

Stichting Hilversum Marketing

Jaarrekening 12 december 2017 tot en met 31 december 2018

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding	
Opdracht	2
Algemeen	2
Bestuursverslag	3
Jaarrekening	
Balans per 31 december 2018	10
Staat van baten en lasten en begroting over de periode 12-12-2017 tot en met 31-12-2018	12
Grondslagen van waardering en resultaatbepaling	13
Toelichting op de balans	15
Toelichting op de staat van baten en lasten	19
Overige gegevens	
Controleverklaring van de onafhankelijke accountant	23

Stichting Hilversum Marketing
Ter attentie van J. Kreijkamp
Stationsplein 27
1211EX Hilversum

Hilversum 1 april 2019,
STI9531

Geachte directie-bestuur

OPDRACHT

Ingevolge uw opdracht hebben wij de jaarrekening 2018 voor uw stichting gecontroleerd. De controle verklaring is opgenomen onder de overige gegevens.

ALGEMEEN

Oprichting stichting

De vereniging is opgericht bij notariële akte d.d. 19 december 2017, verleden op 19 december 2017 voor notaris mr. A.C. Walraad graaf van Limburg Stirum te Hilversum. De vereniging is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 70332533.

Tot het verstrekken van nadere toelichting zijn wij graag bereid,

Hoogachtend,

M&K Hilversum B.V.

Was getekend,

drs. D. Kroon RA

Stichting Hilversum Marketing, Hilversum

BESTUURSVERSLAG

Bestuursverslag 2018

Stichting Hilversum Marketing

Inhoud

1. Inleiding
2. Activiteiten
 1. Netwerk
 2. Branding
 3. Gebiedsmarketing
 4. Onderzoek
 5. Gastheerschap
 6. Stadsprogrammering
3. Organisatie en operatie
4. Financiën

Inleiding

Voor u ligt het eerste jaarverslag van de stichting Hilversum Marketing. Graag presenteren wij onze resultaten over 2018 - en kijken we met u vooruit.

Hilversum aantrekkelijk op de kaart zetten, voor inwoners, bezoekers en ondernemers - dat is wat wij doen. In 2018 maakten we daarmee een voortvarende start. In dit oprichtingsjaar werkten we met een klein, slagvaardig team hard voor de stad en haar inwoners. Door de gastvrijheid, de bijzondere gebieden en allerlei activiteiten intensief te promoten. Door betrokkenheid te stimuleren bij bewoners, bedrijven en organisaties. Door partijen met elkaar in contact te brengen. We doen dat als actieve en onafhankelijke, datagedreven, faciliterende netwerkpartner. En dat leverde concrete, zichtbare resultaten op.

Denk aan de diverse communicatiekanalen met een groeiend bereik, de UITagenda Hilversum, en evenementen als 100 jaar Mediastad en Live2000. We ondersteunden lokale partijen met hun marketing en organiseerden bijeenkomsten van het Platform Economie. Ook waren er pilots met de gemeente en Stichting Centrum en de organisatie van Sinterklaas.

We hebben afgelopen jaar veel contacten gelegd, kennis en ervaring opgedaan, en onze organisatie geprofessionaliseerd. We raken inmiddels aardig verankerd in het regionale netwerk van bedrijven en maatschappelijke en culturele organisaties. Kortom: onze organisatie staat, men weet ons te vinden en er wordt iets van ons verwacht. En dat is goed: ook in de toekomst zijn wij graag van toegevoegde waarde voor de economische ontwikkeling en levendigheid van Hilversum.

Onze ambitie voor 2019? Met volle kracht vooruit! Alle voorwaarden daarvoor zijn aanwezig: de bruisende energie in Hilversum, de deuren die openstaan, de vele initiatieven. Met veel enthousiasme blijven we deze initiatieven verbinden en bouwen we samen verder aan een ijzersterk Hilversum.

Was getekend,

Jeroen Kreijkamp
directeur-bestuurder

Activiteiten

De stichting Hilversum Marketing heeft als doel:

- het merk 'Hilversum' (door) te ontwikkelen
- de trots van Hilversummers te vergroten
- het stimuleren van het vestigen van bedrijven die goed bij het Hilversumse profiel passen
- en het recreatief, toeristisch en zakelijk toeristisch bezoek in en aan Hilversum te bevorderen.

