

Venlo Partners
Jaarverslag 2024



Leeswijzer jaarverslag 2024

Vorig jaar introduceerden we een interactieve opzet voor ons jaarverslag, en die zetten we nu voort. Zo doen we recht aan de diversiteit van onze projecten en werkzaamheden.

Via links en aanvullende informatie kunnen geïnteresseerde lezers zich verder verdiepen.

En natuurlijk: we blijven graag in gesprek.

Laat ons weten wat je ervan vindt!

1. Best of 2024



MEER INFO



MEER INFO



MEER INFO

Inge
'We krijgen veel complimenten over onze aanpak: gedegen, betrokken en met de creativiteit van lokale talenten.'



STOLPERSTEINE



MEER INFO



Jules
'De communicatie rond dit mega-evenement verloopt steeds beter.'

Nanet
**'Binnen een week
al meer dan 8.000
downloads.'**



MEER INFO



MEER INFO



CHECK VENLO STUDENT FESTIVAL

Marcel
**'Ruim 1.600 nieuwe
studenten op één festival.
Dat gaf echt een kick.'**



VENLO
BEZOEKEN
MET KIDS

ONTDEK ONZE TIPS
& MAAK SAMEN DE MOOISTE
HERINNERINGEN

MEER INFO

Annemiek
**'De culturele instellingen
wilden al heel lang
een doorstart van de
Ouverture. Nu is het
gelukt.'**



MEER INFO

2.

Wij zijn Venlo Partners

Wij zijn Venlo Partners
Wij houden van onze stad
Samen met jou maken we de stad nóg mooier
Samen met jou zorgen we ervoor dat iedereen
van Venlo gaat houden

NAAR MISSIE, VISIE & KERNWAARDEN

Venlo Partners team

Korte toelichting op personeelsverloop

Met ingang van 1 maart 2024 is **Annemiek Breuer** in dienst getreden als citymarketeer. Zij volgt **Inge van Roij** op die na haar zwangerschapsverlof voor zichzelf is begonnen. Als zzp'er blijft ze betrokken bij het citybrandingtraject. Met ingang van januari 2025 verzorgt **Nina Ketels** de Duitsland marketing als zzp'er. Zij volgt **Kristina Peeters** op.



Directeur
Marcel Tabbers



Citymarketeer
Annemiek Breuer



Contentmarketeer
Nanet Hazenbosch



Winkelstraatmanager
Jules Backes



Marketeer Duitsland
Nina Ketels



Projectleider City Branding
Inge van Roij

Bestuur

Het huidige bestuur van Venlo Partners bestaat uit:

- Peter Lommen (penningmeester en plaatsvervangend voorzitter)
- Sander Görtjes (secretaris)
- Bart Holleman (algemeen bestuurslid)

BEKIJK BESTUUR

Stagiairs

In 2024 hebben de volgende personen stage gelopen bij Venlo Partners:

- Manon Reynaert
Food Innovation, HAS Green Academy
- Sem Michiels
Marketing, communicatie en evenementen, Gilde Opleidingen
- Robin Broeren
Commerciële Economie, Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
- Jenna Foolen
Business Services, Gilde Opleidingen

Corporate website

In 2024 is naast de publiekswedbsite Venloverwelkomt een corporate website ingericht. Op deze website is uitgebreide informatie te vinden over onze werkzaamheden en de organisatie. Beginnende ondernemers kunnen hier terecht voor startersinformatie.

