

Begroting Heerlen Mijn Stad 2017

'Ontmoeten Faciliteren'

22.03.2017, versie 5 (eerste versie 14.02.2017)



Inhoudsopgave

1. Heerlen Mijn Stad	2
1.1 Missie	2
1.2 Visie	2
1.3 Strategische doelstellingen	3
1.4 Organisatiestructuur	3
1.5 Functies	3
1.6 Diensten	3
1.7 Kaders	4
2. Activiteiten	5
3. Begroting	6
4. Toelichting begroting	7
Urban Culture	7
Urban Experience	8
Urban Heritage	8
Urban Living	8

1. Heerlen Mijn Stad

HMS is een jonge centrumorganisatie actief in de binnenstad van Heerlen. De stichting is in januari 2015 opgericht vanuit een fusie van drie onafhankelijke organisaties. De drie oorspronkelijke organisaties waren; het Centrummanagement, Promotie Evenementen Centrum (PEC) en het Redactieteam. Gemeente Heerlen zag dat de drie verschillende organisaties voor een versplintering van de subsidies en belangen zorgden. Het werd daarom volgens hen tijd om met een nieuwe frisse wind via de fusie organisatie, Heerlen Mijn Stad, aan de slag te gaan. De organisatie, die uit deze fusie is ontstaan, is een onafhankelijke stichting. Bestaande initiatieven, projecten en activiteiten worden geïnnoveerd en toekomstbestendig gemaakt.

Heerlen staat in de laatste jaren vol in het teken van ontwikkeling. Zo is Parkstad, met als centrum, de binnenstad van Heerlen, in 2016 uitgeroepen tot beste reisbestemming ter wereld. In de binnenstad van Heerlen vindt culturele ontwikkeling plaats met onder andere evenementen als Serious Request en Cultura Nova. Heerlen is flink aan de weg aan het timmeren door middel van de bouw van het Maankwartier. De groei van zwarte mijn stad naar groene evenementen stad levert veel op. Heerlen is dan ook uitgeroepen tot evenementenstad van 2016 (onder de 100.000 inwoners).

Om het beste uit de stad te halen is het Bidboek, Urban Heerlen, opgesteld met een toekomstvisie voor Heerlen. Het Bidboek is opgesteld door een samenwerking van Gemeente Heerlen, IBA Parkstad en Provincie Limburg. Het uiteindelijke doel is het verduurzamen van een aantrekkelijke en innovatieve binnenstad. Dit Bidboek omschrijft de ontwikkeling van de binnenstad door middel van vier verschillende 'Urban pijlers'; Culture, Experience, Heritage en Living.

Heerlen Mijn Stad is op zoek gegaan naar mogelijkheden om hier als centrumorganisatie een bijdrage aan te leveren en op de ambities en ideeën van het Bidboek aan te haken. Om dit te doen heeft de organisatie een herstructurering meegemaakt. De vernieuwde missie, visie en ambities van de organisatie staan hieronder benoemd.

1.1 Missie

Ontmoeten faciliteren in de binnenstad van Heerlen.

1.2 Visie

Het verbinden van de gebruikers van de binnenstad (bezoekers, bewoners en ondernemers) door het creëren van een netwerk (waaronder bijeenkomsten), aanjagen van (maatschappelijke) activiteiten, en het communiceren van de sfeer en beleving via online kanalen binnen de kaders van de vier Urban thema's (Culture, Experience, Heritage, Living).

Heritage <i>De stad heeft een rijk erfgoed dat een betekenisvolle omgeving heeft gecreëerd. Het vertalen van rijke verleden naar het hier en nu is een stap richting de toekomst. Het verhaal van het verleden wordt niet alleen verteld in tastbaarheden, maar ook in waardevolle momenten. Dit mag Parkstad breed verteld worden.</i>	Culture <i>Het gevoel van onderop is gebaseerd op verwondering, waarbij traditie vs. avant-garde in één moment wordt neergezet. De subculturen worden vertaald naar unieke momenten en kunstvormen voor Heerlen. De authenticiteit wordt zichtbaar gemaakt in openbare ruimtes van de binnenstad. "Thinking in new Boxes" is de sleutel tot succes.</i>
Experience <i>Het is in karakter verrassend, vol lef en geeft per direct een gevoel naar meer. Het is ervaring om nooit te vergeten en is voor iedereen geschikt. Meerdere zintuigen worden geprikkeld. De muren van de stad functioneren als een vast behang en de elementen van een experiment zorgen voor interactie en dialoog met de gebruikers van de stad.</i>	Living <i>De balans tussen wonen, werken en leven met als doel leefbaarheid en levendigheid te verankeren in de stad. Groen, water en mooie ontmoetingen op bijzonder ingerichte plekken zorgen voor deze leefbare reuring. Het alledaagse leven gecultiveerd in een levendige stad.</i>

