



WINKELIERS- EN
ONDERNEMERSVERENIGING ZETTEN

ZETTEN

Plan van
Aanpak

BIZ CMW
Centrum Management WIZET

1 Januari 2023 t/m 31 December 2027



INLEIDING

Dit Plan van Aanpak is opgesteld door de initiatiefgroep BIZ CMW, bestaande uit het bestuur van de WiZet en betrokken ondernemers uit het centrum van Zetten. De ondernemers hebben wederom de wens uitgesproken om samen een BIZ op te zetten in Zetten. De initiatiefgroep heeft lering getrokken uit het proces van afgelopen jaar en hierop dit plan aangepast. De aanpassingen zijn onder andere het voor de stemming loslaten van de vastgoedpartijen en het creëren van een breder draagvlak onder de ondernemers. Op dit moment is de situatie zo dat er op een dergelijke manier geen collectieve samenwerking plaats vindt in Zetten. Er zijn nog teveel free-riders. Jaarlijks worden activiteiten gepland en een budget bepaald en geworven. Er is een erg actieve winkeliersvereniging. Gedurende het proces om de BIZ CMW op te zetten bleek dat er binnen het enthousiaste bestuur en winkeliers een grote energie bestaat om de resultaten van de WiZet, meerjarig, te borgen voor de toekomst. De groep uit het centrum van Zetten krijgt letterlijk en figuurlijk ondersteuning van een grote groep ondernemers van buiten het centrum. Deze samenwerking zal blijven bestaan. We gaan de samenwerking met de vastgoedeigenaren de komende vijf jaar intensiveren om ze uit te dagen mee te gaan werken en betalen aan een toekomstbestendig centrum van Zetten. De WiZet heeft de afgelopen jaren een gedegen activiteitenplanning opgezet en hiermee is de binding tussen de ondernemers zeer krachtig geworden. Ook werkt de WiZet en straks de BIZ CMW samen met diverse andere stakeholders in het gebied. Hierbij kunt u denken aan Vastgoedondernemers, Zicht op Zetten, de Dorpsraad en het Dorpshart Zetten.

Een samenwerking als een BIZ-vereniging zal vele voordelen gaan bieden voor Zetten. Een aantal redenen omschrijven we hieronder:

1. Samenwerking levert korte lijnen met gemeente en andere belangrijke partners op
2. Mogelijkheid tot meer gestructureerd werken met een gedegen plan en de nodige financiën om aan wensen/vragen te kunnen voldoen (bijvoorbeeld sfeerverlichting, evenementen, groen en extra aankleding van de openbare ruimte)
3. Door middel van een BIZ ontstaat een sterke gesprekspartner met gemeente om bijvoorbeeld een prettiger woon- en werkgebied te realiseren (bijvoorbeeld samenwerking voor de herontwikkeling en inrichting openbare ruimte).

We hebben samen gekeken naar de mogelijkheden om de inzet voor het centrum van Zetten verder uit te bouwen. Hierbij zijn de volgende zaken aan bod gekomen:

EVENEMENTEN

- Sfeer en beleving openbare ruimte
- Marketing, promotie en externe communicatie
- (Nieuwe) services
- Visieontwikkeling en beleidsvorming
- Schoon, heel en veilig
- Branchering en leegstand
- Bereikbaarheid en parkeren
- Monitoring
- Interne communicatie

In dit document willen we alle relevante zaken de revue laten passeren. Waarin duidelijk naar voren komt dat resultaat, daadkracht en doen voorop staan en daarom is dit document praktisch ingestoken.

De huidige situatie vraagt meer dan voorheen om door samenwerking tot de juiste oplossingen te komen. Door innovatief te zijn, elkaar iets te gunnen, beter samen te werken, nog creatiever te zijn en samen de schouders er onder te zetten.

Ondernemers (winkeliers en horeca) en gemeente Overbetuwe werken intensief samen om het winkelgebied van Zetten levendiger en aantrekkelijker te maken.

