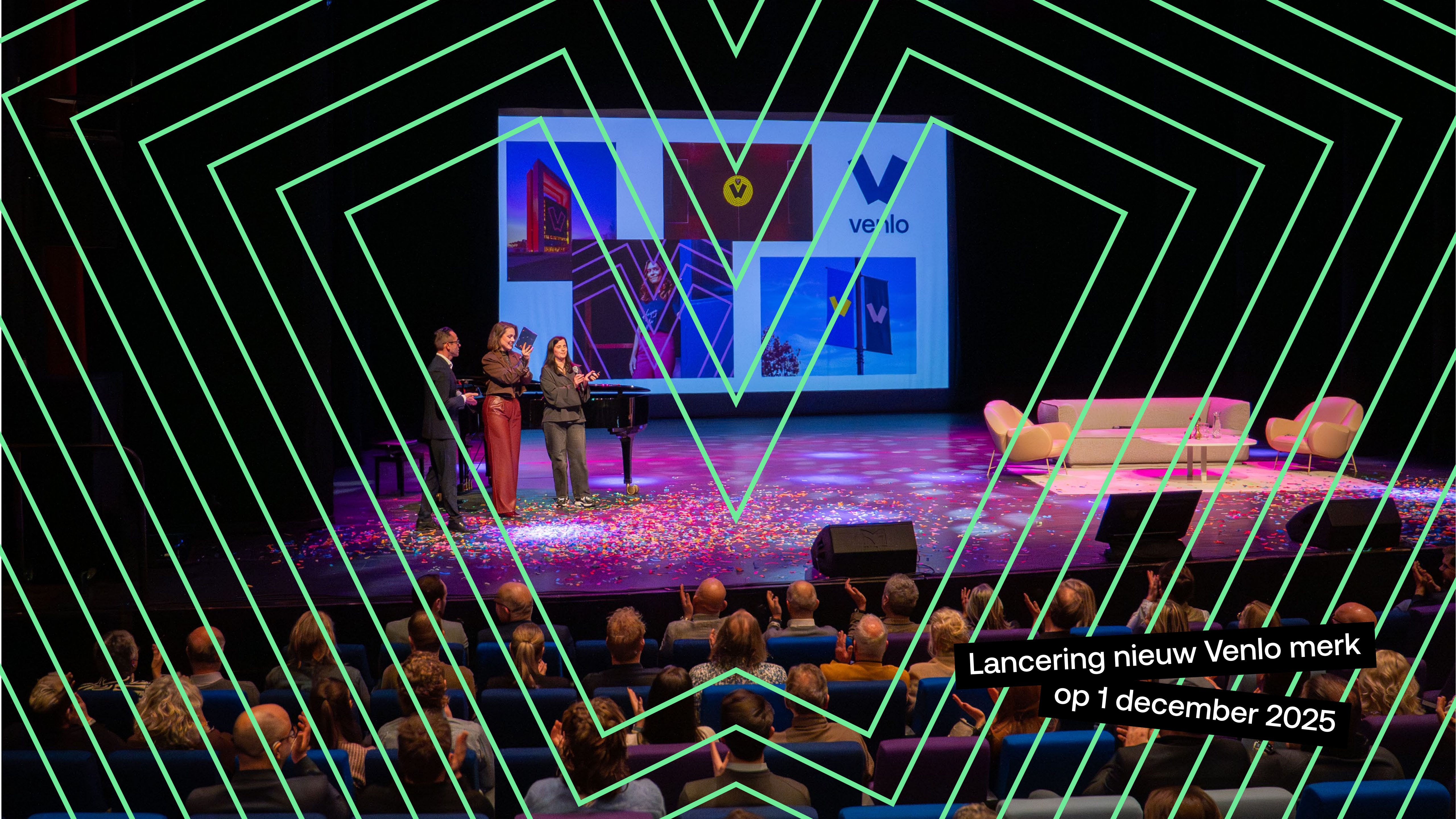


Jaarverslag Venlo Partners 2025



Lancering nieuw Venlo merk
op 1 december 2025

Inleiding

Met dit document doen we verslag van onze werkzaamheden voor Gemeente Venlo, specifiek voor de opdracht citymarketing en citymanagement, over het jaar 2025.

2025 was een jaar waarin uitvoering en verandering samenkwamen. Enerzijds is volop gewerkt aan de ambities uit Plan Binnenstad 2030, met concrete stappen op het gebied van omgeving, aanbod, customer journey en marketing. Anderzijds stond het jaar in het teken van de doorontwikkeling van de organisatie, met de introductie van een nieuwe governance-structuur en de voorbereiding op een vernieuwde inrichting van citymarketing en citybranding.

Samen met ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en andere partners is verder gebouwd

aan een aantrekkelijke en toekomstbestendige binnenstad. In dit verslag laten we zien welke activiteiten zijn uitgevoerd, welke resultaten zijn behaald en hoe de samenwerking zich heeft ontwikkeld.

Dit jaarverslag heeft een interactieve opzet. Via links, beeldmateriaal en aanvullende informatie kunnen geïnteresseerde lezers zich verder verdiepen in projecten en resultaten. Wij willen in het bijzonder wijzen op het **videoverslag** over 2025, dat op een toegankelijke manier laat zien waar we samen met alle partners in de binnenstad aan werken en wat dat in de praktijk betekent.

