

# Jaarverslag 2011

Bureau Voorlichting Binnenvaart



## Woord van de voorzitter

### *In beweging langs herkenbare koers*

Het afgelopen jaar was voor BVB minstens zo bewegelijk als de vrachtprijzen in de binnenvaart. We zullen maar zeggen: hoog- en laag water wisselden elkaar af. Hadden we aan de ene kant een ministerie dat zei “we stoppen de subsidie....”, aan de andere kant hadden we het succes (en de verlenging van de financiering ervan) van het project Maatwerk Voorlichting Binnenvaart. Met veel publiciteit duwde onze minister Schultz van Haegen de schepen af die vanuit dit project voor duizenden vrachtauto's lading van de weg naar het water brachten.

Die twee ogenschijnlijk tegengestelde bewegingen (aan de ene kant: “we gaan de standaard-subsidie voor BVB stoppen”, maar aan de andere kant “een Maatwerk-project ondersteunt het ministerie graag”) stemt mij optimistisch. Zo'n beleid laat immers zien waar het de minister om gaat: als je als BVB werkelijk iets toevoegt, als je als BVB werkelijk bijdraagt aan de vooruitgang, dan staat het ministerie achter je! Met andere woorden: geen woorden maar daden leveren, en die laatste worden dan ook beloond.

Als ik zie hoe het team van BVB daden levert (Maatwerk-project, voorbereiding en effectieve invoering van 'the Blue Road') dan weet ik zeker: dit blijft goed komen. De gedrevenheid van het BVB-team doet dat wat de minister wil: echt lading genererende promotie voor de binnenvaart. The Blue Road at work!

Een koers van daden is nu ook belangrijker dan ooit. Het hele Binnenvaarhuis zit in een fase van transitie. Van groei naar uiteindelijk één brede Nederlandse binnenvaart belangenbehartiging. Op zich een prima ontwikkeling voor onze sector; het gaat onze lobby alleen maar sterker maken. Die veranderingen zullen ook niet ongemerkt voorbij gaan aan het BVB. Maar als BVB zullen we daar zeker goed uitkomen. We zijn een club die met honderden sponsors draagvlak heeft. Die ook voor die achterban herkenbaar is. Dat is belangrijk en dat moet zo blijven. Waar we als BVB ook komen te staan binnen toekomstige bestuurlijke verhoudingen, voor mij staat één ding als een huis: het BVB moet herkenbaar zijn, en benaderbaar voor en door haar achterban. Want de succesformule van BVB is al jaren: sterk gebonden aan hun sponsors/ achterban in combinatie met een geweldig en gemotiveerd team. Dat willen we zo blijven herkennen. We zijn op koers, het water is bewegelijk, maar we varen herkenbaar! Nu en straks.

*Roland Kortenhorst*  
Voorzitter Bureau Voorlichting Binnenvaart



foto: MG

## The Blue Road

### *Het BVB zat niet stil*

Net als de binnenvaartsector heeft ook het BVB in 2011 haar schouders eronder gezet en niet stil gezeten. Want juist in deze tijd is het van belang dat de binnenvaart optimaal in de kijker gespeeld wordt bij verladers en beleidsmakers en hier de vruchten van te plukken. De drie grootste speerpunten van het BVB dit jaar waren de introductie van the Blue Road, de werkzaamheden binnen het project Maatwerk Voorlichting Binnenvaart en de imagocampagne voor schepen tot 1500, beter bekend als 'project Klein Schip'.

### *On the road met the Blue Road*

Een van de meest in het oog springende initiatieven was toch wel de introductie van the Blue Road. Het BVB is hiermee een heel nieuwe weg ingeslagen, want voor het eerst wordt de branche als geheel als merk in de markt gezet. Dit wordt al jaren voor andere branches gedaan. Van campagnes als 'Melk de witte motor', 'Brood, daar zit wat in' en 'Kip, het meest veelzijdige stukje vlees' plukt de hele beroepsgroep of keten zijn vruchten, van de boer tot de supermarkt.

In de binnenvaart zijn vele ondernemers en organisatie te onderscheiden die elk onder hun eigen naam en logo opereren. Dat dit voor de buitenwereld nogal verwarrend overkomt (wie is wie?, wie doet wat?), schaadt het imago van de branche als geheel. Het BVB wil hier verandering in brengen door de branche als merk in de markt te zetten middels the Blue Road. Vanaf nu kan de branche met het logo onder één naam, met één gezicht naar buiten treden en zo een sterkere positie innemen. Zowel wat betreft de lobby in Den Haag en Europa als wat betreft de positie ten opzichte van klanten en concurrenten.