BEKIJK WEBSITE

3. Werkzaamheden

3.1 City Management

Van Plan Binnenstad 2030 naar Platform Binnenstad Venlo

- In 2021 is door gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren **Plan Binnenstad 2030** opgesteld. In 2024 zijn belangrijke stappen gezet naar een integrale uitvoering van alle binnenstadsprojecten: de afstemming tussen partijen is verbeterd, de rolverdeling is helder en er ligt inmiddels een gezamenlijke begroting en werkplan voor de komende jaren. Venlo Partners vervult een centrale rol als uitvoeringsorganisatie.
- In 2024 is door de gemeente Venlo een acquireur voor de binnenstad aangetrokken. De winkelstraatmanager van Venlo Partners houdt de ontwikkelingen in de straten in de gaten, houdt beschikbare bedrijfspanden bij en sluit aan bij het **acquisitieoverleg**.
- Op vrijdag 13 december vond op initiatief van BIZ Vastgoed Binnenstad Venlo een **pandenschouw** plaats in de Vleesstraat. Samen met drie lokale architecten werd per pand de actuele status en toekomstige kansen besproken. Deze inventarisatie moet in 2025 leiden tot concrete ontwikkelingen in deze A-winkelstraat.
- In opdracht van BIZ Vastgoed Binnenstad Venlo is daarnaast een **gebiedsprofiel** voor de Klaasstraat opgesteld. De hernieuwde aanpak voor gebiedsprofielen wordt in 2025 ook voor Gasthuisstraat en Lomstraat opgepakt.



Winkelstraatmanager in cijfers

135x

schouw van de binnenstad

540km

afgelegd in de binnenstad

34x

nieuwe ondernemers verwelkomd

811x

gesprekken met ondernemers

191x

berichten op Chainels

546x

actieve gebruikers op Chainels

Basis op orde

- Venlo Partners organiseerde in 2024 twee **BHV - trainingen**, waaraan 120 werknemers uit de binnenstad deelnamen. Het traject **Keurmerk Veilig Ondernemen** heeft geleid tot een eerste veiligheidsster voor de binnenstad. Om de communicatie inzake overlast van zwervers en verwarde personen in de binnenstad te verbeteren is een **afstemmingsoverleg** opgestart met de gemeente.
- In het kader van **'Winkels open, fietsers lopen'** is er twee keer een grote handhavingsactie geweest, Venlo Partners heeft de sjablonen weer aangebracht en bij Omroep Venlo de ernst van de situatie onder de aandacht gebracht.
- Voor een extra schone binnenstad wordt tijdens feestdagen het **paeper- en zaltstel** ingezet. Onze partner Daelzicht gaat hier wekelijks mee op pad voor een schoonmaakronde. In het kader van het project **'Friet-eitje voor een karweitje'** staken medewerkers van Venlo Partners, ING Bank en een aantal bewoners en ondernemers hun handen uit de mouwen voor een grote schoonmaak van de entree van de binnenstad vanaf de Keulsepoort. De werkzaamheden betroffen het opruimen van zwerfvuil, klein groenonderhoud en het schoonmaken van objecten in de openbare ruimte (o.a. stickers verwijderen).

- Venlo Partners heeft een **draaiboek voor communicatie rondom evenementen** geschreven. Dat dient als uitgangspunt voor een duidelijke communicatie naar ondernemers en bewoners van de binnenstad. Onderdeel van het draaiboek is een spreekuur voorafgaande aan grote evenementen en een open inloop tijdens de opbouw. Tijdens vastelaovend 2024 vond dit voor het eerst op deze manier plaats.
- In 2024 is sterk ingezet op vergroening van de binnenstad. De **vergroeningsvoucher** die op 13 maart werd gelanceerd, was binnen één dag uitverkocht. In totaal hebben 33 ondernemers een aanvraag ingediend. In de Jodenstraat zijn met een bijdrage van Venlo Partners zo'n 30 **gevelklimmers** geplant. Ook de maskering van leegstaande panden heeft een upgrade gekregen met extra groen in het ontwerp. Venlo Partners was daarnaast nauw betrokken bij de diverse vergroeningsprojecten van de gemeente zoals de geveltuinen bij de Bibliotheek en in Keizerstraat, de realisatie van het pocket park bij de Arsenaalgarage en de plaatsing van grote bomen in bakken in de winkelstraten. In het kader van de gebiedsprofielen is adviesbureau OKRA gevraagd een ontwerp te maken voor vergroening van de Gasthuisstraat. Dit krijgt in 2025 en 2026 zijn vervolg.



- In het kader van city dressing zijn de **Bigbelly-prullenbakken** in de binnenstad voorzien van een aantrekkelijk design. In juni werd in samenwerking met Museum van Bommel van Dam en Studio Luidspreker weer een **stroomkast** verfraaid. Crissy Fila en Chris Klerken ontwierpen het werk 'Waarde' aan de Geldersepoort. Venlo Partners verzorgde uiteraard weer de **aankleding van de binnenstad** tijdens de zomer- en winterperiode.

