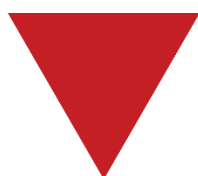


Jaarrapport 2023
Vlaardingen Partners



KOM
VLAARDINGEN
DOEN

Jaarrapport 2023

Inhoudsopgave

1. Voorwoord
2. Stichting Vlaardingen Partners
3. Bestuur en medewerkers
4. Resultaten
5. Vooruitblik
6. Financieel overzicht

Voorwoord

Raad van Toezicht

Het jaar 2023 was een historisch jaar voor Vlaardingen. Dit stond in het teken van de viering van '750 jaar stadsrechten'. Vlaardingen Partners was medeverantwoordelijk voor de totstandkoming van de feestelijke viering van het jubileumjaar en we zijn trots op het resultaat. Het gehele jaar was er van alles te doen met evenementen van een hoog niveau zoals de Kraanconcerten en het Theatraal Stadsspektakel.

In 2023 startte ook de uitvoerende citymarketingorganisatie van Vlaardingen Partners. Om dit mogelijk te maken is in per 1 mei Vlaardinger Menno de Mol aangesteld als directeur-bestuurder. Hiermee is de stichting Vlaardingen Partners overgestapt van een bestuur-directiemodel naar een raad-van-toezichtmodel.

De citymarketingorganisatie kon vanaf de start meeliften met Vlaardingen 750. Vanaf het komend jaar gaat Vlaardingen Partners verder met de basis die is gelegd. Het motto van Vlaardingen 750 was 'VlaarDingen Doen'. Niet voor niets is dit ook de slogan geworden van de citymarketingorganisatie: Kom VlaarDingen Doen! We bouwen daarmee de komende jaren verder op het succes van het jubileumjaar en daar heb ik alle vertrouwen in.

Jan Wildeboer

Voorzitter Raad van Toezicht

Stichting Vlaardingen Partners

Vlaardingen Partners is de citymarketing organisatie van de stad Vlaardingen, met de mooie en uitdagende taak om Vlaardingen 'op de kaart te zetten' en het imago van de stad te versterken en te verbeteren.

Oprichting Stichting Vlaardingen Partners

Stichting Vlaardingen Partners is in 2018 opgericht en sindsdien verbonden met het Ondernemersfonds Vlaardingen. In de oprichting van Vlaardingen Partners kwamen twee zaken bij elkaar. Het ging in de eerste plaats om de toenemende behoefte in ondernemend Vlaardingen om meer stads brede zaken gezamenlijk op te pakken. En de tweede plaats ging het om het invullen van een witte vlek in de infrastructuur van de stad: Vlaardingen had geen beleid voor citymarketing. Inhoudelijk horen die twee vraagstellingen bij elkaar. Daarom is de nieuwe stichting ook 'Vlaardingen Partners' gaan heten en niet 'Vlaardingen Marketing'.

Position Paper

In verband met het vernieuwen van het convenant met ingang van 2022 is door het Ondernemersfonds het overleg opgestart met de gemeente. Het Ondernemersfonds en de gemeente hebben zich hiertoe laten bijstaan door een gespecialiseerd adviesbureau. Het Ondernemersfonds heeft voor de toekomstige positie van de Stichting Vlaardingen Partners een Position Paper opgesteld. In nauw overleg met alle vertegenwoordigers van het Vlaardingse bedrijfsleven is de Position Paper vastgesteld en met de gemeente besproken.

Kwartiermaker

Met de aanstelling van Kwartiermaker Annemieke Loef nam Vlaardingen Partners een daadkrachtige stap richting de opstart van een citymarketingorganisatie voor Vlaardingen. Het besluit om een kwartiermaker aan te stellen was gebaseerd op diverse overleggen en een intentieovereenkomst met de gemeente Vlaardingen om gezamenlijk de financiering van de citymarketingorganisatie structureel te ondersteunen.

De kwartiermaker kreeg als opdracht om gedurende 2022 de basis te leggen voor de positionering van Vlaardingen, met een gekozen en breed gedragen merkidentiteit en merkstrategie, passend bij het unieke DNA van Vlaardingen. Daarnaast behelsde de opdracht draagvlak te creëren en een basis te leggen voor de te vormen organisatie.

Start citymarketing organisatie in 2023

Inmiddels heeft de gemeenteraad in de meerjarenbegroting 2023-2026 structureel budget gereserveerd om uitvoering van citymarketing door Vlaardingen Partners mogelijk te maken. Hierin zijn de bedragen opgenomen conform de eerdergenoemde Position Paper. Zo ontstond een bijzonder vertrekpunt om hier samen de schouders onder te zetten.

