

JAARVERSLAG 2020



INHOUDSOPGAVE

pagina

BESTUURSVERSLAG 2020

4

Inleiding

5

Verantwoording

6

VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT 2020

24

JAARREKENING 2020

27

Balans

28

Staat van baten en lasten

29

Kasstroomoverzicht

30

Toelichting op de jaarrekening

31

CONTROLEVERKLARING

42

BESTUURSVERSLAG 2020



INLEIDING



VEERKRACHT VAN ENSCHEDE IN DE KIJKER

Hoe zet je in crisistijd een stad in de schijnwerpers? Daar bestonden geen draaiboeken voor, maar het is Enschede Promotie in 2020 wel degelijk gelukt. Ondanks het feit dat veel campagnes en evenementen niet door konden gaan, heeft Enschede Promotie ook in dit jaar van meer of minder strenge lockdowns een wezenlijke bijdrage geleverd aan de zichtbaarheid van de stad. Dankzij een grote mate van flexibiliteit en inventiviteit hebben we er samen met ondernemers, andere partners en inwoners voor gezorgd dat - bij alle ingrijpende gevolgen - de sfeer, energie en uitstraling positief bleven.

Die saamhorigheid vertaalde zich direct na de eerste maatregelen medio maart in de campagne 'Samen staan we sterk'. Twee dagen na de aankondiging van het kabinet dat het land op slot ging, hadden we die campagne opgetuigd, met de portal enschedesamensterk.nl als middelpunt. Binnen twee weken waren daar al zeventig initiatieven aangemeld, van acties van horecaondernemers tot sociale initiatieven. De portal voorzag ook in tips en handreikingen om de lockdown prettig door te komen. Enschede liep met deze hartverwarmende invulling van het begrip 'noaberschap' voorop in Nederland. Het bereik was groot en het initiatief vond in veel plaatsen navolging. Daar zijn we trots op.

Aanstekelijke campagne

Dit succes zette de toon voor andere activiteiten waarmee we hebben geprobeerd de gevolgen van de crisis zoveel mogelijk te verzachten. Zoals de actie 'Fijn dat je er weer bent!' na de eerste versoepelingen, en aansluitend de aanstekelijke campagne 'Vier de zomer in Enschede'. Een reeks activiteiten in samenwerking met vele partners, om van de nood een deugd te maken: thuis of dichtbij huis vakantie vieren werd daardoor extra plezierig. Dankzij onder meer de vrolijke aankleding van de binnenstad – waarvan de fotogenieke beelden royaal werden gedeeld op sociale media – en tips voor zomers vermaak.

Lokale helden

Met de feestmaand december in aantocht hebben we de lokale ondernemers in het licht gezet, via de campagne 'Steun Enschede, koop lokaal'.

Door portretten van 44 ondernemers in te zetten als beeldmerk en kapstok werd het publiek aangespoord om (december)aankopen zoveel mogelijk bij 'lokale helden' te doen, al dan niet online. De resultaten in cijfers zijn nog niet bekend, maar op voorhand kunnen we al vaststellen dat de campagne veel sympathie heeft opgeleverd. Dat geldt ook voor het lichtspektakel waarmee Enschede het jaar heeft uitgeluid. Als alternatief voor het vuurwerk dat dit jaar niet mocht worden afgestoken. Ondanks het feit dat de zicht- en weersomstandigheden niet overal optimaal waren, is de lichtshow met enthousiasme ontvangen. Het bleek een passende en waardige afsluiting van het jaar, die bovendien het profiel van Enschede als technologische, innovatie en creatieve stad onderstreepte. Het initiatief trok veel aandacht, ook van landelijke media.

Meer dan corona

Naast alle corona gerelateerde initiatieven hebben we in het afgelopen jaar ondanks de beperkingen toch ook veel andere ontwikkelingen in gang gezet. Zoals de lancering van onze corporate website enschedepromotie.nl waarmee we de zichtbaarheid van Enschede Promotie sterk hebben vergroot, en de nieuwe websitestudyinenschede.nl die het (internationale) studenten veel makkelijker maakt hun weg te vinden in het vrijetijdsaanbod van de stad Enschede. De Harry Bannink en Willem Wilmink wandelroute, die een instant hit bleek, en de grensoverschrijdende Drielanden Fietsroute. Op beleidsniveau hebben we met de nieuwe Citymarketing Visie een stevige basis gelegd voor een samenhangende en effectieve promotie van onze mooie stad in de komende jaren.

Energie vasthouden

Enschede heeft in het afgelopen jaar andermaal haar al vaker zwaar beproefde veerkracht bewezen. Ook als organisatie hebben wij die soepelheid aan de dag gelegd. Zonder voorbij te gaan aan de ingrijpende effecten van deze crisis, ben ik trots op het grote aanpassings- en anticiperend vermogen waarmee het team van Enschede Promotie op de steeds veranderende omstandigheden heeft gereageerd. We zijn zeker van plan die energie vast te houden, in het belang van onze prachtige stad.

VERANTWOORDING

FINANCIEEL

Het exploitatieresultaat over boekjaar 2020 ad € 306.994,- positief, is toegevoegd aan de bestemmingsreserve, terwijl er € 14.500,- negatief begroot was. Tijdens het opstellen van de begroting wisten we niet dat er coronamaatregelen zouden komen, die onze werkzaamheden behoorlijk zouden beïnvloeden. Hierdoor is er vrijwel geen enkel evenement doorgegaan en hebben we onze campagnes moeten uitstellen naar 2021. Ook hebben we minder inkomsten ontvangen vanuit de advertentieverkoop via onze Uitagenda, Citymagazine en de website uitinenschede.nl. De totale inkomsten hieruit waren € 10.617,-. De algemene reserve bedraagt € 281.225,-. Deze reserve is noodzakelijk om eventuele toekomstige negatieve resultaten op te kunnen vangen. In 2020 is het bestemmingsfonds gestegen van € 86.880,- naar € 370.624,-. Het bestemmingsfonds voor de sfeerverlichting is gedaald van € 86.880,- naar € 71.430,- omdat een deel van dit fonds benut is voor de servicekosten van de sfeerverlichting in 2020. Het bestemmingsfonds voor doorgeschoven projecten is in 2020

toegenomen met € 299.194,-. Dit is het gevolg van de beperktere werkzaamheden als het gevolg van de coronamaatregelen. In overeenstemming met de gemeente Enschede zijn deze gelden toegevoegd aan de bestemmingsfonds en zullen in 2021 worden besteed. Dit fonds mag alleen worden aangewend voor het door derden aangegeven doel en staat derhalve niet ter vrije beschikking. De bestemmingsreserve is toegenomen met het positieve resultaat van € 23.250,-. Verder heeft de gemeente Enschede in 2020 geconstateerd dat, aan de hand van financiële en inhoudelijke verantwoording door Enschede Promotie, de activiteiten waarvoor subsidie is verleend daadwerkelijk in 2019 hebben plaatsgevonden. Hiermee heeft Enschede Promotie voldaan aan de subsidieverplichting uit de verleningsbeschikking d.d. 5 februari 2019 en is derhalve het totale subsidiebedrag van € 1.502.392,- op 16 april 2020 vastgesteld. De totale subsidieafrekening is hiermee door de subsidieverlener, gemeente Enschede, volledig goedgekeurd.





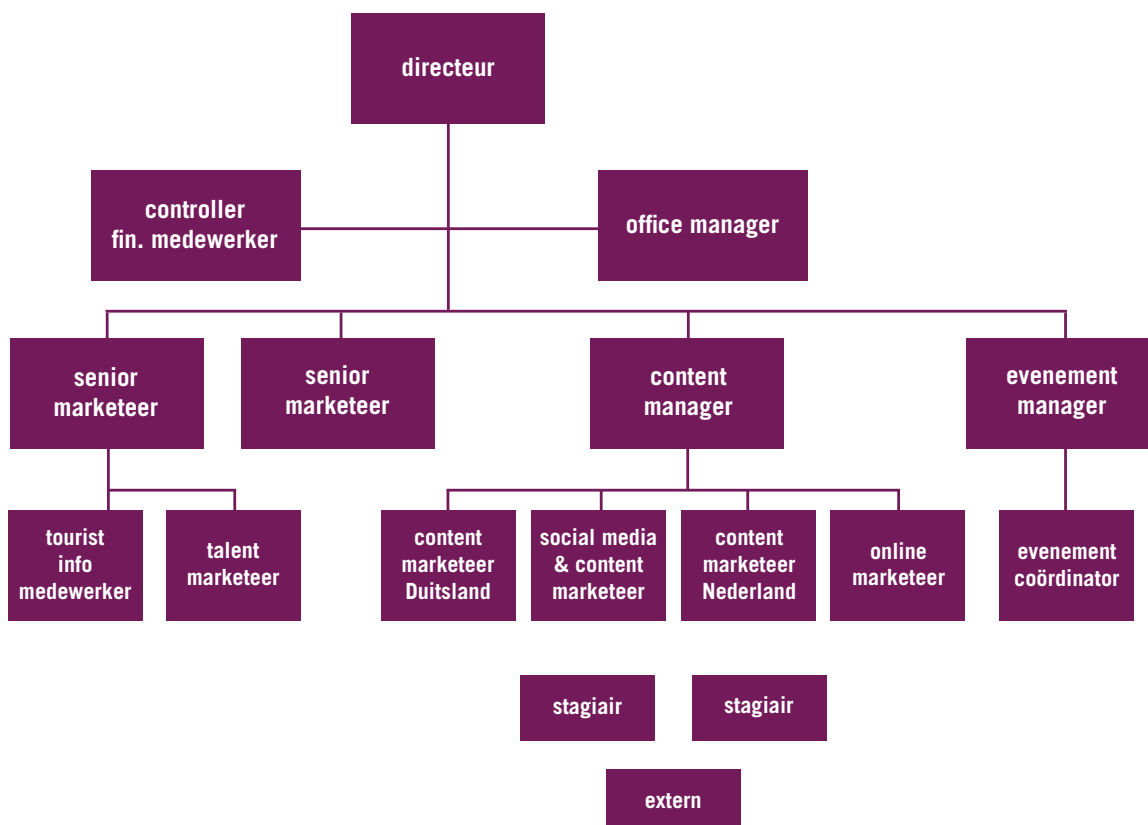
PERSONEEL

Het team van Enschede Promotie telt ultimo 2020 in totaal 11,30 fte (in 2019: 10,67 fte). De meeste medewerkers zijn logischerwijs actief op Marketing en Evenementen: 6,72 fte. Op Finance en Control werkt één financieel medewerker. Enschede Promotie huurt daarnaast een dag in de week een externe controller in via het bedrijfsbureau van Kaliber Kunstenschool, voor het opstellen van de maandrapportages, jaarrekening, begroting en het verrichten van controles.