Bij de start zijn er 6 activiteiten (kerntaken) geformuleerd voor Hilversum Marketing.

1. Netwerk

Hilversum Marketing heeft als doel om zich stevig te verankeren in het Hilversumse en regionale netwerk van bedrijven, maatschappelijke en culturele organisaties. Hiervoor zijn er in 2018 meerdere activiteiten georganiseerd.

Het Cultuurdiner (30 deelnemers) op 5 juni 2018 had als doel om een kort en krachtige ambitie voor de komende jaren te formuleren. Hilversum Marketing heeft een Netwerkbijeenkomst georganiseerd in samenwerking met stichting Centrum, CLOK en het Netwerk Citymarketing (80 deelnemers).

Om economische opgaven in de stad aan te jagen zijn er 3 bijeenkomsten van het Platform Economie (12-15 deelnemers per keer) georganiseerd onder voorzitterschap van de directeur van Hilversum Marketing. Daarnaast is aangesloten op de bijeenkomsten, die een basis vormen voor de opbouw van voor Hilversum belangrijk ZZP-netwerk.

Verder is Hilversum Marketing vertegenwoordigd geweest in de Jury Hilversum Verlicht en hebben we deelgenomen in de landelijke pilot Gastheerschap in samenwerking Stichting Centrum.

2. Branding

Live Hilversum is in 2018 verder op de kaart gezet met 3 merkcampagnes (februari, mei, december). In april is er een speciale campagne geweest voor de Media Mile en heeft Hilversum Marketing de Paascampagne van het Centrum ondersteund.

Met de gemeente is er in augustus en september een Campagne gastheerschap/fietsparkeren georganiseerd.

De website livehilversum.nl heeft in 2018 ruim 190.000 bezoeken gehad. Waar de in januari 2018 de website 3.400 keer werd bezocht. Steeg dat aantal door het jaar heen naar 31.000 in december.

Het aantal volgers op onze social media kanalen is gestegen naar 1.852

De activiteiten en evenementen zijn zichtbaar geweest door de fysieke Uitagenda Hilversum. Dit is een maandelijks uitgave met een oplage van ruim 6.000. De gratis wordt verspreid om meer dan 150 locaties in Hilversum en aangrenzende gemeenten.

In juni is er een kaartenladder (verspreiding 14.000) georganiseerd in samenwerking met de Gijsbrecht.

3. Gebiedsmarketing

Gebiedsmarketing loopt als rode draad door al onze activiteiten. Met doel van het onder de aandacht brengen van onderscheidende gebieden in de stad hebben we gewerkt aan de organisatie en promotie van verschillende events waaronder Live2000 en 100 jaar mediastad. Denk daarbij aan gerichte online campagnes met de inzet van social advertising en SEO/SEA.

Ook de Media Mile is een instrument voor gebiedsmarketing. Deze interactieve wandelroute van het Mediapark naar de station is in februari gelanceerd en is op basis van verbeterde opzet, content en technologie doorontwikkeld vanaf september.

4. Onderzoek

Hilversum Marketing wil een slimme, data gedreven organisatie zijn. Hiervoor zijn we gestart met de voorbereiding van het inzichtelijk maken van aantallen, herkomst en verblijfstijd van bezoekers door middel van de ontwikkeling van een dashboard op basis van GSM data.

Daarnaast is samen met BV Hilversum, de Rabobank en de gemeente gestart met het samenbrengen van al het bestaande economische onderzoek en data van Hilversum. Door het combineren van deze informatie ontstaat een beter beeld van het economisch reilen en zeilen van de stad, op basis waarvan gerichter actie kan worden ondernomen.

5. Gastheerschap

Het paviljoen op het Stationsplein is het ontvangstpunt in Hilversum. In de periode februari –december hebben we 6.500 bezoekers ontvangen.

In samenwerking met Stichting Centrum Hilversum zijn we een pilot gestart met 5 cityhosts tijdens evenementen Intocht Sinterklaas, Live 2000 en Black Friday,

Met de regio Gooi en Vechtstreek zijn gesprekken opgestart welke de rol is die Hilversum Marketing op zich kan nemen met betrekking tot het gastheerschap, VVV en website/app beheer van toerisme Gooi en Vecht.

