

Jaarrapport 2023

Stichting MarketingOost

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord

1.	Bestuursverslag	1
1.1	Doelstellingen en activiteiten	1
1.2	Accountantsrapportage	5
2.	De merken en bedrijfsonderdelen	6
2.1	Nationale en internationale branding	6
2.2	Twente	8
2.3	Weerribben-Wieden	9
2.4	IJsseldelta	10
2.5	Hanzesteden	10
2.6	Stad en Regio Zwolle	12
2.7	Salland	13
2.8	Vechtdal	13
2.9	Congresregio Zwolle en Congresregio Twente	14
2.10	Strategie, Onderzoek en Innovatie	15
2.11	Routenetwerken	15
3.	Verslag Raad van Toezicht	16
4.	Financiële ontwikkelingen	20
4.1	Resultaten	20
4.2	Financiële analyse	22
4.3	Samenvatting begroting 2024	24
4.4	Vooruitblik na 2024	24
5.	Jaarrekening	25
5.1	Balans per 31 december 2023	25
5.2	Resultatenrekening 2023	27
5.3	Algemene toelichting op de balans en resultatenrekening	28
5.4	Grondslagen voor de bepaling van het resultaat	30
5.5	Toelichting op de balans	31
5.6	Toelichting op de resultatenrekening	35
6.	Overige gegevens	43
6.1	Statutaire regeling inzake resultaatbestemming	43
6.2	Controleverklaring van de onafhankelijke accountant	43

Voorwoord

In een wereld die voortdurend in beweging is, blijft MarketingOost zich inzetten om Overijssel en haar regio's te positioneren als aantrekkelijke bestemming voor zowel bezoekers als bewoners. Onze inspanningen strekken zich uit over een breed scala aan activiteiten, variërend van het uitvoeren van onderzoeken, verzamelen en vertalen van data, advies geven aan ondernemers en overheden bij het ontwikkelen van aanbod in het vrijetijd domein en het positioneren en branden van onze regio's en haar toeristische trekpleisters.

De gastvrijheidssector is nauw verweven met andere beleidsterreinen, zoals ruimtelijke ordening, natuur en milieu, cultuur, sport en economie. Nog te vaak wordt er te sectoraal gewerkt, zonder andere kolommen voldoende te betrekken. Door toerisme breder te benaderen en het in te zetten als middel om maatschappelijke vraagstukken op te lossen, draagt het bij aan het algemeen belang van bewoners, bezoekers en bedrijven. Dat vraagt echter om integraal denken en regie. Met regie op de vrijetijdseconomie streeft MarketingOost naar de juiste balans tussen toerisme en leefbaarheid.

Het welzijn van de inwoners van Nederland is mede afhankelijk van de kwaliteit van de leefomgeving. Voor (potentiële) inwoners zijn de mogelijkheden rondom vrijetijdsbestedingen een eerste driver om ergens te willen wonen. Daarmee is het speelveld van de vrijetijdseconomie groter én belangrijker geworden voor toekomstige economische groei én het borgen van een aantrekkelijke leefomgeving. Het aantrekken en behouden van talent is een voorwaarde voor de groei van de regionale economie. Door Overijssel en haar regio's als aantrekkelijke plek te positioneren versterkt MarketingOost het vestigingsklimaat voor bedrijven, talenten en studenten.

De leefbaarheid in de dorpen, steden en op het platteland wordt versterkt door aantrekkelijk recreatief aanbod. Alle activiteiten van MarketingOost zijn er op gericht Overijssel en haar regio's op toeristisch en recreatief gebied duurzaam en waardevol te laten ontwikkelen en daarmee goed voorbereid te zijn op de uitdagingen in de toekomst. Ook andere maatschappelijke opgaves passen daarbij zoals het op peil houden van het culturele aanbod en erfgoed, gezondheid, de landbouwtransitie, werkgelegenheid, trots en betrokkenheid van inwoners. MarketingOost verbindt en ondersteunt hierin en kan meedenken en adviseren over de kracht, de identiteit en de positionering van Overijssel.

Wie onze werkzaamheden tot zich neemt, ziet dat MarketingOost een van de meest brede destiniemanagementorganisaties van Nederland is, op tal van vlakken actief in de vele regio's van Overijssel, de Hanzesteden, stad Zwolle en zelfs in Den Haag waar wij samen met collega-DMO's het belang van de gastvrijheidssector onder de aandacht van de landelijke politiek brengen.

In 2023 scoorden we hoge ogen met o.a. het Hanzejaar. Met 9 steden maakten we het Hanzegedachtengoed zichtbaar en beleefbaar. Als aanjager en impuls voor een duurzaam economisch herstel, brede welvaart en voor groei van trots bij bewoners.

Met de podcast "Het Echte Geheim van Tukkers" wonnen we een Award tijdens de Grand Prix Content Marketing en ons online platform VisitOost is de laatste jaren uitgegroeid tot een website met een groot online bereik, waarop inspiratie en informatie over Overijssel te vinden is voor bewoners en bezoekers.

Als we terugkijken op 2023, kunnen we met trots constateren dat we mooie stappen hebben gezet in de verdere ontwikkeling van de vrijetijdseconomie van Overijssel. Maar tegelijkertijd realiseren we ons ook dat er nog veel werk te verzetten is. Met dezelfde betrokkenheid en toewijding zetten wij ons ook in 2024 in.

Het succes van MarketingOost zou echter niet mogelijk zijn zonder de inzet van vele betrokkenen: onze partners, stakeholders, Raden van Advies en Raad van Toezicht en bovenal de medewerkers. Ik wil dan ook graag mijn oprechte dank uitspreken aan iedereen die heeft bijgedragen aan de prestaties die we het afgelopen jaar hebben geleverd. Samen hebben we laten zien wat er mogelijk is wanneer we onze krachten bundelen en gezamenlijk streven naar een bloeiende en aantrekkelijke regio.

Ik nodig u van harte uit om dit jaarverslag door te nemen en meer te ontdekken over de vele activiteiten en resultaten van MarketingOost in het afgelopen jaar.

Zwolle, 28 mei 2024

Evelyn Borgsteijn
Directeur-Bestuurder



1. Bestuursverslag

1.1 Doelstellingen en activiteiten

Ook in 2023 was Stichting MarketingOost dé toonaangevende destiniatiemanagementorganisatie voor stad en regio, die door middel van SMART data, bestemmingsontwikkeling en –management en gebiedsvermarketing initieert, regisseert en realiseert. We geloven in de unieke eigenschappen van Overijssel waarmee een uitstekende balans tussen economie en leefbaarheid behaald en behouden kan worden en waarbij de VTE substantieel bijdraagt aan maatschappelijke opgaves. Samen met onze partners ontwikkelen we Overijssel bewust, vanuit de kracht van VTE, tot een waardevolle en aantrekkelijke bestemming, waarbij de focus op de bewoner ligt en de bezoeker als katalysator fungeert. Op basis van data en insights en de kennis die wij van het gebied en netwerk hebben, verbinden wij diverse partners. Wij adviseren, stimuleren en begeleiden bij aanbod- en gebiedsontwikkeling en zorgen voor de daarbij behorende storytelling.

We doen dit zonder eigen belang en investeren alle inkomsten weer in de ontwikkeling en vermarketing van het gebied. Hierdoor zijn we een onmisbare verbindende schakel tussen ondernemers, overheid en andere belanghebbenden in de regio.

MarketingOost

Bij MarketingOost staan de regio- en stadsmerken centraal. In 2023 telt MarketingOost zeven A-merken: Hanzesteden, IJsseldelta, Salland, Twente, Vechtdal, Weerribben-Wieden, en Zwolle. Deze A-merken zijn niet alleen inhoudelijk, maar ook organisatorisch de basis voor MarketingOost. Cruciaal voor de toekomst zijn de verbondenheid en betrokkenheid van deelnemers (het bedrijfsleven) en partners (overheden) bij hun regio. Zij vormen de ruggengraat van het netwerk en zij bepalen in hoge mate de koers per regio (merk), daarbij ondersteund door de centrale afdelingen van MarketingOost: Branding, 'Strategie, onderzoek & innovatie' en de Routenetwerken. Daar waar relevant worden activiteiten voor verschillende merken gebundeld, zoals in de integrale campagne VisitOost voor de gehele provincie Overijssel.



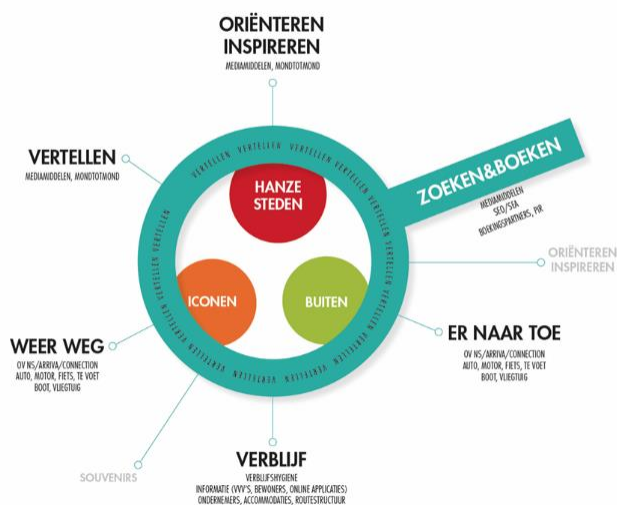
Organisatorisch kent MarketingOost de driedeling Stakeholdermanagement - Branding – Strategie, Onderzoek en Innovatie.

Vanuit Stakeholdermanagement functioneren de medewerkers als accountmanagers. Zij onderhouden de contacten met de stakeholders, zij kennen hun wensen, en spelen een verbindende rol bij het aanjagen van bestemmingsontwikkeling en nieuwe producten en arrangementen (aanbodsontwikkeling).

De Brandingmedewerkers vertalen de wensen van de stakeholders naar creatieve en effectieve campagnes, die de consument verleiden om naar onze steden en regio's te komen.

Om Stakeholdermanagement en Branding optimaal te laten functioneren is de afdeling Strategie, Onderzoek en Innovatie cruciaal. Zij ondersteunen met onderzoek, data en kennis, wat onmisbaar is in alle fases van de guest- en customer journey.

CUSTOMER JOURNEY



Vanuit Stakeholdermanagement blijven de regio's cruciaal. Hier voelen ondernemers, bewoners en overheden zich mee verbonden. Het draagvlak wordt hier gecreëerd en benut. Onze campagnes brengen de consumenten uiteindelijk weer naar het niveau van de stad en de regio. Om regionaal ondernemers en overheden blijvend aan ons te verbinden zal MarketingOost bewezen toegevoegde waarde moeten bieden in de vorm van strategisch advies op het gebied van kennis en inzicht, onderscheidende gebieds- en aanbodsontwikkeling en uiteraard ook in de vorm van extra publiciteit, aantrekkelijke partnerpakketten en aantoonbare conversie.

Vanuit het brandingperspectief staan niet de regio's centraal, maar de customer journey. We gaan uit van de wensen van de bezoeker en proberen in alle fases van de klantreis toegevoegde waarde te bieden. Dat kan soms door regiomerken centraal te stellen, soms door thema's (bijvoorbeeld 365 dagen fietsen of Zorgtoerisme) en soms door aan te haken op de NBTC lijnen uit het Holland City Concept (zoals de Hanzelijn).

Onze inspanningen moeten op stads- en regioniveau leiden tot versterking van de regionale economie en tot meer bezoekers, bestedingen en banen (welvaart), maar ook tot een gezond en evenwichtig leefklimaat, waar bewoners en ondernemers zich happy voelen en trots op zijn (welzijn).

Samen met de partners van Gastvrij Overijssel zijn de volgende doelstellingen (KPI's) geformuleerd voor de vrijetijdseconomie (VTE) voor de periode 2020 -2023:

- Behoud aantal binnenlandse overnachtingen (6,4 miljoen);
- Stijging aantal buitenlandse overnachtingen met 10% naar 1,4 miljoen;
- Totale bestedingen stijgen met 10% naar € 375 miljoen.

Resultaten in 2023

Overnachtingen

In Overijssel waren er in 2023 ruim 9,1 miljoen overnachtingen. Een stijging van 7% ten opzichte van 2022. Gemiddeld in Nederland is het aantal overnachtingen met 8% gestegen. Echter, ten opzichte van 2019 is de stijging in Overijssel 25%, terwijl dit gemiddeld 16% is.

Binnenlandse markt

- Aantal overnachtingen 7,4 miljoen. Een stijging van 1,6%. Dit is 23% boven het niveau van 2019.
- De gemiddelde verblijfsduur is verder genormaliseerd naar 3,1 nachten. (3,1 in 2019 en 3,5 in 2021, 3,3 in 2022).
- De overnachtingen op huisjesterreinen blijven het grootste aandeel (37%) houden.

