

BESTUURSVERSLAG

STICHTING
HEERLIJK HARDERWIJK

2026



Heerlijk
HARDERWIJK

VOORWOORD

van de directeur-bestuurder

2025 was een jaar vol beweging voor Stichting Heerlijk Harderwijk. Mijn eerste jaar in deze stad, voor het team en mij een periode van verkennen en wennen. Voor de organisatie de start van een nieuwe fase, ook met een kersverse maar zeer ervaren Raad van Toezicht. Voor de gemeente als samenwerkingspartner was het ook het begin van een nieuwe fase, na het positieve besluit in 2024 om budget vrij te maken voor de professionalisering van onze stichting.

Wij zijn volop in gesprek gegaan: met het team, met ondernemers, culturele partners, organisatoren, vrijwilligers, beleidsmakers en de gemeenteraad. In bijeenkomsten en gesprekken hebben we informatie opgehaald, kennis gedeeld en samen richting bepaald. Deze open houding heeft geholpen om scherper te krijgen waar

we voor staan en waar we naartoe willen. Tegelijkertijd hebben we ook 'gewoon' veel werk verzet. Met een vernieuwd magazine inclusief Duitse editie, een actieve inzet op onze sociale kanalen, een sterker profiel van de VVV-winkel en meer samenwerking in de regio. We hebben geëxperimenteerd met nieuwe activiteitenkalender concepten, zoals de Hanze-Avondduren. En samenwerking met lokale initiatieven zoals 'Jij bouwt de toekomst'.

2025 is vooral een jaar waarin we bewust hebben geïnvesteerd in de basis. In onze werkwijze, onze samenwerking en onze koers. Het Meerjarenplan 2026-2031 vormt hierin een belangrijke mijlpaal: een gedragen en realistisch plan dat richting geeft aan de ontwikkeling van Harderwijk en aan onze rol als marketingorganisatie.

We zijn het college en de gemeenteraad dankbaar voor het vertrouwen en de ruimte om deze stap te zetten. Evenals ons team en alle vrijwilligers, die met hun inzet en betrokkenheid elke dag het verschil maken.

Harderwijk staat er goed voor. De stad bruist, de samenwerking groeit en de basis is sterk. Dat geeft vertrouwen. 2025 markeert het begin van een volgende fase. Een fase waarin we verder bouwen, samen met de stad. Op naar 2026 – 2031!



Hartelijke groet

Peter Timmermans
Directeur-bestuurder
Stichting Heerlijk Harderwijk



INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	BLZ 2
INHOUDSOPGAVE	BLZ 4
HOOFDSTUK 1 OVER STICHTING HEERLIJK HARDERWIJK	BLZ 6
HOOFDSTUK 2 ORGANISATIE EN SAMENWERKING	BLZ 8
HOOFDSTUK 3 ACTIVITEITEN IN 2025	BLZ 10
HOOFDSTUK 4 RESULTATEN EN IMPACT	BLZ 14
HOOFDSTUK 5 TOELICHTING OP FINANCIËN	BLZ 18
HOOFDSTUK 6 VOORUITBLIK	BLZ 22
BIJLAGEN	BLZ 28

OVER STICHTING HEERLIJK HARDERWIJK

Harderwijk en Hierden vormen samen een gemeente met uniek karakter. Aan het water, op de rand van de Veluwe, vol historie en ondernemerschap. Een stad en dorp waar mensen heerlijk wonen, werken, ontmoeten en genieten.

Stichting Heerlijk Harderwijk werkt aan het versterken van die kwaliteit. Niet als doel op zich, maar omdat een aantrekkelijke stad bijdraagt aan een levendige economie, goede voorzieningen en een prettig leefklimaat voor bewoners en bezoekers.

Toerisme en citymarketing zijn geen doel op zich, maar een krachtig middel. Ze versterken de samenhang in de stad, brengen mensen samen en dragen bij aan levendigheid, werkgelegenheid en onderlinge betrokkenheid. Ze zorgen voor een aantrekkelijk en divers aanbod van voorzieningen voor inwoners en bezoekers, versterkt door een duidelijke identiteit en positionering van de stad en omgeving.

Wij verbinden, versterken en maken zichtbaar.

