

## Voorwoord CEO

# Met veerkracht en vertrouwen

Jaarbeurs zet handel in beweging, maar is zelf ook volop in beweging. 2017 was het jaar dat Jaarbeurs haar 100-jarige bestaan vierde. Een belangrijk jaar, waarin we een keerpunt hebben bereikt. Na decennia van voorspoed kende Jaarbeurs een aantal mindere jaren, waar nu verandering in is gekomen. Dat is niet vanzelf gegaan, want het ging gepaard met een besparingsprogramma, dat medio 2016 al werd aangekondigd, en een reorganisatie. Dit is niet eenvoudig geweest voor onze medewerkers en het resulteerde bijvoorbeeld in een hoger verzuim. Samen zijn we de dialoog aangegaan, onder andere door jamsessies. Zo komt er ruimte en is er vertrouwen in de toekomst. Ik ben dan ook erg trots op de veerkracht van de organisatie.

### Huis op orde

Het financiële fundament is weer solide. We hebben de basis gelegd voor een sterke comeback door de keuze te maken voor een afgeslankte en effectieve organisatie. We realiseerden een ruime kostenbesparing, maar tegelijk ook een omzetsijging door focus en discipline. We hebben nu beter inzicht in winstgevendende en verlieslatende activiteiten en we werkten bij onze medewerkers aan de aanscherping van het bewustzijn over kosten en verdienmodellen. We werden tevens geholpen door de Nederlandse economie die in 2017 een goed jaar beleefde.

De duidelijke strategie en de zorgvuldige uitvoering daarvan heeft de organisatie daar sterk bij geholpen.

### Investeren en strategische keuzes

De zwarte cijfers zijn fijn, maar zijn ook noodzakelijk. Belangrijkste reden om kosten te verlagen is dat het bijdraagt aan een betere klantwaarde (value for money). En het is nodig om weer te kunnen investeren in onze medewerkers, digitalisering, ons vastgoed en om te kunnen innoveren. Onze ambitie is om een toonaangevende evenement- en congresorganisatie te worden. Landelijk en op termijn ook internationaal. Dat bereiken we door als organisatie hard te werken en de pijlen te richten op groei in alle facetten. Samen werken we aan een duurzame en zeer krachtige Jaarbeurs, met een intense klantfocus, gericht op het creëren van bijzondere ontmoetingen, die waardevol zijn voor onze samenleving en (internationale) economie.

Als facilitator en vooral organisator pur sang is dat waar we voor de samenleving het verschil maken. We gaan vooruit als we onze klanten verder helpen met onze kennis, die we continu blijven vergaren. Daarvoor zetten we medewerkers weer in hun kracht en vernieuwen we de organisatie door middel van een digitale transformatie. Alleen zo kunnen we in de toekomst betekenisvol blijven.

In 2017 hebben we onze strategie, zoals gepresenteerd in december 2016, verder uitgewerkt en zijn er een aantal fundamentele keuzes gemaakt. We bestuderen de verschillende opties om de venue (het hallencomplex van Jaarbeurs) te revitaliseren en te vernieuwen.

### Revitalisering van de venue

De ontwikkeling van onze venue staat al geruime tijd hoog op de agenda. We hebben geconstateerd dat het Masterplan, zoals het er eind 2015 lag, een 2.0 versie nodig had om het meer aan te laten sluiten op de missie, visie en de nieuwe strategie. Het plan was namelijk al opgesteld voor de nieuwe strategie was geformuleerd. We hebben de ambitie om Jaarbeurs als ultieme ontmoetingsplek bij de Europese top te laten horen en dat vraagt om een vertaling naar een ontwikkeling van onze venue met lef. We hebben daarom besloten ons hierin te laten ondersteunen door de mondiaal toonaangevende architect Winy Maas van MVRDV. Samen met zijn team gaan we letterlijk bouwen aan een echte nieuwe Jaarbeurs met de volgende waarden als uitgangspunt: duurzaamheid, leefbaarheid, populariteit.



### Samenwerking met de gemeente Utrecht

Er wordt hard gewerkt aan de aanpassing van het Masterplan naar de 2.0-versie door de directie en de architect, maar vooral wordt er ook goed samengewerkt met de gemeente Utrecht en de provincie. Na de grondruil in 2016 staan Jaarbeurs en gemeente Utrecht ten aanzien van vastgoedontwikkeling en gebiedsontwikkeling niet meer tegenover elkaar, maar zijn we gelijkwaardige partners met een gezamenlijk doel: bijdragen aan een prettige en duurzame leefomgeving, een goede economie en de populariteit van de stad.

