

Jaarverslag 2023

THE HAGUE & PARTNERS

◆ The City
The Partners
The **Hague.**

[THEHAGUE.COM/PARTNERS](https://thehague.com/partners)



INHOUD

◆	INHOUD	2
◆	VOORWOORD EN SAMENVATTING	4
◆ 1	BEZOEKERS EN BEWONERS	8
◆ 2	CONGRESSEN	22
◆ 3	BEDRIJVEN EN NGO'S	30
◆ 4	THE HAGUE & PARTNERS	36
◆ 5	RAAD VAN TOEZICHT	48
◆ 6	FINANCIËLE RAPPORTAGE	54
◆ 7	KPI-OVERZICHT	60

COLOFON

Vormgeving: The Hague & Partners, Naz Costante (illustraties)

Fotografie: Kunstmuseum Den Haag/Mike Bink (cover), Anne Reitsma, HPM,

Gemeente Den Haag/Jurriaan Brobbel, Abe Jonker, Fleur Beemster en Arjan de Jager e.a.

Tekst: The Hague & Partners



VOORWOORD EN SAMENVATTING

Het afgelopen jaar was voor de resultaten van het werk van The Hague & Partners een goed jaar. Voor de bezoekerseconomie kunnen we - met voor het tweede jaar op rij een recordaantal overnachtingen - constateren dat de markt na corona herstel toont. Voor de zakelijke markt van congressen zal volledig herstel later volgen, maar het onderdeel Convention Bureau heeft met 20 miljoen aan economische impact van geworven congressen de hoofd-KPI voor 2023 behaald. Dat geldt ook voor het onderdeel Business Agency met 20 succesvolle landingen van bedrijven en organisaties. Dat zijn mooie resultaten. Zeker als die worden afgezet tegen wat er allemaal aan de hand is in de wereld.

Dicht bij huis is in Den Haag in 2023 een nieuw college van B&W aangetreden. In het Haags Akkoord 2023-2026 staan aanknopingspunten die voor ons werk relevant zijn. Het nieuwe college erkent wederom het belang van toerisme, evenementen en congressen. Ook houdt het vast aan de Economische Visie Den Haag+ 2030 en wil het met zijn uitvoeringsagenda inzetten op het versterken van het profiel van de stad. Dat biedt vertrouwen voor de nabije toekomst.

Als uitvoeringsorganisatie zijn we voor een groot deel afhankelijk van onze belangrijkste

opdrachtgever, de gemeente Den Haag. We zijn blij dat de gemeente ons het afgelopen jaar een meerjarenopdracht (tot en met 2026) heeft verstrekt. Daarmee ontstaat voor de middellangere termijn zekerheid en stabiliteit. Daarnaast hebben we het afgelopen jaar meer opdrachtgevers aan ons weten te binden. Denk aan het Rijksvastgoedbedrijf waarvoor we de marketing en de bemensing van het Informatiecentrum Binnenhof Renovatie verzorgen. En we kunnen ons werk niet doen zonder onze partners in de stad: de hotels, congreslocaties, attracties, musea, theaters, restaurants, winkels, en tot slot de zakelijke partners die helpen bij het laten landen van internationale bedrijven en organisaties. Ook het afgelopen jaar is het aantal partners weer gegroeid.

Het Marketing Bureau heeft zich in 2023 gericht op het inspireren en verleiden van bewoners en bezoekers om Den Haag te beleven. Uiteindelijk was 2023 een topjaar als we kijken naar het aantal hotelovernachtingen (een record van 2,5 miljoen). Toch zien we dat de bezettingsgraad nog achterloopt ten opzichte van 2019 (vóór corona). Het zakelijk bezoek blijft achter, maar dit wordt goedge maakt door bezoekers die voor een weekendje weg of langer in Den Haag verblijven.

De toeristische marktwerking richtte zich op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal. Het themajaar voor 2023 '125 Jaar Escher' was een groot succes. De extra programmering rond het Binnenhof en het Museumkwartier Den Haag sloot hier perfect bij aan. Daarnaast werd ook de tweede editie van BlowUp Art door pers en publiek gewaardeerd.

In 2023 werd Den Haag met twee sportevenementen op de kaart gezet: The Ocean Race en het Allianz WK Zeilen. Onze propositie als 'Stad aan Zee' is hiermee verder versterkt. Daarnaast hebben we veel invulling ge-

geven aan 'Cultuur aan Zee'. Daarmee zijn zowel nationale als internationale bezoekers verleid. Met de culturele agenda op denhaag.com hebben we de eigen inwoners gestimuleerd om meer gebruik te maken van de culturele voorzieningen.

In dit kader is in 2023 weer het Publieksonderzoek Cultuursector Den Haag opgeleverd. Dit biedt de culturele instellingen in de stad de mogelijkheid om hun doelgroepen beter te bereiken, bijvoorbeeld in combinatie met collega-instellingen. Onze musea en theaters zien gelukkig weer steeds meer publiek over de vloer komen.

Dat geldt ook voor The Hague Info Store (THIS). Niet eerder hebben we daar zoveel bezoekers mogen verwelkomen en bovendien is in 2023 een recordomzet gedraaid. De verhuizing van het Spui naar station Den Haag Centraal lijkt dus een goede zet te zijn geweest. Behalve in THIS hebben we bezoekers in 2023 zoals gebruikelijk van informatie voorzien via onze vrijwilligers van de Ambassade van Den Haag. De city hosts zijn dit jaar meer dan 2.000 uur actief geweest.

Het Convention Bureau heeft in 2023 een voorzichtig herstel gezien van de markt na corona. Omdat tijdens corona geen congressen werden getekend en in de congreswereld jaren vooruit wordt gewerkt, zitten we nog lang niet op het niveau van vóór corona. Uiteindelijk hebben we in 2023 een resultaat behaald van 20 miljoen Estimated Economic Impact (EEI) aan binnengehaalde congressen en daarmee onze KPI (van 19 miljoen EEI) behaald.

Belangrijke ontwikkelingen in de markt zijn de focus op duurzaamheid en een grotere flexibiliteit van congreslocaties en annuleringsmogelijkheden.

De speerpunten voor 2023 waren zoveel mogelijk inzetten op een herstel van de sector en een adviserende rol pakken over Event Design en Legacy. Het resultaat van alle inspanningen is een goedgevulde leadsportefeuille met een waarde van 125 miljoen aan economische impact. Helaas hebben we te weinig mankracht om het merendeel van deze leads ook daadwerkelijk te kunnen converteren.

De Business Agency heeft in 2023 verder ingezet op de beweging 'from volume to value' en de doelen uit de Economische Visie Den Haag+ 2030 stonden wederom centraal. De Business Agency realiseert haar doelstellingen in nauwe samenwerking met InnovationQuarter, de NFIA (Netherlands Foreign Investment Agency) en de gemeente Den Haag, en die samenwerking wordt steeds verder verdiept. De belangrijkste activiteiten waren gericht op de acquisitie van passende bedrijven en NGO's, GMEP (Global Market Entry Program), een traject dat MKB-bedrijven begeleidt om de stap naar het buitenland te maken, en Investor Relations.

Uiteindelijk hebben we in 2023 20 projecten voor buitenlandse bedrijven en instellingen succesvol afgerond. Dit zijn nieuwe organisaties die zich hebben gevestigd in Den Haag of

buitenlandse partijen die zich hebben uitgebreid of van een andere plek in Nederland naar Den Haag zijn verplaatst. Met het landen en vestigen van deze projecten is een investeringsbedrag van ruim 36 miljoen euro gemoeid en worden voor de komende drie jaar 372 nieuwe arbeidsplaatsen gerealiseerd. Van de succesvolle projecten is 80% cluster gerelateerd. Een voorbeeld van een bedrijf dat in 2023 is geland, is Air Products. Het is wereldwijd marktleider in waterstof en daarmee passend bij ons 'New Energy'-cluster.

Het jaar 2023 was het eerste jaar dat de verschillende onderdelen van TH&P zijn geïntegreerd tot één merknaam: The Hague & Partners. Dit draagt verder bij aan de herkenbaarheid van de organisatie. Daarnaast kreeg het B2B-marketingteam in 2023 gestalte. De marketingspecialisten, die voorheen waren ondergebracht bij het Convention Bureau en de Business Agency, werden in 2023 met de Internationale Mediacoördinator tot één team samengevoegd. Veel online awareness-campagnes op clusterniveau werden ontwikkeld en de doelstellingen op het gebied van groei van de online community, web traffic en gegenereerde mediawaarde werden ruimschoots behaald.

Financieel gezien hebben we 2023 goed afgesloten, zeker als we in ogenschouw nemen dat we het jaar waren ingegaan met een begroot verlies van 202.000 euro. Met tal van extra opdrachten, extra partnerinkomsten, extra inkomsten vanuit de winkel en cadeaukaartenverkoop, en een bezuiniging op de huisvestingskosten, hebben we dit gat bijna volledig weten te dichten. Eind 2023 is bovendien bekend geworden dat de opdracht aan TH&P voor 2024 door de gemeente met 4,5% wordt geïndexeerd. Voor de eerste keer is nu daadwerkelijk sprake van indexatie, waardoor de stijging van de personeelslasten en de out-of-pocketkosten voor een groot deel

wordt opgevangen. Dat betekent dat we in 2024 werken met een sluitende begroting.

TH&P heeft ook in 2023 laten zien dat investeren in marketing en acquisitie, gericht op bewoners, bezoekers, congressen, en internationale bedrijven en instellingen van grote meerwaarde is voor de stad en zijn omgeving. Ik wil al onze medewerkers en iedereen met wie we het afgelopen jaar hebben samengewerkt hartelijk bedanken voor hun inzet voor wat al met al een succesvol jaar is geworden.

TH&P blijft er ook in 2024 voor gaan om bij te dragen aan brede welvaart voor Hagenaars en Hagenezen. De wereld is er niet rustiger op geworden en er zijn de nodige uitdagingen, maar als we er samen met de gemeente Den Haag en onze partners de schouders onder zetten, kunnen we laten zien dat de stad een fijne plek is om te verblijven, je congres te organiseren, of je bedrijf of instelling te vestigen. Daar profiteren we uiteindelijk allemaal van.

Marco Esser

Met Haagse groet,

Directeur

The Hague & Partners





BEZOEKERS EN BEWONERS

1.1. TERUGBLIK OP 2023

In 2023 hebben wij veel bijzondere marketingactiviteiten uitgevoerd. Uiteraard speelde het themajaar '125 jaar Escher' daarin een grote rol. Met aansprekende campagnes werden bezoekers geïnspireerd om naar Den Haag te komen en ook bewoners konden genieten van het rijke aanbod. Daarnaast hebben we via de programmering rondom het Binnenhof veel publiek weten te trekken met de succesvolle tweede editie van BlowUp Art Den Haag en de MC's Mindgames. De opening van het Informatiecentrum Binnenhof Renovatie helpt ons om de bezoekers op het Binnenhof tijdens de renovatie van goede informatie te voorzien. Naast de nodige kunst- en cultuuruitingen waar we aandacht voor hebben gevraagd, vonden in 2023 twee grote sportevenementen plaats (The Ocean Race en het Allianz WK Zeilen). Qua marketinginnovatie hebben we in 2023 de podcastserie 'Den Haag onthult' gelanceerd.

Den Haag heeft in 2023 een overnachtingsrecord behaald van 2,5 miljoen overnachtingen. Toch zien wij dat de bezettingsgraad nog achterloopt ten opzichte van het jaar 2019 (respectievelijk 67% en 74%). Dit betekent dat we qua bezoekers nog niet op het oude niveau zitten als voor corona. Vooral het zakelijke bezoek blijft achter.