Vanuit de bezoekerseconomie werken we aan het verhaal van Harderwijk en Hierden, de positionering, de herkenbaarheid en de samenhang tussen plekken, initiatieven en partners. We ontvangen en informeren bezoekers, ondersteunen ondernemers, activiteiten en evenementen en brengen partijen bij elkaar.

Niet enkel als uitvoerder op afstand, maar midden in de stad en het dorp.

Niet vóór de stad, maar mét de stad. Als verbinder, gastheer en merkregisseur voor een sterke bezoekerseconomie.

Hoe? Dichtbij. Praktisch. Uitvoeringsgericht.

Wij combineren strategie en uitvoering voor de lange termijn en dagelijkse praktijk. Het VVV-gastheerschap, online en offline marketing vormen de basis. Vanuit daar bouwen we aan merk, samenwerking en zichtbaarheid.

Meerjarenstrategie 2026-2031

Onze koers voor de komende jaren is vastgelegd in het Meerjarenplan 2026-2031. Geen nieuwe start, maar een volgende stap. Voortbouwen op wat er al is, met meer focus, samenhang, draagvlak en richting.

We werken aan een sterke en herkenbare stadsidentiteit. Een eigentijds profiel dat past bij Harderwijk & Hierden. Met aandacht voor kwaliteit en spreiding van bezoekers om zo de leefbaarheid voor bewoners niet uit het oog te verliezen. Samen met ondernemers, partners en regio bouwen we aan die ontwikkeling. Het merk vormt daarbij het vertrekpunt. Heerlijk Harderwijk is meer dan een naam. Het is een gevoel. Het gaat over beleving, gastvrijheid en kwaliteit. Een balans tussen rust én levendigheid. Over trots en verbondenheid met de stad.

Het merk Heerlijk Harderwijk vormt het vertrekpunt voor onze communicatie en positionering. We bouwen aan een herkenbaar en consistent verhaal van de stad en omgeving, dat bijdraagt aan zichtbaarheid, samenhang en beleving.

*Oude muren,
nieuwe verhalen*

ORGANISATIE EN SAMENWERKING



Stichting Heerlijk Harderwijk werkt met een compacte organisatie, gericht op uitvoering. Een combinatie van vrijwilligers, een klein kernteam en flexibele extra inzet zorgt voor continuïteit in de dagelijkse werkzaamheden en ruimte om gericht op te schalen bij projecten en seizoensdrukke.

In 2025 is de organisatiestructuur verder geoptimaliseerd en zijn de rollen en verantwoordelijkheden aangescherpt.

De organisatie bestaat uit de volgende functies:

- **Raad van Toezicht**
Met expertise op het gebied van citymarketing, bestuur, financiën en organisatieontwikkeling.
- **Directeur-bestuurder**
- **Coördinator Marketing en Communicatie**
- **Dagcoördinatoren VVV-stadswinkel**
- **Administrateur**
- **Vrijwilligers**
- **Flexibele schil met verschillende expertises**
Waar nodig wordt gewerkt met externe specialisten voor onder andere content, web & sociale media, vormgeving, drukwerk en projecten.

RAAD VAN TOEZICHT

Tot en met 2024 werkte de stichting met een Raad van Bestuur. In 2025 is de structuur aangepast naar een model met een Raad van Toezicht, passend bij de wens tot verdere professionalisering van de organisatie.

De Raad van Toezicht bestaat uit een voorzitter, een secretaris en een algemeen lid. Zij houden toezicht op het functioneren van de directeur-bestuurder, de organisatie, de realisatie van de koers, en treedt op als formeel opdrachtgever en sparringpartner voor de directeur-bestuurder.

In 2025 kwam de Raad van Toezicht acht keer bijeen voor formele Raad van Toezicht vergaderingen. Daarnaast is in verschillende samenstellingen extra overleg gevoerd ter ondersteuning van de directeur-bestuurder, onder andere bij het opstellen van het meerjarenplan en de merkstrategie. Zij waren ook regelmatig aanwezig bij diverse bijeenkomsten van de stichting. En de Raad van Toezicht sloot tussentijds aan bij het bestuurlijke overleg met de gemeente, ook daar ter ondersteuning van de directeur-bestuurder en vanuit hun betrokkenheid.

