Van Rooden

Fiscale en administratieve dienstverlening

JAARVERSLAG 2018

STICHTING HAARLEM MARKETING

Grote Markt 2
2011 RD HAARLEM

Haarlem, mei 2019

INHOUDSOPGAVE

		Pagina
Accountantsverslag		
1	Opdracht	2
2	Resultaatvergelijking	3
3	Financiële positie	4
4	Staat van Herkomst en Besteding van Middelen	5
Jaarverslag		
1	Jaarverslag van de directie	6
Jaarrekening		
1	Balans per 31 december 2017	20
2	Staat van baten en lasten over 2017	22
3	Kasstroomoverzicht over 2017	23
4	Grondslagen voor waardering en resultaatbepaling	24
5	Toelichting op de balans per 31 december 2017	28
6	Toelichting op de staat van baten en lasten over 2017	32
Overige gegevens		
1	Accountantsverklaring	37

ALGEMEEN

Van Rooden
Fiscale en administratieve dienstverlening

Aan de directie van
Stichting Haarlem Marketing
T.a.v. mevrouw A. N. Perlin
Grote Markt 2

2011 RD HAARLEM

Haarlem, 27 mei 2019

Geachte directie,

Hiermede brengen wij verslag uit over boekjaar 2018 met betrekking tot Stichting Haarlem Marketing.

1. OPDRACHT

Ingevolge uw opdracht hebben wij op basis van de door u gevoerde administratie en overige aan ons verstrekte gegevens de jaarrekening 2018 van de Stichting Haarlem Marketing samengesteld.

Voor de accountantsverklaring verwijzen wij naar het hoofdstuk "Overige gegevens" op pagina 37 van dit rapport.

Wij vertrouwen erop met dit rapport aan uw opdracht te hebben voldaan.

Tot het geven van nadere toelichting gaarne bereid,

Hoogachtend,
Van Rooden Accountancy B.V.

S. Dik

2. RESULTAATVERGELIJKING

Het resultaat over 2018 bedraagt € 344.805 negatief.
De afwijking van het resultaat ten opzichte van de begroting kan als volgt worden weergeven:

	jaarrekening 2018	jaarrekening 2018	begroting 2018	begroting 2018	afwijking 2018	afwijking 2018
	x € 1.000	%	x € 1.000	%	x € 1.000	%
Netto-omzet	1.154	100,0%	1.069	100,0%	85	7,9%
Kostprijs van de omzet	(24)	-2,1%	(25)	-2,3%	1	-4,2%
Bruto omzetresultaat	1.130	97,9%	1.044	97,7%	86	
KOSTEN						
Lonen en salarissen	568	49,2%	363	34,0%	205	56,3%
Sociale lasten	91	7,8%	75	7,0%	16	20,9%
Pensioenlasten	51	4,4%	46	4,3%	5	10,8%
Afschrijvingen	7	0,6%	6	0,6%	1	22,3%
Overige bedrijfskosten	755	65,4%	588	55,0%	167	28,5%
Som der bedrijfslasten	1.472	127,5%	1.078	100,8%	394	
Bedrijfsresultaat	(342)	-29,6%	(34)	-3,2%	(308)	
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten	0	0,0%	-	0,0%	0	
Rentelasten en soortelijke kosten	(3)	-0,3%	(1)	-0,1%	(2)	202,9%
Financiële baten en lasten	(3)	-0,3%	(1)	-0,1%	(2)	
RESULTAAT	(345)	-29,9%	-35	-3,2%	(310)	

3. FINANCIËLE POSITIE

Uit de balans is de volgende financieringsstructuur af te leiden:

	2018 x € 1.000	2017 x € 1.000
ACTIEF		
Vaste activa	7	13
Voorraden	8	20
Vorderingen	78	56
Liquide middelen	104	232
	197	321
PASSIEF		
Eigen vermogen	(156)	189
Kortlopende schulden	352	132
	197	321
Beschikbaar op lange termijn:		
Eigen vermogen	(156)	189
Langlopende schulden	-	-
	(156)	189
Waarvan vastgelegd op lange termijn:		
Materiële vaste activa	7	13
Werkkapitaal	(163)	176
Dit tekort wordt veroorzaakt door:		
Voorraden	8	20
Vorderingen	78	56
Liquide middelen	104	232
	190	308
Af: kortlopende schulden	352	132
Tekort aan werkkapitaal	163	(176)

4. STAAT VAN HERKOMST EN BESTEDING VAN MIDDELEN

Uit vorenstaande blijkt dat het werkkapitaal per 31 december 2018 is afgenomen ten opzichte van 31 december 2017 met circa € 345.000. De afname is gespecificeerd in het volgende overzicht:

		2017 x € 1.000
Toename:		
Resultaat	(345)	
Afschrijvingen	7	
Cashflow		(337)
Vrijval aflossingsverplichting langlopende schulden komend boekjaar		-
Afname:		
Investeringen in materiële vaste activa	1	
Aflossing langlopende schulden	-	
Reservering aflossingsverplichting langlopende schulden	-	
		1
Mutatie werkkapitaal		(339)

JAARVERSLAG

Jaarverslag 2018
Haarlem Marketing

Haarlem, april 2019

Anatal Perlin,
Directeur Haarlem Marketing a.i.

Inhoud

1. Voorwoord 7
2. Missie, visie en strategie 8
3. Partners 9
4. Leisuremarkt 10
5. Campagnes, projecten en producten 12
6. VVV & Anno Haarlem 14
7. Haarlem Convention Bureau 15
8. Organisatie 16
9. Toelichting op de jaarrekening 17
10. Verslag van de Raad van Toezicht 19

1. Voorwoord

2018 was een bijzonder jaar voor Haarlem Marketing. Het project *Haarlem viert cultuur* heeft het jaar gekleurd en bracht ons veel. Haarlem is zichtbaar gepositioneerd als cultuurstad, zowel bij de bewoners als bij regionale, nationale en internationale bezoekers. Naast het enorme mediabereik heeft het project geleid tot een recordaantal bezoekers in de VVV en in het nieuw geopende Anno Haarlem.

Haarlem Marketing heeft intensief samengewerkt met de gemeente, culturele instellingen en met de citymarketingorganisaties van Metropoolregio Amsterdam (MRA). De MRA droeg financieel bij aan *Haarlem viert cultuur* door 110.000 euro beschikbaar te stellen voor campagne-activiteiten gericht op bewoners van en bezoekers aan Amsterdam. Deze activiteiten zijn uitgevoerd door amsterdam&partners (voorheen Amsterdam Marketing). Ook de gemeente Haarlem stelde budget beschikbaar, voor (kleinere) culturele activiteiten als extra programmering. Haarlem Marketing wil zowel inhoudelijk als in de samenwerkingen de komende jaren voortbouwen op de ervaringen rond *Haarlem viert cultuur*.

Ook voor de zakelijke markt was het een bijzonder jaar. Er is verder gebouwd aan het Haarlem Convention Bureau als collectief platform voor de promotie van Haarlem als congresstad. De onderlinge samenwerking van de partners is versterkt en er zijn campagnes gevoerd om de bekendheid te vergroten. Een hoogtepunt was Eventstreet, waarbij vijftien eventbureaus zichzelf presenteerden in verschillende locaties rond de Grote Markt. Hierdoor konden congresorganisatoren de mogelijkheden van Haarlem als congresstad goed ervaren.

Terwijl er extern hard gewerkt is aan het verbinden en promoten van de stad Haarlem is het intern binnen Haarlem Marketing een roerig jaar geweest. Naast het afscheid van de directeur en het hoofd financiën en bedrijfsvoering was de projectdruk groot. Een nieuwe website, *Haarlem viert cultuur*, het nieuwe bezoekerscentrum Anno Haarlem en het relatief nieuwe HCB: het was in één jaar veel werk voor een klein team.

Door extra personele inzet om de projecten in goede banen te leiden en de frictiekosten van een nieuwe directie is het financiële resultaat van Haarlem Marketing in 2018 negatief. In 2019 werken we aan een reorganisatie om Anno Haarlem, HCB en de learnings van *Haarlem viert cultuur* op te nemen in de reguliere bezetting om te voorkomen dat er weer een jaar is met incidentele hoge (personeels)kosten.

