorderingen belastingen en sociale premies hoger vanwege de omzetbelasting welke een hogere vordering betreft. Dit als gevolg van uitgebreide activiteiten in het vierde kwartaal en opzichte van 2021.		
Voorraad		
	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 31 december	24.336	0
Onder de voorraad is de inkoopwaarde opgenomen van de aangeschafte merchandise, welke vanaf 2022 verkrijgbaar is.		

VLOTTENDE ACTIVA**Overige vorderingen en overlopende activa**

	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 31 december	42.779	30.290

De vorderingen hebben een gemiddelde looptijd van korter dan één jaar.
Stijging in de vorderingen is voornamelijk het gevolg van de nog te versturen eindafrekening voor het project van kerstmiddag.

Liquide middelen

	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 31 december	1.273.922	1.336.898

De mutatie in de liquide middelen over het boekjaar 2022 bedraagt € 62.976,- negatief. Met betrekking tot de mutatie in de liquide middelen verwijzen wij naar paragraaf 'kasstroomoverzicht over 2022 en 2021'.
De liquide middelen staan ter vrije beschikking en zijn terstond opeisbaar.



EIGEN VERMOGEN**Algemene reserve**

Het verloop van de algemene reserve is als volgt:

	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 1 januari	281.225	281.225
Boekwaarde per 31 december	281.225	281.225

De jaarrekening 2022 is vastgesteld door de bestuurder op 20 februari 2023.

De bestuurder stelt voor het resultaat over het boekjaar 2022 à € 4.862,- positief als volgt te verdelen:

	€
- mutatie bestemmingsfonds	-17.072
- mutatie bestemmingsreserve	21.934
Totaal resultaat boekjaar 2021	4.862

De Raad van Toezicht heeft de bestemming van het resultaat vastgesteld conform het daartoe gedane voorstel in de vergadering op 20 februari 2023.

Bestemmingsfonds

Het bestemmingsfonds betreft een toegewezen deel van de ontvangen subsidies en derdengelden.

Het verloop van het bestemmingsfonds is als volgt:

	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 1 januari	253.011	370.624
- afname wegens besteding	145.450	185.629
- reclassificatie brandstore	17.000	0
- doorgeschoven projecten	128.378	68.016
Boekwaarde per 31 december	218.939	253.011

De specificatie van deze gelden is ultimo 2022 als volgt:

Servicekosten sfeerverlichting	40.530	55.980
Doorgeschoven projecten	178.409	197.031
	218.939	253.011

Servicekosten sfeerverlichting

De bijdrage voor de servicekosten sfeerverlichting heeft een looptijd van 4 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 vanwege Covid-19 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.

Bestemmingsreserve

De bestemmingsreserve betreft een door het bestuur afgezonderd deel van het vermogen met een beperkte bestedingsmogelijkheid.

Het verloop van het bestemmingsfonds is als volgt:

	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 1 januari	271.687	271.687
Dotatie nutsvoorziening (via resultaat)	21.934	0
Boekwaarde per 31 december	293.621	271.687

De bestemmingsreserve is per 31 december 2021 als volgt opgebouwd:	2022 €	2021 €
- merkontwikkeling	130.000	130.000
- nutsvoorziening	21.934	0
- lichtprojectieroute	23.250	23.250
- meerdaags toerisme	118.437	118.437
Boekwaarde per 31 december	293.621	271.687

Deze middelen zijn bedoeld voor het langer kunnen voortzetten van genoemde projecten.

Kortlopende schulden

Crediteuren	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 31 december	357.993	168.534

De stijging van de crediteuren is het gevolg van het niet kunnen uitvoeren van Winter Wonderland in 2021, waardoor er in het vierde kwartaal lagere kosten zijn gemaakt.

Te betalen belastingen en sociale premies	2022 €	2021 €
- te betalen belastingen en sociale premies	16.475	14.577
- pensioenpremie	6.105	5.815
Boekwaarde per 31 december	22.580	20.392

Overige schulden en overlopende passiva	2022 €	2021 €
Boekwaarde per 31 december	322.526	470.966

De overige schulden betreffen vooruitontvangen bedragen van derden welke toegezegd en ontvangen zijn voor toegewezen projecten, welke in 2023 zullen plaatsvinden. Voor deze projecten zijn reeds deels verplichtingen aangegaan. De daling van de overige schulden is voornamelijk het gevolg van het uitvoeren van de Nederland campagne, waarvoor ultimo 2021 een bedrag op de balans stond van € 121.000,-. 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. Onder de overige schulden is eveneens € 17.000,- opgenomen voor de afschrijvingslasten van de brandstore. Deze investering is in 2022 gedaan en heeft een termijn van 3 jaren. Deze bijdrage is afkomstig vanuit de ontvangen subsidie voor de brandstore. Overige schulden hebben een looptijd, korter dan 1 jaar. Hiervoor zijn geen zekerheden verstrekt.

Niet uit de balans blijvende verplichtingen

Het jaarlijks bedrag van met derden aangegane huurverplichtingen van onroerende zaken is ongeveer € 50.000,-. De resterende looptijd van het huurcontract is een jaar en 7 maanden.

TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN

BATEN	REALISATIE 2022	BERGROTING 2022	REALISATIE 2021
SUBSIDIE GEMEENTE ENSCHEDE	€	€	€
Reguliere subsidie gemeente Enschede			
- Subsidie apparaatskosten	1.024.900	1.024.900	999.100
- Subsidie evenementen promotie	150.000	150.000	147.000
- Subsidie marketing	328.000	348.000	320.000
- Subsidie evenementen	90.000	70.000	103.000
Totaal reguliere subsidie gemeente Enschede	1.592.900	1.592.900	1.569.100
Overlopende subsidie			
- Overlopende subsidie marketing	120.765	66.000	11.115
- Overlopende subsidie evenementen	25.000	25.000	0
Totaal overlopende subsidie gemeente Enschede	145.765	91.000	11.115
Aanvullende subsidie			
- Aanvullende subsidie marketing	10.000	0	40.000
- Aanvullende subsidie evenementen	89.739	95.000	12.972
Totaal aanvullende subsidie gemeente Enschede	99.739	95.000	52.972
Totaal subsidie gemeente Enschede	1.838.404	1.778.900	1.633.187

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 subsidie evenementen is lager dan begroot als gevolg van een lagere toekenning voor de lichtroute. Wel is de bijdrage voor het vrijheidsfestival hoger dan begroot. Vanuit crisisarrangementen is een aanvullende subsidie ontvangen, welke is verantwoord onder de aanvullende subsidie marketing.

