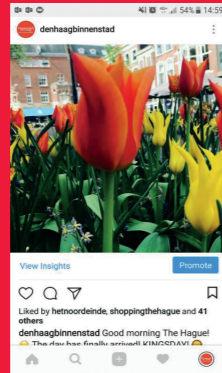




**TINK**  
AMAZING  
SHOP WINDOWS  
THE HAGUE



**Marketing Haagse Binnenstad**

*informeert*

- de lokale, regionale consument

*verbindt*

- ondernemers uit de Binnenstad aan stadsbrede evenementen en activiteiten zoals: de Urban Trail, Museumkwartier, het iktoon festival, Masterly The Hague & de Haagse Museumnacht

*produceert, organiseert*

- ShoppingNight Den Haag
- TINK amazing shop windows The Hague
- TINK XL winter winkel weekend
- Have a Royal Winter
- Straattheater festival De Betovering
- Activiteiten rondom koningsdag
- Doelgroepgerichte Shoppingroutes (koninklijk, hip, stijlvol, art & design, ambachtelijk, culinaire, biologisch & fair trade, mannen)
- FAM (familiarize) trips
- Activiteiten rondom het themajaar
- Campagne Noordelijke Sfeergebieden

*ondersteunt met marcom activiteiten:*

- Prinsjesdag en Prinsjesfestival
- Intocht Sinterklaas
- Pop District Den Haag
- Black Friday
- Cultuurschakel
- Jazz in de Gracht
- Art & Fashion
- Museumnacht
- Kindermuseumnacht
- Masterly The Hague
- The Hague Peace Night Run
- Ondernemersgala
- Chinees Nieuwjaar
- Movies that Matter
- Open Monumentendag
- Nacht van de Dictatuur
- Museumkwartier
- Openingstijden Pasen, Pinksteren, Winter
- e.v.a

*en is een kennisplatform voor trends & ontwikkelingen in de Binnenstad Den Haag.*

**SHOPPING  
NIGHT  
DEN HAAG**



*Koningsdag*

**binnenstad  
den haag**

binnenstaddenhaag.com

Marketing Haagse Binnenstad  
Passage 57a, 2511 AC Den Haag  
info@binnenstaddenhaag.com



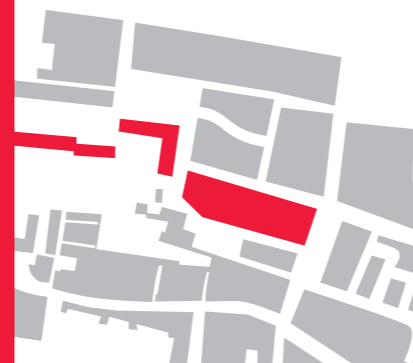
**binnenstad  
den haag**

binnenstaddenhaag.com

**DEN HAAG IS WERELDS MET  
KONINKLIJKE ALLURE**

en toch prettig en persoonlijk. **Alles ligt op een steenworp afstand van elkaar.** Ook de zee is in Den Haag altijd dichtbij. Pak vanuit de historische binnenstad de tram en in vijftien minuten sta je op het elf kilometer lange strand van Den Haag.

*Welkom in Binnenstad Den Haag!*



**Den Haag**

Marketing Haagse Binnenstad is een zelfstandige publiek-private marketing-organisatie, die voor lokale en regionale consumenten marketing, promotie en evenementen verzorgt voor de Binnenstad Den Haag. Daarnaast is Marketing Haagse Binnenstad de verbindende schakel tussen stakeholders in de Binnenstad en de talloze activiteiten / ontwikkelingen die hier plaatsvinden.

## Ontstaan

In 2006 is de Stichting Marketing Haagse Binnenstad opgericht op initiatief van zes belanghebbende private partijen uit de Binnenstad Den Haag en de Gemeente Den Haag. In 2018 is Marketing Haagse Binnenstad een efficiënte organisatie waarin vrijwel de gehele binnenstad verenigd is met 12 actieve private partners en 2 aspirant partners.

