

Oplegvel Collegebesluit

Onderwerp

Definitieve beschikking vaststelling subsidie 2010 Stichting City Marketing Haarlem naar aanleiding van jaarrekening 2010

Portefeuille B.B. Schneiders
Auteur Dhr. E. Evertse
Telefoon 5113469
STZ/EC Reg.nr. 2011 / 102040
Te kopiëren:
B & W-vergadering van 17 mei 2011

DOEL: Besluiten

Het college is op grond van de Algemene Subsidieverordening bevoegd tot het vaststellen van subsidies.

B&W

1. Het college besluit de subsidie voor 2010 voor de stichting City Marketing Haarlem vast te stellen op € 704.106, - ;
2. Het besluit heeft geen financiële consequenties;
3. De betrokkenen ontvangen daags na besluitvorming informatie over dit besluit;
4. Het besluit van het college wordt ter informatie gestuurd aan de commissie Ontwikkeling.

Collegebesluit

Onderwerp: Definitieve beschikking vaststelling subsidie 2010 Stichting City Marketing Haarlem naar aanleiding van jaarrekening 2010

Reg. Nummer: STZ/EC 2011 / 102040

1. Inleiding

De Stichting City Marketing Haarlem heeft voor 2010 een subsidie ad € 704.106, - van de gemeente Haarlem ontvangen. Het college heeft op 02-03-2010 (STZ/EC reg.nr. 2010/1043) de Prestatieovereenkomst 2010 van de gemeente Haarlem met de Stichting City Marketing Haarlem vastgesteld (Prestatieovereenkomst ter uitvoering van de subsidieverstreking aan City Marketing Haarlem). In het jaarverslag 2010 legt de stichting verantwoording af over de gerealiseerde prestaties gedurende dit kalenderjaar.

2. Besluitpunten college

1. Het college besluit de subsidie voor 2010 voor de stichting City Marketing Haarlem vast te stellen op € 704.106, -;
2. Het besluit heeft geen financiële consequenties;
3. De betrokkenen ontvangen daags na besluitvorming informatie over dit besluit;
4. Het besluit van het college wordt ter informatie gestuurd aan de commissie Ontwikkeling.

3. Beoogd resultaat

Vaststelling van het in 2010 verleende subsidie aan de Stichting City Marketing Haarlem conform de richtlijnen van de Algemene subsidieverordening van de gemeente Haarlem.

4. Argumenten

Record aantal bezoekers besteden miljoenen euro's

Het aantal Nederlandse bezoekers is gestegen tot een nieuw record van 1.163.000 bezoekers in 2009 naar 1.234.000 bezoekers in 2010.

Het totaal aantal bezoeken aan Haarlem is gestegen naar 2.849.000 (was in 2009 2.825.000). De gemiddelde besteding per persoon per bezoek is in 2010 44,4 euro (was 43 euro in 2009). (bron CVO van NBTC/NIPO).

Toeristische bestedingen in 2010 zijn dus 126.495.600 euro (was in 2009 121.475.000 euro). Dus is 5 miljoen euro meer besteed in Haarlem in 2010 !

De afdeling toeristische informatie aan het Verwulft heeft ruim 10.000 meer bezoekers ontvangen dan in 2009.

Haarlem zeer succesvol in de publiciteit

Haarlem is met miniem verschil op de tweede plek geëindigd bij de verkiezing van de meest Gastvrije stad 2010 van Nederland.

Met veel succes is de nieuwe portal van City Marketing Haarlem (gekoppeld aan de website van de gemeente) gelanceerd. Deze portal wordt gezien als een voorbeeld voor de websites van VVV's. Het beeldmerk voor Haarlem had 4 maanden na lancering al een 80% bekendheid onder de Haarlemmers. Zeer succesvol was ook de nationale huldiging van de Olympische sporters in Haarlem waarbij CMH mede organisator was. Het leverde een mediawaarde van 13 miljoen euro op. De Haarlemmers hebben dit evenement uitgeroepen tot het hoogtepunt van 2010. Verder is het publiekprivate samenwerkingsverband Haarlem Partners geïntroduceerd waarbij tegenover een bepaalde bijdrage van (horeca) ondernemers publiciteit en deelname aan netwerken van de Stichting City Marketing Haarlem staan. Daarnaast zijn prestaties geleverd met activiteiten, producten en diensten als: het 2^e Nationale City Marketing Congres, de succesvolle Haarlem ShoppingNight (deelname van 300 winkeliers), de moederdag Shoppingbag, organisatie Beste Winkel, het Madness & Artsfestival (mediawaarde ruim 280.000, - euro), de vernieuwde centrumplattegrond (verkoopwinst ruim 10.000, - euro) en de zeer succesvolle lancering van deel 2 van de DVD Monumentale Verhalen.lancering Voor werving van internationale toeristen is samengewerkt met Amsterdam Partners en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen en is geparticipeerd in metropoolprojecten.

Goedkeuring accountant via afgegeven controleverklaring

Naar het oordeel van de accountant geeft de jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van de Stichting City Marketing Haarlem / VVV en van het resultaat over 2010. Tevens is de accountant van oordeel dat de subsidie is besteed voor het doel en de activiteiten waarvoor de subsidie is verleend en de algemene subsidievoorwaarden en de voorwaarden genoemd in de subsidie beschikking zijn nageleefd. Verder wordt gemeld dat er geen tekortkomingen zijn gebleken naar aanleiding van het onderzoek of het jaarverslag. Het jaarverslag is verenigbaar met de jaarrekening.

Financiële paragraaf

De subsidieverlening aan de Stichting City Marketing Haarlem voor het jaar 2010 vond plaats uit de begrotingspost toeristisch beleid, kostenplaats 1443.4756.2100, productnummer 060302.

5. Kanttekeningen

Kosten hoger dan begroot

De kosten zijn € 82.581, - hoger dan begroot. Dit geldt ten aanzien van personele kosten, afschrijvingen, verkoopkosten en algemene kosten. Dit heeft met name te maken te maken met niet voorziene kosten van automatisering, website en administratie.

Er zijn risico's

De voornaamste risico's voor 2011 en in de toekomst zijn de inkomsten uit het ondernemersfonds en de participatie van het bedrijfsleven bij een slecht economisch klimaat. Verder is er zorg over de bezuinigingen op de gemeentelijke subsidie voor de Stichting City Marketing Haarlem, daar de organisatie nog een aantal jaren nodig heeft om zich te verankeren bij de partners.

De afhankelijkheid van gemeentelijke subsidie wordt verminderd door verkoop van beeldmerkmerchandise, de nieuwe opzet van de Haarlem Partners pakketten en de commerciële uitbating van de website. In 2010 is de afhankelijkheid van de gemeentelijke subsidie afgenomen.

6. Uitvoering

Na besluitvorming door het College wordt CMH door middel van een vaststellingsbeschikking op de hoogte gesteld van de besluitvorming.

7. Bijlagen

Jaarverslag en jaarrekening 2010 van de Stichting City Marketing Haarlem.



JAARVERSLAG 2010

STICHTING CITY MARKETING HAARLEM / VVV

Verwulft 11
2011 GJ HAARLEM



INHOUDSOPGAVE

Pagina

Accountantsverslag

1 Opdracht	2
2 Resultaatvergelijking	3
3 Financiële positie	4
4 Staat van Herkomst en Besteding van Middelen	5

Jaarverslag

1 Jaarverslag van de directie	6
-------------------------------	---

Jaarrekening

1 Balans per 31 december 2010	18
2 Staat van baten en lasten over 2010	20
3 Kasstroomoverzicht over 2010	21
4 Grondslagen voor waardering en resultaatbepaling	22
5 Toelichting op de balans per 31 december 2010	24
6 Toelichting op de staat van baten en lasten over 2010	29

Overige gegevens

1 Accountantsverklaring	33
2 Bestemming van het resultaat	36



ACCOUNTANTSVERSLAG



Van Rooden
Accountancy

Aan de directie van
Stichting City Marketing Haarlem / VVV
T.a.v. mevrouw Brasser
Verwulft 11

2011 GJ HAARLEM

Haarlem, 31 maart 2011

Geachte directie,

Hiermede brengen wij verslag uit over boekjaar 2010 met betrekking tot Stichting City Marketing Haarlem / VVV.

1. OPDRACHT

Ingevolge uw opdracht hebben wij op basis van de door u gevoerde administratie en overige aan ons verstrekte gegevens de jaarrekening 2010 van de Stichting City Marketing Haarlem / VVV samengesteld.

Voor de accountantsverklaring verwijzen wij naar het hoofdstuk "Overige gegevens" op pagina 34 van dit rapport.