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 2022 €	Realisatie 2022 €
- Crisisarrangementen	10.000	
Totaal aanvullende subsidie marketing		10.000
- Koningsfestival	40.000	
- Lichtroute	20.000	
- Introductieconcert	15.000	
- Vrijheidsfestival	14.739	
Totaal aanvullende subsidie evenementen		89.739
Totaal aanvullende subsidies		99.739

Overige baten	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
Bijdrage marketing	127.394	27.500	62.107
Bijdrage evenementen (EP vergunninghoudend)	280.968	226.600	24.324
Bijdrage evenementen (EP ondersteunend)	89.860	211.900	0
Bijdrage standplaatsen	9.613	5.000	5.375
Opbrengsten brandstore	5.691	0	0
Totaal bijdragen bedrijfsleven	513.525	471.000	91.806

De bijdrage marketing vanuit het bedrijfsleven liggen boven begroting. Dit is het gevolg van de ontvangen bijdragen voor campagnes om Enschede weer op de kaart te zetten. In de begroting was conservatief begroot.
De hogere bijdrage evenementen waarbij Enschede Promotie vergunninghoudend is, is hoger dan begroot. Voornamelijk door hogere bijdragen voor Winter Wonderland. Tevens is kerstmiddag voor het eerst een evenement geweest, welke Enschede Promotie heeft georganiseerd.
De lagere bijdrage evenementen waarbij Enschede Promotie ondersteunende diensten levert is lager dan begroot. Er zijn minder Grolsch Summer Sounds georganiseerd en ProefEet is in zijn geheel niet doorgegaan.

LASTEN

Projectkosten	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
Kosten evenementen promotie	164.834	150.000	143.377
Kosten marketing	580.323	446.500	610.435
Bijdrage evenementen (EP vergunninghoudend)	527.060	432.000	155.760
Bijdrage evenementen (EP ondersteunend)	89.860	211.900	0
Totaal projectkosten	1.362.077	1.240.400	909.572

De hogere projectkosten zijn het directe gevolg van hogere bijdragen vanuit de markt. Daarnaast zijn de kosten gestegen ten opzichte van voorgaande jaren vanwege inflatie. Daarnaast zijn er nieuwe evenementen georganiseerd, zoals kerstmiddag.

Personeelslasten	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
Totaal personeelslasten	786.538	828.900	754.274

Specificatie loonkosten:	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
- salarissen personeel in dienst	520.895	526.500	488.888
- uitkering ziekengeld	-18.997	0	-16.719
- sociale lasten	133.256	145.500	132.715
Totaal loonkosten	635.154	672.000	604.884

De gerealiseerde loonkosten liggen lager dan begroot als gevolg van mutaties lagere sociale lasten als begroot, als gevolg van wijzigingen in het personeelsbestand. Daarnaast zijn ziekengelden ontvangen voor zieke medewerkers, waarvoor de werkzaamheden deels zijn opgevangen door andere vaste medewerkers.

Specificatie sociale lasten:	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
- premies sociale verzekeringen	83.052	101.850	78.434
- pensioenpremies	50.204	43.650	54.281
Totaal sociale lasten	133.256	145.500	132.715

De sociale lasten vallen lager uit dan begroot als gevolg van personele mutaties, waardoor er minder FTE in dienst waren. De pensioenpremies vallen hoger uit dan begroot als gevolg van afboeking van oude balansposten.

Specificatie overige personeelslasten:	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
Totaal overige personeelslasten	151.384	156.900	149.390

De gerealiseerde overige personeelslasten liggen in lijn met de begroting.

FTE	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
- marketing	6,18	6,80	6,40
- evenementen	1,75	1,58	0,96
- tourist info point	0,53	0,53	0,53
- algemeen	2,31	2,54	2,21
Totaal FTE	10,77	11,45	10,10

Afschrijvingen	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
Totaal afschrijvingen	8.975	5.400	5.999

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

Overige bedrijfslasten

Huisvestingslasten	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
Totaal huisvestingslasten	79.094	75.000	70.160

De gerealiseerde huisvestingslasten zijn hoger dan de begroting 2022. Voornamelijk door een hogere indexering van huur en kosten voor gas en licht.

Overige bedrijfslasten	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
- contributies en abonnementen	1.997	2.000	2.031
- automatisering en communicatie	53.412	61.100	52.643
- accountants- en advieskosten	17.056	17.500	15.693
- kosten merchandise	4.460	0	0
- overige bedrijfslasten	27.636	27.000	27.633
Totaal overige bedrijfslasten	104.561	107.600	98.000

De overige bedrijfslasten vallen lager uit, door een besparing in de automatiseringskosten. In 2022 zijn aanschaffingen opgenomen als investering in plaats van ze te zien als kosten.

Financiële baten en lasten

Financiële baten en lasten	Realisatie 2022 €	Begroting 2022 €	Realisatie 2021 €
Totaal financiële baten en lasten	-5.822	-8.000	-4.601

De financiële baten en lasten liggen onder begroting, door het wegvallen van de negatieve rente over het tegoed op de bankrekeningen.

Financiële gegevens/kengetallen	Realisatie 2022 €	Realisatie 2021 €	Realisatie 2020 €
- verhouding algemene reserve / totale lasten	12,0%	15,3%	20,5%
- liquiditeit; vlottende activa en liquide middelen / kortlopende schulden	2,03	2,22	2,55

Gebeurtenissen na balansdatum

In 2023 zijn - tussen ultimo 2022 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:

Leidinggevende topfunctionarissen met dienstbetrekking:

Naam functionaris	Beloning boekjaar 2022	Belastbare onkosten- vergoedingen (vast en variabel)	Voorziening t.b.v. beloningen betaalbaar op termijn	Functie(s)	Dienstverband boekjaar 2022 (uren en periode) <i>totaal fte</i>
- M.D. ter Brugge	€ 68.164	€ -	€ 7.759	bestuurder	30 uren per week 01-01-22/ 31-12-22 <i>0,79 fte in 2022</i>

De beloningen van bovengenoemde functionarissen blijven onder de gestelde normen voor de WNT.
Voor mevrouw M.D. ter Brugge bedraagt de norm € 170.500,-

In onderstaande tabel staan de vergelijkende cijfers over verslagjaar 2021:

Naam functionaris	Beloning boekjaar 2020	Belastbare onkosten- vergoedingen (vast en variabel)	Voorziening t.b.v. beloningen betaalbaar op termijn	Functie(s)	Dienstverband boekjaar 2021 (uren en periode) <i>totaal fte</i>
- M.D. ter Brugge	€ 66.626	€ -	€ 7.313	bestuurder	30 uren per week 01-01-21/ 31-12-21 <i>0,79 fte in 2021</i>

Leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking:

Naam functionaris	Beloning boekjaar 2022	Belastbare onkosten- vergoedingen (vast en variabel)	Voorziening t.b.v. beloningen betaalbaar op termijn	Functie(s)
- M. Hartmann	€ 1.500	€ -	€ -	voorzitter Raad van Toezicht
- M.J. Groenendijk	€ 1.500	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht
- G.J. Hospers	€ 1.500	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht
- C. Landewe	€ 1.500	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht

Genoemde functionarissen hebben het gehele kalenderjaar 2022 hun functie vervuld voor Enschede Promotie.