“ *The Hague Info Store heeft in 2023 een recordomzet gedraaid. Bovendien hebben we daar nog niet eerder zoveel bezoekers ontvangen.*

De landen van herkomst laten een vertrouwd beeld zien met uit Duitsland 536.000, uit het Verenigd Koninkrijk 125.000 en uit België 118.000 bezoekers die voor een verblijf naar Den Haag kwamen.

The Hague Info Store (THIS) op station Den Haag Centraal heeft in 2023 een recordomzet gedraaid. Bovendien hebben we daar nog niet eerder zoveel bezoekers (107.000) ontvangen.

De city hosts van de Ambassade van Den Haag hebben zich gedurende 2.038 uur ingezet bij The Ocean Race, Vlaggetjesdag Scheveningen, Nationale Veteranendag en de Royal Christmas Fair. We zijn trots op de prestaties van de teams, die samen met alle partners in de stad deze resultaten hebben geboekt.

Het B2B-marketingteam kreeg in 2023 langzaam gestalte. De marketingspecialisten die voorheen waren ondergebracht bij het Convention Bureau en de Business Agency werden in 2023 tot één team samengevoegd met de Internationale Mediacoördinator. Veel online awareness-campagnes op clusterniveau werden ontwikkeld, zodat de doelstellingen als 'groei van de online community' en 'webtraffic' werden behaald.

FACTS & FIGURES: BEZOEKERS EN BEWONERS in 2023

OVERNACHTINGEN IN DEN HAAG

Recordaantal van

2.521.000

overnachtingen in Den Haag

bron: CBS data voorlopige cijfers t/m december 2023



BEZOEKERS DENHAAG.COM

2,44 MILJOEN

bezoekers



FAM-TRIPS EN PERSREIZEN



2

FAM-trips

5

persreizen
5% R&D

PUBLICATIES

195

publicaties in
nationale kwaliteitstitels

151

publicaties in
internationale kwaliteitstitels

TOP 5 LANDEN HERKOMST VERBLIJSBEZOEKERS

41,4% Nederland

4,9% Verenigd Koninkrijk

22,3% Duitsland

4,7% België

4,5% Verenigde Staten

MEDIAWAARDE

€ 255 MILJOEN

aan nationale en
internationale
mediawaarde
gecreëerd.



1.2 ACTIVITEITEN

Den Haag, de stad van Escher

Van 10 april tot en met 7 mei hebben we een nationale campagne uitgerold om de Avontuurzoekers te interesseren voor het themajaar '125 jaar Escher'. Dit hebben we gedaan met een mix van out-of-home (in Amsterdam, Delft, Rotterdam, Haarlem en Leiden), online displays via DPG Media (op ad.nl en nu.nl) en social advertising. De campagne was gericht op een zo groot mogelijk bereik. In totaal hebben we met deze campagne 3,6 miljoen mensen bereikt.

Stad aan Zee

In mei vond de eerste Kamp #aanzee beach battle tussen Nederland en België plaats. Hier voerden twee Nederlandse en twee Belgische influencers verschillende activiteiten uit op de verschillende stranden aan de Haagse kust. De activiteiten werden vastgelegd door een videograaf en zijn gebruikt voor een promotievideo waarin de veelzijdigheid van de 'Stad aan Zee' werd getoond. Daarnaast hebben we samen met Stichting Buitengewoon Scheveningen 'Live on The Beach' gepromoot. De samenwerking met mede-organisator Qmusic - 'Verleng je zomer' - was een belangrijke campagnecomponent. In het najaar hebben we in Duitsland in samen-

werking met Deutsche Bahn 'Stad aan Zee' goed kenbaar gemaakt.

De 'Night Out'-programmering hebben we in de regio bekendgemaakt onder de Plezierzoekers met een gerichte online en socialcampagne. De focus lag hier op imagoverbetering en positieve berichtgeving in de media. Daarom haakten we in op grote evenementen zoals The Ocean Race en het Allianz WK Zeilen.

Koninklijk stad

Als onderdeel van onze koninklijke propositie brachten we de speciale openingsweekenden (voorjaar en najaar) van de koninklijke wachtkamer onder de aandacht. Om de ticketverkoop te stimuleren is er awareness gecreëerd en aangestuurd op conversie naar de landingspagina. De tickets waren binnen één week uitverkocht. De daaropvolgende tweede ticketverkoop was ook snel uitverkocht. Uiteraard hebben we ook alle activiteiten van het Prinsjesfestival goed onder de aandacht gebracht.

Museumkwartier Den Haag en Binnenhof

In het voorjaar van 2023 hebben we de cultuuraanagers ingezet en hebben we het Museumkwartier Den Haag gepromoot middels artikelen over verschillende locaties.

De tweede editie van BlowUp Art Den Haag vond plaats van 5 tot en met 28 mei. Gedurende de campagneperiode hebben we ruim 16.500 unieke bezoeken gegenereerd op denhaag.com. In het najaar stond in de programmering en marketingondersteuning MC's Mindgames centraal. Hedendaagse kunstenaars werden uitgedaagd om zich te laten inspireren door het werk van M.C. Escher.

WE HEBBEN EEN TOENAME GEREALISEERD IN TIER 1-PUBLICATIES

Aantal nationale Tier 1-publicaties: **195**

Aantal internationale Tier 1-publicaties: **151**

INTERNATIONAAL

◆ THE TIMES (VK) | 9 OKTOBER

'The underrated Dutch city with brilliant beaches'

➔ [Bekijk online ...](#)

◆ WAZ (DU) | 1 NOVEMBER

'Den Haag: Auf der Spur der Royals aus der Nachbarschaft'

➔ [Bekijk online ...](#)

◆ GRANDE.BE (BE) | 30 DECEMBER

'De andere kant van Den Haag'

➔ [Bekijk online ...](#)

◆ FORBES.COM (VS) | 19 DECEMBER

'The Hottest Winter Trend In Europe: Plunging In Freezing Water'

➔ [Bekijk online ...](#)

◆ POLITIKEN (DEN) | 28 MEI

'Het is tijd om Den Haag de plek te geven in de reisgidsen die het verdient'

➔ [Bekijk online ...](#)

NATIONAAL

◆ HOLLANDS GLORIE | OKTOBER

'Koninklijk Den Haag - Van Hofvijver tot Paleistuin'

(niet online gepubliceerd)

◆ DE TELEGRAAF | 9 DECEMBER

'Struinen in kerstsfeer' in Den Haag met koninklijke allure (niet online gepubliceerd)

◆ GOOI- EN EEMLANDER | 11 NOVEMBER

'Op chic in Den Haag' (niet online gepubliceerd)

◆ NRC | 14 JULI

'Kunst wijst de weg naar 'ontsnapping uit gangbare keurslijf''

➔ [Bekijk online ...](#)

◆ AD | NOVEMBER

'Roze stoelen, slimme games en een in ere herstelde gracht moeten bezoekers naar het Binnenhof lokken'

➔ [Bekijk online ...](#)

◆ DE GROENE AMSTERDAMMER | 6 JULI

'Escher in het kwadraat'

➔ [Bekijk online ...](#)

◆ MAX MAGAZINE | 8 DECEMBER

'Twee weken kerstmarkt in Den Haag'

➔ [Bekijk online ...](#)



Informatiecentrum Binnenhof Renovatie

In november opende het Informatiecentrum Binnenhof Renovatie (IBR) zijn deuren. De opdracht voor de bemensing en promotie van het informatiecentrum hebben wij gekregen van het Rijksvastgoedbedrijf (RVB). We zijn erin geslaagd een nieuw team samen te stellen dat, in samenwerking met The Hague Info Store, de bezoekers welkom heet en meeneemt met de drie verhalen die daar worden verteld: de voortgang en noodzaak van de renovatie, een overzicht van de archeologische vondsten en 800 jaar parlementaire democratie.

'Have a Royal Winter' en Shopping

In het eerste kwartaal van 2023 hebben wij de 'Have a Royal Winter'-campagne afgerond, om vervolgens in november te starten met het programma voor 2023-2024. Er is veel media-aandacht geweest voor het winterprogramma en 'Have a Royal Winter' was zichtbaar op banieren, stadschermen en lichtobjecten. We hebben een FAM-Trip en persevenement georganiseerd waarbij ook de partners van het Museumkwartier Den Haag zijn aangehaakt. De Royal Christmas Fair kende wederom een succesvolle editie met ruim 400.000 bezoekers.

Op zaterdag 27 mei is het grootste winkel-

“ *In november opende het Informatiecentrum Binnenhof Renovatie zijn deuren.* ”

evenement van Nederland teruggekeerd naar de Haagse binnenstad: ShoppingNight. Wij hebben hier aandacht aan besteed door het posten van digitale uitingen. Er zijn 10.000 paginaweergaven gegenereerd op denhaag.com/shoppingnight en we zijn op ruim 700 verschillende outdoor schermen zichtbaar geweest. In de tweede helft van 2023 hebben we de Local Shopping-campagne geactiveerd, waarbij we lokale 'retailhelden' onder de aandacht hebben gebracht bij landelijke doelgroepen.

Internationale marktwerking

Onder begeleiding van het NBTC hebben wij in april samen met KLM en Schiphol Amsterdam Airport bezoekers uit het Verenigd Koninkrijk met een digitale campagne bereikt. Deze was primair gericht op het creëren van awareness. De campagne heeft ruim 7,3 miljoen mensen bereikt en de video is ruim 1,8 miljoen keer bekeken.

Daarnaast waren we ook in de lead in een andere campagne van het NBTC. Deze campagne, in samenwerking met Deutsche Bahn, NBTC en de steden Eindhoven, Den Haag, Almere, Utrecht en Amsterdam, was gericht op duurzaam reizen.

Pers en public relations

Wij hebben meerdere persreizen georganiseerd waarbij we veel internationale journalisten hebben ontvangen. Dit waren persevents voor de opening van het Escherjaar, BlowUp Art, strandseizoen, MC's Mindgames,





en tijdens Royal Winter waarbij we Den Haag in de winterperiode hebben laten zien. Deze laatste zal met name in 2024 publicaties opleveren. We hebben veel journalisten mogen ontvangen van toonaangevende titels, zoals El Pais, The Times, The Independent, en NPO5.

Travel Trade

Wij hebben verschillende internationale beurzen bijgewoond, zoals de internationale TravelTrade beurs in Berlijn, de Destination Exchange Europe in Londen en de GEM in Londen in het najaar. Om onze deelname nog meer zichtbaarheid te geven hebben we in Berlijn een OOH (Out of Home) campagne gerealiseerd.

De volgende organisaties hebben wij via site visits en FAM-Trips ontvangen:

- ◆ Travel Design, een Noorse touroperator, hebben we de stad laten zien en voorgesteld aan onze partners, die geschikt zijn voor hun doelgroep. Dit heeft 450 hotelkamerboekingen opgeleverd;
- ◆ Agency Resviaria Ltd, een Finse touroperator, hebben we kennis laten maken met de stad en onze partners. Tot op heden zijn hieruit al 7 groepsboekingen voortgekomen;
- ◆ We hebben een gezamenlijke FAM-Trip met Delft Marketing georganiseerd. Uit de reviews hebben we een score gehaald van 8,9. Daar zijn we trots op! 71% van de deelnemers geeft aan de verblijfsactiviteiten in Den Haag uit te breiden en 29% geeft aan dit waarschijnlijk te gaan doen.

Na een onderzoek onder zowel Travel Trade-partners als reisverkopende ondernemingen, waaronder touroperators, reisagenten, online travel agents, cruise maatschappijen en touring-carbedrijven, naar hun wensen en behoeften, hebben wij de online Travel Trade-pagina's (denhaag.com/travel-trade) vernieuwd met als doel alle informatie makkelijker toegankelijk te maken.