Inkomend toerisme vanuit het buitenland

- Aantal overnachtingen bijna 1,6 miljoen. Dit stijgt met 45%! Dit is de een van de grootste stijgers van alle provincies (gemiddeld in Nederland 23%).
- Het aandeel overnachtingen door buitenlandse gasten bedraagt 18%.
- Verblijfsduur is gestegen naar 3,3 nachten.

Bestedingen

- De gemiddelde bestedingen per persoon per dag zijn nog niet bekend. Vanaf 2021 wordt dit onderzocht door CBS (voorheen door het NBTC), maar zij rapporteren alleen op verblijfsniveau.
- Uitgaande van de gemiddelde bestedingen uit 2020 (onderschatting) komen de totale bestedingen in 2023 uit op ruim circa 465 miljoen euro. Dit is een stijging van 12%.

Werkgelegenheid

In 2023 waren er 39.800 personen werkzaam in de R&T sector. Dit is een groei van 4% ten opzichte van 2022. Het aandeel komt daarmee uit op 6% ten opzichte van alle werkgelegenheid in Overijssel. De grootste subsector is de horeca (ruim 21.000 banen). In de logiesverstrekking werken circa 5.800 personen. Naast deze directe werkgelegenheid, zorgt de sector ook indirect voor werkgelegenheid bij onder andere toeleveranciers en bouwers. Er zijn ruim 9.000 vestigingen in de R&T sector.

Toelichting

Bovenstaande cijfers zijn gebaseerd op de data van CBS (Statistiek Logies Accommodaties). Middels de Regiomonitor vertalen we de cijfers van CBS (overnachtingen) naar de regio's in Overijssel. Tevens vullen we deze aan met overnachtingen die plaatsvinden bij de 'kleintjes'; de accommodaties die buiten de steekproef van het CBS vallen. Cijfers over werkgelegenheid komen vanuit Provincie Overijssel (BIRO).

Oost-Nederland als schaalniveau

Ervaring uit de afgelopen jaren leert dat vanuit bindingsperspectief de regio's leidend zijn en moeten blijven, maar dat vanuit branding de regio's vaak te klein zijn en dat ze te weinig financiële slagkracht hebben voor grote campagnes. De basis moet op regionale schaal op orde zijn (zowel offline als online), maar voor grotere campagnes moeten we opschalen, zowel thematisch als geografisch. Daarbij is de provincie Overijssel geen relevant schaalniveau (net als Gelderland), maar Oost-Nederland is dat, afhankelijk van doelgroep en schaal, wel.

Voor de buitenlandse markt werken we al samen op de schaal van Oost-Nederland, voor de binnenlandse markt zullen we Oost-Nederland ook steeds meer als relevant schaalniveau gebruiken, deels gekoppeld aan relevante thema's als Hanze. Dat betekent dat de regio's in de branding minder centraal zullen staan.

Nationale campagnes

In 2023 heeft MarketingOost nationaal campagne gevoerd onder de noemer VisitOost. Dankzij deze campagne en onze basisbranding heeft de website ruim 760.000 bezoekers gehad. Via www.visitoost.nl zijn er ruim 46.000 leads gerealiseerd naar ondernemers met verblijfsaccommodaties en ruim 60.000 leads naar dagrecreatie. Tevens zijn er via de site ruim 118.000 routes gedownload. Er zijn ruim 72 perspublicaties geweest. Op social media is er een bereik gerealiseerd van 18,5 miljoen. Via de online rapportage zijn alle cijfers en highlights terug te vinden: [Rapportage VisitOost 2023](#).

Internationaal

In 2023 namen we deel aan diverse internationale lijnen. Bijvoorbeeld de storyline 'Nederland Waterland', samen met 6 provincies. Ook sloten we aan bij de zeer succesvolle storyline 'Hanze-steden' samen met Gelderland en betreffende gemeenten. Samen met Gelderland hebben we Das Andere Holland voortgezet, na de eerdere Interreg samenwerking met Euregio voor dit project, om de Duitse markt te bewerken (zie www.dasandereholland.com).

Strategie, Onderzoek en Innovatie

Om de regio's en haar ondernemers verder te versterken, is kennis en inzicht via data en onderzoek cruciaal. Niet alleen op het onderbuikgevoel varen, maar juist daadwerkelijk inzicht krijgen in de situatie. Via het kennisknooppunt (waaronder de Landelijke Data Alliantie) en de kenniswerkplaats waarin de onderzoeken plaats vinden en het kennispodium waarin ondernemers en overheden inzichten en tools aangereikt krijgen om op basis van data besluiten en acties te ondernemen, kijken we naar de kansen die er liggen om bestemmingen binnen Overijssel verder te ontwikkelen naar leefbare en economisch groeiende regio's.

Zakelijk Toerisme

De zakelijke sector (MICE branche: congressen, vergaderingen, beurzen en andere zakelijke bijeenkomsten) is een uitermate belangrijke sector voor onze provincie, zowel voor het imago van een stad of regio als voor de bestedingen die zakelijke bezoekers met zich meebrengen. Hotels, vergader- en congreslocaties maar ook andere locaties, zoals theaters en kerken, zorgen dat de bezoekerseconomie goed functioneert (zowel op het gebied van leisure als op zakelijk gebied) en zorgen zelf ook voor veel werkgelegenheid. Nav onderzoek van ZKA Leisure Consultants (ZKA) naar de hotel- en zakelijke markt in Overijssel en het niet aanwezig zijn van voldoende financiële middelen is in 2023 gekozen om de focus te leggen op reactieve acquisitie (loketfunctie). De gelden die hierdoor vrijkomen zijn ingezet op de branding van de regio's als zakelijke bestemming.

“Er is voldoende potentie om als provincie de positie in de zakelijke markt te vergroten, maar dit vergt de nodige inspanningen door zowel ondernemers, congresregio's, gemeenten/beleidsmakers als toeristische en citymarketing organisaties.”

1.2 Accountantsrapportage

De in dit rapport opgenomen jaarrekening 2023 is gecontroleerd door Eshuis Registeraccountants. De jaarrekening is opgesteld onder verantwoordelijkheid van het bestuur. Voor de controleverklaring van de onafhankelijke accountant verwijzen wij u naar 'Hoofdstuk 6. Overige gegevens'.

2. De merken en bedrijfsonderdelen

2.1 Nationale en internationale branding

Nationale branding

Highlights 2023

Om het vroegboeken aan te jagen - en daarbij Overijssel Top of Mind te krijgen - is vanuit VisitOost een **crossmediale campagne** opgezet in januari om verrassend Overijssel te promoten bij het Nederlandse publiek. Naast de radiospot bij Sky Radio is de campagne versterkt met online advertising en inzet van meer dan 20 influencers die Overijssel als dé bestemming van 2023 hebben aangeraden via hun kanalen.

Om te laten zien dat Overijssel verrijkt, ook nog altijd voor bewoners, is vanuit VisitOost een **outdoor-, en online campagne** opgezet in april. Overijssel is een kunstwerk wat in een museum hoort, vandaar ons mini museum in een bushokje in Zwolle. Daarnaast zijn er drie snelwegmasten ingezet om de boodschap over te brengen. Dit met een potentieel bereik van meer dan één miljoen. 200 abri's hebben een week lang de bushokjes van Overijssel kleur gegeven. Dit met een potentieel bereik van meer dan 2,5 miljoen. Om een vervolg toe te voegen is online ook campagne gevoerd. Deze campagne heeft een bereik gehad van 532.965 met een CTR van 0,26%. Al met al was Overijssel goed zichtbaar via in de provincie en online.

In het najaar van 2020 presenteerden we op VisitOost.nl het nieuwe videoformat: **In Perspectief**. Welke verborgen verhalen schuilen er achter het landschap als je er vanuit een ander perspectief naar kijkt? Vanuit de lucht wordt deze docu-reeks geschoten. Op informatieve wijze worden interessante verhalen verteld over de bijzondere geschiedenis van een plek. Via een online campagne op YouTube, Instagram en Facebook wordt ingezet op bereik en views. De nieuwe aflevering is in augustus 2023 gepubliceerd. Hierbij komt de teller op zeven; - [De Twentse ruilverkaveling](#) - [Leven langs de IJssel](#) - [Het temmen van de Vecht](#) - [De littekens van het waterrijke gebied Weerribben-Wieden](#) - [De verhalen achter de succesvolle handel tussen de Nederlandse Hanze-steden](#) - [De dynamische vergezichten van de Sallandse Heuvelrug](#) - [De mysterieuze paden van Overijssel](#).

Tijdens de lockdown in december 2020 is de **Adventskalender Visit Oost** gelanceerd. Doel: het aanbod van onze partners op een creatieve manier toch onder de aandacht brengen, als inspiratie voor activiteiten zodra het weer kan. Een groot aantal ondernemers in Overijssel heeft ook in 2023 met zorg weer de mooiste prijzen beschikbaar gesteld voor de Adventskalender. 15.240 unieke bezoekers hebben de landingspagina bezocht. De social campagne heeft 109.313 uniek bereik gehad en 17.320 klikken.

Cijfers:

- Er zijn 73 perspublicaties geweest met een totaal bereik van 22,7 miljoen mensen voor VisitOost.
- De campagnes van VisitOost hebben ruim 760.000 bezoekers naar de website geleid.
- Er zijn 107.000 leads naar ondernemers gerealiseerd voor overnachtingen en dagrecreatie
- Er zijn ruim 118.000 routes gedownload.

Blik vooruit

Het online platform VisitOost is de laatste jaren uitgegroeid tot een website met een groot online bereik, waarop inspiratie en informatie over Overijssel te vinden is voor bewoners en bezoekers en waar onder meer leads naar ondernemers gegenereerd worden. Om de website ook geschikt te maken voor bewonerscommunicatie en bezoekersspreiding, wordt de website in het eerste jaar van het programma aangevuld en getransformeerd om te voldoen aan deze doeleinden. Met de positionering "Overijssel verrijkt je" zoeken we daarnaast nadrukkelijk naar partners met wie we de content kunnen verrijken voor de gevraagde doelgroepen.

Vanuit data hebben we in kaart wat de bezoekersstromen zijn, van daaruit wordt er gekeken hoe we bezoekers gaan spreiden door middel van dynamische content die meer laat zien dan een bezoeker verwacht. Dit doen we op het overkoepelende niveau van VisitOost om over de regiogrenzen heen te kijken, maar ook binnen de huidige regio websites wordt dit opgepakt.

Internationale branding

Highlights 2023

MarketingOost voert via verschillende lijnen internationale branding: Nederland Waterland, Hanzesteden en Das Andere Holland. In paragraaf 2.5 is meer te lezen over de Hanzesteden campagnes.

Nederland Waterland

Via Nederland Waterland is er een samenwerking met het NBTC en 5 andere provincies om deze storyline onder de aandacht te brengen. Vanuit Overijssel worden de iconen Giethoorn en Nationaal Park Weerribben-Wieden gepresenteerd. In 2023 lag de focus op:

- Nieuwe content met focus op (bewegend) beeld
- Versterking domein-overstijgende samenwerking *nation branding water*
- Realisatie digitale beleving Nederland Waterland
- Versterken regionale aanbodontwikkeling ter versterking van bezoekbaarheid en beleefbaarheid Nederland Waterland
- Impuls zichtbaarheid door middel van doelgroepcampagnes & influencer marketing met focus op Vlaanderen en Duitsland
- Netwerken en kennisuitwisseling

Das Andere Holland

Via het samenwerkingsverband "Das andere Holland" wordt Overijssel, samen met de provincie Gelderland, op de Duitse markt gezet. Het jaar 2023 was het eerste jaar waarin Gelderland en Overijssel ook los van elkaar campagnes heeft gevoerd. De website das-andere-holland.de heeft in het voorjaar van 2023 een grote piek gekregen door o.a. de Overijssel campagne en de uitgifte van de Toeristische Overijsselkrant. Vooral in het voorseizoen zijn er vele Duitse journalisten en influencers ingezet om naar Overijssel te komen.

Om de Duitse gast te verleiden een bezoek aan Overijssel te brengen heeft MarketingOost, voor het eerst een eigen Overijsselkrant uitgegeven. Deze krant is nog voor Pasen huis-aan-huis verspreid bij maar liefst 168.436 woonadressen bezorgd. Deze eerste uitgave bereikte daarmee de grensregio's Emsland, Graafschap Bentheim en een deel van Munsterland. De Overijsselkrant was onderdeel van een grotere mediacampagne via social media, NRZ-nieuwsbrieven en Fietsbladen. Samen met Bloemencorso uit Sint Jansklooster is in augustus een grote winactie opgezet op de Duitse markt.

