

ALPHEN MARKETING

JAARPLAN &
BEGROTING DIENSTEN

2025



#ALPHENMARKETING

JAARPLAN 2025

Alphen Marketing heeft als kerntaak Alphen aan den Rijn te profileren als een aantrekkelijke woon- en recreatiegemeente met een gunstig ondernemersklimaat. Wij dragen bij aan het imago en de naamsbekendheid van de gemeente via het citymarketingplatform 'Hier is Alphen' en online- en offline campagnes. Alphen Marketing werkt nauw samen met diverse partners en de gemeente en adviseert de gemeente bij subsidieaanvragen voor evenementen.

Dit jaarplan bevat een toelichting op de langetermijnvisie voor de citymarketing van Alphen aan den Rijn, de doelstellingen voor 2025 en de strategische aandachtspunten voor dat jaar, die gekoppeld zijn aan de langetermijnvisie en citymarketingdoelstellingen van Alphen Marketing. Daarnaast is bij het onderdeel over het citymarketingplatform de strategische inbedding toegevoegd, zoals verzocht door de gemeente.

Gemeentelijke lange termijn citymarketingdoelstellingen;

De volgende lange termijn doelstellingen zijn in samenwerking met de gemeente opgesteld:

1. *Het vergroten van de naamsbekendheid en het imago van Alphen aan den Rijn in de regio;*
2. *Het versterken van de waardering en trots van inwoners en ondernemers op Alphen aan den Rijn.*

De doelstellingen, ambities en strategische aandachtspunten van dit jaar zijn gekoppeld aan de lange termijn citymarketingdoelstellingen.

DOELSTELLINGEN 2025

1. Doorontwikkeling van het citymarketingplatform

- Inzichtelijk maken van prestaties van het citymarketingplatform (website, social media, nieuwsbrief en magazine) door de ontwikkeling van een data-dashboard met kerncijfers en trends.
- Vergroten van de vindbaarheid en zichtbaarheid van het citymarketingplatform door middel van:
 - Het uitbrengen van drie edities van 'Hier is Alphen' Magazine, inclusief de speciale jubileumeditie *Hier is Avifauna 75 jaar* in opdracht van Avifauna.
 - De lancering van 'Hier is Alphen' Deals op hierisalphen.nl.
 - De introductie van Social Interviews op de Instagram- en Facebookaccounts van 'Hier is Alphen'.
 - Het gericht inzetten van getargete (social) advertising om het bereik en de effectiviteit van het citymarketingplatform en campagnes te verhogen.

2. Versterken van de samenwerking met partners en de gemeente

- Actieve inbreng op het gebied van (city)marketing en communicatie binnen gemeentelijke programma's zoals *Fietshart*, *Limes*, *Gezond Stadshart* en *Bentwoud*, om de zichtbaarheid en impact van deze projecten te vergroten.
- Uitbreiding en professionalisering van samenwerkingen met evenementenorganisaties, met als doel om citymarketingacties te integreren in evenementen en zo het bereik te maximaliseren.

3. Merkontwikkeling van Alphen aan den Rijn als aantrekkelijke gemeente

- Ontwikkeling van de merkidentiteit van Alphen aan den Rijn om de kernwaarden en unieke kenmerken van de plek Alphen aan den Rijn beter te profileren.
- Positionering van Alphen aan den Rijn als een aantrekkelijke gemeente om te wonen, werken en recreëren, door middel van gerichte campagnes en storytelling.

De doelstellingen voor 2025 zijn vertaald naar vijf strategische aandachtspunten, die ieder nader worden toegelicht met acties om de doelstellingen te behalen.

Strategische aandachtspunten voor 2025:

1. Doorontwikkeling en optimalisatie van het citymarketingplatform;
2. Projecten: *Limes*, *Fietshart*, *Gezond Stadshart*;
3. Genereren van eigen inkomsten;
4. Partnersamenwerking;
5. Merkontwikkeling van Alphen aan den Rijn.