- In 2024 zijn 4 prominente **leegstaande winkelpanden** aangekleed. Met name in de Vleesstraat was dat nodig.

- We organiseerden in 2024 geen uitgebreide lichtjesroute. Er werd gekozen voor een **scholentekenwedstrijd** in relatie tot VenloVerlicht, waarbij een aantal tekeningen in lichtbakken te zien waren.

Centrumgebied als merk

- Venlo Partners realiseerde in 2024 twee **erfgoudroutes**: één in **Arcen**, in samenwerking met Heemkunde Arcen en één in **Tegelen**, rond de kleigeschiedenis in samenwerking met BIZ Tegelen en Heemkundige Kring Tegelen.

- Op woensdag 16 oktober lanceerde Venlo Partners de **wandelpodcast 'Van Vroeger naar Venlo'**, een reis door de geschiedenis van de Venlose binnenstad. De podcast, gemaakt door Frans Pollux, had in eerste week al ruim 8.000 downloads!

- Om de erfgoedinspanningen voor de binnenstad wat beter af te stemmen is een **erfgoedoverleg** opgezet met Open Monumentendag, Stichting Erfgoed Venlo en Limburgs Geschied en Oudheidkundig Genootschap (LGOG).

- Op 27 juni vond de legging van 15 **Stolpersteine** plaats in Venlo-Oost. Op vrijdag 29 november werden daar nog 8 Stolpersteine in Blerick aan toegevoegd.

Ontwikkeling ondernemers

- Op 26 augustus organiseerden we een **etaleerworkshop** in het kader van de tentoonstelling van Evert Thielen.

- Op 12 november heeft Emiel Zeevenhoven van IJsco Fantastico de **ondernemers- en vastgoedprijs** van de Venlose binnenstad in ontvangst genomen. Deze prijs is in het leven geroepen om positieve ontwikkelingen in de binnenstad te honoreren.

- Er werden in 2024 vier **ondernemersinitiatieven** ondersteund en 3 **ondernemerswandelingen** georganiseerd.

Evalueren en evolueren

De **Thermometer** over 2023 werd dit keer aangevuld met een enquête onder binnenstadondernemers.



3.2 City Marketing

Algemeen

Eind 2023 is een nieuw **marketingplan** voor de binnenstad opgeleverd. Op basis van dat plan is een uitgebreide analyse gemaakt van onze website en socials. Ook is een **contentstrategie** opgesteld waarin zorgvuldig is gekeken naar kanalen, content en formats. Dankzij een scherpere focus op doelgroepen in campagnes en uitingen, diverse online optimalisaties en een doordachte SEO- en SEA-strategie hebben we in 2024 uitstekende resultaten behaald.

Zowel www.venloverwelkomt.nl als de Duitse variant www.venloverwoehnt.de blijven onbetwist dé informatiebronnen voor en over Venlo. In 2025 blijven we onze onlinekanalen verder verbeteren, met extra aandacht voor de mobiele gebruiker.