### *Licentie the Blue Road*

The Blue Road is geen keurmerk. Het staat voor een bepaalde manier van ondernemen, met oog voor de omgeving en de klanten. Iedereen die werkzaam is in of verbonden is met de binnenvaart mag het logo naast de eigen huisstijl gebruiken. Mits er eerst een licentieovereenkomst ondertekend wordt. In deze overeenkomst wordt gewezen op de kernwaarden die de basis vormen voor het merk en logo. Het merk past namelijk bij de eigenschappen van de branche: duurzaam en efficiënt. Het verbindt de bedrijfstak met elkaar en laat zien dat de binnenvaart een vanzelfsprekend alternatief is. De onderregel 'Duurzaam vervoer over water' geeft aan dat de binnenvaart de meest logische, kostenefficiënte en duurzame vorm van transport is. Sponsors van het BVB mogen het logo gratis gebruiken en op deze wijze bijdragen aan een sterkere positie en meer bekendheid voor de branche. Andere geïnteresseerden uit de branche wordt om een



gebruiksvergoeding gevraagd. Op 31 december 2011 hebben al ruim 60 ondernemingen een licentieovereenkomst getekend. Kijk op [www.theblueroad.nl](http://www.theblueroad.nl) voor meer informatie en de mogelijkheden.

Met de komst van een nieuwe branchelogo heeft het BVB ook vlaggen ontwikkeld en zelf een nieuwe huisstijl aangenomen wat aansluit bij het nieuwe elan. Divers drukwerk is hierop aangepast. Voor sponsors zijn ook denstickers en dendoeken met the Blue Road beschikbaar gesteld. Zo kan de ondernemer, zichtbaar en eenduidig, bijdragen aan promotie van de gehele bedrijfstak.

### *Blue Magazine*

Volledig in lijn met de nieuwe uitstraling van the Blue Road is begin 2011 een glossy magazine uitgegeven onder de naam Blue Magazine. Dit magazine is verstuurd aan 1.800 bestaande en mogelijk nieuwe klanten van de binnenvaart. Sponsors van het BVB hebben tevens een exemplaar ontvangen. In het magazine worden diverse kanten van de branche belicht om zo een mooi overzicht te geven van de mogelijkheden en kenmerken van de binnenvaart. Deze diversiteit in inhoud met daarbij mooi beeldmateriaal en interessante interviews kenmerken het magazine en laten zien dat het een branche is om trots op te zijn. Uiteraard is ook ruimte opgenomen voor een uitleg over het branchemerk the Blue Road. Het Nederlandsch Binnenvaartbureau heeft met een financiële bijdrage de totstandkoming van het magazine mede mogelijk gemaakt. Het magazine is tevens opgenomen als pagefliptool op de website van het BVB en op deze manier voor een ieder toegankelijk.



## Maatwerk Voorlichting Binnenvaart

Het project Maatwerk Voorlichting Binnenvaart heeft tot doel meer lading voor de binnenvaart te genereren. De logistieke adviseurs, die namens het BVB werkzaam zijn binnen dit project, timmeren hard aan de weg. Na de opstartfase in 2010 waarbij vooral in kaart werd gebracht welke bedrijven de potentie hebben om van binnenvaart gebruik te maken, werden in 2011 concrete zaken gedaan en pilots opgestart. Veel verladers weten het team ook zelf te vinden en benaderen hen met een adviesvraagstuk. In 2011 is er met zo'n 100 bedrijven contact geweest, hebben 35 bedrijven de onderzoeksfase doorlopen en is er voor 20 bedrijven echt potentie vastgesteld om (meer) vervoer over water in te zetten in hun logistieke keten. Er zijn ook al concrete succesvolle (proef)projecten:

### Huntsman (chemiebedrijf)

Daadwerkelijke modal shift naar het water van containers tussen Rotterdam Botlek en de Maasvlakte. Op deze manier wordt de alsmar drukker wordende A15 omzeild.

### Claessen Transport

Succesvolle proef uitgevoerd van het vervoer van aardappelstoomschillen (semi-vloeibare diervoeder) van Doornik (B) naar Venlo. Toekomstperspectief is goed voor een blijvende modal shift.