Op de afdeling Marketing hebben we een dag in de week een online marketeer ingehuurd om onze campagnes zo goed mogelijk online weg te zetten en om te helpen bij de opzet van onze nieuwe websites visit-enschede.com en enschedepromotie.nl.

Het ziekteverzuim bij Enschede Promotie was in 2020 2,2 % (in 2019: 1,5%, landelijk 4,38). In het kader van de reeds ingezette professionalisering van onze HR-omgeving - door invoering van het arbeidsvoorwaardenreglement - hebben wij dit jaar voor iedere medewerker een functieprofiel ontwikkeld. Dat omschrijft de kwaliteiten en competenties die nodig zijn voor de betreffende functies. Daarnaast hebben wij een functie- en beoordelingsformulier ontwikkeld, aan de hand waarvan de medewerker wordt beoordeeld op de eisen in zijn of haar functieprofiel.

ORGANOGRAM ENSCHEDE PROMOTIE





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.

De herijking van de vorige visie is eind 2018 begonnen met een onderzoek door het bureau Necker van Naem en heeft geleid tot de volgende conclusies:

- het resultaat van de herijking moet geschikt zijn voor overkoepelend gebruik;
- waarborg citymarketing ook binnen gemeentelijke organisatie;
- creëer een *brandhouse* waarbij Enschede Promotie de leiding heeft;
- Twente en Enschede zijn sterk met elkaar verbonden, maar de focus moet op Enschede gericht blijven.

Na de evaluatie door Necker van Naem en een sessie met de gemeente Enschede en Enschede Promotie is in gezamenlijkheid besloten om de huidige visie te actualiseren. Op 3 juni 2019 is het proces gepresenteerd aan de gemeenteraad. Het doel was een geactualiseerde Citymarketingvisie die past bij de ambitie van de stad en die door haar stakeholders wordt omarmd. De vijf geschikte bureaus heeft uiteindelijk Bureau Buhrs de opdracht gekregen om het proces uit te voeren.

Begin 2020 is de hernieuwde Citymarketingvisie opgeleverd. Ruim vijftig betrokkenen uit de domeinen bewoners, bedrijven, bezoekers, cultuur, onderwijs en overheid dachten mee over de citymarketingkoers voor de komende jaren. We schetsten met elkaar het DNA van Enschede, brachten focus aan en schreven het verhaal van de stad.

In oktober 2020 is de Citymarketingvisie Enschede vastgesteld door de gemeenteraad. In 2021 staat de merkontwikkeling centraal. Om de focus die is beschreven in de Citymarketingvisie ook door te vertellen naar creatieve en visuele concepten, hebben we een tijdelijke pop-up *brandteam* samengesteld. Dit team bestaat uit 7 creatieve strategen en conceptontwikkelaars uit Enschede, die gaan samenwerken aan het merk Enschede. Enschede heeft een sterke creatieve sector en daarom is ervoor gekozen om die creativiteit met elkaar te verbinden, om zo het merk Enschede inhoud te geven. Belangrijk is dat alle partijen intrinsiek gemotiveerd zijn om voor én met Enschede aan het werk te gaan.

Volgens planning wordt het merk Enschede in juni 2021 gepresenteerd. Hierna wordt gewerkt aan een ambassadeurscampagne en stad brede implementatie van het merk.

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

Sinds 2019 heeft de directeur van Enschede Promotie zitting in het Strategisch Cultuurberaad, de coöperatie van dertien professionele culturele instellingen in Enschede. De directies komen maandelijks bijeen. De deelname van Enschede Promotie is erop gericht de synergie tussen alle partijen nog beter tot zijn recht te laten komen. In dit overleg wordt ook de Museumnacht besproken, die helaas dit jaar geen doorgang heeft gevonden. Daarnaast zit de senior marketeer van Enschede Promotie met grote regelmaat met haar collega's van de culturele instellingen om tafel, voor nog betere afstemming en om de samenwerking te bevorderen.

Ondernemersfonds (OF)

In het Ondernemersfonds (OF) komen de opbrengsten terecht van het precariorecht (belasting voor gevelreclame, terrassen en andere objecten in, op of boven gemeenteground). De gemeente sluit de inkomsten door naar het OF dat er activiteiten 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 weer verschillende aanvragen bij het OF gedaan voor financiële ondersteuning van onder meer de Duitsland Campagne en de Harry Bannink en Willem Wilmink wandelroute. Er zijn dit jaar door ons meer aanvragen gedaan bij het OF, maar door de coronamaatregelen zijn vele activiteiten en evenementen niet doorggegaan en zijn de bijdragen uit het OF niet toegekend.

Sponsors en advertentieverkoop

Voor verschillende projecten klopt Enschede Promotie aan bij haar sponsors. De Uitagenda, de website uitinenschede.nl en het Citymagazine Enschede worden mede gefinancierd met de opbrengsten van advertenties. Dit jaar waren de inkomsten lager dan in 2019 vanwege een lagere verschijningsfrequentie van de agenda's. De totale advertentieverkoop bedroeg in 2020 € 10.617,-.

Twente Marketing & Stedenband

Enschede Promotie werkt samen met Twente Marketing in verschillende overlegstructuren. Besturen van de lokale VVV/TTI's in Twente komen ongeveer twee keer per jaar bij elkaar, er is een operationeel overleg op Twentebreed niveau en Almelo, Hengelo en Enschede bespreken als Stedenband één keer per half jaar hoe zij elkaar in Twents verband kunnen versterken. Bovendien hebben Enschede Promotie, Twente Marketing en Ootmarsum Promotie regelmatig overleg om te onderzoeken hoe zij in gezamenlijkheid de Chinese toerist naar Enschede en Ootmarsum kunnen trekken. Deze overleggen hebben in 2020 minder vaak plaatsgevonden dan in 2019, in verband met corona.

Kennisinstellingen

Ook hebben we in 2020 onze banden met de kennisinstellingen weer aangehaald. Zo zijn we bezig geweest om een lichtprojectie-event te organiseren in samenwerking met deze kennisinstellingen, waaronder ROC van Twente, Hogeschool Saxion, AKI/ArtEZ (Hogeschool voor de Kunsten) en de UT. Helaas heeft dit event geen doorgang kunnen vinden vanwege corona. De reacties vanuit deze instellingen waren niettemin heel positief, en het ziet ernaar uit dat we in 2021 ook daadwerkelijk gaan samenwerken om dit evenement in de wintermaanden gestalte te geven. Verder hebben we onze banden verstevigd met Enschede LAB, de partij die stad, onderwijsinstellingen en studenten met elkaar verbindt.



KPI'S MARKETINGJAARPLAN 2020

Volgens afspraak met de gemeente Enschede (zoals vastgelegd in de Subsidiebeschikking van 27 januari 2020) voert Enschede Promotie in 2020 die activiteiten en projecten uit die bijdragen aan de doelen van de Stichting Enschede Promotie en haar Marketingjaarplan 2020. Hierbij zijn Enschede Promotie en de gemeente Enschede overeengekomen dat bij de uitvoering van het Marketingjaarplan 2020 rekening wordt gehouden met de nieuwe visie en strategie in het gebruik van de content middelen van Enschede Promotie.

Verder heeft Enschede Promotie toegezegd om het nog te ontwikkelen merk van Enschede zoveel mogelijk te gebruiken in haar middelen. Tevens is afgesproken dat het gereserveerde bedrag van 100k voor een 'landmark' ook mag worden gebruikt voor activiteiten ten behoeve van de citymarketing-doelstellingen en het merk Enschede, zoals geformuleerd in de nieuwe Citymarketingvisie. Enschede Promotie heeft zichzelf de volgende kritische prestatie-indicatoren (KPI's) ten doel gesteld bij het Marketingplan van 2020.

KPI DUITSLAND

Om bezoekers succesvol te verleiden tot een bezoek aan Enschede, is het belangrijk om te weten op welke doelgroep we ons moeten richten. In 2020 wordt er een doelgroepenonderzoek uitgevoerd, gelijk aan dat voor Nederland om de meest kansrijke doelgroepen te bepalen.

KPI MEERDAAGS NEDERLAND

In 2020 willen we de content voor de campagne Weekendje Enschede verbeteren. Daartoe stellen we een KPI op het creëren van minimaal 10 blogartikelen over de campagnethema's: actief, evenementen, culinair, cultuur en winkelen. Het doel is om met de blogs meer inspirerende content te leveren en daardoor online meer kwalitatieve bezoekers voor een weekendje naar Enschede te lokken.

KPI HERIJKING CITYMARKETINGVISIE & BRANDING

In 2020 willen we samen met de gemeente Enschede de herijkte Citymarketingvisie opleveren met de daarbij passende branding, die voldoende draagvlak heeft bij de achterban in de stad Enschede.

KPI TOERISTISCHE AGENDA

Toerisme is van belang voor Enschede. Daarom willen we in 2020 met de gemeente Enschede een toeristische agenda ontwikkelen. Het behalen van deze KPI is afhankelijk van diverse partijen. De gemeente Enschede bepaalt de timing van het opleveren van de toeristische agenda. De KPI is behaald wanneer er een toeristische agenda is opgeleverd.

KPI ONLINE 1:

Begin Q2 wordt het online platform uitinenschede.nl (NL en DE) uitgebreid met een Engelstalige toeristische website. EP beschouwt de lancering als succesvol wanneer de website eind Q4 minimaal 50.000 keer is bezocht.

KPI ONLINE 2: FOCUS OP KWALITEIT

Trends in de online marketing wijzen uit dat het steeds belangrijker is om dicht bij je doelgroepen te staan. Kwaliteit en authenticiteit moeten voorop staan bij het produceren van content. Mensen krijgen (online) zoveel content te zien dat ze dit soms niet meer kunnen verwerken. Er is een overdaad aan content. Om die reden moet kwaliteit boven kwantiteit gaan. Hierbij is het belangrijk dat het publiek zich persoonlijk aangesproken voelt door de content, en zich kan identificeren met de stad Enschede. Ook wordt ingehaakt op de trend om video nadrukkelijker te integreren in de contentstrategie. Zeker bij de doelgroep die Enschede nog niet of nauwelijks kent is video uitermate geschikt om de stad te vermarkten. Door te sturen op onderstaande KPI's wordt de kwaliteit van de content gewaarborgd.