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

Tot het geven van nadere toelichting gaarne bereid,

Hoogachtend,
Van Rooden Accountancy B.V.


Drs. M.W.J. van Rooden



2. RESULTAATVERGELIJKING

Het resultaat over 2010 bedraagt € 60.679.

De afwijkingen van het resultaat ten opzichte van de begroting kan als volgt worden weergegeven:

	jaarrekening 2010 € * 1.000	jaarrekening 2010 %	begroting 2010 €	begroting 2010 %	afwijking 2010 €	afwijking 2010 %
Netto-omzet	1.118	100,0%	974	100,0%	145	14,9%
Kostprijs van de omzet	-11	-0,9%	-10	-1,0%	-1	6,1%
Bruto omzetresultaat	1.108	99,1%	964	99,0%	144	
<u>KOSTEN</u>						
Lonen en salarissen	370	33,1%	360	37,0%	10	2,8%
Sociale lasten	43	3,9%	34	3,5%	9	27,6%
Pensioenlasten	36	3,2%	34	3,5%	2	5,7%
Afschrijvingen	6	0,6%	4	0,4%	3	78,9%
Overige bedrijfskosten	588	52,6%	530	54,4%	58	11,0%
Som der bedrijfslasten	1.044	93,4%	962	98,8%	83	
Bedrijfsresultaat	64	5,7%	2	0,2%	62	
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten	1	0,1%	1	0,1%	-	6,7%
Rentelasten en soortelijke kosten	-4	-0,3%	-3	-0,3%	-1	29,8%
Financiële baten en lasten	-3	-0,3%	-2	-0,2%	-1	
RESULTAAT	61	5,4%	-	0,0%	61	



3. FINANCIËLE POSITIE

Uit de balans is de volgende financieringsstructuur af te leiden:

	2010 x € 1.000	2009 x € 1.000
<u>ACTIEF</u>		
Vaste activa	42	16
Vorraden	65	25
Vorderingen	116	183
Liquide middelen	261	209
	<u>484</u>	<u>433</u>
<u>PASSIEF</u>		
Eigen vermogen	76	15
Langlopende schulden	8	-
Kortlopende schulden	400	418
	<u>484</u>	<u>433</u>
 <u>Beschikbaar op lange termijn:</u>		
Eigen vermogen	76	15
Langlopende schulden	8	-
	<u>84</u>	<u>15</u>
 Waarvan vastgelegd op lange termijn:		
Materiële vaste activa	42	16
	<u>42</u>	<u>-1</u>
 Werkkapitaal		
	<u>42</u>	<u>-1</u>
 Dit bedrag is als volgt aangewend:		
Vorraden	65	25
Vorderingen	116	183
Liquide middelen	261	209
	<u>442</u>	<u>417</u>
 Af: kortlopende schulden	400	418
	<u>42</u>	<u>-1</u>
 Werkkapitaal		
	<u>42</u>	<u>-1</u>



4. STAAT VAN HERKOMST EN BESTEDING VAN MIDDELEN

Uit vorenstaande blijkt dat het werkkapitaal per 31 december 2010 is toegenomen ten opzichte van 31 december 2009 is toegenomen met circa € 43.000. De toename is gespecificeerd in het volgende overzicht:

	2010	
	x € 1.000	x € 1.000
<u>Toename</u>		
Resultaat	61	
Afschrijvingen	6	
Cashflow		67
Opgenomen langlopende schulden		15
		82
Afname:		
Investerings in materiële vaste activa	31	
Aflossing langlopende schulden	2	
Reservering aflossingsverplichting langlopende schulden	5	
		39
Mutatie werkkapitaal		43



JAARVERSLAG

HORLINGS 

Accountants

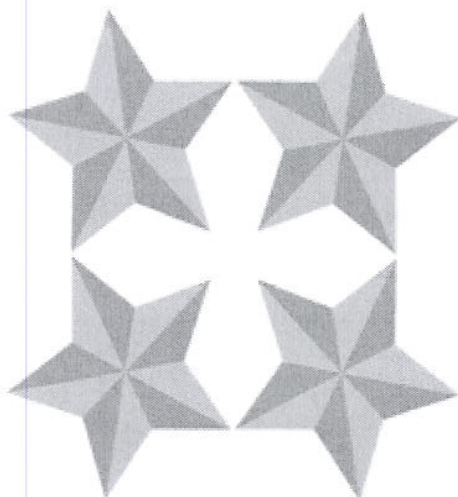
Bronsteeweg 10, 2101 AC Heemstede

T 023 - 516 06 20 F 023 - 531 14 58

Beconnummer: 198882/215600

Jaarverslag 2010

City Marketing Haarlem



CITY MARKETING
HAARLEM

Haarlem, maart 2011

Auteur:

Esther Brasser
Directeur City Marketing Haarlem

HORLINGS ■
Accountants
Bronsteeweg 10, 2101 AC Heemstede
T 023 - 516 06 20 F 023 - 531 14 58
Beconnummer: 198882/215600

VOORWOORD

2010 is het tweede pioniersjaar voor City Marketing Haarlem. Zowel extern als intern is er in dit jaar veel gebeurd en met groot succes !

Ten eerste het beeldmerk voor Haarlem dat vier maanden na lancering al een 80% bekendheid had onder de Haarlemmers. Verder de lancering van de gezamenlijke portal eind september, www.haarlem.nl, die het potentieel van 1 miljoen bezoekers per jaar al na drie maanden met 40% heeft overtroffen. Bovendien is zeer succesvol de nationale huldiging van de Olympische sporters na de Olympische Winterspelen in Vancouver dat door City Marketing Haarlem en de gemeente Haarlem in samenwerking met NOC-NCF wordt georganiseerd. Door onder andere live-coverage op de publieke omroep levert het Warm Welkom een mediawaarde van 13 miljoen euro op. 20.000 bezoekers komen het evenement bezoeken en wordt het door de Haarlemmers uitgeroepen tot het hoogtepunt van 2010.

Ook intern is er veel gebeurd; in maart is binnen de backoffice een nieuwe webmaster aangenomen en is er afscheid genomen van twee fulltimers uit het originele formatieplan. Verder is het marketingplan 2011-2015 geschreven en vastgesteld door het college.

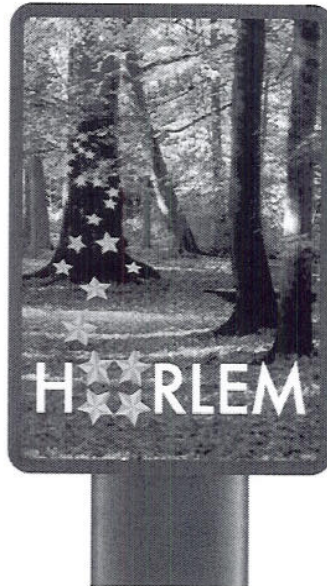
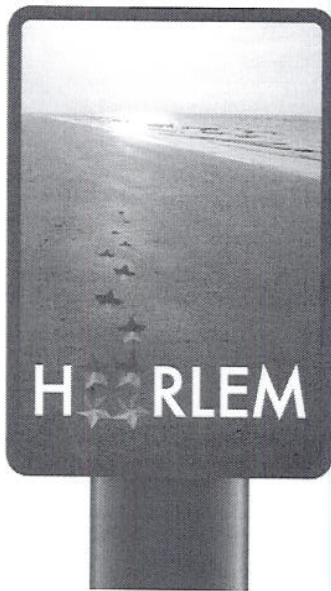
Met betrekking tot de financiën heeft er een reorganisatie plaatsgevonden naar aanleiding van adviezen van de accountant en zijn nu verschillende financiële processen logischer geïntegreerd.

Verder is het publiek-private samenwerkingsverband Haarlem Partners geïntroduceerd waarbij tegenover een bepaalde bijdrage van (horeca) ondernemers publiciteit en deelname aan netwerken van City Marketing Haarlem in een overeenkomst wordt opgenomen.

De functionaliteit van City Marketing Haarlem wordt wel bewezen door de CVO onderzoeken van 2010 die aangeven dat de binnenlandse toerist in 2010 weer 5 miljoen meer in Haarlem uitgeeft (het aantal bezoekers is hoger en ze geven per bezoek meer uit).

Mede hierdoor is er een groot vertrouwen dat City Marketing Haarlem steeds meer geld zal verdienen voor de stad en voor zichzelf. Echter voor het benutten van het maximale potentieel van de organisatie voor de stad is voor de komende jaren een investering vanuit de Gemeente Haarlem nog zeer van belang en bestaat er dus een zorg voor de toekomst in verband met de dreigende bezuinigingen vanuit de Gemeente Haarlem.