SAMEN

De stichting werkt nauw samen met ondernemers, culturele instellingen, evenementenorganisaties, de gemeente en regionale partners. In deze samenwerking vervult de stichting een verbindende rol. Door partijen bij elkaar te brengen en af te stemmen, ontstaat meer samenhang en slagkracht in de uitvoering.

Ook is in 2025 zeer nauw samengewerkt met de binnenstadondernemers. Zo hebben wij bijgedragen aan de marketingcommunicatie t.b.v. de totstandkoming van de Bedrijven Investering Zone Binnenstad Harderwijk (BIZ BOH).

VRIJWILLIGERS

Vrijwilligers vormen een belangrijk onderdeel van de organisatie, met name binnen de VVV-stadswinkel. Daarnaast zijn er enkele vrijwilligers die voor Heerlijk Harderwijk in de buitendienst promotiemateriaal verspreiden in de regio, op ongeveer 100 plekken in een cirkel van 40 km rondom Harderwijk.

In 2025 is het vrijwilligersbeleid opgesteld met extra aandacht voor goede structuur, begeleiding en betrokkenheid. Vrijwilligers dragen bij aan het gastheerschap van de stad en zorgen voor continuïteit in de dienstverlening aan bezoekers. Vrijwilligers vormen een onmisbare schakel binnen onze organisatie en het gastheerschap van de stad.

Wij voerden overleg met en waar mogelijk droegen wij bij aan samenwerkingen op het gebied van cultuur, toerisme, horeca, evenementen, bedrijven, historie, erfgoed, musea, winkeliers, watersport, enz.

Daarnaast namen we deel aan verschillende regionale overleggen van VVV Randmeren, Visit Veluwe, Hanze Marketing en Destinatie Nederland.

ACTIVITEITEN IN 2025

2025 stond in het teken van bouwen aan de basis, met zichtbare stappen in uitvoering, samenwerking en positionering. Vanuit de verschillende programmalijnen is gewerkt aan de verdere ontwikkeling van Harderwijk en Hierden als aantrekkelijke stad en dorp voor bewoners en bezoekers.

3.1 MERK EN CITYMARKETING

In 2025 is gewerkt aan de doorontwikkeling van het merk Heerlijk Harderwijk en de bijbehorende communicatie, zo is er opnieuw gekeken naar de huisstijl en de merkpositionering en merkstrategie evenals de communicatiestijl.

Een nieuwe opzet van het magazine met zowel een Nederlandse als Duitse editie is gerealiseerd. Daarnaast is een actiever contentaanpak ontwikkeld, met een doorlopende inzet op sociale media en online kanalen, alle kanalen stegen in volgers en aantal weergaven. In 2026 zetten we in op verdere groei. We hebben de inzet van B-to-B nieuwsbrieven richting onze belanghebbenden vergroot, de nieuwsbrief wordt inmiddels door een groot deel van de binnenstad ondernemers en toeristische bedrijven ontvangen en goed gelezen. Eveneens is gestart met de vernieuwing van de database & website.

In samenwerking met regionale partners hebben wij bijgedragen aan externe campagnes, waaronder de herfstcampagne van Visit Veluwe en Hanze marketing. Tegelijk is gewerkt aan een meer consistente uitstraling en herkenbaarheid van Heerlijk Harderwijk, als basis voor verdere merkontwikkeling richting 2031.



3.2 GASTHEERSCHAP EN VVV

De VVV-stadswinkel vormt het hart van het gastheerschap in de stad en dorp. In 2025 zijn opnieuw vele bezoekers ontvangen en geïnformeerd, het bezoekersaantal ligt jaarlijks rond de vijftiengduizend en neemt telkens iets toe. We hebben ingezet op een sterker profiel van de winkel, met aandacht voor de regio, het assortiment, presentatie en aansluiting op het verhaal van de stad. Met als doel om de winkel nog aantrekkelijker te maken voor bezoekers en bewoners en zo op stap voor stap nog meer bezoekers te ontvangen. We werken in 2025 en 2026 aan de doorontwikkeling van de toeristische informatie en de rol van de VVV als gastheer tijdens verschillende evenementen.