KPI'S NL	2019	DOEL 2020	STIJGING
Uitinenschede.nl			
Stijging aantal sessies vanuit social media kanalen naar uitinenschede.nl (excl. betaald verkeer)	135.989	169.986	25%
Stijging engagement ratio Instagram	4,58%	5%	9%
Stijging engagement ratio Facebook	7,94%	8%	1%
Gemiddeld doorklikpercentage (CTR) vanuit nieuwsbrief	5,3%	7,5%	42%
Stijging paginaweergaven alle blogs (excl. betaald verkeer)	47.748	95.496	100%
Stadtenschede.de			
Gemiddeld engagement ratio Facebook	6,77%	7%	1%
Gemiddeld doorklikpercentage (CTR) vanuit de nieuwsbrief	6%	7,5%	25%
Stijging aantal sessies vanuit social media kanalen naar stad tenschede.de (excl. betaald verkeer)	22.428	28.035	25%
Stijging paginaweergaven alle blogs (excl. betaald verkeer)	16.977	33.954	100%
KPI ONLINE 3: VERGROTEN FANBASE			
Dat kwaliteit boven kwantiteit gaat mag gelden voor de content, maar voor de omvang van de fanbase van Enschede geldt dit niet. Waar mogelijk wordt er groei gecreëerd om zo nog meer mensen op een laagdrempelige en voordelige manier te kunnen bereiken. Verder is groei voorzien voor de websites uitinenschede.nl en stad tenschede.de. Er zijn KPI's opgesteld voor de kanalen waar potentie ligt.			
KPI'S			
Social Media			
Stijging nieuwsbrief inschrijvingen NL	7.194	7.500	4%
Stijging aantal volgers Instagram	10.480	15.000	43%
Stijging nieuwsbriefinschrijvingen DE	4.226	4.700	11%
Stijging aantal likes op Facebook DE	25.393	26.000	2%
Opbouwen database studentennieuwsbrief	60	500	733%
Websites			
Stijging sessies uitinenschede.nl	1082.893	1,2 mln	11%
Stijging sessies stad tenschede.de	764.141	800.000	5%
Verdubbeling gebruikers op studyinenschede.com	11.723	23.446	100%

1. Duitsland campagne

De KPI die is vastgesteld voor Duitsland is het uitvoeren van een doelgroepenanalyse. Dit hebben we inmiddels gedaan voor de Duitse markt. Voor de Nederlandse markt werken we met het lifestyle-segmentatiemodel van het Bureau voor Ruimte & Vrije tijd. De Duitse toerist is in het mentality-model gesegmenteerd; dit model werkt met persona's. Beide modellen zijn naast elkaar gelegd en hieruit zijn twee Duitse doelgroepen naar voren gekomen die voor Enschede het meest kansrijk zijn voor een meerdaags bezoek. Dit zijn Nora (vergelijkbaar met de avontuurzoeker) en Michael (vergelijkbaar met de plezierzoeker). Als secundaire doelgroep is Mary benoemd. Deze persona is te vergelijken met de rustzoeker. Zij verblijft vaak in de regio en is te verleiden tot een dagje Enschede. Deze doelgroepen worden benaderd in de Duitsland campagne met een daarbij passende boodschap en kansrijke middelenmix.

In 2020 werd ingezet op het vermarkten van Enschede als belevenisstad. Veel Duitsers zijn al bekend met Enschede, maar er is nog een hele grote doelgroep (noordelijk deel Ruhrgebied) die niet goed weet wat Enschede behalve winkelen te bieden heeft. Het gehele jaar door stonden er doorlopend online campagnes ingepland. Deze online campagnes zijn vanaf 16 maart gepauzeerd, omdat er ook in Duitsland werd opgeroepen zoveel mogelijk thuis te blijven.

De eerste flight van de campagne (online en offline), gepland voor april, werd uitgesteld naar september. In die maand hebben we een doorstart gemaakt met de campagne in Duitsland. Met name offline, via outdoor middelen, was Enschede zichtbaar in Bielefeld, Minden en Vechta. Verschillende afbeeldingen waren zichtbaar op billboards in combinatie met ronde zuilen, roadside screens en digitale infoschermen. Verder is er radioreclame ingezet via Antenne Niedersachsen in dit gebied. Online hebben we de campagne gestalte gegeven via adwords, FB- advertising en YouTube-prerolls. Ook deze campagne hebben we vroegtijdig moeten stopzetten omdat bezoek vanuit het buitenland werd afgeraden. Er zijn in twee periodes van 10 dagen grote outdoor-uitingen geweest met een bereik van 3.660.578. Er zijn 20 radiospots uitgezonden. De geplande 200.000 contactmomenten die via webradio zijn ingekocht, zijn niet allemaal behaald. Voor de geplande

guerilla-actie werd geen vergunning verleend. Online is er advertising ingezet, deze campagne is stopgezet na aanscherping van de maatregelen.

Om toch in contact te blijven met de Duitsers zijn de maandelijkse nieuwsbrieven met informatie over Enschede gewoon verstuurd. Via Facebook, de website en de WhatsApp-service werden de Duitsers op de hoogte gehouden van de stand van zaken in Enschede. Communicatie vond plaats op gepaste wijze. Wel kwamen er veel vragen van Duitse bezoekers binnen via mail, WhatsApp en Messenger, die dan zo snel mogelijk door Enschede Promotie werden beantwoord.





2. Campagne NL Meerdaags Toerisme

In verband met alle coronamaatregelen en restricties met betrekking tot reizen en vrijetijdsbesteding is geheel 2020 de campagne ten behoeve van meerdaags toerisme niet uitgevoerd. Besloten is de campagne 'Wanneer ga jij naar Enschede?' vanaf maart 2021 weer voort te zetten.

3. Herijking Citymarketingvisie

Enschede Promotie is in 2019 met de gemeente Enschede begonnen met de herijking van de Citymarketingvisie. Het definitieve visiedocument is in september 2020 vastgesteld door de gemeenteraad met als kanttekening dat er aan het profiel (creatieve, technologische en innovatieve stad) een groene pijler moet worden toegevoegd. Door uitstel van de vaststelling in verband met het coronavirus, is ook het vervolgtraject vertraagd. Het merktraject, waaraan we gaan werken met een pop-up brandteam, is verplaatst naar maart 2021. Wel heeft begin oktober de kennismakingsdag van het pop-up brandteam plaatsgevonden. Een zeer geslaagde dag, waarin iedereen veel positieve energie meebracht.

4. Toeristische Agenda

Toerisme is van belang voor Enschede. Daarom hadden we in 2020 met de gemeente Enschede een toeristische agenda willen ontwikkelen. Helaas is deze agenda op langere baan gezet door de gemeente Enschede aangezien er nu met de huidige coronamaatregelen andere prioriteiten zijn gesteld. Wanneer deze agenda weer wordt opgepakt is nog onduidelijk, maar Enschede Promotie zal dit in ogenschouw blijven houden en zorgen dat het niet van de agenda verdwijnt.

5. Online portal

In de eerste maanden van het jaar is geïnvesteerd in het CMS (besturingssysteem) van Uitinenschede.nl en Stadtenschede.de om deze websites toekomstbestendig te maken. Bijkomend doel was dat meer websites (als onderdeel van het platform van Enschede Promotie) binnen hetzelfde CMS kunnen draaien, waardoor gebruik kan worden gemaakt van dezelfde functionaliteiten. Vervolgens is in het eerste kwartaal begonnen met de ontwikkeling van studyinenschede.com (oplevering in april) en het inrichten van visit-enschede.com (in juni opgeleverd).

De lopende online advertenties ter promotie van de agenda op uitinenschede.nl zijn per medio maart stopgezet en vanaf half augustus weer ingezet. Verder zijn twee nieuwe Pinterest-accounts opgezet in het Nederlands en het Duits, die in juni en juli zijn opgeleverd. De advertentie-inkomsten (website, City Magazine, Uitagenda) zijn gedaald in 2020. Veel verkochte jaarpakketten worden nu minder ingezet of uitgesteld vanwege de coronamaatregelen.

In de tweede helft van het jaar zijn de content en kleine tweaks van onze websites verbeterd om deze gebruiksvriendelijker en beter vindbaar te maken. Daarnaast is er een FAQ-pagina ontwikkeld in drie talen (NL, DE, ENG). Tevens is 'Steun Enschede Koop Lokaal' opgezet en binnen uitinenschede.nl geïntegreerd.

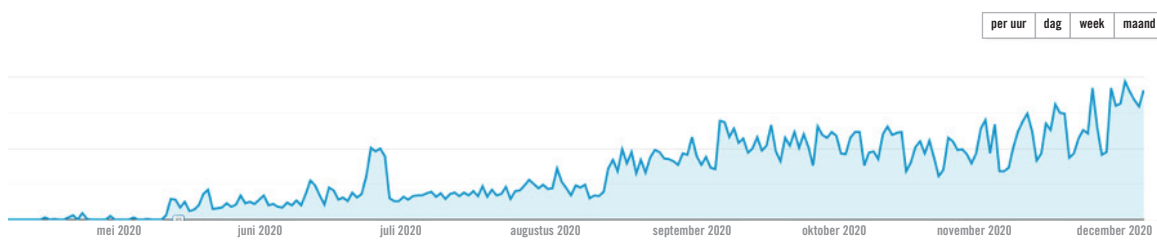




KPI ONLINE 1

Begin Q2 wordt het online platform [uitinenschede.nl](https://www.uitinenschede.nl) (NL en DE) uitgebreid met een Engelstalige toeristische website. EP beschouwt de lancering als succesvol wanneer de website eind Q4 minimaal 50.000 keer is bezocht.

De Engelse versie van [uitinenschede.nl](https://www.uitinenschede.nl) is [visit-enschede.com](https://www.visit-enschede.com) geworden. Deze is voor de zomer opgeleverd. In totaal zijn er in 2020 18.707 sessies geweest. Vanwege de huidige coronacrisis is ervoor gekozen om hierop geen campagnes te voeren, omdat de toestroom van internationale toeristen nagenoeg tot stilstand is gekomen. Alleen ten tijde van de lancering is er een online campagne geweest met als doel de vindbaarheid te vergroten. In onderstaande grafiek is te zien dat er een stijgende lijn zit in het aantal sessies, voornamelijk door organische groei.



KPI ONLINE 2: FOCUS OP KWALITEIT

Trends in de online marketing wijzen uit dat het steeds belangrijker is om dicht bij je doelgroepen te staan. Kwaliteit en authenticiteit moeten voorop staan bij het produceren van content. Mensen krijgen (online) zoveel content te zien dat ze dit soms niet meer kunnen verwerken. Er is een overdaad aan content. Om die reden moet kwaliteit boven kwantiteit gaan. Hierbij is het belangrijk dat het publiek zich persoonlijk aangesproken voelt door de content, en zich kan identificeren met de stad Enschede. Ook wordt ingehaakt op de trend om video nadrukkelijker te integreren in de contentstrategie. Zeker bij de doelgroep die Enschede nog niet of nauwelijks kent is video uitermate geschikt om de stad te vermarkten. Door te sturen op onderstaande KPI's wordt de kwaliteit van de content gewaarborgd.