6. Stadsprogrammering

In 2018 hebben we evenementen geprogrammeerd en georganiseerd die passen bij het profiel van Hilversum.

In 2018 vierde Hilversum 100 jaar media met een openingsevenement op 27 februari. In mei was het uit de programmering met het 100 jaar festival met ruim 4.500 bezoekers in een weekend. Het festival beoogde primair een lokale doelgroep van Hilversummers te bereiken, met publiek uit alle leeftijden. Dit was wisselend succesvol. Er waren vooral bezoekers in het MCO en op het marktplaatsplein op zondag. Ter afsluiting van het 100 jaar media is er de laatste maanden van 2018 een speciaal team van verhalenmakers op pad geweest om 100 verhalen te verzamelen: 33 video-items, 33 teksten én 33 foto's. Deze zijn aan het publiek getoond tijdens de VerhalenParade op 7 februari.

In 2018 hebben we diverse vakprijzen media ondersteund: Media Diamant juni en september, Journalist van het Jaar, Omroep MV, Philip Bloemendalprijs, Inholland Beach Party Media Park.

In 2018 is Hilversum Marketing actief betrokken geweest bij de intocht van sinterklaas (10.000 bezoekers) en Live2000 (11.000 bezoekers).

3. Organisatie en huisvesting

Governance

In april 2018 is de voorzitter van de Raad van Toezicht, Peter Driessen benoemd door het College van B&W van de Gemeente Hilversum. Voorzitter en directeur hebben in samenwerking met de gemeente de leden aangetrokken, die zijn benoemd op 25 juli 2018. De Raad van Toezicht bestaat naast de voorzitter uit Age Fluitman, Georgette Schlick, Geerte Udo en William Schoonderbeek. De RvT is hiermee compleet.

De Raad van Advies is in overleg met de gemeente en RvT nog niet ingevuld in 2018, in afwijking van het Jaarplan. Reden hiervoor is dat de organisatie eerst haar producten en diensten op orde moest brengen, voor via een RvA het netwerk effectief kan worden gebonden aan Hilversum Marketing.

Hilversum Marketing hanteert de Governance Code Cultuur. Principes uit de Code zijn doorgevoerd en vertaald in de bedrijfsvoering.

Personeel

De directiefunctie is in 2018 ingevuld door Anne Visser, op basis van een detachering door de Gemeente Hilversum. In het eerste kwartaal was zij ca 0,5 fte beschikbaar voor de organisatie, vanaf april fulltime. De organisatie is naast de directeur deels opgestart met mensen die voor 2018 verbonden waren aan de gemeente in de periode januari - juni. In juni/juli heeft er een wisseling in het personeel plaatsgevonden, ofwel omdat overeenkomsten afliepen, ofwel omdat inzichten over de koers onvoldoende overeenkwamen. De personele invulling die gekozen is met ingang van juli sluit aan op de aangescherpte koers van Hilversum Marketing. In 2018 bestond het kernteam uit ca 3,5 fte, aangevuld met een schil van freelancers die is ingezet voor social media, productie, administratie en HR-ondersteuning.

Tot het aantrekken van een nieuwe directeur-bestuurder in het laatste kwartaal, is besloten om te werken met tijdelijke krachten en inhuur. Na de aanstelling van de directeur wordt overgegaan op enkele vaste dienstverbanden per 2019. De organisatie is hierop voorbereid. Vanuit het oogpunt van continuïteit, zowel voor de kennis in de organisatie als voor het gezicht naar buiten, is een vaste kern van medewerkers verkiesbaar boven het alleen werken met freelancers.

Huisvesting

In februari is het Paviljoen op het Stationsplein opgeleverd, en het VVV informatiepunt is geïntegreerd. Het had letterlijk voeten in de aarde voor alles naar behoren werkte, omdat het om een nieuw adres ging waar alle aansluitingen moesten worden aangelegd, van water tot internet. Het Paviljoen is de werklocatie voor Hilversum Marketing en de VVV, maar is ook diverse keren gebruikt door maatschappelijke partners in de stad voor vergaderingen. Of als uitvalsbasis bij een evenement. Eind 2018 zijn de schermen op de hoeken van het pand in gebruik genomen, wat de zichtbaarheid op het plein verder verbetert.