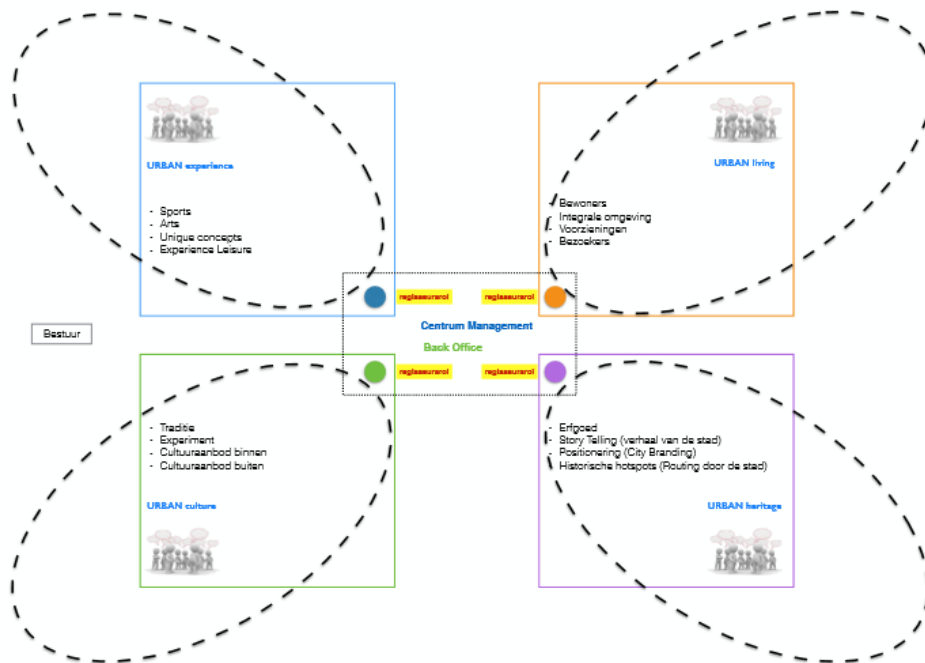
1.3 Strategische doelstellingen

- Verhogen van de aantrekkelijkheidsscore van Heerlen
- Het verhogen van de verblijfstijd van bezoekers
- Een bijdrage leveren aan het realiseren van minimaal vier ambities omschreven in het Bidboek Urban Heerlen

1.4 Organisatiestructuur

De herstructurering heeft een nieuwe organisatiestructuur te weeg gebracht. Onderstaande organogram is hieruit voortgevloeid. In dit organogram zijn een aantal organen te onderscheiden. Namelijk: Het bestuur, office team en de focusgebieden.

Het bestuur fungeert op afstand terwijl de office de spin in het web wordt om de interne organisatie te verbinden. De verschillende focusgebieden zorgen voor directe bundeling van de krachten uit de stad met de organisatie en het desbetreffende focusgebied.



1.5 Functies

De functies die hieruit voortvloeien zijn:

- Bestuur: Voorzitter, penningmeester, secretaris en algemene bestuursleden.
- Office team: Projectmanager (communicatie, Culture & Heritage), projectmanager (ondernemerschap, Experience & Living), content manager en backoffice.
- De focusgebieden: Regisseurs, vrijwilligers en community leden.