Hierbij hebben we samen de volgende strategische uitgangspunten gedefinieerd voor de nieuwe BIZ-periode:

LEVENDIG & BELEVING
ECONOMISCH VITTAAL
HERKENBAAR & ONDERSCHIEDEND



Foto's: Fotografie Marco Hamelink, Zetten

Wat is een BIZ

De Wet op de bedrijveninvesteringszones (BIZ) biedt de mogelijkheid om gebiedsgericht een financiële bijdrage van alle ondernemingen in te stellen. De Rijksoverheid heeft in de periode 2009-2012 geëxperimenteerd met de Experimentenwet Bedrijveninvesteringszone (BIZ) om een wettelijk kader te scheppen voor fondsvorming. Een BIZ is een uniek instrument om de kosten voor het verbeteren van de kwaliteit van een winkelgebied te verdelen over alle individuen. Voorwaarde is wel dat een meerderheid van degene die meebetalen daarmee instemt en is daarmee volstrekt democratisch. Op basis van de evaluatie van de Experimentenwet is gebleken dat het voor gemeenten en ondernemers wenselijk is om op structurele basis te voorzien in de mogelijkheid van een gebiedsgericht bestemmingsheffing voor gezamenlijke investeringen in de kwaliteit van de bedrijfsomgeving. De definitieve Wet BIZ is vanaf 1 januari 2015 van kracht.

STAND VAN ZAKEN

Begin 2020 sloeg het COVID-19 virus hard toe. In 2021 kregen we het vervolg daarop. Nu spelen de oorlog in de Ukraine, de stikstofcrisis, de inflatie en de te verwachten recessie een grote rol. Al met al een verwarrende tijd waarin veel retailers, horecaondernemers en dus ook winkelgebieden zochten en zoeken naar nieuwe manieren om omzet vast te houden en te kunnen blijven ondernemen. Gelukkig zijn we in Zetten met onze bekende gastvrijheid en meer ruimte voor elkaar of bijvoorbeeld private shopping allemaal open en laten de nodige creativiteit zien om elkaar te blijven steunen en ondernemen.

Nu is het zeker tijd om vooruit te kijken! Hoe moeilijk dat ook lijkt te zijn. We hebben met een dergelijke crisis namelijk geen enkele ervaring. Geen enkel voorbeeld of rekenmodel kunnen we gebruiken. Alleen ons fingerspitzengevoel en ondernemerschap zijn de pijlers waarop we

kunnen vertrouwen. Toch moeten we vooruitkijken. Hoe moeilijk dat ook is midden in de coronacrisis. Wat zal de impact van de genoemde crises op uw onderneming en op winkelgebieden op de korte- en middellange termijn zijn? Samen de schouders er onder zetten is belangrijker dan ooit tevoren. Samenwerken aan een Centrum van Zetten vergroot de kans op succes en samenwerken heeft in de moeilijke periode die achter ons ligt zich overduidelijk bewezen.

Om de vraag over de gevolgen maar meteen en duidelijk te beantwoorden: de impact van de crises op uw onderneming en het winkelgebied in Zetten zal groot zijn, erg groot, en we krijgen een herverdeling in het retaillandschap, de (lokale) horeca zal niet meer zijn zoals voor de crisis. Geen verrassing, maar een versnelde herverdeling zoals die de afgelopen jaren al is ingezet. Zoals door meerdere trendwatchers en retail deskundigen aangegeven zal de transitie van binnensteden nu versneld de binnensteden gaan beïnvloeden. Deze deskundigen praten van het versnellen van vijf naar een jaar. Een bedreiging maar zeker ook een kans. En deze kans kunnen de ondernemers in het centrum door een gedegen samenwerking vastpakken en dus aan.

1. MINDER WINKELS

De trend is al jaren dat er minder vraag is naar vierkante meters detailhandel. Niet alleen omdat er meer verkoopkanalen voor producten en diensten bijkwamen maar zeker ook door traditionele zelfstandige ondernemers en grootwinkelbedrijven die de snelheid van de wijzigingen niet bij konden houden. Een belangrijke reden is ook dat een openbaar gebied niet makkelijk van kleur te veranderen is. Daarnaast verminderde de grootwinkelbedrijven het aantal vestigingen in het land. We zullen nu met deze versnelde transformatie moeten zorgen dat de juiste retailers en horecabedrijven aan het centrum van Zetten gekoppeld blijven. Nieuwe vormen van horeca kunnen hun intrede doen, sneller dan we denken. Proef Zetten, wel met de juiste smaak!

Het consumentenvertrouwen heeft al een behoorlijke knauw gekregen, of die op de korte of zelfs middellange termijn terugkomt is maar de vraag. We zijn en blijven een keteneconomie, als een van de radartjes bijna stil komt te staan heeft dat direct gevolgen voor de gehele economie, dus ook voor het centrum van Zetten.