4. Financiën

Financieel gezien was 2018 een opstartjaar. De definitieve toewijzing van de subsidie 2018 heeft uiteindelijk pas plaatsgevonden in augustus 2018. In september zijn de eerste drie tranches subsidie uitbetaald. In de periode januari – augustus heeft de gemeente de door Hilversum Marketing gemaakte kosten voorgeschooten. De afrekening van alle gemaakte kosten heeft de stichting in december 2018 ontvangen.

Over 2018 is een positief resultaat behaald en dat heeft drie hoofdoorzaken:

1. Bij de opstart van Hilversum Marketing was niet zeker of de organisatie door de Belastingdienst zou worden aangemerkt als ondernemer, met als gevolg dat het aftrekken van BTW wellicht niet mogelijk was. Er is derhalve in de periode januari-juli begroot inclusief BTW. In juli heeft de Belastingdienst uitspraak gedaan en HM aangemerkt als ondernemer, waardoor BTW aftrek mogelijk is.
2. Omdat Hilversum Marketing geen middelen had (gemeente betaalde) was het niet mogelijk de financiële administratie zodanig in te richten dat verplichtingen en uitgaven accuraat gemonitord en gerapporteerd konden worden. Om vervelende verrassingen te voorkomen is voorzichtig omgegaan met het aangaan van grote verplichtingen.
3. Niet alle kerntaken zijn opgepakt in 2018, bijvoorbeeld het inrichten van een onderzoeksdashboard en het door ontwikkelen van de website. Ook was de organisatie nog niet op volle sterkte, als gevolg van wisselingen in personeel. Uitgaven zijn hierdoor lager uitgevallen dan begroot. Voor zowel het onderzoeksdashboard en de website is een bestemmingsreserve aangemaakt van € 23.000. Daarnaast is er een bestemmingsreserve aangemaakt voor het aanjagen van economische ontwikkeling van € 25.000. Deze activiteit is in 2018 beperkt opgepakt en zal worden geïntensiveerd in 2019.

Het resultaat van het boekjaar 2018 bedraagt € 114.479, hiervan is € 71.000 toegevoegd aan de bestemmingsreserves, overige resultaat € 43.479 hebben we toegevoegd aan de continuïteitsreserve. Dit komt dan neer op 5% van de begroting van 2018 (exclusief aanvullende subsidies) wat een eerste stap is voor een reserve voor de continuïteit van de stichting (waarvoor het vrij besteedbare vermogen zal worden gebruikt).

Begroting 2019

BATEN	Begroting
Subsidies	850.000
Inkomsten partnerships	40.000
Inkomsten fondsen en bijdragen	90.000
Reclame en advertentie	13.000
TOTAAL	993.000
LASTEN	
Personeel en overige lasten	473.820
Pijler 1 Stadsmerk	173.200
Pijler 2 Podium	231.000
Pijler 3 Stadsprogrammering	59.000
Pijler 4 Aanjagen	25.200
Onvoorzien	30.780
TOTAAL	993.000

Jaarrekening

Stichting Hilversum Marketing, Hilversum

BALANS PER 31 DECEMBER 2018

(na voorstel resultaatverdeling)

Activa

		31 december 2018	
		EUR	EUR
VASTE ACTIVA			
Materiële vaste activa	1		8.842
VLOTTENDE ACTIVA			
Vorderingen	2		92.463
Liquide middelen	3		626.903
			<u>728.208</u>

Stichting Hilversum Marketing, Hilversum

Passiva

		31 december 2018	
		EUR	EUR
STICHTINGSVERMOGEN	4		
Bestemmingsreserves	5	71.000	
Continuïteitsreserve		<u>43.479</u>	
			114.479
KORTLOPENDE SCHULDEN	6		613.729
			<u><u>728.208</u></u>

