

BIZ PLAN

Gebruikers

CENTRUM DOESBURG

*“Investeren in een levendig en vitaal stadshart,
waar historie, toerisme en functionaliteit
samenkomen.”*



November 2024
Bestuur SCBD
Kerngroep

Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	1
0. INLEIDING	3
0.1 AANLEIDING	3
0.2 AMBITIE EN DOELSTELLINGEN	5
0.3 WAAROM ZIJN STRUCTURELE FINANCIERING EN SAMENWERKING ZO HARD NODIG?	6
0.4 EEN ROBUUSTE CENTRUMMANAGEMENTORGANISATIE IS ESSENTIEEL	7
0.5 DE TOEKOMSTIGE ROL VAN (VASTGOED)EIGENAREN IN HET CENTRUM	8
0.6 LEESWIJZER	10
1. DE HUIDIGE SITUATIE IN DOESBURG	11
1.1 OORSPRONG STICHTING CENTRUM BELANG DOESBURG	11
1.2 HUIDIGE SCBD-ORGANISATIE	12
1.3 FINANCIËLE BASIS 2024 SCBD	13
1.4 WHAT IF? PERSPECTIEF SCBD BIJ HANDHAVING RECLAMEBELASTING	14
2. WERKING BIZ-INSTRUMENT EN PROCES	15
2.1 DE BIZ-WET	15
2.2 WAT ZIJN DE VOORDELEN VAN EEN BIZ?	16
3. HOE KOMT DE BIZ IN DOESBURG TOT STAND?	19
4. AFBAKENING BIZ-GEBIED	22
5. TARIEFSTELLING	24
6. MEERJARENPLAN	27
6.1 CENTRALE AMBITIE	27
6.2 DOELSTELLINGEN	27
6.3 THEMA'S VOOR HET CENTRUM	29
6.4 MEERJARENPROGRAMMA	29
6.4.1 THEMA 1: SAMENWERKING & ORGANISATIE	29
6.4.2 THEMA 2: IDENTITEIT & PROFILERING	31
6.4.3 THEMA 3: EVENEMENTEN EN PROMOTIE	32
6.4.4 THEMA 4: ONTMOETINGS- EN VERBLIJFSKWALITEIT	33
6.4.5 THEMA 5: BEREIKBAARHEID EN PARKEREN	34
6.4.6 THEMA 6: VITAAL STADSHART	36
7. MEERJARENBEGROTING	38
8. ORGANISATIE BIZ CENTRUM DOESBURG	41

8.1	LOOPTIJD	41
8.2	BEHEER EN UITVOERING	41
8.3	VERANTWOORDELIJKHEDEN BESTUUR	41
8.4	SUBSIDIE, REKENING EN VERANTWOORDING	41
8.5	UITVOERINGSOVEREENKOMST MET GEMEENTE	42
8.6	LOOPTIJD EN BEËINDIGING	42

0. Inleiding

0.1 Aanleiding

Investeren en samenwerken blijft cruciaal

De afgelopen jaren hebben zowel Stichting Centrum Belang Doesburg (SCBD) als de gemeente geïnvesteerd om de binnenstad van Doesburg te verbeteren en aantrekkelijker te maken.

De SCBD heeft niet stilgezeten. Er zijn behoorlijke investeringen gedaan rondom online- en offline marketing van het centrum en de organisatie van toonaangevende evenementen. Daarmee is Doesburg steeds beter op de kaart gezet.

Ook de gemeente heeft geïnvesteerd. Via het project 'Vitale Binnenstad' heeft de gemeente geïnvesteerd in drie belangrijke winkelstraten. Denk hierbij aan de vervanging en uitbreiding van de riolering, een herinrichting van de openbare ruimte en zijn er maatregelen getroffen om het doorgaande verkeer in het centrum te reduceren. Deze ingrepen hebben bijgedragen aan de verbeterde uitstraling van het centrum.

Hoewel er al veel bereikt is, is er nog het nodige werk door de ondernemers uit Doesburg te verricht. Verdere (en structurele) investeringen en samenwerking zijn nodig om het centrum van Doesburg als Hanzestad boeiend, aantrekkelijk en relevant te maken én te houden voor inwoners, recreanten en toeristen.

Dat blijkt bijvoorbeeld uit het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland.¹:

- Uit dit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat Doesburg qua aankopen voor een aanzienlijk deel afhankelijk is van eigen inwoners. Niet alleen in de dagelijkse boodschappen maar ook in het recreatieve segment: 77% van alle aankopen in het recreatieve segment (mode, schoenen, luxe) in het centrum van Doesburg wordt gedaan door inwoners van de eigen gemeente. Omliggende gemeentes hebben hun eigen, veelal grotere kernen of inwoners rijden daar makkelijker naartoe (denk aan Zevenaar, Bronckhorst). Kortom: Doesburg moet haar eigen inwoners koesteren.
- Andersom doen inwoners van Doesburg voor een aanzienlijk deel aankopen buiten de eigen gemeente. Van alle 'recreatieve aankopen' blijft grofweg 1/3^e in de eigen gemeente, 1/3^e gaat naar andere gemeenten (met Arnhem voorop) en bijna 1/3^e loopt via het onlinekanaal. Het is dus een uitdaging om zoveel mogelijk euro's 'binnenboord' te houden.
- Uit beoordelingen van consumenten scoort het centrum van Doesburg vergelijkbaar ten opzichte van andere centra van vergelijkbare omvang (de benchmark). Met name op gebied van winkelaanbod, parkeren auto, stalling fiets, bereikbaarheid auto en bereikbaarheid OV doet Doesburg het structureel slechter dan veel andere plaatsen. Dat is niet bevorderlijk voor de concurrentiepositie. Positieve uitzondering is het horeca-aanbod: daar scoort Doesburg beter dan de benchmark.
- Uit de analyse van de ontwikkeling van winkelmeters en leegstand blijkt dat er sprake is van een jojo-effect; er wordt progressie geboekt in het terugdringen van leegstand en een compacter centrum:

¹ Te vinden op <https://koopstromen.nl/oost/resultaten/>

- in 5 jaar tijd is de hoeveelheid leegstand gestegen naar 11%, te hoog en hoger dan het gemiddelde in de benchmarkgroep (8%);
- het aantal winkelmeters is in 5 jaar tijd ook toegenomen (+3%), ondanks de ambitie om naar een kleiner en compacter centrum te gaan.

Kortom, ondanks de goede stappen die de afgelopen jaren zijn gezet, is Doesburg er nog niet: de concurrentie van omliggende winkelgebieden en online winkels blijft groot en er liggen concrete verbeterpunten waardoor de klantbeoordelingen hoger kunnen worden. Het is dus van cruciaal belang om dit met elkaar om te buigen, zeker ook om de toerist, die zo belangrijk is voor Doesburg, in groten getale te mogen verwelkomen.

Om dit te bereiken, moeten we samen – eerst ondernemers en later vastgoedeigenaren - met de gemeente de handen ineenslaan en vol inzetten op een sterk centrum van Doesburg, kortom “Investeren in een levendig stadshart, waar historie, toerisme en functionaliteit samenkomen.”

Dit plan is opgesteld door (en namens) de groep centrumondernemers uit Doesburg. Wij praten in het document met enige regelmaat over *wij* of *we*. Wij bedoelen dan daar vanzelfsprekend deze groep mee.



0.2 Ambitie en doelstellingen

Het centrum van Doesburg is eigenlijk nooit echt af, en juist nu is het belangrijk om de volgende stappen te zetten om het centrum nog beter te laten functioneren en om het centrum toekomstbestendig te maken. Dit doen wij met de volgende ambitie:

AMBITIE:

"De ambitie voor het centrum van Doesburg is om een levendig, vitaal en toekomstbestendig stadshart te creëren, waar historie, toerisme en functionaliteit samenkomen. Met aandacht voor de historische waarde van de binnenstad en het unieke kenmerk als Hanzestad biedt het centrum een verrassend aanbod van winkels, horeca en cultuur, en fungeert het als een aantrekkelijke bestemming voor Doesburgers, regionale bezoekers en toeristen.

Ondernemerschap wordt hierbij actief gestimuleerd, waarbij ondernemers en stakeholders samenwerken om de lokale economie te versterken en de aantrekkingskracht te vergroten. Zo wordt het centrum van Doesburg een heerlijke plek om te wonen, verblijven, ontmoeten, recreëren en werken. Het is goed ondernemen in het centrum van Doesburg en daar profiteert straks iedereen van."

Welke doelen willen de Doesburgse ondernemers hiermee bereiken?