Bezuiniging

Voor het begrotingsjaar 2025 heeft de gemeente Alphen Marketing een bezuiniging opgelegd van maar liefst 20% ten opzichte van de subsidie in 2024. Dit heeft serieuze consequenties voor de activiteiten van Alphen Marketing, want de middelen waren vóór deze bezuinigingsslag al aan de beperkte kant in vergelijking tot wat andere gemeenten aan citymarketing spenderen.

Het bestuur van Stichting Alphen Marketing heeft haar onvrede over deze bezuiniging kenbaar gemaakt aan het college en zal ook in de toekomst politiek en bestuur blijven proberen te overtuigen van de noodzaak om te investeren in het (versterken van het) merk Alphen en de verbinding met bewoners, bezoekers en bedrijven van onze mooie gemeente onder andere via een citymarketingplatform.

AD 1. DOORONTWIKKELING VAN HET CITYMARKETINGPLATFORM

Alphen aan den Rijn is een levendige gemeente waar groen, water en stedelijke dynamiek samenkomen. De stad biedt een aantrekkelijke mix van wonen, werken en recreëren, wat het een unieke plek maakt voor bewoners, bezoekers en ondernemers. Met het citymarketingplatform 'Hier is Alphen' versterken we deze positie door een inspirerend en informatief platform te bieden dat de kracht en identiteit van Alphen uitdraagt.

Dit gedeelte van het jaarplan zet de strategische uitgangspunten van 'Hier is Alphen' uiteen en laat zien hoe het platform bijdraagt aan de merkpositionering van Alphen als een gastvrije, ondernemende en duurzame gemeente.

Visie

'Hier is Alphen' wil hét toonaangevende communicatieplatform zijn dat bewoners, bezoekers en ondernemers verbindt en inspireert. We streven ernaar om Alphen aan den Rijn te positioneren als een gastvrije, ondernemende en duurzame gemeente, waar iedereen zich thuis voelt en waarin initiatieven floreren.

Missie

Onze missie is om alle relevante informatie over Alphen aan den Rijn samen te brengen in één gebruiksvriendelijk en inspirerend platform. Door middel van hoogwaardige content, data-gedreven inzichten en strategische samenwerkingen willen we de zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van de gemeente versterken, de lokale economie stimuleren en de betrokkenheid van bewoners en bezoekers vergroten.

Het platform is opgericht met de volgende hoofddoelen:

- Versterken van het merk Alphen aan den Rijn: de aantrekkelijkheid en herkenbaarheid van Alphen als woon-, werk- en recreatiegemeente vergroten;
- Bundelen van informatie: versnipperde informatie van verschillende organisaties samenbrengen in een herkenbare en toegankelijke mediaomgeving;
- Verbinden van doelgroepen: inwoners, bezoekers en bedrijven voorzien van een centraal informatiepunt voor alles wat Alphen te bieden heeft;
- Vergroten van economische impact: ondernemers en bedrijven ondersteunen door hen beter vindbaar te maken en bezoekersstromen te stimuleren;

- Vergroten van betrokkenheid: Bewoners actiever betrekken bij activiteiten, voorzieningen en ontwikkelingen in de gemeente.

'Hier is Alphen' ondersteunt de positionering van Alphen aan den Rijn door de volgende kernwaarden te benadrukken:

- Gastvrij en toegankelijk: een open en uitnodigend platform dat zowel inwoners als bezoekers informeert en inspireert;
- Ondernemend en innovatief: het stimuleren van economische groei en innovatie door bedrijven en ondernemers beter zichtbaar te maken;
- Duurzaam en toekomstgericht: aandacht voor groene initiatieven, circulaire economie en duurzame ontwikkelingen binnen de gemeente;
- Levendig en verbindend: Het promoten van culturele, sportieve en maatschappelijke activiteiten om de betrokkenheid van inwoners te vergroten.

Onze partners in Alphen en de omliggende regio, Alphense organisaties en bedrijven en de gemeente zelf vinden in toenemende mate de weg naar de diverse kanalen van het citymarketingplatform 'Hier is Alphen'. Daarmee is een belangrijke eerste fase, het bekend en relevant maken van het citymarketingplatform voor bewoners, bedrijven en bezoekers, al flink op weg om een succes te worden.