**STAAT VAN BATEN EN LASTEN EN BEGROTING
OVER DE PERIODE 12-12-2017 TOT EN MET 31-12-2018**

		Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018 EUR	Begroting 12-12-2017 / 31-12- 2018 EUR
Baten activiteiten	7	996.600	1.021.250
Lasten			
Kosten activiteiten	8	593.075	763.470
Personeelskosten	9	182.076	168.280
Afschrijvingen op materiële vaste activa		999	-
Huisvestingskosten	10	26.240	50.000
Verkoopkosten	11	10.335	10.000
Kantoorkosten	12	42.835	20.000
Algemene kosten	13	26.410	23.500
Som der bedrijfslasten		<u>881.970</u>	<u>1.035.250</u>
Bedrijfsresultaat		114.630	-14.000
Financiële baten en lasten	14	<u>-151</u>	<u>-</u>
Netto resultaat		<u>114.479</u>	<u>-14.000</u>

GRONDSLAGEN VAN WAARDERING EN RESULTAATBEPALING

INFORMATIE OVER DE RECHTSPERSOON

Vestigingsadres en inschrijfnnummer handelsregister

Stichting Hilversum Marketing is feitelijk gevestigd op Stationsplein 27, 1211EX te Hilversum, is statutair gevestigd in Hilversum en is ingeschreven bij het handelsregister onder nummer 70332533.

ALGEMENE TOELICHTING

Belangrijkste activiteiten van rechtspersoon

De stichting heeft ten doel het merk 'Hilversum' (door) te ontwikkelen, de trots van Hilversummers te vergroten, het stimuleren van het vestigen van bedrijven die goed bij het Hilversumse profiel passen, het recreatief, toeristisch en zakelijk toeristisch bezoek in en aan Hilversum te bevorderen en het verrichten van alle verdere handelingen, die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.

ALGEMENE GRONDSLAGEN VOOR VERSLAGGEVING

De standaarden op basis waarvan de jaarrekening is opgesteld

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de Richtlijnen voor de jaarverslaggeving C1, die uitgegeven zijn door de Raad voor de Jaarverslaggeving.

Activa en passiva worden in het algemeen gewaardeerd tegen de verkrijgings- of vervaardigingsprijs of de actuele waarde. Indien geen specifieke waarderingsgrondslag is vermeld vindt waardering plaats tegen de verkrijgingsprijs.

GRONDSLAGEN

Vorderingen

Vorderingen worden bij eerste verwerking gewaardeerd tegen de reële waarde van de tegenprestatie. Vorderingen worden na eerste verwerking gewaardeerd tegen de geamortiseerde kostprijs. Indien geen sprake is van (dis)agio en transactiekosten is de geamortiseerde kostprijs gelijk aan de nominale waarde van de vorderingen. Als de ontvangst van de vordering is uitgesteld op grond van een verlengde overeengekomen betalingstermijn wordt de reële waarde bepaald aan de hand van de contante waarde van de verwachte ontvangsten en worden er op basis van de effectieve rente rente-inkomsten ten gunste van de staat van baten en lasten en begroting gebracht. Voorzieningen wegens oninbaarheid worden in mindering gebracht op de boekwaarde van de vordering.

Eigen vermogen

Het eigen vermogen wordt gevormd door de vrije reserves, de bestemmingsfondsen en de bestemmingsreserves. Indien een deel van het eigen vermogen is afgezonderd omdat daaraan een beperktere bestedingsmogelijkheid is gegeven dan gezien de doelstelling van de organisatie is toegestaan en deze beperking is door het bestuur aangebracht, is er sprake van een bestemmingsreserve. Indien een deel van het eigen vermogen is afgezonderd omdat daaraan een beperktere bestedingsmogelijkheid is gegeven dan gezien de doelstelling van de organisatie is toegestaan en deze beperking is door derden aangebracht, is er sprake van een bestemmingsfonds.

Bestemmingsreserves

Baten met een bijzondere bestemming

Baten waarvoor een bijzondere bestemming is aangewezen en welke in het verslagjaar niet volledig zijn besteed, worden via de resultaatbestemming toegevoegd aan de bestemmingsreserve - respectievelijk bestemmingsfonds.

Onttrekkingen aan de bestemmingsreserve - respectievelijk bestemmingsfonds worden als last in de staat van baten en lasten verwerkt, alsmede in de resultaatbestemming in het jaar waarin de onttrekking heeft plaatsgevonden.

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 rekening houdend met agio of disagio en onder aftrek van transactiekosten. Dit is meestal de nominale waarde.