- Een krachtige goed bemande centrumorganisatie onder de naam SCBD waarin ondernemers en gemeente collectief met een duidelijke rolverdeling samenwerken aan een gezamenlijke integrale visie, strategie en uitvoeringsprogramma voor een levendig, vitaal en toekomstbestendig centrum van Doesburg;
- Een sterk imago en goede bekendheid van Doesburg (als Hanzestad, koopstad en verblijfsstad) met een mooi pallet aan aansprekende activiteiten en evenementen;
- Hogere bezoekersaantallen die een gezonde omzet en gezond verdienmodel voor ondernemers mogelijk maken;
- De komende jaren collectief en structureel investeren op een aantal gezamenlijke thema's; geen free-riders ² meer. Iedereen doet mee!
- Het vormen van een sterke eenheid die als gesprekspartner o.a. richting (vastgoed)eigenaren, gemeente en provincie een sterke lobby kan voeren;
- Het stimuleren en versterken van lokaal ondernemerschap en ruimte voor vernieuwende (onderscheidende) concepten;
- Een prettig centrum om in te verblijven, wonen, werken en recreëren. Bruisend, sfeervol én verrassend met veel beleving en uitstraling;
- Het verbinden met vastgoed: opstarten intensieve samenwerking met de vastgoed organisatie en zorgen dat deze snel onderdeel wordt van de integrale visie, strategie en uitvoeringsprogramma. Een basis voor uitbouw samenwerking na 2025.
- Een compleet en sterk winkel- en voorzieningenaanbod en lage leegstand;
- Vergroten van het cultureel aanbod en maatschappelijke en toeristische voorzieningen in het centrum;
- Een makkelijk bereikbaar en goed vindbaar centrum, zowel met het OV als met de auto met goede parkeervoorzieningen.

² Bedrijven in het centrum die bewust niet willen bijdragen maar wél profijt hebben van de collectief georganiseerde voorzieningen.

0.3 Waarom zijn structurele financiering en samenwerking zo hard nodig?

In de huidige structuur zijn de centrumondernemers in Doesburg collectief georganiseerd onder de vlag van SCBD en dragen via het stelsel van jaarlijkse reclamebelasting bij aan de ontwikkeling van – en investering in – het centrum. Deze bijdragen zijn hard nodig om met elkaar te werken aan een levendig, vitaal en toekomstbestendig stadshart.

Met deze constructie is niets mis, lijkt op het eerste oog...

Door de gekozen constructie van **reclamebelasting** is er echter sprake van **behoorlijke onzekerheid over de toewijzing**. Onzekerheid of het geld (dat momenteel nog via een subsidie verstrekt wordt) vanuit de gemeente ook in de toekomst terecht blijft komen op de plaats waar het thuishoort: het stadshart. Onzekerheid die overigens extra gevoed wordt door de mogelijke gemeentelijke herindeling. Deze onzekerheid wil de SCBD oplossen. Dat kan door voor een ander instrument te kiezen (1).

Bovendien moeten wij ervoor zorgen dat er niet alleen voor de korte termijn, maar ook voor de langere meer **zekerheid** bestaat dat de SCBD **kan rekenen** op deze bijdragen. Binnen de reclamebelasting is dat zekerheid voor 1 jaar. Deze periode moet langer. Want alleen op die manier kan de SCBD langere termijnplannen maken en aan **continuïteit** werken. Deze structurele financiering kunnen wij realiseren door voor een ander instrument te kiezen. Ook dat kunnen wij oplossen (2).

Het SCBD-bestuur vindt het belangrijk dat de SCBD (in overleg met de deelnemers) **zelfstandig keuzes** kan maken waar het geld aan wordt besteed en daarbij minder afhankelijk wordt van de gemeente. Zelf de regie houden. Met een ander instrument kan dit worden opgelost (3).

Ook vindt het SCBD-bestuur het **rechtvaardig** dat álle deelnemers (retailers, horecabedrijven en dienstverleners) die in het stadshart gevestigd zijn en van het stadshart gebruik maken, **gaan meebetalen**. Iedereen die in het stadshart gevestigd is, heeft immers een belang bij een goed functionerend stadshart. **Free-riders wil men uitsluiten**. Het huidige systeem is hierdoor bovendien **omslachtig** qua onderhoud en beheer (lees: het jaarlijks visueel beoordelen van panden op aanwezigheid van reclame). En ook dat kunnen wij via een ander instrument beter regelen dan in het systeem van de huidige reclamebelasting (4).

Om deze 4 redenen stelt het SCBD-bestuur nadrukkelijk voor over te stappen van het huidige instrument **reclamebelasting** naar een **Bedrijven Investerings Zone (kortweg BIZ) voor de ondernemers (gebruikers)**: een efficiënt, robuust, transparant en rechtvaardig systeem waaraan alle ondernemers (gebruikers) van de binnenstad van Doesburg zullen gaan deelnemen. Wij gaan in hoofdstuk 2 nader in op de werking van de BIZ.



0.4 Een robuuste centrummanagementorganisatie is essentieel

Alleen de aanpassing van het systeem gaat niet leiden tot het maximale effect. Ook de organisatie van het Centrummanagement speelt een belangrijke rol.

Het Centrummanagement is in Doesburg de afgelopen jaren succesvol neergezet **maar** moet robuuster worden, meer voor de langere termijn zijn ingericht en daarmee minder kwetsbaar.

De SCBD-organisatie wordt nu nog aangestuurd door een zakelijk bestuur bestaande uit twee bestuursleden, een voorzitter en penningmeester. Dat is onwenselijk en sluit bovendien niet meer aan op de afspraken gemaakt bij de oprichting in 2015.

Voor de komende jaren wordt er daarom een **nieuw dagelijks ondernemersbestuur** aangesteld, met daarin naast een actieve onafhankelijke voorzitter, penningmeester en secretaris, meerdere actieve algemeen bestuursleden die de verschillende gebruikersgroepen vertegenwoordigen. Dit bestuur wordt daarbij bijgestaan en ondersteund door een **sterk uitvoeringsteam** waarvan de centrummanager ook deelneemt aan het Bestuursoverleg.

De belangrijkste **centrumpartners** (o.a. vastgoedeigenaren, cultuur en toerisme) zullen nog meer en actiever **betrokken** worden bij de Centrumorganisatie. Om mee te denken, om uit te wisselen, om samen op te trekken en om te versterken. Daarmee houden wij de lijnen kort; net zoals dat in het verleden ook het geval was.

Vanuit de gemeente zorgt de nauwe betrokkenheid van de bedrijfsaccountmanager bij de centrumorganisatie voor verdere binding tussen gemeente en de centrumorganisatie. Die ingezette lijn moet verder worden opgepakt en uitgebouwd. Zo blijft de gemeente aangehaakt en kan er gezamenlijk sneller worden geschakeld als dat nodig is.

Met deze deelnemers bundelen wij de krachten. Zo ontstaat er een daadkrachtige, robuuste en toekomstgerichte uitvoeringsorganisatie die niet alleen op strategisch en tactisch gebied maar zeker ook in de uitvoering structureel samen werkt aan het centrummanagement van Doesburg. Door de directe betrokkenheid van de partners bij deze organisatie houden wij de lijnen kort en weet iedereen wat er speelt.

Dat doen wij overigens met behoud van de huidige naam: Stichting Centrum Belang Doesburg, SCBD: die is voor iedereen herkenbaar en duidelijk.

De deelnemers (gebruikers) gaan straks financieel bijdragen aan deze gebruikers-BIZ. De bijdragen die via de BIZ worden ontvangen, worden ingezet op de projecten van de SCBD. Hiermee kan het centrum van Doesburg versterkt en aantrekkelijker gemaakt worden.

Voor een groot deel van de ondernemers in het centrum betekent dit dat het huidige stelsel van reclamebelasting zal komen te vervallen zodra de BIZ in werking zal treden. Overigens, mocht er besloten worden om niet met de BIZ te gaan starten, dan blijft de huidige reclamebelasting gehandhaafd.

0.5 De toekomstige rol van (vastgoed)eigenaren in het centrum

Vastgoedeigenaren uit het centrum van Doesburg zijn nu nog niet officieel verenigd, kennen geen samenwerkingsverband en zijn vaak beperkt betrokken bij het huidige programma van de centrumorganisatie. Ook kennen vastgoedeigenaren nu nog geen vorm van collectieve financiering of bijdragen.

Tijdens de gesprekken over de robuuste centrumorganisatie en de wens om over te stappen naar een gebruikers BIZ is duidelijk geworden dat het essentieel is om de (vastgoed)eigenaren meer te gaan betrekken bij het centrum. Immers hebben zij ook zeer veel belang bij een goed functionerend centrum. Denk aan een goede uitstraling van het centrum, voldoende voorzieningen, een compleet winkelaanbod en veel bezoekers. Dit draagt bij aan de verhuurbaarheid van panden, de leegstand en daarmee aan een hoge en stabiel waarde van het (lees: hun) vastgoed.

Het is dus belangrijk om de vastgoedeigenaren meer te gaan betrekken bij de nieuwe centrumorganisatie. En zelfs zou je kunnen onderbouwen waarom het logisch is om ze vast onderdeel hier van uit te laten maken. Als je een BIZ voor de ondernemers (gebruikers) optuigt, waarom dan ook niet soortgelijk voor de eigenaren? Of wellicht gecombineerd?

De intentie is om dit plan in 2025 verder uit te gaan werken. En vooral om er eerst voor te zorgen dat er iets van een samenwerking tussen vastgoedeigenaren onderling gaat ontstaan. Bijvoorbeeld via netwerkbijeenkomsten. Waarin wij ondertussen met de groep

alvast gaan nadenken over thema's, onderwerpen en doelstellingen die ertoe gaan bijdragen om een stabiele en hoge vastgoedwaarde te realiseren.