### Mars Nederland

Voor Mars zijn pilots uitgevoerd voor zowel het vervoer van de chocoladerepen als voor het vervoer van de pinda's die als halfproduct verwerkt worden. Het gaat om twee transportstromen, die van Veghel naar het Verenigd Koninkrijk en die van Veghel over de Rijn naar Strasbourg. De chocoladerepen worden vervoerd per gekoelde containers. Naar het Verenigd Koninkrijk wordt dit transport mogelijk gemaakt door een samenwerking van Cool Box, Samskip en de Osse Overslag Centrale. Naar Strasbourg verzorgen Danser en ECS het vervoer. De rol van het Maatwerk-team was het samenbrengen

van de diverse partijen en het uiteindelijk tot stand brengen en begeleiden van de pilots. Aangezien de pilots succesvol zijn verlopen is een continuering van het vervoer over water zeker. Hiermee zijn er weer vele vrachtwagens van de weg gehaald door de binnenvaart.

### Suiker Unie

Voor het vervoer van suiker per container van Viervallaten (Groningen) naar Moerdijk met als eindbestemming Zevenbergen en Roosendaal is een pilot uitgevoerd. Uit de evaluatie van deze pilot is naar voren gekomen dat er extra voorzieningen nodig zijn voor een eventuele continuering.

### Wieland

Succesvolle proef met gebruikt textiel. Lege containers worden vanuit Rotterdam naar Wormerveer gebracht. Daar is een inzamelstation van Stichting KICI (Kleding Inzameling Charitatieve Instellingen). De tweedehandskleding wordt in de lege containers geladen en afgeleverd in Amsterdam en van daar worden de containers naar de terminal in Rotterdam gebracht om de goederen te kunnen exporteren. De belangrijkste winst van deze modal shift is dat een expediteur door zijn klant geïnspireerd is om de "the Blue Road" te gebruiken.

Lopende projecten in verkennende fase waar een reële potentie in zit:

- Planten van Nederland naar Duitsland (bulk)
- Een aantal continentale en maritieme containertrajecten:
  - Koekjes
  - Koffie
  - Bier
  - Schoonmaakmiddelen
  - Kunststof verpakkingen
- Gedroogde mest van Nederland naar Noord-Frankrijk (bulk)
- Losse pallets papier van Noord- naar Zuid-Nederland



### Minister steunt the Blue Road

In augustus heeft het BVB voor minister Schultz van Haegen van Infrastructuur en Milieu een werkbezoek aan de binnenvaart georganiseerd. Naast het feit dat het BVB de minister op deze manier persoonlijk rond kon leiden in de binnenvaart en kon laten zien wat de bedrijfstak zo boeiend en indrukwekkend maakt, gaf het tevens gelegenheid aandacht te genereren voor successen uit Maatwerk Voorlichting Binnenvaart en de lancering van the Blue Road. Tijdens een informele bijeenkomst hebben drie grote verladers, Mars Nederland, Huntsman Holland BV en Suiker Unie, in het bijzijn van de minister een intentieverklaring getekend waarin werd vastgelegd dat zij meer zullen inzetten op binnenvaart. Deze contacten werden gelegd via het Maatwerk-project.

Daarna gooide de minister de trossen los van een aan de kade gelegen containerschip. Dit schip vervoerde symbolisch de eerste vracht van Mars Nederland, Suiker Unie en Huntsman. Met de afvaart van deze nieuwe klanten voor de binnenvaart werd ook the Blue Road in gebruik genomen. Met het luiden van de scheepshoorn werden 500 the Blue Road-ballonnen opgelaten en werd het geheel opgeluisterd door waterkannonnen op het water. Een groot spektakel op de Maas wat niet alleen die dag veel bekijks trok, maar ook landelijk breed werd uitgemeten in de pers, zoals in het AD en de Telegraaf.

## Bereik meer met FlexFleet

Vrijwel tegelijk met de introductie van the Blue Road rolde het BVB dit voorjaar een grootscheepse imagocampagne uit ter promotie van specifiek de binnenvaartschepen tot 86 meter. Deze imagocampagne was onderdeel van het meeromvattende project 'Klein Schip' van het EICB. Het startsein van de campagne was de introductie van een nieuwe naam met bijpassend logo voor deze schepen: FlexFleet. Waarom FlexFleet? In de sector worden dit 'kleine schepen' genoemd, maar de naam FlexFleet dekt eigenlijk veel meer de lading, namelijk flexibiliteit op het water. Bovendien is dit een veel positievere benaming. Daarbij is het een stoere naam en internationaal toepasbaar.