Met de doorlopende samenwerking met Gelderland op het gebied van de basisbranding (website en inzet social media) wordt ervoor gezorgd dat de website continu aangepast wordt op de bezoeker, de zoekwoorden en de spreiding van deze Duitse doelgroep. Een overzicht van de resultaten van 2023 is ook te vinden op rapportage.das-andere-holland.de.

Blik vooruit

In samenwerking met Gelderland blijft ingezet worden op de basis op orde houden. De optimalisatie van de website is dan ook een belangrijk onderdeel hiervan. Menustructuren worden aangepast en er wordt gezorgd voor een doorlopende vorm van nieuwe/aangepaste content, passend bij het seizoen en passend bij de doelgroep. Plan is om nogmaals een Overijsselkrant uit te brengen en deze huis-aan-huis te verspreiden.

2.2 Twente

Highlights 2023

Het motto van 2023 was de basis op orde. In 2022 stelden we het Perspectief Vrijtijdseconomie Twente 2030 vast en om dit te realiseren bouwden we in 2023 aan het fundament.

Verhaallijn Textiel en IJzeren Eeuw: Samen met de TTI's brachten we de hoogtepunten in kaart. Met de Overijsselacademie hebben we besloten samen op te trekken bij het ontsluiten van deze verhaallijn. We hebben subsidiemogelijkheden onderzocht en denken goede kansen te hebben bij Interreg.

Verhaallijn Tubanti: We hebben de hoogtepunten in kaart gebracht en geconcludeerd dat er nog weinig zichtbaarheid/beleving is in relatie tot deze verhaallijn. Studenten van Saxion werken daarom momenteel aan een belevingsconcept.

Bruto Twents Geluk: De enquête van 2023 over het Bruto Twents Geluk bevatte enkele vragen over de vrijetijdseconomie, in samenwerking met Twente Board en Rabo Research. Recreatieve voorzieningen scoorden een 7,1 op zowel tevredenheid als belang. Echter, onder bepaalde groepen ligt de tevredenheid lager, met name onder jongeren onder de 30 (6,6) en beneden modale inkomens (6,6). Opvallend is dat jongeren er wel meer belang aan hechten (7,5). Bovendien is de correlatie tussen tevredenheid met recreatieve voorzieningen en Bruto Twents Geluk het grootst van alle typen voorzieningen. Het vergroten van de tevredenheid onder jongeren met recreatieve voorzieningen zal dus leiden tot een toename van het Bruto Twents Geluk. Dit resulteert in de volgende KPI's voor de komende jaren:

2024: Bepalen welke recreatieve voorzieningen jongeren willen/missen.

2025-2028: Ontwikkelen van recreatieve voorzieningen voor jongeren.

2027-2030: Hogere tevredenheid onder jongeren met recreatieve voorzieningen.

Bezoekers Vrijer: We hebben vastgesteld welke indicatoren we gaan gebruiken om 'bezoekers vrijer' te meten en hebben hiervoor KPI's geformuleerd. In samenwerking met onze afdeling Strategie en Onderzoek zijn we tot de conclusie gekomen dat de effectmeting van VisitOost het beste middel is om dit vast te stellen. In 2023 is hierin in elk geval de vraag gesteld of men het gevoel van "VRIJ ZIJN" vindt passen bij Twente; 70% van de respondenten is het eens met deze stelling. In 2024 voegen we hier nog een imagostelling en een vraag over de bezoekerintenties toe.

Communicatie met stakeholders: In het eerste kwartaal is de B2B-website twentemarketing.com gelanceerd. Hierop staat alle relevante informatie over de vrijetijdseconomie Twente. Ook zijn de toolkit en huisstijlgids van de herijkte vormgeving van Twente en #VRIJZIJNINNTWENTE hier geplaatst.

Doorvoeren nieuwe huisstijl: De nieuwe huisstijl is doorgevoerd op de website. Alle social mediakanalen zijn aangepast. Daarnaast is het gelukt de herijkte huisstijl door te voeren in de offline middelen Typisch Twente, de Lekker Eten Gids en de Streekproductenkaart. Inmiddels is de website zover doorontwikkeld dat ook TTI's de nieuwe huisstijl kunnen integreren op hun site.

GRAND PRIX AWARD: Met de podcast "Het Echte Geheim van Tukkers" hebben we een bronzen Award ontvangen tijdens de Grand Prix Content Marketing.

Blik vooruit

In 2023 bouwden we aan het fundament om de ambitie vastgesteld in de visie 'Perspectief Vrijtijdseconomie Twente 2030' te kunnen realiseren. In het tweede jaar verstevigen we het fundament en bouwen we aan de eerste laag.

In het 'Perspectief 2030' zijn vier programmalijnen benoemd. Om deze lijnen te realiseren, zetten we in op:

Destinatie ontwikkeling

- Onweerstaanbaar spannend én jaarrond aanbod voor de focusdoelgroepen jongere (millennials) inzicht-, stijl- en avontuurzoeker
- Een duurzame sector, waarbij de footprint van de vrijetijdseconomie draagbaar is en de verhouding tussen bewoner en bezoeker in balans is
- Twente is de experimenteer grond

Branding

- De positionering Vrij zijn in Twente
- Het verhogen van Tukker trots en het Bruto Twents Geluk
- Het ontsluiten van de iconische verhalen: Tubanti en Textiel & IJzeren Eeuw

Professionalisering

- Een vrijetijdseconomie inclusieve ontwikkeling van Twente: het is vanzelfsprekend dat de vrijetijdseconomie meepraat bij gebiedsontwikkelingen
- Samenwerkingen met andere sectoren
- Een duurzame, veerkrachtige sector
- De vrijetijdseconomie draagt bij aan het Bruto Twents Geluk

In 2023 bouwden we op alle vier de lijnen aan het fundament. In 2024 verstevigen we het fundament en houden we de winkel open tijdens de verbouwing. Voeren we 'Vrij zijn in Twente' verder door in onze uitingen. Verdiepen de ontsluiting van onze geschiedenis door de verhaallijnen Tubanti en Textiel & IJzeren Eeuw, waardoor het Tukkerschap wortels krijgt. Verdiepen we de samenwerking met de Twente (Development) Board en andere sectoren om expertise van buiten de sector naar de stakeholders te brengen.

Bovendien anticiperen we op de mogelijke invloed van een minder zonnig voorjaar en de regenachtige maand juli, alsook het onstuimige weer en de intense hitte in Europa, op het vakantiegedrag van de Nederlander in 2024. We passen onze (online) campagnes hierop aan, zodat Twente op de juiste momenten top of mind is.

Kortom het motto van 2024 is: 'Verstevigen en uitbouwen' daarbij blijven we inzetten op onze sterke onlinekanalen (website, social media).

2.3 Weerribben-Wieden

Highlights 2023

In 2023 hebben we nauw samengewerkt met de Stichting Nationaal Park Weerribben-Wieden. We hebben met name de online marketing vanuit MarketingOost opgepakt. Hierbij zetten we de website www.visitweerribbenwieden.com in en Visit Weerribben-Wieden is actief op social media op de kanalen Facebook en Instagram. Aan de hand van de onze contentkalender worden diverse campagnes en posts opgesteld. Met deze social media kanalen is een gezamenlijk bereik van 4,8 miljoen gerealiseerd.

Met ondernemers uit het gebied is er een online campagne opgezet om gezamenlijke bootverhuur te promoten. Daarnaast was er de Campagne deelfiets Weerribben-Wieden. De hubs met deelfietsen zorgen ervoor dat het Nationaal Park Weerribben-Wieden en de omgeving (zoals Drenthe, Weststellingwerf en de Noordoostpolder) toegankelijk zijn voor iedere bezoeker die het gebied wil ontdekken en verkennen. De hubs zijn daarmee een van de schakels in het programma Duurzaam (Be)leefbaar Toerisme.

Blik vooruit

Voor 2024 zetten we de samenwerking met Stichting Nationaal Park Weerribben-Wieden voort. Daarnaast gaan we ook met de ondernemers uit het gebied kijken welke mogelijkheden er zijn om internationale branding intensiever samen op te pakken. Ook wordt de bootverhuurcampagne en de deelfiets campagne voortgezet.

2.4 IJsseldelta

Highlights 2023

Een breed scala aan ondernemers uit de IJsseldelta heeft afgelopen jaar deelgenomen aan de cursus 'Gastheren van het landschap IJsseldelta'. IVN en IJsseldelta Marketing hebben samen vorm gegeven aan deze cursus over gastvrijheid, doelgroepkeuze en natuurbeleving. Uit alle gemeentes waren er deelnemers die tot op de dag van vandaag met elkaar in contact zijn en aanbod verder ontwikkelen op het gebied van toerisme en recreatie in de IJsseldelta.

In de IJsseldelta liggen ook drie Hanzesteden, Kampen, Zwolle en Hasselt. Door de vele persreizen en activiteiten in het Hanzejaar heeft het hele gebied IJsseldelta extra exposure gehad. Zo wordt de combinatie tussen rust en ruimte in de buitengebieden gecombineerd met het aanbod in de Hanzesteden.

In het buitengebied is hard gewerkt aan de ontwikkeling van de Pieperpoldertour en er is een route ontwikkeld. In samenwerking met een lokale ondernemer is deze route te rijden in een aangepaste auto. De IJsseldelta is zo ook toegankelijk voor minder-valide mensen.

Blik vooruit

In 2024 wordt de samenwerking met de Gebiedscoöperatie IJsseldelta voorgezet. We werken samen aan aanbodontwikkeling in de IJsseldelta o.a. waterrecreatie en Mastenbroekerpolder. In 2024 zal ook weer de IJsseldeltadag georganiseerd worden voor zowel bewoners als bezoekers. Dit soort dagen zijn goed voor de onderlinge verbindingen in het gebied; het versterkt de betrokkenheid in de kernen. .

In 2024 worden de wandel- en fietsroutes hernieuwd, Dit zal een positieve impact hebben op het gebied voor zowel bezoekers als bewoners. De routes zullen feestelijk geopend worden en de Fietsvierdaagse in Kampen zal gaan via de nieuwe routes in het buitengebied.

2.5 Hanzesteden

Highlights 2023

Dit jaar vierden we 800 jaar Hanze gedachtengoed met het Hanzejaar 2023. Dit leidde tot een indrukwekkend programma van verbindende projecten en activiteiten, die goed waren verdeeld over het Hanzejaar dat 9 maanden lang liep, van 1 april tot en met 31 december 2023. De vier grote overkoepelende evenementen waren de opening op 1 april in Kampen, het Hanze Escape Event op 14/15 mei, de eerste editie van 24-uur Hanze op 14 oktober en Kleur de Hanze in de laatste 9 dagen van het jaar. Deze evenementen werden met name meegenomen in de collectieve marketing, aangevuld met de programmaonderdelen van de steden zelf. Er is veel waardering voor de collectieve programmaonderdelen, zowel bij de stakeholders van de 9 Hanzesteden als de bewoners en bezoekers.

Door de organisatie van het Hanzejaar is de samenwerking tussen de steden en binnen de steden sterk geïntensiveerd. Juist door deze samenwerking is veel bereikt, zowel in programma, branding, onderzoek als marketing resultaten. Er is veel kennis opgedaan van de geschiedenis, het Hanze DNA werd beter beleefbaar en het oude verhaal werd vertaald naar het nu.

Tegelijkertijd is in dit jaar ook hard gewerkt aan het toekomstperspectief van de Hanzesteden, omdat de financiering sterk onder druk staat. Er is een traject opgezet waarin samen met de Hanzesteden is gekeken naar een nieuwe rol, doelen en doelgroepen. Dit traject heeft geleid tot een aantal scenario's voor de doorontwikkeling van de Hanzesteden. Er is breed draagvlak ontstaan voor het verbreden van de opgave naar vrijetijdseconomie en de koppeling met andere domeinen.