Alle gesprekken en bijeenkomsten de afgelopen maanden hebben een schat aan waardevolle en bruikbare informatie opgeleverd. Zo hebben we de meeste betrokken ondernemers persoonlijk gesproken. Extra bijeenkomsten georganiseerd voor de vastgoedeigenaren en ook de criticasters een podium gegeven om mee te denken over de toekomst van het centrum van Zetten. Wat hebben we daaruit opgehaald? Denk hierbij aan creatieve en concrete ideeën, een andere visie en gedachte over de toekomst van winkelgebieden, oplossingen voor prangende vraagstukken en soms makkelijk op te halen laaghangend fruit. Maar natuurlijk hebben we ook evenzovele uitdagingen kunnen benoemen.

Met bovenstaande strategische uitgangspunten en de uitkomsten van alle gesprekken kunnen we per uitgangspunt de volgende thema's benoemen:

LEVENDIG & BELEVING
CULTUUR
EVENEMENTEN
ONTMOETEN

ECONOMISCH VITAAAL
AANBOD
LEEGSTAND
SAMEN

HERKENBAAR & ONDERSCHIEDEND
LOKAAL
INRICHTING
PROMOTIE – CITYMARKETING
SFEER

Alle genoemde zaken zullen aan bod komen in dit nieuwe Plan van Aanpak die als een menukaart gebruikt kan worden bij het opbouwen en uitwerken van een mooi centrum van Zetten met de juiste samenwerkingen.



2. LOKAAL GENIETEN EN WINKELN WORDT POPULAIRDER

We zien ook de laatste maanden een ontwikkeling ontstaan om juist meer lokaal te gaan kopen. Het was voor de coronaperikelen al aanwezig, er is duidelijk een tendens om binnen de eigen gemeente en op een vertrouwd adres te kopen. Gastvrijheid, kennis en kunde van het product en de klant worden meer en meer belangrijke argumenten om onder andere de digitale wereld links te laten liggen. Ook door de coronacrisis zijn dichtbij, bereikbaar en veiligheid steeds belangrijker aan het worden. Voor de consument staat lokaal winkelen en genieten dus voor hoge kwaliteit, authenticiteit, betrouwbaar, transparant, veilig en duurzaam. Het zorgt voor een grotere binding met het product én de ondernemer en geeft consumenten een goed gevoel.

Tijdens de coronacrisis zien we veel consumenten onder de noemer #shoplokaal de lokale ondernemers steunen. Deze lokale ondernemers maken het centrum van Zetten uniek en onderscheidend. De lokale ondernemers moeten dus geholpen worden en blijven. Mogelijk versterkt de coronacrisis de loyaliteit van consumenten naar hen toe. Solidariteit, creativiteit en beschikbaarheid van fysieke producten heeft een andere lading gekregen. We weten dat consumenten een kort geheugen hebben en waarschijnlijk na corona weer snel terugvallen in hun gebruikelijke patronen, maar duidelijke en sterke communicatie met de lokale beschikbaarheid opgeteld met de trend van transparant en duurzaam lokaal kopen, kan de groei van de lokale winkelier wel blijvend versterken.

Daarnaast moeten we in ogenschouw nemen dat vanuit het duurzaamheidsbeginsel het rondrijden met vele dozen en schaamteloos terugsturen van producten misschien ook wel haar langste tijd heeft gehad. Zalando gooit niet voor niets een proefballonnetje op met bezorg- en retourkosten.

Al deze argumenten zijn de basis voor de samenwerking binnen de BIZ CMW en met alle stakeholders. Al deze argumenten zijn de basis voor de zaken die we de komende jaren samen aan zullen pakken. Al deze argumenten zijn de basis voor uw toekomst.

3. HET ZETTENSE CENTRUM WORDT EEN ONTMOETINGSPLEK

Van Place to Buy naar Place to Be in een snelkookpan. Verduurzamen, ontmoetingsplaatsen creëren, de juiste sfeer en beleving toevoegen, wonen en (kantoor)werken toevoegen, zorg en welzijn, allemaal stappen die we versneld moeten zetten om het centrum van Zetten toekomst bestendig te maken. Een plek waar een consument graag langer verblijft dan vooraf gedacht. We moeten de consument verleiden! Elke dag weer.