Het jaar 2025 kunnen wij gebruiken om hiervoor een basis te leggen. Dat kost tijd, geduld en aandacht. Het is om die reden uitgesloten dat wij in 2024 een vastgoed-BIZ voor eigenaren met meerderheid van stemmen kunnen optuigen. Voor de vastgoedeigenaren moet 2025 een opstart-/overgangsjaar worden. Als ondernemers willen we daar niet op wachten. Wij moeten, gezien al het bovenstaande, nu stappen zetten.

In het bestuur van de SCBD wordt er in het overgangsjaar 2025 plek vrijgehouden voor een vertegenwoordiger uit de vastgoedgroep. Om deel te nemen aan overleggen waardoor de lijnen kort blijven en iedereen aangesloten is en er op die manier eerste stappen gezet kunnen worden om samen op te gaan trekken.



0.6 Leeswijzer

In dit BIZ-plan centrum Doesburg kunt u alle ins en outs lezen over de start van een centrum BIZ in Doesburg. Allereerst starten we in hoofdstuk 2 met een schets van de huidige situatie en de opgave om een aanvullende bijdrage op te halen. In hoofdstuk 3 leggen we het instrument BIZ nader uit; we omschrijven achtergrond, juridische basis, werking van het instrument en het proces om tot invoering van een BIZ te komen.

In hoofdstuk 4 omschrijven we uitgebreid hoe we willen toewerken naar een BIZ in het centrum van Doesburg. In hoofdstuk 5 lichten wij het BIZ-gebied toe en in hoofdstuk 6 gaan wij nader in op de tariefstelling. In hoofdstuk 7 maken wij een verdiepingsslag van het meerjarenplan en schetsen wij welke thema's de komende jaren op de agenda komen te staan. Op basis van deze thema's verduidelijken wij in hoofdstuk 8 welke meerjarenbegroting hiervoor nodig is. Die begroting is weer bepalend voor de tariefstelling. Tot slot gaan we in hoofdstuk 9 nader in op de organisatie rondom de BIZ.

1. De huidige situatie in Doesburg

1.1 Oorsprong Stichting Centrum Belang Doesburg

In 2015 is de Stichting Centrum Belang Doesburg (SCBD) opgericht als ondernemerscollectief in het centrum van Doesburg. SCBD is in het leven geroepen om actief bij te dragen aan de gastvrijheid, uitstraling en aantrekkingskracht van Hanzestad Doesburg.

SCBD richt zich specifiek op het historische stadshart, waarbinnen de vele monumenten, winkels, horecagelegenheden, musea en galeries gevestigd zijn. Door middel van onze initiatieven wil zij bereiken dat bewoners en bezoekers graag in die binnenstad verblijven en daar hun bestedingen doen. Dit alles in het teken van een stadshart dat ruime kansen biedt voor bestaande ondernemers en zeer uitnodigend is voor nieuwe ondernemers.



Dit doet de SCBD door het organiseren van kleinschalige collectieve evenementen die in de Doesburgse binnenstad plaatsvinden. Ook faciliteert en financiert zij initiatieven van ondernemers zelf of van specifieke branches. Daarnaast coördineert de SCBD de gezellige, sfeervolle aankleding van het centrum, zoals de (door de gemeente gefinancierde) hanging baskets en (kerst)feestverlichting.

De SCBD verkrijgt haar financiering op basis van de reclamebelasting. Deze belasting wordt opgebracht door ongeveer 95 ondernemers in het stadshart uit de volgende bloedgroepen:

- Winkeliers/retail ondernemers
- Horecaondernemers
- Dienstverleners

Waar de focus van het SCBD-bestuur eerst lag op de commerciële uitstraling en activatie (evenementen, marketing/promotie, aankleding centrum), is deze, deels aangejaagd door Corona, in de loop van de jaren breder geworden. De belangrijkste onderwerpen:

- Er is besloten om een professionele centrummanager aan te stellen als verbinder en belangrijke aanjager;
- Er is een nauwere samenwerking met de Gemeente opgestart;
- Er is door de Gemeente Doesburg een accountmanager/ bedrijvencontactpersoon voor centrumgebied aangesteld die als duidelijk aanspreekpunt geldt vanuit gemeente. Deze samenwerking komt steeds meer op gang.
- Er is steeds meer sprake van belangenbehartiging van de ondernemers; ook de SCBD wordt steeds vaker uitgenodigd om als volwaardig partij/gesprekspartner namens de ondernemers aan tafel te komen.
- De banden met toerisme (VVV) in het centrum zijn weer aangehaald.

Daarmee is de SCBD inmiddels niet meer weg te denken uit het centrum van Doesburg en is de stichting zich van een promotionele organisatie langzaam maar zeker aan het ontwikkelen tot een centrummanagementorganisatie.

1.2 Huidige SCBD-organisatie

Zoals in hoofdstuk 0.4 al aangegeven opereert het huidige SCBD-bestuur als een zakelijk bestuur, bestaande uit slechts twee (externe) bestuursleden en waarin dus de vaste vertegenwoordigers van de bloedgroepen ontbreken.

Het is vooral op initiatief van de centrummanager dat er zaken op gang worden gebracht en (ad-hoc) ondernemers worden betrokken bij een aantal vraagstukken van het centrum. Dit maakt de huidige SCBD-organisatie zeer kwetsbaar en voor de langere termijn onvoldoende robuust.

Het zal daarom duidelijk zijn dat de allerbelangrijkste (eerste) stap gaat worden om een nieuwe, robuuste en centrumorganisatie met een juiste, evenwichtige rolverdeling van de grond te krijgen. Dat moet het nieuwe fundament worden. Met dat fundament kunnen plannen worden gemaakt en de uitvoering hiervan worden opgestart.



1.3 Financiële basis 2024 SCBD

Begrote inkomsten (dekking) 2024

De inkomsten (dekking) van de SCBD bestaat momenteel uit twee componenten, te weten:

1. Een structurele “subsidie” vanuit de gemeente, op basis van de door ondernemers opgebrachte middelen uit reclamebelasting;
2. Overige inkomsten

Ad1:

In het huidige stelsel van reclamebelasting betalen de ondernemers in het reclamebelastinggebied (stadshart) van Doesburg een belasting voor een aankondiging die vanaf de openbare weg zichtbaar is. Deze belasting is ingevoerd op verzoek van de SCBD en wordt door de Gemeente bij de deelnemers geïncasseerd. De opbrengst gaat (onder aftrek van perceptiekosten) jaarlijks als gemeentelijke subsidie naar de SCBD. De SCBD op haar beurt gebruikt deze bijdrage voor de financiering van haar activiteiten in het centrum.

De reclamebelasting moet jaarlijks opnieuw worden aangevraagd en heeft daardoor in formele zin geen structureel karakter. De Gemeente stelt aan het einde van ieder jaar de subsidie vast via een verantwoording door het bestuur. De gemeente kan formeel besluiten om (delen) van de subsidie niet toe te wijzen en anders in te zetten.

Het huidige tarief van de reclamebelasting bedraagt 0,25 % van de W.O.Z. met een minimumbedrag van EUR 515 en een maximumbedrag van EUR 697 per deelnemer (locatie). Er komt daarmee op jaarbasis circa EUR 54.000 bij de SCBD binnen. Er zijn momenteel 94 ondernemers die reclamebelasting betalen.

Ad 2

Een aantal ondernemers buiten het reclamebelastinggebied draagt de binnenstad een warm hart toe en draagt vrijwillig bij; in 2024 naar verwachting EUR 2.250.

Daarmee bedraagt de dekking EUR 56.250

Bron	Omschrijving	Bedrag
SCBD/ ondernemers	Subsidie reclamebelasting	54.000
Overige inkomsten	Vrijwillige bijdrage	2.250
TOTAAL BEGROTE INKOMSTEN '24		56.250

Begrote uitgaven (besteding) 2024

Aan de uitgavenkant van de begroting van SCBD in 2024 geldt de volgende opbouw:

Onderwerp	Thema's	Voorbeelden	Bedrag
<i>Ontmoetings- en verblijfskwaliteit</i>	Buitenruimte	Aankleding, verlichting, sfeer	5.000
<i>Evenementen en promotie</i>	Activiteiten	Evenementen in het centrum	9.000
	Promotie	Gezamenlijke flyers, advertenties	2.000
<i>Samenwerken en organisatie</i>	Regie en verbinding	Organisatiekosten, secretariaat, communicatie.	4.750
	Perceptiekosten	Perceptiekosten	4.000
	Sterk uitvoerings-team	Centrummanager	31.000
TOTAAL BEGROTE UITGAVEN '24			55.750

In 2024 is er hierdoor sprake van een klein dekkingsoverschot van EUR 500.

1.4 What if? Perspectief SCBD bij handhaving reclamebelasting

Het beschikbare budget is met EUR 56.250 momenteel redelijk beperkt.

Om de nieuwe koers in te kunnen zetten (met de geformuleerde ambitie, de onderliggende doelen) is een robuuster budget nodig. Robuuster betekent in dit geval: een hoger budget en een budget dat voor een langere periode zeker gesteld kan worden. Het zal duidelijk zijn; als overstap van reclamebelasting naar een gebruikers BIZ niet gerealiseerd gaat worden, kan de nieuwe koers niet ingezet worden.