De bezoldiging van de topfunctionarissen en leden RvT blijven ruim onder de norm die voor Enschede Promotie. De bezoldiging van alle leden van de Raad van Toezicht bedraagt in 2022 totaal € 6.000,-.

De bezoldiging van de heer M. Hartmann, als voorzitter van de Raad van Toezicht, blijft onder de norm voor de WNT.
De norm bedraagt voor deze functie € 32.400,-.

De bezoldiging van de overige leden van de Raad van Toezicht blijven onder de norm voor de WNT.
De norm voor deze functies bedraagt € 21.600,-.

In onderstaande tabel staan de vergelijkende cijfers over verslagjaar 2021:

Naam functionaris	Beloning boekjaar 2021	Belastbare onkosten- vergoedingen (vast en variabel)	Voorziening t.b.v. beloningen betaalbaar op termijn	Functie(s)
- M. Hartmann	€ 1.500	€ -	€ -	voorzitter Raad van Toezicht
- M.J. Groenendijk	€ 1.500	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht
- G.J. Hospers	€ 1.500	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht
- C. Landewe	€ 1.500	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht

Genoemde functionarissen hebben het gehele kalenderjaar 2021 hun functie vervuld voor Enschede Promotie.

De bezoldiging van de topfunctionarissen en leden RvT blijven ruim onder de norm die voor Enschede Promotie. e bezoldiging van alle leden van de Raad van Toezicht bedraagt in 2021 totaal € 6.000,-.

De bezoldiging van de heer M. Hartmann, als voorzitter van de Raad van Toezicht, blijft onder de norm voor de WNT. De norm bedraagt voor deze functie € 31.150,-.

De bezoldiging van de overige leden van de Raad van Toezicht blijven onder de norm voor de WNT. De norm voor deze functies bedraagt € 20.900,-.

Ondertekening van de jaarrekening

Enschede, 20 februari 2022

Directie:

M.D. ter Brugge

Raad van Toezicht:

M. Hartmann (voorzitter)

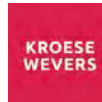
Overige gegevens

Controleverklaring

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

5. ACCOUNTANTSVERSLAG





Audit

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Enschede, Colosseum 1
Postbus 142, NL-7500 AC
Tel +31 (0)53 850 49 00
kroesewevers.nl

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

KroeseWevers Audit BV
Handelsregister 08150987

A. Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening 2022

Ons oordeel

Wij hebben de jaarrekening 2022 van Stichting Enschede Promotie te Enschede gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Enschede Promotie op 31 december 2022 en van het resultaat over 2022 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 juni 2016);

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2022;
2. de staat van baten en lasten over 2022; 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, en de Regeling Controleprotocol Wet normering topinkomens (WNT) 2022. 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 2022 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.

B. Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen andere informatie

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, omvat het jaarverslag andere informatie, die bestaat uit:

- het bestuursverslag;
- het verslag van de raad van toezicht.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie: met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;

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 inde Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

Het bestuur is 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.

C. Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening

Verantwoordelijkheden van het bestuur en het toezichthoudend orgaan 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 tevens verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening en de naleving van die relevante wet- en regelgeving 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 juni 2016), en de Regeling Controleprotocol WNT 2022, en de ethische voorschriften en 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 die van materieel belang zijn,
- 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 organisatie;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving, de gebruikte financiële rechtmatigheidscriteria 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 activiteiten 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 het toezichthoudend orgaan 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, 23 februari 2023
KroeseWevers Audit BV

Was getekend,

drs. E.W.J. Roelofs RA

6. BIJLAGE

AMBITIEPLAN ENSCHEDE PROMOTIE



AMBITIE AGENDA 2023-2025
ENSCHEDA PROMOTIE

ENSCHEDA BROEDPLAATS VAN NEDERLAND



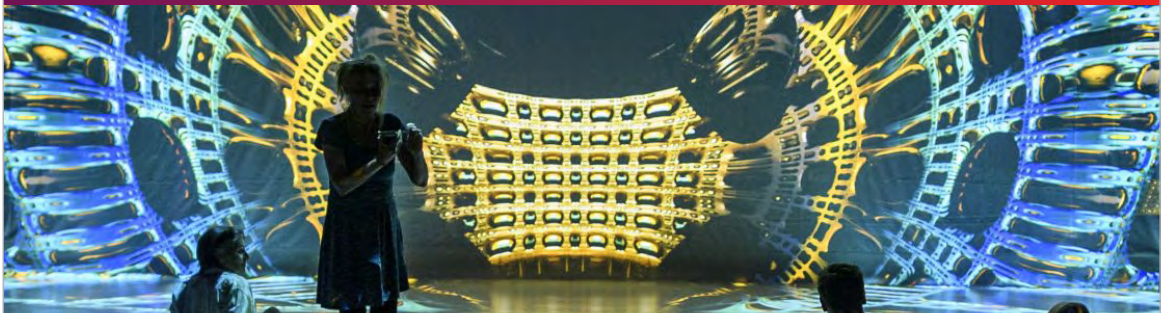
Elke dag verleggen wij grenzen.
Altijd in ontwikkeling. Onze stad is nooit klaar.
Dat maakt haar boeiend en bruisend.
Met een onvermoeibaar geloof in vooruitgang bouwen wij aan Enschede.
Vanuit onze eigzinnige Twentse aard. Omdat we zien wat beter kan.
Wij nodigen je uit om mee te bouwen, want samen geven we haar vorm.
Zo bouwen we de stad van onze dromen.

Innovatie zit in ons bloed.
Het is het ritme van onze vooruitgang.
Gebouwd op stoom en strijd. Van textielbeats naar high tech high potentials.
Onze talenten en professionals hebben wereldwijde impact. Hier begint het.

Enschede biedt alle ruimte om lekker te leven.
Hier komt de zon op. In het groen. In een stad vol bekenden.
Vol gezelligheid en mogelijkheden.
We heten je welkom. Soms binnensmonds,
maar altijd hartelijk. Kom langs en voel je thuis.

Enschede geeft ruimte om jezelf te zijn. Onze stad is een speelveld.
Ze daagt je uit haar te ontdekken.
Zoek de grens op.

ENSCHEDÉ.