Dank aan allen die samen met ons hebben bijgedragen om Haarlem voor (zakelijk) bezoek op de kaart te zetten: de Haarlem partners, de culturele instellingen, de horeca, de winkeliers, het ondernemersfonds (BIZ), het CMG, Haarlem Centraal, de gemeente Haarlem, MRA en alle stakeholders. Dank ook aan het team van medewerkers en vrijwilligers en de Raad van Toezicht die in het mooie jaar de schouders eronder zijn blijven zetten. Samen maken we Haarlem!

Anatal Perlin
Directeur Haarlem Marketing a.i.

2. Missie, visie en strategie

Missie
Haarlem Marketing wil het merk Haarlem versterken. Op die manier trekken we meer bezoekers naar de stad die bovendien vaker en langer blijven zodat ze meer besteden en de economie groeit.

Visie
In 2020 wil Haarlem Marketing gezien worden als een:
- prominente en relevante samenwerkingspartner en verbinder tussen Haarlemse belanghebbenden
- betrouwbaar collectief marketingplatform voor Haarlemse partners en organisaties
- kennis- en netwerkcentrum voor de stad

Strategie
Haarlem Marketing wil de doelstelling voor het merk Haarlem realiseren door:
- (inter)nationale zakelijke en toeristische bezoekers aan te trekken en gastvrij te ontvangen
- bezoekers en inwoners te informeren over Haarlemse activiteiten en hen producten te bieden die beleving bevorderen
- expertise & netwerkvorming tussen culturele instellingen, (horeca) bedrijven, gemeente, detailhandel en andere belanghebbenden te bevorderen en te versterken

Merk
- Ontdekken — onze stad biedt altijd nieuwe mogelijkheden en kansen
- Menselijke maat — de mens en de verbinding vinden wij een voorwaarde in onze stad
- Genieten — we houden van het leven en halen er het maximale uit
- Oorsprankelijkheid — Haarlem is een authentieke stad die sprankelt

Onderscheidend Haarlem
- Cultuur — rijk museum-/podiumaanbod, goed bewaarde historische binnenstad
- Winkelen — honderden zelfstandige winkeltjes in mooie straatjes
- Ligging — dichtbij Schiphol/Amsterdam, ingebed in buitengebied/strand

Doelgroepen
- Toeristische bezoeker — regionaal, nationaal en internationaal
- Zakelijke bezoeker — vergaderen en congressen
- Bewoner

3. Partners

Haarlem Marketing is een non-profit marketingorganisatie voor de stad Haarlem. Zij werkt samen met diverse publieke en private partners in de stad. Haarlem Marketing ontvangt van de gemeente een subsidie en van het ondernemersfonds (thans de BIZ) een bijdrage. Partners dragen bij in de vorm van bedrijfsparticipaties in de leisuremarkt en in de MICE-markt. Daarnaast neemt Haarlem Marketing deel aan verschillende overlegorganen en samenwerkingsverbanden zoals de Centrum Management Groep en omliggende citymarketingorganisaties.

Overleggen

Centrum Management Groep	1x per 2 maanden
Hoteloverleg	1x per kwartaal
MRA	1x per kwartaal
ACP (Amsterdam Cruise Port)	1x per kwartaal
Waterrecreatieoverleg	1x per kwartaal
Activiteiten Overleg Centrum (AOC)	1x per 2 maanden
Operationeel Overleg Centrum (OOC)	1x per 2 maanden
Haarlem Centraal (middenstand)	1x per 6 weken

Aantal partnerships (exclusief culturele instellingen en evenementen)	
2018	117 waarvan 32 MICE
2017	98 waarvan 35 MICE

Haarlem Marketing organiseerde voor haar partners meerdere netwerkbijeenkomsten en kennissessies in 2018, zoals:

- Een bijeenkomst in het voorjaar in aanloop naar *Haarlem viert cultuur*, gecombineerd met de opening van het evenement 'De Nieuwe Bavo bloeit'. Hierbij waren de partners van Haarlem Marketing aanwezig samen met een grote afvaardiging van de cultuursector van Haarlem. Deze avond werd gecombineerd met een spectaculaire lichtshow op de torens van de kerk.
- De Haringparty in juni, een grote netwerkborrel met ruim driehonderd genodigden in de tuin van het Provinciehuis, die Haarlem Marketing samen met de Haarlemse vestiging van het landelijk opererende bedrijf RSM Niehe Lancee organiseerde.
- Workshop social media, om de partners van Haarlem Marketing wegwijs te maken op social media. Wat post je waar en wanneer, en wat juist niet? Er was een mooie opkomst onder de partners en er kwamen veel positieve reacties. Als afsluiting werden er veel ervaringen uitgewisseld.
- Speeddatesessie voor de partners van het Haarlem Convention Bureau. In deze sessie voerden de partners acht gesprekken van enkele minuten met locaties die aansloten bij de locatie of juist totaal anders waren. Insteek was kennisdeling binnen het netwerk en verbindingen leggen.
- Haarlem Marketing is lid van de redactie van de NV Haarlem: de talkshow en netwerkbijeenkomst voor Haarlemse ondernemers. Jaarlijks zijn er vier edities (per editie 250 bezoekers/relaties).

4. Leisuremarkt

In het toeristisch imago-onderzoek van NBTC-NIPO en LAGroup worden elke vier jaar zeventien steden vergeleken. In 2018 blijkt dat Haarlem vooral hoog scoort (tweede plek) op het gebied van cultuurhistorisch erfgoed. Aantrekkelijk aanbod van theaters en schouwburgen is volgens respondenten ook in Haarlem te vinden (tweede plek, na Groningen), net als aanbod van kunstgaleries (derde plek). Ook musea trekken veel toeristen: Haarlem is de tweede museumstad van Nederland en na Den Bosch de aantrekkelijkste winkelstad. De NPS (die klantloyaliteit meet) van Haarlem is 68, goed voor een tweede plek.

Uit specifiek onderzoek naar het imago van Haarlem blijkt dat 'gezellig winkelen' het hoogst scoort als associatie bij de stad. Bij 22% van de bezoekers staat deze associatie voorop. Daarnaast denken de bezoekers aan de gezellige stad, uitgaan, terrasjes (20%), gevolgd door mooie/leuke (binnen)stad/Centrum en de Grote of Sint Bavokerk (beide 13%). Slechts 1% van de bezoekers heeft geen enkele associatie bij Haarlem. 32% van de bezoekers heeft een zeer positief beeld van Haarlem en 65% een positief beeld. Geen enkele bezoeker heeft een zeer negatief beeld en slechts 1% van de bezoekers heeft een negatief beeld.

Uit het rapport 'Toeristisch bezoek aan steden 2018' (NBTC-NIPO) blijkt dat het aantal Nederlandse bezoekers aan Haarlem is gestegen met 59.000 en het aantal bezoeken met 745.000 ten opzichte van 2017. Hiermee komt het totaalaantal Nederlandse bezoekers in Haarlem in 2018 op bijna 1,5 miljoen en het aantal bezoeken op bijna 5,7 miljoen. Die Nederlandse bezoeker gaf gemiddeld € 51,30 per bezoek uit, een stijging van € 1,70 per bezoek (was in 2017 € 49,60). Hiermee gaven Nederlandse bezoekers in Haarlem in 2018 een totaalbedrag van ruim € 290 miljoen uit. Haarlem stond in 2017 op de 12e plaats van best bezochte steden in Nederland, en bleef dat ook in 2018.

Middelen

Websites
Sinds 2010 was haarlemmarketing.nl de website voor zowel de toeristische bezoeker als de bezoeker die informatie wilde over de organisatie Haarlem Marketing. Dit gaf vaak verwarring: was haarlemmarketing.nl nu een toeristische website of de website van een marketingorganisatie? Om hierin duidelijkheid te creëren is de website gesplitst. Sinds augustus 2018 is visithaarlem.com de website voor de toeristische bezoeker, met alle informatie over de stad en de uitgaansagenda. Op haarlemmarketing.nl staat alleen (zakelijke) informatie over de organisatie. Op visithaarlem.com is met name een piek te zien in de bezoekersaantallen rond grote publieksevenementen zoals het weekend van de Kerstmarkt.