Vrijwilligers hebben een centrale rol in alles wat we vanuit gastheerschap aanbieden, zij zorgen dagelijks voor een gastvrije ontvangst en continuïteit in de dienstverlening.



3.3 EVENEMENTEN EN PROGRAMMERING

Evenementen dragen bij aan de levendigheid en aantrekkingskracht van de stad. In 2025 is ingezet op het versterken van de samenhang tussen evenementen, programmering en citymarketing.

De stichting heeft evenementen ondersteund in promotie en afstemming, en gewerkt aan betere aansluiting met de stad en het merk. Daarnaast is samengewerkt met de gemeente en organisatoren rondom de doorontwikkeling van het evenementenprogramma.

3.4 SAMENWERKING EN NETWERK

In 2025 is intensief geïnvesteerd in het versterken van het netwerk.

Wij hebben zelf meerdere bijeenkomsten georganiseerd voor ondernemers en culturele partners. Daarnaast hebben we allerlei bijeenkomsten gehost dan wel faciliteert, bij ons in het Oude Stadhuis, waaronder VVV Randmeren overleg, Hanze Marketing overleg, Visit Veluwe overleg, verschillende retail-georiënteerde bijeenkomsten en zelfs een boeklancering. We hebben actief en nauw samengewerkt met de gemeente, onder andere via presentaties aan de commissie Stad en Omgeving van de gemeenteraad.

De samenwerking met lokale en regionale partners werd verder uitgebouwd, onder andere rondom campagnes en promotie. Deze inzet heeft geleid tot meer verbinding, afstemming en gezamenlijke uitvoering.



3.5 PROJECTEN

Naast de reguliere activiteiten is in 2025 gewerkt aan een aantal projecten en initiatieven.

Zo is gestart met het concept Hanze-Avondturen, als nieuwe manier om het verhaal van de stad en omgeving te vertellen. Hanze-Avondturen is een samenvoeging van Hanze, avonduren en avonturen. Het verwijst naar de bijzondere sfeer van de stad in de avond, de culturele rijkdom van de omgeving en het avontuurlijke karakter van de activiteiten tijdens de herfstvakantie in en om Harderwijk en Hierden.

Wij hebben met veel enthousiasme samengewerkt met initiatieven zoals 'Jij bouwt de toekomst' en is ondersteuning geboden aan onder andere de BIZ Binnenstad.

We hebben tevens het initiatief genomen om samen met de andere gastheerschappen van de VVV Randmeren een gezamenlijke zomer activiteitenkalender uit te brengen. Deze fysieke kalender werd verspreid door de hele regio bij diverse toeristische locaties. De samenwerking en gemeenschappelijke zichtbaarheid is goed bevallen, in 2026 brengen we weer een gezamenlijke kalender uit, dit keer met een nog grotere oplage. Dit met als doel om bezoekers van de regio Noordwest Veluwe te laten zien wat er allemaal te doen is.

De ontwikkeling van het Meerjarenplan 2026–2031 was een project op zichzelf. Dit traject, in nauwe samenwerking met ondernemers, partners en gemeente, vormt een belangrijk fundament voor de komende jaren.

Eind 2025 zijn we gestart met de voorbereidingen voor het vernieuwen van de website en databases.

RESULTATEN EN IMPACT

2025 stond in het teken van het versterken van de basis. Niet alleen zichtbaar in activiteiten en campagnes, maar vooral in samenwerking, positionering, organisatie-ontwikkeling en zichtbaarheid van de stad.

BEZOEK, BEREIK EN ZICHTBAARHEID

Landelijk is het beeld van toeristisch bezoek aan steden gemengd, sommige steden daalden enorm en andere steden stegen juist. Er is geen algehele trend in te herkennen. In het NBTC onderzoek 'Toeristisch bezoek aan Steden' laat Harderwijk een positieve ontwikkeling zien. Het aantal toeristische bezoeken steeg licht naar circa 1,37 miljoen en het aantal unieke bezoekers groeide naar circa 532.000. Daarmee behoort Harderwijk tot de steden met een duidelijke groei in unieke bezoekers.