Ambitie

Vlaardingen op de kaart zetten: de stad bekend, bemind en aantrekkelijk maken voor bewoners, bezoekers en bedrijfsleven met

- levendige binnenstad bijzonder MBO aanbod
- bekendheid en hogere waardering voor culturele activiteiten en instellingen
- interessante propositie voor woningzoekenden met name gericht op gekozen doelgroep / behouden bestaande doelgroep
- innovatieve bedrijvigheid wat leidt tot een aantrekkelijk vestigingsklimaat en interessant aanbod voor studenten en werkzoekenden

Missie

Met citymarketing zet Vlaardingen Partners in op een aantrekkelijk en duurzaam vestigings- en investeringsklimaat voor bewoners en ondernemers, het behouden en aantrekken van talent en het aantrekken van bezoekers voor historisch erfgoed, culturele instellingen, winkels, horeca en evenementen.

Visie

Vlaardingen wil zich profileren als een stad waar het goed voelt om te verblijven, te wonen en te werken. Een stad waar creativiteit, saamhorigheid en inzet samenkomen, waar betrokkenheid en enthousiasme elkaar ontmoeten. Of het gaat om het visserijverleden met de haring, het bijzondere bedrijfsleven of de betrokkenheid van de bewoners, het zet aan tot positieve energie en stimuleert de vooruitgang.

Bestuur en medewerkers

In 2023 is de stichting gaan werken met een Raad van Toezicht en een Raad van Advies. Hiervoor is een op 16 mei 2023 een statutenwijziging aangenomen. Daarmee werd de Raad van Toezicht formeel van kracht. Sinds eind 2023 is de Raad van Advies compleet en in januari 2024 voor het eerst bij elkaar gekomen.

Raad van Toezicht

Jan Wildeboer (voorzitter)

Gerrit van Toor

Hewi Hoogendijk

Annemieke Loef

Dirk Jan van de Weerd

Directie en medewerkers

Directeur-bestuurder

Menno de Mol

Allround marketing

Jens Kooij

Social media marketing & projecten

Annemei Kalden

Frontoffice & projecten

Jouke-Jan Middendorp

Raad van Advies

Wilbert Lek

Guus Dutrieux

Paul van den Bosch

Resultaten

Start tijdens feestjaar Vlaardingen 750

Vlaardingen Partners heeft een constructieve en financiële bijdrage geleverd aan de totstandkoming van het voorbereidend projectplan van deze viering. In maart 2022 heeft Vlaardingen Partners de stichting Vlaardingen 750 jaar opgericht. Het bestuur en de projectleiders van deze stichting zijn verantwoordelijk voor de uitvoering van de vele projecten in het feestjaar 2023. Het feestjaar werd de springplank voor het continueren van het op de kaart zetten van Vlaardingen. In nauw overleg zijn de uitingen van Vlaardingen 750 ontwikkeld met de nieuwe stadsstijl.

Samenwerkingsovereenkomst

Op 21 maart vond in het Museum Vlaardingen een startbijeenkomst plaats voor de uitvoering van citymarketing in Vlaardingen. Handtekeningen werden geplaatst door Burgemeester Bert Wijbenga, Stichting Vlaardingen Partners en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven in de stad. Burgemeester Bert Wijbenga overhandigde de eerste subsidiebeschikking.

Lancering nieuwe stadsstijl en website

Op 30 maart 2023 lanceerde Vlaardingen Partners de nieuwe stadsstijl en website vlaardingendoen.nl.

Stadsstijl Kom VlaarDINGEN Doen

De nieuwe stadsstijl is het resultaat van een grondige analyse van onze stadsgeschiedenis, cultuur en economie en gesprekken met vele partners in de stad. De stadsstijl zal de identiteit van Vlaardingen op een eenduidige en herkenbare manier uitdragen. De stijl omvat een nieuw beeldmerk, kleurenpalet, typografie en beeldelementen met een vleugje haring. Doel is een unieke en herkenbare uitstraling die goed weergeeft wat Vlaardingen als stad is en wil zijn: stoer, open, samen, vernieuwen en doen.

De stadsstijl maakt dankbaar gebruik van het merk Vlaardingen 750. Beide stijlen zijn tegelijkertijd ontworpen om ook na 2023 de herkenbare uitstraling van Vlaardingen 750 naadloos over te laten gaan in de stadsstijl van Vlaardingen. Elementen zoals *Vlaardingen* Doen uit Vlaardingen 750 komen dan ook terugkomen in de nieuwe stadsstijl.