H✶RLEM



MISSIE

City Marketing Haarlem stelt zich ten doel het imago van Haarlem zodanig te versterken dat de economische groei van Haarlem boven het landelijk gemiddelde uitstijgt. Hierdoor ontstaan extra bestedingen, arbeidsplaatsen en culturele bedrijvigheid.

Hierbij ligt het zwaartepunt op het aantrekken en vasthouden van de (potentiële) bezoekers aan de stad, omdat verwacht wordt dat City Marketing Haarlem juist op dit gebied een effectieve bijdrage kan leveren. Het gaat hierbij zowel om de particuliere als de zakelijke bezoeker op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal niveau.

ORGANISATIE EN PARTNERS

City Marketing Haarlem als marketingorganisatie voor de stad Haarlem coördineert, initieert en activeert de afstemming tussen vraag en aanbod van bezoekers, bewoners, bedrijven en de organisatoren van evenementen en congressen.

Bij de uitvoering van haar taken richt City Marketing Haarlem zich op samenwerking met de diverse partners in de stad; de culturele instellingen, musea, horeca, winkeliers en de gemeente Haarlem.

Om dit partnerschap te vertalen in een publiek-privaat samenwerkingsverband, wordt in 2010 door City Marketing Haarlem 'Haarlem Partners' opgericht. De Haarlem Partnerships bestaan voor elke sector in drie varianten; goud, zilver en brons e.e.a. in lijn met de intensiviteit van deelname in de online en gedrukte media en de netwerken van City Marketing Haarlem.

Voor de werving van het internationaal toerisme wordt samengewerkt met Amsterdam Partners en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen.

Vanuit het Amsterdams Toerisme en Congressen Bureau participeert City Marketing Haarlem in de metropoolprojecten 'Amsterdam bezoeken Holland Zien' en 'Riviercruise- en motorchartervaart', en ontwikkelt arrangementen die vanuit het Regionaal Economisch Samenwerkings (RES) platform gefinancierd worden.

In aansluiting op de MICE (Meetings, Incentives, Congres and Events) markt van de Metropoolregio Amsterdam richt City Marketing Haarlem zich op het aantrekken van middelgrote meerdaagse congressen, jaarvergaderingen en evenementen.

ALGEMENE INFORMATIE

Afdeling Marketing en Communicatie Activiteiten, producten en diensten

In 2010 vonden per kwartaal en onder leiding van City Marketing Haarlem de volgende activiteiten plaats:

Kwartaal I

- De perspresentatie van de gevulde Haarlem Shoppingbag met de beeldmerkmerchandise zoals de paraplu, het waterflesje en de kortingsbonnen van de participerende winkels in het kader van het winkelthema
- De Haarlem Shoppingbag advertentie campagne (zie plaatje)



- De 'Natuur' beeldmerkcampagne in de driehoeksborden
- Het Warm Welkom op de Grote Markt: op 2 maart wordt door de gemeente Haarlem in samenwerking met NOC-NCF de nationale huldiging van de Olympische sporters na de Olympische Winterspelen Vancouver georganiseerd. Er is live-coverage op de publieke omroep en de huldiging is in alle nieuwsuitzendingen te zien. Haarlemmers lopen massaal uit en op het hoogtepunt van de huldiging zijn er bijna 20.000 mensen op en rond de Grote Markt. Het Warm Welkom levert een mediawaarde van 13 miljoen euro op. Daarnaast wordt het evenement door de Haarlemmers uitgeroepen tot het hoogtepunt van 2010. City Marketing organiseert mede de mediacampagne rondom dit event.
- Voor Haarlem Congresstad vinden de volgende activiteiten plaats:

- 1) mailing naar alle eigenaren van congreslocaties in Haarlem met de vraag om te participeren in een gemeenschappelijk promotietraject
- 2) verwerking gegevens naar aanleiding van de respons op deze mailing
- 3) bijeenkomst hoteleigenaren
- 4) voorbereiding van een tour langs alle locaties met alle locatie eigenaren
- 5) voorbereidingen voor de productie van de gedrukte congreswaaier
- Op het gebied van de Regionale Economische Samenwerking (RES) vinden de volgende activiteiten plaats:
 - 1) plan voor regionale samenwerking opgesteld in samenwerking met Zandvoort
 - 2) presentatie gegeven over dit plan
 - 3) productie arrangement en folder 'Haarlem kust Zandvoort'

Kwartaal II

- Expertsessies voor de Portal Haarlem.nl; in samenwerking met de toeristische websitebouwer Insiders en vormgever Janusian Schwitters vinden er onder leiding van City Marketing Haarlem veel voorbereidende werkzaamheden plaats waaronder de expertsessies per sector (hotels, winkels, culturele instellingen, ondernemers). Hierbij wordt door de betreffende partners input gegeven op de door City Marketing Haarlem voorgestelde werkwijze en uitstraling van de portal www.haarlem.nl.
- Het tweede Nationale City Marketing Congres: op 7 juni wordt in samenwerking met de gemeente Haarlem en evenementenbureau 'De Nieuwe Aanpak' het tweede Nationale City Marketing Congres georganiseerd in de Philharmonie. Zowel de Toneelschuur als het Frans Hals museum leveren een zeer waardevolle bijdrage aan een hoogwaardig programma. Directeur City Marketing Haarlem, Esther Brasser en evenementenmanager van de gemeente Haarlem, Michael Struis geven gezamenlijk een workshop.
- De Haringparty; door City Marketing Haarlem wordt in samenwerking met Niehe & Lancee de eerste haringparty van het jaar georganiseerd bij sociëteit 'Trou moet blijcken'. Zoals ieder jaar is deze bijeenkomst weer het neusje van de zalm op het gebied van Haarlems netwerken.
- De Haarlem ShoppingNight: City Marketing Haarlem organiseert in samenwerking met de gemeente Haarlem, de Philharmonie en de Schalm de eerste Haarlem ShoppingNight op 16 juni: 300 winkeliers nemen deel, 10 winkeliers nemen deel aan de modeshow op de Grote Markt en in de Philharmonie wordt een metamorfose event georganiseerd door kapper en visagist 'Pierrot' (zie onderstaand plaatje). De media ondersteuning is via een poster en freecard campagne/bijlage Haarlems Weekblad/ advertenties HD, Telegraaf.



- UITkrant: in het kader van de gedrukte versie van de uitkrant voor Haarlem zijn er onder leiding van City Marketing Haarlem nog veel besprekingen. Naar aanleiding van de onverenigbare doelstellingen tussen de partners concentreert City Marketing Haarlem zich de komende tijd op de digitale UITagenda, zoals die opgenomen is in de website.

Kwartaal III:

- Haarlem Culinaire van 5-8 augustus: speciale banners met beeldmerk en url worden geproduceerd voor evenementen, het eerste evenement is Haarlem Culinaire dat de banners in gebruik neemt. Verder wordt tijdens het evenement de Haarlem promotiefilm gedraaid en vindt de verkoop plaats van de Slow Food Shoppingbag door Haarlemse Bloemenmeisjes.
- Haarlem Jazz: op 18 augustus start het 5 daags Haarlem Jazz: City Marketing Haarlem draagt bij aan pr en communicatie en de speciaal voor evenementen geproduceerde banners worden ook hier gebruikt.
- ZANGO festival: van dinsdag 7 t/m zondag 12 september vindt het eerste zang- en tangofestival in Haarlem plaats. Beeldmerk van de stad is opgenomen in het logo van het festival en er is een geslaagde combinatie met:
- De Open Monumentendagen op 11 en 12 september: De organisatie en uitvoering van de Open Monumentendagen vindt plaats onder leiding van City Marketing Haarlem. Er wordt een folder 'De Smaak van de 19^e eeuw' een wandeling langs 19^e eeuwse winkelpanden- uitgebracht; het programmaboekje en de wandelfolder wordt samengesteld en geproduceerd. Bovendien is de algehele persbenadering ook in handen van City Marketing Haarlem.
Speciaal ter ere van de Open Monumentendagen wordt er in opdracht van City Marketing Haarlem het tweede gedeelte van de Haarlemse Monumenten DVD geproduceerd waarop 8 monumentenfilms te zien zijn. Wederom wint Haarlem in 2010 de prijs voor de best georganiseerde Monumentendagen in Noord-Holland, de prijs wordt uitgereikt door de directeur van het Bouwfonds.
- Fabulous Food Festival in de Lichtfabriek: op 19 september wordt de folder slowfood gepresenteerd tijdens het Fabulous Food Festival. City Marketing Haarlem draagt bij aan de pr en communicatie.
- Lancering van de portal www.haarlem.nl: op 23 september wordt de portal en nieuwe website www.haarlem.nl gelanceerd, dit wordt bekendgemaakt via o.a. social media (Twitter, Hyves, Facebook en LinkedIn) en het Haarlems

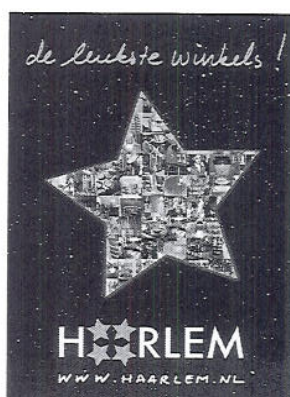
HARLEM

Dagblad, Haarlem dit weekend en het Haarlems weekblad en andere media. Onderdeel van de campagne is de nieuwe promotiefilm die vanaf dan op de nieuwe site bekeken kan worden en de speciale fietsen met sandwich borden die overal in de stad worden neergezet om de nieuwe Haarlem site bekend te maken.