Het vraagt om functieverbreiding in een compacter gebied. Horeca, dienstverlening, leisure, cultuur, wonen, werken, evenementen, markten, groenvoorzieningen: het hoort allemaal thuis in de Zettens centrum van de toekomst. Maar ook niet-traditionele ontwikkelingen zullen er zijn: er zullen nieuwe creatieve en innovatieve concepten ontstaan waar we nu het bestaan nog niet van kunnen bedenken. We zullen daar open minded naar moeten kijken.

In het centrum van Zetten kan deze functieverbreiding zich vertalen door toevoeging van bijvoorbeeld de fysiotherapeut, het ouderenloket, een kinderdagverblijf, het wijkcentrum, de sportschool, et cetera. De aanleiding voor het bezoek op deze manier vergroten door voorzieningen bij elkaar te plaatsen creëert een toekomstbestendig winkel- en verblijfsgebied. Hiermee kunnen we de leegstand tegengaan en invullen.

De verleiding dient gedragen te worden door een uitstraling en identiteit die passend is bij het verzorgingsgebied. Creëer een winkelgebied dat optimaal past bij de bezoekers (definieer die!) en bewoners, waardoor zij niet ergens anders gaan winkelen. Dit is de enige manier om binding met de doelgroep te vergroten.

Versnelde veranderingen, misschien geen verrassingen

We moeten vooruitkijken met deze ontwikkelingen die versneld plaats zouden kunnen vinden. Belangrijkste conclusie is wel dat er geen grote verrassingen gaan komen. De snelheid en de plotselinge impact zijn de grootste factoren. Het aantal winkel-vierkante meters blijft dalen waardoor winkelcentra een andere kleur zullen moeten krijgen. Ook de horeca zal nieuwe formules moeten ontdekken en omarmen. Daarnaast zal er een transitie op gang komen

aanpak & uitvoering

waarmee we wonen, werken, zorgen en vele andere en nieuwe activiteiten in het centrum zien landen. Maar we moeten de creativiteit en inventiviteit van de Zettense ondernemers en de samenwerking die we hebben opgebouwd de afgelopen jaren niet onderschatten.

We zijn gedwongen om na te denken over een nieuw type centrum. Nieuwe vormen van horeca, uitgaan, verblijven, ontmoeten, beleven, proeven! We moeten naar het centrum kijken vanuit elk perspectief, zowel sociaal, economisch als maatschappelijk. Samen werken aan een (nieuw) Zetten Centrum!

AFBAKENING WERKGEBIED

Het belangrijke criterium voor de gebiedsafbakening is dat de publieksgerichte functies binnen het afgebakende gebied direct of indirect rendement krijgen van de activiteiten of projecten die de Stichting BIZ CMW oppakt. Daarnaast dient de gebiedsafbakening ook ruimtelijk gezien logisch te zijn. Uiteraard moet de afbakening aansluiten bij de centrale doelstelling: investeringen dienen het ondernemersklimaat in Zetten te versterken en de economische aantrekkingskracht te versterken. Zo hebben de initiatiefnemers, ook op basis van het verleden, het gebied bepaald. Zo hoort ook de Wanmolen bij het centrum, geen centrum zonder Wanmolen. Geen Wanmolen zonder centrum! De kruisbestuiving heeft voor alle partijen vele voordelen in de samenwerking.



ANDERE WERELD VRAAGT NIET OM HALVE (METER) MAATREGELEN

We zullen zoveel mogelijk op het door de WiZet uitgestippelde pad moeten blijven, natuurlijk wel met de realiteit van de hiervoor geschetste situatie en (on)mogelijkheden. Alleen als we alle stakeholders aan boord houden en er samen voor zorgen dat de economie weer gaat draaien, de ruimte op de juiste wijze gebruikt kan worden en er voor iedereen een plaats is.

De afgelopen jaren hebben we de basis gelegd voor de samenwerking tussen alle partijen die betrokken zijn bij het centrum van Zetten. De belangrijkste doelstellingen hierbij waren en zijn: het algemene beeld van het centrum van Zetten te verbeteren door te investeren in promotie, een gevarieerd aanbod aan beleving, kwaliteit van de openbare ruimte en het aanbod van voorzieningen.