1.6 Diensten

Heerlen Mijn Stad biedt een aantal diensten aan:

- Het bieden van ondersteuning op het gebied van communicatie
- Het delen van organisatorische kennis
- Het gebruik maken van een professioneel netwerk
- Het financieren van initiatieven

1.7 Kaders

De diensten van Heerlen Mijn Stad worden geacht aan bepaalde voorwaarden te doen:

1. Het project vindt plaats in de binnenstad van Heerlen.
2. Het project is van maatschappelijke aard en wordt niet primair vanuit commerciële belangen gevoerd.
3. De organisatie van het project levert een projectplan inclusief draaiboek aan, waarin doel, beoogd resultaat, projectorganisatie, communicatie, plattegrond en financiering zijn opgenomen.
4. Het project is voor aanvang waar nodig afgestemd met Gemeente Heerlen en voldoet aan de wettelijke eisen, bijvoorbeeld het aanvragen van een vergunning.

* Overige voorwaarden kunnen op verzoek opgevraagd worden bij Heerlen Mijn Stad.

2. Activiteiten

Naast de diensten die Heerlen Mijn stad levert aan organisatoren van activiteiten, zorgt Heerlen Mijn Stad voor overzicht van de huidige activiteiten in de binnenstad van Heerlen (Jaarkalender on- en offline). Onderstaand schema geeft een aantal van de activiteiten in het centrum in 2017 weer, verdeeld over de focusgebieden. Sommige van deze activiteiten ondersteunt Heerlen Mijn Stad op verschillende manier zoals hierboven aangegeven onder de noemer 'diensten'. Op termijn is de doelstelling dat er meer verspreiding gaat ontstaan binnen de maanden van het jaar en de verschillende focusgebieden.

Kwartaal	Q1			Q2			Q3			Q4		
Maanden	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Experience				Heerlen Stormt		Limburgs Mooiste Wheels and Bites	Park City Live Essential Festival SplashMob A Night in The Woods RaboRonde Corio Tropical & Samba festival		Parkstad Culinair Kidsweekend		Heerloween Creepy City Tour	
Culture				Geluksweekend	Tango Brutal	Pro Freestyle	Bourgondisch Bierproeven	The Notorious IBE Cultura Nova - Stadsparade	Kleinkunst Popronde Oktoberfeest	The Big Draw	Heerlen Jazzt	
Heritage		Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoers Euregionaal Gardetreffen Carnaval Lichtstoet		Dr Joarmarkt Koningsdag	Bevrijdingsfestival	Heëlesj AutoSjtute			Open monumentendag		Aod op Nuj Sinterklaas Intocht	
Living					Telefleur Themabijeenkomst			Heerlense Studenten Introductie				

3. Begroting

Heerlen Mijn Stad - BEGROTING 2017 - Subsidie aanvraag			
INKOMSTEN			
Subsidie			
Gemeente Heerlen 1e tranche 2017		€200.000,00	
Gemeente Heerlen 2e tranche 2017		€200.000,00	
Co-financiering - in de loop van 2017 op te halen		€26.990,00	
	TOTAAL INKOMSTEN		€426.990,00
UITGAVEN ALGEMEEN			
ALGEMENE OPERATIONELE KOSTEN			
Personeelskosten		€69.841,20	
Algemene bedrijfskosten		€23.250,00	
Marketing en communicatie kosten		€27.000,00	
	TOTAAL		€120.091,20
UITGAVEN PROGRAMMA			
PROGRAMMA URBAN CULTURE			
Operationeel		€31.729,70	
<i>Budget nieuwe en bestaande initiatieven</i>		€39.650,00	
	subtotaal		€71.379,70
PROGRAMMA URBAN EXPERIENCE			
Operationeel		€31.729,70	
<i>Budget nieuwe en bestaande initiatieven</i>		€34.750,00	
	subtotaal		€66.479,70
PROGRAMMA URBAN HERITAGE			
Operationeel		€31.729,70	
<i>Budget nieuwe en bestaande initiatieven</i>		€20.000,00	
	subtotaal		€51.729,70
PROGRAMMA URBAN LIVING			
Operationeel		€33.729,70	
<i>Budget nieuwe en bestaande initiatieven</i>		€83.500,00	
	subtotaal		€117.229,70
	TOTAAL		€306.818,80