- Het Madness & Arts festival (derde editie) van 24 september t/m 3 oktober waarbij de stad Haarlem in het teken is gezet van kunst en gekte. Het festival heeft ruim 17.000 bezoeken getrokken en had een media waarde van ruim 280.000 euro.

Kwartaal IV:

- Oktober=kindermaand: door City Marketing Haarlem georganiseerd; allerlei kinderactiviteiten in samenwerking met partners in de stad, van excursies in musea tot verschillende workshops.
- Organisatie Beste Winkel (opzet en bijhouden stem-website, publiciteit en feestelijke uitreiking) de uitreiking vindt plaats in november en wordt geheel georganiseerd door City Marketing Haarlem (zie bijgaand de freecard die is uitgebracht voor deze organisatie).



Persbezoeken

- Libelle (gepubliceerd in nr 52 2010)
- Vriendin (voorjaar 2011)

Producten 2010

- 6 winkelroutes worden geproduceerd in de nieuwe huisstijl, alsmede een nieuwe envelop met kortingsbonnen
- Beeldmerk merchandise wordt ontwikkeld;
 - vilten tas met beeldmerk
 - paraplu met beeldmerk
 - waterflesje met beeldmerk
- De Moederdag Shoppingbag
- De Congreswaaier die wordt gemaild naar congresorganisatoren
- De geprinte versie van de UITagenda
- De Slow-Food Folder

- De speciale folder voor de Open Monumentendagen

Arrangementen 2010

In 2010 zijn er 549 arrangementen geboekt ten opzichte van 577 arrangementen in 2009. Zeer waarschijnlijk heeft dit met de recessie te maken waardoor minder bedrijven bedrijfsuitjes zijn gaan organiseren in 2010. De winstgevendheid (50 euro per arrangement) lag ook iets lager dan in 2009.

VVV Afdeling Toeristen informatie

De maanden **januari** en **februari** waren rustige maanden qua bezoekers, zoals ook in voorgaande jaren. In januari verscheen de Haarlem brochure in de talen Nederlands, Engels en Duits in een totale oplage van 31.000 stuks. Tevens zat er in de Nederlandse uitgave een arrangementen insert. Op 1 **maart** was ondergetekende 25 jaar in VVV dienst.

De presentatie van de Shoppingbag op 9 maart met de daaraan gekoppelde publiciteit genereerde traffic naar het informatiekantoor. Tevens vonden de jaarlijkse fuctioneringsgesprekken met de medewerkers plaats.

Bernadette van de Veer is de nieuwe begeleidster geworden van de Haarlemse Bloemenmeisjes. Deze functie combineert zij met haar inzet als informatie- medewerkster.

Eind maart verscheen de vernieuwde centrumplattegrond Haarlem met een oplage van 25.000 stuks. Inkoop gratis, verkoop: € 1,-. Er zijn er 12.903 van verkocht wat een netto winst opleverde van ruim € 10.000,-. Ook werden er 5.300 exemplaren gratis verstrekt ter promotie aan adverteerders, (toeristisch) bedrijfsleven, congresorganisatoren en groepsbezoeken.

De maanden **april** en **mei** kenmerkten zich door een stroom aan, vooral buitenlandse toeristen, die veelal voor de bloemen en de Keukenhof kwamen. Veel vraag naar fietsverhuur omdat men de "Bollenstreek" graag per fiets bezoekt. Uiteraard was het Bloemencorso weekend (24 en 25 april) weer drukbezocht.

De gratis plattegrond van het nieuwe fietsknooppunten netwerk Zuid-Kennemerland vond gretig aftrek. Met als gevolg dat de verkoop van de betaalde kaarten van de ANWB/VVV daalde.

Per 10 mei heeft Jan-Hein van Draaijen zich om privé redenen ziek moeten melden. Zijn afwezigheid kon door collega's en oproepkrachten worden opgevangen.

Gedurende het jaar bleven er problemen met de huisvesting en dan voornamelijk op het gebied van lekkage. Verhuurder Cobraspen reageerde altijd direct op de klachten, maar is nog steeds bezig om naar een definitieve oplossing te zoeken.

Met directie, administratiekantoor, accountant en ondergetekende zijn goede afspraken gemaakt over de financiële zaken en trajecten op het Verwulft.

Juli en **augustus** waren de drukste maanden met veel binnen- en buitenlandse toeristen. Opmerkelijk veel bezoekers die met de boot naar

Haarlem kwamen. Het Havenkantoor bestelde extra brochures en ook aan de balie was dat merkbaar.

In augustus werden nieuwe computers geplaatst.

Op 10 **september** werd deel 2 van de DVD 'Monumentale Verhalen' gepresenteerd. Een groot succes! Door diverse publicaties in de lokale media werd ook de interesse in deel 1 aangewakkerd wat resulteerde in een bijbestelling daarvan.

Voor het glossy magazine HRLM kwamen veel bezoekers naar het Verwulft om vaak meerdere exemplaren tegelijk op te halen. Veel klanten hebben dit blad naar familie en vrienden in binnen- en buitenland gestuurd.

Door de weersomstandigheden was de Herfstvakantie (**oktober**) dit jaar minder druk dan vorig jaar.

Jan-Hein van Draaijen keerde per 1 **november** fulltime terug van ziekteverlof. Zijn werkzaamheden voor de website zijn overgenomen door Amber Smeenk.

De geprinte versie van de Uitagenda van de website is een succes.

Het kassa systeem veroorzaakte problemen met het doorboeken van de voorraden. Dit had te maken met een up-date van Multivers (de software van de kassa).

De maand **december** was het druk rondom het verwerken van de bestellingen van de diverse geschenkbonnen door bedrijven en particulieren.

De landelijke **VVV Cadeaubon** loopt ongeveer 10% achter t.o.v. 2009 (zie bijlage). Dat werd veroorzaakt door het wegvallen van een paar grote klanten. Echter, in deze maand is een andere grote klant met een gemiddelde omzet van € 300.000,= op jaarbasis weer bij ons teruggekeerd.

Het gebruik van de drie **touchscreens** is nog steeds minimaal. Ongeveer 4,5% van de bezoekers maakt gebruik van dit medium.

Door een toename van het internet daalde het aantal **telefonische** inlichtingen met 1.044 (van 4.885 in 2009 naar 3.841 in 2010).

Het aantal beantwoorde **e-mails** ligt rond de 7.500.

De **bezoekersaantallen** zijn gestegen met ruim 10.000 (zie bijlage). In het toeristische seizoen van april t/m september kwamen er ruim 8.000 meer klanten naar het Verwulft.

De zaterdagen waren de drukstbezochte dagen met vooral veel binnen- en buitenlandse dagtoeristen die geïnteresseerd waren in stads- en of hofjeswandelingen, musea, cultuur en winkelen.

De buitenlandse toeristen die een bezoek brachten aan het VVV Informatiekantoor kwamen voornamelijk uit o.a. Duitsland, België, Frankrijk, Engeland, Spanje, Italië, de Verenigde Staten, Israël en Japan.