In dat geval moet je (weer) afschalen en zal de focus vooral komen te liggen op het (in afgeslankte vorm) organiseren van evenementen, inzet van marketingcommunicatie en wat aankleding. Bovendien blijft er dan maar beperkt geld over voor de inzet van een centrummanager.

Je bent dan weer terug bij af. En bovendien nog meer afhankelijk van de gemeente, met alle onzekerheden die dat met zich meebrengt.

2. Werking BIZ-instrument en proces

2.1 De BIZ-wet

Hoe werkt de BIZ?



In 2009 is de Wet op de Bedrijven Investerings Zones (kortweg: BIZ-wet) ingevoerd, eerst als experimentenwet en vanaf 2014 als officiële wet. Via de BIZ-wet kunnen bedrijven in een afgebakend geografisch gebied (zoals een bedrijventerrein of een winkelgebied) samenwerken door middel van gezamenlijke investeringen in (vooraf vastgelegde) onderwerpen als promotie/marketing, acquisitie, evenementen, gastvrijheid, faciliteiten, veiligheid, uitstraling, organisatie etc.

Doel van deze investeringen is om het gebied te verbeteren op gebied van leefbaarheid, aantrekkingskracht en economisch functioneren. Dit is uiteindelijk goed voor bewoners/bezoekers/werknemers (aantrekkelijker gebied), ondernemers (goede voorwaarden om het bedrijf te laten renderen) en eigenaren (vastgoedwaarde). In de BIZ-wet liggen de regels voor de totstandkoming en uitvoering van een BIZ-fonds vast. Een aantal belangrijke aspecten daarin zijn:

- **BIZ-introductie op verzoek van ondernemers**
Een gemeente faciliteert een BIZ enkel als ondernemers daarom vragen. Ze kan of mag zelf geen initiatief nemen. Als dat verzoek er is en de juiste procedures zijn doorlopen, zal een gemeente de aanvraag voor een BIZ faciliteren via het opstellen van een BIZ-verordening die de gemeenteraad aanneemt.
- **Financiële grondslag: opslag op OZB-belasting**
De middelen in een BIZ-gebied worden geïnd via de gemeentelijke OZB-belasting op niet-woningen in het afgebakende BIZ-gebied. In de praktijk gaat het dan met name om (semi-) commerciële panden. Maatschappelijke panden zoals scholen worden vaak vrijgesteld. De BIZ-bijdrage is een bedrag gerelateerd aan de WOZ-waarde van het pand. Er wordt een aparte BIZ-heffing in rekening gebracht; deze aanslag zal worden vermeld op de gecombineerde aanslag OZB, rioolheffing en afvalstoffenheffing. Woningen en vooraf vastgestelde categorieën die uitgezonderd worden betalen niet mee. De ondernemers (als initiatiefnemers van de BIZ) kunnen zelf een voorstel doen hoe hoog de opslag is en hoe deze bepaald wordt.
- **Totstandkoming is een democratisch proces**
Voor de instelling van een BIZ vindt een formele stemronde plaats. Alle partijen die potentieel in een BIZ-gebied aangeslagen worden, worden uitgenodigd te stemmen over het opgestelde BIZ-voorstel. Daarbij geldt dat enkel een BIZ-ingevoerd wordt als:
 - Er een opkomst is van **minimaal 50%** van de potentieel aangeslagen partijen; én
 - Van de opkomst, minimaal **2/3e 'ja'** heeft gestemd; én
 - De 'ja-stemmers' een **hogere vastgoedwaarde** vertegenwoordigen dan de 'nee-stemmers'.

*Als aan één van deze voorwaarden niet is voldaan, wordt er **géén** BIZ ingevoerd.*

- **Ondernemers bepalen binnen de BIZ-organisatie wat er met de middelen gebeurt**
De middelen die met een BIZ gegenereerd worden, dienen ingezet te worden voor collectieve activiteiten in het betreffende gebied. Concreet betekent dit dat er middelen ingezet kunnen worden voor een brede waaier aan activiteiten: promotie en marketing, aankleding van de straten, veiligheid, leegstandsbestrijding, de inzet van een centrummanager/ acquisiteur/ marketeer/ activiteitenorganisator/ secretariaat en andere organisatiekosten, duurzaamheid, collectieve energie-inkoop en/of afvalinzameling, etc.

Wat belangrijk is, is dat de hoofdlijnen waarop een BIZ-gebied wil inzetten worden vastgelegd in een meerjarenplan en dat er jaarlijks een activiteitenplan wordt opgesteld, waarin concreet beschreven staat hoe de BIZ-organisatie zaken wil organiseren zodat aan deze hoofdlijnen wordt gewerkt.

- **De inkomsten en uitgaven van een BIZ-fonds zijn aan regels over transparantie gebonden**
Wanneer een BIZ wordt ingesteld en de inning plaatsvindt, keert de gemeente de middelen uit aan een verantwoordelijke BIZ-organisatie. Zij doet dat op basis van een jaarlijks aan te leveren activiteitenplan, die een basis moet hebben in het businessplan waarover door de ondernemers is gestemd. De BIZ-organisatie is verplicht om te rapporteren over deze activiteiten en bijbehorende uitgaven aan alle partijen die aangeslagen worden in een BIZ-gebied én aan de gemeente. Daarnaast leggen de BIZ-organisatie én de betreffende gemeente in een uitvoeringsovereenkomst specifiek vast hoe de partijen met elkaar samenwerken en wat ze van elkaar verwachten.
- **Een BIZ heeft een vaste looptijd van maximaal vijf jaar**
Initiatiefnemers zijn vrij om de looptijd van een BIZ te kiezen, met een minimum van één en een maximum van vijf jaar. Veelal wordt in de praktijk gekozen voor een looptijd van vijf jaar, omdat de aanlooperperiode naar een BIZ veel tijd en inzet vergt. Na de gekozen periode vervalt een BIZ in principe automatisch, tenzij er een bewuste keus gemaakt wordt om de werking van een BIZ weer (met maximaal vijf jaar) te verlengen. Dit dient weer te gebeuren op dezelfde wijze als bij de totstandkoming van een BIZ: met een stemronde, een businessplan en gemeentelijke besluiten. Op deze manier krijgen ondernemers dus elke vijf jaar de kans om te besluiten of ze wel of niet met het instrument BIZ door willen gaan.

2.2 Wat zijn de voordelen van een BIZ?

De BIZ wordt over het algemeen als een robuust en efficiënt instrument gezien dat meer voordelen dan nadelen kent. Dit is de reden dat er anno 2024 in Nederland al circa 400

BIZ-gebieden actief zijn. De belangrijkste voordelen die hierbij over het algemeen naar voren worden gebracht zijn:

1. Rechtvaardige verdeling van lasten

Een verdeelsleutel op grond van de WOZ-waarde, waarin iedere gebruiker in een winkelgebied meebetaalt, is een relatief eerlijke manier om de lasten te verdelen die collectieve investeringen in een winkelgebied met zich meebrengen. Zo betaalt iedereen mee die profiteert en drukken de kosten daarmee niet enkel op hen die vrijwillig meebetalen. Daarnaast kan met een verdeelsleutel op grond van de WOZ-waarde onderscheid worden gemaakt naar grootte van het bedrijf: de grootste bedrijven in het centrum hebben relatief het grootste eigendommen in het centrum hebben relatief het grootste belang bij investeringen in dat centrum.

2. Wettelijke rechten en plichten

Met invoering van een BIZ wordt er gewerkt volgens een aantal wettelijk vastgelegde procedures en regels. Zo is een democratisch proces bij de totstandkoming verplicht, zodat volstrekt duidelijk is of een meerderheid zich kan vinden in de voorstellen, ligt de duur van een BIZ-periode vast en zijn er verplichtingen om inzage te geven in de inning en uitgave van de middelen die opgehaald worden in een BIZ-gebied.

Daarmee kan er geen twijfel bestaan over wat er met het geld gebeurt en liggen de belangen van de bijdrageplichtigen voldoende vast.

3. Brede inningsbasis en mogelijkheden tot groter budget

Doordat alle ondernemers meebetalen (en niet alleen hen die dat vrijwillig doen zoals bij vrijwillige contributie) ontstaat een sterke inningsbasis. Dit biedt de mogelijkheid om tot een robuust gezamenlijk budget te komen om de gewenste collectieve investeringen in een winkelgebied vorm te geven.

4. BIZ zorgt voor stabiliteit

Wanneer een winkelgebied kiest voor een BIZ, betekent dit helderheid voor een periode van (maximaal) vijf jaar:

- voor ondernemers is er duidelijkheid over het bedrag dat ze kwijt zijn aan een BIZ;
- voor het winkelgebied en de uitvoeringsorganisatie betekent dit duidelijkheid over het jaarlijks te besteden budget, zodat dit optimaal efficiënt ingezet kan worden. Dit in tegenstelling tot een situatie met contributies, waarin leden altijd hun lidmaatschap op kunnen zeggen.