Met jaarlijks 2,5 miljoen bezoekers in de venue voelen we een sterke verantwoordelijkheid om te focussen op duurzaamheid. We willen echt een voorbeeld creëren, bijvoorbeeld op het gebied van circulariteit. Deze doelstelling past bij Healthy Urban Living als hét speerpunt van stad en regio. We omarmen gezamenlijk de ambities op het gebied van groen, gezond en slim.

### Nationaal en internationaal boeken we vooruitgang

Voor onze business units stond het jaar in het teken van de reorganisatie, maar desondanks zijn er mooie resultaten geboekt. Wij organiseerden succesvolle eigen evenementen zoals Bouwbeurs, MOTORbeurs en Vakantiebeurs. Met derde partijen zoals RTLZ en MKB Ondernemers Congres bouwden we aan de autonome groei door slim samen te werken, resulterend in verdubbeling van het aantal bezoekers bij het BrightDay festival. De revival van Thunderdome, samen georganiseerd met ID&T, was een spectaculaire belevenis.

Internationaal timmerden onze kantoren in Shanghai en Bangkok verder aan de weg met onder andere onze eigen titel VIV en evenementen, zoals Pet Fair Asia en Domotex, die we samen met internationale partners organiseren. Verder lanceerde onze internationale tak de vakbeurs Poultry

Africa, waarmee we ook voet aan de grond krijgen in Afrika.

Op Utrechtse bodem waren er ook een aantal lanceringen, zoals de opening van restaurant Speys en de oplevering van bioscoop Kinopolis. Beiden gezellige ontmoetingsplekken, die bijdragen aan de leefbaarheid en populariteit van het Jaarbeurskwartier. In het Beatrixgebouw kende onze eigen Jaarbeurs Innovation Mile (JIM) een fantastische start, met ruim 20 scale-ups, die zich in het eerste jaar na de start van JIM bij ons vestigden. Er waren ook tegenvallers. Zoals de Margriet Winter Fair die is vertrokken naar Brabant, maar hopelijk weer zal terugkeren naar het centrum van Nederland, Utrecht.

### Kansen en vooruitzichten

Juist in dit online tijdperk doen live ontmoetingen er meer dan ooit toe. Dat stemt ons gerust en bevestigt onze missie om handel in beweging te blijven zetten en bijzondere ontmoetingen te creëren. Door disruptie ontstaan nieuwe industrieën en nieuwe evenementen. In 2018 blijven we die kansen opzoeken, vanuit onze eigen kracht en met partners. Daarvoor investeren we in innovatie, maar bovenal in onze eigen mensen door middel van leiderschapsontwikkeling en trainingen die de productiviteit verhogen. In alles wat we doen gaan we zorgen voor een intense klantfocus, waarbij we streven naar verbetering van de kwaliteit en beleving. Wij gaan voor de 'dikke negen', wat synoniem staat voor een vrijwel perfecte klantervaring in de hele keten.

In 2018 zullen we een eerste goede stap zetten ten aanzien van verduurzaming van Jaarbeurs met de installatie van een Tesla Powerpack van 400 kW. Deze gigantische batterij maakt het mogelijk om bij het complex geparkeerde auto's op te laden met zonnestroom. Uiteindelijk willen we energieneutraal worden en dat is één van de uitgangspunten voor de toekomstige bouw- en huisvestingsplannen.

### Vertrouwen in de toekomst

Terugkijkend op 2017 ben ik het meest trots op onze medewerkers die het mogelijk maken om onze toekomst weer handen en voeten te geven. Zij maken het verschil, elke dag weer.

Maar ook kijk ik met trots terug op het afgelopen jaar, waarin we voor vele bijzondere ontmoetingen hebben gezorgd en onze toekomstvisie duidelijk onderstreepten. Daarbij zullen we ook zeker niet achterover leunen en zelfs nog een stapje extra zetten. Hierdoor is er veel vertrouwen in 2018, waarin we opnieuw succesvol zullen zijn en de resultaten zullen verbeteren voor onze klanten, bezoekers, partners, de gemeente en onze eigen organisatie. Namens de gehele directie wil ik onze medewerkers bedanken voor hun inzet, bevlogenheid, enthousiasme en professionaliteit. Ook dank ik de leden van de Raad van Commissarissen voor hun deskundige, vakkundige en betrokken manier waarop ze ons ook in 2017 met raad en daad bijstonden. De vele ideeën houden ons scherp en inspireren ons om met Jaarbeurs vooruit te gaan.



Albert Arp

CEO Jaarbeurs