BEZOEKERSAANTALLEN KANTOOR HAARLEM

<u>MAAND:</u>	<u>JAAR:</u> 2010	<u>JAAR:</u> 2009	<u>JAAR:</u> 2008	<u>JAAR:</u> 2007
<u>JANUARI</u>	4.525	7.992	7.786	6.739
<u>FEBRUARI</u>	7.887	9.715	10.063	7.927
<u>MAART</u>	8.930	verhuismaand/ opening Verwulft	9.859	10.053
<u>APRIL</u>	12.427	10.060	14.175	14.872
<u>MEI</u>	11.138	10.398	14.848	13.291
<u>JUNI</u>	10.386	9.315	13.500	13.407
<u>JULI</u>	15.017	12.942	18.923	17.356
<u>AUGUSTUS</u>	17.892	17.094	21.058	21.914
<u>SEPTEMBER</u>	11.299	10.310	13.180	12.612
<u>OKTOBER</u>	9.652	10.191	11.480	11.337
<u>NOVEMBER</u>	6.169	6.551	8.056	9.464
<u>DECEMBER</u>	6.083	6.808	8.846	8.112
<u>TOTAAL:</u>	121.405	111.376	151.774	147.084
april t/m september	78.159	70.119	95.684	93.452

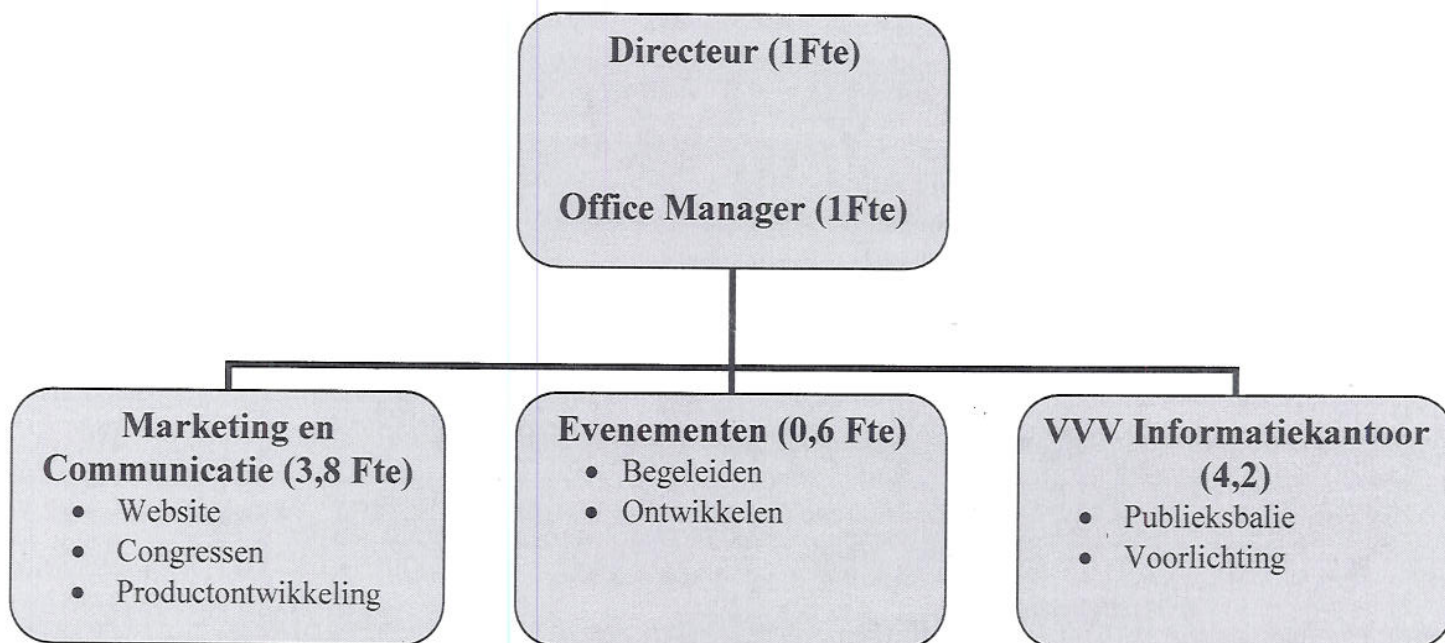
BEDRIJFSVOERING

Huisvesting, personeel en financiën

CMH heeft in totaal 10,6 formatieplaatsen. De organisatie is verdeeld in een backoffice (Marketing en Communicatie en Evenementen) dat is gebaseerd op het stadhuis en een front office (het VVV informatiekantoor) op het Verwulft. Deze twee verschillende locaties hebben nog steeds een belemmerd effect op de interne communicatie en maakt de hechting van de fusie (VVV / Haarlem Promotie) niet makkelijker.

City Marketing Haarlem heeft in 2010 van de gemeente Haarlem een subsidie gekregen van 704.106 euro. Verder is er 59.666 euro aan sponsorbijdragen, 44.726 euro in de vorm van provisie Irischeques en 22.682 euro uit opbrengsten van arrangementen binnengekomen. De gemeente stuurt CMH aan met een prestatiecontract.

Raad van Toezicht



Kosten die afwijken van de begroting

Omschrijving	Begroot	Werkelijk	Vershil
Personele kosten	428.000	449.551	21.551
Afschrijvingen	* 3.500	6.263	2.763
Overige personeelskosten	12.000	12.086	86
Huisvestingskosten	94.000	92.899	-1.101
Kantoorkosten	* 45.000	50.310	5.310
Verkoopkosten	* 325.000	364.571	39.571
Algemene kosten	* 54.000	68.401	14.401
Totaal	961.500	1.044.081	82.581

* afwijking werkelijk ten opzichte van begroting > 10%

Afschrijvingen

De afschrijvingen zijn hoger dan begroot, daar er in tegenstelling tot de begroting aanzienlijke investeringen in materiële vaste activa zijn gedaan. Hierdoor zijn derhalve ook de afschrijvingen hoger.

Kantoorkosten

De kantoorkosten zijn hoger dan begroot, daar er in het boekjaar diverse aanpassingen en verbeteringen zijn geweest in de automatisering van de Stichting City Marketing Haarlem / VVV. Deze extra kosten waren niet voorzien.

Verkoopkosten

De Verkoopkosten zijn hoger dan begroot, daar er in het boekjaar noodzakelijkerwijs extra investeringen hebben plaatsgevonden naar aanleiding van de NDTRC (landelijke database VVV) koppeling van de nieuwe website. Deze kosten waren niet voorzien, door onverwachte kinderziekten van deze nieuwe database.

Algemene kosten

De afwijking van de algemene kosten is terug te voeren op de werkelijke hogere administratiekosten dan begroot. In 2010 is een grotere vraag geweest tot administratieve bijstand, dan voorzien.

Voornaamste risico's en onzekerheden

De voornaamste risico's voor 2011 en in de toekomst zijn de inkomsten via het ondernemersfonds (staan in 2011 wederom voor 100.000 euro op de begroting) en de participatie vanuit het bedrijfsleven bij een slecht economisch klimaat. Verder bestaat er een grote zorg ten aanzien van de continuïteit van de gemeentelijke subsidie voor City Marketing Haarlem, daar de organisatie nog een aantal jaren nodig heeft om zich te verankeren bij de partners.

Conclusie

Veel initiatieven van City Marketing Haarlem hebben een succesvolle samenwerking tussen de partners in de stad laten zien wat ook de gedeelde beleving van de bezoekers in de stad ('softe' citymarketing) veel goed heeft gedaan.

Voor 2012 is de verdere hechting van de fusie voor de organisatie intern een management focus; het verder stroomlijnen en ineen vlechten van twee verschillende culturen en processen met een daaruit voortvloeiende taakverdeling.

Bovendien zal de stad Haarlem als merk verder versterkt worden door middel van de beeldmerkcampagne gebaseerd op het in eind november gelanceerde beeldmerk en de nieuwe portal www.haarlem.nl.

Tot Slot

Een woord van dank aan allen die hebben bijgedragen aan het resultaat van het eerste jaar City Marketing Haarlem; het team, de leden van de Raad van Toezicht, de culturele instellingen, de horeca instellingen, de winkeliers en de gemeente Haarlem.

We gaan voor een wederom verdere stijging van de bestedingen in Haarlem in 2012 en daarmee een verdere groei van de Haarlemse economie !