5. Periodieke her-evaluatie

De maximale periode van vijf jaar betekent dat bij afloop van deze periode alle bijdrageplichtigen partijen kunnen bepalen of ze wel of niet door willen met een BIZ-systeem en zo ja, hoe ze dat willen.

Ook verplicht het de BIZ-organisatie om helder en duidelijk neer te zetten wat de inzet heeft opgeleverd en waarom voortzetting in een nieuwe periode een goed idee is. Daarmee zorgt deze periodieke her-evaluatie voor meer sturing bij de betreffende

ondernemers en eigenaren en wordt de BIZ-organisatie scherp gehouden om de middelen zo goed mogelijk in te zetten conform de belangen van de bijdrageplichtigen.

6. Ondernemers zelf aan het stuur

Bij een BIZ worden de middelen geïnd via de gemeente. Er zijn ook andere manieren waarop de gemeente middelen kan innen bij bedrijven en deze kan doorzetten naar een vereniging, zoals een reclamebelasting of generieke OZB-opslag. Hoewel ook daar de initiatiefnemers de voorwaarden bepalen, is dit niet wettelijk vastgelegd.

Theoretisch kan een gemeenteraad dan ook besluiten (zonder goedkeuring van ondernemers) om de opslag ongedaan te maken of anders in te zetten. Met een BIZ kan dit **niet**, op basis van de wetgeving. Groot voordeel van een BIZ is daarnaast dat een specifiek samenhangend gebied gekozen kan worden (zoals een deel van een binnenstad) waarin een BIZ gaat gelden. Een reclamebelasting geldt alleen voor ondernemers die reclame maken; een reguliere opslag op de OZB kan per definitie alleen gemeente breed geheven worden. Een BIZ is, kortom, specifiek ingericht voor het doel: een collectief fonds voor alle ondernemers in een afgebakend gebied.

7. Eenvoudig inningssysteem

Voor de gemeente is het inningsproces voor de BIZ, zodra dit is opgestart, relatief eenvoudig. De administratieve handeling, namelijk de aanslag gemeentelijke belastingen, wordt immers al uitgevoerd; er is enkel een extra heffing die daarin wordt ondergebracht. Daarnaast worden er heldere afspraken vastgelegd (waarvoor de basis vastligt in de BIZ-wet) tussen gemeente en de ontvanger van de BIZ- middelen over subsidieaanvraag, -uitkering en - vaststelling/verantwoording. Dit alles maakt ook dat de inningskosten (die de gemeente wettelijk gezien in mag houden op het geïnde bedrag) beperkt kunnen blijven. In de praktijk blijkt dat de inningskosten van een BIZ aanzienlijk lager zijn dan die van een reclamebelasting.

Feitelijk is het huidige inningsproces van de reclamebelasting in Doesburg ook al gebaseerd op de extra heffing via de aanslag gemeentelijke belastingen, echter voorkomt de BIZ veel extra handelingen om vast te stellen welke ondernemers wel/geen reclame-uitingen hebben aangebracht en daarmee als uitzondering gelden. Dat is nu iedere ronde enorm bewerkelijk.

3. Hoe komt de BIZ in Doesburg tot stand?

De voorbereidingen voor een gebruikers-BIZ voor ondernemers vereisen een goede samenwerking tussen een projectgroep, het bestuur van SCBD en de gemeente Doesburg in de aanloop naar invoering per 1 januari 2025.

Daarnaast is een goede informatie-uitwisseling met de achterban van ondernemers (de toekomstige bijdrageplichtigen) van wezenlijk belang. Aan gemeentelijke zijde dient een besluitvormingstraject doorlopen te worden om een BIZ-verordening in te voeren en een stemronde te organiseren. Op deze elementen gaan we hieronder nader in.

1. Uitwerken meerjarenplan BIZ Centrum Doesburg

Het SCBD-bestuur heeft onder aanvoering van de centrummanager het initiatief genomen bij het ontwerpen van het plan. Bij gebrek aan ‘ondernemers’-bestuursleden is er een kleine kerngroep geformeerd met daarin vertegenwoordigers vanuit zowel detailhandel, horeca, dienstverlening, toerisme als ook een aantal vastgoedondernemers.

Met deze groep is in een aantal werksessies de basis gelegd voor dit BIZ-plan en heeft het plan gaandeweg vorm en inhoud gekregen.

Het proces binnen deze werkgroep is ondersteund en gefaciliteerd door Yvo Smit en Mischa de Gier, namens bureau BRDG Advies met ervaring op het gebied van BIZ-processen en succesvolle samenwerkingen in binnensteden.

Uiteindelijk is er door de kerngroep dit meerjarenplan uitgewerkt, met daarin de concrete voorstellen over activiteiten, begroting, inningsopbouw en werkgebied.

Werk in uitvoering

Op dit moment wordt nog door de werkgroep samen met de gemeente gewerkt aan een uitvoeringsovereenkomst en worden door hen de voorbereidingen voor de stemronde in januari 2025 getroffen.

Bij de uitwerking hebben we ons laten inspireren door diverse andere BIZ-plannen, zoals in bijvoorbeeld Doetinchem, Deventer, Arnhem, Assen waar BIZ'en actief zijn. Uiteindelijk hebben we een opzet gekozen die wat ons betreft het meest recht doet aan de situatie en de ambities in Doesburg.

2. Verantwoording

Het SCBD-bestuur en de kerngroep legt de uitgangspunten van dit meerjarenprogramma voor aan de volledige achterban van ondernemers en andere commerciële gebruikers in het centrum van Doesburg. Dit is feitelijk de groep van ‘beoogd bijdrageplichtigen’: partijen die aan een BIZ bij gaan dragen zodra deze een feit is. Het bestuur organiseert



diverse informatiebijeenkomsten en inloophmomenten en stelt het meerjarenplan vóór de stemming voor iedereen beschikbaar.

Daarnaast heeft het SCBD-bestuur regelmatig contact met de gemeente Doesburg over uitgangspunten, eventuele discussiepunten, concrete uitwerking en samenwerking.

3. Informatieverstrekking

Dit BIZ-plan wordt aan de gemeente gezonden en dient als basis voor de gemeentelijke besluitvorming (raadsbesluit, BIZ-verordening en een besluit tot het houden van een draagvlakmeting).

In het proces tussen het gereedkomen van dit BIZ-meerjarenprogramma en de officiële draagvlakmeting zal de informatieverstrekking doorgezet worden, onder andere door:

- Het beschikbaar stellen van dit meerjarenprogramma (via een website en e-mailverzending);
- Het organiseren van een informatiebijeenkomst voor alle potentiële betalers in oktober 2024 en aan de vooravond van de stemronde;
- Het ontwikkelen en verspreiden van een informatie/PR folder;
- Zoveel mogelijk 1:1contact en lobby vanuit de deelnemers uit de kerngroep, de centrummanager en het SCBD-bestuur

4. Besluitvorming gemeente

Omdat de invoering van de BIZ gebonden is aan een wet, dient de gemeenteraad als besluitvormend orgaan een besluit te nemen over invoering van de BIZ. De gemeenteraad neemt dit besluit over de verordening BIZ-centrum Doesburg.



Het hier voorliggende meerjarenplan is de basis voor deze verordening: de keuzes die hier neergezet worden, worden uitgewerkt in de verordening. Met invoering van deze verordening heeft de gemeente ook een grondslag om de geplande BIZ-heffing rechtsgeldig aan bijdrageplichtigen in het beoogde gebied op te leggen.

Medio december zal de gemeenteraad een besluit nemen over het instellen van een BIZ-verordening, die alleen geëffectueerd wordt als de draagvlakmeting/ stemronde positief uitpakt.

Bij het vaststellen van de BIZ-verordening besluit de gemeente (een bevoegdheid van het college van B&W) over de uitvoering van een stemronde, die zij doet onder alle potentiële bijdrageplichtigen, om te beoordelen of de BIZ-verordening geëffectueerd kan worden

5. Stemronde

De gemeente is verantwoordelijk voor het plannen en organiseren van de stemronde van de BIZ. Dit gebeurt in nauwe afstemming met de werkgroep.

De stemronde zal plaatsvinden in februari 2025. Zodra een precies tijdvak bekend is, wordt deze breed gecommuniceerd. In deze periode krijgt iedere stemgerechtigde een formulier opgestuurd of persoonlijk bezorgd en kan hierbij zijn voorkeur kenbaar maken door 'ja' of 'nee' te stemmen. De stemmen worden door de gemeente, onder notarieel toezicht, geteld. De uitslag die daaruit volgt bepaalt of de BIZ-verordening uiteindelijk wordt ingevoerd in het centrum van Doesburg.

Mocht de BIZ-verordening niet worden ingevoerd, dan blijft de reclamebelasting voor de ondernemers in het centrum gehandhaafd.

6. Introductie per 01-01-2025 (enkel bij positief besluit)

Indien in de stemronde een positief besluit valt (dat wil zeggen: dat de opkomst meer dan 50% is, daarvan minimaal 2/3e 'ja' heeft gestemd en deze 'ja'-stemmers meer dan 50% van de WOZ-waarde van de stemmers uitmaken) dan wordt de verordening 'gebruikers-BIZ centrum Doesburg' voor de periode 2025-2029 definitief van kracht, met terugwerkende kracht vanaf 1 januari 2025.