INKOMSTEN	€426.990,00
UITGAVEN ALGEMEEN	€120.091,20
UITGAVEN PROGRAMMA	€306.818,80
TOTAAL	€80,00

4. Toelichting begroting

De vernieuwde missie, visie en strategie van Heerlen Mijn Stad zijn gebaseerd op de ontwikkelingen in de binnenstad. De stichting zit dit jaar in een transitieproces waarbij de organisatie kritisch gekeken heeft naar de voorwaarden voor het verstrekken van diensten en/of financiële bijdrages. Dit jaar wordt er een combinatie gemaakt tussen het professionaliseren van de organisatie, het stimuleren van bestaande initiatieven en het aantrekken/aanjagen van nieuwe activiteiten en het ontwikkelen van een community. De diensten die Heerlen Mijn Stad levert worden gekoppeld aan de focusgebieden. De gemoeide manuren (van het office team en vrijwilligers) en de financiering voor nieuwe en bestaande activiteiten zijn daarom verwerkt in de focusgebieden.

Het budget vanuit de Gemeente Heerlen wordt beschikbaar gesteld voor het faciliteren van ontmoetingen, het documenteren van de sfeer en beleving, het aanjagen van evenementen, het verbinden van partijen en het creëren van de Heerlen Mijn Stad community. Heerlen Mijn Stad streeft ernaar om naast de subsidie van de Gemeente nog extra financiering uit de markt op te halen om zo nieuwe initiatieven beter te kunnen financieren en een breder draagvlak te geven. Het genoemde bedrag in de begroting is een inschatting op basis van de ervaring van de afgelopen jaren.

Algemene operationele kosten zijn verdeeld onder personeelskosten, algemene bedrijfskosten en marketing/communicatie kosten. Het office team van Heerlen Mijn Stad bestaat uit twee projectmanagers, een officemanager en content manager. Allen op parttimebasis, via Payroll of ZZP constructie. Onder de post algemene bedrijfskosten vallen zaken zoals huisvesting, Intranet kosten, boekhouding, en meer. De marketing/communicatie kosten omvatten het beheer en de ontwikkeling van de website, advertenties, nieuwsbrieven, drukwerk – en de verspreiding van het drukwerk onder.

Urban Culture

Binnen Urban Culture biedt Heerlen Mijn Stad op diverse wijze ondersteuning op het gebied van communicatie. Heerlen Mijn Stad promoot bijvoorbeeld de culturele instellingen en zijn/haar initiatieven door middel van het weggeven van tickets en/of toegangsbewijzen op onze online kanalen. Een ander voorbeeld is het visueel documenteren van culturele initiatieven, zoals Geluksweekend, Tango Brutal, Klein Kunst en meer, op verschillende manieren.

Daarnaast is Heerlen Mijn Stad bezig met het delen van organisatorische kennis en verbinden van bewoners, ondernemers, evenementen organisaties, en stakeholders in ons professionele netwerk. Bijvoorbeeld door in gesprek te gaan met de organisatie van het Geluksweekend over de wijze waarop meer binnenstad ondernemers betrokken kunnen worden bij het evenement. Zo is Heerlen Mijn Stad ook nauw betrokken bij de organisatie van The Notorious IBE om dit evenement een bredere doelgroep te laten bereiken.

Het financieren van nieuwe en bestaande initiatieven doet Heerlen Mijn Stad bijvoorbeeld door een aanjaagfinanciering voor de stadsgids “ENNE?” ter beschikking te stellen. Dit doet Heerlen Mijn Stad omdat Heerlen dan een hip nieuw urban street art magazine heeft, waardoor de regio beter op de kaart wordt gezet. Een ander voorbeeld is een co-productie met Cultura Nova waarmee Heerlen Mijn Stad het mogelijk maakt om een deel van de openingsvoorstelling de dag erna nog eens door Heerlen te laten lopen.

Urban Experience

Binnen Urban Experience gaat het communiceren van activiteiten vaak over het promoten van de evenementen voor aanvang, het laten zien wat er gebeurt tijdens het evenement, en documenteren van het evenement als naslagwerk. Een voorbeeld is de documentatie van het kidsweekend, waarbij zowel een foto als video verslag van het evenement is gemaakt. Deze beelden kunnen daarna ingezet worden voor de promotie van de volgende editie van het evenement. Tevens organiseert Heerlen Mijn Stad ieder jaar een zomeractie waarbij er op drie momenten aan het begin van de zomer op een originele manier de “Groeten uit Heerlen” ansichtkaart met daarop het evenementenprogramma aan bezoekers wordt uitgereikt.