Er is gekozen voor een drietal strategielijnen welke uiteenvallen in meerdere uitvoerende thema's. Hieronder zullen we ze beschrijven met telkens het doel van het strategische uitgangspunt en ideeën voor de uitvoering.

LEVENDIG & BELEVING

Meer loop naar het centrum van Zetten creëren, meer "bedrijvigheid" waar bezoekers gewoon naar kunnen kijken zonder actief deel te nemen. Vergroten van de sociale veiligheid gedurende alle uren van de dag. Meer doelgroepen bedienen, niet alleen voor het uitgavepatroon bij de winkels en horeca maar ook om elkaar te ontmoeten waardoor de sociale cohesie wordt versterkt. We zullen de inkomenspositie van het mkb versterken en versterken het centrum van Zetten met betrekking tot cultuur, toerisme en recreatie.

Zaken waar we zeker aandacht aan dienen te besteden zijn hierbij welke functies voor welke doelgroepen we kunnen definiëren. Hoe zorgen we voor een juiste mix tussen de off-line en de on-line wereld. Hoe betrekken we cultuur bij het centrum van Zetten.

CULTUUR

Geen dorp zonder cultuur, geen cultuur zonder dorp. Het centrum van Zetten is bij uitstek een plaats waar we de culturele- en creatieve sector kunnen laten landen. Het brengt mensen bij elkaar. De school geeft al het goede voorbeeld. Zo verbinden we de jeugd aan het dorp en aan de ondernemers.

We gaan de creatieve sector laten landen in het dorp, bieden ze ruimte om te creëren. Geven ruimte om te exposeren. We gaan de culturele sector uitdagen om de straat op te gaan en daar op te treden. Verbindingen leggen tussen binnen en buiten. Letterlijk en figuurlijk.

EVENEMENTEN

Het centrum van Zetten kent al vele evenementen die mede worden georganiseerd en gefinancierd door ondernemers, stakeholders en vastgoedeigenaren. De afgelopen jaren is gewerkt aan evenementen die breed gedragen worden door het centrum van Zetten, natuurlijk zijn er evenementen van winkeliers en van de horecaondernemers afzonderlijk maar ze hebben allemaal effect op het centrum. Er is plaats voor de juiste afstemming en begrip voor elkaars standpunten. We vertalen evenementen en activiteiten ook naar kleinschalige en letterlijk bewegende activiteiten in het centrum. We creëren een beeld: "er is altijd iets te doen in het centrum van Zetten". Daarnaast leggen we verbindingen naar cultuur en creatie en de combinatie naar communicatie, aankleding en groen. (sfeer/kleur en beleving)

ONTMOETEN

Winkelcentra transformeren van de Place to Buy naar de Place to Be en Place to Stay. We zullen dat moeten faciliteren. Dat vraagt veel van de inrichting van de openbare ruimte. Niet alleen het toevoegen van groen is dan voldoende. Er moeten plekken ingericht worden voor het ontmoeten van jong en oud, gericht op jong en oud maar ook afzonderlijk. Kunst Cultuur, Sport, Recreatie en Zorg verdienen hierbij aandacht en een plaats. Letterlijk en figuurlijk. We moeten sfeer en gezelligheid in het centrum brengen. Passend bij het centrum en passend bij de bezoekers die we graag willen ontvangen. De combinatie zal gelegd moeten worden naar groen, water, routes, bewegen en evenementen. Doordat ontmoeten de ogen op de straat zijn zal het ook de veiligheid verhogen, al hebben we daar ook wel extra aandacht voor nodig.

ECONOMISCH VITAAAL

Alleen een economisch vitaal centrum nodigt uit om te bezoeken. Alleen een centrum met de juiste "kleur" en dus de juiste (nieuwe) functies zal het bezoeken waard zijn. Een economisch vitaal dorpschart voorkomt leegstand en zorgt voor een aantrekkelijk klimaat bij de ondernemers. Er zullen keuzes gemaakt moeten worden waar het gebied voor staat. Het profiel draagt daardoor ook bij aan de keuzes die gemaakt moeten worden voor de eventuele transitie en (her)inrichting.