Bezoekers website	**2018**	**2017**
haarlemmarketing.nl	655.000	950.000
visithaarlem.com	305.000	0
haarlemconventionbureau.nl	6.500	3.700

Social media en online marketing
Haarlem Marketing heeft social media ingezet om met fans van de stad in contact te komen en blijven. Hierbij is gebruikgemaakt van een crossmediale inzet door te verwijzen naar de website onder elke uiting op social media. Voor de campagnes van Koningsdag, *Haarlem viert cultuur* en het Kerstmarktweekend zijn via Google en/of sociale media betaalde advertentieactiviteiten uitgevoerd (online advertising) om traffic naar de website te genereren.

Aantal volgers	**2018**	**2017**
Haarlem Facebook	12.800	11.560
Visit Haarlem Facebook	800	500
Kerstmarkt Facebook	11.151	11.001
Twitter	5.157	5.025
Instagram	5.000	2.341
LinkedIn HCB	218	89

Welkomborden & MUPI's
De welkomborden bij de invalswegen, de B-zijden van de (60) MUPI's in Haarlem en het V-frame bij IKEA (langs de spoorlijn) vormen de 'eigen' infrastructuur voor promotiemogelijkheden op de openbare weg. Naast eigen gebruik coördineert Haarlem Marketing het gebruik hiervan door partners en evenementen. Tweemaal per jaar heeft Haarlem Marketing de beschikking over 2.000 MUPI's verspreid door heel Nederland. Het afgelopen jaar zijn deze gebruikt voor *Haarlem viert cultuur*. De introductie van digitale welkomborden wordt in de loop van 2019 verwacht.

Beurzen
Haarlem Marketing was in maart vertegenwoordigd op de ITB (internationale toeristenvakbeurs) in Berlijn, waar veel contacten werden gelegd met touroperators, bloggers en journalisten van reis- en cultuurmedia. In september was Haarlem Marketing met een promotieteam van Bloemenmeisjes aanwezig op de 50 Plus-beurs in de Utrechtse Jaarbeurs.

Persbezoeken
Haarlem is in het kader van *Haarlem viert cultuur* bezocht door twintig perscontacten uit Frankrijk, Duitsland, Spanje, Italië, België en Engeland. Ook zijn samen met amsterdam&partners drie groepsreizen voor influencers (instagrammers en bloggers) uit diverse Europese landen en de Verenigde Staten georganiseerd. Los van de campagnes ontving en begeleidde Haarlem Marketing diverse persduo's (verslaggever en fotograaf) uit Duitsland, Spanje, Frankrijk en Nederland.

Drukwerk
Haarlem Marketing geeft de Haarlem Gids uit in drie talen: Nederlands, Engels en Duits (oplage totaal 20.000 exemplaren). Distributie hiervan verloopt via de VVV en via de partnerhotels. De VVV biedt bezoekers een aantal verschillende themafolders zoals een Hofjeswandeling, een Gouden Straatjesboekje en de Waterrecreatiekaart. Ook worden stadsplattegronden met Haarlemse hoogtepunten uitgegeven, via VVV en partnerhotels.

5. Campagnes, projecten en producten

Tulpomania
In maart/april 2018 werd voor het vierde jaar het Tulpomania-arrangement uitgevoerd. Dit is het samenwerkingsverband tussen Frans Hals Museum, Keukenhof en Jopenkerk rond de tulpengekte in de Gouden Eeuw. De campagne werd ondersteund door online activiteiten en advertenties in een aantal magazines, waaronder Het Hotelmagazine in Amsterdam. Daarnaast is een cultuurhistorische wandelroute ontwikkeld die in print en als audiotour is uitgevoerd. Verder is een Tulpomania merchandiselijn ontwikkeld, die bestaat uit onder andere windlichtjes, T-shirts, tassen en bloembollenblikjes. De merchandise werd verkocht in het VVV-kantoor.

Haarlem viert cultuur
Het culturele hoogtepunt van 2018 was de evenementenperiode *Haarlem viert cultuur*. Van september 2018 tot begin 2019 trok de stad een groot aantal bezoekers uit binnen- en buitenland. Met onder andere toptentoonstellingen in het Frans Hals Museum en het Teylers Museum en jubileumprogramma's in de Stadsschouwburg en de Toneelschuur werd Haarlem op de kaart gezet als levendige cultuurstad. Haarlem Marketing verzorgde de on- en offline campagneactiviteiten en werkte samen met amsterdam&partners voor extra bereik in Amsterdam, mogelijk gemaakt door extra budget vanuit de MRA. *Haarlem viert cultuur* gaf een stevige impuls aan het cultuurprofiel van Haarlem, het bedrijfsleven profiteerde van extra toestroom en Haarlem Marketing leerde veel op het gebied van samenwerken aan culturele marketing.

Gouden Straatjes
Het concept De Gouden Straatjes is verder uitgerold. Er is gezorgd voor meer herkenbaarheid op straat door speciale deurmatten en raamstickers. Het (gratis) Gouden Straatjesboekje is sinds 2018 ook in het Engels verkrijgbaar. Hiervan werden er in 2018 zo'n 6.500 verstrekt bij de VVV, van de Nederlandse versie zo'n 9.000. Ook was er een contentcampagne via de website, Instagram en Facebook.
Tijdens de ShoppingNight heeft burgemeester Jos Wienen een speciale Gouden Straatjes-gevelsteen onthuld, waarover werd geschreven in de regionale media. Tijdens diezelfde ShoppingNight heeft Haarlem Marketing er samen met de ondernemers voor gezorgd dat De Gouden Straatjes onderscheidend en feestelijk versierd waren met gouden ballonnen langs de rode loper.

Open Monumentendagen
In opdracht van de gemeente voert Haarlem Marketing de organisatie van de Open Monumentendagen uit. In 2018 was het een extra druk weekend, samen met het Haarlem Cultuur Festival, het Korenlint, de eerste Cultuurnacht en het startschot van *Haarlem viert cultuur*.
Tijdens de Open Monumentendagen waren ruim zeventig monumentale panden geopend voor bezoek, er traden honderd koren op en alle Haarlemse culturele instellingen gaven een voorproefje van hun programma van het nieuwe seizoen. Haarlem Marketing maakt elk jaar het programmaboekje met een overzicht van alle deelnemende monumenten en verzorgt (persoonlijke) informatieverstrekking tijdens het weekend (bemanning infostand).

Riviercruise, pleziervaart
Aanlopen zijn een economische boost voor de stad aangezien één schip de stad circa € 10.000 oplevert. Samen met de havendienst en de gemeente zorgen we ervoor dat de rederijen gastvrij worden ontvangen en worden voorzien van de juiste (toeristische) informatie. Bij de maiden calls werden de kapitein en bemanning verrast met een bezoek van de burgemeester, de havendienst, de gemeente en Haarlem Marketing. Een mooi resultaat was een groot artikel in het Haarlems Dagblad.

Samen met Amsterdam Cruise Port (ACP) verzorgt Haarlem Marketing maandelijks een nieuwsbrief voor riviercruiserederijen. Samen met de havendienst wordt deze doelgroep verleid tot afmeren en extra bestedingen als ze in Haarlem zijn. Jaarlijks maakt Haarlem Marketing de waterrecreatiekaart waarin alle (nautische) informatie voor pleziervaart te vinden is. In juli is het Sloepennetwerk Zuid-Kennemerland opgeleverd; samen met de havendienst is meegedacht over het optimaliseren van routes en knooppunten. Ook is samen met de havendienst en de gemeente de 'Hop on Hop off'-bebording gerealiseerd om bezoekers via het water door de stad te vervoeren en een rondvaart te verweven in een bezoek aan de diverse (culturele) locaties in stad.