Nationale marktwerking

Uiteraard hebben we in 2023 weer aandacht besteed aan nationale marktwerking. Dit doen we permanent voor het Museumkwartier Den Haag, 'Stad aan Zee' en 'Koninklijke Stad'. Een nieuw element was de podcastserie 'Den Haag onthult', waar bijzondere verhalen te horen zijn. Het draagt bij aan het imago van de stad en we verleiden luisteraars zo om een bezoek te brengen aan Den Haag. De eerste aflevering gaat over de historische binnenstad en de kust, de tweede aflevering over Escher en in de derde aflevering is een prominente rol weggelegd voor Splinter Chabot en de 'Stad van vrede en recht'.

DenHaagPas

Wij zien dat het aantal gebruikers en deelnemende partners (aanbod) blijft toenemen. Daardoor wordt het product steeds aantrekke-

lijker. In 2023 hebben we campagne gevoerd voor de DenHaagPas. We zien dat dit effectief is, omdat het aantal downloads van de app toeneemt. In de eerste helft van het jaar hebben we onderzoek gedaan naar de doelgroep, nieuwe partners en hebben we de Engelstalige app gelanceerd. In het verlengde van het DenHaagPas-programma hebben wij de samenwerking met de Lerarenpas verlengd.

denhaag.com

Het afgelopen jaar hebben we 2,4 miljoen bezoekers op denhaag.com gehad. Organisch hebben we veel beter gescoord, waardoor we minder campagnebudget nodig hadden. Wij hebben die middelen ingezet om de site door te ontwikkelen: de navigatie is verbeterd en de site is nu volledig 'mobile first'. Daarnaast hebben we een interactieve kaart ontwikkeld, waarop verschillende Haagse wijken digitaal ontdekt kunnen worden. Dit draagt bij aan de spreiding van bezoekers over de stad.

Routes zijn een belangrijk onderdeel op denhaag.com. Daarom waren wij blij met het feit dat we in opdracht van de gemeente Den Haag twee routes mochten ontwikkelen. Te weten: de Sportwandeling en de Scheveningse parkenroute. Beide zijn in 2023 ontwikkeld en

“

Het afgelopen jaar hebben we 2,4 miljoen bezoekers op denhaag.com gehad.

worden in 2024 gelanceerd. Op denhaag.com is ook een uitgebreide reeks artikelen verschenen door onze Culturaanjagers. Dit heeft geresulteerd in meer diepgang van de culturele informatie op de site.

Social media en nieuwsbrief

Het aantal volgers op Instagram is enorm toegenomen. Er zijn 5.000 volgers meer bijgekomen dan de doelstelling. Het aantal lezers van de nieuwsbrief bleef gelijk. Hoewel social media niet de traffic generator is voor denhaag.com, zijn het belangrijke kanalen om ook campagnes te lanceren.

Narrowcasting

Ons eigen narrowcasting-netwerk is verder uitgebreid. We hebben nu bij tien partners schermen geplaatst, waaronder bij The Hague Info Store, maar ook bij het Grand Hotel Amrâth Kurhaus en bij Apcoa Parking. Op de schermen tonen we onze eigen content (onder andere een vooruitblik op de UIT-agenda) en is ook plaats gereserveerd voor uitingen van de betreffende partner.

The Hague Info Store

In 2023 hebben we op alle fronten een recordjaar gedraaid. Nooit eerder hadden we zoveel bezoekers in de winkel (ruim 107.000) en ook de omzet was nooit eerder zo hoog. We streven ernaar om de winkel zelfredzaam te maken. Het is een goede ontwikkeling dat voor het tweede jaar op rij



de vaste lasten, exclusief de personeelskosten, worden gedekt door de opbrengsten.

Ambassade van Den Haag

De city hosts van de Ambassade van Den Haag hebben weer een mooi jaar gedraaid. Zij hebben gedurende bijna 100 dagen bezoekers verwezen naar alles wat er te doen is in de stad. Dat betekent ruim 2.000 hospitality-uren. De city hosts stonden naast de vaste plekken bij de Hofvijver en op het Noordeinde, ook op evenementen als de Royal Christmas Fair, The Ocean Race en de Allianz WK Zeilen.

1.3 B2B-MARKETING

We hebben in 2023 veel media-aandacht gegenereerd naar aanleiding van een 'position paper' omtrent AI. Alle relevante MICE-titels hebben hierover gepubliceerd.

Op social media zijn we na de introductie van 'One Brand' overgegaan op één LinkedIn-kanaal en namen we afscheid van X en Instagram. Onze community op LinkedIn is flink gegroeid en dat is het resultaat van een gezamenlijke inspanning van The Hague & Partners.

Ook de doelstellingen voor wat betreft het be-

zoek aan onze websites hebben we behaald. We hebben in 2023 strategische keuzes gemaakt door meer online te adverteren in regio's die voor onze clusters relevant zijn. Daarnaast hebben we ter promotie van een nieuwe tool op de site van het Convention Bureau nog een specifieke 'Create your own event'-campagne gevoerd.

We hebben ook een mooie videoserie gemaakt over bedrijven die (mede) dankzij de werkzaamheden van de Business Agency in Den Haag 'geland' zijn.

Last but not least: het Marcom-team is gestart met het in kaart brengen van de B2B-sales funnel. In 2024 willen we dit gaan implementeren in ons CRM, zodat we meer kunnen overgaan tot 'marketing automation'.





CONGRESSEN

2.1 TERUGBLIK OP 2023

Ondanks dat we nog steeds te maken hebben met uitgestelde congressen en steeds korter wordende leadtijden, hebben we in 2023 veel leads kunnen genereren. We hebben met beperkte middelen een maximaal resultaat bereikt. Door een beperkte capaciteit moesten we strategische keuzes maken. Dit heeft geresulteerd in minder conversie. We hebben in 2023 een resultaat behaald van 20,7 miljoen euro Estimated Economic Impact (EEI) aan behaalde congressen. Dit resultaat is 28% minder ten opzichte van het resultaat in 2022.

In 2023 hebben we gedurende het eerste halfjaar de focus gelegd op het organiseren van drie FAM-Trips en het bijwonen van acht congressen en beurzen. In de tweede helft van het jaar hebben wij vijf beurzen en congressen bezocht. Qua ontwikkeling zien we dat meer dan de helft (55%) van ons behaalde resultaat associatiecongressen zijn. Dit ten opzichte van 24% aan corporate congressen. De Estimated Economic Impact (EEI) laat het belang van de associatiecongressen zien met 12,6 miljoen euro, ten opzichte van 5,4 miljoen euro aan corporate congressen. We zien daarom ook het onderscheidende belang van onze organisatie om op de associatiemarkt te blijven sturen.

Met betrekking tot een andere doelstelling hebben we met 64% clustergerelateerde leads net onder de norm van 70% gescoord. Maar met de doelstelling van geworven congressen hebben we een percentage van 82% gerealiseerd. Vooral impactcongressen droegen hieraan bij.

2.2 ACTIVITEITEN

In 2023 hebben we hard gewerkt om een goedgevulde leadlijst te realiseren. We hebben hiervoor deelgenomen aan 13 congressen, beurzen en netwerkbijeenkomsten. Er zijn in totaal zes FAM-Trips georganiseerd waarbij we potentiële organisatoren hebben uitgenodigd om Den Haag te beleven als toe-komstige congreslocatie. Met 32 site visits die we hebben georganiseerd, hebben we 40 potentiële klanten bereikt. In samenwerking met Ottawa hebben we twee client events georganiseerd in zowel Europa als de Verenigde Staten. Het resultaat van al deze activiteiten is dat we ongeveer 250 nieuwe contacten hebben opgedaan. Deze activiteiten hebben er mede toe geleid dat we een lead-portefeuille hebben van 113 congressen. De EEI hiervan is 124 miljoen euro.

2.3 TOONAANGEVENDE GEWONNEN CONGRESSEN IN 2023

◆ IMPACT CITY

Oceanovation

Dit congres paste, vanwege de profilering op het gebied van innovatie en start-ups op het gebied van oceanenergie en -duurzaamheid perfect

FACTS & FIGURES: CONGRESSEN in 2023

ECONOMISCHE IMPACT

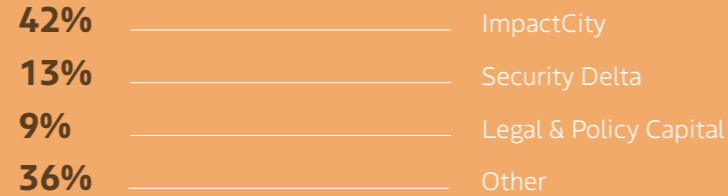
€ 124 MILJOEN

nieuwe leads

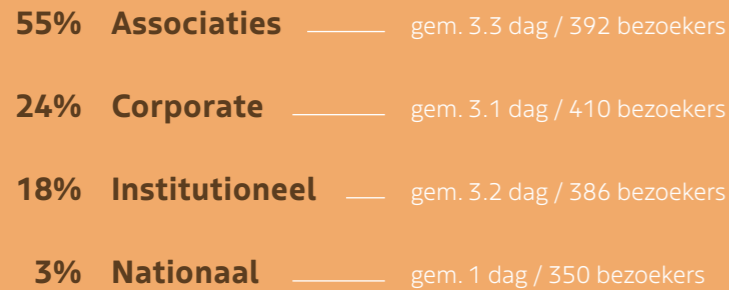
€ 20,7 MILJOEN

gewonnen congressen

GEWORVEN LEADS PER PROFIELCLUSTER



TYPE GEWORVEN CONGRESSEN



FAM-TRIPS EN SITE INSPECTIONS



BEURS- EN CONGRESBEZOEKEN



13

TYPE CONGRESLEADS



binnen de strategische ambities van organisaties als DMEC (Dutch Marine Energy Centre) en Campus@Sea. Vanwege het succes van deze editie van 2023 verwachten we dat Oceanovation 2024 een nog groter evenement zal worden. Het portfolio van oceaangerelateerde internationale conferenties voor Den Haag breidt zich uit na het succes van de Ocean Energy Europe Conference. Dit track record zal hopelijk bijdragen aan het aantrekken van nieuwe leads zoals de World Ocean Council en de International Council on Ocean Energy. Oceanovation dient tevens als pilot voor ons legacy-programma.

- Met de ontwikkeling van white papers op het gebied van Legacy en Generatieve AI hebben we Den Haag op de kaart gezet als toonaangevende stad op deze onderwerpen;
- We hebben de mediawaarde ten opzichte van onze KPI bijna verdubbeld en daar zijn we ook trots op.
- Op het gebied van Event Design hebben we voor in totaal 20 partners twee workshops georganiseerd. Ook is er voorafgaand aan IMEX Frankfurt een internationale workshop georganiseerd voor 14 associaties en planners.
- In het najaar hebben we een eerste alumni event georganiseerd voor partners die aan de voorgaande Event Design workshops hadden deelgenomen. Hiermee houden we het concept actueel en brengen we de partners op de hoogte van de laatste updates en ontwikkelingen.
- Eind 2023 hebben we voor en door associaties met een internationaal speelveld een Associatie Symposium georganiseerd om trends en ontwikkelingen in de markt te bespreken.

World Production Forum - Wereldgezondheidsorganisatie (WHO)

Dit congres heeft de grootste bijdrage van EEI opgeleverd, namelijk ruim 1,2 miljoen euro. Wij zijn er blij mij dat het is gelukt om dit congres naar de stad te halen en daarvoor hebben we alles uit de kast gehaald. Wij verzorgden een FAM-Trip waar de directeur van de WHO aan deelnam. Deze FAM-Trip hebben wij in nauwe samenwerking met het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), het World Forum, de gemeente Den Haag en vele andere Haagse partners gerealiseerd. Vrijwel alle hotels en locaties hebben dit tot een succes gemaakt.

Daarnaast hebben wij onze bijdrage geleverd aan extra citybranding buiten het World Forum om ons stadsbrede aanbod verder onder de aandacht te brengen bij internationale bezoekers en gasten van deze conferentie.