Esther Brasser

Directeur City Marketing Haarlem



JAARREKENING



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

1. BALANS PER 31 DECEMBER 2010

(na winstbestemming)

		31 december 2010		31 december 2009	
		€	€	€	€
ACTIVA					
<u>VASTE ACTIVA</u>					
<u>Materiële vaste activa</u>					
Inrichting en inventaris	1.)		41.712		16.477
<u>VLOTTENDE ACTIVA</u>					
<u>Vorraden</u>	2.)		64.978		24.918
<u>Vorderingen</u>	3.)				
Debiteuren		10.784		63.152	
Omzetbelasting		63.995		38.469	
Pensioenlasten		-		943	
Overige vorderingen en overlopende activa		40.870		80.597	
			115.648		183.161
Liquide middelen	4.)		261.230		208.803

483.567

433.359

HORLINGS ■
Accountants
Bronsteeweg 10, 2101 AC Heemstede
T 023 - 516 06 20 F 023 - 531 14 58
Beconnummer: 198882/215600



		31 december 2010		31 december 2009	
		€	€	€	€
PASSIVA					
<u>EIGEN VERMOGEN</u>	5.)				
Stichtingskapitaal		91		91	
Overige reserves		75.863		15.184	
			75.954		15.275
<u>LANGLOPENDE SCHULDEN</u>	6.)				
Lening Rabobank			7.911		-
<u>KORTLOPENDE SCHULDEN</u>	7.)				
Schulden aan kredietinstellingen		-		21.592	
Aflossingsverplichting langlopende schulden		5.004		-	
Crediteuren		31.873		22548	
Loonheffing		20.454		19.425	
Pensioenlasten		281		-	
Overige schulden en overlopende passiva		342.091		354.519	
			399.702		418.084

HORLINGS ■
Accountants
Bronsteeweg 10, 2101 AC Heemstede
T 023 - 516 06 20 F 023 - 531 14 58
Beconnummer: 198882/215600

483.567

433.359



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

2. STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER 2010

		<u>Jaarrekening 2010</u>	<u>Begroting 2010</u>	<u>Jaarrekening 2009</u>
		€	€	€
Netto-omzet	8.)	1.118.198	973.500	923.309
Kostprijs van de omzet	9.)	-10.610	-10.000	-21.165
Bruto omzetresultaat		1.107.588	963.500	902.144
<u>KOSTEN</u>				
Lonen en salarissen	10.)	370.231	360.000	270.965
Sociale lasten	11.)	43.397	34.000	36.566
Pensioenlasten	12.)	35.923	34.000	37.600
Afschrijvingen	13.)	6.263	3.500	1.715
Overige bedrijfskosten	14.)	588.268	530.000	685.222
Som der bedrijfslasten		1.044.082	961.500	1.032.068
Bedrijfsresultaat		63.507	2.000	-129.924
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten		1.067	1.000	1.626
Rentelasten en soortelijke kosten		-3.895	-3.000	-3.540
Financiële baten en lasten		-2.828	-2.000	-1.914
RESULTAAT		60.679	-	-131.838



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

3. KASSTROOMOVERZICHT 2010

(het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode)

	2010		2009	
	€	€	€	€
Kasstroom uit operationele activiteiten:				
Bedrijfsresultaat	63.507		-154.166	
Aanpassingen voor: Afschrijvingen	6.263		1.715	
Mutatie in het werkkapitaal:				
Mutatie vorderingen	67.513		-100.692	
Mutatie voorraden	-40.060		53.080	
Mutatie kortlopende schulden (excl. aflossingsverplichting)	-23.386		78.177	
		73.837		-121.886
Rentelasten		-2.828		-1.914
Kasstroom uit operationele activiteiten		71.009		-123.800
Kasstroom uit investeringsactiviteiten:		-31.498		-18.192
Kasstroom uit financieringsactiviteiten:				
Toename eigen vermogen i.v.m. opheffing stichting Hapro	-		170.612	
Opgenomen langlopende schulden	15.000		-	
Aflossing langlopende schulden	-2.085		-	
		12.915		170.612
Mutatie geldmiddelen		52.426		28.620
Samenstelling geldmiddelen:				
Liquide middelen per 1 januari		208.804		180.183
Mutatie geldmiddelen		52.426		28.620
Liquide middelen per 31 december		261.230		208.803



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

4. GRONDSLAGEN VOOR WAARDERING EN RESULTAATBEPALING

Algemeen

De jaarrekening is opgemaakt op basis van historische kostprijs. De waardering van activa en passiva geschiedt, voor zover niet anders is vermeld, tegen nominale waarde.

Winsten worden toegerekend aan de periode waarin ze zijn gerealiseerd. Verliezen worden verantwoord in het jaar waarin ze voorzienbaar zijn.

Algemene grondslagen voor de opstelling van de jaarrekening

De jaarrekening is opgesteld volgens de bepalingen van Titel 9 Boek 2 BW.

Grondslagen voor de waardering van activa en passiva

Materiële vaste activa

De materiële vaste activa worden gewaardeerd tegen aanschaffingswaarde of vervaardigingskosten verminderd met afschrijvingen bepaald op basis van de geschatte levensduur rekening houdend met een eventuele restwaarde. De afschrijvingen bedragen een vast percentage van de aanschaffingswaarde of vervaardigingskosten.

Bij het vaststellen van de afschrijvingspercentages is rekening gehouden met de fiscale beperking van de afschrijvingen. Voor zover de afschrijvingen op basis van de verwachte economische levensduur hoger zijn dan wat fiscaal toelaatbaar wordt geacht is de afschrijving gemaximeerd op hetgeen fiscaal is toegestaan.

Voorraden

De voorraden grond- en hulpstoffen, alsmede de handelsvoorraden, worden gewaardeerd tegen verkrijgingsprijs dan wel lagere marktwaarde voor zover nodig onder aftrek van een voorziening voor incourantheid.

Vorderingen en overlopende activa

Vorderingen worden gewaardeerd tegen nominale waarde onder aftrek van voorzieningen wegens oninbaarheid.

Liquide middelen

De liquide middelen worden gewaardeerd tegen nominale waarde.

Schulden

Schulden worden gewaardeerd tegen nominale waarde tenzij anders is bepaald.

Grondslagen voor resultaatbepaling

Algemeen

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



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

Resultaatbepaling

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

Netto-omzet

De netto-omzet betreft de opbrengst van de in het verslagjaar aan derden geleverde goederen en diensten na aftrek van kortingen en omzetbelasting.

Kostprijs van de omzet

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

Brutobedrijfsresultaat/Brutomarge

Het brutobedrijfsresultaat bestaat uit de netto-omzet, de wijzigingen in de voorraad gereed product en goederen in bewerking, de geactiveerde productie ten behoeve van het eigen bedrijf, de overige bedrijfsopbrengsten, de kosten van grond- en hulpstoffen en de kosten van uitbesteed werk en andere externe kosten.

Afschrijvingen

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

Financieel resultaat

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

Belastingen

De belastingen worden berekend op basis van het verantwoorde resultaat, rekening houdend met fiscaal vrijgestelde posten en geheel of gedeeltelijk niet aftrekbare kosten.

Grondslagen voor de opstelling van het kasstroomoverzicht

Het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode.



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

5. TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 DECEMBER 2010

ACTIVA

VASTE ACTIVA

	Boekwaarde 01-01-2010	Investerings 2010	Afschrijvingen 2010	Boekwaarde 31-12-2010
1.) <u>Materiële vaste activa</u>	€	€	€	€
Inrichting en inventaris	16.477	31.498	-6.263	41.712
		Oorspronkelijke aanschafwaarde	Cumulatieve afschrijvingen	Boekwaarde 31-12-2010
		€	€	€
Inrichting en inventaris		49.690	-7.978	41.712

Afschrijvingspercentages

De gehanteerde afschrijvingspercentages luiden als volgt:

Inrichting en inventaris	20%
--------------------------	-----

VLOTTENDE ACTIVA

Voorraden

De specificatie luidt als volgt:

2.)		
VVV geschenkbonnen	50.308	14.128
Theaterbonnen	-	1.965
Bioscoopbonnen	3.188	1.588
Dinercheques	3.275	-
Centrumplattegronden	-	5
Drukwerk	3.755	3.449
Strippenkaarten	970	1.850
Souvenirs	1.833	1.237
Overige voorraden	1.650	696
	64.978	24.918



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

		31-12-2010	31-12-2009
		€	€
<u>Vorderingen</u>	3.)		
<u>Omzetbelasting</u>			
De specificatie luidt als volgt:			
Aangifte december		6.165	2.692
Aangifte november		965	2.256
Aangifte september		23.344	
Teveel afgedragen over 2009		33.521	33.521
		<u>63.995</u>	<u>38.469</u>
<u>Overige vorderingen en overlopende activa</u>			-
De specificatie luidt als volgt:			
Nog te ontvangen omzet		178	-
Verkopen geschenkbonnen door derden		-	7.250
Bankrente		1.262	1.625
Netto lonen		-	1.244
Contributies en abonnementen		138	-
Waarborgsommen		990	990
VVV geschenkbonnen		1.248	971
Theaterbon inname		-	53
Gemeente Zandvoort subsidie		-	27.048
Diverse goederen		-	159
Vooruitbetaalde huur		9.254	-
Huur inventaris		1.413	-
Onderhoud inventaris		650	-
Reiskostenvergoedingen		1.595	-
Door te belasten personeel		5.508	-
Telefoonkosten		133	425
Bijdrage uit het ondernemersfonds		-	25.000
RES subsidies		12.500	-
Provisie geschenkbonnen		6.000	12.116
Diverse vooruitbetaalde bedragen		-	3.716
		<u>40.869</u>	<u>80.597</u>



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

Liquide middelen

4.)