De werkzaamheden op het gebied van citybranding en de uitrol van het nieuwe merk Venlo worden separaat verantwoord richting de gemeente.

Best of 2025



City
Branding



Koekwaus Kruimeltocht

bekijk filmpje



Vastgoedmiddag



Een kijkje in het
leven van



Bidbook

Best of 2025

Collectieve Winkelbeveiliging



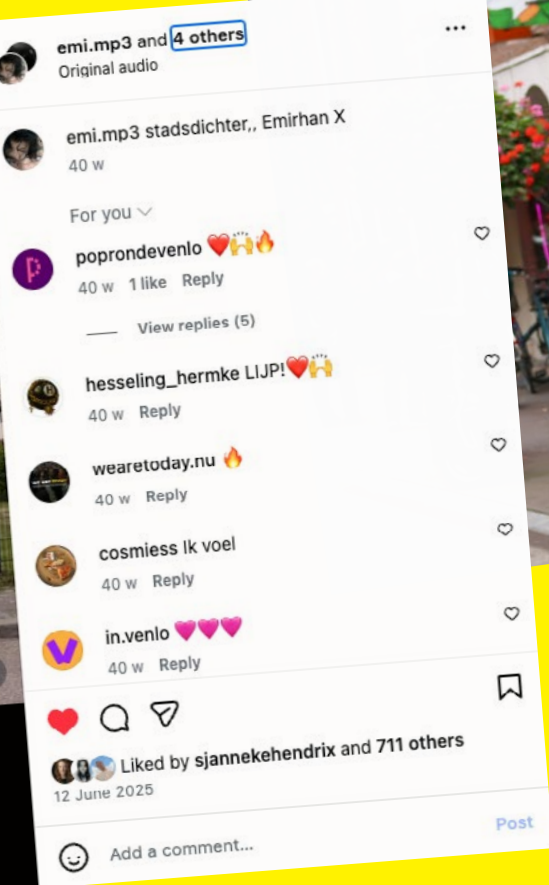
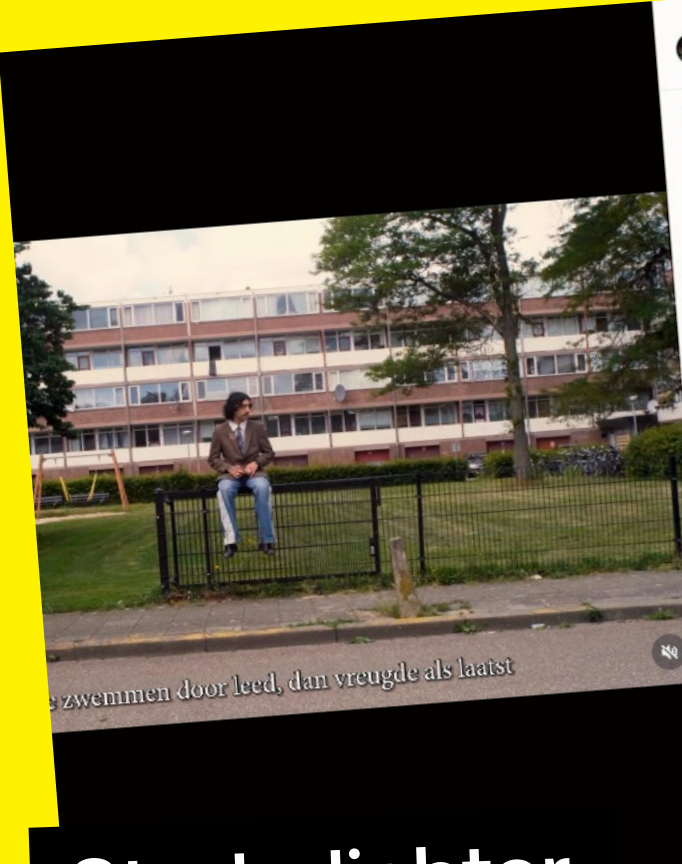
Zomercampagne



Platform Binnenstad Live



Stadsdichter Emirhan



Het Venloos DNA van



1.0

Venlo Partners

1.1 Venlo Partners team

In 2025 hebben er geen mutaties in het team plaatsgevonden.



Marcel Tabbers
Directeur-bestuurder



Annemiek Breuer
Citymarketeer



Jules Backes
Winkelstraatmanager



Nanet Hazenbosch
Contentmarketeer



Nina Ketels
Duitsland marketeer



Projectmedewerker Citybranding
Inge van Roij

1.2

Raad van Toezicht

Eind 2025 is Venlo Partners overgestapt op een Raad van Toezichtmodel met een directeur-bestuurder. Dit is gebeurd op verzoek en met goedkeuring van de gemeente Venlo en hangt samen met de nieuwe organisatie van citybranding. Zie **4. Governance** voor uitgebreide toelichting.