NB. Bij een negatief besluit over de BIZ wordt de verordening niet van kracht en blijft de reclamebelasting voor de ondernemers in het centrum gehandhaafd. Op basis van deze invoering wordt vanaf de OZB-inning van 2025 aan alle gebruikers van commerciële panden in het werkgebied een opslag opgelegd voor een bijdrage aan het BIZ-fonds. Stichting Centrum Belang Doesburg zal deze middelen van de gemeente jaarlijks verkrijgen via een subsidieaanvraag met een bijbehorend jaarplan en bestedingsplan.

Hierover rapporteert zij jaarlijks aan alle bijdrageplichtigen: minimaal via het uploaden van plannen/begroting/verantwoording op een door iedere bijdrageplichtige bereikbare website en een presentatie op een openbare bijeenkomst waar alle bijdrageplichtigen voor uitgenodigd worden. Dit meerjarenplan fungeert direct als jaarplan voor het BIZ-jaar 2025.



4. Afbakening BIZ-gebied

Voor de bepaling van het BIZ-gebied van het centrum in Doesburg is in de basis het werkgebied aangehouden dat op dit moment geldt als reclamebelasting gebied.

De volgende straten maken hier onderdeel van:

Bergstraat	alle nummers	Meipoortstraat	alle nummers
Boekholtstraat	alle nummers	Nieuwstraat	alle nummers
F.D. Rooseveltsingel	even nummers	Ooipoort	even nummers
Gasthuisstraat	alle nummers	Ooipoortstraat	alle nummers
Kerkstraat	alle nummers	Paardenmarkt	alle nummers
Kloosterstraat	alle nummers	Philippus Gastelaarsstraat	alle nummers
Kloostertuin	alle nummers	Roggestraat	alle nummers
Koepoortstraat	alle nummers	Sbn Doormansingel	alle nummers
Koepoortwal	alle nummers	Veerpoortwal	alle nummers
Koetsveldstraat	alle nummers	Windmolenstraat	alle nummers
Kosterstraat	alle nummers	Zandbergstraat	alle nummers
Markt	alle nummers		

Uitbreiding BIZ-gebied

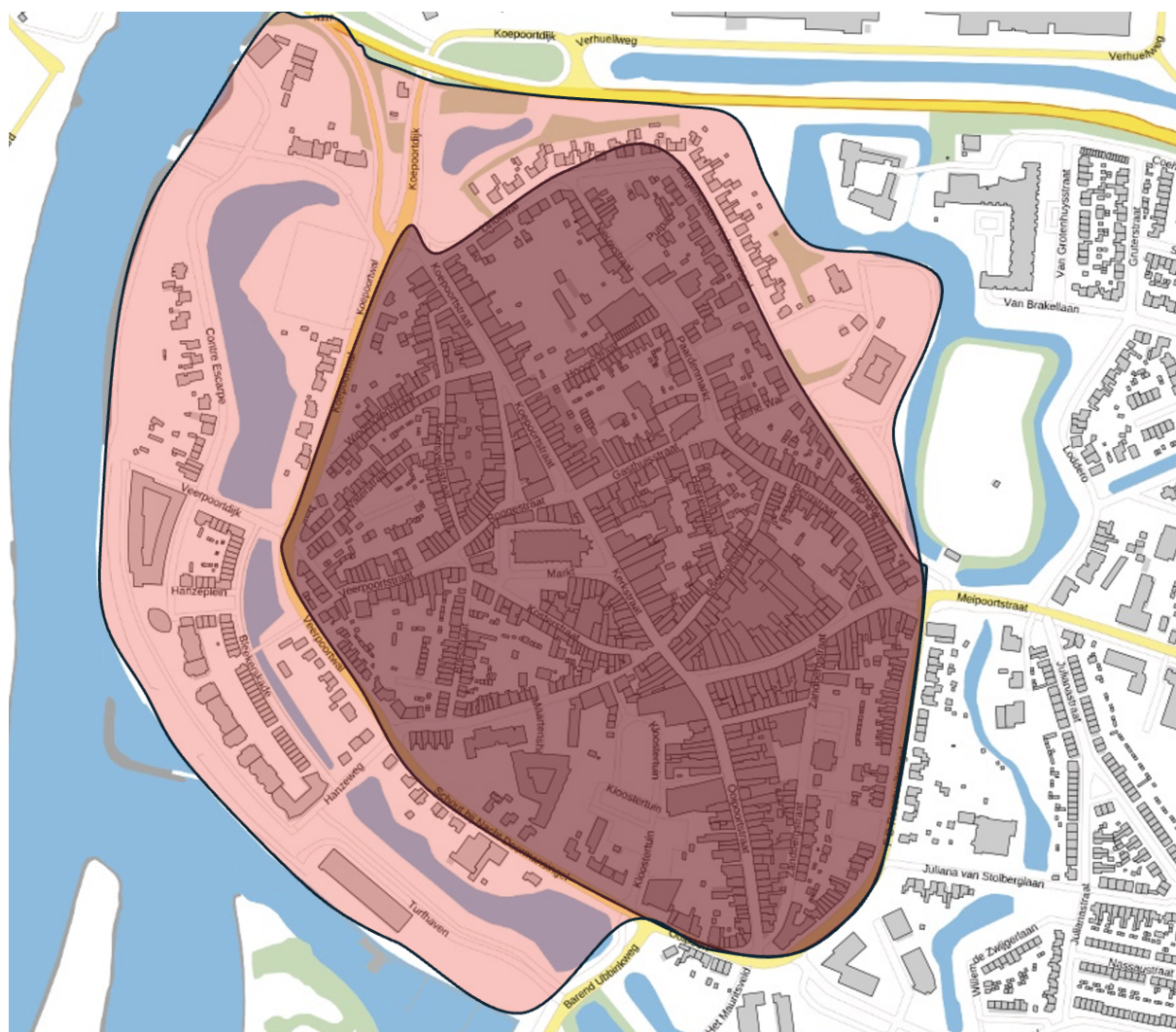
Naar aanleiding van de gesprekken over de BIZ zijn er enkele straten benoemd die nu geen onderdeel van het reclamebelastinggebied uitmaken maar waarvan het logisch lijkt om deze in een toekomstige BIZ-situatie toe te voegen.

Deze straten grenzen direct aan – staan in verbinding met – het huidige gebied. Er wordt in dit gebied in toenemende mate geïnvesteerd in activiteiten en evenementen. Daarmee is het logisch en uitlegbaar dat ondernemers die daar gevestigd zijn meebetalen.

De volgende straten worden daarom toegevoegd aan het BIZ-gebied:

Bleekerskade	alle nummers
Burgemeester Flugt van Aspermontlaan	alle nummers
Burgemeester Nahuyssingel	alle nummers
Contre Escarpe	alle nummers
Hanzeweg	alle nummers
Heerenstraat	alle nummers
Helmichstraat	alle nummers
Hoogestraat	alle nummers
Lindewal	alle nummers
Meipoortwal	alle nummers
Turfhaven	alle nummers
Veerpoortdijk	alle nummers

Het donkere gebied vormt de grens van het **huidige** reclamebelastinggebied. Het lichte gebied toont de uitbreiding van het **nieuwe** BIZ-gebied.



5. Tariefstelling

Ondernemers in het centrum van Doesburg willen samenwerken aan het vergroten van de economische vitaliteit en aantrekkingskracht van het centrum van Doesburg.

Om deze reden wordt, bij het implementeren van een BIZ in het centrum van Doesburg, jaarlijks bij alle gebruikers van commerciële panden binnen het heffingsgebied een bedrag geïnd via een opslag op de OZB-aanslag.

De grondslag voor deze extra heffing heeft een basis in de WOZ-waarde van het commerciële deel (niet-woning) van het pand. Uitgangspunt is meest recente WOZ-waarde die door de Gemeente is gecommuniceerd.

A. Er gelden de volgende uitgangspunten:

1. Alle **gebruikers** van commerciële panden binnen het werkgebied van de BIZ Centrum Doesburg betalen een bijdrage op basis van de **WOZ-waarde** van het pand waarin zij met hun onderneming gevestigd zijn;
2. De gebruikers (ondernemers) betalen deze bijdrage als opslag op het **gebruikersdeel van de jaarlijkse OZB-aanslag**;
3. Het uitgangspunt van de BIZ is dat ondernemers in **kleinere** panden **minder** bijdragen dan ondernemers in **grotere** panden. De aannahme daarbij is dat ondernemers in grotere vastgoedobjecten een groter belang hebben bij investeringen in het centrum dan ondernemers in kleinere objecten;

B. Aantal deelnemers:

In samenwerking met de Gemeente zijn de objecten in beeld gebracht die binnen het BIZ-werkgebied vallen binnen de nieuwe BIZ samenwerking.

Dit betreft met de informatie die wij nu tot onze beschikking hebben 157 vastgoedobjecten, waarvan wij mogen veronderstellen dat er dus ook sprake is van 157 gebruikers.

Even ter vergelijking: op dit moment zijn er 94 reclamebelasting deelnemers (gebruikers). Er zijn dus 63 deelnemers die wel in het nieuwe gebied gevestigd zijn, maar om reden (nog) geen financiële bijdrage leveren.