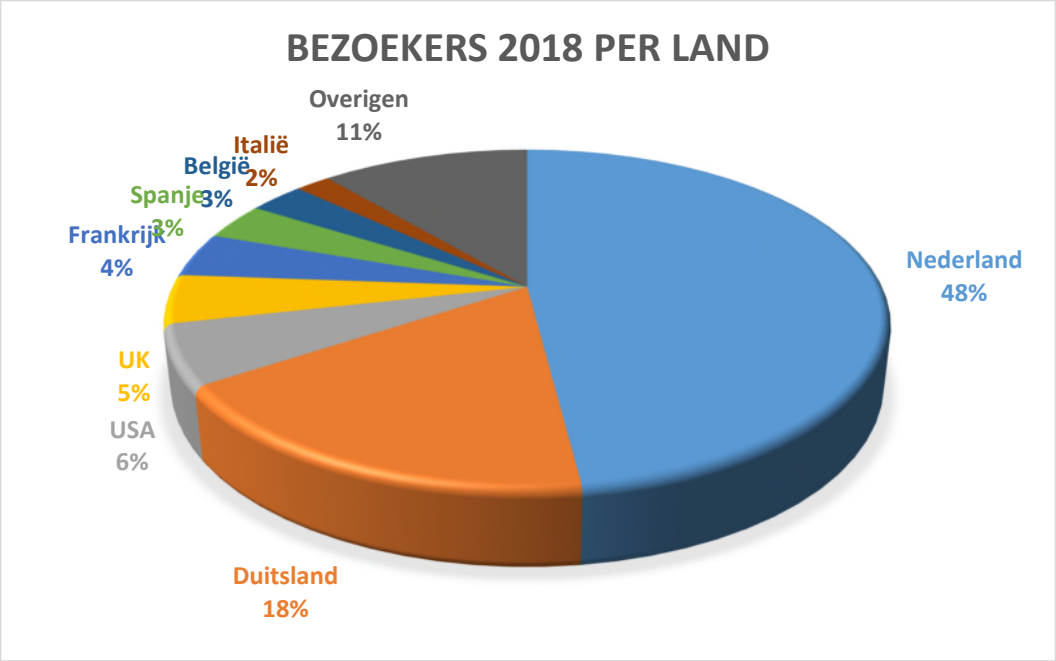
	2018	**2017**
Aanlopen	78	30
Maiden calls	85	29

6. VVV & Anno Haarlem

Het was een druk jaar voor de VVV, met een recordaantal bezoekers door *Haarlem viert cultuur*. Ook Anno Haarlem beleefde een succesvol eerste jaar. Het aantal deelnemers aan stadswandelingen en arrangementen loopt wel iets terug. Het animo is minder en de concurrentie groter.

	2018	**2017**
Bezoekers VVV	142.402	134.739
Bezoekers Anno Haarlem	164.00	0
Deelnemers stadswandelingen	8.969	9.688
Deelnemers arrangementen	5.077	5.187

De verdeling van de bezoekers was nagenoeg gelijk aan andere jaren met bijna de helft van de bezoekers uit Nederland, gevolgd door Duitsland en de Verenigde Staten.



7. Haarlem Convention Bureau

In 2018 is er verder gebouwd aan het Haarlem Convention Bureau als collectief platform voor de promotie van Haarlem als congresstad. De onderlinge samenwerking van de partners is versterkt door middel van speeddates & kennissessies en de verbindende rol van de HCB-manager. Deze manager is in februari 2017 in dienst getreden bij Haarlem Marketing. Zij heeft zich in de eerste twee jaar beziggehouden met het opbouwen van het bureau en het partnernetwerk.

Eventstreet
Hoogtepunt voor het Haarlem Convention Bureau in 2018 was de eerste Nederlandse editie van Eventstreet op en rond de Grote Markt op 10 juli. Eventstreet is een evenement van IDEA en EventSummit, gericht op evenementenbureaus. Deze bureaus nemen voor een dag horecagelegenheden over en 'branden' deze naar hun eigen stijl. Vervolgens nodigen zij hun achterban, voornamelijk opdrachtgevers, uit om langs te komen. In totaal hadden vijftien evenementenbureaus vijftien verschillende locaties in het centrum van Haarlem overgenomen. Dit gaf het imago van Haarlem een enorme boost.

EventSummit
In 2018 heeft Haarlem Marketing deelgenomen aan de zakelijke beurs EventSummit. In de 'Haarlem Straat' werd Haarlem als bestemming voor zakelijke congressen en events gepromoot bij nationale opdrachtgevers.

Famtrips
Er zijn verschillende famtrips georganiseerd: op maat gemaakte programma's voor evenementenbureaus en congresbureaus om kennis te maken met de hotels, locaties en restaurants.

Partnernetwerk
Door middel van trainingen op het gebied van social media en sales zijn de partners beter geworden in het bedienen van de MICE-markt. Deze kennissessies bieden partners ook de gelegenheid om elkaar beter te leren kennen, waardoor het collectief versterkt wordt. Ook de speeddatesessies waren succesvol. Partners konden elkaar en de locaties beter leren kennen. In 2019 volgt weer een editie.
In het afgelopen jaar is er een partnerstop ingesteld om de kwaliteit van het partnernetwerk te blijven garanderen.

Website en online campagnes
Er is in 2018 veel tijd gestoken in het doorontwikkelen van de website voor de MICE-markt. Zo zijn filters geoptimaliseerd waardoor bezoekers beter kunnen selecteren op locatie en capaciteit. Het uiterlijk van de website sluit nu beter aan bij de website van Haarlem Marketing, waardoor meer eenheid is ontstaan. In 2019 zal hier een vervolg aan gegeven worden. Om de naamsbekendheid van het bureau te vergroten en traffic naar de website te stimuleren, is een SEA-campagne opgezet. Deze was erg succesvol. Daarnaast is gebruikgemaakt van een social campagne op LinkedIn om bekendheid te genereren onder eventmanagers en congresorganisatoren in Nederland.

8. Organisatie

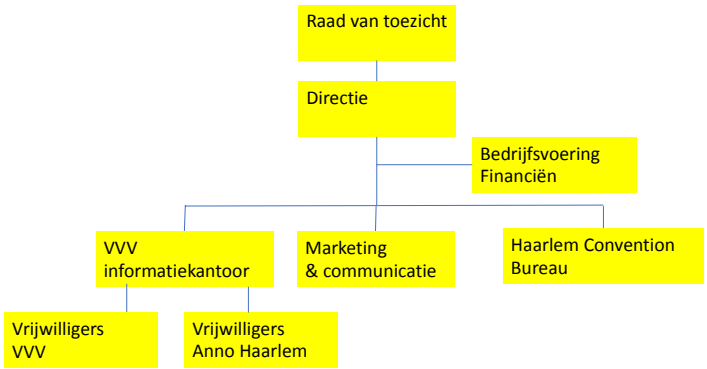
Haarlem Marketing is een stichting met een Raad van Toezicht die vijf keer per jaar bij elkaar komt.
In 2018 hebben er meerdere Raad van Toezicht vergadering plaats gevonden.
De Raad van Toezicht bestond in 2018 uit:

- Dhr. J. Wienen (voorzitter)
- Dhr. J.Y.F. Feenstra
- Dhr. P.W.M. Rutten
- Dhr. P.N. van Sprang
- Dhr. D.C. Freling
- Dhr. N.P. Piscaer
- Mevr. T.S.M van Schie (per 01-02-2018)

Dhr. Freling heeft na twee termijnen per 31 december 2018 afscheid genomen van de Raad van Toezicht.

Team
Haarlem Marketing bestaat uit een klein team van 12,6 fte en 32 vrijwilligers. De vier afdelingen vallen rechtsreeks onder de directeur.

De directeur en het hoofd financiën en bedrijfsvoering hebben in 2018 afscheid genomen. De directie is per 1 november overgenomen door een interim-directeur. Inmiddels is bekend dat Anne Marije Hogenboom per 1 mei 2019 de nieuwe directeur van Haarlem Marketing zal worden.
De projectdruk was groot in 2018. Daarom is ervoor gekozen om voor het Haarlem Convention Bureau en voor het project *Haarlem viert cultuur* extra medewerkers aan te nemen. Daarnaast zijn extra oproepkrachten voor de VVV en de website aangenomen. Bovendien zijn er voor Anno Haarlem zeven nieuwe vrijwilligers geworven.



9. Toelichting op de jaarrekening

Inkomsten
De projecten Haarlem viert cultuur, Haarlem Convention Bureau, MRA en Anno Haarlem, hebben een enorm effect op de financiën gehad dit jaar. Het project *Haarlem viert cultuur* was begroot maar de MRA-pilot die daarop aansloot, niet. Daarnaast is nog een deel van de subsidie van Anno Haarlem geboekt in 2017 en er is geen rekening gehouden met de dalende trend van VVV-inkomsten.