De **Raad van Toezicht** bestaat uit:

- Peter Lommen (voorzitter)
- Sander Görtjes
- Bart Holleman



1.3

Stagiairs en team overig

In 2025 hebben de volgende personen een bijdrage geleverd aan de werkzaamheden van Venlo Partners:

- Chiel Aerts - Fontys, Marketing Management
- Marloes Cox - Hogeschool Arnhem Nijmegen, Communicatie
- Novy Gipmans - Hogeschool Arnhem Nijmegen, Communicatie
- Hermke Hesseling - Sint Lucas, Ruimtelijke Vormgeving
- Cindy Joppen - Zuyd Hogeschool, Marketing
- Frouke Neumann
- Phong Nguyen - Hogeschool Arnhem Nijmegen, Communicatie, Ondernemerschap & Retailmanagement
- Inessa Paar - Sint Lucas, Creative Producer en Media Management
- Tatum Pansier - Hogeschool Arnhem Nijmegen, Facility Management
- Marc Schoones - Sint Lucas, Creative Producer en Media Management



2.0

Werkzaamheden

2.1 Omgeving

Platform Binnenstad Venlo

2.1.1 Schoon, heel en veilig

Het afgelopen jaar is opnieuw stevig ingezet op een schoon, veilig en goed onderhouden straatbeeld in de binnenstad. De **winkelstraatmanager** speelde daarbij een belangrijke rol door regelmatig schouwen uit te voeren, signalen van ondernemers op te halen en waar nodig acties uit te zetten richting partners zoals gemeente, handhaving en beveiliging.

Om het straatbeeld in de weekenden te verbeteren is in mei gestart met **ambulante schoonmaak** in de belangrijkste winkelstraten. Engelen Facility zet sindsdien iedere zaterdag en zondag een medewerker in voor het zogenoemde *paeper en zaltstel*. De inzet richt zich in eerste instantie op de drukst belopen straten, zoals Geldersepoort, Lomstraat,

Vleesstraat en Maasstraat. Daarnaast wordt dankbaar samengewerkt met Daelzicht die in het kader van dagbesteding bijdraagt aan een schoner straatbeeld.

Ook is gewerkt aan het verbeteren van de uitstraling van de openbare ruimte. Zo is de **stroomkast** op de Markt voorzien van een ontwerp van kunstenaar Anne van Dreumel.

Op het gebied van veiligheid zijn verschillende stappen gezet. In september is gestart met **collectieve winkelbeveiliging** in de binnenstad. Twee beveiligers lopen in het weekend en op Duitse feestdagen rondes



door de winkelstraten en bezoeken actief winkels en horeca. Zij signaleren overlast, spreken bezoekers aan op ongewenst gedrag en ondersteunen ondernemers waar nodig. De inzet is afgestemd met de BOA's en wordt door ondernemers positief ontvangen. Daarnaast bleven ook de zogenaamde *safety hosts* (groene hesjes) zichtbaar aanwezig in de binnenstad.

Ondernemers zijn daarnaast ondersteund met kennis en training. In het kader van het Keurmerk Veilig Ondernemen werd onder meer een mystery shoplifter ingezet bij een aantal ondernemers om bewustwording rond winkeldiefstal te vergroten. Ook werd een cursus ‘Omgaan met agressie’ georganiseerd voor ondernemers en medewerkers uit de binnenstad.

In het najaar speelde de overlast van zwervers en verslaafden rond het Nolensplein opnieuw op. Venlo Partners heeft daarop een crisissamenwerking georganiseerd met gemeente, politie, beveiliging en ondernemers. Dit leidde tot een aantal concrete maatregelen, zoals het afsluiten van een hangplek en een betere afstemming van toezicht en handhaving. De maatregelen hadden snel effect en de situatie is daarna aanzienlijk verbeterd.

Aan het einde van het jaar zijn de verschillende maatregelen en samenwerkingen geëvalueerd met betrokken partners. Over het algemeen is er tevredenheid over de ingezette aanpak en de samenwerking tussen ondernemers, gemeente, handhaving en beveiliging.

2.1.2 Mooie gebouwen

Binnen dit thema lag de focus het afgelopen jaar op het verbeteren van het straatbeeld door leegstaande panden

tijdelijk aantrekkelijker te maken. In verschillende straten zijn panden voorzien van leegstandsmaskering. Zo is onder meer Gasthuisstraat 4 aangekleed met een ontwerp dat verwijst naar het feit dat de Gasthuisstraat bekendstaat als de oudste winkelstraat van Nederland. Ook voor enkele langdurig leegstaande panden aan de Vleesstraat (nummers 31 en 33–35) is toestemming verkregen van de eigenaar om bestickering aan te brengen, waardoor deze beeldbepalende panden een betere uitstraling hebben gekregen.

In samenwerking met de erfgoedafdeling van de gemeente is voor de Maasboulevard nieuwe bestickering gerealiseerd waarin archeologische vondsten van die plek worden getoond. De bestickering is uitgevoerd met zowel Nederlandse als Duitse teksten.



Collectieve
winkelbeveiliging



Leegstandsmaskering

2.1.3 Groen

Vergroening van de binnenstad bleef ook het afgelopen jaar een belangrijk aandachtspunt. Zowel via projecten in de openbare ruimte als via initiatieven van ondernemers en bewoners is het groen in de binnenstad verder uitgebreid.

De **vergroeningsvoucher** voor ondernemers bleek opnieuw een succes. De regeling was binnen vier dagen volledig uitgeput; in totaal ontvingen 33 ondernemers een voucher voor extra groen bij hun terras of entree. Dit heeft op verschillende plekken in de binnenstad zichtbaar geleid tot meer beplanting en een aantrekkelijker straatbeeld.

De gemeente realiseerde in afstemming met de binnenstadspartners meerdere grote **vergroeningsprojecten**: onder andere de Keullerstraat/Nassaustraat, het Kerkepäärtje en de Nieuwstraat. Naast deze grotere ingrepen zijn ook kleinere initiatieven ontstaan. Zo hebben bewoners van de Jodenstraat gezamenlijk 27 jasmijnplanten geplaatst, waardoor vrijwel alle panden in de straat nu zijn voorzien van een groenblijvende gevelplant.