Op het gebied van branding en marketing is binnen Nederland voornamelijk ingezet op het vermarkten van het Hanzejaar 2023, verdeeld in periode april, juni, september en december. De resultaten van deze campagnes zijn te vinden in de online rapportage tool van Hanzesteden Marketing: <https://rapportage.visithanzesteden.nl>. Er is gebruik gemaakt van videomarketing, inzet van online en offline media, en social media marketing. Door middel van display campagne heeft een groot deel van Nederland kennis kunnen nemen van het Hanzejaar 2023. In Duitsland en

Vlaanderen is ingezet op grote cross mediale campagnes in print en online uitingen met de opdracht om vooral de Hanzesteden te komen bezoeken. Het voor- en najaar werden gebruikt om deze doelgroepen goed te bereiken. Zij hebben andere vakantieperiodes en kunnen daarom op andere momenten naar Nederland komen. Daarnaast is in Duitsland nog een grootschalige Trade campagne opgezet in de periode april – juni i.s.m. NBTC, andere regio's en Holiday-Check.de. De Discover Hansa app is in 2023 gelanceerd, waarbij op een unieke manier de muurschilderingen in de Hanzesteden via AR tot leven komen. Passend bij de etappes van de Hanzesteden Fietsroute zijn ook 30 luisterverhalen gerealiseerd. Kleur de Hanze is in november genomineerd geweest voor de Digital Travel Think Tank X. Awards voor de People's Choice. Uiteindelijk heeft Hilton Hotels deze prijs in de wacht gesleept. Door alle inzet zijn de bezoekerscijfers aan de website visithanzesteden.nl met 52% gegroeid ten opzichte van 2022.

Qua onderzoek wordt jaarlijks de bekendheid van de Hanzesteden gemeten: deze blijft zeer stabiel rond de 86%. In 2020 was het 86%, in 2021 86,1%, in 2022 werd 86,3% en in 2023 werd 89% aangegeven. Tijdens 24-uur Hanze is er uitgebreid onderzoek gedaan onder de bezoekers, die het evenement gemiddeld een 7,6 gaven en veelal een nieuwe editie van het evenement volgend jaar ook zouden bezoeken (70%). Op dit moment loopt het bewonersonderzoek, de 1-meting, waarvan de resultaten eind Q1 2024 worden verwacht. Deze worden gelegd naast de 0-meting die in 2019 is uitgevoerd.

In 2023 is tevens het rapport Overnachtingscijfers 2022 uitgekomen, hierin worden de resultaten van 2018-2022 beschreven. Meer hierover is te vinden op www.kennisplatformoost.nl.

Blik vooruit

2024 is een heel ander jaar: provincie Overijssel en provincie Gelderland en het NBTC zijn voornog gestopt met de financiering van de huidige samenwerking, wat een daling van 60% van de begroting betekent. In het opgestelde jaarplan voor 2024 is gekozen het resterende budget (vanuit de steden) in te zetten op een marketingcampagne in het najaar voor Nederland en Duitsland. Alle overige activiteiten komen hiermee te vervallen.

2.6 Stad en Regio Zwolle

Highlights 2023

2023 stond voor Zwolle Marketing in het teken van het Hanzejaar. Met activiteiten op drie hotspots in de stad; de binnenstad met Panorama Hanze, Spoorzone met 'Hanze Art Station' en Harculo met Coolwater en de IJsselbienale, was het een uitdaging om met de beschikbare gelden voldoende traffic, zowel online en offline, te generen. Vanuit de bestaande opdrachten (basis subsidie citymarketing en campagne gelden vanuit Toerisme) is er invulling gegeven aan de marketing communicatie werkzaamheden rondom het Hanzejaar. Dit alles in samenspraak met de gemeente, het programma- en productieteam. Het grootste deel van de werkzaamheden van Zwolle Marketing voor het Hanzejaar zijn uitgevoerd vanuit de bestaande subsidies voor 2023. Om deze reden zijn, in overleg met de gemeente Zwolle, een aantal KPI's uit het jaarplan 2023 gehaald.

Zwolle Marketing is ook betrokken geweest bij het tot stand komen van de stimuleringsregeling, de uitrol ervan en de financiële afwikkeling richting de aanvragers.

Door het themajaar en de stimuleringsregeling Hanzejaar heeft het project LAB Aanbodontwikkeling een impuls gekregen. Veel (samenwerkende) ondernemers hebben ondersteuning gehad bij het verder brengen van hun ideeën en/of de realisatie ervan. Een van de grotere projecten was de Kunst van de Korte Keten waarbij de kunstenaars uit de stad verbonden werden met de streekproducenten in het ommeland. Dit project was een samenwerking met Vechtdal Marketing. Maar ook initiatieven zoals de Hanze Escaperoute in de stad en Recharge (2024 in de Fundatie) hebben we verder kunnen helpen.

Ook dit jaar hebben we naast de structurele- en incidentele subsidies opdrachten mogen uitvoeren voor diverse beleidsterreinen van de gemeente Zwolle. De meeste opdrachten hadden een rechtstreeks verband met het Hanzejaar zoals het coördineren van een landelijke campagne en citydressing uitingen.

Door het bijwonen van diverse bijeenkomsten bleven we aangehaakt op actuele projecten en ontwikkelingen in de stad. Via onze nieuwsbrieven hielden we stakeholders op de hoogte van onze werkzaamheden. In 2023 kwam de nieuwe Raad van Advies bijeen. Leden in de Raad brengen gevraagd en ongevraagd advies uit aan Zwolle Marketing. Ik zou dit eruit willen laten, want we noemen bij de andere regio's ook niet wie er in de RvA's zitten.

Blik vooruit

In 2024 leveren we ons strategisch plan, dat we samen maken met onze stakeholders, op waarin staat waar Zwolle Marketing voor staat, wat onze stip op de horizon is en hoe we dat, met de stad, willen bereiken. Daarnaast werken we aan de activiteiten die we in ons jaarplan 2024 beschreven hebben.

Ook de subsidies voor het project LAB Aanbodontwikkeling en campagne zijn weer toegekend door de gemeente. Dus we kunnen in volle vaart vooruit. De website wordt geoptimaliseerd, het voor- en najaar zijn onze campagneperiodes en met het LAB Aanbodontwikkeling gaan we de wijken in. We zoeken nog meer de samenwerking met het Vechtdal en IJsseldelta. Daarnaast voeren we gesprekken met de C7, de Zwolse8 en Hartstad om gezamenlijk nog meer op te pakken en weg te zetten.

2.7 Salland

Highlights 2023

In 2023 heeft Salland Marketing, samen met toeristische ondernemers, stakeholders en de vijf Sallandse gemeenten, een herijking gedaan van het Salland Kompas. Trots zijn we dat alle gemeenten akkoord zijn met het nieuwe kompas én een extra financiële impuls geven!

Verder hebben we het volgende gerealiseerd:

- Er is een 8e iconische “Fietsslinger van Salland” gelanceerd: de Slinger langs Schipbeek en ommelanden. De doelstelling 10.000 routedownloads van alle fietsslingers is gehaald!
- De Sallandse Heuvelrug: in de transitie naar het nieuwe Nationale Park hebben we een verbindende en regisserende rol in de marketingwerkzaamheden. Daarin trekken we nauw op met Twente Marketing.
- We participeren actief binnen de netwerkorganisatie De Kracht van Salland.
- We hebben een start gemaakt met een nieuw project: Verslingerd aan Smakelijk Salland. Een prachtig plan in samenwerking met Landschap Overijssel, Salland Boert en Eet Bewust en Salland Ambassadeurs.
- In samenwerking met IVN hebben we een cursus Gastheer van het Landschap IJsselvallei geïnitieerd.

Blik vooruit

In 2024 lanceren het nieuwe Salland Kompas en gaan vol aan de slag met de nieuwe plannen!

- We brengen de basis branding op orde, willen weer meer zichtbaar zijn in de media en ontwikkelen in ieder geval 1 campagne rondom fietsen/wandelen.
- We blijven inzetten op het genereren van ondernemersleads en routedownloads via de kanalen van VisitOost en Salland Marketing.
- We participeren actief binnen de netwerkorganisaties De Kracht van Salland en Sallandse Heuvelrug & Twents Reggedal met het Nationaal Park.
- We rollen het Verslingerd aan Smakelijk Salland plan uit, starten met een aspergecampagne en ontwikkelen een smaak beleefkaart.
- We realiseren 3 nieuwe wandelslingers, waaronder de historische wandelroute Raalte.

2.8 Vechtdal

Highlights 2023

Nadat er in 2022 samen met ondernemers, ambtenaren, bestuurders en betrokken Vechtdaldalers gewerkt is aan doorontwikkeling van het merk 'Vechtdal', kon Vechtdal Marketing, op basis van de nieuwe merkgids, begin 2023 naar buiten treden met het nieuwe Vechtdal Magazine en de nieuwe website. Beide in de nieuwe vormgeving, met nieuw beeldmateriaal en nieuwe verhalen over het Vechtdal. Tevens waren we in aanloop van het seizoen zowel online als offline extra zichtbaar doormiddel van onze voorjaarscampagne. Voor de fysieke gastvrijheid werd begin april een POP-UP TIP bij de Albert Heijn in Dalfsen geopend.

Op het vlak van pers en pr kan er voor het Vechtdal teruggekeken worden op een succesvol jaar met een bereik van maar liefst 14,6 miljoen mensen in Nederland en Duitsland. Een hoogtepunt was de uitzending van 'Denkend aan Holland' met Janny van der Heijden en André van Duin. Maar ook de projecten 'Kunst van de Korte Keten' en de positionering van het Vechtdal als 'Het grootste toegankelijke vakantiepark van Europa' konden rekenen op veel publiciteit. Deze en alle andere ontwikkelingen in het Vechtdal waren sinds begin 2023 ook te volgen op de nieuwe b2b-website: vechtdalmarketing.nl.

Naast de marketing en promotie van het Vechtdal is in 2023 ook verder gewerkt aan doorontwikkeling van de programmalijnen: Verbindende Vecht, Beleefbaar Landschap, Gastheerschap & Ondernemerschap én Varen op de Vecht. Zo werd in samenwerking met landschap Overijssel een populaire versie van de Vechtdal Landschapsbiografie uitgegeven en werd er voor de Vechtdalguiden een aparte module gemaakt binnen de website van vechtdaloverijssel.nl.

Blik vooruit

Naast de reguliere activiteiten zullen de vier programmalijnen voor Vechtdal Marketing leidend blijven voor de activiteiten in 2024. Projecten die hieronder vallen zijn onder andere Varen op de Vecht, Kunst van de Korte Keten, Toekomstbestendig Gastheerschap, Vechtdalroute, Beleefbaar Landschap en het project Agro x Vrijetijd.

2.9 Congresregio Zwolle en Congresregio Twente

Highlights 2023 Congresregio Zwolle

2023 was het beste jaar qua aanvragen sinds de start in 2010. In dit jaar hebben we een verandering ingezet om in te zetten op de loketfunctie (het behandelen en wegzetten van de aanvragen) en op branding (het vergroten van de zichtbaarheid van Zwolle als bestemming voor zakelijke bijeenkomsten). Naast de subsidie van de Gemeente Zwolle (€ 50.000,-) is praktisch de helft van dit bedrag vanuit de ondernemers aan commissieinkomsten (€ 17.202,-) en aan ondernemersbijdragen (€ 6.485,-) binnengekomen.

In totaal zijn er 32 directe aanvragen bij het congresloket en uit het netwerk binnengekomen. Variërend van bijeenkomsten van 20 tot 750 personen. In totaal ruim 4.000 deelnemers. Opvallend is dat Zwolle meer in trek is voor internationale congressen, zoals het internationale onderwijscongres WALS. Naast deelname aan de landelijke vakbeurs EventSummit en marketingcampagnes met landelijke vakmedia (Events.nl en Meeting Magazine) is de website van Congresregio-zwolle geïntegreerd in de website VisitZwolle

Blik vooruit Congresregio Zwolle

Congresregio Zwolle blijft haar loketfunctie behouden. Daarnaast neemt zij deel aan EventSummit en investeert zij o.a. samen met 5 congres- en vergaderlocaties aan een locatietour en mediacampagne. Doel hiervan is om meeting planners en eventmanagers kennis te laten maken met de mogelijkheden voor zakelijke bijeenkomsten in Zwolle. Daarnaast investeert zij in een mediacampagne met Events.nl voor landelijke zichtbaarheid en in de vindbaarheid van de website. De trend dat er meer internationale congressen naar Zwolle komen zet zich ook door in 2024. Zo landt in juni het European Dairy Farmers congres, een 3-daags congres, in Zwolle wat zorgt voor een grote spinoff voor de stad.

Het sluiten van de IJsselhallen zal in 2024 merkbaar zijn door het uitblijven van grote (inter)nationale vakbeurzen in Zwolle.

Highlights 2023 Congresregio Twente

We zijn nog niet op ons oude niveau (voor de coronaperiode) maar de evenementenbranche blijft aantrekken. Via het congresbureau zijn er 18 aanvragen binnen gekomen. Deze variëren van nationaal tot ook weer de eerste internationale congressen, van 1-daagse tot meerdaagse, van 10 tot 9.000 personen. En diverse opdrachtgevers met een link op het gebied van High tech en Robotica. We starten dit jaar met onze nieuwe partnerstructuur, we zijn weer zichtbaar op de beurs Eventsummit (de evenementenbeurs voor zakelijke evenementen) en organiseren dit jaar een grote Site Visit met Linda op locatie, hierdoor hebben we ruim 40 planners en boekers naar de regio gehaald om een indruk te geven van Twente als zakelijke bestemming.