De specificatie luidt als volgt:

	31-12-2010 €	31-12-2009 €
Kassen	3.255	1.740
ABN-AMRO bank, rekening-courant	1.441	1.538
ABN-AMRO bank, deposito	494	489
Rabobank, rekening-courant (048)	-	752
Rabobank, rekening-courant (370)	-	166.349
Rabobank, rekening-courant (989)	79.399	-
Rabobank, bedrijfsplusrekening	15.589	15.589
Rabobank, bedrijfstelerekening	142.888	320
ING bank, rekening-courant (540)	4.163	2.220
ING bank, rekening-courant (473)	12.988	13.015
Mees Pierson, rekening-courant	78	78
Mees Pierson, geldmarkt rekening	72	72
Gelden onderweg	864	6.641
	<u>261.230</u>	<u>208.803</u>



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

PASSIVA

EIGEN VERMOGEN

5.)

Overige reserves

Het verloop is als volgt:

Stand per 1 januari

Resultaatbestemming boekjaar

Toename eigen vermogen i.v.m. opheffing stichting Hapro

2010	2009
€	€
39.426	652
60.679	-131.838
100.105	-131.186
-	170.612
100.105	39.426

LANGLOPENDE SCHULDEN

6.)

Lening Rabobank

Het verloop is als volgt:

Stand per 1 januari

Opgenomen gelden

Aflossing

Stand per 31 december

Aflossingsverplichting

Langlopend deel per 31 december

-	-
15.000	-
15.000	-
-2.085	-
12.915	-
-5.004	-
7.911	-

KORTLOPENDE SCHULDEN

7.)

31-12-2010	31-12-2009
€	€

Schulden aan kredietinstellingen

De specificatie luidt als volgt:

Rabobank, rekening-courant (989)

-	21.592
---	--------

Aflossingsverplichtingen langlopende schulden

De specificatie luidt als volgt:

Lening Rabobank

5.004	-
-------	---

Loonheffing

Aangifte december

Tekort afgedragen over 2009

Loonheffing oude jaren

20.454	12.285
-	5.740
-	1.400
20.454	19.425



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

	31-12-2010	31-12-2009
	€	€
<u>Overige schulden en overlopende passiva</u>		
De specificatie luidt als volgt:		
Reservering vakantiegeld	18.311	16.820
Reservering vakantiedagen	21.537	28.000
Accountants- en administratiekosten	15.000	10.000
Bankrente en -kosten	524	764
Netto lonen	1.205	-
Parkeerkosten	64	-
Energiekosten	2.371	5.123
Reclame- en advertentiekosten	-	5.664
Nog te betalen geschenkbonnen e.d.	274.596	282.483
Kosten overige evenementen	-	3.504
Vooruitontvangen bedragen N.V. Haarlem	7.155	-
Kosten Arbodienst	-	130
Portokosten	207	775
Telefoonkosten	120	110
Belastingen onroerend goed	1.000	1.146
	<u>342.091</u>	<u>354.519</u>

ZEKERHEDEN

Tot zekerheid voor de verstrekte financiering door de Rabobank gelden o.a.:

- Pandrecht op alle huidige en toekomstige voorraden;
- Pandrecht op alle huidige en toekomstige inventaris;
- Pandrecht op alle huidige en toekomstige rechten/vorderingen al dan niet voortvloeiende uit huidige en toekomstige rechtsverhoudingen uit hoofde van bedrijf of beroep van de debiteur, met alle aan deze rechten/vorderingen verbonden rechten en zekerheden en terzake van die vorderingen de rechten uit verzekeringsovereenkomsten.

NIET IN DE BALANS OPGENOMEN VERPICHTINGEN

Huurverplichtingen onroerende zaken

Door de stichting is een huurovereenkomst afgesloten ten behoeve van de bedrijfsruimte aan de Verwulft 11 te Haarlem. De overeenkomst is aangegaan voor de duur van 5 jaar met ingang van 15 november 2008.

Na het verstrijken van deze periode wordt de periode telkens met 5 jaar verlengt.

De jaarlijkse huurverplichting bedraagt € 35.000.



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

6. TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER 2010

	Jaarrekening 2010 €	Begroting 2010 €	Jaarrekening 2009 €
8.) <u>Netto omzet</u>			
Omzet balieverkopen	39.388	40.000	35.387
VVV geschenkbonnen	44.726	30.000	66.117
Bemiddelingsbijdrage	5.166	10.000	8.297
Arrangementen	22.682	20.000	29.776
Sponsoring bedrijfsleven	59.666	20.000	26.584
Bijdragen inzake promotie/marketing	1.466	2.000	1.983
Opbrengst informatienummer	2.349	-	3.165
Opbrengst verkopen	175.442	122.000	171.309
Subsidie gemeente Haarlem	454.106	454.000	452.000
Doelsubsidie gemeente Haarlem	250.000	250.000	235.000
Huisvestingssubsidie gemeente Haarlem	35.000	35.000	35.000
Bijdrage uit het ondernemersfonds	100.000	100.000	25.000
RES subsidie	37.500	12.500	-
Subsidie Monumentendagen	17.000	-	-
Subsidie versterking eigen vermogen	49.151	-	-
Subsidie gemeente Bloemendaal	-	-	5.000
Totaal subsidies	942.757	851.500	752.000
Totaal opbrengsten	1.118.198	973.500	923.309
9.) <u>Kostprijs van de omzet</u>			
Kostprijs balieverkopen	10.610	10.000	14.176
Afboeken incurante voorraden	-	-	6.989
	10.610	10.000	21.165



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

	Jaarrekening 2010 €	Begroting 2010 €	Jaarrekening 2009 €
<u>Lonen en salarissen</u>			
10.) Bruto salarissen	387.215		414.215
Managementfee interim manager	-		35.113
kosten detachering	-		42.199
Reservering vakantiedagen/-geld	22.599		-1.868
Loonheffing spaarloonregeling	460		562
Werkgeversbijdrage zorgverzekering	24.508		
Subtotaal lonen en salarissen	434.782		490.221
Ontvangen ziekengeld	-5.478		-379
Kosten t.b.v. promotiewerkzaamheden	-		-28.459
Kosten bloemenmeisjes	-19.500		-26.896
Kosten gidsen (arrangementen)	-21.072		-17.648
Doorbelaste personeelskosten	-18.501		-145.874
	370.231	360.000	270.965
<u>Sociale lasten</u>			
11.) Sociale lasten bedrijfsvereniging	33.373		29.925
Premie ziekteverzuimverzekering	10.025		6.641
	43.397	34.000	36.566
<u>Pensioenlasten</u>			
12.) Pensioenpremies	35.923	34.000	37.600
<u>Afschrijvingen</u>			
13.) Afschrijvingen inrichting en inventaris	6.263	3.500	1.715
<u>Overige bedrijfskosten</u>			
14.) Overige personeelskosten	12.086	12.000	16.622
Huisvestingskosten	92.899	94.000	99.374
Kantoorkosten	50.310	45.000	48.459
Autokosten	-	-	12.729
Verkoopkosten	364.571	325.000	373.132
Algemene kosten	68.401	54.000	56.512
Incidentele bedrijfslasten	-	-	78.394
	588.268	530.000	685.222