Netto omzet
De netto omzet is € 85.000 meer dan begroot door:
- de subsidie vanuit de MRA van + € 110.000 (staan ook kosten tegenover)
- minder inkomsten van de VVV (dalende trend van arrangementen, provisies etc.), in totaal € 15.000
- de subsidie voor het beheer van Anno Haarlem van € 10.000 (geboekt in 2017).

Kosten
De projecten hebben een enorm effect op de kosten gehad. Er is extra personeel aangenomen om de projecten in goede banen te leiden. Daarnaast heeft de directie ook geleid tot extra frictiekosten. Dit was allemaal niet begroot.

Personele kosten
Er is in totaal € 226.000 meer personele kosten geboekt, waarvan:
- - € 205.000 aan lonen en salarissen
    - - € 93.000 lonen en salarissen (twee extra medewerkers op HCB en *Haarlem viert cultuur*)
    - - € 86.000 frictiekosten voor directiewisseling en inhuur interim-directeur
    - - € 15.622 reservering vakantiedagen (door de projectdruk zijn er minder vakantiedagen opgenomen)
    - - € 10.000 doorbelaste personeelskosten
    - + € 18.000 terugbetaling ziektegelden (door projectdruk zijn er twee medewerkers langdurig ziek geweest)
- - € 15.000 sociale lasten door hogere lonen en salarissen
- - € 5.000 pensioenpremies door hogere lonen en salarissen
- - €1.000 overige kosten

Bedrijfskosten
Er is in totaal € 167.0000 meer aan bedrijfskosten uitgegeven:
- + € 13.000 overige personeelskosten door een opleiding personeel en extra kosten Arbodienst
- + € 123.000 verkoopkosten:
    - + € 110.000 veroorzaakt door het MRA-project (staan ook inkomsten tegenover)
    - + € 13.000 extra kosten boven de begroting
- + € 31.000 algemene kosten
    - + € 25.000 advieskosten. Dit zijn kosten voor de directiewisseling
    - + € 7.000 representatiekosten
    - – 1.000 overige kosten

Resultaat
Er was rekening gehouden met een klein negatief resultaat om het eigen vermogen, dat relatief groot was, af te bouwen. Maar door de vele extra (personele)uitgaven op projecten is het negatief resultaat veel groter dan begroot.

Eigen vermogen
Door het negatief resultaat van 2018 is er een negatief eigen vermogen ontstaan in 2019. Hiervoor is een meerjarenbegroting gemaakt om dit op detail te kunnen managen. In 2019 zal de organisatie worden gereorganiseerd om Anno Haarlem, HCB en de learnings van *Haarlem viert cultuur* op te nemen in reguliere bezetting om te voorkomen dat er weer een jaar is met incidentele hoge (personeels)kosten.

Toekomstvisie
In de komende jaren zal Haarlem Marketing verder bouwen aan het collectief marketingplatform voor Haarlemse partners en organisaties. De learnings van *Haarlem viert Cultuur* zullen worden meegenomen.

Haarlem Marketing wil de samenwerkingspartner en verbinder blijven tussen Haarlemse belanghebbenden en zich verder ontwikkelen als kennis-, en netwerkcentrum voor de stad. Samen met de gemeente zal zij hiervoor een *Toeristische Visie* opstellen.

In 2019 zal de organisatie aangepast worden door Anno Haarlem en HCB op te nemen in de reguliere bezetting, om te voorkomen dat er weer een jaar is met incidentele hoge personeelskosten.

Verkorte begroting
De begroting 2019 sluit met totale baten van €953.250, totale lasten van 886.033 en 2019 sluit af met een positief resultaat van €67.217.

10. Verslag van de Raad van Toezicht

Inleiding

Het jaar 2018 was een bijzonder jaar voor Haarlem Marketing. Het cultuurjaar bracht veel activiteiten in en bezoekers naar de stad. Het jaarverslag geeft een goed beeld van de vele activiteiten. Haarlem Marketing zelf nam in dit jaar afscheid van zowel de adjunct-directeur als de directeur.
De jaarrekening laat minder goede resultaten zien. Het jaar 2018 is afgesloten met een groot tekort. Voor de Raad van Toezicht is dit een ernstige zaak. De afgelopen jaren waren de financiën vaak een punt van aandacht, maar bleef het resultaat altijd voldoende. De Raad van Toezicht had daarom geen reden om met urgentie de boekhouding en de control van Haarlem Marketing aan te pakken. Het tekort van 2018 was voor de Raad van Toezicht aanleiding om de boekhouding, de verslaglegging en de control van de financiën te onderzoeken en verbeteren.
De raad van Toezicht heeft lopende het jaar geen rapportage ontvangen over de extra uitgaven. Na de aanstelling van een interim-directeur aan het eind van het jaar heeft deze de overschrijdingen geconstateerd en gerapporteerd. De Raad van Toezicht heeft de interim-directeur de opdracht gegeven de overschrijdingen nader te analyseren.
In de eerste plaats hebben wij vastgesteld dat er weliswaar teveel geld is uitgegeven, maar dat dat wel geheel besteed is conform de doelstellingen van Haarlem Marketing. Feitelijk gaat het om extra personeelskosten in verband met het cultuurjaar.
In de tweede plaats gaat het bij het tekort van de jaarrekening om drie afzonderlijke componenten. De eerste twee daarvan zijn voorzien. De derde is een onverwachte tegenvaller.
1.Er was bij de begroting reeds een tekort voorzien. Dit werd gedekt door de reserve. Gelet op het belang van het cultuurjaar werd een deel van de reserve daarvoor ingezet.
2.Er waren frictiekosten door de wisseling in de directie. De Raad van Toezicht heeft deze als onvoorzien, maar onvermijdelijk goedgekeurd.
3.Er is sprake van een tweetal boekhoudkundige en inhoudelijke vergissingen, waardoor extra inkomsten ten behoeve van het cultuurjaar feitelijk twee keer zijn uitgegeven. Het gaat om een extra bijdrage van € 50.000,- ten behoeve van het cultuurjaar, geboekt in het boekjaar 2017. Dit extra bedrag is in 2018 ten onrechte opnieuw gebruikt als dekking van uitgaven voor het cultuurjaar. Daarnaast is een bijdrage van City-marketing Amsterdam in diensten ter waarde van € 110.000,- ook gebruikt als dekking voor extra personeelskosten.
De Raad van Toezicht heeft maatregelen genomen om ervoor te zorgen dat dit soort vergissingen niet meer onopgemerkt kunnen blijven en via vaste rapportages in beeld komen, zodat tijdig corrigeren of ingrijpen nog mogelijk is.
Het tekort over 2018 leidt tot een negatief eigen vermogen. De meerjarenbegroting voorziet in een geleidelijk inlopen van dit tekort, waarbij de continuïteit van de bedrijfsvoering gewaarborgd blijft. Dat vraagt veel van de organisatie. De Raad van Toezicht heeft met de nieuwe directie vertrouwen in de toekomst.

Namens de Raad van Toezicht,
Jos Wienen, voorzitter.