C. Tariefhoogte:

Het doelkapitaal dat de BIZ jaarlijks via de BIZ-bijdrage bij de gebruikers wil binnenhalen, bedraagt EUR 80.000

Op basis van de WOZ-waarden is hierbij tot de volgende tariefconstructie besloten:

1. De jaarlijkse BIZ-bijdrage wordt gesteld op **0,25% van de geldende WOZ-waarde** zoals deze door de Gemeente jaarlijks wordt vastgesteld. Dit is dus dezelfde waarde als bij de reclamebelasting.
2. Er geldt een **minimumbijdrage** van **EUR 405**. Dat wil zeggen dat als de berekening “0,25 maal WOZ-waarde” uitkomt op een bedrag lager dan EUR 405 de bijdrage op EUR 405 wordt gesteld. Ter vergelijking: het huidige minimum bedraagt EUR 515, dus een aanzienlijke verlaging van de ondergrens.
3. Er geldt een **maximum bijdrage van EUR 697**. Dat wil zeggen dat als de berekening “0,25 maal WOZ-waarde” uitkomt op een bedrag hoger dan EUR 697 de bijdrage op EUR 697 wordt gesteld. Ter vergelijking: het huidige maximum bedraagt EUR 697, dus geen wijziging van de bovengrens.
4. Er geldt **geen jaarlijkse indexatie**; dit omdat deze ook al meegenomen wordt in de jaarlijks wijzigende WOZ-waarde.

Jaarlijks wordt hiermee een budget binnengehaald van ca. EUR 80.000,-.

Hiermee kan, na ook een bijdrage van de gemeente, het gezamenlijke meerjarenplan worden gefinancierd.

In hoofdstuk 8 gaan wij nader in op deze begroting, mede gebaseerd op de thema's uit hoofdstuk 7.

Welke conclusies kun je trekken over de tariefhoogte?

- Van de gebruikers die nu ook reclamebelasting betalen, gaat niemand in de nieuwe BIZ-situatie meer betalen;
- 48% van de gebruikers die nu ook reclamebelasting betalen, betalen in de nieuwe BIZ-situatie een bedrag lager dan de huidige reclamebelasting;
- 52% van de gebruikers die nu ook reclamebelasting betalen, betalen in de nieuwe BIZ-situatie een bedrag gelijk aan de huidige reclamebelasting;

Enkele voorbeeldberekeningen op basis van de gekozen tariefstelling:

Voorbeeld 1: Gebruiker(ondernemer) 'Kadootje van Doesburg' exploiteert een winkel in een winkelpand met een WOZ-waarde van EUR 150.000 binnen het werkgebied van de BIZ. Op basis van het percentage van 0,25% komt de bijdrage uit op een bedrag van EUR 375. Dit is lager dan het minimumbedrag van EUR 405. Daarmee betaalt Kadootje van Doesburg in 2025 een bijdrage van EUR 405. Kadootje gaat dus aanzienlijk minder betalen dan de huidige reclamebelasting die zij nu betaalt (EUR 515).

Voorbeeld 2: Eigenaar van 'Sportsbar De Kade' exploiteert een horecabedrijf in een horecapand met een WOZ-waarde van EUR 1.000.000,- binnen het werkgebied van de BIZ. Op basis van het percentage van 0,25% komt de bijdrage uit op een bedrag van EUR 2.500. Dit is hoger dan het maximumbedrag van EUR 697,-. Daarmee betaalt Sportsbar De Kade een jaarlijks bedrag van EUR 697. Sportsbar Kerkstraat gaat daarmee dus exact hetzelfde bedrag betalen als de reclamebelasting die hij nu betaalt (EUR 697)

Voorbeeld 3: Kunstenaar Emma van het Glazen Hart huurt een atelier in het centrum. Dit object heeft een WOZ-waarde van EUR 255.000,-. Op basis van het percentage van 0,25% komt de bijdrage uit op een bedrag van EUR 637. Dit valt onder het maximumbedrag van EUR 697 en boven het minimumbedrag van EUR 405. Daarmee betaalt Emma jaarlijks een bedrag van EUR 637. Emma gaat daarmee dus exact hetzelfde bedrag betalen als de reclamebelasting die zij nu betaalt (EUR 637)



6. Meerjarenplan

6.1 Centrale ambitie

Doesburg is een unieke stad door haar rijke historie en prettige uitstraling. Als één van de Nederlandse Hanzesteden ademt Doesburg een bijzondere middeleeuwse sfeer, met goed bewaard gebleven oude straten, prachtige monumenten, leuke winkels en gezellige horeca. Met een combinatie van historie, cultuur en kunst trekt Doesburg bezoekers die houden van authenticiteit en een gezellige, kleinschalige stadsbeleving.

Dit centrum willen wij versterken en aantrekkelijker maken, met meer sfeer, leuke evenementen, minimale leegstand, goede bereikbaarheid en een breed scala aan voorzieningen. Dit vraagt om een integrale aanpak en kan niet worden gerealiseerd zonder samenwerking tussen ondernemers en andere centrumpartners in Doesburg. Niet alleen is een professionele samenwerking tussen deelnemers nodig. Ook financiële middelen van alle partijen zijn nodig om investeringen te doen.

AMBITIE:

"De ambitie voor het centrum van Doesburg is om een levendig, vitaal en toekomstbestendig stadshart te creëren, waar historie, toerisme en functionaliteit samenkomen. Met aandacht voor de historische waarde van de binnenstad en het unieke kenmerk als Hanzestad biedt het centrum een verrassend aanbod van winkels, horeca en cultuur, en fungeert het als een aantrekkelijke bestemming voor Doesburgers, regionale bezoekers en toeristen.

Ondernemerschap wordt hierbij actief gestimuleerd, waarbij ondernemers en stakeholders samenwerken om de lokale economie te versterken en de aantrekkingskracht te vergroten. Zo wordt het centrum van Doesburg een heerlijke plek om te wonen, verblijven, ontmoeten, recreëren, werken. Het is goed ondernemen in het centrum van Doesburg en daar profiteert straks iedereen van."

6.2 Doelstellingen

Om de ambitie te bereiken wordt in Doesburg ingezet op de volgende doelstellingen:

- Een **krachtige, goed bemande centrumorganisatie** onder de naam SCBD waarin ondernemers en gemeente collectief met een duidelijke rolverdeling samenwerken aan een gezamenlijke integrale visie, strategie en uitvoeringsprogramma voor een levendig, vitaal en toekomstbestendig Doesburg centrum;
- Een **sterk imago en goede bekendheid van Doesburg** (als Hanzestad, koopstad en verblijfsstad) met een mooi pallet aan aansprekende activiteiten- en evenementen;
- **Hogere bezoekersaantallen** die een gezonde omzet en gezond verdienmodel voor ondernemers mogelijk maken;

- De komende jaren **collectief (en structureel) investeren** op een aantal gezamenlijke thema's; geen free-riders meer. Iedereen doet mee!
- Het vormen van een **sterke eenheid die als gesprekspartner** o.a. richting (vastgoed)eigenaren, gemeente en provincie een sterke lobby kan voeren;
- Het stimuleren en versterken van **lokaal ondernemerschap** en ruimte voor vernieuwende (onderscheidende) concepten;
- Een **prettig centrum om in te verblijven**, wonen, werken en recreëren. Bruisend, sfeervol én verrassend met veel beleving en uitstraling;
- Het **verbinden met vastgoed**: opstarten intensieve samenwerking met de vastgoed organisatie en zorgen dat deze snel onderdeel wordt van de integrale visie, strategie en uitvoeringsprogramma. Een basis voor uitbouw samenwerking na 2025.
- Een compleet en sterk **winkel- en voorzieningenaanbod** en lage leegstand;
- Vergroten van het **cultureel** aanbod en **maatschappelijke** en **toeristische** voorzieningen in het centrum;
- Een **makkelijk bereikbaar** en goed vindbaar centrum, zowel met het OV als met de auto met goede parkeervoorzieningen.



6.3 Thema's voor het centrum

Om de visie en doelen te kunnen realiseren werken de ondernemers de komende vijf jaar samen vanuit een meerjarenprogramma. In het meerjarenprogramma is de ambitie met doelstellingen vertaald naar **zes hoofdthema's** en bijbehorende projecten.

1. **Samenwerken en organisatie**
2. **Identiteit en profilering**
3. **Evenementen en promotie**
4. **Ontmoetings- en verblijfskwaliteit**
5. **Bereikbaarheid en parkeren**
6. **Vitaal stadshart**

De ambitie, doelen en thema's geven richting en zorgen voor koers.

6.4 Meerjarenprogramma

In dit hoofdstuk zijn de thema's uitgewerkt waar Stichting Centrum Belang Doesburg (SCBD) zich de komende jaren op gaat richten. Per thema zijn hiervoor de visie en deelactiviteiten benoemd.

6.4.1 Thema 1: Samenwerking & organisatie

Doelstelling

Een sterk samenwerkingsmodel. Het intensiveren van de samenwerking tussen ondernemers en (vastgoed)eigenaren onderling en vanuit dit collectief de samenwerking met de andere partners in het centrum opzoeken om de centrale ambitie te bereiken.