De lokale bezoekerstellingen laten ook een groei zien. Het centrum van Harderwijk telde in 2025 circa 18,1 miljoen bezoeken en ongeveer 4,58 miljoen unieke bezoekers. Dat betekent een duidelijke stijging ten opzichte van 2024. Deze cijfers laten zien dat de binnenstad een sterke aantrekkingskracht heeft, voor bewoners, regiobezoekers en toeristen. Tegelijk bevestigen zij het belang

van een aantrekkelijke openbare ruimte, goede voorzieningen, spreiding van bezoekers en een sterke samenwerking tussen ondernemers, gemeente en partners.

Uit aanvullend onderzoek blijkt bovendien dat bezoekers relatief lang in de binnenstad verblijven en bovengemiddeld besteden. Winkelen, horeca, sfeer en verblijfskwaliteit versterken elkaar hierin. Harderwijk laat daarmee zien dat citymarketing niet alleen draait om promotie, maar ook om economische vitaliteit, leefbaarheid en een aantrekkelijk leefklimaat.

ONLINE BEREIK EN COMMUNICATIE

De online zichtbaarheid bleef eveneens belangrijk. Heerlijk-Harderwijk.nl bereikte in 2025 circa 130.000 actieve gebruikers, met ruim 420.000 paginaweergaven en circa 185.000 sessies. Vooral de online UITagenda speelde daarin een belangrijke rol, met meer dan 104.000 weergaven. Ook praktische pagina's zoals parkeren,

TOERISTISCH BEZOEK 2025

1,37 mln bezoeken +1%
532.000 unieke bezoekers +7%
87% komt graag een keer terug
€53,80 gemiddelde besteding +2,9%
2,6 bezoeken per persoon
+19 NPS Aanbevelingsscore (was -11)
Harderwijk scoort sterk op waterbeleving, horeca en historisch stadsbezoek.

winkelen, plattegronden en evenementen werden goed bezocht.

Het grootste deel van het verkeer kwam via organische zoekresultaten, wat laat zien dat bezoekers Heerlijk Harderwijk steeds beter weten te vinden als betrouwbaar en praktisch platform voor inspiratie en bezoekplanning. Ten opzichte van 2024 groeiden onder andere het aantal sessies, paginaweergaven en interacties op de website verder door.

Het bereik via sociale media groeide in 2025 eveneens verder door. Via Meta (Facebook & Instagram) realiseerde Heerlijk Harderwijk ruim 1,24 miljoen weergaven en meer dan 9.400 interacties. Opvallend daarbij is dat ruim 92% van het bereik organisch tot stand kwam. Dit betekent dat de content zonder grote advertentiebudgetten een breed publiek wist te bereiken.

Vooraf hoogwaardige fotografie, lokale evenementen, stadsverhalen en seizoensgebonden content bleken goed aan te sluiten

SOCIAL MEDIA IN CIJFERS 2025

1.248.748 weergaven
1.157.167 organische weergaven
9.400+ interacties
729.400 fotoweergaven
187.734 story-weergaven
84.208 reel-weergaven

bij inwoners en bezoekers. Foto's waren verantwoordelijk voor ruim 729.000 weergaven en vormden daarmee veruit het sterkst presterende contenttype. Ook Stories en Reels droegen bij aan de zichtbaarheid en betrokkenheid rondom de stad en haar activiteiten.

De resultaten bevestigen dat Heerlijk Harderwijk een belangrijke online ambassadeur van de stad is en met beperkte middelen een groot en betrokken publiek weet te bereiken. Hier zetten we dan ook verder op in.

De digitale communicatie richting ondernemers groeide verder door. In samenwerking met de Binnenstad Ondernemers Harderwijk (BOH) werden in 2025 achttien nieuwsbrieven verstuurd naar in totaal 4.639 ontvangers. De nieuwsbrieven realiseerden een bezorgpercentage van bijna 95%, een openratio van 36% en een klikratio van 6,8%. Daarmee scoorden de nieuwsbrieven bovengemiddeld ten opzichte van anderen binnen zakelijke dienstverlening.

DRUKWERK EN VERSPREIDING

Offline bleef het bereik groot. In 2025 verspreidde Heerlijk Harderwijk drukwerk via bijna 100 locaties in de regio, binnen een straal van ongeveer 40 kilometer rondom Harderwijk.