AANBOD

Het moet de ambitie zijn om in een vitaal centrum van Zetten een uniek en divers aanbod te (kunnen) bieden. We zullen dat moeten bereiken door een centrum te vormen wat gemaakt wordt door de couleur locale. Gastvrijheid staat hoog in het vaandel. We zullen lef moeten tonen met een nieuw en verrassend aanbod. Kwaliteit staat op één. Niches uitzoeken en onderscheidend durven zijn en blijven. Volhouden! Ook zullen we durf moeten tonen als het gaat om nieuwe concepten. We zullen de combinatie leggen naar de identiteit en uitstraling van het dorp. (marketing) en dat duidelijker uitdragen.

LEEGSTAND

Het centrum van Zetten dient over drie jaar geen noemenswaardige leegstand meer te hebben. Op diverse plekken in het dorp kunnen we wonen, werken en zorgen. Hierdoor ontstaat een levendig dorp wat economisch vitaal is. We stimuleren de lokale ondernemers en werken met alle stakeholders nauw samen. Gunnen elkaar een mooie toekomst. Zorgen door de juiste mix van retail, mode en horeca voor de juiste kleur in elke straat en gebied. We dagen vastgoed-ondernemers uit om goed voor hun panden te zorgen, samen met de ondernemers en de gemeente Overbetuwe.

SAMEN

De basis hebben we de afgelopen jaren als dorp samen gebouwd, een sterk fundament. Hierop bouwen we de komende jaren voort. Samen koersen we scherp aan de wind, de uitdagingen zijn er. Het vertrouwen om er samen sterker uit te komen ook. De samenwerking komt tot uiting in de visie, missie en overlegstructuren. Met een gezamenlijk doel en gedeelde verantwoordelijkheid.

Samen is ook de verbinding naar de omgeving en alle hiervoor al genoemde stakeholders. Van Culturele sector, de creatieve wereld, Vastgoedeigenaren, Gemeente en Provincie en alle andere betrokken partijen. Met maar één doel: een sterkere, Centrum van Zetten. Waarbij iedereen op vrijwillige basis kan bijdragen als ze niet tot het BIZ-gebied behoren. Het BIZ-bestuur zet in ieder geval de stap naar voren!

HERKENBAAR & ONDERSCHIEDEND

De vindbaarheid en identiteit van het centrum van Zetten dienen herkenbaar en onderscheidend te zijn. Het merk zal sterk neergezet moeten worden, passend binnen de City-marketingstrategie van Overbetuwe en onze "plaats" in de Betuwe. Een dorpscentrum is niet meer alleen een belangrijke aankoopplaats. Consumenten zijn steeds meer op zoek naar een totaal beleving, waardoor onder andere sfeer, het aanbod aan culturele activiteiten, de aanwezigheid van horeca-gelegenheden en evenementen samen met het detail- handelsaanbod de kwaliteit van het centrum bepalen. Het aanbieden van arrangementen, afgestemd op een bepaalde doelgroep, biedt daarbij kansen om consumenten aan te trekken. Dat alles zal herkenbaar en onderscheidend gecommuniceerd moeten worden.

LOKAAL

We willen in het centrum van Zetten een onderscheidend aanbod creëren. Lokale ondernemers met de verbinding naar het DNA van het centrum en de bewoners. Verbinden en samenwerken is het doel. Ook met het achterland. Zo is onze historie. Hiermee verhogen we de betrokkenheid bij het dorpscentrum, van de ondernemers en de bezoekers.

INRICHTING

De middelen van de BIZ CMW 2023-2027 zullen ook worden besteed voor de verdere inrichting (aankleding) van het dorp. Ondernemers geven aan dat het centrum wat 'kil' aandoet en dat de consument meer gebonden kan worden als de beleving zou worden verbeterd.

PROMOTIE - CITYMARKETING

De eenduidige uitstraling naar (potentiele) bezoekers zal worden ingezet om de bekendheid en diversiteit van het dorp en de spots voor recreatie binnen de gemeente te vergroten. De campagne bestaat uit online en offline toepassingen.

We zullen met alle stakeholders de campagne en campagne-middelen onder de loep nemen en hierin keuzes moeten maken. De tijd mag ons niet inhalen. Wat communiceren we wanneer en waarom.

SFEER

De sfeer en de uitstraling van het dorp blijven een zeer grote prioriteit op de agenda van de BIZ CMW. De sfeerverlichting met de feestdagen verdienen aandacht en continuïteit. En die zal het vanaf 2023 krijgen.