♦ SECURITY DELTA

Zenith Live 2024

Zenith Live is een zakelijk congres van het bedrijf Zscaler met een hoge bijdrage aan de EEI. Zscaler, met haar hoofdkantoor in San José, Californië, is een cloudbeveiligingsbedrijf. Het bedrijf biedt zakelijke cloudbeveiligingsdiensten



“ *Het was, vanwege de zware concurrentie met andere steden, een uitdaging om dit congres naar de stad te halen.* ”

en is marktleider op het gebied van cyber security en digitale transformatie. We hebben hiervoor zelf tijdens IMEX America in Las Vegas de deal gesloten.

◆ OTHER

Family Business Network International (FBN)

Het was, vanwege de concurrentie met andere steden, een uitdaging dit congres naar de stad te halen. Wij zorgden voor een soepele samenwerking tussen Nederlandse FBN-leden en het internationale FBN-team. Samen met onze locatiepartners hebben wij FBN overtuigd dat Den Haag de beste plek voor hen is. In termen van EEl is de bijdrage kleiner dan van andere congressen, namelijk 350.000 euro, maar dit wordt gecompenseerd door het gebruik van de faciliteiten van het The Hague Marriott Hotel, de welkomstreceptie in Madurodam, waar burgemeester Jan van Zanen het welkomstwoord doet, de betrokkenheid van diverse strandpaviljoens en tot slot het Louwman Museum, waar het afsluitende galadiner plaatsvindt. Kortom: dit evenement vindt in 2024 door de hele stad plaats.

In samenwerking met de Business Agency wordt een Impact Tour verzorgd om introducties te maken met onze eigen netwerkgemeenschap van familiebedrijven om mogelijk nieuwe start-up-mogelijkheden te vinden. Deze tour zal worden gefaciliteerd in Titaan.



DEELNAME BEURZEN EN CONGRESSEN

- ◆ **PCMA Convening Leaders** | Columbus (VS) | januari
- ◆ **IAPCO EDGE** | Genève | januari
- ◆ **HelmsBriscoe European Meeting** | Boedapest | maart
- ◆ **The Meeting Space Spring** | Praag | februari
- ◆ **ICCA Chapter Meeting** | Straatsburg | april
- ◆ **M&I Europe Spring** | Istanboel | april
- ◆ **IMEX Frankfurt** | Frankfurt | mei
- ◆ **M&I Healthcare** | Den Haag | juni
- ◆ **M&I Europe Summer 2.0** | Limassol | augustus
- ◆ **PCMA Convening EMEA** | Kopenhagen | september
- ◆ **IMEX America** | Las Vegas | oktober
- ◆ **M&I Europe Autumn** | Lake Como (Italië) | november
- ◆ **IBTM World** | Barcelona | december

SELECTIE GEWONNEN CONGRESSEN NAAR PROFIELCLUSTER

- ◆ **Oceanovation** | ImpactCity
- ◆ **Scaling Social Impact SESSI 2023** | ImpactCity
- ◆ **Bridge2Food Summit 2023** | ImpactCity
- ◆ **World Production Forum 2023** | ImpactCity
- ◆ **Global Policy Event HTAi 2023** | ImpactCity
- ◆ **Business Of impact & Capital Ideas - Corporate Impact & Impact Investing Summits** | ImpactCity
- ◆ **World Pension Summit 2023** | Legal & Policy
- ◆ **Global Legal Forum 2023** | Legal & Policy
- ◆ **General Meeting Hague Conference on Private International Law** | Legal & Policy



- ◆ **Inside Quantum Technology Europe 2023** | Security Delta
- ◆ **Zenith Live 2024** | Security Delta
- ◆ **Family Business Network International 2024** | Other
- ◆ **ACM CCS (Conference on Computer and Communications Security) 2026** | Security Delta

6 FAM-TRIPS GEORGANISEERD

In totaal hebben 45 klanten Den Haag als toekomstige congresdestinatie beleefd:

- ◆ **FAM-Trip Kuoni** | februari
- ◆ **FAM-Trip Oranje DMC** | februari
- ◆ **International FAM-Trip** | maart
- ◆ **Impact FAM-Trip** | juni
- ◆ **M&I Post Event FAM-Trip** | juni
- ◆ **FAM-Trip IFALPA** | juli

3

BEDRIJVEN EN NGO'S

“ *In 2023 hebben we voor het eerst het hele jaar gewerkt met de 'From Volume to Value'-strategie die de Business Agency volgt als onderdeel van Invest in Holland.* ”

3.1 TERUGBLIK OP 2023

In 2023 hebben we voor het eerst het hele jaar gewerkt met de 'From Volume to Value'-strategie die de Business Agency volgt als onderdeel van Invest in Holland. De KPI's zijn behaald en de werkwijze is door ons team en onze partners goed bevallen. Door de strategie konden we de Haagse acquisitieproposities doorontwikkelen en beter op de kaart zetten via de kanalen van Invest in Holland. Ook hebben we onze werkwijze om bedrijven te beoordelen - 'Match to Value Assessment' - verbeterd, waardoor we leads sneller konden beoordelen.

Het doorontwikkelen van de Haagse acquisitieproposities doen we niet alleen, maar in nauwe afstemming met onze partners zoals de gemeente Den Haag en InnovationQuarter. We werken met hen samen in programmateams en met meerdere business units van The Hague & Partners. Ons partnernetwerk helpt ons met hun expertise op het gebied van wet- en regelgeving en/of nieuwe ontwikkelingen binnen de Haagse ecosystemen.

De ontwikkeling van een toekomstbestendige strategie en werkwijze om internationale bedrijven en organisaties aan te trekken en deze te behouden, is zeer actueel. Hoewel we van nieuwe organisaties

en bestaande accounts te horen krijgen dat ze positief zijn over hun verblijf en de faciliteiten in Nederland en Den Haag, staat het vestigingsklimaat onder druk. In 2023 constateren we toenemende krapte en schaarste in het vestigingsklimaat en merken we dat organisaties bezorgd zijn over de signalen vanuit de landelijke politiek. Denk hierbij aan het thema van de beperking van (kennis)migratie in de campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen. Daarnaast zijn er in 2023 concrete voorstellen gedaan over de beperking van het aantal internationale studenten en de inperking van de 30%-regeling met belastingvoordeel voor expats. Dit zijn ontwikkelingen die niet bijdragen aan de aantrekkelijkheid van Nederland voor internationale bedrijven en organisaties. Het beleid van het nieuwe kabinet zal bepalend zijn voor de staat van het vestigingsklimaat op langere termijn.

3.2 RESULTATEN

In 2023 hebben we 20 projecten voor buitenlandse bedrijven en instellingen succesvol kunnen afronden. Dit zijn nieuwe organisaties die zich in Den Haag hebben gevestigd of buitenlandse partijen die al in Nederland of

FACTS & FIGURES: BEDRIJVEN EN NGO'S in 2023

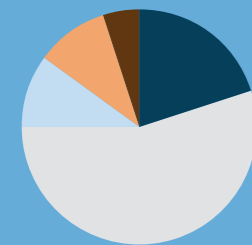
INVESTERINGEN

€ 36,5 MILJOEN
door nieuw
gevestigde bedrijven



372
nieuwe banen

TYPE VESTIGING



20% Headquarters
55% Marketing & Sales
10% Representative office
10% R&D
5% Other

NIEUWE LEADS

79
87% in
topsectoren

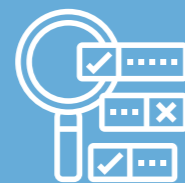
PIPELINE



BEDRIJVEN EN PROFIELCLUSTERS

75% ImpactCity
5% Legal & Policy Capital
20% Other

FACT FINDING TRIPS



64
FFT'S

IR-ACCOUNTS

+675
bedrijven
24.250 banen (fte)
in de regio

Den Haag gevestigd zijn die zich hebben uitgebreid of verplaatst. We hebben dit gerealiseerd door nauwe samenwerking met de ons bekende partijen, zoals: de gemeente Den Haag, InnovationQuarter, de Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) en andere partners binnen Invest in Holland. Wij hebben eraan bijgedragen dat 80% van de succesvolle projecten passen binnen de ambities van de Economische Visie Den Haag+ 2030 van de gemeente Den Haag. Met het landen en vestigen van deze projecten in Den Haag is een investeringsbedrag van opgeteld ruim 36 miljoen euro gemoeid. Met deze projecten realiseren we voor de komende drie jaar 372 nieuwe arbeidsplaatsen.



3.3 EXTRA PROJECTEN

3.3.1 NGO'S

In 2023 hebben we bijgedragen aan waardevolle activiteiten op het gebied van het internationale profiel van Den Haag als 'Stad van Vrede en Recht'. We hebben bijvoorbeeld de banden van ons netwerk aan de Oostkust van de Verenigde Staten aangehaald. Voor die gelegenheid bezocht de nieuw aangetreden wethouder Vavier de steden Washington en New York en opende daar het seminar 'Opportunities for NGO's in Europe' dat The Hague & Partners samen met de NFIA organiseerde. Daarnaast bezochten wij het Oslo Freedom Forum en ChangeNOW in Parijs. Beide evenementen hebben nieuwe leads opgeleverd en hier zijn in 2023 waardevolle landingen uit voortgekomen.

3.3.2 Investor Relations

Via evenementen en werkbezoeken hebben we in 2023 de relatie met de in Den Haag gevestigde buitenlandse bedrijven en instellingen versterkt. Dit deden wij naast de reguliere IR-gesprekken. Wij merken dat werkbezoeken, met een delegatie die bestaat uit meerdere publieke partners, aanslaan. Bij deze bezoeken krijgt het account de gelegenheid om vraag-



“ *In 2023 heeft het Global Market Entry Program 11 ondernemers uit de Haagse regio begeleid bij het betreden van de Scandinavische, Duitse en Britse markt.* ”

stukken op tafel te leggen en toekomstplannen uiteen te zetten. In 2023 hebben we daarnaast het concept 'The Hague Energized' verder vormgegeven. Dit project verbindt jonge werknemers bij IR-accounts waarbij kennis en de laatste ontwikkelingen over de energietransitie worden gedeeld. In 2023 zijn drie 'The Hague Energized'-bijeenkomsten georganiseerd, waarvan twee bij prominente Haagse IR-accounts.

3.3.3 Global Market Entry Program

In 2023 heeft het Global Market Entry Program 11 ondernemers uit de Haagse regio begeleid bij het betreden van de Scandinavische (Deense en Zweedse), Duitse en Britse markt. Samen met InnovationQuarter hebben we met workshops, kennissessies en coaching met experts de deelnemers geholpen met hun internationale activiteiten. Door dit programma groeit ons netwerk met contacten en potentiële partners. Voor de alumni van het programma werd in 2023 wederom de zomerborrel georganiseerd om elkaar weer te zien en om ervaringen uit te wisselen. Het netwerk van (voormalige) deelnemers aan en partners van dit programma ontwikkelt zich tot een Haags platform voor kennisuitwisseling voor ondernemers uit Den Haag met internationale ambities.

4

THE HAGUE & PARTNERS

4.1 OVER ONS

The Hague & Partners (TH&P) is de marketing- en acquisitie-organisatie voor de stad Den Haag. Wij richten ons op het promoten en acquireren van vrijetijdsbesteding, congressen en zakelijke ontwikkelingen in Den Haag en omgeving. TH&P is een professionele non-profitorganisatie en wij zijn als uitvoeringsorganisatie verbonden aan de gemeente Den Haag. Met ons werk dragen wij bij aan de uitvoering van gemeentelijk beleid, zoals de Positioneringsstrategie, de Economische Visie Den Haag+ 2030, de Cultuurvisie en de Strategie Toerisme. Dit doen wij samen met onze collega's en vrijwilligers, onze partners en de gemeente Den Haag. Het is onze ambitie om de Haagse economie te stimuleren. Hierdoor leveren wij een bijdrage om onze stad nog aantrekkelijker te maken om hier te wonen, te werken en te recreëren.