2.1.4 Avond

Een aantrekkelijke avondbeleving blijft belangrijk om de binnenstad ook in de donkere uren aantrekkelijk te houden. Om investeringen in de aanlichting van gevels te bevorderen is in 2025 een **verlichtingsfonds** in het leven geroepen en via de nieuwsbrief van de BIZ Vastgoed onder de aandacht gebracht bij pandeigenaren. Voor enkele panden, onder meer De Vergulde Gaper en een pand aan de Gasthuisstraat, zijn

voorstellen voor gevelverlichting uitgewerkt. Ondanks deze voorbereidingen zijn uiteindelijk geen aanvragen voor het fonds ingediend.

De gemeente heeft voor de Gasthuisstraat een lichtontwerp laten opstellen, waarna op 15 december een proefopstelling is gemaakt om het effect van de verlichting in de praktijk te testen. De ervaringen uit deze proef worden gebruikt voor de verdere uitwerking van de verlichting in deze straat.



Vier het leven
in Venlo

2.2 Aanbod

2.2.1 Gebiedsprofielen

De ontwikkeling van **gebiedsprofielen** vormt een belangrijk instrument bij de uitvoering van Plan Binnenstad 2030. Samen met ondernemers en vastgoedeigenaren wordt per straat gekeken naar kansen voor versterking van het aanbod, verbetering van de uitstraling en toekomstige ontwikkelrichtingen.

In de **Klaasstraat** is het afgelopen jaar verder gewerkt aan het gebiedsprofiel. In april is een stratenquête uitgevoerd waarbij 259 bezoekers zijn ondervraagd. Daarnaast zijn bij 22 ondernemers ruim 3.200 postcodes verzameld. De resultaten van dit onderzoek zijn verwerkt in een analyse die met ondernemers en vastgoedeigenaren is gedeeld en besproken tijdens een bijeenkomst in de straat. Daarbij is ook gekeken naar ontwikkelingen in het aanbod, waaronder de komst van Dille & Kamille.

Voor de **Gasthuisstraat** is gewerkt aan de verdere uitwerking van de ontwikkelrichting van de straat. In samenwerking met gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren is een definitief ontwerp opgesteld voor de herinrichting van de openbare ruimte, inclusief vergroening en verlichting. Tijdens bijeenkomsten met vastgoedeigenaren en ondernemers is het plan toegelicht en besproken. De reacties op het ontwerp waren positief en de verdere uitwerking wordt meegenomen in de gemeentelijke planning voor de komende jaren.

Impressie

Gasthuisstraat



BEZOEKERS EN
POSTCODE-ONDERZOEK
KLAASSTRAAT

Juni 2025



2.2.2 Transformatie

In de **Vleesstraat Transformatie** hebben twee pandenschouwen plaatsgevonden waarbij samen met lokale architecten per pand is gekeken naar de actuele situatie en mogelijke ontwikkelrichtingen. Tijdens deze bijeenkomsten werd onder meer gekeken naar kansen voor transformatie, gevelverbetering en het beter benutten van verdiepingen.

Ook in de **Lomstraat** heeft een pandenschouw plaatsgevonden. Daarbij is gekeken naar de ontwikkelmogelijkheden van de panden in de straat, met name als het gaat om het beter benutten van bovenverdiepingen voor wonen en het verbeteren van de kwaliteit en uitstraling van gevels.

Met deze werkwijze ontstaat een concreter beeld van de ontwikkelpotentie van panden in de binnenstad en kunnen vervolgstappen gericht worden opgepakt met eigenaren en andere partners.

2.2.3 Acquisitie

Ook het afgelopen jaar is ingezet op het versterken van het aanbod in de binnenstad. Venlo Partners



speelt hierin een rol binnen het acquisitieteam, waarbij de winkelstraatmanager ontwikkelingen in de straten signaleert en afstemt met de acquireurs. Op die manier worden kansen voor nieuwe vestigingen of verplaatsingen van ondernemers tijdig in beeld gebracht.

Om acquisitie beter te ondersteunen is een nieuw **bidbook** voor de Venlose binnenstad ontwikkeld. Dit bidbook presenteert de binnenstad als aantrekkelijke plek om te investeren en te ondernemen en is zowel in het Nederlands als in het Engels beschikbaar. Het bidbook is op 25 maart

gepresenteerd tijdens de **vastgoedmiddag**, waar ruim 60 vastgoedeigenaren en betrokkenen uit de binnenstad aanwezig waren. De bijeenkomst werd goed bezocht en leverde veel enthousiaste reacties op.

Daarnaast zijn verschillende initiatieven ingezet om ondernemers te bereiken en te inspireren. Zo is op sociale media een miniserie gemaakt over ondernemers die een tweede zaak in de binnenstad hebben geopend. Ook zijn verkenningen gedaan naar nieuwe doelgroepen, zoals internetbedrijven uit de regio die mogelijk de stap naar een fysieke winkel willen zetten.

Een belangrijke impuls voor nieuw ondernemerschap is het startersproject **Sterk van Start**. Voor dit project meldden zich maar liefst 55 kandidaten. Na een uitgebreide selectieprocedure kwam Isa Lensen als winnaar uit de bus. Zij wordt begeleid bij het opstarten van haar onderneming in de binnenstad.