Ambities voor 2025

Ook in de komende jaren hebben Alphen Marketing, haar partners en de gemeente grote ambities en doelstellingen die een aansprekende marketing- en communicatiestrategie vereisen.

In 2025 ligt de focus op:

- Het vergroten van het bereik en het blijven bieden van relevante content;
- De optimalisatie van het citymarketingplatform en de content, in lijn met aandachtspunt 5: Merkontwikkeling;
- De verdere verbreding van 'Hier is Alphen', zodat het een nog grotere rol speelt voor inwoners, bezoekers en bedrijven.

Daarnaast wordt in aandachtspunt 2 verder ingegaan op de positieve ontwikkeling waarbij Alphen Marketing steeds vaker wordt betrokken bij gemeentelijke programma's zoals *Limes* en *Gezond Stadshart*. Binnen diverse stuur- en kerngroepen groeit het besef dat 'Hier is Alphen' een belangrijke bijdrage kan leveren aan deze programma's door middel van marketing en

communicatie.

Na de succesvolle afronding van de eerste fase richt Alphen Marketing zich nu op de tweede fase, met een focus op:

- De integratie van het merk Alphen aan den Rijn in de content van 'Hier is Alphen';
- Het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid en vindbaarheid van het citymarketingplatform.

Contentstrategie Citymarketingplatform

Het platform 'Hier is Alphen' is hét middel om het merk Alphen aan den Rijn te vertalen naar inwoners, ondernemers, en bezoekers van de gemeente. Om dit te realiseren, zal er consistent en frequent content moeten worden gecreëerd in nauwe samenwerking met de gemeente en haar partners.

De content op hierisalphen.nl, in nieuwsbrieven, op sociale media en in het magazine beantwoordt voor de doelgroepen de volgende vragen:

- Wat is er allemaal te doen in Alphen aan den Rijn?
- Aan welke grote ontwikkelingen, op het gebied van wonen, werken, recreatie, sociale verbinding, vitaliteit en duurzaamheid, werkt de gemeente de komende 10 jaar.
- Waarom kiezen mensen ervoor om in Alphen aan den Rijn te wonen, te ondernemen of hun vrije tijd door te brengen?
- Wat wordt er allemaal georganiseerd en ondernomen in Alphen aan den Rijn;
- Wat zijn de unieke kenmerken die Alphen, Alphen maken?

Met deze strategie ondersteunt het platform de gemeente bij het bouwen van een sterk en herkenbaar merk voor alle betrokken doelgroepen. Een merk dat Alphen aan den Rijn positioneert als een aantrekkelijke plek om te wonen, te werken en te bezoeken.

Data en targets

Hieronder worden onderdelen, thema's en campagnes van het citymarketingplatform uitgelicht die gekoppeld zijn aan de contentstrategie van het citymarketingplatform. Voor deze onderdelen, thema's en campagnes is data beschikbaar uit 2024, wat als 0-meting kan dienen. Op basis hiervan kunnen targets worden bepaald voor het bereik en het aantal weergaven van websitepagina's en content:

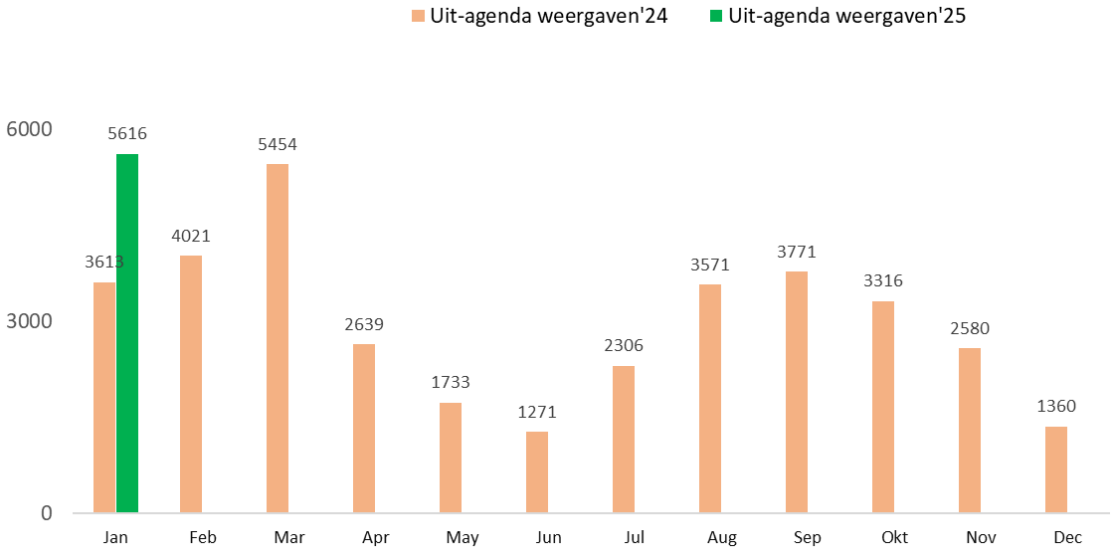
- Uit-agenda websitepagina;
- Fietshart/Fietsen websitepagina's;
- Seizoen campagnepagina's