4.2 PARTNERS EN STAKEHOLDERS

4.2.1 Gemeente Den Haag

Het grootste deel van onze middelen wordt door de gemeente Den Haag ter beschikking gesteld. Daarmee is zij onze belangrijkste stakeholder. De formele relatie met de gemeente is op basis van een quasi-inbestedingsconstructie. Er is periodiek overleg op operationeel, tactisch en strategisch niveau en we werken nauw samen met de accountmanagers van de gemeente Den Haag. Naast het jaarplan, leveren we elk kwartaal ook een overzicht aan waarmee we de gemeente Den Haag op de hoogte brengen van de komende activiteiten.

AANTAL PARTNERS: 315

Type partners

- ◆ Strategische partners;
- ◆ Travel Trade-partners;
- ◆ Hotelconvenant-partners;
- ◆ MICE-partners;
- ◆ Zakelijke serviceprovider-partners;
- ◆ Basis (premium) partners;
- ◆ Regionale partners.

Een greep uit onze initiatieven in 2023

- ◆ Inspiratiereis met strategische partners (1 keer);
- ◆ Clustereducatiesessies voor sales managers van hotels en venues (2 keer);
- ◆ Branding workshop voor strategische partners (1 keer);
- ◆ On- en offline masterclasses ter inspiratie (3 keer);
- ◆ Partnernetwerkevenementen (6 keer);
- ◆ Corporate nieuwsbrief (11 keer);
- ◆ Stadsrondleidingen (The Start) om de kennis over Den Haag te vergroten (5 keer);
- ◆ Event Design-masterclasses (2 keer).

4.2.2 Partners

Samenwerken met partners is cruciaal om de stad op de juiste manier te profileren. Met elkaar zetten we Den Haag op de kaart. Wij zetten in op verbinden, ontzorgen en inspireren. Dat is waar we goed in zijn en daar ligt onze toegevoegde waarde. Met ons kennis- en relatienetwerk kunnen we partners op diverse vlakken ondersteunen. Dit jaar hebben we 23 nieuwe Haagse partners aan ons weten te binden en komt het totaal op 315.

4.2.3 Overige stakeholders en partners

Naast onze Haagse partners en stakeholders werken we nauw samen met andere private en publieke organisaties die zowel nationaal als internationaal, actief zijn op ons werkterrein. Zie het overzicht op pagina 40-41.

4.3 DATA EN ONDERZOEK

4.3.1 Publiekscultuuronderzoek

In 2023 zijn de resultaten gepresenteerd van het tweede Publiekscultuuronderzoek. Alle deelnemers hebben een eigen rapport met toelichting ontvangen. Ook is er een workshop gegeven over het lezen van het rapport om de deelnemers inzicht te geven in de resultaten en te stimuleren de uitkomsten toe te passen.

De voorbereidingen voor het derde onderzoek zijn inmiddels in gang gezet. Deelnemers die moeite hebben om data aan te leveren, helpen we met aanbevelingen. Het aantal deelnemende partijen ligt op 62 (65% van de potentiële deelnemers), weer een groei ten opzichte van 2022.

4.3.2 Internationale Mediacoördinator

Vanaf mei 2023 zijn we gestart met de invulling van de rol van Internationale Mediacoördinator. Hiermee geven we invulling aan de propositie van Den Haag als stad waar gewerkt wordt aan een veilige, betere en rechtvaardige wereld en brengen dit internationaal voor het voetlicht. De website 'Stories of Purpose' is het platform waar artikelen te vinden zijn.

Dit heeft als resultaten opgeleverd:

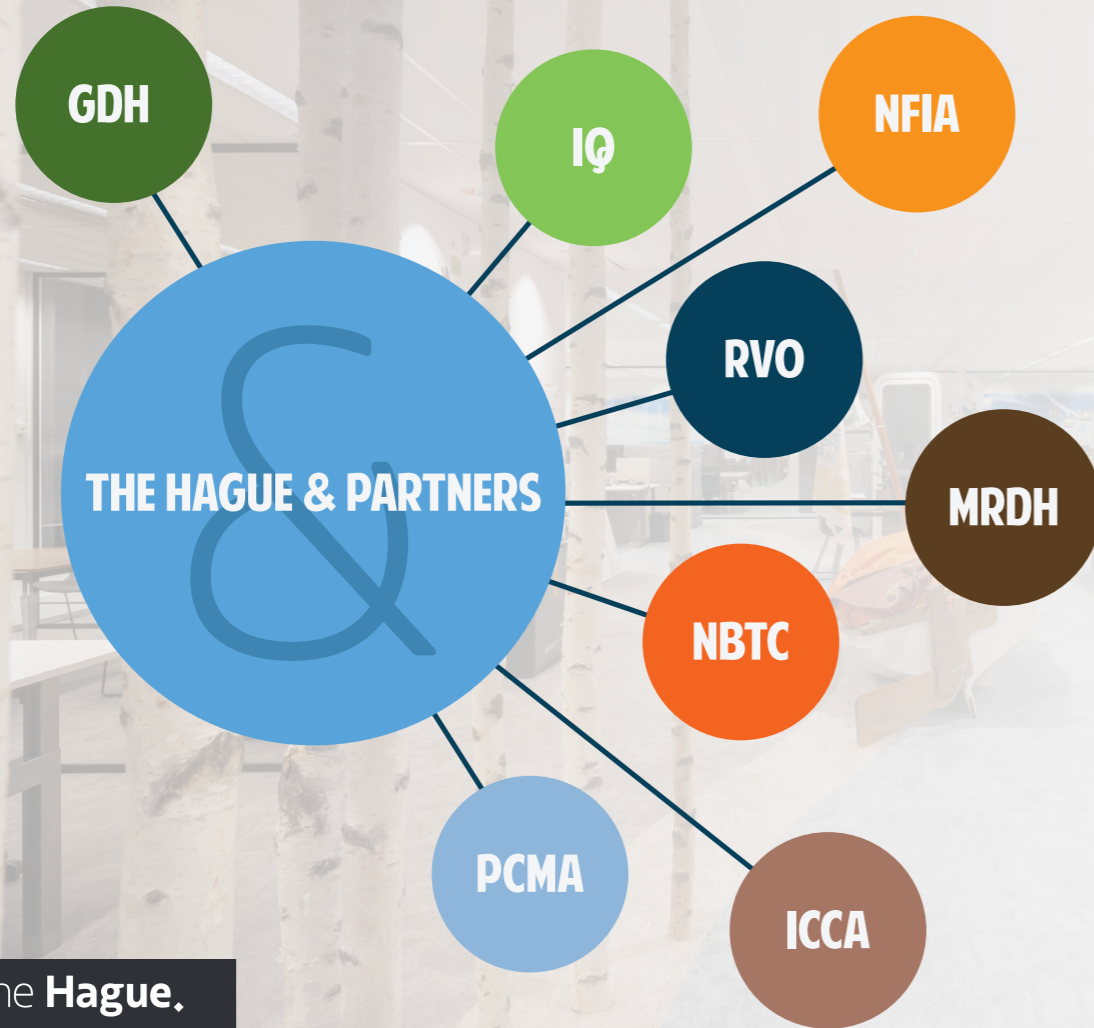
- ◆ 4 persreizen;
- ◆ 13 persberichten en -uitnodigingen;
- ◆ mediawaarde: € 4.539.990;
- ◆ 34 artikelen op 'Stories of Purpose';
- ◆ nationale en internationale publicaties;
- ◆ potentieel bereik van de gepubliceerde artikelen is 490 miljoen lezers.

4.4 ORGANISATIE

In 2023 waren 66 medewerkers werkzaam bij TH&P. Onze kernwaarden zijn: betrokken, inspireren, ontzorgen en verbinden. Hierin komt tot uiting wie wij zijn, wat wij belangrijk vinden en hoe we met elkaar om willen gaan.



SAMENWERKINGSPARTNERS



The Hague.
& Partners

IQ - INNOVATIONQUARTER

Regiopartner van de Business Agency

- delen, afstemmen en samenwerken bij genereren leads en investeringsprojecten
- accountmanagement Investor Relations
- toegang tot economische instrumenten nnoveren en investeren binnen IQ
- branding en marketing Haagse regio
- uitvoeren Global Market Entry Program
- verzamelen trends en signalen vestigingsklimaat

MRDH - METROPOOLREGIO ROTTERDAM DEN HAAG

Subsidieverstrekker IR-activiteiten Business Agency

- samenwerking en informatieoverdracht
- rapporteren trends en signalen lokale en regionale vestigingsklimaat

ICCA - INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION

Internationale Congresorganisatie

- delen van kennis en informatie
- bezoeken van kenniscongressen
- netwerkbijeenkomsten

PCMA - PROFESSIONAL CONVENTION MANAGEMENT ASSOCIATION

Partner Associatie- en Corporate Markt

- deelname aan jaarlijkse kennis- en netwerkgcongressen

NFIA - NETHERLANDS FOREIGN INVESTMENT AGENCY

Regiopartner van Business Agency

- delen, afstemmen en samenwerken bij genereren leads en investeringsprojecten
- accountmanagement Investor Relations
- toegang tot economische instrumenten nnoveren en investeren binnen IQ
- branding en marketing Haagse regio
- uitvoeren Global Market Entry Program
- verzamelen trends en signalen vestigingsklimaat

RVO - RIJKSDIENST VOOR ONDERNEMEND NEDERLAND

Subsidieverstrekker IR-activiteiten Business Agency

- samenwerking en informatieoverdracht
- rapporteren trends en signalen lokale en regionale vestigingsklimaat

NBTC - NEDERLANDS BUREAU VOOR TOERISME & CONGRESSEN

Partner Destinatiemanagement

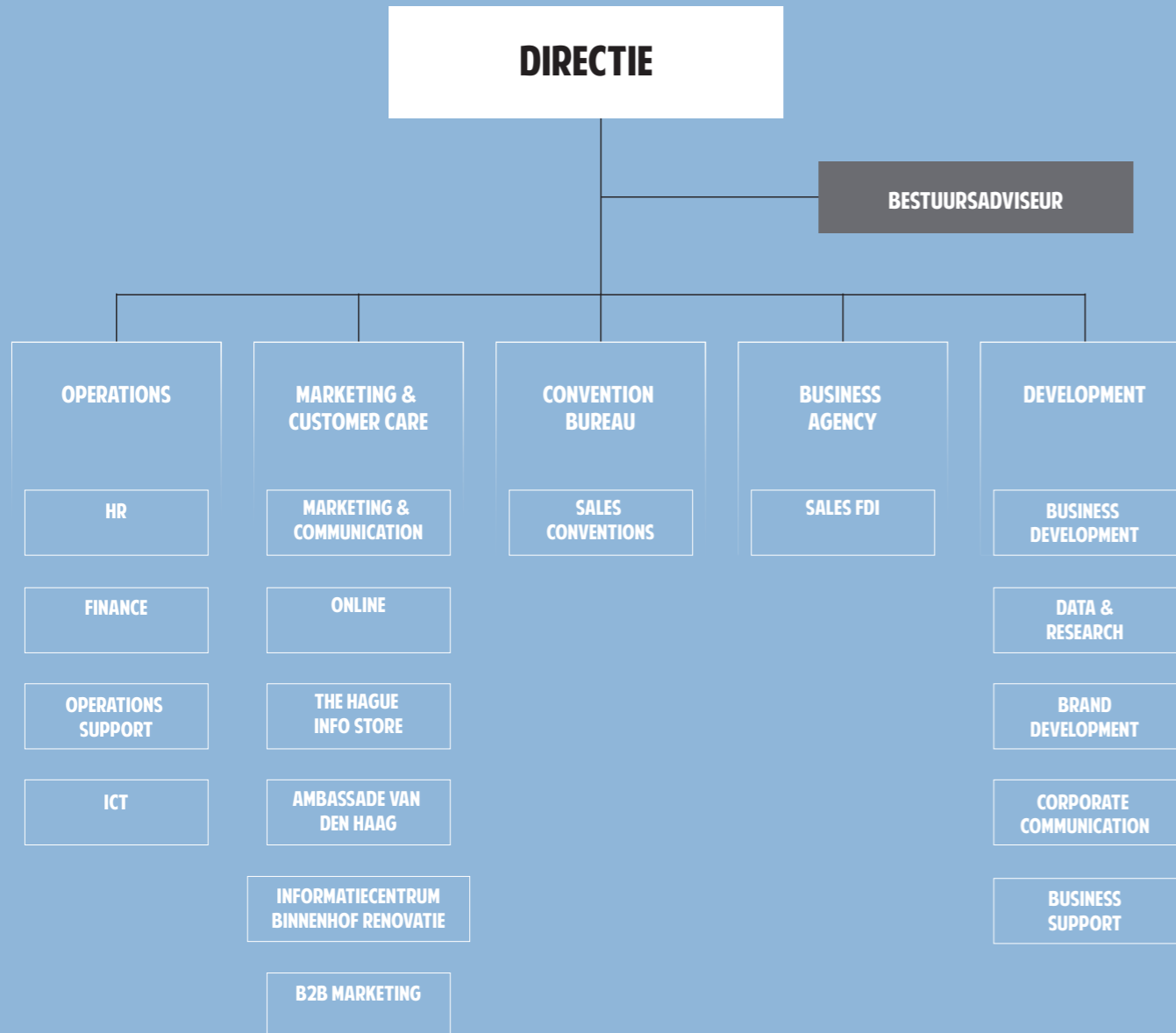
- bijeenkomsten strategische alliantie G4-steden
- deelname NL-paviljoen internationale beurzen