Blik vooruit

In 2024 zijn er minder financiële middelen, we zetten vooral in op online campagnes en het lanceren van een whitepaper waardoor mensen op een leuke manier kennis kunnen maken met onze mooie regio.

2.10 Strategie, Onderzoek en Innovatie

Highlights 2023

Ook in 2023 hebben we kunnen verzilveren waarin we eerdere jaren hebben geïnvesteerd: betere data, georganiseerdere data, inzicht in bezoekersstromen en de bijdrage van toerisme aan de brede welvaart. We zijn dan ook gestart met twee pilots als het gaat om spreiding. Beide in de Nationale Parken van Overijssel: Weerribben Wieden en de Sallandse Heuvelrug. Voor Weerribben Wieden moeten de resultaten nog zichtbaar worden. In de SHR is inmiddels een actieagenda opgezet en wordt gestart met een quick scan voor de noodzakelijke recreatiezoning. Daarnaast is een start gemaakt met het meenemen van ondernemers in het gebruik van data, waarbij een extra bijdrage van NBTC goed heeft geholpen om dit product nog beter te maken. Tot slot hebben diverse gemeentes kanskaartanalyses ingezet om aan hun toeristisch beleid of visies te werken.

Blik vooruit

In 2024 gaan we door op de ingeslagen weg, maar brengen we nog meer focus aan. De koppeling met maatschappelijke opgaves mag nog duidelijker gekwantificeerd worden en daartoe is het ook noodzakelijk om data vanuit andere sectoren met die van recreatie en toerisme te koppelen. We gaan door met het vertalen van kennis en inzichten naar toegevoegde waarde voor stakeholders en zullen daartoe de bestaande datapilots met ondernemers verder ontwikkelen. Tot slot zullen we op Overijssel niveau de bezoekersstromen aan elkaar koppelen zodat er een duidelijker beeld voor spreiding kan ontstaan en deze verwerken in de communicatiemiddelen richting zowel bewoners als bezoekers.

2.11 Routenetwerken

Highlights 2023

We kunnen concluderen dat de inzet van vrijwillige routecontroleurs en de revisie in het Vechtdal de kwaliteit van bewegwijzering in het veld sterk heeft verbeterd. Ten opzichte van 2022 is het aantal meldingen met bijna de helft gedaald.

Wij zijn in 2023 ook gestart met de revisie van het fietsnetwerk in de vijf gemeenten in Noordwest-Overijssel. Het fietsnetwerk is opnieuw vorm gegeven en alle bebording wordt vernieuwd. Afronding vindt plaats in het voorjaar van 2024. Daarnaast zijn we gestart met een herontwerp en de voorbereidingen voor revisie van het wandelnetwerk. De uitvoer hiervan is in 2024-2025. Tot slot hebben we met alle acht gemeenten overeenstemming bereikt voor voortzetting van de werkzaamheden. De aflopende overeenkomsten zijn vernieuwd en de nieuwe opdrachtperiode loopt vanaf 1 januari 2024. Deze hebben looptijden van zes tot acht jaar. Hiermee is de basis voor beheer en onderhoud van de routenetwerken geborgd.

Blik vooruit

We gaan door met de intensivering van de samenwerking tussen de drie routebureaus in Overijssel. Dat krijgt aan de ene kant vorm in de uitvoer. Waarbij alles wat we ontwikkelen ter verbetering van de routenetwerken in heel Overijssel op een uniforme wijze wordt doorgevoerd. Aan de andere kant krijgt het vorm in de organisatie. Waarbij we zorgen dat we bijvoorbeeld efficiënter kunnen inkopen en gezamenlijk voorraadbeheer organiseren. We zullen als samenwerkende Overijsselse routebureaus een gezamenlijke visie en strategie opstellen en naar buiten treden. Zodat we beter onze rol en het belang van routenetwerken in allerlei maatschappelijke opgaven zichtbaar maken. We geloven erin dat we een rol van betekenis spelen in het ontwerp van het landschap en omgevingsvraagstukken.

3. VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT

De primaire taak van de Raad van Toezicht is het houden van integraal toezicht op de realisatie van de doelen van Stichting MarketingOost. De Raad van Toezicht houdt toezicht op het beleid van de directeur-bestuurder en de uitvoering daarvan en is formeel werkgever van de directeur-bestuurder. Tevens houdt de Raad toezicht op de algemene gang van zaken in de organisatie. De Raad geeft de directeur-bestuurder gevraagd en ongevraagd advies en fungeert als klankbord voor de directeur-bestuurder.

De taakinvulling van de Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht heeft in 2023 vijf keer regulier vergaderd met de directeur-bestuurder. De Manager Finance & Control is ook aanwezig bij de vergaderingen. In dit overleg zijn alle belangrijke strategische en overige onderwerpen aan de orde geweest:

- Strategische keuzes voor de korte en de langere termijn
- Financiële verantwoording en goedkeuring van de accountant van de jaarrekening
- Risicobeheersing
- Kwaliteit van de organisatie en organisatieontwikkeling
- Strategisch HR-beleid (selectie, opleiding, monitoring)
- Relaties tot stakeholders
- Continuïteit waarborgen in een veranderende (politieke) omgeving
- Selectie en benoeming van de externe accountant
- Ontwikkeling, evaluatie en selectie van de Raad van Toezicht
- Functioneren directeur-bestuurder

Overige bijeenkomsten:

- Zowel de leden van de auditcommissie als van de governancecommissie zijn drie keer bijeengekomen.
- De leden van de auditcommissie hebben één keer in aanwezigheid van de accountant vergaderd.
- Strategische discussie in verband met de meerjaren visieontwikkeling met de Provincie Overijssel als een van de belangrijke stakeholders van MarketingOost.

Bijeenkomsten met wisselende samenstelling vanuit de Raad van Toezicht:

- Bijwonen van een bijeenkomst met gebiedsadviseurs, gebiedsmanagers en MT-leden van MarketingOost
- (Online) bijwonen van congressen en bijeenkomsten uit de branche.

De Raad van Toezicht opereert binnen de wettelijke kaders en binnen de kaders zoals die in de governancecodes zijn vastgelegd en is zeer betrokken bij het wel en wee van de klanten en medewerkers van MarketingOost. De cultuur van MarketingOost kenmerkt zich door transparantie en vertrouwen. Dit leidt tot beter toezicht omdat zaken snel ter sprake komen.

Het overleg met de directeur-bestuurder over de strategie en de activiteiten van de organisatie

De directeur-bestuurder houdt de Raad van Toezicht op de hoogte van ontwikkelingen en het behalen van de doelstellingen binnen de strategische visie, de financiële resultaten en de belangrijkste activiteiten van MarketingOost. De Raad van Toezicht neemt kennis van de analyses van de resultaten, benoemt de dilemma's en bespreekt deze met de directeur-bestuurder. Over grote onderwerpen vindt een open, afzonderlijk gesprek met directeur-bestuurder plaats.

Thema's in Overijssel en Nederland

De organisatie heeft in 2023 veel aandacht besteed aan de toekomstige agenda van de Provincie Overijssel op gebied van vrijetijdsbesteding. Door andere accenten in het opdrachtgeverschap van de Provincie zal de organisatie moet anticiperen op veranderende toekomstige taken. Dit brengt (financiële) onzekerheden met zich mee. Dit is een terugkerend agendapunt geweest in de Raad.

Verder spelen er in Nederland en dus ook Overijssel grote thema's die de komende jaren moeten worden aangepakt, zoals het woningtekort, de stikstof problematiek en de energie transitie. Deze transities zullen de inrichting van Overijssel sterk raken en beïnvloeden de komende jaren ook de belangrijke maatschappelijk rol van MarketingOost binnen het werkveld van de vrijetijdseconomie. De vrijetijdseconomie groeit mede door MarketingOost. Dat blijkt ook uit de cijfers die regelmatig worden gepubliceerd.

MarketingOost zal haar bijdrage in Overijssel aan de vrijetijdseconomie echter nog sterker voor het voetlicht moeten brengen.

De ontwikkeling van de Raad van Toezicht

De overlegstructuur met de audit- en de governancecommissie heeft zijn effectiviteit in de afgelopen periode blijvend bewezen. De auditcommissie heeft geadviseerd bij de meerjarenplanning, rolling forecast en liquiditeitsprognose (dashboard). Tevens heeft de auditcommissie voorbereidend werk verricht bij de goedkeuring van de jaarcijfers 2023 en bij de begroting 2024.

De governancecommissie fungeert, naast de rol van werkgever voor de directeur-bestuurder, ook als bewaker van de verdere ontwikkeling van de Raad van Toezicht en de maatschappelijke ontwikkeling op het gebied van governance. Verder houdt de governancecommissie contact met de personeelsvertegenwoordiging (PvT) van MarketingOost.

In 2023 is de samenstelling van de Raad van Toezicht veranderd. Per 1 april is Josephine Woltman Elpers, vanwege het bereiken van het einde van haar laatste termijn, afgetreden. Voorzitter Chris Lindenboom is, vanwege het einde van zijn laatste termijn, per 31 december 2023 afgetreden. Wij hebben Chris en Josephine bedankt voor hun waardevolle bijdragen de afgelopen jaren aan de ontwikkeling van MarketingOost. De samenstelling van de Raad van Toezicht per 1 januari 2024 staat op de volgende pagina beschreven.

De Raad van Toezicht evalueert een keer per jaar haar functioneren.

De continuïteit van de organisatie

De Raad van Toezicht streeft ernaar om het succes van MarketingOost over een lange periode te waarborgen. Omdat de afhankelijkheid van subsidies groot is, heeft de Raad van Toezicht in het bijzonder aandacht voor de financiële positie van MarketingOost en de innovatieve mogelijkheden die er zijn om opbrengsten te verwerven, zodat MarketingOost haar huidige stevige positie ook in de toekomst kan behouden. Ook de kwaliteit en vervangbaarheid van sleutelposities in de organisatie worden nauwlettend gevolgd. De kwetsbaarheid van MarketingOost is permanent onderwerp van gesprek.

Risico's en continuïteitsreserve

Stichting MarketingOost heeft de laatste jaren, in overeenstemming met het geformuleerde beleid, met kleine stappen het eigen vermogen opgebouwd. Het niveau van het eigen vermogen is nog onvoldoende. De organisatie is sterk afhankelijk van subsidies die een relatief korte horizon kennen. Aan de kostenzijde is sprake van vaste contractuele verplichtingen jegens personeel en derden. Bij het eventueel wegvallen van inkomsten is het belangrijk dat de organisatie aangepast kan worden aan de nieuwe situatie, zonder dat de continuïteit in gevaar komt. In 2023 hebben wij, na het lichte verlies over 2022, weer een bedrag aan deze reserve kunnen toevoegen.

Het overleg met de externe accountant

De Raad van Toezicht komt eenmaal per jaar in een deel van de vergadering bijeen om de jaarrekening en de managementletter te bespreken. Meer in detail worden de werkzaamheden en bevindingen van de accountant besproken in de auditcommissie. Er vindt een open discussie plaats over de conclusies en de aanbevelingen. Met ingang van 2023 is Eshuis Registeraccountants de externe accountant van MarketingOost.

De directeur-bestuurder

Het functioneringsgesprek en het beoordelingsgesprek met de directeur-bestuurder vinden in operationele zin plaats door de voorzitter van de Raad van Toezicht en de voorzitter van de governancecommissie van de Raad van Toezicht en worden schriftelijk vastgesteld. De opmaat tot de jaarevaluatie heeft in december 2022 plaats gevonden en is in januari 2023 afgerond.

Samenstelling Raad van Toezicht

Per 1 januari 2024 bestaat de Raad van Toezicht uit de volgende leden:

André Oude Weernink RV (1962) – Voorzitter – Lid Governance commissie

Benoemd in 2017.

André Oude Weernink is registerevaluator, voormalig registeraccountant en oprichter en mede-eigenaar van Incorpe B.V., een adviesbedrijf op gebied van corporate finance. Hij is daarvoor 18 jaar als partner verbonden geweest aan KPMG Accountants. André is tevens voorzitter van de Raad van Toezicht van Stichting RTV Oost.

Drs. Max Bijwaard (1967) – Vice voorzitter – Voorzitter Governance commissie

Benoemd in 2017.

Max Bijwaard heeft een achtergrond in de zorg en het bedrijfsleven en is binnen Achmea ruim 8 jaar verantwoordelijk geweest voor contractering van langdurige zorg.