Vanaf nu dus één logo en één naam waarmee de kleinere categorie binnenvaartschepen als één groep wordt neerzet. Hiermee worden de zichtbaarheid en herkenbaarheid vergroot, wordt er een groepsgevoel gecreëerd en voegt het een stuk professionaliteit naar buiten toe.

De boodschap in de campagne is dat de binnenvaart ook op klein vaarwater en voor bedrijven hieraan gevestigd een toegevoegde waarde kan zijn in hun logistieke keten. Het vooroordeel wordt weggenomen dat de binnenvaart alleen geschikt zou zijn voor lange afstanden, enkel voor grote hoeveelheden of enkel op de grote vaarwegen. De passende slogan voor de communicatie-campagne is dan ook: *Bereik meer met de kleinere binnenvaart.*



De introductie van de nieuwe naam en logo was het startsein van een veelomvattende imagocampagne die opgebouwd was uit verschillende onderdelen:

- Lancering van de website [www.flexfleet.eu](http://www.flexfleet.eu);
- Ludieke actie van het plaatsen van grote borden 'laden en lossen' bij bedrijven;
- Direct mailing van kleinere versie bordje 'laden en lossen' naar 800 verladers;
- Advertenties in onder andere EVO Logistiek en in Transport en Logistiek, het vakblad van TLN;
- Om studenten te interesseren voor een baan op een kleiner schip is foldermateriaal ontwikkeld en via de maritieme opleidingen verspreid;
- Reclamedoek onder de Overtoomse brug over de Kostverlorenvaart in Amsterdam-West. Bij brugopening wordt mensen die staan te wachten, gewezen op het feit hoeveel vrachtwagens er anders over de weg hadden gereden om dezelfde lading te vervoeren als het schip dat nu onder de brug doorvaart;
- Het ontwikkelen van een applicatie voor de smartphone. Naar verwachting gereed half 2012.

Naast een imago-offensief werd ook op andere terreinen, zoals wet- en regelgeving, door de brancheorganisaties veel werk verricht voor het Klein Schip project.



## Werkbezoeken

Al in januari werd gestart met een nieuwe reeks werkbezoeken die door het BVB georganiseerd worden. Deze werkbezoeken zijn een echte eye-opener voor de beleidsmakers die vaak voor het eerst in hun leven aan boord van een schip stappen. Het biedt tevens een goede basis om persoonlijke contacten op te bouwen met kamerleden en zodoende een betere lobby-positie in Den Haag te hebben. Hieronder een overzicht van de belangrijkste werkbezoeken in 2011:



Januari: Mw. P. Smeets (links), Tweede Kamerlid PvdA en lid van de vaste kamercommissie Infrastructuur en Milieu



Januari: Medewerkers van het kabinet van Siim Kallas, Europees Commissaris van Transport. Op uitnodiging van INE.



Februari: mw. T. Menssen, Chief Operating Officer Havenbedrijf Rotterdam



Juni: Dhr. M. Huizing, Tweede Kamer fractie VVD



Augustus: Mw. M. Schultz van Haegen, Minister van Infrastructuur en Milieu



Oktober: Mw. I. De Caluwé, Tweede Kamer fractie VVD



• **10, 11 en 12 mei: Construction & Shipping Industry**  
Tijdens de opening van de beurs werd het nieuwe the Blue Road branchemerk officieel geïntroduceerd bij de achterban. BVB-secretaris Kees de Vries gaf een korte speech en onthulde het logo voor de sector door een nieuwe the Blue Road-vlag te hijsen in de binnentuin van de evenementenhal. Gedurende de beurs konden binnenvaartondernemers deze vlag gratis ophalen bij het BVB.

• **24, 25 en 26 juni: Maasbrachter Havendagen**

• **2 tot en met 4 september: Wereldhavendagen**

Ruim 400.000 bezoekers bezochten het eerste weekend van september de Wereldhavendagen in Rotterdam. Het BVB vertegenwoordigde de binnenvaart op dit evenement samen met Nederland Maritiem Land vanuit een tentpresentatie op de Westerkade. Voor de scheepsbezoeken lag zaterdag de ecotanker Amulet aan de kade en op zondag werd deze afgelost door het ms Presto van Duplo Shipping. Op vrijdag was het m/s Maartje onderdeel van het jongerenprogramma. Vooraf ingeplande schoolklassen deden in het ruim mee aan het 'Binnenvaartspel zonder grenzen'. 's Avonds werd er in datzelfde ruim een discussieprogramma 'Havengasten' georganiseerd door Brainworks@2011. Wilco Volker maakte namens het BVB onderdeel uit van een paneldiscussie. Mede door de setting een zeer interessante avond.