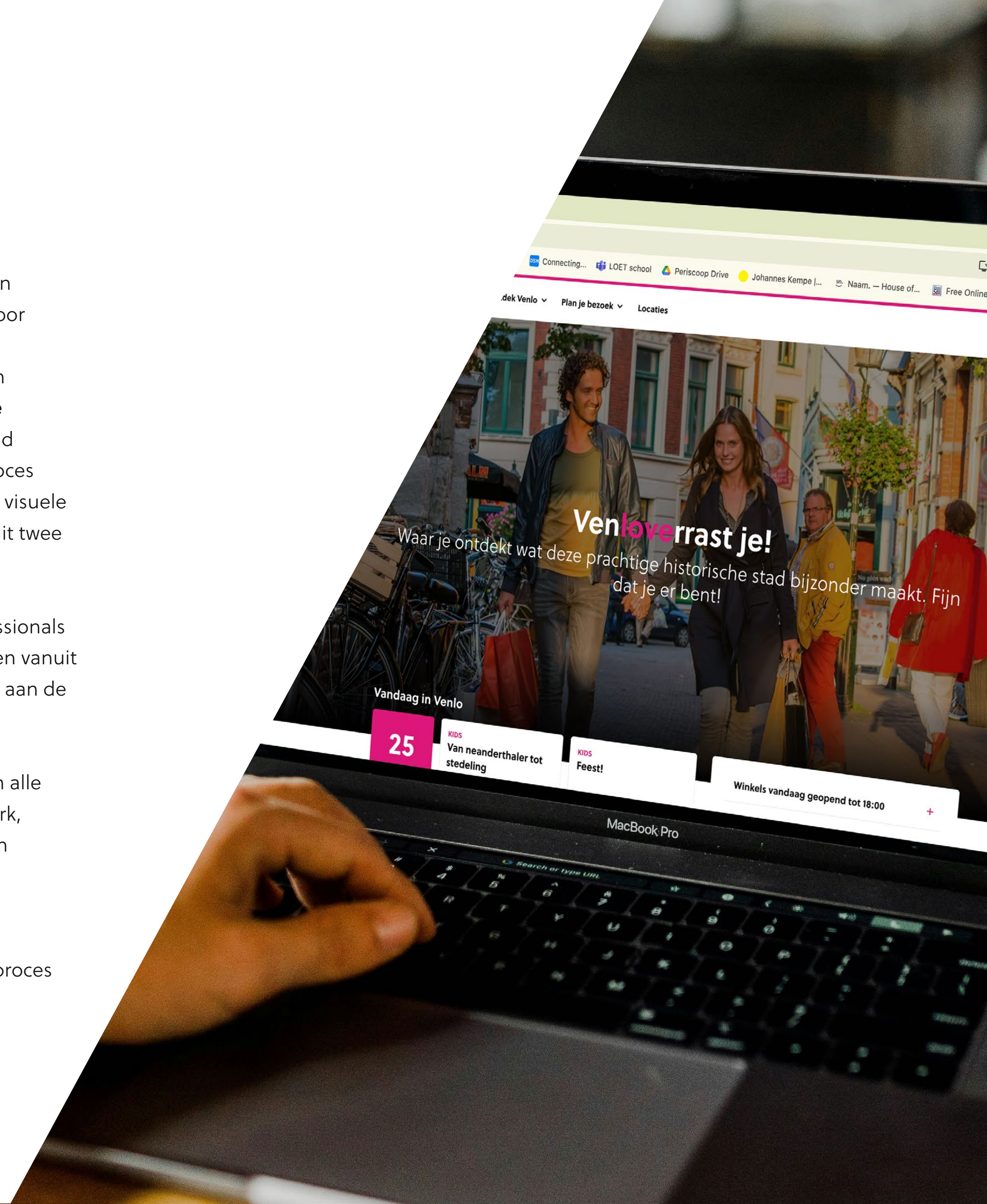
City Branding

Venlo Partners werkt samen met de gemeente aan een nieuwe **citybrandingstrategie**. Een onderscheidende positionering, merkstrategie en visuele identiteit moeten er straks voor zorgen dat gemeente, city marketing, maar ook bedrijven én inwoners het verhaal van Venlo beter voor het voetlicht kunnen brengen.

In januari 2024 is fase 2 '**Positionering**' afgerond. In die fase is bepaald hoe Venlo gezien wil worden door zijn doelgroepen ten opzichte van andere steden/gemeenten. Ook is bepaald op welke doelgroepen de focus komt te liggen. Daarna is de **merk- en de marketingcommunicatiestrategie** uitgewerkt. Eind 2024 is ook de vierde en de laatste fase van het proces opgestart. In de **creatiefase** wordt gewerkt aan de visuele uitstraling van het merk Venlo. Deze fase bestaat uit twee onderdelen:

- De Verbeelders – hiervoor zijn 8 creatieve professionals uit groot Venlo geworven die gedurende drie dagen vanuit verschillende disciplines vorm/beeld/geluid geven aan de citybrandingstrategie.
- Brandbook – het vertalen van de verbeelding en alle andere input in een brandbook, met o.a. beeldmerk, tone-of-voice en huisstijl(elementen). Hiervoor zijn inmiddels twee Venlose bureaus geselecteerd: Luidspreker en Studio Denk.

Fase 4 loopt door tot medio 2025. Dan is het hele proces afgerond.