2.2.4 Ontwikkeling ondernemerschap

Binnen dit thema is ingezet op het versterken van kennis en vaardigheden van ondernemers in de binnenstad. In samenwerking met partners zoals MKB Limburg is een aantal cursussen en bijeenkomsten georganiseerd.

Tijdens het ondernemerscafé op 15 april stond het onderwerp bedrijfsopvolging centraal. Na een interview met twee oud-ondernemers werd de **cursus bedrijfsopvolging** gepresenteerd, waarna een aantal ondernemers zich aanmeldde voor deelname. De cursus is later in het jaar daadwerkelijk van start gegaan.

Daarnaast is een breder cursusaanbod georganiseerd voor ondernemers en hun medewerkers. Zo vonden onder meer cursussen plaats op het gebied van **AI voor de retail**, **omgaan met agressie** en **BHV**.

Om ook in de toekomst een relevant aanbod te kunnen bieden, is een inventarisatie gestart naar de opleidingsbehoefte van zowel ondernemers als vastgoedeigenaren in de binnenstad. Op basis daarvan wordt gekeken welke cursussen en bijeenkomsten de komende jaren het meest waardevol zijn.



2.3 Customer Journey

2.3.1 Mobiliteit

Binnen dit thema heeft Venlo Partners de markeringen ‘**Winkels open, fietsers lopen**’ aangebracht en is extra handhaving ingezet om fietsen in de winkelstraten tijdens winkeltijden tegen te gaan.

Verder zijn ondernemers en bewoners betrokken bij een **enquête over de pollertijden** in de binnenstad. De uitkomst daarvan was duidelijk: de huidige tijden worden breed gedragen en blijven daarom ongewijzigd.

2.3.2 Marketing

In 2025 is ingezet op het versterken van de zichtbaarheid van de Venlose binnenstad en het activeren van verschillende doelgroepen gedurende het jaar. Daarbij lag de focus op gerichte campagnes, online zichtbaarheid en een betere positionering van Venlo als bestemming.

In het voorjaar kreeg de **vastelaovend** een prominente plek in de marketing. Samen met de BBZ werd een campagne opgezet om bezoekers van buiten de gemeente welkom te heten, onder meer viaabri's in de stad. Daarnaast werden verhalen gedeeld van verenigingen en betrokkenen, die een gemiddelde click-through-rate (CTR) van 3,67% behaalden.

Rondom de **Venloop** werd een ondernemerscampagne opgezet waarin vijf ondernemers centraal stonden met een eigen leus. Deze vormden de basis voor een online en offline campagne, aangevuld met interviews met lopers uit de regio.

Op basis van onderzoek is in 2025 sterker ingezet op de regiobewoner als doelgroep. Als eerste stap werd een **horecacampagne** ontwikkeld waarin unieke horecazaken uit de binnenstad centraal stonden. Deze campagne bereikte 11.566 personen en vormt de basis voor verdere uitbouw in de komende jaren.



Ook werd voor het eerst aangesloten bij de landelijke **Week van de Stenen Winkel**. Met een landingspagina, online campagne en zichtbaarheid in de winkelstraten bereikte deze campagne 20.405 personen. Dit resulteerde in 2.184 klikken op advertenties en social engagement van 140 likes, 20 reacties en 7 deelacties.

Met de lancering van de **Koekwaus Kruimeltocht** is een nieuwe doelgroep – gezinnen met kinderen – actief benaderd. De campagne bereikte circa 13.000 personen en de route is inmiddels door veel gezinnen gelopen.

In het najaar werd de tweede editie van de **Ouverture** georganiseerd, waarbij het aantal activiteiten ten opzichte van 2024 werd verdubbeld. Daarnaast werd gestart met onderzoek naar een sterkere positionering van het cultuuraanbod in Venlo.



Ook in de winterperiode bleef de marketing actief. Zo werd een overzichtspagina voor **Sinterklaasactiviteiten** ontwikkeld, die door 2.726 personen werd bezocht. Aansluitend werd een **koop-lokaal campagne** gevoerd onder de boodschap 'Je koopt het om de hoek'. Deze campagne zette ondernemers uit de binnenstad in de spotlight en trok meer dan 3.500 bezoekers naar de landingspagina.



2.3.3 Programma

Binnen dit thema is gewerkt aan het versterken van de beleving van de binnenstad door middel van routes, evenementen en thematische activiteiten.

In het voorjaar werd de **Kruimeltocht** gelanceerd, een kinderroute door de historische binnenstad rond het stripfiguur Koekwaus. De route voert kinderen langs verschillende plekken in de binnenstad en wordt ondersteund door illustraties op onder meer stroom- en pompkasten. De lancering trok veel belangstelling van gezinnen; in het eerste weekend waren de bijbehorende koeken al uitverkocht. De route is vervolgens ook meegenomen in de zomercampagne.

Daarnaast is verder gewerkt aan de ontwikkeling van nieuwe **Erfgoudroute**, dit keer met als thema *Oorlog en Wederopbouw*. De route voert langs twaalf historische plekken in de binnenstad en werd gepresenteerd met twee begeleide wandelingen onder leiding van de samensteller van de route. Ook is samen met Toeristisch Platform Venlo een **route over de vestingwerken** toegevoegd aan het bestaande aanbod.