Met de introductie van deze nieuwe stadsstijl zetten we onze stad nog meer op de kaart en werken we aan de versterking van de band tussen inwoners, bezoekers, studenten en zakelijke partners.

In 2023 is de stadsstijl stevig in de stad neergezet door gebruik te maken van meer dan 30 'mastlocaties' verspreid door de stad. Ook werd een start gemaakt met online adverteren, werden periodiek driehoeksborden ingezet en werd het merk zichtbaar gemaakt bij 'on brand' evenementen.

Website

Tegelijk met de nieuwe stadsstijl is ook de nieuwe officiële website voor de marketing en promotie van de stad, VlaardingenDoen.nl, per 30 maart gelanceerd. De nieuwe website volgt de nieuwe stadsstijl en biedt een modern, gebruiksvriendelijk ontwerp en navigatie. Hier vinden bewoners, bezoekers en bedrijven de informatie die ze nodig hebben.

De nieuwe website is een belangrijk hulpmiddel om informatie over de stad, haar diensten, activiteiten en evenementen te delen en om contact te maken met onze inwoners en bezoekers. De site heeft een responsive ontwerp dat zich aanpast aan het gebruik van meerdere apparaten, wat het gemakkelijk maakt om de website te benaderen vanaf elk apparaat, waaronder smartphones en tablets. Het bevat een breed scala aan informatie, waaronder een UITagenda met evenementen en activiteiten, informatie voor zoekenden naar nieuwbouwprojecten en is met relevante informatie interessant voor studenten. De website bevat eveneens een nieuwssectie voor de laatste updates over stadsevenementen en initiatieven.

Positionering met uniek DNA

In 2023 is gestart met het toeristisch positioneren van de stad met haar unieke DNA als haringstad. Dit is terug te vinden in de stilistisch vormgegeven haring als beeldmerk. Vlaardingen richt zich voor nieuwe bewoners en studenten. We noemen deze groep de Young Professionals, starters uit de leeftijdscategorie 20 – 35 jaar. Qua beeld en taal komt dit nadrukkelijk in de uitingen terug, natuurlijk op een manier die ook voor andere doelgroepen aansprekend en herkenbaar is.

Beeldbank

Om uitingen succesvol in te zetten is in 2023 gestart met het opzetten van een beeldbank. Deze beeldbank voorziet in de behoefte om de juiste foto's en video's beschikbaar te hebben die passen bij de doelgroep Young Professionals en het merk Kom Vlaardingen Doen. Hiervoor is een duidelijke visie ten aanzien van fotografie ontwikkeld, gebaseerd op de uitgangspunten: kwaliteit, doelgroep, oogcontact en gewenste setting. In 2023 zijn meerdere fotografen ingezet om het juiste beeldmateriaal te verzamelen. Zowel op vrijwillige basis als tegen een vergoeding.

Organisatie

Stichting Vlaardingen Partners werkt aan de strategische ambities van de stad als uitvoerende citymarketingorganisatie. Het is een zelfstandig opererende stichting met medewerkers met hun eigen expertise een complementair team vormen. Op 1 mei 2023 startte Menno de Mol als directeur-bestuurder. In de periode tot eind 2023 werd het team opgezet met zowel backoffice als frontoffice medewerkers.

Opening en exploitatie Infopunt Vlaardingen

Vlaardingen heeft vanaf 2023 een nieuw informatiepunt geopend voor inwoners, bezoekers en bedrijven. Dit werd op 7 juli gevierd met een feestelijke opening. In dit Infopunt Vlaardingen is tevens

de kantoorlocatie van Vlaardingen Partners gevestigd. In dit Infopunt kunnen bewoners, bezoekers, bedrijven en organisaties digitaal en fysiek alle informatie vinden die ze zoeken over de stad. Vanaf de opening was het Infopunt vier dagen per week geopend. In de loop van 2023 werd dit zes dagen per week, van maandag tot en met zaterdag. We hebben in 2023 gekozen voor het verzamelen van kwalitatieve bezoekersdata. Hiermee onderzochten we de reden van bezoek, aangevuld met leeftijdscategorie en type bezoeker. De verwachting is dat vanaf het voorjaar 2024 het Infopunt Vlaardingen zeven dagen per week is geopend.

Opbouw partner- en medianetwerk

Na de feestelijke opening van het Infopunt Vlaardingen is ook het medianetwerk verder opgebouwd. De bestaande relaties met regionale media werden versterkt door uitnodiging bij dit feestelijke moment. Op social media werd vanaf de zomer 2024 gebouwd aan een netwerk van invloedrijke kanalen om een gezamenlijk online bereik te creëren.