JAARREKENING

1. BALANS PER 31 DECEMBER 2018

(na resultaatbestemming)

		31 december 2018		31 december 2017	
		€	€	€	€
ACTIVA					
VASTE ACTIVA					
Materiële vaste activa					
Verbouwing	1.	-		4.698	
Inrichting en inventaris		7.011		8.377	
			7.011		13.075
VLOTTENDE ACTIVA					
Voorraden	2.)		7.947		20.445
Vorderingen	3.)				
Debiteuren		24.999		35.939	
Omzetbelasting		25.824		7.540	
Overige vorderingen en overlopende activa		26.740		12.138	
			77.563		55.617
Liquide middelen	4.)		104.294		231.896
			196.816		321.034

		31 december 2018		31 december 2017	
		€	€	€	€
PASSIVA					
EIGEN VERMOGEN	5.)				
Stichtingskapitaal		91		91	
Overige reserves		(155.601)		189.204	
			(155.511)		189.294
KORTLOPENDE SCHULDEN	6.)				
Crediteuren		123.227		31.665	
Loonheffing		17.959		13.832	
Pensioenlasten		720		13.472	
Overige schulden en overlopende passiva		210.421		72.772	
			352.327		131.741
			196.816		321.034

2. STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER 2018

		Jaarrekening 2018	Begroting 2018	Jaarrekening 2017
		€	€	€
Netto-omzet	7.)	1.153.849	1.069.179	933.976
Kostprijs van de omzet	8.)	(23.938)	(25.000)	(26.070)
Bruto omzetresultaat		1.129.911	1.044.179	907.905
KOSTEN				
Lonen en salarissen	9.)	567.916	363.341	393.093
Sociale lasten	10.)	90.532	74.898	66.505
Pensioenlasten	11.)	50.814	45.857	40.790
Afschrijvingen	12.)	7.462	6.100	7.654
Overige bedrijfskosten	13.)	754.975	587.684	363.408
Som der bedrijfslasten		1.471.699	1.077.880	871.449
Bedrijfsresultaat		(341.789)	(33.701)	36.456
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten		11	-	20
Rentelasten en soortelijke kosten		(3.029)	(1.000)	(2.124)
Financiële baten en lasten		(3.018)	(1.000)	(2.104)
RESULTAAT		(344.805)	(34.701)	34.352

Het bestuur van de stichting stelt voor om het resultaat als volgt te bestemmen:

	2018
	€
Resultaat	(344.805)
Toevoeging aan de overige reserves	(344.805)

Vooruitlopend op de vaststelling van de jaarrekening 2018 is dit voorstel reeds in de jaarrekening verwerkt.

3. KASSTROOMOVERZICHT 2018

(het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode)

	2018		2017	
	€	€	€	€
Kasstroom uit operationele activiteiten:				
Bedrijfsresultaat	(341.788)		36.457	
Aanpassingen voor:				
Afschrijvingen	7.462		7.654	
Mutatie in het werkkapitaal:				
Mutatie vorderingen	(21.945)		18.493	
Mutatie voorraden	12.498		32.421	
Mutatie kortlopende schulden (excl. aflossingsverplichting)	220.586		(120.863)	
		(123.184)		(25.838)
Rentelasten		(3.018)		(2.104)
Kasstroom uit operationele activiteiten		(126.202)		(27.943)
Kasstroom uit investeringsactiviteiten				
Investeringen in materiële vaste activa		(1.398)		(1.513)
Mutatie geldmiddelen		(127.600)		(29.456)
Samenstelling geldmiddelen:				
Liquide middelen per 1 januari		231.896		261.352
Mutatie geldmiddelen		(127.600)		(29.456)
Liquide middelen per 31 december		104.296		231.896

4. GRONDSLAGEN VOOR WAARDERING EN RESULTAATBEPALING

Algemeen
De jaarrekening is opgemaakt op basis van historische kostprijs. De waardering van activa en passiva geschiedt, voor zover niet anders is vermeld, tegen nominale waarde.
Winsten worden toegerekend aan de periode waarin ze zijn gerealiseerd. Verliezen worden verantwoord in het jaar waarin ze voorzienbaar zijn.

Activiteiten
De activiteiten van Stichting Haarlem Marketing bestaan voornamelijk uit:

- Informatieverstrekking op het gebied van toerisme en reserveringsbureaus
- Door middel van promotie en productvorming het zakelijk en toeristisch gebruik van de stad Haarlem vergroten

Algemene grondslagen voor de opstelling van de jaarrekening
De jaarrekening is opgesteld volgens de in Nederland algemeen aanvaardbare grondslagen voor de financiële verslaggeving.

Grondslagen voor de waardering van activa en passiva

Materiële vaste activa
De materiële vaste activa worden gewaardeerd op verkrijgingsprijs, verminderd met de cumulatieve afschrijvingen en indien van toepassing met bijzondere waardeverminderingen. De afschrijvingen worden gebaseerd op de geschatte economische levensduur en worden berekend op basis van een vast percentage van de verkrijgingsprijs, rekening houdend met een eventuele residuwaarde. Er wordt afgeschreven vanaf het moment van ingebruikneming. Op terreinen wordt niet afgeschreven.

Voorraden
De voorraden handelsvoorraden worden gewaardeerd tegen verkrijgingsprijs dan wel lagere marktwaarde voor zover nodig onder aftrek van een voorziening voor incourantheid.

Vorderingen en overlopende activa
De vorderingen worden bij eerste verwerking opgenomen tegen de reële waarde en vervolgens gewaardeerd tegen de geamortiseerde kostprijs. De reële waarde en geamortiseerde kostprijs zijn gelijk aan de nominale waarde. Noodzakelijk geachte voorzieningen voor het risico van oninbaarheid worden in mindering gebracht. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

Liquide middelen
De liquide middelen worden gewaardeerd tegen de nominale waarde en staan, voor zover niet anders vermeld, ter vrije beschikking van de onderneming.

Schulden
Schulden worden gewaardeerd tegen nominale waarde tenzij anders is bepaald.

Grondslagen voor resultaatbepaling

Algemeen
Het resultaat wordt bepaald als het verschil tussen de opbrengstwaarde van de geleverde prestaties en verrichte diensten enerzijds, en anderzijds de kosten en andere lasten van het jaar, gewaardeerd tegen historische kostprijzen.

Resultaatbepaling
Het resultaat wordt bepaald als het verschil tussen de netto-omzet en de kosten en andere lasten van het verslagjaar met inachtneming van de hiervoor vermelde waarderingsgrondslagen.
Winsten zijn verantwoord in het jaar waarin de goederen zijn geleverd c.q. de diensten zijn verricht. Verliezen welke hun oorsprong vinden in het boekjaar zijn in aanmerking genomen zodra deze voorzienbaar zijn.

Netto-omzet
Onder netto-omzet wordt verstaan de opbrengst van de in het verslagjaar geleverde goederen en verleende diensten onder aftrek van kortingen en de over de omzet geheven belastingen.

Kostprijs van de omzet
Onder de kostprijs van de omzet wordt verstaan de directe aan de geleverde goederen en diensten toe te rekenen kosten. Hieronder is voorts begrepen een mutatie in de afwaardering wegens incourantheid van de voorraden.

Subsidies en bijdragen
De subsidies en bijdragen worden ten gunste van de staat van baten en lasten gebracht in het jaar ten laste waarvan de gesubsidieerde lasten komen, dan wel in het jaar waarvan de lasten komen waarvoor de bijdragen zijn toegezegd.

Afschrijvingen
De afschrijvingen op de materiële vaste activa zijn berekend door middel van vaste percentages van de aanschaffingswaarde, op basis van de verwachte economische levensduur. Boekwinsten en -verliezen bij verkoop van materiële vaste activa zijn begrepen onder de afschrijvingen, boekwinsten echter alleen voor zover de boekwinsten niet in mindering zijn gebracht op vervangende investeringen.

Financieel resultaat
De rentebaten en -lasten betreffen de op de verslagperiode betrekking hebbende renteopbrengsten en -lasten van uitgegeven en ontvangen leningen.

Belastingen
De stichting is niet belastingplichtig voor de vennootschapsbelasting.

Grondslagen voor de opstelling van het kasstroomoverzicht
Het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode.

WNT-verantwoording 2018 Stichting Haarlem Marketing

De WNT is van toepassing op Stichting Haarlem Marketing. Het voor Stichting Haarlem Marketing toepasselijke bezoldigingsmaximum is in 2018 € 189.000 (algemeen bezoldigingsmaximum).

1. Bezoldiging topfunctionarissen

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

bedragen x € 1	**W.J.S. Brasser**
Functiegegevens[5]	Directeur/bestuurder
Aanvang[6] en einde functievervulling in 2018	01/01-31-12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)[7]	1,0
Dienstbetrekking?[8]	ja
Bezoldiging[9]	
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	76.949
Beloningen betaalbaar op termijn	10.155
Subtotaal	*87.104*
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum[10]	189.000
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag[11]	N.v.t.
Totale bezoldiging	189.000
Reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan[12]	N.v.t.
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling[13]	N.v.t.