We zullen de uitstraling van het centrum professioneel oppakken en zorgen dat we het hele jaar door met alle thema's en gebeurtenissen snel en slagvaardig kunnen reageren. Er is altijd wat te doen in Zetten!

FINANCIERING

Om de bijdrage van ondernemers aan de Vereniging WiZet te borgen, wordt voorgesteld een BIZ CMW voor de komende 5 jaar in te stellen. Hieronder nogmaals de belangrijkste eigenschappen van een samenwerking via een BIZ.

De BIZ-bijdrage is als volgt vastgesteld, volgens een gedifferentieerd bedrag per WOZ-categorie.:

ONDERNEMERS

WOZ WAARDE	AANTAL	BIJDRAGE PER JAAR	OPBRENGST
< 50.000,00	8	€ 200,00	€ 1.600,00
50.001 - 100.000	17	€ 250,00	€ 4.250,00
100.001 - 200.000	24	€ 300,00	€ 7.200,00
200.001 -400.000	15	€ 350,00	€ 5.250,00
400.001 - 1.000.000	5	€ 450,00	€ 2.250,00
> 1.000.001	2	€ 500,00	€ 1.000,00
			€ 21.550,00

Na de inning van de BIZ-bijdragen zal het totaal van deze bijdragen door de gemeente worden uitgekeerd als BIZ-subsidie. Er is geen restitutiemogelijkheid bij vestiging elders gedurende het kalenderjaar.

BEGROTING STICHTING BIZ CMW

BEGROTING BIZ CMW 2023-2027*

INKOMSTEN	2023	2024	2025	2026	2027
BIZ inkomsten	21.550	21.550	21.550	21.550	21.550
Subsidies	n.n.b.	n.n.b.	n.n.b.	n.n.b.	n.n.b.
Vrijwillige bijdragen	n.n.b.	n.n.b.	n.n.b.	n.n.b.	n.n.b.
TOTALE INKOMSTEN	25.050	25.050	25.050	25.050	25.050

UITGAVEN	2023	2024	2025	2026	2027
Levendig & beleving	15.500	15.500	15.500	15.500	15.500
Economisch Vitaal	2.550	2.550	2.550	2.550	2.550
Herkenbaar & Onderscheidend	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Samenwerken	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
TOTALE UITGAVEN	25.050	25.050	25.050	25.050	25.050

* Het betreft hier een voorlopige begroting. De bedragen zijn indicatief en kunnen jaartijks worden bijgesteld.



BELANGRIJKSTE EIGENSCHAPPEN BIZ

De Wet op de Bedrijveninvesteringszones (BIZ) is per 1 januari 2015 in werking getreden. Met de BIZwet wordt mogelijk gemaakt dat ondernemers extra kunnen investeren in kwaliteit en beleving van hun gebied. Het verplichtende karakter van de BIZ-wet, alle ondernemers betalen mee, zorgt voor concrete projecten, continuïteit en professionaliteit.

Enkele eigenschappen:

- * De BIZ wordt ingesteld voor een afgebakend gebied. Dit betreft het gedeelte 'buiten' waarbij rekening is gehouden met de grenzen van het hoofdwinkelgebied in het centrum-visie;
- * Het initiatief voor het continueren van een BIZ ligt bij de ondernemers;
- * Een BIZ wordt opgericht ter bestrijding van de kosten die verbonden zijn aan activiteiten in de openbare ruimte en het internet, die zijn gericht op het bevorderen van de leefbaarheid, de veiligheid, de ruimtelijke kwaliteit en/of de economische ontwikkeling;
- * Het tarief van de BIZ-bijdrage kan gedifferentieerd worden aan de hand van bijvoorbeeld de WOZ-waarde, het type gebruiker (detailhandel, horeca, dienstverlening) of naar straat/gebied. Er kan tevens een vast bedrag gehanteerd worden. Keuze: tariefdifferentiatie naar WOZ met een minimum en een maximum;
- * Er moet aantoonbaar draagvlak zijn bij de bijdrageplichtigen binnen het afgebakende gebied, alvorens een BIZ wordt gecontinueerd. Hieraan worden meerdere voorwaarden gesteld:
 - de totale respons (ondernemers) bij de draagvlakmeting is minimaal 50%;
 - van de respondenten (ondernemers) is minimaal 2/3 voor;
 - en de voorstemmers vertegenwoordigen meer WOZ-waarde dan de tegenstemmers;
 - na inwerkingtreding van de BIZ geldt deze voor alle ondernemers binnen het afgebakende gebied;
- * De gemeente int de heffing in de BIZzone en keert dit bedrag als subsidie uit;
- * De BIZ kan conform de wet worden opgericht voor een duur van maximaal 5 jaar. Nu opnieuw draagvlak wordt aangetoond willen we verlengen voor 5 jaar.