City Marketing in cijfers

659.849

+20,9%
bezoekers op website

337.219 op www.venloverwelkomt.nl | 322.630 op www.venloverwoehnt.de

13.792.617

bereik online
campagnes

incl. Social Ads, Google Ads en Google Grants



NL 12,4K
volgers

17.300
interacties met content

DU 3,5K
volgers

7.400
interacties met content



NL 5.715
volgers

2.500
interacties met content

DU 1.571
volgers

1.400
interacties met content

Campagnes & projecten

- De jaarkalender van seizoenen, feestdagen en evenementen is een belangrijke basis voor jaarrond **hygiëne (online) campagnes**. In 2024 waren er onder meer campagnes rond vastelaovend (in samenwerking met BBZ), lente (in combinatie met een kinderspeurtocht), meivakantie, Pasen, herfstvakantie en sinterklaas.
- **De HUP-campagne** van 2024 was gericht op de Venlonaar en moest bijdragen aan een positieve vibe rondom de Venloop. Met verschillende verhalen via de onlinekanalen werden 22.086 personen bereikt met 2.135 doorkliks naar de website. Daarnaast werd outdoor reclame en een postercampagne ingezet.
- Samen met Co. de Cultuurontwikkelaar, Bibliotheek Venlo, Foto Kino Linders, Cultuurimpuls, We Are Today en De Limburger installeerde Venlo Partners op 31 mei de eerste Venlose **stadsfotograaf**. Uit 40 inzendingen koos de jury unaniem voor Joy Cremers. Zij mag een jaar lang Venlo op haar eigen wijze belichten. De foto's zullen op verschillende momenten worden ingezet en uiteindelijk in een tentoonstelling worden gepresenteerd. Venlo Partners hoopt dat de foto's bijdragen aan sociale cohesie, trots en onderling begrip en respect.
- Ook in 2024 is er weer een grote, crossmediale **zomercampagne** gevoerd, inclusief magazine. Dankzij



het nieuwe marketingplan was er een sterkere focus op de doelgroepen en thema's, dus konden we gericht targetten. Voor de doelgroep Venlonaren hadden we een kleine Koop lokaal-campagne ingebouwd. Specifiek voor doelgroepen werden bovendien een **kinderfolder** en **natuurfolder** ontwikkeld. Met de zomercampagne bereikten we 390.670 personen bereikt met 11.737 klikken naar de website. In totaal waren er 11.737.982 vertoningen van advertenties en 1.896 likes, 152 reacties en 119 deelacties op de socials. Klinkende resultaten!

- Venlo Partners heeft de marketing van **Schinkemerret** een impuls gegeven. Na twee marketing sessies met de organisatie is een nieuw beeldmerk ontworpen, dat als basis diende voor

een uitgebreide promotiecampagne. Met de onlinecampagne werden ruim 100.000 mensen bereikt waarbij een goede 5.000 website bezoeken werden gegenereerd.

- Ruim 1.600 eerstejaars studenten vierden op woensdag 28 augustus hun introductie tijdens het **Check Venlo Introduction Festival** in Maaspoort. Tijdens het evenement presenteerden sport- en cultuuraanbieders en lokale horeca zich aan de nieuwe lichting studenten van Fontys, Universiteit Maastricht, HAS én Gilde Opleidingen. De MBO-opleiding sloot dit jaar voor het eerst aan. Venlo Partners coördineerde het festival in nauwe afstemming met de onderwijsinstellingen en de gemeente.

- Van 14 september 2024 tot en met 23 februari 2025 toonde Museum van Bommel van Dam 'De luiken open', een grote solotentoonstelling met werk van Evert Thielen. Als aanvulling op deze tentoonstelling werd in opdracht van de Gemeente Venlo **VenloVerlicht** ontwikkeld. Venlo Partners was nauw betrokken bij de totstandkoming van het randprogramma en verzorgde samen met de aangesloten partners de omvangrijke marketingcampagne van VenloVerlicht.

- Het was een lang gekoesterde wens van de culturele instellingen: een terugkeer van de **Ouverture**, de grootse opening van het culturele seizoen. Zondag 15 september was het dan zover: veertien locaties in- en rondom de binnenstad boden talloze culturele activiteiten aan voor jong én oud: van optredens, rondleidingen en boekenmarkt tot teken-, zang- en dansworkshops. Niet alleen de cultuuraanbieders stonden te

popelen, ook het Venlose publiek was dolenthousiast over de wedergeboorte van de Ouverture en kwam massaal op de activiteiten af. Venlo Partners coördineerde de Ouverture en verzorgde de gezamenlijke marketing.