Grondslagen voor de bepaling van het resultaat

Het resultaat wordt bepaald als het verschil tussen de opbrengstwaarde van de geleverde prestaties en de kosten en andere lasten over het jaar. De opbrengsten op transacties worden verantwoord in het jaar waarin zij zijn gerealiseerd.

Overige bedrijfskosten

De kosten worden bepaald op historische basis en toegerekend aan het verslagjaar waarop zij betrekking hebben.

Rentelasten en soortgelijke kosten

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

TOELICHTING OP DE BALANS

ACTIVA

Vaste activa

1 Materiële vaste activa

	Computers	Vervoermid- delen	Totaal
	EUR	EUR	EUR
Boekwaarde per 12 december 2017	-	-	-
Mutaties			
Investerings	8.091	1.750	9.841
Afschrijvingen	-943	-56	-999
Saldo mutaties	7.148	1.694	8.842
Stand per 31 december 2018			
Aanschaffingswaarde	8.091	1.750	9.841
Cumulatieve afschrijvingen	-943	-56	-999
Boekwaarde per 31 december 2018	7.148	1.694	8.842

Vlottende activa

2 Vorderingen

Handelsdebiteuren

	31-12-2018 EUR
Handelsdebiteuren	424

Stichting Hilversum Marketing, Hilversum

Overige vorderingen en overlopende activa

	<u>31-12-2018</u>
	EUR
Belastingen en premies sociale verzekeringen	66.589
Overlopende activa	<u>25.450</u>
	<u>92.039</u>

Belastingen en premies sociale verzekeringen

	<u>31-12-2018</u>
	EUR
Omzetbelasting	<u>66.589</u>

Overlopende activa

	<u>31-12-2018</u>
	EUR
Subsidie gemeente Hilversum 'Live 2000'	25.000
Vooruitbetaalde kosten	<u>450</u>
	<u>25.450</u>

3 Liquide middelen

	<u>31-12-2018</u>
	EUR
Rabobank	<u>626.903</u>

PASSIVA

4 Stichtingsvermogen

	Bestem- mingsreser- ves	Continuïteit sreserve	Totaal
	EUR	EUR	EUR
Stand per 12 december 2017	-	-	-
Mutatie uit resultaatverdeling	71.000	-	71.000
Uit resultaatverdeling	-	43.479	43.479
Stand per 31 december 2018	<u>71.000</u>	<u>43.479</u>	<u>114.479</u>

5 Bestemmingsreserves

	<u>31-12-2018</u> EUR
Bestemmingsreserve inrichten onderzoeksdashboard	23.000
Bestemmingsreserve doorontwikkeling website	23.000
Bestemmingsreserve aanjagen van economische ontwikkelingen	25.000
	<u>71.000</u>

De bestemmingsreserves bestaan uit een reservering van EUR 23.000 voor het inrichten van een onderzoeksdashboard, voor EUR 23.000 voor verwachte kosten voor de doorontwikkeling van de website en voor EUR 25.000 voor het aanjagen van economische ontwikkelingen.

6 Kortlopende schulden

	<u>31-12-2018</u> EUR
Schulden aan leveranciers en handelskredieten	526.741
Overige schulden en overlopende passiva	86.988
	<u>613.729</u>

Schulden aan leveranciers en handelskredieten

	<u>31-12-2018</u> EUR
Crediteuren	44.949
Gemeente Hilversum	481.792
	<u>526.741</u>

Stichting Hilversum Marketing, Hilversum

Overige schulden en overlopende passiva

	<u>31-12-2018</u>
	EUR
Gemeente Hilversum	31.824
Administratie- en accountantskosten	9.310
Huisvestingskosten	11.630
Kosten evenementen	28.441
Sponsoring	5.000
Overige overlopende passiva	783
	<u>86.988</u>

TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN

7 Baten activiteiten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Subsidie gemeente Hilversum	881.250	826.250
Subsidie gemeente Hilversum '100 Jaar Mediastad'	35.000	40.000
Overige baten '100 Jaar Mediastad'	40.000	45.000
Subsidie gemeente Hilversum 'Live 2000'	25.000	-
Subsidie gemeente Hilversum 'Volksfeesten'	15.000	15.000
Overige baten	350	95.000
	<u>996.600</u>	<u>1.021.250</u>