• **8 tot en met 11 november: EUROPORT**

Om het jaar vindt de vakbeurs EUROPORT plaats in Ahoy. Hoewel deze beurs een breder publiek trekt dan bijvoorbeeld Construction & Shipping Industry, vindt het BVB het toch belangrijk ook bij deze groep de binnenvaart voor het voetlicht te brengen. Het bood tevens de mogelijkheid om de Binnenvaartagenda uit te reiken aan sponsors die naar de beurs kwamen. Op deze manier worden mensen gericht naar de stand getrokken en is het tevens mogelijk weer even wat sponsors persoonlijk te spreken.

## Beurzen en havendagen

### Jongerencommunicatie

Het BVB ondersteunt samen met het Onderwijs-Centrum Binnenvaart de open dagen op scholen om jongeren enthousiast te maken voor een beroep in de binnenvaart. In sommige gevallen met een bemande stand, in andere met fotopanelen en brochures. Het BVB geeft ook ondersteuning bij diverse andere communicatieprojecten van het OnderwijsCentrum. Daarnaast krijgt het BVB wekelijks aanvragen van jongeren voor het sturen van voorlichtings- en beeldmateriaal over de binnenvaart voor werkstukken, spreekbeurten en presentaties.

### Publicaties 2011

Naast het al eerder genoemde Blue Magazine, verscheen in het najaar de *Verladersinfo*. Deze is meegevoerd als bijlage bij EVO Logistiek en is daardoor bij ruim 6.000 verladers in de bus beland. Hierin uitgebreid aandacht voor de resultaten van het project Maatwerk. Aan het eind van het jaar geeft het BVB een nieuwsbrief uit onder de naam *BVB In zicht* met daarin een overzicht van de belangrijkste activiteiten van het BVB in dat jaar.



### Intermodaal congres

In navolging van eerdere succesvolle gezamenlijke bijeenkomsten, organiseerden de drie voorlichtingsbureaus voor rail, shortsea en binnenvaart op 22 november een congres in het Delta Hotel in Vlaardingen. Het thema was CO<sub>2</sub>modaal, waarbij duurzaamheid en bewust ondernemen centraal stonden. Dagvoorzitter Maarten van Biezen, werkzaam bij de Stichting Natuur en Milieu, liet zien dat intermodaal vervoer door zijn duurzame karakter de wind in de zeilen heeft.

Tijdens het drukbezochte congres konden de bezoekers actief participeren door via het sturen van een sms te reageren op stellingen. Uit een van de stellingen kwam bijvoorbeeld naar voren dat de transportkeuze nog steeds grotendeels wordt bepaald door de prijs en slechts in kleine mate door het argument duurzaamheid.

Er waren drie sprekers uitgenodigd om praktijkvoorbeelden te laten zien van intermodaal vervoer. Namens de binnenvaart sprak Jan Goijaarts, logistiek manager bij Mars Snackfood, die onthulde dat zijn bedrijf via het Maatwerk-project op het punt stond te beginnen met vervoer over water. Slotconclusie van de dag was dat intermodaal vervoer veel mogelijkheden biedt, maar dat de sector dat beter moet bewijzen. Met deze boodschap gaan de voorlichtingsbureaus ook in 2012 weer actief aan de slag!



### Online binnenvaartvoorlichting

In 2010 werd de BVB-website geheel herzien en in 2011 is dit verder uitgebreid. Zo is de vormgeving volledig aangepast aan de nieuwe huisstijl met de komst van het nieuwe branchelogo. De veel geraadpleegde containersailingslist was al eerder in een Google Maps-applicatie gegoten om de gebruiksvriendelijkheid en mogelijkheden te vergroten. Deze map is nu verder uitgebreid en omgedoopt tot 'the Blue Road map'. Naast de terminals met vaste lijndienstverbindingen zijn nu ook de vaarwegen en binnenhavens ingetekend.

Tevens is een zoekfunctie toegevoegd waarbij na het invullen van een postcode of plaatsnaam van de verzend- of ontvangstlocatie in een oogopslag de dichtst bij zijnde containerterminal, binnenhaven en vaarwegen duidelijk worden.