KPI	2019	DOEL 2020	RESULTAAT	%
Uitinenschede.nl				
Stijging aantal sessies vanuit social media kanalen naar uitinenschede.nl (excl. betaald verkeer)	135.989	169.986	251.353	84%
Stijging engagement ratio Instagram	4,58%	5%	34,3%	-
Stijging engagement ratio Facebook	7,94%	8%	7,3%	-
Gemiddeld doorklikpercentage (CTR) vanuit nieuwsbrief	5,3%	7,5%	8,2%	-
Stijging paginaweergaven alle blogs (excl. betaald verkeer)	47.748	95.496	228.552	379%
Stadtschede.de				
Gemiddeld engagement ratio Facebook	6,77%	7%	4,9%	-
Gemiddeld doorklikpercentage (CTR) vanuit de nieuwsbrief	6%	7,5%	8,4%	-
Stijging aantal sessies vanuit social media kanalen naar stadtschede.de (excl. betaald verkeer)	22.428	28.035	32.561	45%
Stijging paginaweergaven alle blogs (excl. betaald verkeer)	16.977	33.954	46.794	176%

KPI ONLINE 3: VERGROTEN FANBASE

Dat kwaliteit boven kwantiteit gaat mag gelden voor de content, maar voor de omvang van de fanbase van Enschede geldt dit niet. Waar mogelijk wordt er groei gecreëerd om zo nog meer mensen op een laagdrempelige en voordelige manier te kunnen bereiken. Verder is groei voorzien voor de websites www.uitinenschede.nl en www.stadtschede.de. Er zijn KPI's opgesteld voor de kanalen waar potentie ligt.

KPI'S	2019	DOEL 2020	RESULTAAT	%
Social Media				
Stijging nieuwsbriefinschrijvingen NL	7.194	7.500	7.398	2,8%
Stijging aantal volgers Instagram	10.480	15.000	13.022	24%
Stijging nieuwsbriefinschrijvingen DE	4.226	4.700	4.713	12%
Stijging aantal likes op Facebook DE	25.393	26.000	25.951	2,2%
Websites				
Stijging sessies uitinenschede.nl	1082.893	1,2 mln	813.687	-25%
Stijging sessies stadtschede.de	764.141	800.000	510.505	-33%



6. Marktonderzoek

In 2020 stond er minder marktonderzoek op de planning dan andere jaren. Daartoe heeft Enschede Promotie besloten om 5k budget van marktonderzoek vrij te maken voor het budget voor een Dag campagne. De Dag campagne heeft als doel om, na het coronatijdperk, de stad Enschede weer volop in beeld te brengen bij de regionale doelgroep. De overige 5k voor marktonderzoek is nog niet besteed.

7. Dagcampagne

De bezoekersaantallen van de binnenstad in Enschede stijgen al jaren. Enschede heeft een groot verzorgingsgebied waarbij, behalve inwoners uit eigen stad, ook inwoners van de regio's Twente en Achterhoek een belangrijke doelgroep vormen. Door het coronavirus en de overheidsmaatregelen om de verspreiding in te dammen staat de vrijetijdsector zo goed als stil. Horeca, winkels, markten en allerlei andere vrijetijdslocaties zijn (deels) gesloten. Om, zodra de maatregelen van de overheid het weer toelaten, het bezoek aan Enschede een impuls te geven wil Enschede Promotie actief campagne voeren om de stad weer onder de aandacht te brengen. Aangezien 50% van alle bezoekers in de binnenstad van buiten de stad Enschede komt, is Enschede economisch afhankelijk van deze bezoekers. Om een bijdrage te leveren aan een economisch herstel, zal hier dan ook actief op geworven moeten worden. Deze campagne wordt gezamenlijk met partners gefinancierd. Zo is er een bijdrage aangevraagd van € 20.000,- uit het Ondernemersfonds én draagt de Provincie Overijssel voor € 20.500,- bij aan deze campagne. Totaal te besteden budget voor deze campagne: € 65.500,-. Deze campagne is nu uitgesteld naar het voorjaar van 2021.

8. Tourist Info/Gastvrijheid

De Tourist Info heeft tot december 2020 2.431 bezoekers ontvangen en geholpen, ondanks de sluiting van de Tourist Info van medio maart tot 18 mei in verband met COVID-19. Tijdens deze periode konden vragen telefonisch, via Whatsapp en per mail worden gesteld.

9. Study in Enschede

In 2019 heeft Enschede Promotie in samenwerking met gemeente Enschede een onderzoek gedaan onder studenten in Enschede. Dit om helder te krijgen hoe kan worden voldaan aan de strategische opgave van de stad Enschede: 'Het aantrekken en vasthouden van talent'. Uit het onderzoek bleek dat het vrijetijdsaanbod een belangrijke factor is om na de studie in Enschede te blijven.

Ook bleek er behoefte te zijn aan één centraal platform waar alle informatie voor studenten samenkomt. Daartoe heeft Enschede Promotie op 27 april 2020 de website studyinenschede.com gelanceerd. Via dit platform en acties profileert Enschede zich op een interessante manier als aantrekkelijke stad voor wonen, studeren, werken en vrije tijd. Het doel is om huidige studenten ambassadeurs van de stad te laten worden, zodat meer studenten ervoor kiezen na hun studie in Enschede te blijven. In de zomer van 2020, tijdens de afgeschaalde introductieweken, is de studycard [Studyinenschede](https://studyinenschede.com) geïntroduceerd. Met deze kaart krijgen studenten korting bij winkels, horeca en culturele instellingen. In totaal maken inmiddels ruim 1.400 studenten gebruik van deze kaart en zijn veertien ondernemers aangesloten. In totaliteit hebben alle online acties en advertenties ruim 191.000 impressies behaald. Daarnaast zijn er 1.660 inschrijvingen voor de newsletter.

10. Enschede Muziek in de Straten

Na een succesvolle editie van Enschede Muziek in de Straten 2019 is de editie van 2020 in de bestaande vorm komen te vervallen. Het Twents Gitaarfestival én de Week van de Amateurkunst zijn onderdeel van Enschede Muziek in de Straten, maar deze zijn vanwege het coronavirus geannuleerd. Om het winkelend publiek iets extra's te bieden was voor het najaar een aangepaste editie van EMS gepland, doch deze is helaas ook geannuleerd. De budgetten voor dit project à 40k hebben we doorgeschoven naar de lichtprojectieroute tijdens Winter Wonderland. Dit is afgestemd met de gemeente Enschede.

11. China Pilot

In 2020 zou de China Pilot vanuit 2019 worden voortgezet. Op de planning voor dit jaar stond onder andere het WeChat miniprogram over Enschede (en Ootmarsum). Ook stonden er 12 posts gepland via het social media kanaal 'Weibo' (de Chinese tegenhanger van Twitter) om het miniprogram onder de aandacht te brengen. Het reisarrangement zou worden getest door een pilotgroep. Hiervoor hebben we begin dit jaar een voorstel ontvangen van NextPort China, het bureau dat ons ondersteunt in deze pilot. Door de coronamaatregelen zijn al deze activiteiten opgeschort. We houden contact met Ootmarsum en de gemeente Enschede en bekijken wat we kunnen oppakken voor de China Pilot zodra er wat meer ruimte komt. Het streven is om in 2021 een doorstart te maken.

12. Routes

Dit jaar zijn de Harry Bannink en Willem Wilmink wandelroute (B&W-wandeling) en de Drielanden fietsroute geïntroduceerd. De B&W wandeling leidt langs belangrijke plekken uit het leven en werk van deze in Enschede geboren muzikale iconen. De route is voorzien van beeld- en geluidsfragmenten. In de online module op de website is deze route te vinden. Op 11 september is de route feestelijk in gebruik genomen in aanwezigheid van onder andere de weduwe van Willem Wilmink. De eerste druk van 200 routeboekjes was na een week al op.

In het kader van Die Tolle Woche is er een Drielanden fietsroute ontwikkeld door Routenetwerken Twente. De 68 km lange fietstocht voert van Enschede via Losser naar Bad Bentheim

(Nedersaksen) en via Gronau (Noordrijn Westfalen) terug. Op zaterdag 26 september, de eerste dag van Die Tolle Woche, werd de route gepresenteerd. Het routeboekje was verkrijgbaar bij de Tourist Infopunten in de betreffende plaatsen. Vanwege corona was de route alleen op eigen gelegenheid te fietsen en niet in groepsverband.

13. Lokale en regionale outdoor reclame

Om onze evenementen en activiteiten te promoten in de stad en regio, kopen we outdoor reclamemiddelen in. Tot en met medio maart zijn volgens plan agendadoeken langs de invalswegen en posters in de parkeergarages ingezet. In het voorjaar stond gedurende de corona-periode één flight gepland voor evenementenpromotie in de regio met busreclame en outdoor reclame. Bovendien was er een extra periode voor busreclame ingekocht. De meeste flights hebben we in goed overleg met de leveranciers kunnen doorschuiven naar de zomer en het najaar en enkele middelen zijn ook geannuleerd.

In het najaar is een outdoor campagne ingezet in de regio, met onder meer duo displays, busreclame in de regio met daarop een culturele en evenementenagenda. De tweede campagne die gepland stond voor het najaar is vlak na de start afgebroken. Dit vanwege de semi-lockdown van oktober. De reguliere agendadoeken zijn in de periode van september tot en met december slechts twee keer ingezet, namelijk alleen in september en december. In de maanden oktober en november zijn de frames ingezet voor de actie 'Steun Enschede Koop Lokaal'. Dit is een separaat project, met separate begroting.



14. Uitagenda

De bekende Uitagenda wordt normaal gesproken maandelijks uitgebracht. In januari, februari en maart is de Uitagenda dan ook verschenen. Medio maart is besloten de Uitagenda stop te zetten en niet te laten verschijnen in april en mei. Vanaf juni is deze agenda weer ingezet als zomereditie, met een looptijd van twee maanden. Vanaf september kwam de Uitagenda weer maandelijks uit. Helaas hebben we door het wegvallen van advertentieopbrengsten ook een inkomstenderving gehad over de maanden maart, april en mei 2020. Daar staat tegenover dat we ook geen kosten hebben gemaakt over deze periode. Er zijn in totaal zeven in plaats van twaalf Nederlandse Uitagenda's verschenen. De Duitse Uitagenda is vier keer in plaats van de geplande vijf edities verschenen. Voor beide Uitagenda's geldt dat de periodes ten opzichte van de oorspronkelijke planning verschillen. Dit komt doordat de zomermaanden zijn samengevoegd.

15. City Magazine

Het City Magazine zou verschijnen met Pasen (april 2020), dat is uitgesteld naar juni. Het magazine was zo goed als drukklaar in april en de kosten hiervoor waren inmiddels al gemaakt. Het aanpassen van het magazine naar de nieuwe situatie heeft enkele meerkosten met zich meegebracht. De meeste adverteerders zijn gebleven, slechts een enkeling heeft het contract ontbonden.