GDH - GEMEENTE DEN HAAG

Samenwerking o.b.v. quasi-inbestedingsconstructie

- afstemmen van jaarplannen en beleid
- periodiek overleg op operationeel, tactisch en strategisch niveau
- samenwerken en delen van informatie

THE HAGUE & PARTNERS



4.4.1 Directie en managementteam

Het managementteam (MT) staat onder leiding van directeur Marco Esser. Het MT zorgt er samen met alle teams voor dat de strategie en het beleid van TH&P wordt vormgegeven. Het MT zorgt ervoor dat het jaarplan en de kwartaalplannen worden uitgevoerd en dat de KPI's, die samen met de gemeente Den Haag worden opgesteld, worden behaald. De Raad van Toezicht houdt toezicht en staat de directie met gevraagd en ongevraagd advies terzijde.

Marco Esser / Directeur

Nevenfuncties:

- ◆ Lid Raad van Commissarissen VVW Nederland (gekwalificeerd commissaris);
- ◆ Voorzitter Stichting ADO Den Haag in de Maatschappij;
- ◆ Lid Raad van Toezicht Xtra.

Patrick Loeps / Head of Operations

Nevenfuncties:

- ◆ Cursusleider Medezeggenschap via de Vereniging Openbaar Onderwijs (VOO);
- ◆ Bestuurslid Belnem House Bonaire Bezit & Beheer B.V.

Sander Hanenberg / Head of Marketing & Customer Care

Nevenfuncties:

- ◆ Bestuurslid Music Academy Scheveningen;

- ◆ Lid Raad van Toezicht Slagwerk Den Haag;
- ◆ Bestuurslid Theater Diligentia.

Laurens Kok / Head of Business Agency

Jolanda van Witzenburg / Head of Development

Bas Schot / Head of Convention Bureau

4.4.2 Medewerkersbestand

Medewerkersbestand, zie het overzicht op pagina 45.

4.4.3 Organigram

Het organigram van TH&P per 1 januari 2024 staat op pagina 42.

4.5 ONDERNEMINGSRAAD

De Ondernemingsraad (OR) heeft zich het afgelopen jaar onder andere beziggehouden met:

- ◆ Aanpassing HR-cyclus;
- ◆ Invoeren van de gedragscode;
- ◆ 360 graden feedback;
- ◆ Actualiseren functiehuis.

De samenstelling van de OR was in 2023 als volgt:

- ◆ Thirza Pluimer / voorzitter (per 16 november 2023);

- ♦ [Marjolein Lalleman](#) / lid (secretaris tot november 2023);
- ♦ [Lisa Noya](#) / lid (secretaris in sp );
- ♦ [Philip Mulder](#) / lid;
- ♦ [Mieke Prins](#) / lid (per 16 november 2023).

4.6 DUURZAAMHEID

In 2023 hebben we de acties rond duurzaamheid verder geïntegreerd in onze organisatie. Leidend voor onze activiteiten is ons Duurzaamheidsmanifest. Daarin staat dat we op het gebied van vervoer, huisvesting en marketing- en acquisitie-activiteiten verantwoorde keuzes maken. Dit zijn actiepunten die we zelf oppakken. Daarnaast proberen we ook onze partners verder te bewegen in de duurzame richting door hen te inspireren en bewust te maken van de mogelijkheden en welke bijdrage zij kunnen leveren.



In 2023 hebben we:

- Twee vrijwilligersdagen georganiseerd, waarvan één MVO-dag en een inzamel-actie 'Sint voor ieder1';
- Verhalen over bedrijven die impact maken, zijn gedeeld op de SDG-website;
- Een campagne opgezet die gericht is op duurzaam vervoer op internationale bezoekers uit de buurlanden;
- Aandacht besteed aan de mobiliteits-week.

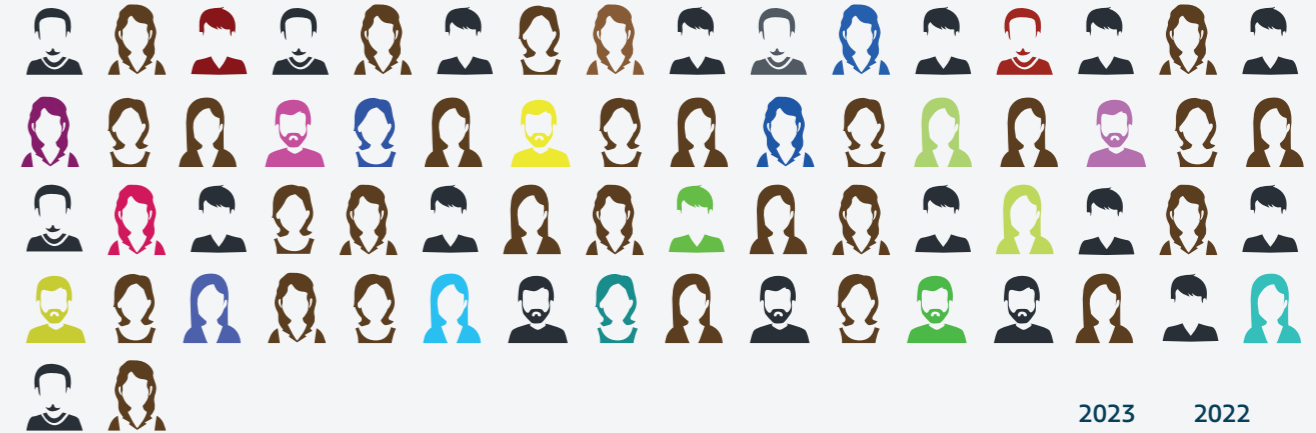
4.7 DIVERSITEIT EN INCLUSIE

In 2023 is verder gewerkt aan het realiseren van de doelen voor diversiteit en inclusie, die staan beschreven in de SER-charter. De doelen gaan over drie onderwerpen: inclusieve werving en selectie, het verhogen van de gemiddelde score van de diversiteitsscan en het organiseren van 'symbolic actions'.

Wij vinden het belangrijk dat TH&P openstaat voor iedereen en dat iedereen de mogelijkheden krijgt om zich te ontwikkelen en kansen te grijpen. Naast de Charter Diversiteit & Inclusie van

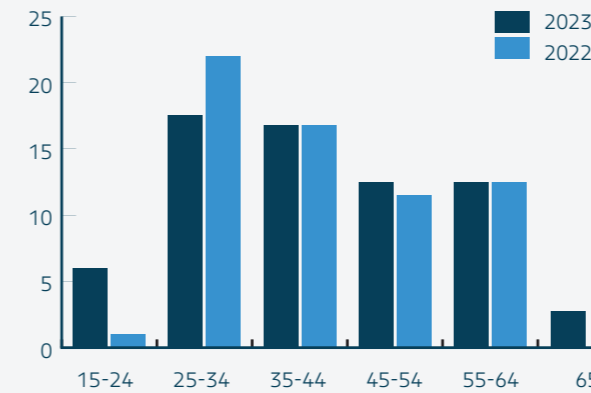
PERSONEEL 2023

PEILDATUM 31 DECEMBER 2023



	2023	2022
Aantal medewerkers	66	62
Fulltime	21	24
Parttime	45	38
Aantal FTE	52,3	53,1
Aantal mannen	27	25
Aantal vrouwen	39	37

Leeftijdsopbouw



Verzuimpercentage:

Totale ziekteverzuim	7,14%	5,49%
waarvan langdurig verzuim	6.02%*	n.b.
Ziekmeldingsfrequentie	0,96	1,36
Gemiddelde landelijke verzuimpercentage	5,3%	5,6%

Aantal medewerkers in dienst	14	16
Aantal medewerkers uit dienst	10	13
Aantal stagiaires	12	17

* langdurig betekent meer dan 42 dagen

de SER, onderschrijven wij de Code Diversiteit & Inclusie van de culturele sector.

Een greep uit onze initiatieven van 2023:

Inclusieve werving en selectie

- ◆ Er zijn vacatures uitgezet via andere c.q. nieuwe kanalen (bijvoorbeeld via culturele vacatures);
- ◆ We hebben de vacaturetekst aangepast om bredere doelgroepen aan te spreken;
- ◆ Alle sollicitanten hebben we geanonimiseerd op basis van de SES-score (Sociaal Economische Status), ingedeeld per woonwijk.

Verhogen van de gemiddelde score van de diversiteitsscan:

- ◆ In maart hebben we een 'Unconscious Bias'-training georganiseerd;
- ◆ In juni hebben we, door middel van een World Cafe D&I, ideeën opgehaald vanuit de organisatie;
- ◆ In december hebben we Joris Luyendijk uitgenodigd voor een lezing over zijn boek 'De zeven vinkjes'.

'Symbolic actions'

- ◆ We hebben stilgestaan bij Internationale Vrouwendag en een inzamelactie hebben gehouden voor de Kessler Stichting.
- ◆ In juni hebben we aandacht besteed aan Ketí Koti: we hebben een tentoonstelling bezocht en een stadswandeling gedaan;
- ◆ In oktober hebben we aandacht besteed aan Diversity Day. Tijdens de lunch hebben we hier aandacht aan besteed.

4.8 VERTROUWENSPERSOON

Net als vorig jaar, is ook in 2023 aandacht besteed aan de bekendheid van de vertrouwenspersoon. Dit is onder andere gebeurd door het invoeren van de gedragscode waar deze in wordt genoemd. Gedurende het jaar is via diverse communicatiekanalen gewezen op de mogelijkheid om, indien gewenst, contact op te nemen met de vertrouwenspersoon. In 2023 is één melding ontvangen. Het betrof een melding naar aanleiding van verzuim.



5

RAAD VAN TOEZICHT

De Raad van Toezicht (RvT) was in 2023 nauw betrokken bij de ontwikkelingen binnen The Hague & Partners (TH&P). In dit hoofdstuk rapporteert de RvT over zijn functioneren in 2023.