In 2011 bezochten ruim 37.000 bezoekers de website. Zeker de tweede helft van het jaar was er een groei in bezoeken te zien. Dit naar aanleiding van de aandacht rondom the Blue Road, FlexFleet en het werkbezoek van de minister.

### Media

Het BVB is als voorlichtingsbureau voor de media vaak een eerste aanspreekpunt. In 2011 waren onder andere het hoog en laag water, ijs en de stremming naar aanleiding van de gekapseide Waldhof hot topic. Aan het BVB de taak de situatie realistisch weer te geven, maar de berichtgeving waar mogelijk ook positief neer te zetten.

Naast mediavragen wordt bijna wekelijks een beroep op de BVB-medewerkers gedaan voor het zoeken naar een schip voor diverse radio- en televisieprogramma's. Tot slot weet ook de gedrukte media het BVB te vinden voor (cijfermatige) informatie en beeldmateriaal uit het ruime fotoarchief. Zo verscheen in de Transport-bijlage van de Telegraaf een uitgebreid artikel over de binnenvaart. Ook in de Volkskrant dit jaar uitgebreid aandacht voor de binnenvaart. Landelijk is de binnenvaart dus weer geregeld in de kijker gespeeld.



### Sponsordag

Om de BVB sponsors te bedanken voor hun financiële steun en om hen nader bij de werkzaamheden van het BVB te betrekken wordt om het jaar een (familie) sponsordag in een recreatieve omgeving georganiseerd. De basis voor elke sponsordag is een gezellige dag in een ongedwongen, ontspannen sfeer op een leuke locatie. Dit jaar werden de sponsors op 27 augustus verwelkomd de Apenheul in Apeldoorn. Na een kopje koffie werd de dag gestart met een interessant, informatief ochtendprogramma. Kees de Vries en Wilco Volker gaven een toelichting op de BVB-projecten en de kosten die daarmee gemoeid zijn en hoe belangrijk de sponsors dus zijn voor het BVB. Daarna gaf Marco Huijsman, projectleider van Maatwerk Voorlichting Binnenvaart, een update van alle nieuwe contacten die zijn gelegd met potentiële verladers. Na het programma en een gezamenlijke lunch, konden de sponsors met elkaar en hun gezinnen de Apenheul bezoeken.



### Binnenvaartcafé

In 2011 is in samenwerking met het Havenbedrijf Rotterdam een nieuw initiatief gestart. In navolging van het Spoorcafé is er vanaf nu ook een Binnenvaartcafé. Het Binnenvaartcafé is een netwerkbijeenkomst voor alle partijen die deel uitmaken van de logistieke keten waar binnenvaart onderdeel van uitmaakt. Eigenlijk de gehele branche. Tijdens een inhoudelijk deel worden actuele onderwerpen rond een wisselend thema besproken en vertellen interessante sprekers hun praktijkverhalen. Zo vond op 22 september het eerste Binnenvaartcafé plaats in het World Port Center. Drie sprekers gaven hun visie op het thema Ketenoptimalisatie in de containerbinnenvaart.

Middels het Binnenvaartcafé hoopt het BVB meer betrokkenheid te creëren en een netwerk op te bouwen met mensen die de binnenvaart een warm hart toedragen. Door uitwisseling van ideeën en ervaringen vanuit diverse invalshoeken door de verschillende partijen in de keten kunnen de deelnemers van elkaar leren en samen de markt naar een hoger plan tillen. In 2012 volgt de tweede bijeenkomst waarbij het thema 'duurzaamheid en innovatie' centraal staat.

### Europese binnenvaartpromotie

Het BVB is voor de binnenvaart ook op Europees niveau actief. Middels een lidmaatschap in de Europese organisatie Inland Navigation Europe (INE) en door participatie in het project Platina. Op 24 januari werd op feestelijke wijze in Brussel gevierd dat INE 10 jaar bestond. INE heeft zich in die 10 jaar ontwikkeld tot een professionele belangenbehartiger in Brussel.