16. Contentbank

Met dit budget worden foto's of video's gemaakt voor onze folders, magazines en campagnes. In januari was er een wintershoot. In het voorjaar was er opnieuw een shoot, maar toen zonder modellen. De zomershoot was weer wel met modellen en ook is er een video gemaakt van de campagne 'Vier de Zomer' in Enschede. De geplande fotografie van evenementen is doorgeschoven naar 2021. Afgelopen herfst is er een shoot geweest, zonder modellen, van mooie plekken van de stad. Met een sfeervolle video is een impressie vastgelegd van Enschede in de herfst.

17. Campagne Enschede, samen staan we sterk

Nadat Mark Rutte op zondag 15 maart liet weten dat Nederland in een intelligente lockdown zou gaan, heeft Enschede Promotie hier heel snel op gereageerd door de campagne 'Enschede, samen staan we sterk' in twee dagen tijd op te zetten. De portal enschedesamensterk.nl bracht alle initiatieven in de stad samen. Van horeca en cultuur tot sociale initiatieven en acties uit solidariteit met de zorg. Met dit platform heeft Enschede Promotie gestimuleerd dat consumenten lokale ondernemers en initiatieven ondersteunden. Een groot succes! De ingezette middelen waren onder meer enschedesamensterk.nl, agendadoeken, mupi's, raambekleding voor het pand van Enschede Promotie, street-art, online banners, blogs en social media.





Resultaten:

- In drie maanden zijn er 300 initiatieven geweest, onder meer van horeca, cultuur, sociaal.
- 'Enschede, samen staan we sterk' heeft een totaal bereik van 1.619.500 gehaald, verdeeld over Facebook (NL en D), Instagram, Twitter en LinkedIn.
- Er zijn 188 posts geweest op diverse social media kanalen met als onderwerp 'Enschede, samen staan we sterk'.
- 40.000 kliks zijn er geweest van Facebook naar de website.

18. Campagne 'Fijn dat je er weer bent!'

Toen begin mei werd aangekondigd dat de scholen weer deels open zouden gaan en dat waarschijnlijk de terrassen vanaf 1 juni weer open mochten, heeft Enschede Promotie zich ingezet om de bezoekers weer voorzichtig welkom te heten in de stad Enschede. Dit gecombineerd met de boodschap om alle voorzorgs- en hygiënemaatregelen in acht te nemen. Zo hebben we posters laten ophangen bij winkels en parkeergarages, ansichtkaarten uitgedeeld en bezoekers via street-signs geattendeerd op de 1,5 m afstand maatregel. Een video informeerde het publiek voor het Pinksterweekeinde over de stad Enschede, de lockdown en de herstart van alle activiteiten. De video heeft op de online kanalen een bereik gehad van 200.000 kijkers.

19. Evenementen

De evenementen die Enschede Promotie organiseert en die separaat worden gesubsidieerd zijn het Koningsfestival, 5 Mei Vrijheidsfestival en het Introductiefestival. Deze evenementen zijn allemaal geannuleerd voor 2020. De overige evenementen die Enschede Promotie organiseert worden bekostigd vanuit de reguliere subsidie, aangevuld met bijdragen van het bedrijfsleven. Dit zijn onder meer het Springkussenfestival, Enschede Muziek in de Straten, Winter Wonderland, Klassiek op de Oude Markt en de Van Heekplein-events. Ook deze evenementen zijn allemaal geannuleerd in 2020. Voor de evenementen waarbij Enschede Promotie een ondersteunende rol heeft, zoals Grolsch Summer Sounds en Proef-Eet, zijn door Enschede Promotie geen subsidies ontvangen.

NOTE: Enschede Promotie speelt binnen het Enschedese evenementenprogramma een belangrijk rol. Zo coördineert Enschede Promotie de evenementenkalender en biedt zij de evenementenorganisatoren advies, begeleiding en ondersteuning aan bij de productie en het vergunningstraject. In een aantal gevallen is Enschede Promotie organisator/coördinator van een evenement zoals bij het Koningsfestival, het Introductieconcert en bij de beleavingsconcepten als Enschede, Muziek in de Straten en Winter Wonderland.

a. Koningsfestival (Koningsdagen binnenstad 26 & 27 april) – Geannuleerd

Koningsfestival Enschede is een jaarlijks terugkerend Enschedees evenement dat georganiseerd wordt ter viering van de monarchie. Ook de nacht voorafgaand aan Koningsdag is onderdeel van het Koningsfestival Enschede. Het gehele stadserf en het Stationsplein behoren tot het evenemententerrein. EP treedt op als vergunninghouder, waardoor alle organisatorische en productionele zaken via EP lopen. Koningsfestival Enschede is een evenement met regionale uitstraling en een collectief stadsbreed belang, waar meerdere partijen aan deelnemen. De aard en omvang vergen centrale coördinatie door een partij als Enschede Promotie. Dit jaar had Oubaha Beheer echter een separate vergunning aangevraagd voor beide dagen, voor het evenement 'Kingsize Enschede' op het Van Heekplein. Dit evenement met kaartverkoop was bedoeld als pilot, in de hoop in de toekomst een vast onderdeel te kunnen worden. De totale voorbereidingskosten van het Koningsfestival bedroegen € 13.074,-.

b. 5 Mei Vrijheidsfestival Volkspark – Geannuleerd

EP voerde ter ondersteuning voor het 5 mei Comité de productieleiding uit voor deze viering in het kader van de Herdenking van 75 jaar Vrijheid. Het Volkspark was gekozen als passende locatie voor dit brede en gratis toegankelijke evenement. Overdag stond een gevarieerd kinderprogramma gepland met diverse workshops en entertainment. De avond was bestemd voor een groot meezingconcert, vormgegeven in afstemming met het Wilminktheater, met optredens van lokale en landelijk bekende (musical)artiesten. De totale voorbereidingskosten voor dit festival waren € 6.500,- excl. BTW.

c. Springkussenfestival Hemelvaartsdag VHP 21 mei - Geannuleerd

Voor de derde keer op rij zou EP dit festival organiseren op het Van Heekplein, om het winkelend publiek op Hemelvaartsdag meer beleving te bieden. Dit festival werd mogelijk gemaakt door de financiering van de strategische partners Winkelhart en het Ondernemersfonds.

Het hele plein moest een springkussenparadijs voor kinderen worden, met circa 25 springkussens en stormbanen. Enschede Promotie zou 2,5k bijdragen naast de bijdragen van Winkelhart van 1,5k en het Ondernemersfonds van 2,5k.

d. Introductieconcert 2020 – Geannuleerd

Het introductieconcert dat elk jaar wordt gehouden voor de eerstejaars studenten tijdens de introductieweken in augustus, is dit jaar ook geannuleerd. Dit concert wordt georganiseerd door Enschede Promotie in samenwerking met de VHSE, UT en Saxion Hogescholen.

e. Klassiek op de Oude Markt – geannuleerd

Enschede Promotie was voornemens om in samenwerking met Phion (voorheen Orkest van het Oosten) een klassiek concert te organiseren op de Oude Markt. Dit is uitgesteld naar 2021.

f. Winter Wonderland en Projectielichtroute – geannuleerd

Dit jaar heeft Enschede Promotie hard gewerkt aan





een nieuw format dat past binnen het merkprofiel van technologische, innovatieve en creatieve stad. In samenwerking met de kennisinstellingen Universiteit van Twente, Saxion, Aki, Enschede Lab en Artez is gekeken naar een nieuw evenement onder de werktitel 'Lichtprojectieronde'. Dit is een route die door de stad gaat lopen waarbij de bezoeker wordt verrast met verschillende projectietechnieken op verschillende gebouwen in Enschede. Deze route zou worden georganiseerd in de maand december en is uitgesteld naar 2021.

g. Van Heekplein-events – geannuleerd

20. Nutsvoorzieningen

Voor de onderbouwing van de besteding van de subsidie voor de nutsvoorzieningen het volgende: deze zijn er voor de dekking van de jaarlijkse kosten van het vastrecht van de stroomputten op Oude Markt, Kruispunt de Graaff, Willem Wilminkplein en Klokkenplas.

EP rekent sinds een paar jaar het verbruik van de energielasten door aan de structurele gebruikers (organisatoren van evenementen) van bovengenoemde pleinen. Dit is zorgvuldig met de organisatoren besproken en in 2017 ingevoerd. Indien EP deze doorberekening moet gaan verdubbelen omdat EP geen dekking meer zou krijgen van 10k voor het vastrecht van deze putten, dan lijkt het onvermijdelijk dat bepaalde organisatoren zich vrij voelen om de stroomvoorziening anders te organiseren en wellicht met aggregaten te gaan werken wat milieutechnisch

niet wenselijk is. Dit zou namelijk haaks staan op ons duurzaamheidsbeleid, zou het onveiliger zijn en zou de uitstraling niet ten goede komen.

De concrete verdeling van de kosten is als volgt:

- Totale kosten stroom is jaarlijks tussen 20k en 25k.
- 10k wordt toegekend aan IJsbaan/WWL.
- Het overige deel bestaat ongeveer de helft uit vastrecht en de helft uit verbruikskosten, welke worden doorberekend aan de organisatoren.

In 2020 is het verbruik van de nutsvoorzieningen nagenoeg nihil geweest door de coronasituatie. Er hebben geen evenementen plaatsgevonden en daardoor hebben er ook geen doorberekeningen plaatsgevonden aan de evenementenorganisatoren. Alleen de kosten voor vastrecht heeft EP moeten betalen vanuit de genoemde subsidie à 10k.

21. Evenementen Promotie

Aan het begin van het jaar wordt het budget voor evenementenpromotie verdeeld over de evenementen in Enschede. De budgetten worden ingezet voor offline en online communicatiemiddelen, afhankelijk van het evenement op landelijk-, regionaal- of lokaal niveau. Het promotieplan wordt altijd in overleg met de evenementenorganisaties besproken en uitgezet. Omdat vele evenementen niet zijn doorgegaan, hebben we dit budget niet volledig benut. Een gedeelte van deze budgetten is doorgeschoven naar de projecten 'Enschede, samen staan we sterk' en 'Vier de zomer in Enschede'.

22. Vier de Zomer in Enschede

Onder het motto 'Vier de Zomer in Enschede' was het deze zomer extra leuk om de zomervakantie (thuis) in Enschede door te brengen. Samen met onze partners zorgden wij ervoor dat de binnenstad was omgetoverd tot een zomers en kleurrijk centrum. Van 6 juli tot en met 23 augustus konden bezoekers niet om de tropische vlaggetjes, lampionnen, zomerhoedjes en paraplu's heen. Dat gold ook voor de grote objecten van de Enschedese kunstenaar Jelle de Graaf en de XXL strandstoel.

De campagnepagina uitinenschede.nl/zomer bood de beste tips voor onder meer de lekkerste cocktails, shoppen en lunchen. De blogs over de leukste verborgen binnentuinen en het lekkerste ijs vielen afgelopen zomer het meest in de smaak. In totaal zijn de blogs ruim 34.000 keer bekeken. Door de vrolijke kleuren en grote objecten was de stad extra fotogeniek. Dat zagen we veelvuldig terug op Instagram. Ook dat je de XXL strandstoel mocht beklimmen en op de wesp kon zitten leverde leuke fotomomenten op. Ondernemers en bezoekers waren enthousiast over deze vrolijke aankleding in de binnenstad.