De belangrijkste taken van de RvT zijn:

- ◆ Het houden van toezicht op het beleid van de directie en de algemene gang van zaken in de stichting;
- ◆ Het gevraagd en ongevraagd geven van advies;
- ◆ Het functioneren als adviseur en klankbord voor de directie;
- ◆ Het bewaken van de continuïteit;
- ◆ Het zorgdragen voor een goed functionerend intern toezicht;
- ◆ Invulling geven aan de werkgeversrol richting de directie;
- ◆ Informatie verstrekken aan de gemeente Den Haag als daarnaar wordt gevraagd.

Functioneren van de directie

In 2023 heeft de Remuneratiecommissie twee gesprekken gevoerd met de directeur. Dit betrof een plannings- en beoordelingsgesprek. Het beoordelingsgesprek vond plaats op basis van afgesproken KPI's en andere ontwikkelingsdoelen van de directeur. Vervolgens heeft de Remuneratiecommissie feedback gevraagd aan de OR en leden van het MT. Op basis van deze feedback en de gevoerde gesprekken heeft de RvT de directeur een goede beoordeling gegeven.

Strategie en externe ontwikkelingen

Tijdens de reguliere vergaderingen van de RvT is gesproken over de strategie en externe ontwikkelingen binnen zowel de werkterreinen van de MT-leden als het overkoepelend gemeentelijk beleid. De MT-leden hebben tijdens de vergaderingen de RvT geïnformeerd over actuele thema's op

ieders vakgebied. Zo is gesproken over de ontwikkelingen binnen de congresmarkt en de ICCA-ranking. Ook is uitgebreid stilgestaan bij de renovatie van het Binnenhof en het nieuwe bezoekerscentrum.

Tevens is het vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven en organisaties in Nederland en Den Haag uitgebreid aan bod gekomen. Aanvullend is de samenwerking met de gemeente Den Haag regelmatig onderdeel van gesprek geweest. Bij de jaarlijkse strategische sessie van de RvT is aandacht besteed aan ontwikkelingen en bedrijvigheid in Den Haag Zuidwest.

Personeel en organisatie

De Remuneratiecommissie heeft in 2023 twee gesprekken gevoerd met de OR. Er is onder andere gesproken over de nieuwe gedragscode, die extra aandacht besteedt aan richtlijnen bij ongewenst gedrag, de aanpassing van de HR-cyclus waarbij competenties en kernwaarden onderdeel worden van de planningsgesprekken en het actualiseren van het functiehuis. De OR heeft aangegeven dat de samenwerking tussen de OR en de directeur goed is.

Financiën

De Audit Committee is in 2023 vijf keer bijeen-

geweest voor een vergadering, die meestal een week voorafgaand aan de RvT-vergadering plaatsvond. De Audit Committee heeft onder andere de Jaarrekening 2022, het Jaarverslag 2022 en het Jaarplan 2023 beoordeeld en die vervolgens ter goedkeuring voorgelegd aan de RvT. De RvT heeft in 2023 besloten de samenwerking met het accountantskantoor Mazars te continueren.

Wettelijk jaarverslag

De RvT heeft ingestemd met het Jaarverslag en de Jaarrekening 2023 in de vergadering van 17 april 2024. Dit gebeurde nadat de Audit Commissie op 10 april 2024 akkoord was gegaan met de jaarstukken in aanwezigheid van de accountant van Mazars. De jaarstukken geven een goed beeld van de resultaten en ontwikkelingen en uit de controleverklaring spreekt getrouwheid en rechtmatigheid van de jaarstukken. De RvT heeft daarom in de vergadering van 17 april 2024 decharge verleend aan de directie voor het gevoerde beleid van 2023.

Werkwijze RvT en governance code

TH&P ondertekent de 'Governance Code Goed Bestuur Publieke Dienstverleners'. Conform deze code wordt ernaar gestreefd om met elkaar

structureel te werken aan het verbeteren van de organisatie. Kwaliteit staat hierbij voorop. TH&P ondertekent de Code Diversiteit & Inclusie van de culturele sector. Het diversiteitsbeleid is in 2023 verder uitgewerkt en breed onder de aandacht gebracht binnen de organisatie. TH&P ondertekent het Charter Diversiteit van de SER. Zie paragraaf 4.7 voor een overzicht van de activiteiten op het gebied van diversiteit en inclusie.

Vergadercyclus RvT

In 2023 is de RvT vijf keer bijeengekomen voor een reguliere vergadering, waarvan één vergadering werd gecombineerd met een strategische sessie en een bezoek aan Den Haag Zuidwest. De vergaderingen vonden fysiek plaats. De vergaderingen verlopen aan de hand van een vooraf opgestelde agenda en aangeleverde stukken. Voorafgaand aan de feitelijke RvT-vergadering, waar de directeur bij aansluit, vergadert de RvT in beslotenheid. De notulen worden bij de daaropvolgende vergadering goedgekeurd en aansluitend gedeeld met de gemeente Den Haag. In 2023 is niemand van de RvT-leden frequent afwezig geweest bij de vergaderingen. Er is voldaan aan de onafhankelijkheidsvereiste; er is geen sprake van tegenstrijdige belangen.

In oktober 2023 heeft een zelfevaluatie van de RvT plaatsgevonden. Ter voorbereiding vulde elk RvT-lid een enquête in over zijn of haar rol, de taken van de RvT en het optreden van de voorzitter.

Tot slot

De RvT heeft zijn taken in 2023 goed kunnen vervullen. Voor TH&P was het een jaar met financiële uitdagingen, maar de RvT is zeer tevreden met het gevoerde beleid en de resultaten die zijn geboekt. De RvT complimenteert de directie en het MT met het feit dat het tekort op de be-

groting van € 200.000 waar TH&P het jaar 2023 mee startte, nagenoeg is weggewerkt. De meerjarenopdracht die TH&P vorig jaar gegund heeft gekregen door de gemeente Den Haag draagt bij aan rust en stabiliteit en biedt mogelijkheden voor de toekomst.

5.2 SAMENSTELLING RAAD VAN TOEZICHT

De RvT bestaat momenteel uit vijf leden. Volgens de statuten worden drie van de vijf leden benoemd door de gemeente Den Haag. Een RvT-lid wordt benoemd voor een periode van vier jaar en is éénmaal aansluitend herbenoembaar.

Marjet van Zijlen / voorzitter

Aangesteld: januari 2018. Einde laatste RvT-termijn: januari 2026.

Andere functie(s) en nevenfuncties:

- ◆ Executive Coach;
- ◆ Voorzitter Raad van Toezicht SIDN (Stichting Internet Domeinregistratie Nederland);
- ◆ Voorzitter Raad van Commissarissen Portaal;
- ◆ Voorzitter Raad van Advies Nederlandse Orde van Belastingadviseurs;
- ◆ Voorzitter Raad van Toezicht De Haagse Hogeschool;
- ◆ Lid Toetsingscommissie STIVA (Stichting Verantwoorde Alcoholconsumptie);
- ◆ Lid Raad van Commissarissen Chassé Theater;
- ◆ Voorzitter Stichtingsbestuur Parnassia Groep;
- ◆ Lid Raad van Toezicht Rijksdienst Wegverkeer;
- ◆ Voorzitter Selectie- en Remuneratiecommissie PO-Raad.

Susanne Stolte

Aangesteld (door gemeente Den Haag): januari 2018. Einde laatste RvT-termijn: januari 2026.

Andere functie(s) en nevenfuncties:

- ◆ CEO Dennick B.V. en Twiga Consult B.V.;
- ◆ Lid Raad van Commissarissen en vice-voorzitter RKZ-Rode Kruis Ziekenhuis en Brandwondencentrum Beverwijk;
- ◆ Lid Board of Governors EAHM Dubai (Emirates Academy of Hospitality Management);
- ◆ Mentor Start-up Bootcamp Amsterdam;
- ◆ Strategisch adviseur Protocolbureau & ISRM Den Haag ((Instituut voor Strategisch Relationmanagement);
- ◆ Lid Supervisory Board AIMS School of Hospitality & Tourism (Bangalore, India).

Annette Nijs

Aangesteld: januari 2018. Einde laatste RvT-termijn: januari 2025. Annette Nijs zal per 1 april 2024 stoppen als RvT-lid.

Andere functie(s) en nevenfuncties:

- ◆ DGA van OJO Holding B.V.;
- ◆ President Business School Netherlands;
- ◆ Bestuurslid STAK Slager van Molecaten Holding B.V.;



- ◆ Member Board of Directors Aurissey Corporate Diplomacy;
- ◆ Lid Adviesraad Navozyme;
- ◆ Lid Adviesraad van Sino-International Entrepreneurs Federation (Beijing, China);
- ◆ Global Vice Chairman Asia Pacific CEO Association (Beijing, China).

Henk Jagersma

Aangesteld (door gemeente Den Haag): oktober 2019. Einde laatste RvT-termijn: oktober 2027.

Andere functie(s) en nevenfuncties:

- ◆ Directeur Jagersma Holding B.V. / Real Estate B.V.;
- ◆ Lid Raad van Toezicht van Movement Real Estate B.V. (sinds 1 oktober 2022);
- ◆ Lid Raad van Commissarissen Planon;
- ◆ Aangesloten bij Fakton Executives;
- ◆ Werkgeversvoorzitter SPW (Pensioenfonds voor de woningcorporaties);
- ◆ Werkzaam op ZZP-basis voor het Ministerie van Buitenlandse Zaken op Curaçao (sinds 1 januari 2022) en op Sint-Maarten (sinds 1 juli 2022).

Leonard Geluk

Aangesteld (door gemeente Den Haag): april 2020. Einde laatste RvT-termijn: april 2028.

Andere functie(s) en nevenfuncties:

- ◆ Algemeen directeur VNG (Vereniging Nederlandse Gemeenten);
- ◆ Lid bestuur Stichting Epos, basisschool in Rotterdam;
- ◆ Voorzitter Raad van Commissarissen RISBO B.V., onderdeel van de sociale faculteit van de Erasmus Universiteit Rotterdam;
- ◆ Lid van de Nederlandse Unesco Commissie;
- ◆ Lid van de Raad van Commissarissen van BNG-bank.

Het secretariaat werd in 2023 gevoerd door Jort Fokkens.



FINANCIËLE RAPPORTAGE

Opbrengsten		Begroot	Realisatie	Verschil	Verklaring
Gemeente Den Haag					
<i>Opdracht 2023-2026</i>	<i>Dienst</i>				
Toeristische marketing en informatievoorziening (inclusief content digitale schermen)	DSO Economie	1.958.000	1.958.000	-	-
Culturele marketing en informatievoorziening	Cultuur	433.000	433.000	-	-
Acquisitie congressen	DSO Economie	1.254.000	1.254.000	-	-
Acquisitie bedrijven	DSO Economie	1.045.000	1.045.000	-	-
Acquisitie NGO's	BSDI	130.000	130.000	-	-
Internationaal ondernemen (aanvullende opdracht 2023-2026)	DSO Economie	200.000	200.000	-	-
Totaal opdracht 2023-2026	-	5.020.000	5.020.000	-	-
<i>Aanvullende opdrachten</i>	<i>Dienst</i>				
Impuls lokale en regionale marketing	DSO Economie	80.000	80.000	-	-
Impuls marketing 'Have a Royal Winter'	DSO Economie	25.000	25.000	-	-
Impuls shopping	DSO Economie	25.000	25.000	-	-
Inzet programmeur en marketing Binnenhof	DSO Economie	135.000	135.000	-	-
Marketing Escherjaar 2023	DSO Economie	80.000	80.000	-	-
Doorontwikkeling DenHaagPas	DSO Economie	10.000	10.000	-	-
Ambassade van Den Haag	Citybranding	100.000	100.000	-	-
Publieksonderzoek cultuursector Den Haag	Cultuur	67.500	61.750	-/- 5.750	Verlengde opdracht 2023-2026 ingediend en toegekend
Totaal aanvullende opdrachten	-	522.500	516.750	-/- 5.750	
<i>Extra toegekende opdrachten</i>	<i>Dienst</i>				
Programmeur en marketing Binnenhof	DSO Economie	-	176.500	+ 176.500	Aanvulling tot 305.000 in 2023 ontvangen, waarvan 43.500 voor 2024 vooruitontvangen
Stimulering DenHaagPas	DSO Economie	-	23.930	+ 23.930	
Internationale Mediacoordinator	Citybranding	-	120.000	+ 120.000	Extra opdracht voor 2023-2024
HSD Campus	Citybranding	-	15.150	+ 15.150	
Huisstijl & Toolkit	Citybranding	-	10.740	+ 10.740	
Haagse Parel	DSO Economie	-	21.650	+ 21.650	
Scheveningse Bosjeswandeling	DSO Economie	-	15.696	+ 15.696	Extra opdracht wordt via bestemmingsfonds in 2024 verder uitgevoerd
New Energy 2023	DSO Economie	-	34.200	+ 34.200	-