### Presentaties

Het BVB geeft met grote regelmaat binnenvaartpresentaties voor een uiteenlopend publiek. De toehoorders wordt meer over de mogelijkheden en voordelen van de binnenvaart verteld en getoond. Een kleine greep van presentaties in 2011:

- 03-03 Verladersbijeenkomst in Heerenveen
- 02-05 Amerikaanse leger
- 09-11 Meet & Greet in Groningen
- 10-11 MCA Noord-Brabant
- 07-12 Gelderland Vervoert
- 12-12 Hengelo No Rail
- 22-12 Ondernemersdag Peters & v. Sandijk
- 28-12 Jaarvergadering ONS
- 31-12 Telematicadag

## Gecomprimeerde Resultatenrekening 2011

Projecten / activiteiten	LASTEN	Werkelijk	Begroot
Distributie magazine en promotiemateriaal, bijdrage RPPC, nieuwsbrief Verladersinfo, personele ondersteuning, logistieke evenementen, ontwikkeling strategie, positionering binnenvaart, intermodaal congres, kantoorkosten, website, uitwerken strategie duurzaamheid	Ondersteuning Maatwerk Voorlichting	€ 105.007,-	€ 105.042,-
Bijdrage Inland Navigation Europe, Platina	Internationale binnenvaartcommunicatie	€ 67.899,-	€ 70.000,-
Werkbezoeken en informatiebijeenkomsten, vraagbaakfunctie, intermodale communicatie i.s.m. VSS en RCIN o.a. gezamenlijk drukwerk, werkbezoeken en presentaties, bijdrage ELC, IDVV	Intermediaire en intermodale communicatie	€ 8.952,-	€ 5.200,-
Proeftuin Maritieme Innovatie, sponsorthemadag, positionering binnenvaart (o.a. Wereldhavendagen, reizende expositie en presentatie-/ promotiemateriaal), beursdeelname Construction & Shipping Industry, beursdeelname Europort, BVB website toepassingen, nieuwsbrief, jaarverslag, Binnenvaartagenda 2011, sponsorwerving en vlaggen, expomateriaal.	Corporate communicatie	€ 184.593,-	€ 178.532,-
Advertenties, abonnementen, relatiegeschenken, ontwikkeling film	Support activiteiten	€ 4.352,-	€ 4.150,-
Loonkosten, reiskosten, communicatie OCB, externe consultancy kosten, dagelijks bestuur, pensioenen, personeelskosten onvoorzien, gedifferentieerde premie minus doorbelaste personeelskosten projecten	Personele kosten	€ 179.753,-	€ 173.350,-
Bedrijfswagen, systeembeheer, huur- en servicekosten, kopieerkosten, telefoon/fax, portokosten, kantoorbenodigdheden, handelsdrukwerk, automatisering, verzekeringen, internet/ e-mail gebruikskosten	Kantoorkosten	€ 56.054,-	€ 68.100,-
Representatiekosten, kantinekosten, reis- en verblijfkosten, administratie-/ registeraccountantskosten, bankkosten, overige algemene kosten	Overige kosten	€ 8.863,-	€ 8.550,-
	Resultaat overschot	€ 13.543,-	
	<b>TOTAAL LASTEN</b>	<b>€ 629.017,-</b>	<b>€ 612.924,-</b>
	<b>BATEN</b>	<b>Werkelijk</b>	<b>Begroot</b>
	Inkomsten bedrijfstak binnenvaart	€ 132.043,-	€ 125.750,-
	Bijdrage Ministerie I&M	€ 184.033,-	€ 184.042,-
	Bijdrage Havenbedrijf Rotterdam	€ 80.000,-	€ 78.500,-
	Bijdrage Haven Amsterdam	€ 10.200,-	€ 10.200,-
	Overige inkomsten	€ 220.490,-	€ 207.285,-
	Rente depositorekeningen	€ 2.251,-	€ 2.000,-
	Resultaat tekort		€ 5.147,-
	<b>TOTAAL BATEN</b>	<b>€ 629.017,-</b>	<b>€ 612.924,-</b>

## Financieel Jaarverslag 2011

Het boekjaar 2011 is afgesloten met een overschot van € 13.543,-, terwijl het jaar werd gestart met een begroting die een tekort van € 5.147,- vertoonde. Om dit resultaat te bereiken heeft het Bureau Voorlichting Binnenvaart (BVB) waar mogelijk bezuinigd, met name op de kantoorkosten. Wat ook heeft bijgedragen aan het overschot, zijn de sponsorinkomsten. Deze waren vooraf zeer voorzichtig begroot wegens de slechte economische situatie in de bedrijfstak. Desondanks zijn deze inkomsten ruim € 6.000,- hoger uitgevallen dan begroot. Dit is een zeer positieve ontwikkeling.