Via onze twee Facebookpagina's @enschede en @stadtenschede is er een bereik gehaald van 487.716: Facebook bereik Nederlandse pagina

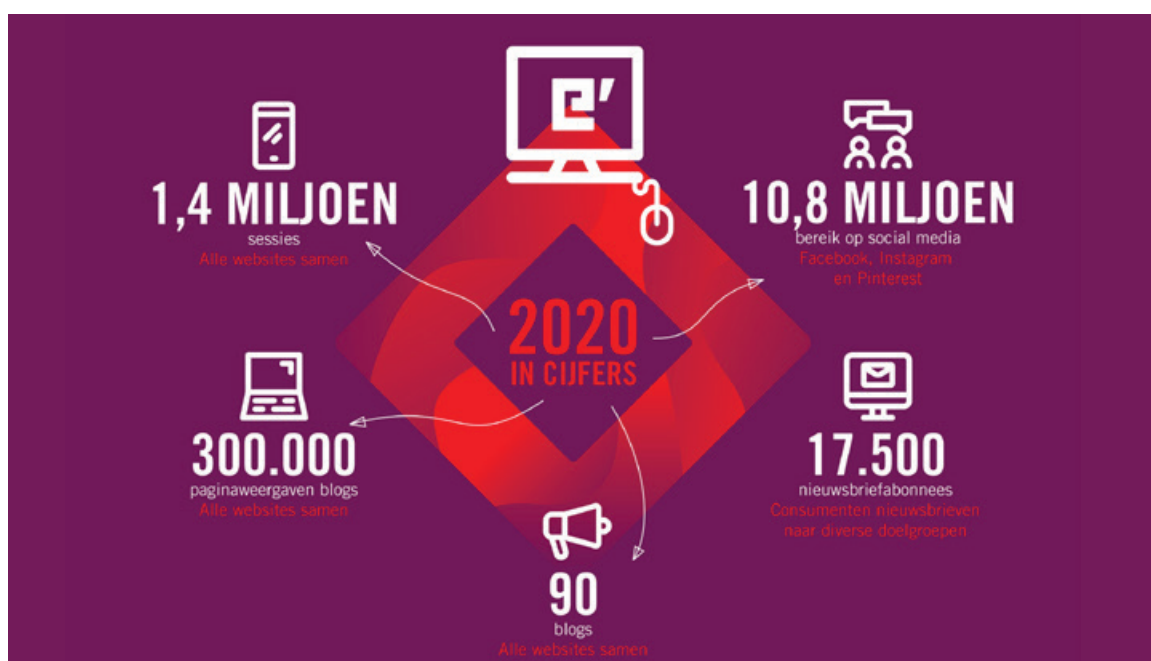
@enschede 358.818; Duitse pagina

@stadtenschede 128.898.

In samenwerking met Digital Art Productions is er een video impressie gemaakt. Deze is gebruikt op Facebook, Instagram en YouTube en was goed voor ruim 100.000 weergaven. Het concept 'Vier de Zomer in Enschede' was een initiatief van Enschede Promotie en is mede mogelijk gemaakt door het Ondernemersfonds Enschede, Vereniging Horeca Stad Enschede (VHSE), Winkelhart Enschede en Gemeente Enschede.

23. Corporate Communicatie

In mei hebben we onze corporate website enschedepromotie.nl gelanceerd. Een website met daarop veel informatie over onze organisatie, onze projecten, al onze communicatiemiddelen, de nieuwe Citymarketingvisie en onze nieuwsberichten. Door de lancering van een eigen website is de organisatie beter zichtbaar geworden. Ook hebben we in mei onze nieuwe huisstijl gelanceerd met een opgefrist logo en nieuwe uitingen. Deze nieuwe huisstijl komt terug in onze middelen en in de corporate website. Ook is EP bezig met het opzetten van een mediabank ter vervanging van het huidige Flickr-account. Op dit moment bevindt deze zich in de testfase. Naar verwachting wordt hij in januari 2021 gelanceerd.





24. Steun Enschede, Koop Lokaal

Dit was een campagne om inwoners aan te sporen lokaal te kopen. Ook werden hiermee de lokale ondernemers in het zonnetje gezet, als het gezicht van deze campagne. De overkoepelende boodschap is 'Steun Enschede, Koop Lokaal'. De campagne was zichtbaar via onder meer mupi's, bushokjes, agendadoeken, huis aan huis-weekblad, online advertenties, posters, social media en video. Er zijn twee video's gemaakt. In de eerste speelde Sinterklaas een hoofdrol en de tweede was een kerstvideo. De campagne verwijst naar steunenschede.nl, waarop alle ondernemers te vinden zijn en bewoners tips krijgen hoe ze met lokale aankopen ondernemers uit eigen stad kunnen steunen. Veel nadruk werd gelegd op (kopen tijdens) de feestdagen. In totaal zijn er 44 ondernemers gefotografeerd. Resultaten zijn begin 2021 bekend.

Marieke ter Brugge

Directeur Enschede Promotie

VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT 2020



De Raad van Toezicht van Enschede Promotie (verder: RvT) bestaat in 2020 uit de heren M. (Marko) Hartmann, M. (Melcher) Groenendijk en G. (Gert-Jan) Hospers en mevrouw C. (Claudia) Landewé. Mevrouw I. (Ineke) Buursink heeft in 2020 reglementair afscheid genomen van de RvT.

De RvT heeft in 2020 vijf keer vergaderd met de directeur/bestuurder (verder: directie) van Enschede Promotie (verder: EP). Naast de reguliere structurele onderwerpen waaronder personeel, financiële verantwoording, evenementen en marketing, is intensief gesproken over de pandemie en de consequenties voor EP van de (verscherpte) coronamaatregelen die de overheid gedurende 2020 op verschillende momenten heeft afgekondigd (zie verder in dit verslag).

In een extra ingelaste brainstormvergadering in juni stond 'governance' centraal, waarbij de focus lag op de huidige én toekomstige positie, rol en taken van de RvT als toezichthouder. Aanleiding voor deze tussentijdse vergadering waren de aangekondigde (mogelijke) bezuinigingen, Herijking CM Visie, opvolging voor mevrouw Buursink na haar reglementaire aftreden en de overlap in controles van de rapportages en de jaarcijfers door zowel de gemeente als de RvT.

Dit laatste onderwerp is in september met de gemeente besproken en zijn er afspraken gemaakt over taakverdeling voor beide partijen.

Een wens van de gemeente was een Meerjarenplan 2021-2023, waarin EP strategie en visie voor de lange(re) termijn opneemt, met de CM Visie als leidraad. In december heeft de RvT de directie geadviseerd over de lijn, structuur en inhoud van het Meerjarenplan 2021-2023.

2020 was zoals voor velen ook voor EP geen gemakkelijk jaar. Door de intelligente lockdown in maart heeft het team voornamelijk vanuit huis gewerkt, later in shifts op kantoor en in het najaar wederom vanuit huis.

De coronapandemie heeft de werkzaamheden van EP behoorlijk gefrustreerd. Zo zijn vanaf maart alle evenementen afgelast en konden de Dag Campagne, Meerdaagse Campagne en de Duitsland Campagne geen doorgang vinden; deze zijn noodgedwongen doorgeschoven naar 2021.

Door de lockdown maatregelen zijn (horeca) ondernemers en het Leisure veld economisch diep getroffen.

Door direct te anticiperen is EP er echter in geslaagd om offline en online, via sociale media, de verschillende doelgroepen en stakeholders te bereiken en met hen te communiceren. EP heeft in zeer korte tijd de website Enschede Samen Sterk opgezet, met de focus op ondersteuning van de lokale ondernemers.

Ondanks de lichte versoepeling van de coronamaatregelen in de zomerperiode was er nog geen sprake van het organiseren van evenementen. Tijdens de vakantiemaanden wist EP bezoekers aan de binnenstad van Enschede toch een vakantiegevoel te bezorgen, door de creatieve zomerse aankleding tijdens de Zomercampagne. Ook het merkentraject heeft door de coronamaatregelen ernstige vertraging opgelopen. Zo konden de sparringsdagen met de creatieven die in oktober gepland stonden, niet doorgaan, waardoor het nieuwe Brand Enschede in december niet gepresenteerd kon worden. EP gaat het creatieve merkentraject en de presentatie van het Brand Enschede het komende eerste halfjaar van 2021 uitvoeren, als het niet fysiek kan dan online.

Op de valreep van 2020 heeft 'Enschede Lights Up 2021' het nieuwe jaar een positieve start gegeven. Dit lichtspektakel heeft niet alleen gezorgd voor prachtige beelden, maar heeft Enschede op de kaart gezet met mooie PR en landelijke promotie in de belangrijkste dagbladen en op televisie. Het team van EP heeft in 2020 de nieuwe huisstijl geïntroduceerd en in haar communicatiemiddelen online en offline doorgevoerd. Ook zag de corporate website van EP het levenslicht.

Op het domein 'talent behouden en aantrekken' is het plan van aanpak verder uitgerold: in samenwerking met alle kennisinstellingen is de website studyinenschede.com opgeleverd, het platform voor (aankomende) studenten op het gebied van uitgaan, wonen, studeren en werken. Tevens is de discount card voor studenten ontwikkeld, waarmee studenten korting kunnen krijgen bij een ondernemers in de binnenstad. Deze kaart vindt gretig aftrek bij studenten.

EP heeft voor 2020 subsidie aangevraagd, zijnde € 1.559.100,-- exclusief BTW, voor het functioneren en opereren van de stichting. De reguliere subsidie laat een stijging zien ten opzichte van 2019 vanwege de indexering.

De reguliere subsidie moet transparant zijn en toegelicht worden. Daarom wordt de Subsidie Nutsvoorzieningen ad € 10.000,- voor het beheren van de nutsvoorzieningen in de binnenstad van Enschede ten behoeve van evenementen apart onder de reguliere subsidie vermeld.

Het Jaarverslag en de Jaarrekening 2020 zijn beide opgesteld onder verantwoordelijkheid van de directie van EP en goedgekeurd in de vergadering van de RvT op 15 februari jl.

De RvT complimenteert de directie en haar team met hun flexibiliteit en vindt het ongelooflijk knap hoe snel het team geanticipeerd heeft op het coronavirus en de lockdown in een zeer onrustig en onzeker 2020. Hiervoor spreekt de RvT haar oprechte waardering uit.

Bijna een jaar nu wordt getracht het coronavirus in bedwang te houden; de ontwikkelingen zijn hoopvol. Ik spreek dan ook de wens en hoop uit dat de wereld in de nabije toekomst haar blik weer op vooruit kan zetten en volop in beweging komt, zo ook Enschede.