- Tijdens de Dag van de Duurzame Binnenstad (zondag 22 september) presenteerden Venlo Partners en Wereldwinkel Venlo een **duurzame winkelroute**. De route licht de duurzame ondernemers in de Venlose binnenstad uit. De Duurzame Route is een open route waar iedere Venlose binnenstadsondernemer met duurzame producten en diensten zich bij kan aansluiten.
- Ook dit najaar voerde Venlo Partners in opdracht van de gemeente Venlo een **Koop Lokaal-campagne** uit om de



Venlose ondernemers te ondersteunen. De campagne was gericht op de inwoners van Venlo en spoorde hen aan de decemberinkopen bij lokale winkeliers te doen. De campagne zette ondernemers uit alle stadsdelen in de spotlight, met als doel de lokale economie te versterken. Met de campagne werden in totaal 38.991 personen bereikt. De advertenties zijn 272.000 keer weergegeven en er zijn 6.193 klikken op advertenties gegenereerd. Via de onlinekanalen van Omroep Venlo waren er ook nog eens 155.298 views.

- De **Winter in Venlo-campagne** was een campagne gericht op de kerstvakanties, kerstshoppen in Venlo en een souvenir campagne (gericht op de Thielen bezoeker die in Venlo verbleef). De campagne is online breed uitgezet in zowel Nederland als Duitsland. In totaal hebben we 647.516 personen bereikt met deze campagnes waarvan er 11.717 personen een campagnepagina op de website hebben bezocht. Op de socials waren er 20.104 klikken op de advertenties.
- De **Duitslandmarketeer** boekte ook in 2024 mooie resultaten met gerichte marketinginspanningen richting de Duitse dagtoerist. Belangrijk middel naast de goed bezochte onlinekanalen zijn de dag- en weekbladen die in Duitsland nog goed gelezen worden.
- Het **Venlo Panel** onderzoekt welke uitstapjes in de gemeente nu echt dé moeite waard zijn en die je niet mag missen. Tijdens deze bezoeken worden er foto- en filmopnames gemaakt die gebruikt worden voor campagnes in 2025. In 2024 heeft het panel enkele locaties bezocht in Steyl.

4. Financiën

Exploitatieoverzicht 2024

INKOMSTEN

	Gerealiseerd
Gemeente Venlo - algemene middelen	€ 344.192,00
Reclamebelasting	€ 184.828,00
Duitsland marketing	€ 30.000,00
Studentensport	€ 17.993,00
Zomercampagne	€ 40.000,00
Kooplokaal campagne	€ 17.500,00
Overige bijdragen	€ 109.650,00
TOTAAL INKOMSTEN	€ 744.163,00

UITGAVEN

	Gerealiseerd
Algemene middelen gemeente	
Personeelskosten en kosten inhuur	€ 322.122,00
Huur, gas, water, elektra, data, hosting	€ 37.961,00
Automatisering en telefoon	€ 6.092,00
Kantoorkosten	€ 5.966,00
Corporate communicatie	€ 5.734,00
Financiële administratie en advies	€ 12.025,00
Overige	€ 124,00
Algemene middelen gemeente	€ 390.024,00

Programmabegroting

Programma's City Marketing

Basis City Marketing	€ 26.691,00
Herocampagnes	€ 68.336,00
Hub campagnes	€ 26.416,00
Hygiëne campagnes	€ 10.405,00
Overlopende projecten	€ 17.432,00
Subtotaal	€ 149.280,00

Programma's City Management

Basis op orde	€ 108.257,00
Ken je klant	€ -
Centrumgebied als merk	€ 26.624,00
Ontwikkeling ondernemers	€ 3.775,00
Samenwerking en communicatie	€ 17.513,00
Evalueren en evolueren	€ 694,00
Subtotaal	€ 156.863,00