Tijdens de kermis werd na lange tijd weer de

kermismunt ingezet, waarmee bezoekers korting kregen op attracties. Daarnaast werden rond Halloween en de feestdagen verschillende acties en optredens georganiseerd in de binnenstad.

Tot slot is gewerkt aan de verdere ontwikkeling van het **erfgoedprogramma** voor de binnenstad. In samenwerking met erfgoedpartners is een ambitiedocument opgesteld dat de basis vormt voor een sterker en meer samenhangend erfgoedprogramma in de toekomst. Ook is een subsidieaanvraag voorbereid om de beleefbaarheid van het erfgoed in de binnenstad verder te versterken.

Daarnaast is de **afstemming van evenementen en activiteiten in de binnenstad verder verbeterd**. De evenementenkalender wordt inmiddels afgestemd met onder meer gemeente, Ondernemersvereniging Binnenstad Venlo, Koninklijke Horeca Nederland en de wijkraad. Op basis daarvan wordt ieder kwartaal gecommuniceerd over de belangrijkste activiteiten. Ook vindt structureel overleg plaats met organisatoren van grotere evenementen zoals Venloop en evenementenorganisaties in de stad.



2.3.4 City Dressing

Binnen dit thema is gewerkt aan de aankleding van de binnenstad met verlichting en seizoensdecoratie.

De reguliere feestverlichting is opnieuw in alle straten van de binnenstad opgehangen. Daarnaast is gestart met een meerjarig traject om de **veiligheid van de overspanningen** waaraan de verlichting hangt structureel op orde te brengen. In 2025 zijn de eerste straten aangepakt, waaronder Parade, Picardie en Grote Kerkstraat. Daarbij zijn de ophangpunten en kabels vervangen en zijn de overspanningen uitgebreid en gecertificeerd getest. De nieuwe constructies hebben een garantie van vijf jaar. De komende jaren worden ook de andere straten op deze manier gecontroleerd en waar nodig aangepast.

Tegelijkertijd is gewerkt aan een nieuw concept voor **city dressing** voor de komende jaren. Hiervoor zijn voorbeelden uit andere steden verzameld en is een eerste voorstel uitgewerkt. Er zijn eerste stappen gezet in de realisatie ervan, maar de resultaten zijn nog niet naar wens; in 2026 zal hier een duidelijkere kwaliteitsslag moeten worden gemaakt.



2.4 Organisatie, samenwerking en communicatie

2.4.1 Organisatie

Venlo Partners bereidt samen met de voorzitter de vergaderingen van het tactisch overleg voor. Ook werd ondersteund bij de organisatie van een **werkbezoek** aan Ede.

2.4.2 Samenwerking

In november vond voor het eerst **Platform Binnenstad Live** plaats in De Maaspoort. De bijeenkomst was goed bezocht en combineerde een inhoudelijk programma en de uitreiking van de ondernemers- en vastgoedprijs. De reacties waren zeer positief en de bijeenkomst krijgt in de toekomst een vervolg.

Daarnaast zijn verschillende **netwerk- en kennisbijeenkomsten** georganiseerd, waaronder een

ondernemerscafé bij City Cinema met als thema bedrijfsopvolging. Ook is gewerkt aan een nieuwe opzet voor de **ondernemers- en vastgoedprijs**, waarbij onder meer videopresentaties van de genomineerde panden zijn gemaakt. (FOTO)

Tot slot is opnieuw de **Binnenstadthermometer** opgesteld, waarin ontwikkelingen in de binnenstad worden gemonitord. De thermometer over 2024 bevatte onder meer cijfers over vergroening, transformatie en andere ontwikkelingen in de binnenstad.

2.4.3 Communicatie

Er is een corporate communicatieplan opgesteld voor **Platform Binnenstad Venlo** en er zijn afspraken gemaakt over gezamenlijke woordvoering.



Tot slot is gewerkt aan het beter zichtbaar maken van de activiteiten in de binnenstad, onder meer via publicaties en een **videoverslag** van de werkzaamheden.

2.5 Zomercampagne

Citymarketing

De zomercampagne vormde opnieuw een belangrijk hoogtepunt binnen de marketingaanpak. In deze campagne werden verschillende doelgroepen gericht aangesproken: Venlonaren met de boodschap om lokaal te kopen, en regiobezoekers, Duitse dagtoeristen en toeristen met een uitnodiging om hun dag in Venlo te verbrengen.

De zomerbrochure verscheen in een oplage van **15.000 exemplaren** en werd breed verspreid. Met een gerichtere strategie en efficiëntere inzet van middelen werd een duidelijke kwaliteitsverbetering gerealiseerd: de kwaliteit van het websiteverkeer steeg met **21,6%**, terwijl de cost-per-click (CPC) met **33%** daalde.

De campagne bereikte in totaal **297.655 personen**, genereerde **77.847 websiteklikken** en ruim **5 miljoen** vertoningen.



2.6 Duitslandmarketing

De Duitse online kanalen en website werden goed bezocht en vormden een belangrijke basis voor de communicatie richting Duitse bezoekers. Tegelijkertijd bleven ook traditionele media, zoals **dag- en weekbladen** in Noordrijn-Westfalen, een effectief middel om deze doelgroep te bereiken.

In samenwerking met stichting TIVA zijn voor het eerst **toeristische reels met Duitse travel influencers** ontwikkeld. Deze content heeft Venlo succesvol onder de aandacht gebracht bij een breed Duits publiek en zorgde voor extra zichtbaarheid en betrokkenheid op de Duitse markt.