Namens Raad van Toezicht,

Marko Hartmann
voorzitter

JAARREKENING 2020



BALANS

PER 31 DECEMBER 2020 (NA RESULTAATBESTEMMING)

BALANS (ACTIVAZIJD)	31-12-20		31-12-19	
	€	€	€	€
VASTE ACTIVA				
Materiële vaste activa				
Automatisering	0		2.512	
Inventaris	8.630		13.967	
Hardware	741		2.228	
		9.371		18.707
VLOTTENDE ACTIVA				
Vorderingen				
- Debiteuren	3.025		61.041	
- Gemeente	0		0	
- Belastingen en sociale lasten	46.641		14.036	
- Overige vorderingen	33.917		32.227	
		83.583		107.304
Liquide middelen		1.418.803		1.187.673
TOTAAL ACTIVA		1.511.757		1.313.684
BALANS (PASSIVAZIJD)				
	€	€	€	€
EIGEN VERMOGEN				
Algemene reserve	281.225		281.225	
Bestemmingsfonds	370.624		86.880	
Bestemmingsreserve	271.687		248.437	
		923.536		616.542
KORTLOPENDE SCHULDEN				
Crediteuren	113.689		131.951	
Belastingen en sociale lasten	17.739		17.689	
Overige schulden	456.793		547.502	
		588.221		697.142
TOTAAL PASSIVA		1.511.757		1.313.684

STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2020 EN 2019

STAAT VAN BATEN EN LASTEN	REALISATIE 2020	BERGROTING 2020	REALISATIE 2019
	€	€	€
BATEN			
Subsidie gemeente Enschede	1.574.093	1.714.900	1.676.910
Bijdragen bedrijfsleven	102.099	650.600	675.180
Totaal baten	1.676.192	2.365.500	2.352.090
LASTEN			
Projectkosten	422.982	1.369.600	1.414.539
Lonen en salarissen	773.877	813.000	734.808
Afschrijvingen	9.336	10.600	12.590
Overige bedrijfslasten			
Huisvestingslasten	71.868	80.000	72.880
Algemene beheerslasten	91.135	106.800	101.320
Totaal lasten	1.369.198	2.380.000	2.336.137
BEDRIJFSRESULTAAT	306.994	-14.500	15.953
Financiële baten en lasten	0	0	379
RESULTAAT vóór resultaatbestemming	306.994	-14.500	16.332
RESULTAATBESTEMMING			
Mutatie bestemmingsfonds	-283.744	14.500	35.529
Mutatie bestemmingsreserve	-23.250	0	-51.861
RESULTAAT ná resultaatbestemming	0	0	0

KASSTROOMOVERZICHT OVER 2020 EN 2019

KASSTROOMOVERZICHT	2020		2019	
	€	€	€	€
Bedrijfsresultaat		306.994		15.953
totaal afschrijvingen		9.336		12.590
veranderingen in het werkkapitaal:				
- vorderingen	23.721		-22.806	
- overige schulden	-108.921		-54.810	
		-85.200		-77.616
Kasstroom uit bedrijfsoperaties		231.130		-49.073
interestbaten		0		379
Kasstroom uit operationele activiteiten		231.130		-48.694
Netto kasstroom		231.130		-48.694
Mutatie liquide middelen		231.130		-48.694
Totaal mutatie liquide middelen		231.130		-48.694
Het kasstroomoverzicht over 2020 en 2019 is volgens de indirecte methode.				

TOELICHTING OP DE JAARREKENING

ACTIVITEITEN

De jaarrekening 2020 van Stichting Enschede Promotie heeft betrekking op het tijdvak van 1 januari 2020 tot en met 31 december 2020.

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 vergelijkende cijfers omvatten een gelijke periode op basis van dezelfde grondslagen en zijn weergegeven 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.

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 vast activa.

De afschrijvingen zijn gebaseerd op een vast percentage van de aanschafwaarde. De volgende afschrijvingspercentages worden gehanteerd:

- Inventaris 20%
- Automatisering 33%
- Hardware 33%

Debiteuren

De debiteuren zijn gewaardeerd tegen de nominale waarde, minus de daarop getroffen voorziening wegens veronderstelde oninbaarheid van de debiteurenvordering.

Te vorderen van gemeente Enschede

De toegekende subsidies van gemeentes zijn pas definitief na vaststelling van de subsidies door de gemeente Enschede.

Overige vorderingen en overlopende activa

De vorderingen worden opgenomen tegen nominale waarde, onder aftrek van de noodzakelijk geachte voorzieningen voor het risico van oninbaarheid. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

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.

GRONSLAGEN VOOR DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN

Algemeen

In de staat van baten en lasten worden de baten en lasten opgenomen op basis van het matchingsbeginsel.

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.



TOELICHTING OP DE BALANS

VASTE ACTIVA**Materiële vaste activa**

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 31 december	9.371	18.707

VLOTTENDE ACTIVA**Debiteuren**

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 31 december	3.025	61.041

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 2020		
- toegekende subsidie 2020	1.502.392	
- ontvangen subsidie 2020	1.502.392	
Subtotaal te verrekenen per 31-12-2020		0
Boekwaarde per 31 december	te vorderen	0

De reguliere subsidie van de gemeente Enschede zijn volgens de voorlopige toekenningen van de gemeente geheel ontvangen in het boekjaar 2020. De beschikkingen worden definitief vastgesteld op basis van dit jaarverslag. De subsidies van de gemeente Enschede met betrekking tot 2019 zijn vastgesteld in 2020 op basis van het verstrekte jaarverslag 2019.

Te vorderen belastingen en sociale lasten

	2020 €	2019 €
- omzetbelasting	44.125	12.113
- pensioenpremie	2.516	1.923
Boekwaarde per 31 december	46.641	14.036

In vergelijking tot einde 2019 zijn ultimo 2020 de vorderingen belastingen/sociale premies hoger vanwege de omzetbelasting welke een hogere vordering betreft. Dit als gevolg van het wegvallen van omzet vanwege Covid-19.

Overige vorderingen en overlopende activa

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 31 december	33.917	32.227

De overige vorderingen en overlopende activa liggen op hetzelfde niveau als 2019.

Liquide middelen

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 31 december	1.418.803	1.187.673

De mutatie in de liquide middelen over het boekjaar 2020 bedraagt € 231.130,- positief. Met betrekking tot de mutatie in de liquide middelen verwijzen wij naar paragraaf "kasstroomoverzicht over 2020 en 2019". De liquide middelen staan ter vrije beschikking en zijn terstond opeisbaar.

EIGEN VERMOGEN**Algemene reserve**

Het verloop van de algemene reserve is als volgt:

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 1 januari	281.225	281.225
Boekwaarde per 31 december	281.225	281.225

De jaarrekening 2020 is vastgesteld door de bestuurder op 15 februari 2021.

De bestuurder stelt voor het resultaat over het boekjaar 2020 ad € 306.994,- positief als volgt te verdelen:

	€
- mutatie bestemmingsfonds	283.744
- mutatie bestemmingsreserve	23.250
Totaal resultaat boekjaar 2020	306.994

De Raad van Toezicht heeft de bestemming van het resultaat vastgesteld conform het daartoe gedane voorstel in de vergadering op 15 februari 2021.

Bestemmingsfonds

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

Het verloop van het bestemmingsfonds is als volgt:

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 1 januari	86.880	281.225
- afname wegens besteding	15.450	281.225
- Doorgeschoven projecten 2021	299.194	0
Boekwaarde per 31 december	370.624	86.880

De specificatie van deze gelden is ultimo 2020 als volgt:

Servicekosten sfeerverlichting	71.430	86.880
Doorgeschoven projecten 2021	299.194	0
	370.624	86.880

De bijdrage voor de sfeerverlichting heeft een looptijd tussen de 2 en 6 jaar. Vanwege Covid-19 zijn veel activiteiten afgelast of verplaatst. In overleg met de gemeente Enschede is besloten deze gelden door te schuiven naar 2021.

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:

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 1 januari	248.437	196.576
Dotatie bestemmingsreserve (via resultaat)	23.250	51.861
Boekwaarde per 31 december	271.687	248.437

Algemene reserve

De bestemmingsreserve is per 31 december 2020 als volgt opgebouwd:

	€
- kosten herijking citymanagement en branding	130.000
- lichtprojectieroute	23.250
- uit te voeren project meerdaags toerisme	118.437
Boekwaarde per 31 december	271.687

Kortlopende schulden**Crediteuren**

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 31 december	113.689	131.951

Te betalen belastingen en sociale premies

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 31 december	17.739	17.689

Overige schulden en overlopende passiva

	2020 €	2019 €
Boekwaarde per 31 december	456.793	547.502

De overige schulden betreffen vooruit ontvangen bedragen van derden welke zijn toegezegd en ontvangen zijn voor toegewezen projecten, welke in 2021 zullen plaatsvinden. Voor deze projecten zijn reeds deels verplichtingen aangegaan. De daling van de overige schulden is het gevolg van doorgeschoven projecten naar 2021. Onder de overige schulden zijn daarnaast facturen ontvangen 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 het niet benutte deel van de meeropbrengsten toeristenbelasting opgenomen voor een bedrag van € 132.000,-. Deze gelden zijn bestemd voor de Nederlandcampagne, welke naar verwachting in 2021 wordt uitgevoerd.

Niet uit de balans blijvende verplichtingen

Het jaarlijks bedrag van met derden aangegane huurverplichtingen van onroerende zaken is ongeveer € 45.000,-. De resterende looptijd van het huurcontract is een jaar.



TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN

BATEN	REALISATIE 2020	BERGROTING 2020	REALISATIE 2019
SUBSIDIE GEMEENTE ENSCHEDE	€	€	€
Reguliere subsidie gemeente Enschede			
- Subsidie apparaatskosten	1.010.392	1.010.400	965.642
- Subsidie evenementen promotie	150.000	150.000	146.000
- Subsidie marketing	252.000	252.000	265.750
- Subsidie evenementen	90.000	90.000	125.000
Totaal reguliere subsidie gemeente Enschede	1.502.392	1.502.400	1.502.392
Overlopende subsidie			
- Subsidie marketing naar volgend jaar	0	0	-15.000
- Overlopende subsidie marketing	21.629	22.500	40.000
- Overlopende subsidie evenementen	0	0	9.000
Totaal overlopende subsidie gemeente Enschede	21.629	22.500	34.000
Aanvullende subsidie			
- Aanvullende subsidie marketing	157.500	132.000	104.700
- Aanvullende subsidie marketing naar volgend boekjaar	-132.000	0	-21.464
- Aanvullende subsidie evenementen	24.572	58.000	57.282
Totaal aanvullende subsidie gemeente Enschede	50.072	190.000	140.518
Totaal subsidie gemeente Enschede	<u>1.574.093</u>	<u>1.714.900</u>	<u>1.676.910</u>

Het betreft de ontvangen subsidiebedragen volgens de voorlopige toekenning van de gemeente Enschede. Wij verwijzen hierbij naar de specificatie "verloop subsidie gemeente Enschede".