De oplage van het nieuwe magazine lag op 15.000 NL en 2.500 DE exemplaren. In 2025 werd gestart met een overschot van 2024 magazines, waardoor de totale oplage van magazines afgelopen jaar rond de 20.000 is geweest. In 2026 zetten we deze groei verder door naar een oplage van 25.000 magazines en 10.000 Visit Us-folders in 3 talen. Daarnaast verschenen drie edities van de UITagenda, verspreid via winkels, horeca, verblijfslocaties, culturele instellingen en recreatieve partners.

In 2025 is op initiatief van Heerlijk Harderwijk een gezamenlijke regionale UITagenda ontwikkeld voor Noordwest Veluwe met de gastheerschappen van VVV Randmeren. Hoewel de eerste oplage beperkt was tot 5.000 exemplaren, werd de samenwerking door betrokken partijen als zeer waardevol ervaren. De gezamenlijke agenda vormt een belangrijke stap richting meer regionale samenwerking en zichtbaarheid. In 2026 wordt de oplage daarom verder uitgebreid naar 7.500 exemplaren.

Voor Hanze-Avondturen werd aanvullend een speciale poster en uitagenda ontwikkeld. Via onder-

nemers, organisaties en culturele partners werden circa 5.000 losse posters verspreid. Daarnaast verscheen de poster als uitneembare middenpagina in lokale huis-aan-huis kranten met een gezamenlijk bereik van ruim 55.000 huishoudens in Harderwijk, Ermelo, Putten, Nunspeet en Nijkerk.

Aanvullend vonden duizenden stadsplattegronden, wandelroutes en folders van lokale aanbieders via de VVV-stadswinkel hun weg naar bezoekers en bewoners.

GASTVRIJHEID EN VVV-STADSWINKEL

De VVV-stadswinkel is een belangrijk onderdeel van gastheerschap in de stad. De cijfers laten zien dat het bezoekersniveau in 2025 procentueel stabiel tot licht groeiend was ten opzichte van 2024. We groeien tot bijna 25.000 gasten per jaar. De stadswinkel is een centrale plek voor ontvangst, inspiratie, informatie en persoonlijk advies. Vrijwilligers en dagcoördinatoren dragen hierin dagelijks bij aan de gastvrijheid en beleving van de stad en omgeving. Door het faciliteren van verschillende bijeenkomsten in het Oude Stadhuis en in de stadswinkel, maakten we de plek nog relevanter voor Harderwijk, dit zetten we in 2026 verder voort.

SAMENWERKING EN BETROKKENHEID

Een belangrijk resultaat van 2025 is de intensievere samenwerking

binnen de stad. Er zijn meerdere bijeenkomsten georganiseerd voor ondernemers, cultuurpartners en andere betrokkenen.

De twee grote bijeenkomsten rondom het Meerjarenplan 2026–2031 werden goed bezocht, met respectievelijk ruim 60 en 75 deelnemers uit een brede vertegenwoordiging van de stad en regio. Daarmee groeide de betrokkenheid zichtbaar per bijeenkomst.

Daarnaast vonden verschillende kleinere sessies plaats met onder andere cultuurpartners, ondernemers en samenwerkingsorganisaties. Ook faciliteerde Heerlijk Harderwijk bijeenkomsten van andere partijen, zoals retail- en evenementenbijeenkomsten van de gemeente.

Ook heeft de stichting de gemeenteraad en commissie Stad en Omgeving meerdere keren meegenomen in de ontwikkeling van de meerjarenstrategie. Deze samenwerking heeft geleid tot meer afstemming, meer betrokkenheid en een sterker gezamenlijk beeld van de toekomst van Harderwijk als aantrekkelijke stad voor bewoners en bezoekers.

ONTWIKKELING EN VERNIEUWING

In 2025 is bewust ruimte gemaakt voor ontwikkeling en experiment. Met initiatieven zoals Hanze-Avondturen, eigen bijeenkomsten, nieuwe vormen van content en samenwerkingen als 'Jij bouwt de toekomst' is gewerkt aan vernieuwing en een eigentijdse manier van citymarketing.