Opbrengsten		Begroot	Realisatie	Verschil	Verklaring
<i>Vervolg extra toegekende opdrachten</i>	<i>Dienst</i>				
ONE Business Event	DSO Economie	-	35.000	+ 35.000	-
Haagse Markt	DSO Economie	-	15.290	+ 15.290	Extra opdracht wordt via bestemmingsfonds in 2024 verder uitgevoerd
DSP Cyber Security	DSO Economie	-	10.000	+ 10.000	-
ImpactTour / ImpactFest	DSO Economie	-	7.610	+ 7.610	-
Museumkwartier Den Haag	DSO Economie	-	13.620	+ 13.620	-
Commit Global	DSO Economie	-	12.900	+ 12.900	-
Extra impuls 'Have a Royal Winter'	DSO Economie	-	8.000	+ 8.000	-
Totaal overige opdrachten	-	-	520.286	520.286	-
Totaal opbrengsten gemeente Den Haag	-	5.542.500	6.057.036	+ 514.536	-
Informatiecentrum Binnenhof Renovatie (RVB)	-	-	31.578	+ 31.578	Extra opdracht voor 2023-2024. In 2023 gefactureerd 89.000, waarvan 58.000 als vooruitontvangen voor 2024
Economic Board The Hague	-	-	73.058	+ 73.058	-
Investor Relations NFIA	-	75.000	75.000	-	-
Investor Relations MRDH	-	50.000	45.000	-/- 5.000	Definitief vastgesteld op 45.000
Overige bijdragen opdrachten	-	-	46.750	+ 46.750	Onder andere voor MKB-opdracht van deelnemende bedrijven en Rotterdam Partners
Partnerbijdragen	-	398.000	394.565	-/- 3.435	
Overige opbrengsten	-	160.000	246.983	+ 86.983	Hogere opbrengst VVV-provisie zakelijke markt en hogere brutomarge The Hague Info Store
Totaal overige opbrengsten (niet gemeente Den Haag)	-	683.000	912.934	+ 229.934	-
Totaal opbrengsten	-	6.225.500	6.969.970	+ 744.470	-

Kosten	Begroot	Realisatie	Verschil	Verklaring
<i>Out-of-pocket kosten</i>				
Toeristische marketing en informatievoorziening (inclusief content digitale schermen)	357.000	390.688	+ 33.688	Meer content, online en denhaag.com ontwikkeling en THIS-marketingkosten gerealiseerd
Acquisitie congressen	183.000	183.300	+ 300	-
Acquisitie bedrijven	135.000	115.250	-/- 19.750	Verschil (onderbesteding) wordt in 2024 ingezet voor financiering junior Business Analyst
Internationaal ondernemen (aanvullende opdracht 2023-2026)	204.519	124.288	-/- 80.231	Salaris projectmanager loopt via personeelskosten en overige niet besteed gaat naar bestemmingsfonds
Marketing congressen en bedrijven	89.000	88.738	-/- 262	-
<i>Marketing Bureau</i>				
Impuls lokale en regionale marketing	64.000	65.821	+ 1.821	-
Impuls shopping	20.000	19.838	- 162	-
Inzet programmeur en marketing Binnenhof	138.782	301.021	+ 162.239	Extra middelen toegekend in 2023
Publieksonderzoek cultuursector Den Haag	31.166	21.692	-/- 9.474	Naar bestemmingsfonds
Ambassade van Den Haag	25.000	31.354	+ 6.354	-
Impuls marketing 'Have a Royal Winter'	20.000	61.199	+ 41.199	Extra budget toegekend en budget van diverse opdrachten verplaatst naar 'Have a Royal Winter'
Doorontwikkeling DenHaagPas	10.000	35.240	+ 25.240	Hogere kosten voor doorontwikkeling gemaakt in 2023
Marketing Escherjaar 2023	64.000	65.257	+ 1.257	-
Cruise Port Scheveningen	8.127	1.959	-/- 6.168	Uit bestemmingsfonds. Verschil naar budget 'Have a Royal Winter'
Monitoringsinstrument bezoekersspreiding	28.474	9.642	-/- 18.832	Uit bestemmingsfonds
Digitalisering informatievoorziening	7.057	2.738	-/- 4.319	Uit bestemmingsfonds
Museumkwartier Den Haag	-	11.168	+ 11.168	Extra opdracht
Haagse Markt	-	10.000	+ 10.000	Extra opdracht, die doorloopt in 2024
<i>Convention Bureau</i>				
Innovaties congressenmarkt	21.068	20.998	-/- 70	Uit bestemmingsfonds
Marktbewerking congressen	5.611	5.542	-/- 69	Uit bestemmingsfonds
<i>Business Agency</i>				
Inspiratiemagazine content en video's	49.720	25.429	-/- 24.291	Uit bestemmingsfonds. Restant budget naar Internationale Mediacoördinator



Kosten	Begroot	Realisatie	Vershil	Verklaring
<i>Vervolg Business Agency</i>				
New Energy en extra MarCom Energy	25.400	21.946	-/- 3.454	-
ImpactTour / ImpactFest	-	7.362	+ 7.362	Extra opdracht
HSD Campus	-	17.100	+ 17.100	Extra opdracht
DSP Cyber Security	-	10.800	+ 10.800	Extra opdracht
Commit Global	-	12.877	+ 12.877	Extra opdracht
<i>The Hague & Partners</i>				
Internationale Mediacoördinator	5.444	34.404	+ 28.960	-
Huisstijl & Toolkit	5.485	5.009	-/- 476	-
Haagse Parel	-	11.170	+ 11.170	Extra opdracht
ONE Business Event	-	31.435	+ 31.435	Extra opdracht
Algemeen marketing en acquisitie	5.406	-	-/- 5.406	<i>Uit bestemmingsfonds</i>
Stichting DEN	-	4.220	+ 4.220	-
Informatiecentrum Binnenhof Renovatie (RVB)	-	3.394	+ 3.394	-
Partners, corporate, data en business development	50.000	36.205	-/- 13.795	-
Totaal out-of-pocket kosten	1.553.259	1.787.082	+ 233.823	-
Personeelskosten	4.062.500	4.255.809	+ 193.309	Extra (tijdelijke) medewerkers voor extra toegekende opdrachten
Huisvestingskosten	406.500	325.417	-/- 81.083	Besparing op huurlasten (deel huur WTC afgestoten) en lagere service- en energiekosten
Algemene kosten	568.500	560.774	-/- 7.726	-
Afschrijvingen	40.000	29.029	-/- 10.971	Beperkte investeringen in 2023
Overige lasten	-	42.204	+ 42.204	Betreft verplichting social return order DJI voor VVV Cards (omzetafhankelijk)
Financiële lasten	10.000	-/- 1.650	-/- 11.650	Door gestegen rente weer rentebaten in plaats van rentelasten
Totaal organisatiekosten	5.087.500	5.211.583	+ 124.083	-
Totaal kosten	6.640.759	6.998.665	+ 357.906	-
Resultaat	-/- 415.259	-/- 28.695	+ 386.564	-
Mutatie algemene reserve	-	+ 4.852	+ 4.852	-
Mutatie bestemmingsfondsen	-/- 415.259	-/- 33.547	+ 381.712	-



KPI-OVERZICHT

Omschrijving	KPI 2023	Realisatie 2023	Verschil	Toelichting
KPI's 2023: Bezoekers				
Mediawaarde				
Gegenereerde internationale mediawaarde in €	139.000.000	190.400.000	+/- 51.000.000	Boven KPI
Gegenereerde nationale mediawaarde in €	74.000.000	64.570.00	-/- 9.430.000	Onder KPI. Meer internationale persverzoeken in 2023, waardoor de doelstelling nationaal niet is behaald
Online marktbewerking				
Aantal unieke bezoekers op denhaag.com	2.300.000	2.437.000	+/- 137.000	Boven KPI
Aandeel bezoekers uit Zuid-Holland op denhaag.com	1.200.000	1.140.000	-/- 59.539	Onder KPI. We zien met name een stijging in internationaal bezoek dat ten koste gaat van lokaal
Aantal abonnees op de toeristische nieuwsbrief	35.000	34.713	-/- 287	Onder KPI. Dit is net onder target gebleven
Aantal volgers op Facebook (ThisIsThe Hague)	70.000	70.905	+/- 905	Boven KPI
Aantal volgers op Instagram (#thisisthehague)	28.000	33.800	+/- 5.800	Boven KPI
KPI's 2023: Congressen				
EEl (Estimated Economic Impact) van het totaal aantal gecreëerde leads in €	75.000.000	124.954.000	+/- 49.954.000	Boven KPI. Economisch herstel heeft zich ingezet. Daardoor is het gelukt om leads voor de komende jaren te genereren
Clustergelateerde EEl in %	70%	64%	-/- 6 %	Onder KPI. De focus op de profielclusters blijkt niet altijd realiseerbaar
EEl van gewonnen congressen in €	19.000.000	20.704.000	+/- 1.704.000	Boven KPI
KPI's 2023: Bedrijven en organisaties				
Omvang investeringen die gemoeid zijn met door de Business Agency afgeronde projecten in €	20.000.000	36.440.000	+/- 16.440.000	Boven KPI
Geprognostiseerd aantal gecreëerde banen (drie jaar na vestiging)	285	372	+/- 87	Boven KPI
Aantal nieuwe leads	78	79	+/- 1	Boven KPI
Aantal bezoeken Investor Relations in 2023	96	97	+/- 1	Boven KPI
Aantal succesvol afgeronde projecten (buitenlandse bedrijven en NGO's)	20	20	0	Op KPI
Clustergelateerde afgeronde projecten in %	85	80	-/- 5	Onder KPI
Aantal succesvol afgeronde projecten NGO's (nationaal en internationaal)	10	2	-/- 8	Onder KPI. De doorlooptijd voor het verkrijgen van een bankrekening is voor NGO's momenteel langer. Hierdoor is een aantal projecten met nieuwe NGO's formeel nog niet afgerond.

Omschrijving	KPI 2023	Realisatie 2023	Verschil	Toelichting
KPI's 2023: The Hague & Partners				
Aantal partners	330	315	-/- 15	Onder KPI. Meer afmeldingen eind 2022. En door drukte bij de partners soms minder behoefte om aan te sluiten (kleinere partners).
Aantal workshops	6	6	0	Op KPI
KPI's 2023: Marketing B2B				
Mediawaarde				
Gegenereerde internationale mediawaarde B2B in €	500.000	908.000	408.000	Boven KPI
Online marktbewerking				
Groei bezoek op thehague.com/businessagency	67.008	82.755	+/+ 15.747	Boven KPI
Groei bezoek op thehague.com/conventionbureau	43.800	53.646	+/+ 9.846	Boven KPI



The **Hague.**
& Partners

The Hague & Partners
Prinses Beatrixlaan 582
2595 BM Den Haag

E: info@thehague.com
T: +31 (0)70 361 88 88