*'Marketing Haagse Binnenstad is de organisatie waar lokale en regionale marketing, communicatie en event organisatie samenkomen en zorgt voor op maatgemaakte activiteiten ten behoeve van de Binnenstad Den Haag en haar partners. Een organisatie, die het afgelopen decennium haar meerwaarde heeft bewezen als sterk platform waar ondernemers en stakeholders in de Binnenstad elkaar ontmoeten, inspireren en versterken, maar ook als kenniscentrum waar publieke en private organisaties hun plannen kunnen toetsen of uitrollen.'* **Edwin Wilkens**, Voorzitter, Manager Services Bijenkorf Den Haag

## Missie

Marketing Haagse Binnenstad zet zich in om samenwerking bij zowel private partijen als bij overheden te stimuleren en zo de gezamenlijk gestelde doelen te behalen. Dit doen wij door goed ondernemersklimaat te stimuleren, daadkrachtige verbindingen te leggen en door continu de lokale en regionale consument te informeren en te inspireren. Maar ook door zelf activiteiten te ontwikkelen of activiteiten van derden te ondersteunen die bijdragen tot een bezoek aan de Binnenstad Den Haag.

## Visie

De Binnenstad Den Haag is de huiskamer van de stad. Een plek waar (internationale) Hagenaars en Hagenezen en bezoekers uit de regio zich thuis voelen. Hun plek waar ze graag afspreken om te ontmoeten, te ondernemen of gewoon om er te zijn.

*'De kracht van Marketing Haagse Binnenstad zit in het bundelen en samenwerken tussen alle belanghebbenden in de Haagse Binnenstad met als doel deze nog aantrekkelijker te maken.'* **Henk Werlemann**, Bestuurslid, Rayondirecteur Rabobank Regio Den Haag

## Kaders

Marketing Haagse Binnenstad voert lokale en regionale consumenten marketingactiviteiten uit in lijn met de City Branding strategie (merk Den Haag), de nationale en internationale marketingactiviteiten van The Hague Marketing Bureau, het Binnenstadplan en Stichting Marketing Scheveningen en Beach Resort Kijkduin.

Het bedrijfsleven in de Binnenstad Den Haag en de Gemeente Den Haag hebben uitdrukkelijk de wens een integraal meerjarig en proactief en consistent marketingbeleid voor de Binnenstad te voeren, passend bij de ambities van het huidige en toekomstige Binnenstadplan.

## Hoofddoelstelling

Een bijdrage leveren aan de structurele economische ontwikkeling van de Binnenstad Den Haag.

## Strategie

Het voeren van een proactieve en flankerende lokale en regionale consumenten marketing door:

- de lokale en regionale consument te informeren over de Binnenstad Den Haag.
- evenementen te organiseren, en aan te haken bij bestaande evenementen, die een toegevoegde waarde hebben voor het bezoek aan de Binnenstad.
- aankleding te verzorgen rondom activiteiten en evenementen in de binnenstad.
- als platform van belanghebbende ondernemers in de binnenstad, samenwerking met derden te initiëren en te organiseren.

*'Marketing Haagse Binnenstad is een zelfstandige marketingorganisatie, opgericht door private partijen in de Haagse binnenstad en de gemeente Den Haag. Deze samenwerking is uniek in Nederland. Met uitgekende marketingcampagnes en het ondersteunen van evenementen en activiteiten leveren zij een belangrijke bijdrage aan de positionering van de Haagse Binnenstad.'* **Petra Alkema**, Coördinator programmering OnderNemerSplein Rotterdam, Kamer van Koophandel

## Positie

De Binnenstad Den Haag is een belangrijke economische motor voor de stad. Op jaarbasis wordt er € 758,2 miljoen besteed in de Binnenstad. Waarvan 68,6 % lokaal, 22,9 % regionaal en 8,5% een toeristische besteding is (Koopstromenonderzoek 2016). Om deze motor gezond te houden is lokale en regionale consumenten marketing essentieel. Zeker met het oog op de toekomstige ontwikkelingen, te weten; opening van de Mall of The Netherlands in Leidschendam, en de verbouwing van het Binnenhof die tegelijkertijd gaan plaatsvinden.