Hollandia Netwerk

In september 2023 was Vlaardingen gastlocatie van de 82e bijeenkomst van het Hollandia Netwerk Evenement. Dit netwerk bestaat uit mensen werkzaam binnen de sector toerisme en recreatie. Partners van binnen en buiten Vlaardingen waren aanwezig en werden meegenomen in het ontwikkelende citymarketing verhaal van de stad. Concrete resultaten zijn het opnemen van Vlaardingen als locatie voor dagtochten vanuit Vlaanderen, reserveringsaanvragen voor een aantal locaties in Vlaardingen en samenwerkingen tussen partners in de stad.

Citymarketing organisaties

In mei 2023 is Vlaardingen Partners aangesloten als partners binnen het grotere netwerk van Rotterdam Partners. Hiermee krijgt Vlaardingen een positie in de zichtbaarheid van de regio binnen de Rotterdamse citymarketing. Ook zijn er periodiek bij te wonen kennissessie en netwerkevenementen.

In de oktober 2023 nam Vlaardingen Partners samen met PUUUR Midden-Delfland het initiatief voor een DMO regio-overleg. In dit periodieke overleg zijn de citymarketingorganisaties rondom Midden-Delfland vertegenwoordigd en wordt onderzocht hoe er samen ontwikkeld kan worden binnen de toeristische en recreatieve sector.

Productontwikkeling

In het gepresenteerde citymarketingplan van de Gemeente Vlaardingen en Vlaardingen Partners zijn te ontwikkelen producten en activiteiten benoemd die gefaseerd ontwikkeld worden. In 2023 zijn door Vlaardingen Partners - naast de eerder genoemde website, stadsstijl en communicatiemiddelen - de volgende producten ontwikkeld.

Route app

In 2023 werd de route app 'Vlaardingen Routes' ontwikkeld vanuit het projectplan 'Expeditie Vlaardingen'. Dit projectplan komt voort uit de Subsidieregeling Toerisme van de provincie Zuid-Holland en is een samenwerking tussen de Gemeente Vlaardingen en Vlaardingen Partners. De eerste drie routes geven de bijzondere plekken aan in en om de binnenstad met de thema's historie, kunst en streetart. In 2024 worden nieuwe routes toegevoegd van andere gebieden in de stad.

Vlaardingse Cadeaubon

Op 1 november 2023 lanceerde Vlaardingen Partners de Vlaardingse Cadeaubon. Deze bon is te besteden bij deelnemende lokale ondernemers en te koop in het Infopunt Vlaardingen. De omzet gaat voor 100% naar de deelnemende ondernemers. In 2023 werden 1.552 bonnen verkocht die een waarde vertegenwoordigden van € 46.400. De bon was eind 2023 al bij 100 locaties te besteden.

Pop-up store Vlaardingen Doen

Om meer levendigheid in de binnenstad te creëren en om als voorbeeld te dienen voor potentiële winkeliers opende in november de Vlaardingen Doen Pop-up Store op het Liesveld. Hierin werkte 13 Vlaardingse ondernemers samen, die in 2023 250 verkopen deden. De inrichting van de store was gericht op de Young Professional. Het gaf een impuls aan de zichtbaarheid van het merk Vlaardingen Doen in de stad en een boost aan het centrum.

Evenementen

In 2023 was Vlaardingen Partners betrokken als adviserende partij om met de betrokken beleidsambtenaren na te denken over de evenementen in de stad Vlaardingen. In 2024 zal dit leiden tot het tot stand komen van een breed gedragen evenementenvisie. In de nieuwe evenementenvisie van de gemeente komen duidelijke kaders welke evenementen representatief zijn voor het DNA van Vlaardingen en ondersteuning verdienen.

In 2023 is al een start gemaakt met het promotioneel ondersteunen van evenementen. De (financieel) ondersteunde evenementen in 2023:

- Zomerterras
- Citylight Xperience
- De Kraanconcerten
- Vlaardings Winterparadijs
- Festival Onder de Linden
- Open Ateliers
- Haring en Bierfestival
- Vlaardingen Straalt
- Shine!
- Urban Haring Run & Fit Festival

Samenvatting

Dit jaar was het startjaar van de uitvoerende citymarketingorganisatie. Door de viering van het jubileumjaar Vlaardingen 750 stadsrechten kreeg de organisatie een vliegende start. Naast het gebruik maken van de evenementen in dit jaar, ontwikkelde de citymarketingorganisatie de volgende producten en projecten:

- Lancering stadsstijl
- Lancering website
- Toerisme netwerkbijeenkomst in Museum Vlaardingen met uitstapjes door de stad;
- Opening en exploitatie van het Infopunt Vlaardingen;
- Opbouw van de organisatie naar 3,5 FTE
- Introductie van de Vlaardingse Cadeaubon
- VlaarDINGEN Doen Pop-up Store op het Liesveld
- Introductie Route App

VOORUITBLIK

Nadat 2023 een echt 'opstartjaar' is geweest voor de citymarketingorganisatie, wordt 2024 het eerste volledige kalenderjaar waarin de uitvoerende organisatie actief is.