In 2025 zullen ook de data van de websitepagina's, campagnes en content van onderstaande projecten worden gemonitord en geanalyseerd:

- Wonen & Werken;
- (Gezond) Stadshart;
- Limes (Het Romeins Weekend/Romeinen).

UIT-AGENDA

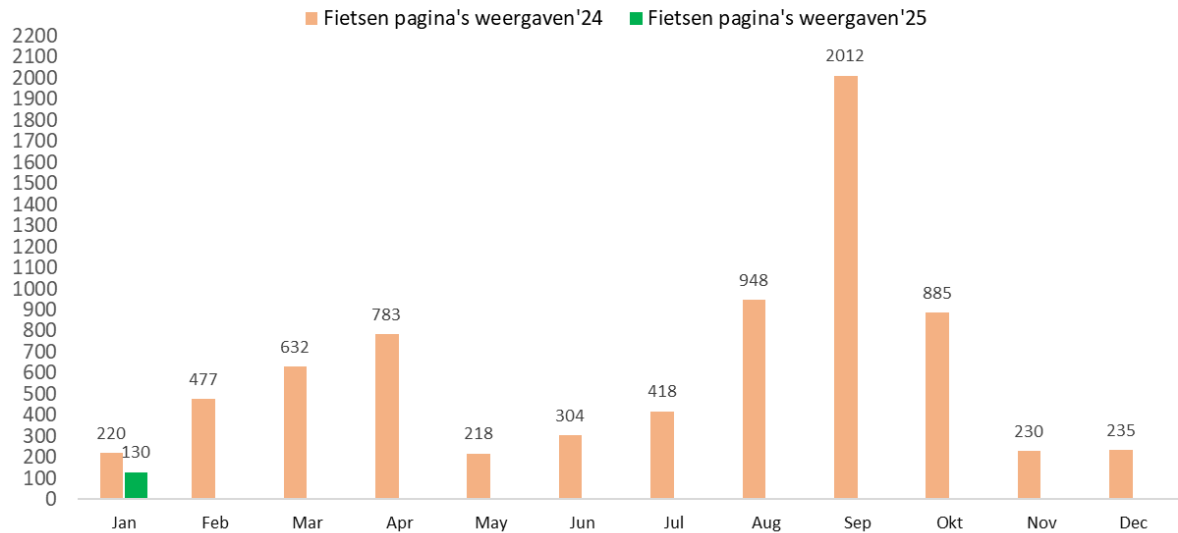
De Uit-agenda is een onderdeel van hierisalphen.nl dat het meeste verkeer genereert en ook de meeste weergaven heeft.



Maand	Uit-agenda weergaven '25	Uit-agenda weergaven '24	Target '25
Jan	5616	3613	3000
Feb	4426	4021	3000
Mar		5454	3000
Apr		2639	3250
May		1733	3250
Jun		1271	3250
Jul		2306	3500
Aug		3571	3500
Sep		3771	3500
Okt		3316	3750
Nov		2580	3750
Dec		1360	3750
Totaal		35635	40500

THEMA: FIETSHART/FIETSEN

Alle content en websitepagina's over fietsen zijn gekoppeld aan het thema en het programma Fietshart.