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

	Jaarrekening 2010 €	Begroting 2010 €	Jaarrekening 2009 €
<u>Overige personeelskosten</u>			
Reiskostenvergoedingen	4.476		3.860
Onkostenvergoedingen	845		95
Kantinekosten	503		233
Opleidingskosten	1.524		8.583
Kosten arbodienst	1.364		737
Overige personeelskosten	3.374		3.114
	<u>12.086</u>	<u>12.000</u>	<u>16.622</u>
<u>Huisvestingskosten</u>			
Huur	72.325		72.336
Energiekosten	6.496		11.089
Vaste lasten	797		1.907
Assuranties onroerend goed	1.250		1.220
Onderhoud onroerend goed	450		139
Beveiligingskosten	5.141		5.757
Schoonmaakkosten	5.894		5.891
Overige huisvestingskosten	547		1.035
	<u>92.899</u>	<u>94.000</u>	<u>99.374</u>
<u>Kantoorkosten</u>			
Kantoorbenodigdheden	4.528		3.530
Drukwerk	276		2.745
Automatiseringskosten	16.278		10.121
Communicatiekosten	18.238		15.850
Porti	2.442		6.021
Contributies, abonnementen	8.073		10.192
Vakliteratuur	476		-
	<u>50.310</u>	<u>45.000</u>	<u>48.459</u>
<u>Autokosten</u>	-	-	12.729
<u>Verkoopkosten</u>			
Reclame- en promotiekosten	315.784		317.180
Representatiekosten	2.276		7.045
Relatiegeschenken	262		-
Kosten Bloemenmeisjes	23.096		32.467
Beurskosten	3.925		3.798
Mutatie voorziening dubieuze deb.	-		-8.226
Vrachtkosten	2.667		2.528
Kosten VVV geschenkbonnen	16.164		16.661
Overige verkoopkosten	397		1.679
	<u>364.571</u>	<u>325.000</u>	<u>373.132</u>



Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem

	Jaarrekening 2010	Begroting 2010	Jaarrekening 2009
	€	€	€
<u>Algemene kosten</u>			
Accountantskosten	11.357		11.070
Administratiekosten	29.249		16.392
Advieskosten	5.015		-
Bestuurskosten	3.054		2.687
Verzekeringen	3.562		3.516
Huur inventaris	9.633		12.536
Onderhoud inventaris	5.292		3.106
Kleine aanschaffingen	150		846
Overige algemene kosten	1.088		6.359
	<u>68.401</u>	<u>54.000</u>	<u>56.512</u>
<u>Incidentele bedrijfslasten</u>			
Hogere kosten interim directie	-	-	33.317
Wervingskosten	-	-	9.515
Verhuiskosten	-	-	3.868
Automatiseringskosten	-	-	16.753
Advieskosten	-	-	2.941
Administratiekosten	-	-	12.000
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>78.394</u>
<u>Rentebaten en soortgelijke opbrengsten</u>			
Ontvangen bankrente	<u>1.067</u>	<u>1.000</u>	<u>1.626</u>
<u>Rentelasten en soortgelijke kosten</u>			
Bankrente en -kosten	3.191	3.000	3.540
Rente en kosten lening Rabobank	704	-	-
	<u>3.895</u>	<u>3.000</u>	<u>3.540</u>



OVERIGE GEGEVENS

Aan de directie van de
Stichting City Marketing Haarlem / VVV
Verwulft 11
2011 GJ Haarlem

1. CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Afgegeven ten behoeve van de Gemeente Haarlem

Verklaring betreffende de jaarrekening

Ingevolge uw opdracht hebben wij de bijgevoegde door ons gewaarmerkte jaarrekening 2010 voor het jaar eindigend op 31 december 2010 van Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem gecontroleerd. Deze jaarrekening bestaat uit de balans per 31 december 2010 en de staat van baten en lasten over 2010 met de toelichting, waarin zijn opgenomen een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

Verantwoordelijkheid van het bestuur

Het bestuur van de Stichting is verantwoordelijk voor het opmaken van de jaarrekening die het vermogen en het resultaat getrouw dient weer te geven, alsmede voor het opstellen van het jaarverslag, beide in overeenstemming met Algemene Subsidieverordening van de Gemeente Haarlem en de Algemene Wet Bestuursrecht en de relevante verplichtingen opgenomen in de verleningsbeschikking met kenmerk: 2009/242449, d.d. 7 december 2009 en in overeenstemming met Titel 9 Boek 2 van het in Nederland geldende Burgerlijk Wetboek (BW). Het bestuur is tevens verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing als het noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten.

Verantwoordelijkheid van de accountant

Onze verantwoordelijkheid is het geven van een oordeel over de jaarrekening op basis van onze controle. Wij hebben onze controle verricht in overeenstemming met Nederlands recht, waaronder de Nederlandse controlestandaarden. Dit vereist dat wij voldoen aan de voor ons geldende ethische voorschriften en dat wij onze controle zodanig plannen en uitvoeren dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat.

Een controle omvat het uitvoeren van werkzaamheden ter verkrijging van controle-informatie over de bedragen en de toelichtingen in de jaarrekening. De geselecteerde werkzaamheden zijn afhankelijk van de door de accountant toegepaste oordeelsvorming, met inbegrip van het inschatten van de risico's dat de jaarrekening een afwijking van materieel belang bevat als gevolg van fraude of fouten.

Bij het maken van deze risico-inschattingen neemt de accountant de interne beheersing in aanmerking die relevant is voor het opmaken van de jaarrekening en voor het getrouwe beeld daarvan, gericht op het opzetten van controlewerkzaamheden die passend zijn in de omstandigheden. Deze risico-inschattingen hebben echter niet tot doel een oordeel tot uitdrukking te brengen over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit. Een controle omvat tevens het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en van de redelijkheid van de door het bestuur van de entiteit gemaakte schattingen, alsmede een evaluatie van het algehele beeld van de jaarrekening.

Verder hebben wij in onze controle de aanwijzingen in acht genomen die hieromtrent zijn gegeven in de verleningsbeschikking met kenmerk: 2009/242449, d.d. 7 december 2009 .

Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is om een onderbouwing voor ons oordeel te bieden.

Oordeel betreffende de jaarrekening

Naar ons oordeel geeft de jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting City Marketing Haarlem / VVV te Haarlem per 31 december 2010 ad € 75.954 en van het resultaat over 2010 ad € 60.679 in overeenstemming met Titel 9 Boek 2 BW. Tevens zijn wij van oordeel dat de subsidie is besteed voor het doel en de activiteiten waarvoor de subsidie is verleend en de algemene subsidievoorwaarden en de voorwaarden genoemd in de subsidiebeschikking zijn nageleefd.

Verklaring betreffende overige bij of krachtens de wet gestelde eisen

Ingevolge artikel 2:393 lid 5 onder e en f BW vermelden wij dat ons geen tekortkomingen zijn gebleken naar aanleiding van het onderzoek of het jaarverslag, voor zover wij dat kunnen beoordelen, overeenkomstig Titel 9 Boek 2 BW is opgesteld, en of de in artikel 2:392 lid 1 onder b tot en met h BW vereiste gegevens zijn toegevoegd. Tevens vermelden wij dat het jaarverslag, voor zover wij dat kunnen beoordelen, verenigbaar is met de jaarrekening zoals vereist in artikel 2:391 lid 4 BW.

Heemstede, 31 maart 2011

Horlings Accountants & Belastingadviseurs B.V.



J.B. Maarschalk
Accountant-Administratieconsulent

BIJLAGE Modelverantwoording

Naam Instelling	Stichting City Marketing Haarlem / VVV
Naam regeling	Stichting City Marketing Haarlem / VVV
Naam project	Stichting City Marketing Haarlem / VVV
Nummer/kenmerk beschikking Gemeente Haarlem	2009/242449 (d.d. 7 december 2009)
Verantwoordingsperiode	1 januari 2010 tot en met 31 december 2010
Datum verantwoording	31 maart 2011

Omschrijving	Bedrag
Beginstand	0
Eventuele overschotten uit voorgaande perioden, welke meegenomen mochten worden	0
Ontvangen bijdrage Gemeente	704.106
Nog te ontvangen bijdragen Gemeente	0
Ontvangen bijdragen derden	238.651
Overige inkomsten / bijdragen	175.442
Totaal rechtmatige bestedingen volgens onderstaande berekening	1.057.520
Eindstand (saldo bovenstaande berekening)	60.679

Omschrijving	Begroot	Werkelijk	Verschil
Kostprijs van de omzet	10.000	10.610	610
Personele kosten	428.000	449.552	21.552
Afschrijvingen	3.500	6.263	2.763
Overige personeelskosten	12.000	12.086	86
Huisvestingskosten	94.000	92.899	-1.101
Kantoorkosten	45.000	50.310	5.310
Verkoopkosten	325.000	364.571	39.571
Algemene kosten	54.000	68.401	14.401
Financiële baten en lasten	2.000	2.828	828
Totaal	973.500	1.057.520	84.020

Heemstede, 31 maart 2011

Horlings Accountants & Belastingadviseurs B.V.

J.B. Maarschalk
Accountant-Administratieconsulent



2. BESTEMMING VAN HET RESULTAAT

De directie stelt voor om het resultaat over 2010 als volgt te bestemmen:

	<u>2010</u>
	€
Resultaat	60.679
Toevoeging aan overige reserves	<u>60.679</u>
	<u><u>-</u></u>