Gegevens 2017[14]	
bedragen x € 1	W.J.S. Brasser
Functiegegevens[5]	Directeur/bestuurder
Aanvang[6] en einde functievervulling in 2017	01/01-31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)[7]	1,0
Dienstbetrekking?[8]	ja
Bezoldiging[9]	
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	76.624
Beloningen betaalbaar op termijn	11.187
Subtotaal	*87.811*
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum[10]	181.000
Totale bezoldiging	87.811

1b. Leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking in de periode kalendermaand 1 t/m 12

bedragen x € 1	**A.N. Perlin**	
Functiegegevens[3]	directeur	
Kalenderjaar[4]	**2018**	**2017**
Periode functievervulling in het kalenderjaar (aanvang – einde)	1/11-31-12	
Aantal kalendermaanden functievervulling in het kalenderjaar [5]	2	
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum		
Maximum uurtarief in het kalenderjaar[6]	€ 182	€ 176
Maxima op basis van de normbedragen per maand[7]	22.540	
Individueel toepasselijke maximum gehele periode kalendermaand 1 t/m 12[8]	22.540	
Bezoldiging		
Werkelijk uurtarief lager dan het (gemiddeld) maximum uurtarief?[9]	Ja	
Bezoldiging in de betreffende periode	16.000	0
Totale bezoldiging gehele periode kalendermaand 1 t/m 12 [10]	16.000	
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag[11]	N.v.t.	
Totale bezoldiging, exclusief BTW	**16.000**	
Reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan[12]	N.v.t.	
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling[13]	N.v.t.	

1d. Topfunctionarissen met een bezoldiging van € 1.700 of minder.

NAAM TOPFUNCTIONARIS	**FUNCTIE**
J. Wienen	Voorzitter Raad van Toezicht
J.Y.F. Feenstra	Lid RvT
P.W.M. Rutten	Lid RvT
P.N. van Sprang	Lid RvT
D.C. Freling	Lid RvT
N.P. Picaer	Lid RvT
T.S.M. Van Schie	Lid RvT (per 01-02-2018)

5. TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 DECEMBER 2018

ACTIVA

VASTE ACTIVA

Materiële vaste activa 1.)	Boekwaarde 01-01-2018	Investeringen 2018	Afschrijvingen 2018	Boekwaarde 31-12-2018
	€	€	€	€
Verbouwingen	4.698	-	(4.698)	-
Inrichting en inventaris	8.377	1.398	(2.764)	7.011
	13.075	1.398	(7.462)	7.011

	Oorspronkelijke aanschafwaarde	Cumulatieve afschrijvingen	Boekwaarde 31-12-2018
	€	€	€
Verbouwingen	25.625	(25.625)	-
Inrichting en inventaris	14.776	(7.765)	7.011
	40.401	(33.390)	7.011

Afschrijvingspercentages
De gehanteerde afschrijvingspercentages luiden als volgt:

Verbouwingen	20%
Inrichting en inventaris	20%

VLOTTENDE ACTIVA

Voorraden 2.)	31-12-2018	31-12-2017
De specificatie luidt als volgt:	€	€
VVV geschenkbonnen	-	11.048
Drukwerk	3.304	4.197
Souvenirs	4.454	4.884
Overige voorraden	189	316
	7.947	20.445

		31-12-2018	31-12-2017
		€	€
Vorderingen	3.)		
Debiteuren			
De specificatie luidt als volgt:			
Debiteuren		28.994	38.295
Voorziening dubieuze debiteuren		(3.995)	(2.356)
		24.999	35.939
Omzetbelasting			
De specificatie luidt als volgt:			
Aangifte december		25.824	3.782
Teveel afgedragen over 2017		-	3.758
		25.824	7.540
Overige vorderingen en overlopende activa			
De specificatie luidt als volgt:			
Bankrente		11	20
Premie ziekteverzuimverzekering		-	1.845
Ontvangen ziekengelduitkeringen		7.731	-
Contributies en abonnementen		501	309
Waarborgsommen		990	990
Verzekeringen		-	175
City cards		6.745	-
Nog te verzilveren bonnen		31	36
Bemiddelingsbijdrage/boekingscentrale		8.369	40
MICE Haarlem		-	1.395
Reclame- en advertentiekosten		-	3.500
Vooruitbetaalde huur		2.044	2.016
Online media		45	-
Telefoonkosten		-	71
Provisie geschenkbonnen		273	1.741
		26.740	12.138
Liquide middelen	4.)		
De specificatie luidt als volgt:			
Kassen		3.739	2.097
Rabobank, rekening-courant (989)		100.556	125.876
Rabobank, bedrijfsspaarrekening		-	103.922
		104.294	231.896

PASSIVA

EIGEN VERMOGEN 5.)

	2018	2017
Overige reserves	€	€
Het verloop is als volgt:		
Stand per 1 januari	189.204	154.852
Resultaatbestemming boekjaar	(344.805)	34.352
Stand per 31 december	(155.601)	189.204

KORTLOPENDE SCHULDEN 6.)

	31-12-2018	31-12-2017
Loonheffing		
Aangifte december	17.959	13.831

Overige schulden en overlopende passiva
De specificatie luidt als volgt:

Reservering vakantiegeld	21.913	15.037
Reservering vakantiedagen	28.099	12.477
Accountants- en administratiekosten	7.000	4.000
Bankrente en -kosten	829	490
Netto salarissen	2.186	480
Ontslagvergoeding	70.000	-
Nog te betalen geschenkbonnen e.d.	61.256	37.373
Premie ziekteverzuimverzekering	2.047	-
Reis- en hotelkosten	46	423
Arrangementen	-	393
Outplacementkosten	7.500	-
Toeristisch product	14	-
Drukwerk	-	48
MICE Haarlem	4.725	-
Compagnie	2.800	
Bemiddelingsbijdragen/boekingscentrale	-	1.466
Automatiseringskosten	-	486
Oveirge personeelskosten	-	99
Kostprijs balieverkopen	2.004	-
	210.421	72.772

NIET IN DE BALANS OPGENOMEN VERPICHTINGEN

Huurverplichtingen onroerende zaken
Door de stichting is een huurovereenkomst afgesloten ten behoeve van de bedrijfsruimte aan de Grote Markt 2 A te Haarlem. De overeenkomst is aangegaan voor de duur van 5 jaar met ingang van 15 november 2013.
Na het verstrijken van deze periode wordt de periode met 5 jaar verlengd. Na het verstrijken van de tweede termijn wordt de overeenkomst voortgezet voor onbepaalde tijd.
De jaarlijkse huurverplichting bedraagt € 24.038. De jaarlijkse verplichting inzake de servicekosten bedraagt € 3.000.

6. TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER 2018

		Jaarrekening 2018	Begroting 2018	Jaarrekening 2017
		€	€	€
Netto omzet	7.)			
Omzet balieverkopen		51.507	55.000	51.291
Ontvangen provisies		19.376	28.160	19.076
Bemiddelingsbijdrage - toneel etc. (provisie)		7.953	5.000	15.649
Arrangementen		14.241	23.000	15.682
Sponsoring bedrijfsleven		69.141	59.500	82.264
Omzet HCB		20.863	27.750	-
Opbrengst verkopen		183.080	198.410	183.963
Subsidie gemeente Haarlem		547.269	547.269	551.013
Bijdrage uit het ondernemersfonds		100.000	100.000	100.000
Subsidie Monumentendagen		9.000	9.000	9.000
Subsidie HCB		30.000	30.000	30.000
Subsidie Haarlem Cultuurstad		164.500	164.500	50.000
Subsidie Anno Haarlem		10.000	20.000	10.000
Subsidie MRA		110.000	-	-
Totaal subsidies		970.769	870.769	750.013
Totaal opbrengsten		1.153.849	1.069.179	933.976

Subsidie Gemeente Haarlem

De subsidie van de Gemeente Haarlem heeft een structureel karakter.
Op de subsidieverlening zijn de bepalingen uit de geldende Algemene Subsidie Verordening (ASV) van de gemeente Haarlem en de Algemene wet bestuursrecht (Awb) van toepassing.