Maand	Fietsen pagina's weergaven '25	Fietsen pagina's weergaven '24	Target '25
Jan	130	220	500
Feb	142	477	500
Mar		632	500
Apr		783	750
May		218	750
Jun		304	1000
Jul		418	1000
Aug		948	1000
Sep		2012	1000
Okt		885	500
Nov		230	750
Dec		235	750
Totaal		7362	9000

SEIZOEN CAMPAGNES WEBSITEPAGINA'S

Alle content en seizoen campagnepagina's (Lente, Zomer, Herfst, Winter) zijn gekoppeld aan recreatie en vrijetijdsbesteding binnen de gemeente Alphen aan den Rijn en gemaakt voor inwoners, bezoekers en ondernemers.

Maand	Seizoen campagnes weergaven '25	Seizoen campagnes weergaven '24	Target '25
Jan	285		300
Feb	277		300
Mar			300
Apr			400
May			400
Jun			400
Jul			5000
Aug		7699	7500
Sep		121	400
Okt		394	400
Nov		281	400
Dec		54	400
Totaal		8549	16200

Website

Acties in 2025:

- Optimalisatie van websitedesign;
- Optimalisatie van organische vindbaarheid;
- Toevoegen van de module deals;
- De content en thema's worden aangepast om beter aan te sluiten bij het merk Alphen aan den Rijn.

Social media

Acties in 2025:

- Groei van aantal volgers;
- Optimalisatie van bereik;
- Optimalisatie van continuïteit;
- De content en thema's worden aangepast om beter aan te sluiten bij het merk Alphen aan den Rijn.

Nieuwsbrief

Acties in 2025:

- Groei van aantal abonnees;
- Optimalisatie van automatisering;
- De content en thema's worden aangepast om beter aan te sluiten bij het merk Alphen aan den Rijn.

Magazine

Acties in 2025:

- Optimalisatie van verspreiding;
- Optimalisatie van advertentieverkoop en advertentieaanbod;
- De content en thema's worden aangepast om beter aan te sluiten bij het merk Alphen aan den Rijn.

AD 2. PROGRAMMA VISIES FIETSHART, LIMES EN GEZOND STADSHART.

Door deelname aan de stuurgroepen en kerngroepen van programma's zoals Fietshart, Limes en Gezond Stadshart is in de afgelopen maanden een hechtere samenwerking ontstaan tussen ambtenaren, partnerorganisaties en Alphen Marketing.

Deze samenwerking biedt niet alleen nieuwe kansen, maar versterkt ook de rol van Alphen Marketing als citymarketingorganisatie die via het citymarketingplatform de vertaalslag maakt voor inwoners, bezoekers en ondernemers van de ambities en programma's die de gemeente Alphen aan den Rijn heeft.

Duidelijke taken, grotere impact

Vanaf 2025 maakt Alphen Marketing een onderscheid tussen basistaken en plustaken. Dit onderscheid zorgt voor transparantie naar partners en creëert ruimte voor maatwerk.

- **Basistaken:** omvatten alle activiteiten die mogelijk worden gemaakt door de jaarlijkse financiering van de gemeente.
- **Plustaken:** zijn extra of nieuwe taken die bijdragen aan de inhoudelijke en financiële meerwaarde voor de gemeente én de basistaken van Alphen Marketing versterken.

Fietshart

Met het project Fietshart spelen gemeente, PReT, Alphen Marketing, Alphen Vitaal en andere partners in op de vele kansen die fietsen Alphen aan den Rijn biedt. Niet alleen toeristisch-recreatief en voor woon-werkverkeer, maar in de breedste zin.

Acties

- Vergroten van de naamsbekendheid en vindbaarheid van de Fietshart van Holland; ambitie en de bijbehorende initiatieven, projecten en beleefbare producten;
- Productontwikkeling in samenwerking met PReT en Fietsverbinder John Loef;

- Ontwikkeling en uitvoering van marketingcampagnes ter ondersteuning en voor activatie van Fietshart producten, Fietsveiligheid, Fietsgebruik en Fiets(hart) evenementen;
- Ontwikkeling en promotie van het evenement: Fietsconferentie II;
- Ontwikkeling en promotie van het evenement: Ronde om Alphen dag 2 dag (Laura 2.0.).