Speerpunt in het eerste kwartaal is om **zeven dagen per week** open te gaan. Vanaf begin januari start hiervoor een nieuwe medewerker op zaterdag. Voor de zondag wordt nog gezocht naar een nieuwe medewerker.

2024 wordt ook '**het jaar na het jubileumjaar**'. Belangrijk voor Vlaardingen is dat de **succesvolle evenementen** die toegevoegd zijn aan de kalender ook weer opvolging krijgen. Vlaardingen Partners gaat er mede voor zorgen dat deze evenementen goed kenbaar zijn in de stad en regio én dat er waar mogelijk een verbeterslag wordt gemaakt.

Verder wordt het belangrijk om vóór de zomermaanden de **bezoekers aan de stad** beter te faciliteren. Vanuit het traject 'Expeditie Vlaardingen' ligt nog een subsidiebedrag klaar voor de aanschaf van **elektrische fietsen**. De **route app** zal verder worden uitgebreid en ook een fysieke **stadsplattegrond** voor een rondwandeling in en om het centrum moet worden gemaakt. Voor bestaande partners in de stad, actief in de toeristisch-recreatieve sector, organiseren wij een aftrap van het toeristisch seizoen. Dit om elkaar beter te leren kennen en af te tasten waar verbetermogelijkheden zijn,

Om bezoekers de weg naar het Infopunt beter te laten vinden staat de **zichtbaarheid van het Infopunt** hoog op de agenda. Een verbeterde en herkenbare uitstraling van de buitenzijde wordt hiervoor verkend.

Concluderend zal 2024 het jaar zijn waar Vlaardingen Partners zijn plek in de stad en regio gaat vinden.

FINANCIEEL RESULTAAT

Toelichting op het financieel resultaat

DAEB-regeling

Het college van burgemeester en wethouders heeft op 7 maart 2023 besloten dat een deel van de activiteiten, waarvoor Vlaardingen Partners subsidie heeft aangevraagd, moet worden aangemerkt als een zogenoemde dienst van algemeen economisch belang ("DAEB").

Vooraf werd de verwachting uitgesproken dat alle activiteiten uit de begroting aangemerkt kunnen worden als DAEB activiteit, met uitzondering van de bijdrage evenementen van €75.000,- en post 'overig' van €10.000,- waarvan de invulling gedurende het jaar duidelijk is geworden. De post 'overig' is aanvullend besteed aan de evenementen om het Vlaardings Winterparadijs in de binnenstad mede mogelijk te maken.

Toelichting 2022 vs. 2023

Het jaar 2022 was de voorbereidende fase voor de totstandkoming van de citymarketing organisatie. Dit is voorbereid en uitgewerkt door een kwartiermaker. 2023 werd het startjaar van citymarketing in Vlaardingen waar gebouwd werd aan de organisatie en de eerste producten werden ontwikkeld. Een financiële vergelijking is daarom niet relevant.

Investering inrichting Westhavenkade 53A

Bij het opstellen van de begroting voor 2023 is geen investeringsbegroting opgesteld voor de inrichting van het Infopunt Vlaardingen. Door deze gemaakte kosten zijn de liquide middelen op 31 december 2023 €27.422.

Voorziening btw

In 2023 is begroot dat Vlaardingen Partners haar btw op kosten volledig kan aftrekken. Omdat de mogelijkheid bestaat dat er alsnog (een deel van de) btw moet worden afgedragen is een voorziening opgenomen van €25.000.

Toelichting inkomsten

De inkomsten van 2023 zijn als volgt verdeeld:

Subsidie Gemeente Vlaardingen	€250.000
Ondernemersfonds Vlaardingen	€280.000
Eenmalig	€130.000
HIC bedrijven	€10.000
Geoormerkt	€100.000
10%-inhouding	€40.000

Hiermee zijn alleen de inkomsten van de HIC-bedrijven achtergebleven bij de begroting. Dit mede vanwege de vertraagde start van de organisatie ten opzichte van de eerdere planning uit het 'position paper',