De afgelopen 10 jaar heeft hij verschillende transitietrajecten geleid bij zorginstellingen, waaronder ziekenhuizen en instellingen voor ouderenzorg.

Sinds vorig jaar juni is Max teruggekeerd bij Achmea/Zilveren Kruis. Hij geeft daar leiding aan de afdeling Special Accounts (continuïteit en bedrijfsvoeringsvraagstukken in de zorg) alsmede de afdeling Strategisch Advies Gemeenten (gericht op vraagstukken inzake preventie en gezondheidsbevordering). Hij is lid van het MT Inkoop van Zilveren Kruis.

Robert Kosse (1972) – Lid – Voorzitter Audit commissie

Benoemd per 1 april 2023 als lid en per 1 januari 2024 als voorzitter van de Audit commissie.

Robert Kosse is directeur-eigenaar van Move Agency in Zwolle, een ontwikkelaar van mobiele technologische oplossingen. Robert heeft jarenlange ervaring als software- en app ontwikkelaar.

Helen Kijftenbelt (1975) – Lid – Lid Audit commissie

Benoemd per 1 januari 2024

Helen Kijftenbelt is mede eigenaar van Landgoed De Uitkijk in Hellendoorn en Herberg te Pas in Haarle. Ze is lid van het bestuur van Hellendoornse Ondernemers Recreatie en Toerisme en lid van de Klankbordgroep Twente Marketing/NPSH. Helen heeft jarenlange ervaring in de horeca, recreatie en toerisme.

Rooster van aftreden Raad van Toezicht

Lid van de Raad	Benoemd	Herbenoemd	Aftredend
André Oude Weernink	01-01-2017	01-07-2021	30-06-2025 (niet herbenoembaar)
Max Bijwaard	01-07-2017	01-07-2021	30-06-2025 (niet herbenoembaar)
Robert Kosse	01-04-2023		30-06-2027 (herbenoembaar)
Helen Kijftenbelt	01-01-2024		31-12-2027 (herbenoembaar)

4. Financiële ontwikkelingen

4.1 Resultaten

Onderstaande tabel geeft een overzicht van het over het boekjaar 2023 behaalde resultaat, waarbij de cijfers tevens zijn uitgedrukt in een percentage van de omzet. De cijfers van de boekjaren 2022 en 2021 zijn ter vergelijking toegevoegd.

	<u>2023</u>		<u>2022</u>		<u>2021</u>	
	X EUR 1.000	%	X EUR 1.000	%	X EUR 1.000	%
<u>Baten</u>						
Omzet en subsidies	6.825	100	6.360	100	6.158	100
Inkoopwaarde omzet en promotiekosten	4.104	60,1	3.647	57,3	3.385	55
Dekkingsbijdrage	2.721	39,9	2.713	42,7	2.773	45
<u>Lasten</u>						
Personeelskosten	2.255	33,0	2.383	37,5	2.303	37,4
Huisvestingskosten	103	1,5	125	2,0	107	1,7
Verkoopkosten	69	1,0	46	0,7	41	0,7
Algemene kosten	208	3,1	170	2,7	242	3,9
Afschrijvingen	38	0,6	42	0,7	41	0,7
	2.673	39,2	2.766	43,5	2.734	44,4
Exploitatieresultaat	48	0,7	-52	-0,8	39	0,6
Rentebaten en –lasten	9	0,1	-5	-0,1	-8	-0,1
Resultaat uit gewone bedrijfs- uitoefening	57	0,8	-57	-0,9	31	0,5

	X EUR 1.000
Resultaat 2023	57
Resultaat 2022	<u>-58</u>
Per saldo hoger resultaat ten opzichte van 2022	115 =====
Oorzaak voor de stijging van het resultaat:	
Stijging van de omzet en subsidies	465
Stijging van de inkoopwaarde omzet en promotiekosten	<u>456</u>
Stijging van de dekkingsbijdrage *	9
Daling van de lasten	<u>106</u>
Stijging van het resultaat	115 =====

* De dekkingsbijdrage, als percentage van de omzet, is gestegen ten opzichte van 2022. De dekkingsbijdrage bestaat grotendeels uit projecturen x tarief en dient ter dekking van de bedrijfskosten (personeel, huisvesting, ICT etc). van MarketingOost

Specificatie lastendaling	Toename / afname X EUR 1.000
Personeelskosten	-128
Huisvestingskosten	-21
Verkoop- en promotiekosten	22
Algemene kosten	38
Rentebaten en –lasten	-14
Afschrijvingen	<u>-3</u>
Totaal	-106 =====

4.2 Financiële analyse

Onderstaand volgt een analyse van de financiële positie van MarketingOost. Opgemerkt dient te worden dat de omvang van de balansposten in de loop van een jaar kan fluctueren en dat de waarde per balansdatum aanmerkelijk kan afwijken van een willekeurige andere in het verslagjaar gekozen datum. Kengetallen kunnen hierdoor zijn beïnvloed.

Samenvatting balans

	<u>31-12-2023</u>	<u>31-12-2022</u>
	X EUR 1.000	X EUR 1.000
Op korte termijn beschikbaar:		
Liquide middelen	1.390	1.442
Vorderingen	618	872
Vorraden	23	15
Waarde lopende projecten, debet	78	303
	<hr/> 2.109	<hr/> 2.632
Af: kortlopende schulden	799	754
Af: waarde lopende projecten, credit	927	1.547
	<hr/>	<hr/>
Werkkapitaal	382	331
	=====	=====
Het bedrijfsvermogen bestond uit:		
Continuïteitsreserve	493	435
Voorziening latente belastingverplichting	0	0
Voorziening herdrukverplichting	0	0
Langlopende schulden	0	0
	<hr/> 493	<hr/> 435
Af: vaste activa	110	105
	<hr/>	<hr/>
Beschikbaar saldo	383	330
	=====	=====

Het werkkapitaal is met EUR 51.000 toegenomen. Onder werkkapitaal wordt verstaan het geheel van vlottende activa, verminderd met de kortlopende schulden. De omvang van het werkkapitaal geeft informatie over de liquiditeitspositie van de stichting.

Kengetallen en trends

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
Resultaat (x EUR 1.000)		
Omzet en subsidie	6.825	6.360
Dekkingsbijdrage *	2.721	2.713
Dekkingsbijdrage in %	40	43
Exploitatieresultaat	48	-53
Resultaat	57	-57
Vermogen (x EUR 1.000)		
Balanstotaal	2.220	2.736
Eigen vermogen	493	435
Eigen vermogen / balanstotaal in %	22,2	15,9
Rentabiliteit Eigen Vermogen (vb) in %	11,6	-13,1
Rentabiliteit Totaal Vermogen in %	2,6	-2,1
Liquiditeit in %		
Current ratio (incl. voorraad)	1,22	1,14
Medewerkers		
Op basis van FTE		28,3

* De dekkingsbijdrage bestaat grotendeels uit projecturen x tarief en dient ter dekking van de bedrijfskosten (personeel, huisvesting, ICT etc.) van MarketingOost

Solvabiliteit

Uit de solvabiliteit – de verhouding tussen het eigen vermogen en het vreemd vermogen, dan wel de verhouding tussen het eigen vermogen en het totaalvermogen – blijkt het continuïteitsvermogen. Hoe hoog deze solvabiliteit moet zijn, hangt af van de aard van de onderneming. Hiervoor kunnen geen algemeen geldende normen gegeven worden.

Het solvabiliteitspercentage bedraagt per december 2023 22,1%. Als gevolg van de schuldpositie in het onderhanden werk in de balans en de toename van het balanstotaal is het solvabiliteitspercentage afgenomen.

Op basis van de opgestelde risicoanalyse is het wenselijk dat de stichting een continuïteitsreserve aanhoudt van 50% van haar vaste jaarkosten. Geleidelijk zal daarom de komende jaren gestreefd worden naar een continuïteitsreserve van EUR 1 miljoen.

Liquiditeit

Uit de liquiditeit, de verhouding tussen vlottende activa en de kortlopende schulden, blijkt in hoeverre een onderneming aan haar financiële verplichtingen op korte termijn kan voldoen.

Current ratio is een kengetal om de financiële toestand, en specifiek de liquiditeit van een bedrijf, te meten. Het geeft de mate aan waarin de verschaffers van het kort vreemd vermogen (kortlopende schulden) uit de vlottende activa kunnen worden betaald. Een gezonde waarde voor dit kengetal ligt boven de 1. Alleen dan kan aan de schuldeisers tegemoet gekomen worden. Echter, in de vlottende activa kan sprake zijn van bijvoorbeeld dubieuze debiteuren. De current ratio bedraagt per eind december 2023 1,22.

4.3 Samenvatting begroting 2024

	X EUR 1.000
Omzet	
Bruto budget Projecten	5.882
Kostprijs omzet	<u>3.236</u>
Totaal opbrengsten uren/provisies	2.646
Kosten	
Lonen en salarissen	2.203
Huisvestingskosten	277
Promotionele-/verkoopkosten	26
Algemene kosten	74
Afschrijvingskosten	<u>41</u>
Totale kosten	<u>2621</u>
Exploitatieresultaat	25 =====

4.4 Vooruitblik na 2023

Het afgelopen jaar hebben we flinke politieke ontwikkelingen en verschuivingen gezien. Op basis van de onduidelijke situatie die er vorig jaar al was, ontwikkelden we een aantal scenario's om organisatorische en financiële gevolgen in kaart te brengen.

Het gros van onze middelen is afkomstig van gemeentes op structurele en op projectbasis. Daarnaast vloeit een deel van onze inkomsten voort uit een structurele subsidie van de provincie Overijssel en een projectmatige subsidie die aan het programma van Gastvrij Overijssel (GOV) wordt toegekend en waarvoor MarketingOost voor een deel de uitvoering voor haar rekening neemt.

Inmiddels is duidelijk dat we voor de periode 2024-2027 mogen rekenen op de structurele subsidie. Bij het schrijven van dit Jaarverslag is de zogenaamde startnotitie 'Brochure investeringsimpuls Recreatie en vrijetijd 2024-2027' nog niet behandeld door Provinciale Staten.

Na behandeling en goedkeuring door de Staten, kan de uitvoering van het programma, zoals beschreven in de startnotitie, ter hand genomen worden.

5. JAARREKENING

5.1 BALANS PER 31 DECEMBER 2023 (na resultaatbestemming)

Activa

	31-12-2023 EUR	31-12-2022 EUR
Vaste activa		
Materiële vaste activa		
Bedrijfsgebouwen	1.100	1.400
Inventaris	56.019	75.425
Kantoormachines	0	0
Automatisering	53.204	28.198
	<u>110.323</u>	<u>105.023</u>
Vlottende activa		
Voorraden	23.449	14.727
Vorderingen		
Debiteuren	184.875	459.790
Overige vorderingen	103.902	96.096
Belastingen en premies sociale verzekeringen	329.312	316.105
	<u>618.088</u>	<u>871.991</u>
Waarde lopende projecten	77.664	302.604
Liquide middelen	<u>1.390.035</u>	<u>1.441.928</u>
	<u>2.219.560</u>	<u>2.736.273</u>
	=====	=====

Passiva

	<u>31-12-2023</u>	<u>31-12-2022</u>
	EUR	EUR
Stichtingsvermogen		
Continuïteitsreserve	492.578	435.274
	<hr/>	<hr/>
Kortlopende schulden		
Crediteuren	386.684	371.545
Belastingen en premies sociale verzekeringen	78.483	78.823
Overige kortlopende schulden	<u>334.651</u>	<u>303.560</u>
	799.818	753.927
	<hr/>	<hr/>
Waarde lopende projecten	927.164	1.547.072
	<hr/>	<hr/>
	2.219.560	2.736.273
	=====	=====

5.2 RESULTATENREKENING 2023

	Exploitatie 2023 EUR	Begroting 2023 EUR	Exploitatie 2022 EUR
Omzet en subsidie	6.825.159	6.465.175	6.360.083
Inkoopwaarde omzet en promotie- kosten	4.103.749	3.706.477	3.647.047
Dekkingsbijdrage	2.721.410	2.758.697	2.713.036
Personeelskosten	2.255.182	2.373.559	2.383.224
Huisvestingskosten	103.153	93.140	124.550
Verkoopkosten	68.657	51.579	46.153
Algemene kosten	207.802	168.742	169.947
Afschrijvingen	38.565	41.476	41.864
	2.673.360	2.728.497	2.765.738
Exploitatieresultaat	48.050	30.200	52.702
Rentebaten en soortgelijke opbreng- sten	12.030	0	24
Rentelasten en soortgelijke kosten	-2.776	-5.200	-4.819
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening	57.304	25.000	-57.497
	=====	=====	=====

5.3 Algemene toelichting op de balans en resultatenrekening

Grondslagen voor de waardering van activa en passiva

Algemeen

De jaarrekening is opgesteld volgens de bepalingen van Richtlijnen voor de Jaarverslaglegging 640 en de bepalingen krachtens de Wet Normering bezoldiging Topfunctionarissen publieke en semi-publieke sector (WNT). Op basis van de hiervoor geldende criteria qua hoogte van de omzet, het balanstotaal en het aantal werknemers wordt de stichting gekwalificeerd als een kleine rechtspersoon. Voor deze rechtspersoon bestaan bepaalde vrijstellingen met betrekking tot de inrichting van de jaarrekening. Van deze vrijstellingen is, daar waar wenselijk, gebruik gemaakt.