Limes & Het Romeins Weekend

Acties

- Vergroten van de naamsbekendheid en vindbaarheid van de Limes met betrekking tot Alphen aan den Rijn en voor de bijbehorende initiatieven, projecten en beleefbare producten;
- Ontwikkelen van Marketingplan 2025 voor Het Romeins Weekend en de Limes Producten die worden ontwikkeld door PReT; (Plustaak);
- Ontwikkeling en uitvoering van marketingcampagnes ter ondersteuning en voor activatie van Limes producten (Plustaak);

Gezond Stadshart

Acties

- Vergroten van de naamsbekendheid en vindbaarheid de Gezond Stadshart ambitie/programma visie en voor de bijbehorende initiatieven, projecten en beleefbare producten;
- Ontwikkelen van Marketingplan 2025 (Plustaak);
- Ontwikkeling en uitvoering van marketingcampagnes ter ondersteuning en voor activatie van Gezond Stadshart projecten en producten. (Plustaak);

AD 3. EIGEN INKOMSTEN GENEREREN

Mede door bezuinigingen en op basis van input vanuit de gemeenteraad, richt Alphen Marketing zich in 2025 ook op het genereren van eigen inkomsten. Deze inkomsten zijn noodzakelijk om onder andere citymarketingactiviteiten verder uit te breiden, nieuwe projecten te realiseren en het team te versterken, en hiermee een solide basis te leggen voor groei. Hiermee verstevigt Alphen Marketing niet alleen haar financiële positie, maar wordt ook de basis gelegd voor meer onafhankelijke en duurzame groei.

Alphen Marketing zet in op het benutten van het citymarketingplatform als bron van inkomsten, aangevuld met gerichte samenwerkingen en producten. Dit wordt gerealiseerd via vier inkomstenstromen:

1. Advertenties

- a. Uitbreiden van advertentiemogelijkheden op het platform 'Hier is Alphen', zowel online als offline;
- b. Ontwikkelen van een flexibele tariefstructuur voor lokale en regionale ondernemers;
- c. Aanbieden van thematische advertentiecampaagnes rondom specifieke content.

2. Advertorials

- a. Actieve acquisitie van partners die waardevolle en inspirerende advertorials aanbieden voor het platform;
- b. Stimuleren van cross-promotie tussen online advertorials en het fysieke magazine om een breder publiek te bereiken.

3. Evenementenpakketten

- a. Creëren van exclusieve marketingpakketten voor lokale evenementen.
- b. Pakketten bevatten zichtbaarheid via het citymarketingplatform en offline promotiemateriaal.

Acties 2025

- Inventarisatie: Identificeren van potentiële adverteerders en partners op basis van huidige netwerken en nieuwe doelgroepen;
- Acquisitie: Actieve acquisitiecampaagnes, gericht op lokale en regionale ondernemers;
- Optimalisatie aanbod: Periodiek evalueren en aanpassen van advertentie- en sponsorpakketten om in te spelen op marktbehoeften;

- Promotie: Ontwikkelen van een specifieke campagne om ondernemers te informeren over de mogelijkheden van het citymarketingplatform;
- Monitoring en rapportage: Implementeren van meetinstrumenten om de impact van advertentiepakketten inzichtelijk te maken.

Deze aanpak waarborgt dat Alphen Marketing niet alleen haar zichtbaarheid en activiteiten vergroot, maar ook haar financiële onafhankelijkheid versterkt.

AD 4. PARTNERSAMENWERKING

Alphen Marketing werkt veel samen in netwerkverband en hiermee gaan we ook in 2025 door en bouwen we verder uit.

- Voor de recreatie- en toerismesector werkt Alphen Marketing samen met het platform recreatie en toerisme (PReT). In 2023 en 2024 zijn er diverse inspirerende routes ontwikkeld en is een start gemaakt met het ontsluiten van arrangementen via de nieuwe functionaliteit “Zoek & Boek”.