Daarnaast is met het Meerjarenplan 2026–2031 een belangrijke basis gelegd voor de komende jaren. Een plan waarin koers, samenwerking en ambitie samen-

BREDE WAARDE VAN DE BEZOEKERSECONOMIE

De bezoekerseconomie blijft van grote waarde voor Harderwijk en Hierden. Niet alleen economisch, maar ook sociaal en ruimtelijk. Een aantrekkelijke stad met een sterke identiteit draagt bij aan voorzieningen, werkgelegenheid, ontmoeting, levendigheid en onderlinge verbondenheid.

Landelijke ontwikkelingen laten zien dat recreatie en toerisme steeds vaker worden gezien als domeinen die positief bijdragen aan brede welvaart en leefbaarheid. Daarbij gaat het niet alleen om bezoekersaantallen, maar juist ook om het versterken van voorzieningen, binnensteden, cultuur, werkgelegenheid en regionale samenwerking.

Vanuit die gedachte is in 2025 gewerkt aan een sterke positionering van Harderwijk en Hierden, met aandacht voor kwaliteit, balans en samenwerking.



TOELICHTING OP DE FINANCIËN

Stichting Heerlijk Harderwijk sluit 2025 af met een positief resultaat van €18.079 bij een totale baten van €384.804.

Het jaar is financieel stabiel verlopen en het verloop past bij een fase van opbouw en professionalisering.

De verhouding tussen de operationele uitgaven door het jaar en dekking liggen in balans. De reguliere exploitatie van de stichting verliep in 2025 nagenoeg sluitend.

Het positieve resultaat is een gevolg van een eenmalige vrijval van cadeaubonnen, het leidt niet tot een toename van liquiditeit.

VRIJVAL CADEAUBONNEN

In 2025 is een bedrag van €19.000 vrijgevallen uit eerder verkochte cadeaubonnen. Het betreft cadeaubonnen die in 2020 zijn uitgegeven en waarvan de geldigheid in 2025 is verlopen. Cadeaubonnen worden bij verkoop administratief verwerkt als een verplichting, omdat deze op een later moment kunnen worden ingewisseld. Uit ervaring van de afgelopen jaren en ook elders in het land blijkt dat een deel van de bonnen niet op tijd wordt ingeleverd. Op basis van deze historische trend is een inschatting gemaakt van het bedrag dat naar verwachting niet meer wordt verzilverd. Daarnaast is in 2020, mede door de bijzondere omstandigheden in dat jaar, een groter aantal cadeaubonnen uitgegeven dan gebruikelijk. Dit verklaart de relatief hogere vrijval in 2025.

De vrijval leidt tot een eenmalige positieve bijdrage aan het resultaat. Het betreft echter geen extra liquide middelen, maar een correctie op een eerder opgenomen verplichting.

BESTEMMINGSRESERVE BOH

Eind 2024 heeft het toenmalige bestuur besloten om de reserves die de binnenstad toekomen inzichtelijk te maken. Samen met de nieuw gevormde stichting BIZ BOH zullen wij deze reserves in 2026 inzetten voor de binnenstad, zoals aankleding en promotie dan wel entertainment activiteiten.

OPDRACHTOVEREENKOMST EN CONTINUÏTEIT

De stichting werkt op basis van een jaarlijkse opdrachtovereenkomst met gemeente Harderwijk. Dit betekent dat de financiering en opdrachtverlening per jaar worden bepaald en afhankelijk zijn van beleidskeuzes en bestuurlijke besluitvorming. Deze systematiek brengt een zekere mate van onzekerheid met zich mee. Het ontbreken van meerjarige financiële zekerheid maakt het lastiger om structureel vooruit te plannen en lange-termijninvesteringen te doen. Tegelijkertijd vraagt de ontwikkeling van een sterke stadspositionering en bezoekerseconomie juist om continuïteit en samenhang over meerdere jaren. Met het Meerjarenplan 2026–2031 is hierin een belangrijke stap gezet, waarbij inhoudelijke koers en meerjarige ambitie zijn vastgelegd. Heerlijk Harderwijk pleit daarom ook voor meerjarige financiële steun.