Gedurende het jaar zijn verschillende gerichte **campagnes** ingezet rondom seizoenen en thema's, zoals lente- en herfstactiviteiten, culinaire beleving en culturele evenementen.

Daarnaast is geïnvesteerd in kennisopbouw. Studenten van Fontys Venlo hebben **onderzoek** uitgevoerd naar de interesse van Duitse bezoekers in cultuur. De inzichten uit dit onderzoek worden gebruikt om de marketinginspanningen richting Duitsland in de komende jaren verder te verfijnen en effectiever in te zetten.

Venlo verwöhnt

Familienausflug nach Venlo

Fünf Tipps für unvergessliche Sommerzeit

Dieses Sommer Lauft auf einen spontanen Mini-Urlaub vor der Haustür? Venlo, die charmante niederländische Grenzstadt, liegt nur einen Katzensprung von NRW entfernt und bietet Familien eine perfekte Mischung aus Action, Entdeckungen und echtem Holland-Flair. Hier sind fünf Ausflugsstipps, die garantiert keine Langeweile aufkommen lassen.

Venlo City - Flanieren

Beginnen Sie Ihren Tag mit ein wenig Shopping entlang der Maas. Am mäandrierenden Fluss finden Sie tolle Boutiquen und Geschäfte, die von den inszenierten Schaufenstern bis hin zu perfekten Fotomotiven für Ihre erste Stärkung empfehlen. Auch ein beliebter Ausflugsort (Bier) ist einem kleinen Teilgebiet der Einheimischen. Danach geht es auf die beliebige Innenstadt auf. Der gemütliche Innenstadtbereich findet den kleinen Innenstadtbereich, was das Ihre bedeutet. Bei „J. J. J. J. J.“ gibt es wunderbares Spielzeug, während Klein Büsche mit kindgerechter Mode punktet. Im Hühnerhof für alle Nachwuchs-Gärtner ist die Arcade Street über Linde die Kiste nach Herkommen spielen, während die Erwachsene das Spielzeug für sich selbst kaufen.

Kulturelle Tipps

Der kulturelle Tipp ist ein Theatermarkt, der Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Venlo de la Gauen Familie

Venlo de la Gauen Familie lockt eine eigene Werkstatt, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Verweilen auf Entdeckungstour

Verweilen auf Entdeckungstour, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

hauseigenen Restaurant sorgt für das ideale Umfeld für einen Familien- und Kinderurlaub. Holländische Highlights sind Pommes, Pudding oder Choccolato. Nicht auch bei Venlo, das Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Tippen - Natur und Abenteuer

Tippen - Natur und Abenteuer, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

verschiedenen Themenorten führt von Jugend über Frankreich bis hin zu Puppen und Puppen, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Arten - Schmetterlinge

Arten - Schmetterlinge, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Das malerische Dorf Kerswell liegt an der Maas und lädt zu vielfachen Spielzeugen ein. Aus Kinder können dort auf ihre Kosten.

Malerisches Dorf Kerswell

Malerisches Dorf Kerswell, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Styl - Mittelmeer

Styl - Mittelmeer, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Styl - Mittelmeer

Styl - Mittelmeer, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

Styl - Mittelmeer

Styl - Mittelmeer, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

ausflugs in die holländische

GENESSE DEN SOMMER IN VENLO LUMBURG

Genessee den Sommer in Venlo, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

ausflugs in die holländische

GENESSE DEN SOMMER IN VENLO LUMBURG

Genessee den Sommer in Venlo, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

ausflugs in die holländische

GENESSE DEN SOMMER IN VENLO LUMBURG

Genessee den Sommer in Venlo, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

ausflugs in die holländische

GENESSE DEN SOMMER IN VENLO LUMBURG

Genessee den Sommer in Venlo, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

ausflugs in die holländische

GENESSE DEN SOMMER IN VENLO LUMBURG

Genessee den Sommer in Venlo, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

ausflugs in die holländische

GENESSE DEN SOMMER IN VENLO LUMBURG

Genessee den Sommer in Venlo, die Venlo bis ins 19. Jahrhundert, das Theaterhaus, in dem das letzte Viertel der charmanten Café einen Besuch wert ist. Das Gude Markt locken vier kinderfreundliche Märkte für alle Altersklassen und die Festen der Maas für die Maas und die Festen der Maas.

FRONLEICHNAM-RABATT BIS ZU 15% AUF DAS GESAMTE SORTIMENT Z.B. auf Marken

Glasdick 1 inkl. Montage	ab 3699,-
4,06m x 2,50m	ab 3699,-
5,06m x 3,00m	ab 4499,-
6,06m x 3,50m	ab 5999,-

VERKAUF & BERATUNG: TÄGLICH DIE WOCHE VON 9.00 BIS 17.00 UHR
 BUYS BALLSTRAAT 5, 5916 PC VENLO (NL)
 0211-93470214 | WWW.GARTENLUX.DE

Scan mich!

Am 19.06. geöffnet

wettraveltheworld und invenlo.de
wettraveltheworld · Original-Audio

VENLO
**GEHEIMTIPPS FÜR EIN
SCHÖNES WOCHENENDE**

+ ARGEN & STEYL



venloverwoehnt

...

VENLOER KULTURSTÄTTEN AUCH
FÜR DEUTSCHE BESUCHER?