INHOUD

- 1** Inleiding
- 2** Ambities en strategische lijnen
- 3** Bouwen aan het merk Enschede
- 4** Bruisende en verrassende (binnen)stad
- 5** Creatieve stad
- 6** Vrijtijdseconomie
- 7** Talent aantrekken en behouden
- 8** Sterk bedrijfsleven
- 9** Maatschappelijke opgaven
- 10** Financieel- en Toetsingskader & Organisatie



01

INLEIDING

De basis is op orde! Enschede Promotie is een stabiele organisatie die haar meerwaarde voor de stad al lang heeft bewezen. Zo zijn de bezoekersaantallen de afgelopen jaren (uitgezonderd de coronajaren) flink gestegen, heeft Enschede zich ontwikkeld tot winkelstad van het Oosten, hebben we een bereik op de online kanalen dat zich kan meten met de vier grote steden van Nederland en wordt er tevens een breed scala aan evenementen en activiteiten ontwikkeld voor een breed publiek. We zijn er trots op dat we hieraan hebben mogen bouwen samen met vele enthousiaste partners uit onze stad.

Maar we willen meer! De sector vrijetijdseconomie is belangrijk voor Enschede. We willen niet alleen de stad laten zien als winkelstad, maar ook als een stad waar mensen creatief zijn, waar nieuwe 'dingen' worden ontwikkeld en innovatieve technologieën worden toegepast. Een stad waar het groen in de nabijheid is en waar je nog ruimte vindt om jezelf te zijn en jezelf te ontplooien. Een stad waar talent zich thuis voelt en zich voldoende kan identificeren met het vrijetijdsaanbod waardoor het voor hen een fijne stad is om in te wonen, werken en recreëren.

Samen met de gemeente Enschede en de vele stadspartners willen we bouwen aan het imago van Enschede met een onderscheidend vermogen, maar ook aan een verrassend aanbod aan activiteiten en evenementen om een aantrekkelijke stad te worden voor talent. We willen de verbinding zoeken met ons Duitse achterland, maar ook met de bezoekers uit ons eigen land. Hen gastvrij ontvangen en informeren, maar ook sturen op meer verrassende overnachtingslocaties. Bij dit alles willen wij ook onze eigen bewoners niet uit het oog verliezen. Het aanbod van activiteiten en evenementen moet inclusief zijn, niet alles hoeft voor iedereen te zijn, maar er moet wel voldoende aanbod zijn voor iedereen (voor ieders wat wils). Kortom, ambities ten over. Maar dit alles kost tijd, capaciteit en financiële middelen. Maar bovenal moeten we ook vasthouden aan de ingezette koers voor een langere termijn. In deze ambitie agenda zetten wij uiteen waar de uitdagingen liggen en hoe we stappen willen maken in het bovenstaande. Dit kan niet zonder commitment van de gemeente Enschede en onze partners en de bijbehorende financiële ondersteuning.

02

AMBITIES EN STRATEGISCHE LIJNEN

Enschede Promotie (EP) heeft zich de komende jaren als doel gesteld om door middel van citymarketing, evenementen en vrijetijdseconomie het duurzame economische klimaat van Enschede te bevorderen en het imago van Enschede te verbeteren. Dit gaan we als volgt doen:

- **Bouwen aan het merk Enschede middels de 4 pijlers**
- **Aantrekken van meer bezoekers die langer verblijven en meer besteden**
- **Talent aantrekken en behouden**
- **Bedrijfsleven en bewoners ambassadeur maken van het merk**

Op basis van het DNA zijn vier pijlers voor Enschede geformuleerd. Ondernemende Kennisstad, Creatieve Stad, Bruisende Stad en Groene Leefstad. In deze vier pijlers komt het bijzondere DNA van Enschede tot uiting: deze vier pijlers vertellen het verhaal van de stad. Daarom moeten de citymarketinginvesteringen zich richten op het verder uitbouwen van deze vier pijlers.

ONDERNEMENDE KENNISSTAD

In Enschede werken (inter)nationale bedrijven samen met hoogwaardige kennisinstellingen aan een betere wereld voor morgen. Enschede is een broedplaats waar vanuit toonaangevende kennis, nieuwe ideeën en toepassingen worden klaargemaakt voor de markt.

CREATIEVE STAD

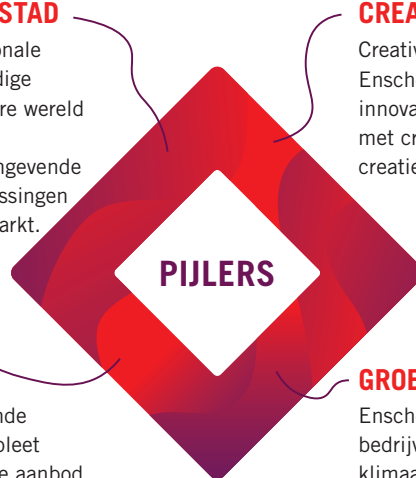
Creativiteit zit in het DNA van Enschede. Dit maakt Enschede innovatief, veerkrachtig en een stad vol met creatieve ondernemerschap, creatieve kennis en cultureel aanbod.

BRUISENDE STAD

In Enschede vind je een bruisende gastvrije (binnen)stad met compleet vrijetijdsaanbod. Het uitgebreide aanbod aan horeca, evenementen, cultuur en winkels binnen handbereik zorgen voor een fijne stedelijke dynamiek.

GROENE LEEFSTAD

Enschede bouwt samen met bewoners, bedrijven en woningcorporaties aan een klimaatbestendige, duurzame en groene leefomgeving zodat de stad klaar is voor de uitdagingen van morgen. Het groen in de stedelijke omgeving en de Twentse natuur in de directe nabijheid zorgen voor een aantrekkelijk woon- en vestigingsklimaat.



CITYMARKETING DOELGROEPEN

Bewoners | Bezoekers | Talenten | Bedrijven

03

BOUWEN AAN HET MERK ENSCHEDE

In 2021 is de nieuwe citymarketingvisie vastgesteld waarmee de citymarketing een volgende stap kon zetten. Want om echt het verschil te maken is een aanpak met lange adem nodig, niet alleen gedragen door de gemeente Enschede en Enschede Promotie, maar ook door de kennisinstellingen, ondernemers, vrijetijds- en binnenstad organisaties en bewoners. Het zijn deze stakeholders die uiteindelijk de ambitie (mede) gaan realiseren. Enschede is het grootstedelijk hart van Twente, de groene technologische topregio. Voor het vermarkten van Enschede is Twente zeer waardevol. Het is daarbij van belang dat Enschede vanuit haar eigen kracht de samenwerking aan gaat binnen Twente. Citymarketing heeft een breder doel dan enkel het communiceren over en promoten van de stad. Het merk van de stad, dat de leidraad vormt voor de citymarketing, is inzetbaar op alle beleidsvelden van de stad. Het draagt bij om het beleid en programma van de stad beter af te stemmen op de doelgroepen die centraal staan. Afgelopen jaren heeft EP zich ingespannen om het merk Enschede te vermarkten primair onder de bewoners van de stad Enschede. Zo heeft zij onder andere een nieuwe huisstijl ontwikkeld, verschillende merk-campagnes gevoerd en meerdere producten ontwikkeld om het merk Enschede op de kaart te zetten.