Wat gaat goed:

- › Financiële uitgaven onder controle
- › Bredere inkomstenmix (gemeente, projecten, VVV)
- › Gerichte inzet van middelen
- › Investing in toekomstbestendigheid

Aandachtspunten

- › Beperkte financiële ruimte
- › Afhankelijkheid van publieke middelen
- › Projectmatige financiering
- › Relatief kleine organisatie
- › Kostenstijgingen door verwachte inflatie
- › Invulling van het werkgeverschap en zzp samenwerkingen

Korte termijn risico's (1-2 jaar)

- › Stijgende kosten en beperkte indexatie
- › Druk op team en vrijwilligers
- › Toenemende verwachtingen zonder extra middelen

Lange termijn risico's (3-5 jaar)

- › Onvoldoende structurele financiering
- › Beperkte schaal en professionalisering
- › Onbalans publiek-privaat
- › Relevantie en zichtbaarheid in veranderend speelveld

Kansen

- › Harderwijk is een groeiende stad en wordt beter bereikbaar per OV (trein)
- › De ondernemers in de (binnen)stad werken beter samen en beginnen het collectieve belang te onderkennen
- › De voorbereiding op 800 jaar Harderwijk in 2031 biedt kansen voor samenwerking, zichtbaarheid, stadsidentiteit en economische spin-off
- › Onze organisatie professionaliseert stap voor stap en kan daarmee steeds relevanter bijdragen aan de bezoekerseconomie
- › Regionale ambities en regionaal samenwerken staat hoog op de agenda.

VOORUITBLIK



2026 wordt het eerste uitvoeringsjaar van het Meerjarenplan 2026-2031. Een jaar waarin koers steeds zichtbaarder wordt in concrete uitvoering. De focus ligt op drie kernwoorden: uitvoeren, versterken en verbinden.

De komende periode bouwen we verder aan de positionering van Harderwijk en Hierden als eigentijdse Hanzestad en dorp met karakter. Met meer aandacht voor samenhang tussen marketing, gastvrijheid, evenementen, stadsaankleding en beleving.

In 2026 werken we onder andere aan:

- › Een vernieuwde website en merkuitstraling
- › Verdere ontwikkeling van de VVV-stadswinkel als belevingswinkel
- › Sterkere inzet op content, verhalen en zichtbaarheid
- › Versterking van de UITagenda en evenementenprogrammering
- › Nieuwe routes, arrangementen en seizoenscampagnes
- › Verdere samenwerking met ondernemers, cultuur en regiopartners
- › Nulmetingen, datadelen en kennisontwikkeling.

Ook wordt verder gebouwd aan projecten zoals Hanze-Avondturen, waarin cultuur, avondbeleving, storytelling en samenwerking samenkomen in een herkenbaar stadsconcept richting 2031.

Daarnaast blijft regionale samenwerking een belangrijk aandachtspunt. Vanuit onder andere de Noord-Veluwe samenwerking wordt gewerkt aan meer afstemming, gezamenlijke promotie en een sterkere verbinding tussen gastheerschap, recreatie en toerisme in de regio.

De komende jaren staan in het teken van het verder versterken van trots, samenwerking en kwaliteit. Niet alleen voor bezoekers, maar juist ook voor bewoners, ondernemers en partners in de stad.

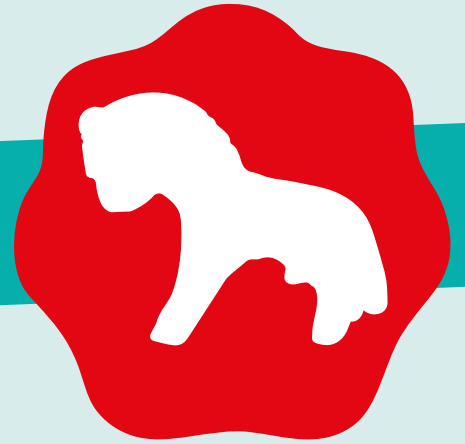
*Op de rand
van de Veluwe,
tussen verdwalen
en thuiskomen*

An aerial photograph showing a coastal landscape. On the left is a large body of water. A sandy beach curves along the shoreline. To the right of the beach is a green area with trees and a small building. Further right is a marina filled with many small boats. A highway runs along the right side of the image, with several vehicles visible. The foreground is dominated by a dense forest of green trees.

BIJLAGEN

- Samengestelde jaarrekening 2025
- Activiteitenplan 2026
- Meerjarenplan 2026 - 2031

Ik heb het nagekeken .H et klopt.



Heerlijk
HARDERWIJK