VOORDELEN BIZ

- * Geen 'free-riders' omdat iedere ondernemer meebetaalt;
- * Er hoeft niet (meer) geleurd te worden voor een bijdrage;
- * De lasten worden gelijk verdeeld omdat alle ondernemers in het centrum meebetalen;
- * Collectieve investeringen komen gemakkelijker van de grond. Bovendien is collectief aankopen vaak goedkoper en effectiever;
- * Zorgt voor een betere uitstraling van de omgeving van de onderneming/het pand;
- * Er is meer budget voor een langere termijn, dus meer slagkracht;
- * Het vergroot onderhandelingskracht van ondernemers richting gemeente;
- * Het is democratisch: iedere ondernemer kan ja of nee zeggen tegen de invoering van een BIZ;
- * Er kunnen via uitvoeringsovereenkomsten duidelijke afspraken worden gemaakt over ieders verantwoordelijkheid;
- * Het vergroot de onderlinge saamhorigheid (tussen ondernemers onderling en met de gemeente).

KEUZES BIZ CMW

Bloedgroepen

Het traject is gestart om de Stichting BIZ CMW op te zetten voor ondernemers van alle niet-woningen in het centrum. Ondernemers vormen één BIZ met zelfstandige en overkoepelende projecten.

De keuze is gemaakt voor een gedifferentieerd tarief op basis van WOZ. Reden voor gedifferentieerd tarief: niet alle straten profiteren in dezelfde mate van de activiteiten van de BIZ en het type ondernemerschap is uiterst divers (van grote keten tot kleine zelfstandige). De toepassing van de WOZ-systematiek impliceert dat objecten in het plangebied gedifferentieerd worden aangeslagen voor een BIZbijdrage.

Het tarief per belastingplichtige zal worden gefixeerd per 1 januari 2022 voor de looptijd van de BIZ (2023-2027).

In het geval van leegstand zal het gebruikersdeel van de heffing niet worden geïnd via de vastgoedeigenaar van het object.

Looptijd

De BIZ zal in de eerste termijn een looptijd hebben van vijf kalenderjaren, met als start 1 januari 2023.

DE WERKGROEPEN

De uitvoering van de organisatie zal zoveel mogelijk gebeuren via de werkgroepen. De werkgroepen kunnen zowel een structureel als een projectgebonden karakter hebben. Een werkgroep kan worden aangestuurd door het bestuur, een bestuurslid of er wordt een werkgroepmanager benoemd. De werkgroepleden zijn zowel afkomstig vanuit de publieke sector als de private sector. Ook niet-partners, zoals culturele instellingen, ambulante handel, banken, inwoners, recreatie, politie of brandweer, kunnen zitting nemen in de werkgroepen. De werkgroepen zullen fungeren als centrale ontmoetingsplek om afspraken te maken over beleids-, plan- en ideevorming over de betreffende onderwerpen waarbij alle betrokken partijen aan tafel zitten. De werkgroepen dienen door de partners erkend te worden en waar mogelijk ook gebruikt te worden om andere overlegstructuren van binnenstadsmanagement te vervangen. Bovendien is het belangrijk dat de personen die zitting nemen in de werkgroepen bepaalde bevoegdheden hebben, zodat zij ook direct actie kunnen ondernemen.

DE ROL VAN DE GEMEENTE

Op meerdere niveaus wordt een betrokkenheid van de gemeente verwacht: zowel als adviseur van het in het bestuur als in de werkgroepen. De ervaring met andere organisaties in Nederland leert dat het voor het goed functioneren van de stichting groot belang is dat de informatie- verstrekking vanuit de gemeente adequaat en goed gecoördineerd is.

Centrum Management WiZet, Antoine Haggenburg, info@wizet.nl 06-25012044
Procesbegeleiding: DM&C, Eric Duffhuis, eric@dmconline.nl, 06-31979225



WINKELIERS- EN
ONDERNEMERSVERENIGING ZETTEN