De gerealiseerde reguliere subsidie over 2020 is gelijk aan de begroting.

De realisatie van de aanvullende subsidies is lager dan begroot als gevolg van Covid-19. Evenementen zijn afgelast, waardoor de niet benutte subsidie ad. € 83.428,- is terugbetaald aan de gemeente. 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 2020 €	Realisatie 2020 €
- Meeropbrengsten toeristenbelasting	132.000	
- Crisisarrangementen	25.500	
Totaal aanvullende subsidie marketing		157.500
- Koningsfestival	13.074	
- Introductieconcert	6.500	
- Vrijheidsfestival	4.998	
Totaal aanvullende subsidie evenementen		24.572
Totaal aanvullende subsidies		<u>182.072</u>

Bijdragen bedrijfsleven	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Bijdrage marketing	48.725	33.000	83.268
Bijdrage evenementen (EP vergunninghoudend)	49.599	237.700	340.280
Bijdrage evenementen (EP ondersteunend)	0	270.900	241.077
Bijdrage standplaatsen	3.775	9.000	10.555
Aanvulling uit bestemmingsreserve	0	100.000	0
Totaal bijdragen bedrijfsleven	102.099	650.600	675.180

De bijdrage marketing vanuit het bedrijfsleven liggen boven begroting. Dit is het gevolg van hogere bijdragen voor de ontwikkelde Harry Bannink en Willem Wilmink wandelroute. Tevens is er een bijdrage ontvangen voor de herijking van de Citymarketingvisie. De lagere bijdrage evenementen is het gevolg van de annulering van projecten in verband met Covid-19. Naast de evenementen waarbij Enschede Promotie vergunninghoudend is, zijn alle evenementen geannuleerd waarbij Enschede Promotie ondersteunende diensten verricht.

De begrote aanvulling van uit de bestemmingsreserve, welke gekoppeld was aan de kosten voor een landmark is doorgeschoven naar 2021, aangezien de vernieuwde citymarketing visie naar verwachting in 2021 gereed zal zijn.

LASTEN

Projectkosten	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Kosten evenementen promotie	72.701	150.000	146.883
Kosten marketing	236.418	439.500	467.538
Bijdrage evenementen (EP vergunninghoudend)	120.846	400.200	544.380
Bijdrage evenementen (EP ondersteunend)	0	270.900	245.183
Kosten standplaatsen	-6.983	9.000	10.555
Kosten landmark	0	100.000	0
Totaal projectkosten	422.982	1.369.600	1.414.539

De lagere projectkosten zijn het directe gevolg van geannuleerde projecten vanwege Covid-19.

Personeelslasten	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Totaal personeelslasten	773.877	813.000	734.808

Specificatie loonkosten:	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
- salarissen marketing	263.699	257.700	237.036
- salarissen evenementen	108.539	109.700	105.929
- salarissen tourist info point	14.073	17.400	13.278
- salarissen algemeen	136.689	137.300	132.562
Totaal salarissen personeel in dienst	523.000	522.100	488.805
- uitkering ziekengeld	-4.365	0	-7.509
- sociale lasten	137.848	138.400	130.690
Totaal loonkosten	656.483	660.500	611.986

De gerealiseerde loonkosten liggen in lijn met de begroting.

<u>Specificatie sociale lasten:</u>	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
- premies sociale verzekeringen	89.691	96.900	86.408
- pensioenpremies	48.157	41.500	44.284
Totaal sociale lasten	137.848	138.400	130.692

De sociale lasten liggen in lijn met de begroting.

<u>Specificatie overige personeelslasten:</u>	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Totaal overige personeelslasten	117.394	152.500	122.822

De gerealiseerde overige personeelslasten zijn lager dan de begroting. De besparing wordt voornamelijk gerealiseerd bij de inleen van derden. Vanwege Covid-19 zijn alle evenementen afgelast, waardoor er geen sprake is geweest van inleen van een incidentele projectleider voor evenementen.

FTE	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
- marketing	6,72	6,79	6,09
- evenementen	1,84	1,84	1,84
- tourist info point	0,53	0,79	0,53
- algemeen	2,21	2,21	2,21
Totaal FTE	11,30	11,63	10,67

Afschrijvingen	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Totaal afschrijvingen	9.336	10.600	12.590

Overige bedrijfslasten

Huisvestingslasten	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Totaal huisvestingslasten	71.868	80.000	72.880

De gerealiseerde huisvestingslasten zijn lager dan de begroting 2020. Voornamelijk door lagere onderhoudskosten en schoonmaakkosten. De totale huisvestingslasten liggen in lijn met kosten 2019.

Overige bedrijfslasten	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Totaal overige bedrijfslasten	91.135	106.800	101.320

De overige bedrijfslasten liggen lager dan begroting. Vanwege Covid-19 hebben de medewerkers een groot deel van het jaar (deels) vanuit huis gewerkt. Dit heeft een besparing tot gevolg gehad bij de kantoorkosten, kantinekosten en reis- en verblijfskosten. Tevens zijn getroffen reserveringen/opgenomen verplichtingen vanuit voorgaande jaren vrijgevallen in het resultaat.

Financiële baten en lasten

<i>Financiële baten en lasten</i>	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
Totaal financiële baten en lasten	0	0	379

De financiële baten en lasten liggen in lijn met begroting.

<i>Financiële gegevens/kengetallen</i>	Realisatie 2020 €	Begroting 2020 €	Realisatie 2019 €
- verhouding algemene reserve / totale lasten	20,5%	12,0%	12,6%
- liquiditeit; vlottende activa en liquide middelen / kortlopende schulden	2,55	1,86	1,76

Gebeurtenissen na balansdatum

In 2021 zijn - tussen ultimo 2020 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 2020	Belastbare onkosten- vergoedingen (vast en variabel)	Voorziening t.b.v. beloningen betaalbaar op termijn	Functie(s)	Dienstverband boekjaar 2020 (uren en periode) <i>totaal fte</i>
- M.D. ter Brugge	€ 63.268	€ -	€ 7.115	bestuurder	30 uren per week 01-01-20/ 31-12-20 <i>0,8 fte in 2020</i>

De beloningen van bovengenoemde functionarissen blijven onder de gestelde normen voor de WNT.
Voor mevrouw M.D. ter Brugge bedraagt de norm € 158.700,-

In onderstaande tabel staan de vergelijkende cijfers over verslagjaar 2019:

Naam functionaris	Beloning boekjaar 2019	Belastbare onkosten- vergoedingen (vast en variabel)	Voorziening t.b.v. beloningen betaalbaar op termijn	Functie(s)	Dienstverband boekjaar 2019 (uren en periode) <i>totaal fte</i>
- M.D. ter Brugge	€ 61.898	€ -	€ 6.820	bestuurder	30 uren per week 01-01-19/ 31-12-19 <i>0,8 fte in 2019</i>

Leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking:

Naam functionaris	Beloning boekjaar 2020	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
- H.J. Buursink	€ -	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht

Genoemde functionarissen hebben het gehele kalenderjaar 2020 hun functie vervuld voor Enschede Promotie, met uitzondering van H.J. Buursink. Zij is per 1 januari 2020 uitgetreden.

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 2020 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 € 30.150,-.

De bezoldiging van de overige leden van de Raad van Toezicht blijven onder de norm voor de WNT. De norm voor deze functies bedraagt € 20.100,-.

In onderstaande tabel staan de vergelijkende cijfers over verslagjaar 2019:

Naam functionaris	Beloning boekjaar 2019	Belastbare onkosten- vergoedingen (vast en variabel)	Voorziening t.b.v. beloningen betaalbaar op termijn	Functie(s)
- M. Hartmann	€ 1.250	€ -	€ -	voorzitter Raad van Toezicht
- H.J. Buursink	€ 1.000	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht
- M.J. Groenendijk	€ 1.000	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht
- G.J. Hospers	€ 1.250	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht
- C. Landewe	€ 1.250	€ -	€ -	lid Raad van Toezicht

Genoemde functionarissen hebben het gehele kalenderjaar 2019 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 2019 totaal € 5.750,-.

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 € 29.100,-.

De bezoldiging van de overige leden van de Raad van Toezicht blijven onder de norm voor de WNT. De norm voor deze functies bedraagt € 19.400,-.

Ondertekening van de jaarrekening

Enschede, 15 februari 2021

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.

CONTROLEVERKLARING



CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur en de Raad van Toezicht van Stichting Enschede Promotie

A. Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening 2020

Ons oordeel

Wij hebben de jaarrekening 2020 van Stichting Enschede Promotie te Enschede gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Enschede Promotie per 31 december 2020 en van het resultaat over 2020 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 2020
- 2 de winst- en verliesrekening over 2020 ; 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 het Controleprotocol Wet normering topinkomens (WNT) 2020 en het controleprotocol voor gesubsidieerde instellingen van de gemeente Enschede (versie juni 2016) vallen. 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 het Controleprotocol WNT 2020 hebben wij de anticumulatiebepaling, bedoeld in artikel 1.6a WNT en artikel 5, lid 1, sub j 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:

- 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 in de 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 het verslag van de Raad van Toezicht 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 de raad van toezicht voor de jaarrekening**

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met RJ-Richtlijn RJK C1 Kleine organisaties-zonder-winststreven. In dit kader is het bestuur 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.

De Raad van Toezicht 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 Wet normering topinkomens (WNT) 2020 en het controleprotocol voor gesubsidieerde instellingen van de gemeente Enschede (versie juni 2016), ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, van het niet rechtmatig tot stand komen van baten en lasten alsmede de balansmutaties, 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 en of de in deze jaarrekening verantwoorde baten en lasten alsmede de balansmutaties in alle van materieel belang zijnde aspecten rechtmatig tot stand zijn gekomen.

Wij communiceren met de Raad van Toezicht 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 .

Wij bevestigen aan de raad van toezicht dat wij de relevante ethische voorschriften over onafhankelijkheid hebben nageleefd. Wij communiceren ook met de raad over alle relaties en andere zaken die redelijkerwijs onze onafhankelijkheid kunnen beïnvloeden en over de daarmee verband houdende maatregelen om onze onafhankelijkheid te waarborgen.

Enschede, 16 februari 2021
KroeseWevers Audit BV

Was getekend

drs. E.W.J. Roelofs RA

COLOFON

Tekst Enschede Promotie
Fotografie ANP/Vincent Jannink, Rob Baas, Lizet Beek, Ebo Fraterman, Annabel Jeuring, Laurens Kuipers, Enschede Promotie e.a.
Vormgeving Lidy Roemaat LRGO

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

© 2021 Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen en/of openbaar gemaakt worden zonder schriftelijke toestemming van Enschede Promotie.