Met betrekking tot het delen van organisatorische kennis of het verbinden van een netwerk kan als voorbeeld genomen worden de samenwerking met de RaboRonde, waarbij de ondernemers op het Wilhelminaplein benaderd zijn om bijvoorbeeld een scherm te plaatsten zodat ze meer bezoekers kunnen trekken op de dag van het evenement. Een ander voorbeeld is Heerloween’s Creepy City Tour hier heeft Heerlen Mijn Stad de organisatie gelinked met De Nieuwe Nor, Cinesud’s Day of Horror, en de Irish Pub waardoor de bezoekers een combinatiearrangement aangeboden hebben gekregen. Ook gaat Heerlen Mijn Stad dit jaar Heerloween helpen met het zoeken naar de juiste locatie.

Urban Heritage

In het huidige activiteiten aanbod van de stad is het focusgebied Urban Heritage nog niet actief vertegenwoordigd. Heerlen Mijn Stad streeft ernaar om nieuwe initiatieven te stimuleren. Heerlen heeft een rijk (cultureel) erfgoed dat niet breed bekend is. Door gepaste communicatie zowel on- als offline denkt Heerlen Mijn Stad een verdiepingsslag te kunnen maken in het informeren en communiceren van dit erfgoed naar bewoners en bezoekers. Een voorbeeld van de huidige communicatie uitingen is het vastleggen en delen van het Heerlense straatbeeld, haar monumenten, gebouwen en facades. Ook schenken we online aandacht aan o.a. de nationale themaweken, bijvoorbeeld museum- of boekenweek, waarin Heerlen Mijn Stad de musea of boekhandels uitlicht. Initiatieven zoals de Lichtstoet financiert Heerlen Mijn Stad als onderdeel van cultureel erfgoed carnaval.

Urban Living

Online communiceren we in Urban Living bijvoorbeeld door de nieuwe en jubilerende ondernemers op een visuele manier in het zonnetje te zetten, zodat bezoekers deze sneller ontdekken. Daarnaast verspreiden we onder de ondernemers in de binnenstad de jaarkalender, en de ansichtkaart waar de openingstijden en evenementen opstaan. Urban Living gaat voor ons onder andere over het informeren van bewoners en ondernemers. Heerlen Mijn Stad kan door haar positie in het centrum de verschillende behoeftes verzamelen. Op een aantal van die vraagstukken kan Heerlen Mijn Stad zelf een antwoord geven, andere proberen wij op de juiste plek te laten landen en terug te koppelen.

Dit doen we voor de ondernemers onder andere door middel van de stadskwartierbundeling. Hierin zijn de ondernemers in zes stadskwartieren vertegenwoordigd die op kwartaalbasis samen komen. Het Binnenstad Ondernemers Overleg Heerlen (BOOH) dat vier keer per jaar door Heerlen Mijn Stad georganiseerd wordt faciliteert de verbinding tussen deze zes stadskwartieren.

Voor de bewoners zorgen we dat er nauw samengewerkt wordt met de bewonersraad, zodat ook die belangen vertegenwoordigd zijn. Het doel van het organiseren van het Centrum Overleg Heerlen (COH) en de jaarlijkse Themabijeenkomst is het betrekken van de verschillende

doelgroepen en stakeholders bij de ontwikkeling van de binnenstad. Student en stad komen dichterbij elkaar tijdens de Heerlense Studenten Introductie. Aangezien dit een bepalend moment is vindt Heerlen Mijn Stad het bijvoorbeeld belangrijk om hier zowel een financiële bijdrage aan te leveren als om de gesprekken aan te gaan om deze studentenweek zo succesvol mogelijk te maken.

De sfeerverlichting is binnen de huidige begroting van Heerlen Mijn Stad onderdeel van Urban Living. Omdat de sfeerverlichting geen onderdeel is van onze missie 'ontmoeten faciliteren', valt extra aankleding van de stad niet direct in ons dienstenpakket. Het is een erfenis van de oude organisatie voor de fusie.