AMBITIE

Onze ambitie is om het merk Enschede bij zowel bewoners, bezoekers, talenten en bedrijven te laden als een technologische, innovatieve en creatieve stad waar het met de menselijke maat fijn wonen, werken, studeren en recreëren is. Het beeld van Enschede willen we veranderen in een beeld van 'broedplaats' van Nederland. Hier moet je zijn als je wilt ontwikkelen en wil inspireren. Door middel van campagnes, storytelling, evenementen en brand-café's willen we verder bouwen aan het merk Enschede. In de basis is nu ruimte voor een kleine communicatie-campagne en het TIC-evenement Lights-Up. Maar we zouden ook graag fysieke plekken in de stad willen ontwikkelen waar studenten, ondernemers en creatieven elkaar kunnen ontmoeten en elkaar kunnen inspireren door samen te werken aan nieuwe concepten en technologieën. Ook willen we graag de TIC-events die er zijn beter ondersteunen en versterken, bijvoorbeeld door nog meer communicatiekracht.

BASIS PROJECTEN

- 1 Kleine campagne gericht op merkbouwen onder bewoners
- 2 TIC-event Enschede, Lights-Up
- 3 Merk-portal Online

WENS PROJECTEN *

- 4 Fysieke plekken voor innovatie, creativiteit en technologie
- 5 Landelijk Campagne en PR voor naamsbekendheid en bewijsovervoering "Enschede, broedplaats van Nederland"
- 6 Ontginnen van creatieve en technologische evenementen (bijv. Fabrique des Lumieres)

04

BRUISENDE EN VERRASSENDE (BINNEN)STAD



De binnenstad van Enschede is bruisend en op een gemiddelde zaterdag lopen in de stad een kleine 50.000 mensen. Enschede is echt de winkelstad van het Oosten. Ook het ruime aanbod aan evenementen, maakt dat Enschede bruisend is. Maar met de komst van online-verkopen en de maatschappelijk ontwikkeling m.b.t. energievraagstuk, inflatie e.d., is winkelen alleen niet meer voldoende om de stad verrassend en bruisend te houden. Hier is meer voor nodig. De 'Ambitie- en Actieagenda Binnenstad Enschede' is een plan van de gemeente Enschede in afstemming met partners en Enschede Promotie, waarin staat hoe de binnenstad van Enschede er in 2030 uit moet zien. Duidelijk is dat het komende decennium de functie van de binnenstad een ware verandering ondergaat om met de veranderende wensen van inwoners en bezoekers mee te gaan en het stadshart van Enschede bruisend te houden. Er komt meer ruimte voor groen, wonen, werken, ontspannen, ontmoeten en verblijf. Dat is de wens van inwoners en bezoekers van onze stad. Het actieplan bestaat uit 4 ambities: De basis op orde, Experiment en Innovatie, Ontmoeting en Verbinding, Groei en Transformatie.

AMBITIE

De Enschedese binnenstad is een proeftuin in de volle grond. Een living Lab waar winkeliers, vastgoedeigenaren, horecaondernemers, kunstenaars, bewoners, talenten, bezoekers, ambtenaren en bestuurders hun krachten bundelen. Hiervoor is capaciteit nodig om te onderzoeken, verbinden en ook uitvoeren, zodat innovatieve ideeën ook daadwerkelijk worden gerealiseerd. Afgelopen jaren hebben we ons qua doelgroep met name gericht op de harmonie- en plezierzoeker, komende jaren willen we ons meer gaan richten op de inzicht- en avontuurzoeker (leefstijlvinder.nl) om hen te verleiden om naar Enschede te komen met het creatieve aanbod. Ook willen we graag de verbinding met de bezoekers versterken, arrangementen met Münster maken, maar hen ook beter voorzien van gesegmenteerde informatie.

BASIS PROJECTEN

- 1 Bezoekerscampagne Duitsland euregionaal dag bezoek
- 2 Bezoekerscampagne Regionaal dag bezoek
- 3 Belevenisconcepten (kleine lente, zomer en winterconcepten)
- 4 Evenementen vanuit het evenementen-subsidiebudget (Koningsfestival, Introductieconcert, 5 mei)
- 5 Online portal

WENS PROJECTEN *

- 6 Arrangementen bouwen met Euregio-gebied (bijv. Münster)
- 7 Bezoekerscampagne Duitsland voor meerdaags bezoek.
- 8 Bezoekerscampagne Nederland voor meerdaags bezoek.
- 9 Ontginnen van (Binnen)stad-evenementen, zoals Dakenfestival en/of pop-up Openlucht Bios.**
- 10 Fysieke ruimtes/Living Labs
- 11 Evenementen Promotie (meer bovenregionale promotie voor de TIC-events)

* Naast uitvoerend budget is er ook budget nodig voor capaciteit om te onderzoeken, verbinden en te realiseren.

** Voor campagnes en belevenisconcepten krijgt EP vaak financiële ondersteuning vanuit het Ondernemersfonds. EP doet hiervoor per project per jaar aanvragen bij het Ondernemersfonds.

05 CREATIEVE STAD

De aanwezigheid van culturele instellingen, evenementen en creatieve broedplaatsen zorgt voor een verhoging van de algehele kwaliteit van wonen, werken en leven. Het trekt talent en creativiteit aan, wat een belangrijke voorwaarde is voor een sterk bedrijfsleven. Talent in Enschede ervaart het bestaande culturele aanbod in Enschede als traditioneel, conservatief en te weinig divers. Het type voorzieningen sluit onvoldoende aan bij de vraag van verschillende doelgroepen en om het profiel van Enschede als innovatieve, technologische en creatieve neer te zetten. Cultuur vindt plaats op allerlei plekken zoals de bibliotheek, schouwburg en in de stad. Een mooi voorbeeld zijn de ontwikkelingen van de broedplaatsen in Enschede. Er moet ruimte komen voor hoogwaardige programmering en een gevarieerd aanbod. Dat maakt de stad interessant, versterkt de culturele sector en stimuleert het cultureel ondernemerschap.



AMBITIE

Enschede Promotie wil zich de komende jaren inzetten om in afstemming met de cultuurpartners, cultuur toegankelijker en zichtbaarder te maken voor een jonger publiek. Denk hierbij aan het ontwikkelen van gemeenschappelijke programma's speciaal voor jongeren, het bundelen van de culturele agenda en deze agenda segmenteren naar de jongeren doelgroep. Ook willen wij ons inzetten om kunst meer naar buiten te halen en daardoor toegankelijker te maken. Dit willen we doen door middel van het ontwikkelen van Street-art, het ontwikkelen van bijzondere kunst-routes en het ontginnen van creatieve evenementen en activiteiten. Dit alles moet bijdragen aan het behouden en aantrekken van talent voor de stad.