Continuïteit

Als gevolg van de recente politieke verschuivingen en maatschappelijke ontwikkelingen kan het subsidiebeleid van de Provincie Overijssel aangepast worden. Vooralsnog is het onduidelijk of de Provincie een nieuw meerjarenprogramma voor de Vrijetijdseconomie via GOV financieel zal ondersteunen. Ook bij het uitblijven van een deel van deze subsidie is de continuïteit gewaarborgd.

Vergelijking met voorgaand jaar

De gehanteerde grondslagen van waardering en van resultaatbepaling zijn ongewijzigd gebleven ten opzichte van het voorgaande jaar.

Schattingen

Bij het opstellen van de jaarrekening dient de leiding van de stichting, overeenkomstig met de algemeen aanvaarde grondslagen voor de financiële verslaggeving, bepaalde schattingen en veronderstellingen te doen, die mede bepalend zijn voor de in de jaarrekening opgenomen bedragen. De feitelijke resultaten kunnen van deze schatting afwijken. De schattingen en onderliggende veronderstellingen worden voortdurend beoordeeld. Herzieningen van de schattingen worden opgenomen in de periode waarin de schatting wordt herzien en in toekomstige perioden waarvoor de herziening gevolgen heeft.

Materiële vaste activa

De materiële vaste activa worden gewaardeerd tegen verkrijgings- of vervaardigingsprijs onder aftrek van cumulatieve afschrijvingen en cumulatieve bijzondere waardeverminderingen. De afschrijvingstermijnen van materiële vaste activa zijn gebaseerd op de verwachte gebruiksduur van het vast actief, rekening houdend met de restwaarde.

Bijzondere waardevermindering van vaste activa

Vaste activa worden beoordeeld op bijzondere waardeverminderingen wanneer sprake is van wijzigingen in omstandigheden die doen vermoeden dat de boekwaarde van een actief niet terugverdiend zal worden. Deze vraag kan worden beantwoord door de boekwaarde te vergelijken met de realiseerbare waarde. Deze bestaat uit de contante waarde van de toekomstige netto-kasstromen die het actief, naar verwachting, bij voortgezet gebruik zal genereren of bij verkoop te realiseren directe opbrengstwaarde. Wanneer de boekwaarde van een actief hoger is dan de realiseerbare waarde, wordt een bijzondere waardevermindering verantwoord door het verschil tussen de boekwaarde en de realiseerbare waarde. De opbrengstwaarde is gebaseerd op de geschatte verkoopprijs minus de geschatte kosten welke nodig zijn om de verkoop te realiseren.

Voorraden

De voorraden worden gewaardeerd tegen inkoopprijs.

Waarde lopende projecten

De lopende projecten, worden gewaardeerd tegen de gerealiseerde projectkosten, verminderd met de op de lopende projecten betrekking hebbende ontvangsten. Onderhanden projecten met een debetstand worden gepresenteerd onder de vlottende activa, de onderhanden projecten met een creditsaldo worden gepresenteerd onder de kortlopende schulden.

Vorderingen en overlopende activa

De vorderingen en overlopende activa 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 mogelijke verliezen als gevolg van oninbaarheid worden in mindering gebracht. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

Liquide middelen

Liquide middelen bestaan uit kas- en banktegoeden. Rekening-courantschulden zijn opgenomen onder schulden aan kredietinstellingen onder kortlopende schulden. Liquide middelen worden gewaardeerd tegen nominale waarde.

Voorzieningen

De voorzieningen worden gewaardeerd tegen de beste schatting van de bedragen die noodzakelijk zijn om de verplichtingen per balansdatum af te wikkelen. De voorzieningen worden gewaardeerd tegen de nominale waarde van de uitgaven die naar verwachting noodzakelijk zijn om de verplichtingen af te wikkelen, tenzij anders vermeld.

Wanneer het de verwachting is dat een derde de verplichtingen vergoedt en wanneer het waarschijnlijk is dat deze vergoeding zal worden ontvangen bij de afwikkeling van de verplichting, dan wordt deze vergoeding als een actief in de balans opgenomen.

Kortlopende schulden

Kortlopende schulden worden bij de eerste verwerking gewaardeerd tegen reële waarde. Kortlopende schulden worden na eerste verwerking gewaardeerd tegen geamortiseerde kostprijs, zijnde het ontvangen bedrag en rekening houdend met agio of disagio en onder aftrek van transactiekosten. Dit is meestal de nominale waarde.

5.4 Grondslagen voor de bepaling van het resultaat

Resultaat

Het resultaat wordt bepaald als het verschil tussen opbrengstwaarde van de geleverde prestaties en de kosten en andere lasten over het verslagjaar. De resultaten op transacties worden verantwoord in het jaar waarin deze zijn gerealiseerd; voor lopende projecten wordt het resultaat naar evenredigheid van de stand van het werk verantwoord (Percentage of Completion methode, ofwel de PoC-methode). De voortgang van de verrichte prestaties wordt bepaald op basis van de tot de balansdatum gemaakte projectkosten in verhouding tot de geschatte totale projectkosten. Als het resultaat (nog) niet op betrouwbare wijze kan worden ingeschat, dan worden de opbrengsten als netto-omzet verwerkt in de resultatenrekening tot het bedrag van de gemaakte projectkosten dat waarschijnlijk kan worden verhaald.

De projectkosten worden dan verwerkt in de resultatenrekening in de periode waarin ze zijn gemaakt. Zodra het resultaat wel op de betrouwbare wijze kan worden bepaald, vindt opbrengstverantwoording plaats volgens de PoC-methode naar rato van de verrichte prestaties per balansdatum. Verliezen worden verantwoord zodra zij voorzienbaar zijn. De kosten worden bepaald met inachtneming van de hiervoor reeds vermelde waarderingsgrondslagen en worden toegerekend aan het verslagjaar waarop zij betrekking hebben.

Opbrengsten uit de verkoop van goederen worden verwerkt zodra alle belangrijke rechten en risico's met betrekking tot de eigendom van de goederen zijn overgedragen aan de koper.

Verantwoording van opbrengsten uit de levering van diensten geschiedt naar rato van de geleverde prestaties, gebaseerd op de verrichte diensten tot aan de balansdatum in verhouding tot de in totaal te verrichten diensten.

De belasting over het resultaat wordt gebaseerd op het resultaat in de jaarrekening met inachtneming van de permanente verschillen tussen de winstberekening van de jaarrekening enerzijds en de fiscale winstberekening anderzijds. De berekening vindt plaats tegen het actuele belastingtarief.

Dekkingsbijdrage

Onder de dekkingsbijdrage wordt verstaan: het verschil tussen de netto-omzet met de subsidies ten behoeve van promotie en de kostprijs van de omzet en de out-of-pocket promotiekosten. Onder netto-omzet wordt verstaan: de aan derden in rekening gebrachte bedragen voor de in het verslagjaar geleverde goederen en diensten, onder aftrek van kortingen en exclusief omzetbelasting. Onder kostprijs van de omzet wordt verstaan: de direct aan de netto-omzet toe te rekenen inkoopwaarde en andere kosten.

Personeelsbeloningen

De aan het personeel verschuldigde beloningen worden op de grond van de arbeidsvoorwaarden verwerkt in de resultatenrekening.

Afschrijvingen op materiële vaste activa

Materiële vaste activa worden, vanaf het moment dat het actief beschikbaar is voor het beoogde gebruik, afgeschreven over de geschatte economische levensduur/verwachte toekomstige gebruiksduur van het actief. Over terreinen en vastgoedbeleggingen wordt niet afgeschreven.

Financiële baten en lasten

Rentebaten en rentelasten worden tijdsevenredig verwerkt, rekening houdend met de effectieve rentevoet van de desbetreffende activa en passiva. Bij de verwerking van de rentelasten wordt rekening gehouden met de verantwoorde transactiekosten op de ontvangen leningen.

Pensioenlast

Stichting MarketingOost heeft haar pensioenverzekering onder gebracht in een pensioenverzekering bij Nationale Nederlanden. Op grond hiervan worden de komende jaren, naast de reguliere premies, geen additionele premies berekend.

5.5 Toelichting op de balans

Activa

Vaste activa

Materiële vaste activa

De mutaties in de materiële vaste activa kunnen als volgt worden samengevat:

	Bedrijfs- gebouwen	Inventaris	Kantoor- machines	Automatisering	Totaal
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Begin boekjaar					
Aanschafwaarde	3.000	217.024	11.500	234.240	465.764
Afschrijvingen	1.600	141.599	11.500	206.042	360.741
Boekwaarde per 1 januari	1.400	75.425	0	28.198	105.024
Mutaties boekjaar					
Investerings	0	3.899	0	39.966	43.865
Desinvesteringen	0	-98.783	-11.500	-176.443	-286.726
Afschrijvingen	-300	-23.305	0	-14.950	38.555
Afschrijvingen desinvestering	0	98.783	11.500	176.443	-286.726
	-300	-19.406	0	25.016	5.320
Einde boekjaar					
Aanschafwaarde	3.000	122.140	0	97.763	222.903
Afschrijvingen	1.900	66.121	0	44.559	112.580
Boekwaarde per 31 december	1.100	56.121	0	53.204	110.323
Afschrijvingspercentage	10%	20%	20%	20%	

Toelichting op de balans (vervolg)

Vlottende activa

	31-12-2023	31-12-2022
	EUR	EUR
Vorraden		
Handelsvoorraad	23.449	14.727
	<u>23.449</u>	<u>14.727</u>
	=====	=====
Vorderingen		
Debiteuren	185.490	460.405
Voorziening dubieuze debiteuren	-615	-615
	<u>184.875</u>	<u>459.790</u>
	=====	=====
Overige vorderingen		
Vooruitbetaalde posten	37.540	32.866
Nog te ontvangen bedragen	1.362	30
Te vorderen subsidies	65.000	63.200
Omzetbelasting	329.312	316.105
	<u>433.213</u>	<u>412.201</u>
	=====	=====
Waarde lopende projecten	77.664	302.604
Liquide middelen		
Banken	1.390.035	1.441.870
Kassen	0	59
	<u>1.390.035</u>	<u>1.441.928</u>
	=====	=====

MarketingOost maakt geen gebruik van kredietfaciliteiten. De liquide middelen staan voor EUR 45.578 niet ter vrije beschikking van de stichting.

Toelichting op de balans (vervolg)

Passiva

	31-12-2023	31-12-2022
	EUR	EUR
Continuïteitsreserve		
Saldo begin boekjaar	435.274	492.771
Resultaat verslagjaar	57.304	-57.497
	<hr/>	<hr/>
Saldo einde boekjaar	492.578	435.274
	=====	=====
Kortlopende schulden		
Belastingen en premies sociale verzekeringen		
Loonheffing	78.483	78.823
	<hr/>	<hr/>
Totaal belastingen en premies soc. verz.	78.483	78.823
	=====	=====
Overige kortlopende schulden		
Vakantiegeld/vakantiedagen	132.332	151.866
Nog te betalen dagtochten	0	826
Accountantskosten controle verslagjaar	33.250	12.700
Overige kortlopende schulden	169.069	138.168
	<hr/>	<hr/>
Totaal overige kortlopende schulden	334.651	303.560
	=====	=====
Totaal overige schulden	334.651	303.560
	=====	=====
Waarde lopende projecten	927.164	1.547.072
	=====	=====

Niet in de balans opgenomen rechten en verplichtingen

Huurverplichtingen

MarketingOost is voor de huur van de huisvesting de volgende huurverplichtingen aangegaan:

	Jaarlijkse huurverplichting	Einde huurcontract
	EUR	
Zwolle, IJsseltoren	41.910	01-08-2027
Delden, Meijlingstraat	20.722	30-04-2024
Totaal	61.168	

In 2022 is er een nieuw huurcontract afgesloten voor 5 jaar voor kantoorruimte aan de Grote Voort 247 in Zwolle.