8 Kosten activiteiten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Marketing en onderzoek	97.994	175.000
Stadsredactie en evenementen	151.732	173.470
Media Mile	127.067	150.000
100 jaar Mediastad	161.227	200.000
Live 2000	30.086	35.000
Volksfeesten	24.969	30.000
	<u>593.075</u>	<u>763.470</u>

9 Personeelskosten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Lonen en salarissen	178.475	164.280
Overige personeelskosten	3.601	4.000
	<u>182.076</u>	<u>168.280</u>

Overige personeelskosten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Kantinekosten	388	500
Studie- en opleidingskosten	1.370	1.500
Overige personeelskosten	1.843	2.000
	<u>3.601</u>	<u>4.000</u>

Afschrijvingen materiële vaste activa

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Afschrijvingskosten inventaris	943	-
Afschrijvingskosten vervoermiddelen	56	-
	<u>999</u>	<u>-</u>

10 Huisvestingskosten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Betaalde huur	11.296	20.000
Onderhoud gebouwen	3.482	7.000
Gas, water en elektra	3.870	5.000
Onroerende zaakbelasting	700	1.000
Beveiligingskosten	1.767	2.000
Overige huisvestingskosten	5.125	15.000
	<u>26.240</u>	<u>50.000</u>

11 Verkoopkosten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Kosten sponsoring	182	2.000
Beurskosten	395	2.000
Relatiegeschenken	5.920	4.000
Representatiekosten	1.256	500
Reis- en verblijfkosten	225	500
Incassokosten	171	-
Overige verkoopkosten	2.186	1.000
	<u>10.335</u>	<u>10.000</u>

12 Kantoorkosten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Kantoorbenodigdheden	5.043	5.000
Porti	166	500
Telefoonkosten	2.137	2.500
Drukwerk	135	2.000
Kosten automatisering	35.354	10.000
	<u>42.835</u>	<u>20.000</u>

13 Algemene kosten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Abonnementen en contributies	89	250
Assurantiepremie	5.273	5.000
Administratiekosten D&R	3.200	3.000
Accountantskosten M&K	15.000	12.000
Overige algemene kosten	2.848	3.250
	<u>26.410</u>	<u>23.500</u>

Stichting Hilversum Marketing, Hilversum

14 Financiële baten en lasten

	Realisatie 12-12-2017 / 31-12- 2018	Begroting 12-12- 2017 / 31- 12-2018
	EUR	EUR
Rentelasten en soortgelijke kosten	<u>-151</u>	<u>-</u>

Stichting Hilversum Marketing, Hilversum

OVERIGE GEGEVENS

Controleverklaring van de onafhankelijke accountant

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan het bestuur van Stichting Hilversum Marketing

A. Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening 2018

Ons oordeel

Wij hebben de jaarrekening 2018 van Stichting Hilversum Marketing te Hilversum gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Hilversum Marketing per 31 december 2018 en van het resultaat over de periode 12 december 2017 tot en met 31 december 2018 in overeenstemming met de in Nederland geldende RJK-C1 kleine organisaties zonder winststreven.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2018
2. de winst- en verliesrekening over 2018 ; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting Hilversum Marketing zoals vereist in de Wet toezicht accountantsorganisaties (Wta), 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.

De basis voor ons oordeel

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting Hilversum Marketing zoals vereist in de Wet toezicht accountantsorganisaties (Wta), 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.

B. Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen andere informatie

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, bevat de jaarrekening het bestuursverslag.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de controle 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 de andere informatie, in overeenstemming met RJK-C1 kleine organisaties zonder winststreven.

C. Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening

Verantwoordelijkheden van het bestuur voor de jaarrekening

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de in Nederland geldende RJK-C1 kleine organisaties zonder winststreven. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de onderneming in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de vennootschap te liquideren of de bedrijfsactiviteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is. Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de onderneming haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel.

Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;

- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit ;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;
- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de onderneming haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een onderneming haar continuïteit niet langer kan handhaven;
- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen; en
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

Wij communiceren met de met het bestuur 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.

Hilversum, 1 april 2019

M&K Hilversum B.V.

Was getekend,

drs D. Kroon RA