Studentensport	€ 17.993,00
-----------------------	--------------------

TOTAAL UITGAVEN	€ 714.160,00
------------------------	---------------------

AFSCHRIJVINGEN MATERIËLE VASTE ACTIVA	€ 1.850,00
--	-------------------

TOTAAL KOSTEN	€ 716.010,00
----------------------	---------------------

OVERSCHOT / TEKORT	€ 28.153,00
---------------------------	--------------------

5. Governance

Op 31 mei 2022 heeft het bestuur van Venlo Partners een governance code voor de organisatie vastgesteld. Ieder jaar wordt deze code in het bestuur geëvalueerd dit jaar in de vergadering van 4 september. Het inkoopbeleid is in het najaar met het team en bestuur (11 december) geëvalueerd. In februari 2023 heeft Venlo Partners een plan van aanpak opgesteld om te komen tot een betere representatie van de samenleving in onze projecten en campagnes, deelnemers, personeel en partners (code diversiteit en inclusie).

Pas toe en leg uit

Een korte toelichting op de governance van Venlo Partners:

De code diversiteit en inclusiviteit is op 6 maart 2024 besproken met feministisch collectief Aangenaam. Daar kwamen geen dringende aandachtspunten uit. In de toekomst gaan we dergelijke 'auditgesprekken' herhalen. De code wordt inmiddels ook via de nieuwe corporate website gecommuniceerd. We zullen de code vanaf nu jaarlijks in het team bespreken.

Om ervoor te zorgen dat alle winkeliers en horeca aan bod komen in onze campagnes, hebben we in 2024 een selectiebeleid opgesteld. Dit beleid geeft duidelijkheid hoe de

keuzes voor bepaalde winkeliers, horeca en/of kernen wordt gemaakt.

Venlo Partners kiest bewust voor lokale dienstverleners en lokale producten. Dit draagt bij aan een duurzame, lokale economie en minimale CO2 uitstoot voor transport. In 2024 hebben we onze top 10 leveranciers gevraagd inzicht te geven op welke wijze zij hiermee bezig zijn. Daarmee willen we ze bewust maken en inspireren.

Om verspilling te voorkomen moeten we meer tijd nemen in de voorbereiding: onder tijdsdruk kan het voorkomen dat er te veel drukwerk wordt besteld bijvoorbeeld. In 2024 zijn er helaas te veel zomerfolders besteld. De distributie is wel goed gegaan en er ligt nu een goed overzicht van bezorgadressen.

Om de communicatie in de binnenstad te bevorderen is in 2024 een flyer gemaakt voor ondernemers over hoe er in de binnenstad met elkaar gecommuniceerd wordt. We zoeken steeds actief en positief de dialoog op met onze omgeving. Dat doen we via Chainels, appgroepen, aanwezigheid bij diverse overleggen (o.a. stadsambassadeurs) en de inzet van onze winkelstraatmanager. In de communicatie met onze marketingdoelgroepen is veel aandacht voor tone of voice en betrokkenheid.

Voor een betere verantwoording van de dingen die we doen hebben we voor 2023 een meer interactief jaarverslag gemaakt, met diverse links naar verdiepende informatie. Dat doen we in 2024 weer. Onze belangrijkste bezigheden en ons jaarverslag wordt zowel via Chainels als op de corporate website gecommuniceerd. Daarnaast wordt zo'n 4 keer per jaar een corporate nieuwsbrief verstuurd waarin we onder meer projecten toelichten.

Op 13 maart 2024 heeft het bestuur besloten de termijn van Peter Lommen met drie jaar te verlengen. Hoewel daarmee wordt afgeweken van de statuten acht het bestuur het van belang met behoud van kennis en kunde aankomende bestuurlijke veranderingen door te voeren. Gezien de onduidelijkheid rond de opdrachten van city marketing (in relatie tot citybrandingtraject) en citymanagement (in relatie tot nieuwe samenwerking in de binnenstad) is het nu niet opportuun om nieuwe bestuursleden te werven. Dit besluit is met de gemeente, onze belangrijkste opdrachtgever, gecommuniceerd.

In 2024 is afgeweken van het wervingsbeleid van nieuwe medewerkers. Voor de vacature van city marketeer is niet openbaar geworven, maar ingevuld door de Annemiek Breuer die vanuit de zwangerschapsvervangings is aangebleven.

In 2024 is de externe accountant niet in de bestuursvergadering geweest; het jaarverslag gaf daartoe geen aanleiding.

Vragen over onze governance? Mail of bel ons!