Vanaf 1 mei 2019 wordt het pand aan de Meijlingstraat 3 gehuurd van Summit Holding. In 2019 is hiervoor een bankgarantie van €5.293,75 afgegeven. De huurverplichting is inclusief servicekosten en het huurcontract loopt door tot 30 april 2024. De intentie is om deze overeenkomst te verlengen.

Leaseverplichtingen

Per 15 juli 2020 is er een operationele leaseverplichting aangegaan met TB Lease voor een periode van 60 maanden ter waarde van €715,01 per maand.

5.6 Toelichting op de resultatenrekening

	Exploitatie 2023 EUR	Begroting 2023 EUR	Exploitatie 2022 EUR
Omzet en Subsidies			
Projecten merken:			
Omzet en subsidies projecten merken	6.695.091	6.465.175	6.208.732
	-----	-----	-----
Verkoopactiviteiten			
Verkoopopbrengsten algemene producten	12.246	-	9.397
	-----	-----	-----
			--
Bijdragen & vergoedingen deelnemers			
Begunstigers en Deelnemers	117.822	-	141.954
	-----	-----	-----
			--
Totaal omzet en subsidies	6.825.159	6.465.175	6.360.083
	=====	=====	=====

Toelichting op de resultatenrekening (vervolg)

	Exploitatie 2023	Begroting 2023	Exploitatie 2022
	EUR	EUR	EUR
Inkoopwaarde omzet en promotie- kosten			
Projecten merken:			
Totaal inkoop promotiekosten projecten merken	4.104.519	3.706.477	3.647.326
	-----	-----	-----
<i>Inkomsten verkoopactiviteiten</i>			
Inkoopwaarde verkoopopbrengsten al- gemeen	-770	-	-279
	-----	-----	-----
Subtotaal inkoop verkoopactiviteiten	-770	-	-279
	-----	-----	-----
Totale inkoopwaarde omzet en promotiekosten	4.103.749	3.706.477	3.647.047
	=====	=====	=====

Toelichting op de resultatenrekening (vervolg)

	Exploitatie 2023	Begroting 2023	Exploitatie 2022
	EUR	EUR	EUR
Dekkingsbijdrage			
Projecten merken:			
Totaal dekkingsbijdrage projecten merken	2.590.572	2.758.698	2.561.407
	-----	-----	-----
Verkoopactiviteiten			
Verkoopopbrengsten algemene producten	13.016	-	9.675
Subtotaal dekkingsbijdrage verkoopactiviteiten	13.016	-	9.675
	-----	-----	-----
Bijdragen & vergoedingen deelnemers	117.822	-	141.954
	-----	-----	-----
Totale dekkingsbijdrage	2.721.410	2.758.698	2.713.036
	=====	=====	=====

Toelichting op de resultatenrekening (vervolg)

	Exploitatie 2023	Begroting 2023	Exploitatie 2022
	EUR	EUR	EUR
Personeelskosten			
Lonen en salarissen			
Salarissen/lonen	1.537.628	1.555.710	1.525.269
Vergoeding Raad van Toezicht	35.550	35.550	35.550
Vakantiegeld/mutaties vakantierechten	102.165	125.725	126.189
Ontvangen ziekgeld	-3.334	-	-41.092
	1.672.009	1.716.985	1.645.916
	-----	-----	-----
Sociale lasten			
Premies sociale verzekeringen	261.551	292.419	269.654
Ziektekostenverzekering	-5.476	24.000	16.341
	256.074	316.419	285.996
	-----	-----	-----
Pensioenlasten			
Pensioenpremie personeel	193.889	207.883	192.072
	-----	-----	-----
Overige personeelskosten			
Reiskosten	44.089	38.454	27.367
Overige vergoedingen	1.614	1.668	1.614
Kantinekosten	837	750	987
Uitzendkosten	0	0	141.869
Personeelsvereniging	4.500	6.000	4.500
Scholingskosten	34.000	39.600	28.747
Arbodienst	8.143	6.000	7.337
Diverse personeelskosten	40.027	39.8000	46.821
	133.210	132.272	259.241
	-----	-----	-----
Totaal personeelskosten	2.255.182	2.373.559	2.383.224

Het personeelsbestand is ten opzichte van 2022 gekrompen met 1 medewerker / 0,7 fte.

Aantal	2023	2022
Medewerkers in dienst	33	34
FTE in dienst	27,6	28,3

Toelichting op de resultatenrekening (vervolg)

Het bezoldigingsmaximum in 2023 voor stichting MarketingOost is € 223.000. Het weergegeven toepasselijke WNT-maximum per persoon of functie is berekend naar rato van de omvang (en voor topfunctionarissen tevens de duur) van het dienstverband, waarbij voor de berekening de omvang van het dienstverband nooit groter kan zijn dan 1,0 fte. De Raad van Toezicht heeft besloten ruim onder het gestelde maximum te blijven.

Bezoldiging topfunctionarissen

bedragen in €	Drs E.A.H. Borgsteijn
Functie(s)	Directeur / Bestuurder
Duur dienstverband in 2023	1/1 - 31/12
Omvang dienstverband (in fte)	1,0
Gewezen topfunctionaris?	nee
(Fictieve) dienstbetrekking?	Ja
Bezoldiging 2023	
Beloning	135.294
Belastbare onkostenvergoedingen	
Beloningen betaalbaar op termijn	22.101
Totaal bezoldiging	157.395
Toepasselijk WNT-maximum	223.000
Gegevens 2022	
Duur dienstverband in 2020	1/1 - 31/12
Omvang dienstverband (in fte)	1,0
Beloning	128.161
Beloningen betaalbaar op termijn	20.266
Totale bezoldiging 2022	148.302

Bezoldiging Toezichthoudende topfunctionarissen

bedragen in €	C.G. Lindeboom	A.J.M. Oude Weernink RV	Drs. M. Bijwaard	Dr. J.L.C. Wolt- man-Elpers	R. Kosse
Functie in 2023	Voorzitter	Lid	Lid	Lid	Lid
Duur dienstverband	1/1 - 31/12	1/1 - 31/12	1/1 - 31/12	1/1 - 31/3	1/4-31/12
Bezoldiging					
Beloning	9.900	8.550	8.550	2.138	6.413
Belastbare onkostenver- goeding	-	37	67	4	15
Beloningen betaalbaar op termijn	-	-	-	-	
Totaal bezoldiging 2023	9.900	8.587	8.617	2.142	6.428
Toepasselijk WNT-maxi- mum	32.400	22.300	22.300	5.575	16.725
Toepasselijk maximum be- zoldiging	22.300	16.725	16.725	4.181	12.544
Gegevens 2022					
<i>Functie in 2020</i>	<i>Voorzitter</i>	<i>Lid</i>	<i>Lid</i>	<i>Lid</i>	<i>n.v.t.</i>
<i>Duur dienstverband</i>	<i>1/1 - 31/12</i>	<i>1/1 - 31/12</i>	<i>1/1 - 31/12</i>	<i>1/1 - 31/12</i>	<i>n.v.t.</i>
<i>Beloning</i>	9.900	8.550	8.550	8.550	-
<i>Belastbare onkostenver- goeding</i>	-	164	78	29	-
<i>Beloningen betaalbaar op termijn</i>	-	-	-	-	-
Totale bezoldiging 2022	9.900	9.014	8.628	8.579	-

Naast de hierboven vermelde topfunctionarissen zijn er geen functionarissen die in 2023 een bezoldiging boven het toepasselijke WNT-maximum hebben ontvangen, of waarvoor in eerdere jaren een vermelding op grond van de WOPT of de WNT heeft plaatsgevonden of had moeten plaatsvinden. Er zijn in 2023 geen ontsluitkeringen aan overige functionarissen betaald die op grond van de WNT dienen te worden gerapporteerd.

Toelichting op de resultatenrekening (vervolg)

	Exploitatie 2023	Begroting 2023	Exploitatie 2022
	EUR	EUR	EUR
Huisvestingskosten			
Huur onroerende zaken	56.681	63.591	75.185
Gas, water en electra	4.802	2.672	3.954
Schoonmaakkosten	5.967	-	2.981
Overige huisvestingskosten	35.703	26.877	42.431
	103.153	93.140	124.550
	=====	=====	=====
Verkoopkosten			
Kosten internet	3.966	4.310	3.912
Verkoopkosten online	42.577	20.569	24.200
Reclame en drukwerken	443	1.000	1.494
Voorzieningen dubieuze debiteuren	0	0	490
Diverse promotionele kosten marketingenheden	21.671	25.700	16.058
	68.657	51.597	46.153
	=====	=====	=====
Algemene kosten			
Kantoorbenodigdheden	1.068	3.300	2.913
Automatisering en kopiekosten	97.613	71.852	74.753
Telefoonkosten	20.060	17.236	15.925
Porti	811	2.200	1.844
Accountantskosten	38.250	27.000	29.250
Verzekeringen algemeen	11.578	11.069	9.020
Abonnementen en contributies	10.971	15.928	13.440
Representatiekosten	1.078	4.000	929
Autokosten	11.635	10.788	11.162
Overige algemene kosten	14.837	5.369	10.836
	207.802	168.742	170.073
	=====	=====	=====

Toelichting op de resultatenrekening (vervolg)

	Exploitatie 2023	Begroting 2023	Exploitatie 2022
	EUR	EUR	EUR
Afschrijvingen materiële vaste activa			
Bedrijfsgebouwen	300	300	300
Inventaris	23.305	13.978	25.870
Automatisering	14.960	27.197	15.694
	38.565	41.476	41.864
	=====	=====	=====
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten			
Rente bank	12.030	0	24
	=====	=====	=====
Rentelasten en soortgelijke kosten			
Bankrente en -kosten	2.766	5.200	4.819
	=====	=====	=====

6. Overige gegevens

6.1 Statutaire regeling inzake winstbestemming

Conform artikel 3 van het Reglement Raad van Toezicht d.d. 24 april 2018 dienen de jaarrekening en het jaarverslag te worden vastgesteld door de Raad van Toezicht. Vooruitlopend op deze vaststelling is het saldo toegevoegd aan de continuïteitsreserve van de stichting.

6.2 Controleverklaring van de onafhankelijke accountant

De controleverklaring van de onafhankelijke accountant is opgenomen in de bijlage.



Stichting MarketingOost
Grote Voort 247
8041 BL ZWOLLE

Twentepoort Oost 14a
7609 RG Almelo
Postbus 206
7600 AE Almelo
Tel. 088-500 95 00
E-mail info@eshuis.com

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van Stichting MarketingOost

Verklaring over de in dit verslag opgenomen jaarrekening 2023

Ons oordeel

Wij hebben de jaarrekening 2023 van Stichting MarketingOost te Zwolle gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit verslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting MarketingOost per 31 december 2023 en van het resultaat over 2023 in overeenstemming met de in Nederland algemeen aanvaardbare grondslagen voor financiële verslaggeving, de organisaties zonder winststreven (RJ 640) en met de bepalingen krachtens de Wet Normering Topinkomens (WNT).

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2023;
2. de staat van baten en lasten over 2023; 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 2023 vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting MarketingOost 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 2023 hebben wij de anticumulatiebepaling, bedoeld in artikel 1.6a WNT en artikel 5, lid 1 sub n en o Uitvoeringsregeling WNT, niet gecontroleerd. Dit betekent dat wij niet hebben gecontroleerd of er wel of niet sprake is van een normoverschrijding door een leidinggevende topfunctionaris vanwege eventuele dienstbetrekkingen als leidinggevende topfunctionaris bij andere WNT plichtige instellingen alsmede of de in dit kader vereiste toelichting juist en volledig is.

Verklaring over de in dit verslag opgenomen andere informatie

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, omvat dit verslag 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 in Nederland algemeen aanvaarde grondslagen voor financiële verslaggeving en de organisaties zonder winststreven (RJ 640) is vereist.

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 het bestuursverslag en de overige gegevens in overeenstemming met de in Nederland algemeen aanvaarde grondslagen voor financiële verslaggeving en de organisaties zonder winststreven (RJ 640).

Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening

Verantwoordelijkheden van het bestuur en het intern toezichthoudend orgaan voor de jaarrekening

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de algemeen in Nederland aanvaarde grondslagen voor financiële verslaggeving, de organisaties zonder winststreven (RJ 640) en de bepalingen van en krachtens de WNT. 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 stichting 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 stichting te liquideren of de bedrijfsactiviteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is.



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

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

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 2023, 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 gereede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of



omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een organisatie haar continuïteit niet langer kan handhaven;

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

Wij communiceren met de 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.

Almelo, 29 mei 2024

Eshuis Registeraccountants B.V.

Was getekend H. (Harold) Schreur RA