BASIS PROJECTEN

- 1 Cultuurladder (gezamenlijke agenda voor cultuur)
- 2 Symphonic Broadway (event als basis voor zichtbaarheid cultuur)

WENS PROJECTEN *

- 3 Street-art (Murals en event)
- 4 Zichtbaarheid Cultuur (Fysieke locaties; marking)

* Naast uitvoerend budget is er ook buget nodig voor capaciteit om te onderzoeken, verbinden en te realiseren.

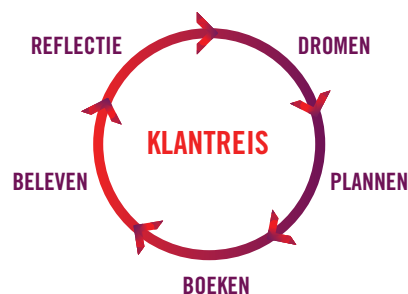
06

VRIJETIJDSECONOMIE

De sector vrijetijdseconomie is belangrijk voor Enschede. Vrijetijdseconomie gaat over alle dingen die we in onze vrije tijd buiten de deur doen en ons gelukkig maken. Denk aan een restaurantbezoek, een bezoek aan een evenement of lekker wandelen in de natuur. Er werken ook veel mensen bij bedrijven en instellingen die deze diensten aanbieden. Het gaat om zo'n 6000 banen in Enschede. De aanwezigheid van dit vrijetijdsaanbod is fijn voor mensen die er wonen, werken of studeren. De komende jaren willen we dat inwoners en bezoekers nog meer gebruik gaan maken van ons vrijetijdsaanbod. Daarom heeft de gemeente Enschede in afstemming met Enschede Promotie en de leisure partners een 'Agenda Vrijetijdseconomie' opgesteld. Naast natuur dragen het cultureel aanbod, de vele winkels en horeca, de festivals en evenementen bij aan een prettig leefklimaat. Mooie voorbeelden van het culturele aanbod zijn Theaterproducties, het Makersfestival, Gogbot, Museumnacht, exposities en het lichtfestival Enschede Lights-Up. Afgelopen jaren heeft Enschede Promotie zich met name ingezet om de harmonie- en plezierzoeker (leefstijlvinder.nl) naar Enschede te trekken. Juist met het profiel van technologische en creatieve stad is onze ambitie om meer de inzicht- en avontuurzoekers te verleiden om een dagje of weekendje naar Enschede te komen.

Vanuit de vrijetijdseconomie sector willen wij vanuit Enschede de verbinding zoeken met de regio Twente onder de vlag van 'Vrij-zijn' economie. In stad en regio is er nog ruimte om te ontdekken en kun je je vrij voelen om nieuwe wegen te bewandelen.

Geluksmomenten ontstaan vaak als we verbinding voelen met anderen. We willen dan ook graag nieuwe verbindingen tot stand brengen. Persoonlijke verbindingen tussen inwoners en bezoekers, waardoor unieke Enschede ervaringen ontstaan. We willen de inwoners (en bezoekers) ook stimuleren om hun trots voor de stad uit te dragen. Een andere vorm van verbinding is tussen sectoren onderling, waardoor nieuwe en verrassende productmarktcombinaties ontstaan. Ook willen we nog meer inzetten op een sterkere verbinding met de Duitse markt, waardoor we zowel qua marketing als qua productontwikkeling een sterkere positie realiseren op deze grote doelmarkt. We zorgen voor onbezorgde geluksmomenten door de beleving ter plaatse te versterken. Dit willen we doen we door optimale routestructuren, door informatie en inspiratie die altijd op je pad is en door verhalen van de stad zichtbaar en beleefbaar te maken. We willen de klantreis nog verder optimaliseren om de positieve beleving van de stad Enschede te optimaliseren.



AMBITIE

Enschede Promotie wil een bijdrage leveren aan de ambitie die wij gezamenlijk hebben op het gebied van vrijetijd. Zo willen wij inzetten op een sterke vrijetijdspositionering, een verbreding van de doelgroep van plezier- en harmoniezoeker naar de inzicht- en avontuurzoeker. Willen we graag een betere verbinding tussen binnenstad en de rest van de stad tot stand brengen en willen wij langer verblijf stimuleren. Uit onderzoek blijkt dat mensen een (positief) beeld krijgen van de stad door middel van het beleven van de vrijetijd in zo'n stad. Dus een sterk vrijetijdsleven draagt bij aan het aantrekken en behouden van talent.

BASIS PROJECTEN

- 1 Offline informatievoorziening (folders, uitagenda, magazines)
- 2 Online informatievoorziening (uitinenschede.nl; stadenschede.de etc)
- 3 Gastvrijheid: Tourist Info (kantoor tijden) en overige TIP-punten
- 4 Routes (wandelen en fietsen)

WENS PROJECTEN *

- 5 Campagne Nederland voor meerdaags toerisme
- 6 Campagne Duitsland voor meerdaags toerisme
- 7 Gastvrije stad: verruiming openingstijden Tourist Info naar het weekend
- 8 Groene/Duurzame en Kunst Routes (wandelen en fietsen)

07

TALENT AANTREKKEN EN BEHOUDEN

Het aantal studenten dat beschikbaar komt op de arbeidsmarkt loopt terug. Naast bestaande krapte op de arbeidsmarkt gaan de demografische krimp en vergrijzing op de langere termijn extra impact hebben. Daarom richten wij ons op het aantrekken en behouden van talent. Deze lijn willen wij natuurlijk ook in Enschede doorvoeren. De kennisinstellingen ROC, Saxion Hogescholen en Universiteit Twente zijn actief bezig om studenten naar Enschede te trekken. Vanuit Enschede Promotie hebben wij ons de afgelopen jaren bezig gehouden met het vraagstuk om talent juist te behouden voor de stad. Daartoe hebben wij in 2019 onderzoek gedaan naar de student en haar beleving van de stad Enschede. Een belangrijke conclusie was dat talent matig verbonden is met de stad Enschede en gering gebruik maakt van het vrijetijdsaanbod in de stad Enschede. Om juist talent ambassadeur te maken van de stad Enschede heeft EP afgelopen jaren een studentenportal opgestart: studyinenschede.com. Op deze website vinden studenten content over het aanbod (wat speciaal voor hen aantrekkelijk is) in de stad Enschede, zoals activiteiten en events. Daarnaast heeft EP de kortingskaart geïntroduceerd, waarmee studenten korting kunnen krijgen bij culturele- en vrijetijdsinstellingen, winkels en horeca. Verder hebben we ingezet op het introductieconcert en zijn wij zichtbaar aanwezig bij opendagen van onderwijsinstellingen om de stad Enschede te vermarkten als een bruisende stad.