In 2025 zal er in samenwerking met PReT het aanbod aan arrangementen worden uitgebreid, worden er nieuwe Fietsroutes ontwikkeld en worden er twee Fietshart evenementen georganiseerd.

Daarnaast heeft Alphen Marketing in samenwerking met PRET een leidende rol in het versterken van de samenwerking met de VVV en tussen de VVV Alphen en VVV Boskoop. Vanaf eind 2024 ligt de focus ook op en het in stand houden van de toekomstbestendigheid van de VVV in de Gemeente Alphen aan den Rijn.

In 2025 zijn er meerdere overleggen per jaar gepland waarin Alphen Marketing in samenwerking met PRET ook de strategische lijnen uitzet met betrekking tot het promoten van onder andere activiteiten, fiets- wandel- en vaarroutes, arrangementen en beleefbare producten.

- Recreatie stopt niet bij de gemeentegrenzen. Daarom wordt er blijvend gezocht naar kansen voor verdere ontwikkeling en samenwerking binnen de Rijn- en Veenstreek met Nieuwkoop en Kaag en Braassem, maar ook met Bodegraven-Reeuwijk en, waar mogelijk, binnen het grotere Groene Hart van Holland en het Hollandse Plassengebied.

In 2025 zet Alphen Marketing in op het versterken van de relatie met de organisatie Het Groene Hart / Groene Hart Verbinders en met citymarketingorganisaties buiten de gemeentegrenzen. Hierbij zal Alphen Marketing ook relevante programma's zoals Fietshart, Limes en Gezond Stadshart en bijbehorende recreatieproducten, via deze organisaties promoten.

- Voor de sector Kunst en Cultuur werkt Alphen Marketing samen met het lokale platform voor kunst en cultuur, KHABBAZ. Er is een redactionele samenwerking waarbij de UIT-agenda wordt bijgehouden en verrijkt.

Alphen Marketing heeft campagnematig ondersteund bij de opening van het culturele seizoen en zal dit ook in 2025 bij de vierde editie doen.

Een speerpunt in deze samenwerking is de voortdurende ontwikkeling van de UIT-agenda en het vergroten van het bereik ervan.

Alphen Marketing is ook in gesprek met de grotere instellingen die bij KHABBAZ zijn aangesloten, zoals Parkvilla en Theater Castellum, die zich verder willen ontwikkelen op het gebied van samenwerking in marketing en communicatie, bijvoorbeeld bij hun evenementen en het delen van bezoekersdata.

- Alphen Marketing heeft regelmatig overleg met de gemeente. In 2025 blijft aandacht voor samenwerking op communicatie en delen van informatie versterking een speerpunt.
- Naast de communicatieve steun bij de vele nieuwe en bestaande evenementen in de gemeente blijft Alphen Marketing de gemeente adviseren over aanvragen voor financiële bijdragen voor citymarketingevenementen en over het te voeren evenementenbeleid.

Daarnaast gaat Alphen Marketing de samenwerking met grotere evenementen actief versterken. Hierbij wordt gebruikgemaakt van het bereik van deze evenementen om het citymarketingplatform beter te promoten bij bezoekers van evenementen in Alphen aan den Rijn.

- Voor inwoners is de Alphense lichttoren een niet meer weg te denken fenomeen. Deze lichttoren wordt regelmatig ingezet op publieke dagen, maar ook op aanvraag van inwoners, de gemeente en goede doelen. Uiteraard zetten we deze inzet in 2025 voort. In 2025 zullen wij de sponsors die dit mogelijk maken extra aandacht geven via een campagne en het citymarketingplatform.
- Voor de ondersteuning van de lokale economie werkt Alphen Marketing samen met de stichting centrummanagement, de VOC, VOA en de EDBA. Daarnaast is Alphen Marketing betrokken bij de evenementen van Week van het Werk. Het citymarketingplatform biedt bovendien veel aandacht aan het lokale aanbod, waaronder een inspiratiekaart, regelmatige tips en inspirerende ondernemersverhalen.