MARKETING STUDENTEN
DER FONTYS
HOCHSCHULE MACHEN
EINE UMFRAGE

Markiere
eine/n
Freund/in ...

Citymarketing in cijfers

Website

405.523

-38,6%
bezoekers

211.508

op www.venloverwelkomt.nl

194.015

op www.venloverwoehnt.de

Online campagnes

1.136.549

personen bereikt

Facebook

NL 13.101

volgers

6,1M views | 24,1K content interacties

DU 3.800

volgers

1,5M views | 5,4K content interacties

Instagram

NL 7. 046

volgers

1,1M views | 12,9K content interacties

DU 3.827

volgers

108,2K views | 1K content interacties

3.0

Financiën

Exploitatieoverzicht 2025

INKOMSTEN

Gemeente Venlo - algemene middelen	€	351.765,00
Reclamebelasting	€	179.823,00
Duitsland marketing	€	40.000,00
Studentensport	€	21.858,00
Zomercampagne	€	30.000,00
Rentebate	€	1.701,00
Overige bijdragen	€	412.105,00
TOTAAL INKOMSTEN	€	1.037.252,00

UITGAVEN

Algemene middelen gemeente	Gerealiseerd
Personeelskosten en kosten inhuur	€ 334.965,00
Huisvestingskosten	€ 44.042,00
Kantoorkosten	€ 4.008,00
Corporate communicatie	€ 8.849,00
Automatisering	€ 8.972,00
Financiële administratie en verzekeringen	€ 14.797,00
Overige	€ 575,00
Algemene middelen gemeente	€ 416.208,00

Programmabegroting

Projectkosten Citymanagement	
Omgeving	€ 86.005,00
Aanbod	€ 36.123,00
Customer Journey	€ 169.852,00
Organisatie, samenwerking en communicatie	€ 56.517,00
Subtotaal	€ 348.497,00

Projectkosten Citybranding

Website	€	6.833,00
Evenementen	€	-
City Dressing	€	10.620,00
Stakeholders	€	7.033,00
Beeldbank	€	14.119,00
Campagne 1	€	7.245,00
Campagne 2	€	29.438,00
Media PR	€	2.270,00
Projectmanagement	€	50.799,00
Uitvoerende werkzaamheden	€	18.927,00
Subtotaal	€	147.284,00

Overige Projecten

Duitslandmarketing	€	43.666,00
Zomercampagne	€	30.224,00
Overige Projecten	€	54.154,00
Subtotaal	€	128.044,00

Studentensport	€	21.858,00
-----------------------	----------	------------------

TOTAAL UITGAVEN	€	1.061.891,00
------------------------	----------	---------------------

AFSCHRIJVINGEN MATERIËLE VASTE ACTIVA	€	1.949,00
--	----------	-----------------

TOTAAL KOSTEN	€	1.063.840,00
----------------------	----------	---------------------

OVERSCHOT / TEKORT	€	(26.588,00)
---------------------------	----------	--------------------

4.0

Governance

In 2025 heeft Venlo Partners belangrijke stappen gezet in de doorontwikkeling van de governance en organisatiestructuur. Aanleiding hiervoor is het citybrandingtraject en het aflopen van het uitsluitend recht per 31 december 2025, waardoor een nieuwe inrichting noodzakelijk is geworden.

De belangrijkste ontwikkeling is de keuze voor een nieuwe organisatiestructuur waarin strategische en uitvoerende taken van citymarketing worden gescheiden. De strategische verantwoordelijkheid wordt ondergebracht in een nieuwe stichting (Stichting Brand Management Venlo), terwijl Venlo Partners verantwoordelijk blijft voor de tactische en operationele uitvoering.

Om samenhang en eenduidige aansturing te borgen, wordt gewerkt met een Raad van Toezicht-model. Beide stichtingen krijgen een eigen directeur-bestuurder, maar vallen onder één gezamenlijke Raad van Toezicht. Voor Venlo Partners betekent dit een overgang van het huidige bestuursmodel naar een Raad van Toezicht-model, waarbij de rol van directeur is doorontwikkeld naar die van directeur-bestuurder.

Daarnaast is gekozen voor een constructie met quasi-inbesteding en een aanwijzing als Dienst Algemeen Economisch Belang (DAEB). Hiermee wordt de opdrachtrelatie met de gemeente voor meerdere jaren geborgd en ontstaat er meer duidelijkheid in rollen, verantwoordelijkheden en verantwoording.

De invoering van deze nieuwe structuur heeft in 2025 veel aandacht gevraagd van zowel directie als bestuur. Hierdoor is er minder nadruk geweest op de verdere doorontwikkeling van interne governance-onderwerpen zoals eerder benoemd in de governance code. De focus lag met name op het inrichten van de nieuwe structuur, besluitvorming en afstemming met gemeente en partners.

Er is gedurende het jaar regelmatig en intensief contact geweest met de gemeente Venlo en de bestuurders van Platform Binnenstad Venlo. Over werkzaamheden en voortgang is structureel gerapporteerd, zowel richting de besturen als via deze besturen naar de achterbannen van ondernemers en vastgoedeigenaren.

De implementatie van de nieuwe governance-structuur wordt in 2026 verder afgerond, waarbij ook weer nadrukkelijk aandacht zal zijn voor de doorontwikkeling van de interne organisatie en de toepassing van de governance code volgens het principe ‘pas toe en leg uit’.

Vragen over onze governance?

Mail

of bel ons!