AMBITIE

De ambitie is om Enschede te ontwikkelen tot een hotspot voor studenten, waar ruimte is om jezelf te zijn en ongekende ruimte voor ontwikkeling en creativiteit. Voor zowel studenten als werkend talent geldt dat ze zich moeten kunnen identificeren met Enschede als de 'place to be'. Door middel van campagnes, storytelling, fysieke plekken in de (binnen)stad voor innovatie, creativiteit en ondernemerschap willen wij talent ambassadeur maken van de stad en hiermee de bekendheid van Enschede vergroten. Enschede hotspot maken voor talent en jong werkenden op alle niveaus.

BASIS PROJECTEN

- 1 StudyinEnschede.nl met vrijetijdsaanbod uit Enschede voor studenten
- 2 Kortingspas Studenten

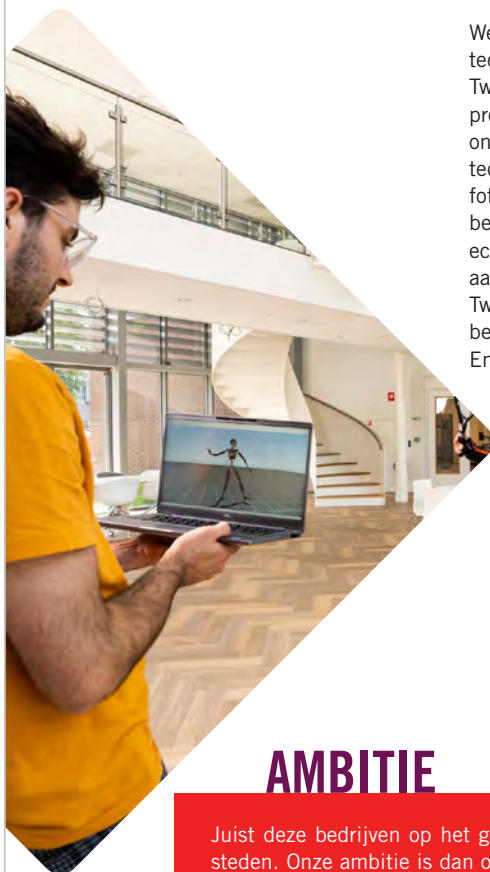
WENS PROJECTEN *

- 3 PR & Communicatie

08

EEN STERK BEDRIJFSLEVEN

Wereldwijde marktontwikkelingen en nieuwe technologieën bieden kansen voor het bedrijfsleven. Twente breed richt zich op het ontwikkelen van nieuwe producten en procesinnovaties en op het verder ontwikkelen, toepassen en implementeren van technologieën zoals Artificial intelligence, robotica, fotonica, chiptechnologie en nanotechnologie. Deze bedrijven en de mkb bedrijven zijn de motor van onze economie. Enschede is daarnaast koploper in het aantal start-ups, vaak ontstaan vanuit de Universiteit Twente, maar ook het belang van de mogelijkheid van bedrijven om door te groeien is van belang voor de Enschedese economie.



AMBITIE

Juist deze bedrijven op het gebied van technologie maakt de stad onderscheidend t.o.v. andere steden. Onze ambitie is dan ook om dit onderscheidende vermogen meer te vermarkten. Door het ophalen van content en het uitdragen van het merk Enschede, wil EP enerzijds de bedrijven meer podium bieden en anderzijds hen beter in contact brengen met talent.

WENS PROJECTEN *

- 1 Ambassadeursprogramma bedrijven (Brandcafé)
- 2 Online storytelling
- 3 PR & Communicatie

* Naast uitvoerend budget is er ook buget nodig voor capaciteit om te onderzoeken, verbinden en te realiseren.

09

MAATSCHAPPELIJKE OPGAVEN

DUURZAAMHEID

De Agenda voor Twente legt verbinding tussen de economische kracht, de kennisposities en innovatiekracht van Twente en dus ook van de stad Enschede. Daarbij is gekozen voor focus op drie maatschappelijke opgaven: slimme energie, circulariteit & duurzaamheid en innovatie in de zorg. Het zijn opgaven die voor elke inwoner in het dagelijkse leven herkenbaar zijn en ons allemaal raken. Het doel is om de krachten van ondernemers, kennis- en onderwijsinstellingen en overheden te bundelen en samen aan maatschappelijke opgaven te werken en economische waarde te creëren. Enschede Promotie stimuleert de duurzame opgaven vanuit de samenleving en zal er aan bijdragen om evenementen, activiteiten zo duurzaam mogelijk te ontwikkelen en implementeren. Daarnaast wil Enschede Promotie middels storytelling meer aandacht vragen voor de duurzame ontwikkelingen in de stad Enschede en zo onze stad neer te zetten als een groene en duurzame stad.



INCLUSIEF

Met inclusief bedoelen we dat alle mensen meedoen. Dat iedereen die dat wil volwaardig deel uit kan maken van de samenleving en erbij hoort. In een inclusieve samenleving heeft iedereen dezelfde rechten en dezelfde kansen om zelfstandig mee te doen op alle terreinen van het leven. Ongeacht geslacht, gaardheid, kleur of geloof. Vanuit dit basis principe wil Enschede Promotie een bijdrage leveren aan deze opgave om het aanbod en het vermarkten van de stad zo inclusief mogelijk te maken.

VERBINDEN

Een belangrijke opgave, zeker na de coronajaren, is om weer met elkaar te verbinden. Geluismomenten ontstaan vaak als we verbinding voelen met anderen. Enschede Promotie wil dan ook graag inzetten voor het tot stand brengen van nieuwe verbindingen. In Twente kennen we het begrip 'naoberschap'. We kijken in de gemeenschap naar elkaar om, zijn betrokken en helpen elkaar waar dat kan. Die positieve en verbindende elementen van 'naoberschap' willen we ook tot uiting blijven brengen in onze strategie. Persoonlijke aandacht is belangrijk. Het maakt gelukkiger dan digitale communicatie en het kan bijdragen aan unieke ervaringen en daarmee een hogere waardering van de bestemming. Een gastvrij onthaal, persoonlijke ontmoetingen en persoonlijk advies vormen daarmee belangrijke ingrediënten voor onze strategie. Voor Duitse gasten telt dit nog eens extra zwaar. Maar ook als we kijken naar het verbinden van stadspartners, om samen tot mooie nieuwe productmarktcombinaties te komen, wil Enschede Promotie daar een stimulerende rol in spelen.