Om de lokaal- en regionale consumentenstroom te waarborgen hebben de private partners zich aangesloten bij Marketing Haagse Binnenstad en investeren zij substantieel met inzet van netwerk en financiële middelen in de Binnenstad Den Haag. Hierdoor zijn zij ook in staat een bijdrage te leveren aan de stad door het genereren van inkomsten via de belastingen maar ook door het verschaffen ook werkgelegenheid. De Gemeente Den Haag onderschrijft het belang van de functie en activiteiten van Marketing Haagse Binnenstad en steunt deze middels een jaarlijkse financiële bijdrage in aanvulling op de bijdrage van de private partners.

*'Marketing Haagse Binnenstad vervult voor ASR als eigenaar van de Haagse Passage een belangrijke en centrale rol in de gezamenlijke marketing inspanningen voor de Binnenstad Den Haag. MHB maakt het mogelijk om de commerciële activiteiten in ons winkelcentrum te koppelen met de culturele en inspirerende evenementen die de Binnenstad Den Haag rijk is. Middels deze samenwerking met MHB kunnen wij de consument in Den Haag het hele jaar door trakteren op een geweldige dag uit of een geslaagd winkelmoment.'* **Mandy van Dijken - Mouthaan**, asset manager shopping centers & commercial real estate, a.s.r. real estate

## Expert en partner

Technologische, infrastructurele en economische ontwikkelingen zorgen voor een veranderend consumentengedrag en hebben direct invloed op consumenten marketing van de Binnenstad. Met haar jarenlange kennis en expertise is Marketing Haagse Binnenstad doordrongen van deze trends en vormt zij een belangrijke informatieverstrekker en gesprekspartner voor de gemeente en andere organisaties. Marketing Haagse Binnenstad claimt uitdrukkelijk deze positie.

*'Winkelen is beleven geworden. MHB is daarom een geschenk voor de ondernemers in BIZ City Center. Dit omdat MHB inmiddels bewezen heeft op een creatieve manier hoogwaardige evenementen te kunnen organiseren, met daarbij de nodige en juiste promotie. Evenementen die BIZ City Center niet zelf had kunnen, of kan, organiseren.'* **Peter Streng**, Voorzitter Biz City Center

## Organisatie

Een compact kernteam, bestaande uit een directeur, een marketing/communicatie manager, een content manager en een office manager, is verantwoordelijk voor de dagelijkse uitvoering. Daarnaast wordt per project en per activiteit ad hoc een beroep gedaan op projectmanagers. Het dagelijks bestuur wordt gevormd door de voorzitter, penningmeester en secretaris, gekozen uit de aangesloten private partners.

Het Algemeen bestuur bepaalt het beleid en de uitvoering van de organisatie en bestaat uit de aangesloten private partners afkomstig uit de sectoren retail, horeca, cultuur en vastgoed in de Binnenstad:

- ASR vastgoed / de Passage
- Biz winkelgebied City Center
- Biz winkelgebied Denneweg
- Biz winkelgebied Paleis Noordeinde
- Geste / Haagsche Bluf
- Ondernemersvereniging Grote Marktstraat
- Hommerson Arcades BV
- Kunstonderwijs organisatie KOO
- Q-Park garages Den Haag
- Rabobank Den Haag e.o.
- Stichting Pop district/Grote Markt
- Syntrus Achmea / Ondernemers Spuimarktcomplex
- Aspirantleden City Mondial en Zeeheldenkwartier

Afstemming met Bureau Binnenstad, Gemeente Den Haag, de Binnenstad Ondernemers Federatie (BOF) en The Hague Marketing Bureau, vindt plaats door deelname aan de bestuursvergaderingen. Deze partijen hebben een adviserende en begeleidende rol.

*'Naast een divers en aantrekkelijk winkelaanbod is mobiliteit en bereikbaarheid van de Haagse Binnenstad van groot belang. Met negen kwalitatief hoogwaardige parkeerfaciliteiten in hartje Binnenstad zorgt Q-Park ervoor dat de bezoekers comfortabel en dichtbij het bezoekdoel kunnen parkeren. Net als onze partner, Marketing Haagse Binnenstad, heeft Q-Park als doel om zoveel mogelijk bezoekers te laten genieten van alle bezienswaardigheden in de Haagse binnenstad.'* **Alvin Kroes**, Accountmanager Q-Park Nederland