		Jaarrekening 2018	Begroting 2018	Jaarrekening 2017
		€	€	€
Kostprijs van de omzet	8.)			
Kostprijs balieverkopen		23.938	25.000	26.070
Lonen en salarissen	9.)			
Bruto salarissen		443.611	339.413	364.935
Reservering vakantiedagen/-geld		51.367	25.547	22.974
Inhuur personeel		16.000	-	24.130
Reorganisatiekosten		70.000	-	-
Ontvangen ziekengelden		(18.181)	-	(15.971)
Subtotaal lonen en salarissen		562.797	364.960	396.068
Kosten t.b.v. promotiewerkzaamheden				
Kosten bloemenmeisjes		(6.962)	-	(5.862)
Kosten gidsen (arrangementen)		(18.952)	-	(18.549)
Gedetacheerd personeel		31.033	15.721	21.437
Doorbelaste personeelskosten		-	(17.340)	-
		567.916	363.341	393.093
Sociale lasten	10.)			
Sociale lasten bedrijfsvereniging		52.768	41.935	39.087
Premie ziekteverzuimverzekering		8.097	5.833	4.053
Werkgeversbijdrage zorgverzekering		29.666	27.130	23.364
		90.532	74.898	66.505
Pensioenlasten	11.)			
Pensioenpremies		50.814	45.857	40.790

De pensioenregeling betreft een salaris-diensttijdregeling.
Voor ieder deelnemingsjaar is een ouderdomspensioen van 1,75% van de pensioengrondslag toegekend.
Het jaarlijks partnerpensioen bedraagt 70% van het ouderdomspensioen.
De afdracht aan het pensioenfonds bedraagt 25% van de pensioengrondslag. De verdeling van de pensioen-premie is 1/3 werknemer, 2/3 werkgever.

Personeelsleden

Bij de stichting waren in het verslagjaar gemiddeld 12,6 personeelsleden in werkzaam (2016: 10,8).

Onderverdeeld naar functie:	2018	2017
Directie	1,0	1,0
Administratie	0,0	0,0
Overig (promotie e.d.)	11,6	9,8
	12,6	10,8

		Jaarrekening 2018	Begroting 2018	Jaarrekening 2017
		€	€	€
Afschrijvingen	12.)			
Afschrijvingen verbouwingen		4.698	5.100	5.125
Afschrijvingen inrichting en inventaris		2.764	1.000	2.529
		7.462	6.100	7.654
Overige bedrijfskosten	13.)			
Overige personeelskosten		27.067	13.797	12.024
Huisvestingskosten		27.639	29.191	27.935
Kantoorkosten		48.403	47.140	49.693
Verkoopkosten		573.911	450.750	226.947
Algemene kosten		77.956	46.806	46.809
		754.975	587.684	363.408
Overige personeelskosten				
Reiskostenvergoedingen		7.617	6.200	6.869
Onkostenvergoedingen		90	1.034	1.300
Kantinekosten		248	459	26
Opleidingskosten		13.639	5.000	2.678
Kosten arbodienst		2.037	541	127
Wervingskosten personeel		1.476	-	
Overige personeelskosten		1.960	563	1.024
		27.067	13.797	12.024
Huisvestingskosten				
Huur		24.168	25.681	23.949
Vaste lasten		471	510	986
Overige huisvestingskosten		3.000	3.000	3.000
		27.639	29.191	27.935
Kantoorkosten				
Kantoorbenodigdheden		2.077	2.165	1.432
Drukwerk		3.111	-	2.359
Automatiseringskosten		23.050	20.910	22.540
Communicatiekosten		7.649	7.100	7.099
Porti		3.633	5.200	4.941
Contributies, abonnementen		8.748	9.000	11.322
Vakliteratuur		134	2.165	-
Kosten Techniek		-	600	-
		48.403	47.140	49.693

	Jaarrekening 2018	Begroting 2018	Jaarrekening 2017
	€	€	€
Verkoopkosten			
Reclame-, advertentie- en promotiekosten	9.020	-	7.714
Kosten bloemenmeisjes	7.989	-	14.270
Beurskosten en presentaties	24.881	10.000	7.514
Mutatie voorziening dubieuze debiteuren	1.639	-	(5.583)
Cultuur en musea	24.600	23.000	53.651
MICE Haarlem	-	-	24.666
Winkelen	22.194	20.000	21.333
Toeristisch product	23.400	20.000	13.236
Online media	28.411	29.500	35.426
Beeldmerkcampagne	3.343	10.000	8.633
Offline media	12.608	30.000	10.062
Evenementen	70	-	9.492
Sponsoring derden	-	-	-
Netwerkbijeenkomsten	9.223	9.000	7.890
Merchandise en relatiegeschenken	6.481	8.000	7.846
Film/Fotografie	7.584	12.000	-
Kosten HCB	52.211	87.750	-
Kosten Haarlem Cultuurstad	221.893	171.500	10.797
Kosten Anno Haarlem	8.365	20.000	-
Kosten MRA	110.000	-	-
	573.911	450.750	226.947
Algemene kosten			
Accountantskosten	4.225	4.245	4.162
Administratiekosten	25.790	22.285	21.849
Advieskosten	25.190	1.000	980
Bestuurskosten	-	1.500	-
Verzekeringen	7.021	4.389	5.586
Huur inventaris	4.064	4.200	4.016
Onderhoud inventaris	364	1.500	625
Kleine aanschaffingen	1.367	1.299	1.259
Representatiekosten	9.201	2.315	5.803
Vrachtkosten	257	2.871	678
Kosten VVV geschenkbonnen	-	-	-
Overige verkoopkosten	1.258	500	2.735
Overige algemene kosten	(783)	702	(885)
	77.956	46.806	46.809
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten			
Ontvangen bankrente	11	-	20
Rentelasten en soortgelijke kosten			
Bankrente en -kosten	3.029	1.000	2.124
Rente belastingdienst	-	-	-
	3.029	1.000	2.124

14. BESTEMMING VAN HET RESULTAAT

De directie stelt voor om het resultaat over 2018 als volgt te bestemmen:

	2018
	€
Toevoeging aan de overige reserves	(344.805)

Gebeurtenissen na balansdatum

Er zijn geen gebeurtenissen na balansdatum bekend met belangrijke financiële gevolgen voor de stichting.

OVERIGE GEGEVENS

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van Stichting Haarlem Marketing

A. Verklaring over de in het jaarrapport opgenomen jaarrekening 2018

Ons oordeel

Wij hebben de jaarrekening 2018 van Stichting Haarlem Marketing te Haarlem gecontroleerd. Naar ons oordeel geeft de in dit jaarrapport opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Haarlem Marketing op 31 december 2018 en van het resultaat over de periode 2018 in overeenstemming met de Richtlijnen voor de jaarverslaggeving (kleine rechtspersonen) C1 Kleine organisaties zonder winststreven en van de financiële rechtmatigheid in overeenstemming met de Algemene Subsidieverordening van de gemeente Haarlem.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2018;
2. de staat van baten en lasten over 2018; 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 WNT 2018 vallen, en de Algemene subsidieverordening van de gemeente Haarlem. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting Haarlem Marketing 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 2018 hebben wij de anticumulatie-bepaling, bedoeld in artikel 1.6a WNT en artikel 5, lid 1, sub j Uitvoeringsregeling WNT, niet gecontroleerd.

B. Verklaring over de in het jaarrapport opgenomen andere informatie

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

- het bestuursverslag;
- de overige gegevens.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie:

- met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;
- alle informatie bevat die op grond van de Richtlijnen voor de jaarverslaggeving (kleine rechtspersonen) C1 Kleine organisaties zonder winststreven vereist is.

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 Richtlijnen voor de jaarverslaggeving (kleine rechtspersonen) C1 Kleine organisaties zonder winststreven en de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen het bestuursverslag en de overige gegevens in overeenstemming met de Richtlijnen voor de jaarverslaggeving (kleine rechtspersonen) C1 Kleine organisaties zonder winststreven.

C. Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening

Verantwoordelijkheden van het bestuur voor de jaarrekening

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de Richtlijnen voor de jaarverslaggeving (kleine rechtspersonen) C1 Kleine organisaties zonder winststreven en verantwoordelijk voor de financiële rechtmatigheid hiervan in overeenstemming met de Algemene subsidieverordening van de gemeente Haarlem. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de onderneming 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 vennootschap te liquideren of de bedrijfsactiviteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is.

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

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 WNT 2018, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen.

Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.
  Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten.
  Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing.
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit.
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan.
- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de onderneming haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring.

Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een onderneming haar continuïteit niet langer kan handhaven;

- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen; en
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

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

ZOETERMEER, 23 mei 2019

Astrium Accountants B.V.

Was getekend,

M.G.M. Vink RA