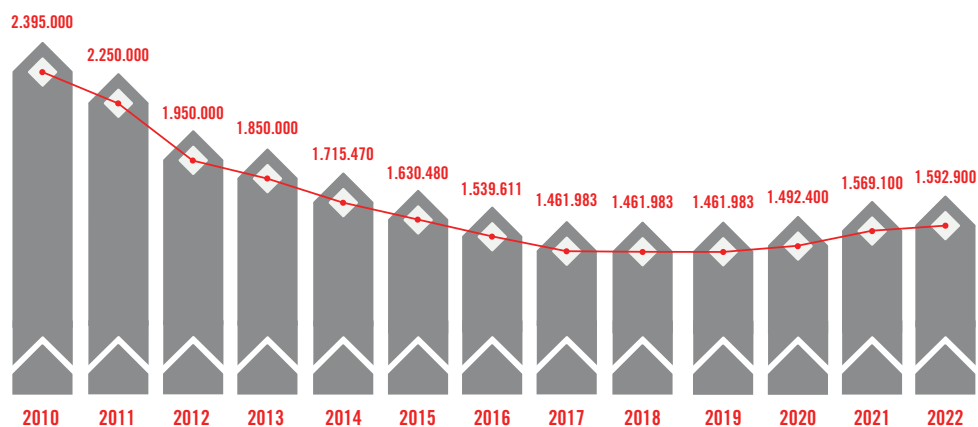
10

FINANCIEEL- EN TOETSINGSKADER & ORGANISATIE

FINANCIEEL KADER

Het doel is om met deze ambitie-agenda 2023- 2025 een multiplier effect te genereren op de lokale publieke middelen. Deze multiplier moet een combinatie zijn van private investeringen en andere publieke geldstromen. De Provincie Overijssel is hierin een mogelijke financiële partner. Enschede Promotie heeft als ambitie om de mogelijkheden van financiële investering vanuit private geldstromen vanuit het bedrijfsleven en publieke geldstromen vanuit de Provincie Overijssel te onderzoeken en te bestendigen. Voor basis financiering van Enschede Promotie voor 2023 vanuit de gemeente Enschede is een bedrag gemoeid van € 1.637.000,- en daarnaast hebben wij begroot om € 767.500 aan financiële middelen uit de markt te halen. In het onderstaand schema hebben we een overzicht gemaakt van de financiën zoals we deze hebben voorgelegd aan de gemeente Enschede (scenario 1), een scenario waarin we meer projecten (60% van de wensprojecten) tot ontwikkeling gaan brengen (scenario 2) en tot slot een scenario waarin alle wensen worden ingewilligd en waarin we echt te verschil gaan maken en onderscheidend vermogen kunnen genereren (scenario 3).

	BEGROTING 2023 Scenario 1	BEGROTING 2023 Scenario 2	BEGROTING 2023 Scenario 3
BATEN			
Subsidiebaten			
Apparaatskosten	1.119.500	1.202.500	1.285.500
Uitvoering	517.500	1.299.500	1.801.500
Totaal reguliere subsidie	1.637.000	2.502.000	3.087.000
 Aanvullende subsidie	 107.000	 107.000	 107.000
 Overige baten	 767.500	 867.500	 967.500
Som der baten	2.511.500	3.476.500	4.161.500



Verloop van de subsidiegelden Enschede Promotie afgelopen jaren



TOETSINGSKADER

Bij de ontwikkeling van producten, activiteiten, evenementen en promotie willen wij deze ontwikkelingen toetsen aan een bepaald kader. Al deze inspanningen moeten ten minste voldoen aan één van onderstaande toetsingskaders:

- Verrassend
- Technologie, innovatie en creatief
- Talent
- Gastvrij
- Inclusief



ORGANISATIE

Enschede Promotie is gehuisvest aan de Langestraat 41. Het is een zelfstandige stichting en draagt ook zelf zorg voor alle facilitaire en huishoudelijke zaken zoals o.a. huur van het pand, verzekeringen, automatisering, personeel en sociale lasten. De stichting wordt bestuurd door een directeur-bestuurder en heeft een Raad van Toezicht voor advies en controle. In 2008 heeft de gemeente Enschede besloten om de Citymarketing op afstand te zetten om enerzijds middelen uit de markt te kunnen halen en anderzijds om een langere termijn koers te kunnen varen los van de politieke dynamiek. Qua financiën is zij voor een belangrijk deel afhankelijk van subsidiegelden vanuit de gemeente Enschede en eventueel vanuit de provincie. Ook heeft de stichting als taak om geld uit de markt te halen bij o.a. het Ondernemersfonds, Horeca en Winkeliersvereniging, Leisure Partners en Kennisinstellingen. De organisatie heeft 12,1 FTE begroot voor 2023 die werkzaam zijn op de deelgebieden evenementen, content, marketing en gastvrijheid (scenario 1). Hierbij is uitgegaan van versterking van het team in 2023 door het aannemen van een aanvullende Eventmanager (0,6 FTE) en een Senior Marketeer Business & Talent (0,8 FTE) ter vervanging van de Marketeer Talent. Bij scenario 2 hebben we voor onze ambities 1,5 FTE extra inzet nodig om te onderzoeken, te verbinden en te realiseren. En bij scenario 3 hebben we 2 FTE extra inzet nodig om de ambitie te halen.



VERANDERING ORGANISATIE

Enschede Promotie wil de stad vooruit brengen en bouwt aan een duurzame groei van de Enschedese economie. Wij sturen op het imago van Enschede en promoten de stad in binnen- en buitenland. Wij openen de deur van Enschede voor bewoners, bezoekers en talenten en leiden ze rond in de stad. Wij enthousiasmeren, inspireren, maar overtuigen ze ook om Enschede te bezoeken, te beleven of hier te komen wonen. Wij zijn verantwoordelijk voor de citymarketing en werken aan een gastvrije stad. Zo versterken wij de Enschedese economie in de breedste zin van het woord.

Hier willen wij als organisatie voor staan. Deze positie gaat verder dan alleen promotie. Wij initiëren, verbinden, enthousiasmeren, faciliteren, signaleren en dagen uit. Bij deze ambitie hoort ook een andere naam, een naam die duidelijk maakt dat wij midden in de samenleving staan, dat wij een netwerkgorganisatie willen zijn en dat wij op aarde zijn om te verbinden en te versterken. Enschede Partners! Enschede Partners is dan o.a. een netwerkgorganisatie met het merk Enschede als vehikel.

ROLLEN ENSCHEDE PROMOTIE

SIGNALEREN

Kansen zien en benoemen

AANJAGEN

Enthousiasmeren, plannen vormen en projecten in beeld brengen

VERBINDEN

Samenwerking tussen partijen organiseren en stimuleren

FACILITEREN

Partijen faciliteren en ondersteunen bij de vormgeving van activiteiten en evenementen

ADVISEREN

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

ORGANISEREN

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

COLOFON

Tekst Enschede Promotie
Fotografie Rob Baas, Emiel Muijderman, ANP, Enschede Promotie.
Vormgeving Lidy Roemaat LRGO

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

© 2023 Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen en/of openbaar gemaakt worden zonder schriftelijke toestemming van Enschede Promotie.