AD 5. MERKONTWIKKELING VAN ALPHEN AAN DEN RIJN

Alphen Marketing ziet het als haar taak om het initiatief te nemen en samen met andere stakeholders te werken aan het merk Alphen aan den Rijn. Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen het merk van de gemeente als organisatie en het merk van Alphen aan den Rijn als plek; dit laatste vormt de basis voor citymarketing.

In 2025 wilde Alphen Marketing een projectgroep oprichten om, samen met relevante partners en de gemeente, een uniforme merkidentiteit voor citymarketing te ontwikkelen. Deze merkidentiteit moet aansluiten bij de groene en blauwe positionering van Alphen in de Randstad en consistent zijn met de corporate story van de gemeente.

Conform het gesprek op 9 december 2024 tussen het bestuur van Alphen Marketing en een vertegenwoordiging van het college, adviseren wij om hiervoor in 2025 alsnog budget vrij te maken.

Alphen Marketing heeft de taak om Alphen aan den Rijn een sterk en herkenbaar verhaal en gezicht te geven. Dit zorgt ervoor dat de stad zich op vele terreinen – voor bewoners, bezoekers, bedrijven en organisaties – consistent en aantrekkelijk kan presenteren.

Met deze stap zet Alphen Marketing de eerste aanzet tot een breed gedragen merkidentiteit, die tevens de basis kan vormen voor verdere uitwerkingen.

Vanwege de bezuinigingen op het budget van Alphen Marketing maakt merkontwikkeling op dit moment echter geen onderdeel uit van deze begroting.

BEGROTING

Alphen Marketing ontvangt als Dienst van Algemeen Economisch belang (DAEB) compensatie voor de volgende diensten:

- A. Opstarten van nieuwe projecten (productontwikkeling), doorontwikkeling van bestaande projecten en marketingcampagnes die bijdragen aan de gemeentelijke citymarketingdoelstellingen en het merkkader van Alphen Marketing;
- B. Het adviseren van de gemeente bij de aanvragen voor financiële bijdragen voor citymarketing evenementen en het evenementenbeleid;
- C. Ondersteuning bieden aan evenementen bij marketinginspanning door middel van het beschikbaar stellen van marketinginstrumenten en kanalen in de huisstijl van Alphen Marketing;
- D. Het zoeken naar verbinding en samenwerking rondom de gemeentelijke marketingdoelstellingen in de regio;
- E. Monitoren en onderzoeken van effecten van de resultaten/inspanningen.

Het budget van Alphen Marketing is beperkt in verhouding tot de ambities en wensen van de gemeente. Daarnaast heeft Alphen Marketing als gevolg van de bezuinigingen een verlaging van het budget met €64.000 moeten accepteren. Korthedshalve verwijzen wij naar de inleiding.

Alphen Marketing wordt geconfronteerd met veel hogere accountantskosten als gevolg van de DAEB-overeenkomst en de verplichte controle door de accountant op de naleving WNT. Wij verzoeken nogmaals of het mogelijk is hierover andere afspraken te maken.

De begroting 2025 is gebaseerd op de huidige DAEB-compensatie gemeente ad. € 321.000.

Uitgangspunt; continuïteit van de huidige activiteiten.

Omschrijving	Budget
Redactie & Contentontwikkeling, incl. Partnerships	46750
Fotobeeldbank	3000
<i>Communicatiemiddelen</i>	
Website Modules, hosting en optimalisatie	14000
Magazine Productie en verspreiding	55000
Online marketing	30000
Marketing Campagnes	7500
Online marketingadvertenties	4000
Evenementen	6500
Kantoor, servicekosten Iflow, Werkplek licentie	7000
Boekhouding	14500
Personeel	100800
Bestuurdersvergoedingen	28800
Verzekeringen	808
Projecten budget neutraal	0
Onvoorzien	2342
Budget gemeente	€ 321,000

● TOT SLOT

Wij zijn de komende tijd graag bereid om bij dit document desgevraagd mondelinge toelichting te geven.

In afwachting van uw reactie, verblijven wij,

Namens het bestuur van Stichting Alphen Marketing,

Jean-Paul Manuhutu, Citymarketeer Alphen aan den Rijn



#ALPHENMARKETING

Stichting Alphen Marketing
hierisalphen.nl/alphenmarketing