De significante sponsoring vanuit met name het ministerie van Infrastructuur en Milieu en ook het Havenbedrijf Rotterdam als ook van de Haven Amsterdam heeft in 2011 geresulteerd in een totaalbijdrage van € 274.233,-.

Aanvullend op het reguliere subsidiebedrag heeft het ministerie een aanvullende subsidie ter beschikking gesteld, specifiek voor het project Maatwerk Voorlichting Binnenvaart. In dit project is een daadwerkelijke modal shift van de weg naar het water als doel gesteld middels logistiek advies op maat. Van dit extra subsidiebedrag is in 2011 € 105.042,- via de reguliere beschikking aan het BVB uitgekeerd, met als opdracht dat het bedrag wordt besteed aan activiteiten die ondersteunend zijn aan het project en binnen het takenpakket van het BVB passen. Het resterende bedrag van deze subsidie, (€ 189.075,- in het jaar 2011) loopt via een aparte projectenrekening met een eigen begroting. Dit bedrag wordt besteed aan logistieke activiteiten door logistieke consultants. Het verloop van de financiën van dit totale project wordt toegelicht in een aparte bijlage van de jaarrekening.

Het Bureau Voorlichting Binnenvaart participeert in het Europese Project Platina. Het is een meerjarig project dat eindigt in 2012. Per projectjaar, lopend van juni tot en met mei, worden gemaakte kosten vergoed. De uitgaven staan derhalve gelijk aan de inkomsten.

Bij de post 'Personele kosten' worden de daadwerkelijke loonkosten verantwoord door gemaakte uren van vaste medewerkers voor externe projecten daarop in mindering te brengen. Deze uren worden op projectbasis vergoed.

J. Vogelaar, penningmeester

#### **Dagelijks bestuur**

Het bestuur van het BVB bestaat uit vertegenwoordigers van de binnenvaartorganisaties.

Voorzitter: R.W.F. Kortenhorst, vice-voorzitter: H.J. van der Velde (Christelijke Bond voor Ondernemers in de Binnenvaart), secretaris: C.J. de Vries (Koninklijke Schuttevaer), penningmeester: J. Vogelaar (Centraal Bureau voor de Rijn- en Binnenvaart).

#### **Overige Bestuursleden**

W. de Jong (Nederlandsch Binnenvaartbureau), L. van Waardenberg (Vereniging van Sleep- en Duwboot-eigenaren 'Rijn- en IJssel'), G. Kester (Onafhankelijke Nederlandse Schippersvakbond). Dit jaar heeft Siem van Ruiten van het NBB, na zich ruim twintig jaar te hebben inzet voor het BVB, het stokje overgedragen aan de heer W. De Jong.

#### **Commissie van Toezicht**

S.M. van Ruiten, A. de Weerd, P. Romijn (m.s. Alm).

#### **Colofon**

Deze uitgave is het beknopte jaarverslag 2011 van Bureau Voorlichting Binnenvaart, Vasteland 12e, 3011 BL Rotterdam  
telefoon: 010-4129151  
fax: 010-4330918  
internet: [www.bureauvoorlichtingbinnenvaart.nl](http://www.bureauvoorlichtingbinnenvaart.nl),  
e-mail: [info@bureauvoorlichtingbinnenvaart.nl](mailto:info@bureauvoorlichtingbinnenvaart.nl)

#### **Bureau Voorlichting Binnenvaart**

Het BVB kent vier vaste medewerkers: Wilco Volker, (marketing manager), Petra Figeo (pr en communicatie), Dinie Schuitema (assistente pr en voorlichting) en Monique Keller (office manager). Monique Rook is als freelance communicatieadviseur aan het BVB verbonden. Ex-werknemer Henk van Laar is als logistiek consultant inzetbaar. Marco Diepeveen werkt twee dagen per week voor het BVB als relatiemanager en logistieke ondersteuning. Kees de Vries heeft als secretaris de dagelijkse leiding over het team en de werkzaamheden van het BVB.

#### **Maatwerk Voorlichting Binnenvaart**

Het Maatwerk-team bestaat uit 4 personen. Marjan Kruijsdijk (project assistente), Marco Huijsman, Nico Schoonen en Miranda Volker (logistiek consultants).

#### **Vormgeving:**

Studio dod

#### **Fotografie:**

Bureau Voorlichting Binnenvaart

#### **Tekst en coördinatie:**

Petra Figeo en Monique Keller