Wat willen we bereiken?

- In het eerste kwartaal van 2025 staat er een nieuwe sterke en effectieve centrumorganisatie met een nieuw bestuur. Waarin ondernemers met partijen als (vastgoed)eigenaren en gemeente collectief met een duidelijke rolverdeling samenwerken aan een gezamenlijke visie en strategie. De SCBD wordt ondersteund vanuit een sterk uitvoeringsteam;
- De komende jaren wordt door de SCBD collectief (en structureel) geïnvesteerd op een aantal gezamenlijke thema's;
- Er wordt vanuit de SCBD een sterke eenheid gevormd die als gesprekspartner o.a. richting gemeente en provincie een sterke lobby kan voeren;
- In 2025 wordt gestart met een nieuw communicatieplatform;
- 2 x per jaar wordt een kennis/netwerkbijeenkomst voor ondernemers georganiseerd;
- Voor 2025 zijn er vaste overleg- en afstemmomenten met culturele, maatschappelijke en toerisme organisaties ingepland;
- In het eerste kwartaal van 2025 ligt er een basis voor een nieuwe vastgoedorganisatie, met 1 actieve deelnemer aan het SCBD-bestuur.

Wat gaan we doen?

- **Basis centrumorganisatie:** een krachtige centrumorganisatie onder de naam SCBD waarin via samenwerking het centrum professioneel wordt aangestuurd; onderdeel hiervan vormt een nieuw, actief SCBD-bestuur met deelname van ondernemers die koers bepaalt en lijnen uitzet. In de centrumorganisatie vormen actieve bestuursleden de spil: zij zijn lokale aanjagers die themagewijs (branche-overstijgend) thema's oppakken en de uitvoering coördineren;
- **Het verbinden met vastgoed:** opstarten intensieve samenwerking met de vastgoed organisatie. Stimuleren dat deze organisatie snel van de grond komt. Bepalen gezamenlijke thema's, bepalen agenda, gezamenlijke initiatieven en cofinanciering. In 2025 vertegenwoordiging in SCBD-bestuur organiseren. Basis voor uitbouw samenwerking na 2025.
- **Sterk uitvoeringsteam:**
 - inzet van een **centrummanager**. Het vervolgen van de succesvolle inzet van de centrummanager die verbindt, initieert, bemiddelt, aanjaagt en coördineert;
 - inzet **bedrijfsaccountmanager** van de **gemeente**. Deze draagt bij aan binding tussen gemeente en SCBD en zet zich in om gemeentelijke data over het centrum beschikbaar te stellen aan het SCBD.
- **Samenwerking:** De samenwerking met culturele, maatschappelijke en toerisme partijen opzoeken om de culturele en toeristische waarde van het centrum te vergroten. Bekijken waar samenwerking dit kan versterken. O.a. activiteiten, marketing en vertaling on-offline communicatie. Overwegen of zij ook deel uit moeten maken van het uitvoeringsteam.
- **Communicatie:** verbeteren en professionaliseren van informatieverstrekking tussen/naar ondernemers. Het vervangen van Whatsapp; de overstap naar een communicatieplatform (zoals Chainels).
- **Kennisverbreding:** het organiseren van kennisbijeenkomsten om ondernemers slimmer en beter te maken, te inspireren of een informatievoorsprong te geven. Bijvoorbeeld rondom thema's als verduurzaming winkelpanden, subsidies, AI, cybercrime, fiscale vraagstukken, ondernemerschap, blurring enz.
- De samenwerking met **culturele, maatschappelijke en toerisme partijen** opzoeken om de culturele en toeristische waarde van het centrum te vergroten en de promotie te verbeteren. Nu is het (te) vaak onbekend maakt onbemind. Bekijken waar samenwerking dit kan versterken. Waardoor winkelbezoeken en culturele bezoeken veel meer gecombineerd worden. Wat leidt tot een langere verblijfsduur, hogere besteding enz. O.a. activiteiten, marketing en vertaling on-offline communicatie. Overwegen of zij ook deel uit moeten maken van het uitvoeringsteam. Voorbeelden: samenwerkingen met grotere campings, meer uitjes gericht op families/ jeugd, samenwerking met scholen, promotie van evenement in de regio, meer fietsroutes koppelen aan het centrum, enz.

6.4.2 Thema 2: Identiteit & profilering

Doelstelling

Investeren in een heldere en duidelijke profilering van het centrum en deze gezamenlijk uitdragen naar inwoners, recreanten, toeristen, B2B.

Wat willen we bereiken?

- Er ligt een duidelijke en heldere profilering van het centrum van Doesburg met een aansprekende, herkenbare signatuur die wij overal toepassen. Hiermee kan de komende jaren gericht op doelgroepen ingezet worden.
- Het gezamenlijk via verschillende communicatie platforms off- en online uniform uitdragen van deze profilering naar de doelgroepen.
- Wij lanceren de Doesburg app voor bezoekers, inwoners en consumenten.

Wat gaan we doen?

- **(Identiteits)marketingplan:** met de stakeholders (zoals Achterhoek Toerisme) werken aan de identiteit van Doesburg; in samenwerking aan de slag met de praktische vertaling naar de doelgroepen van het centrum. Door het bedenken en uitvoeren van passende acties, leuke evenementen, aankleding, signing, marketing Niet alleen richting de toeristische bezoeker, maar zeker ook voor de eigen inwoners en gerichte bezoekers uit de regio. Daar komt immers de kern van onze dagelijkse boterham vandaan!
- **On- en offline profilering:** inrichten van de on- en offlinekanalen. O.a.
 - Online: wij hebben een duidelijke visie via welke website(s) wij welke doelgroepen willen bereiken. Hier informeren wij inwoners, bezoekers en toeristen waar alles over Doesburg, haar ondernemers, winkels, aanbod en evenementen terug te vinden zijn. Koppeling met de andere platforms die actief zijn (bijv. toerisme, cultuur) zodat informatie, links en content over en weer kan worden uitgewisseld.
 - Online: wij lanceren een nieuwe Doesburg consumenten app als verlengstuk van de website; dit is dé landingsplek waar naast informatie ook interactie met bezoekers kan plaatsvinden.
 - Online: beheer socials/ campagnes/ mediaplan. Samenwerking met Stadspromotor (gemeente) is hierin belangrijk;



6.4.3 Thema 3: Evenementen en promotie

Doelstelling

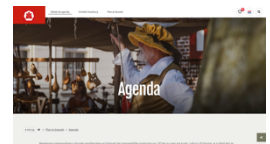
Een sterk imago en goede bekendheid van Doesburg (als Hanzestad, koopstad en verblijfsstad) met een mooi pallet aan aansprekende activiteiten- en evenementen.

Wat willen we bereiken?

- Een afwisselend jaarrond evenementen- en activiteitenprogramma voor de verschillende doelgroepen dat zorgt voor hoge bezoekersaantallen.

Wat gaan we doen?

- **Intensieve samenwerking (en afstemming)** tussen BIZ, Stadscoördinator, Stadspromotor, VVV en Gemeente rondom de invulling van de promotie van - en uitvoering van evenementen in - Doesburg. Eventueel extra inzet van resources rondom promotie als blijkt dat dit nodig is.
- **Activiteiten en evenementen jaarprogramma:** opzet van een jaar-rond programma met een passend en aansprekend evenementen- en activiteiten aanbod voor de verschillende doelgroepen in aansluiting op de identiteit. Hiermee wordt het centrum geactiveerd en op de kaart gezet. Koppeling met de bestaande culturele en toeristische agenda leggen.
- **Promoten** van het centrum met alle evenementen en activiteiten en het winkel- en horeca aanbod, o.a. bij vakantieparken;
- **Coördinatie G5 Evenementen:** de coördinatie van de G5 evenementen in het centrum. Het inpassen in de jaarkalender, de projectmatige afstemming met (en betrokkenheid) van ondernemers en gemeente en de communicatie naar de doelgroepen. Daarmee worden deze evenementen nog meer verbonden met het centrum, is er minder kwetsbaarheid en ontstaat er eenheid. Het gaat om de volgende evenementen:
 1. Doesburg Jazz
 2. Kerstmarkt
 3. Hanze Dag
 4. Verrassend Doesburg
 5. Sinterklaasintocht
- **Promotionele acties:** het organiseren van collectieve promotionele acties om het centrum verder op de kaart te zetten. Bijvoorbeeld met spandoeken, advertenties, flyers of online campagnes. Dit draagt bij aan de naamsbekendheid, verbinding, betrokkenheid en kan leiden tot herhaalbezoeken.



Opmerking: evenementen en promotie zullen deels voor rekening van de BIZ komen, maar worden deels ook financieel ondersteund vanuit gemeente of kennen een (gedeeltelijke) eigen funding door entreegelden, stageld etc. Het uitgangspunt is dat we met onze eigen middelen ook makkelijker andere cofinancieringsmiddelen kunnen bereiken.

6.4.4 Thema 4: Ontmoetings- en verblijfskwaliteit

Doelstelling

Het creëren van een prettig verblijfsklimaat in het centrum van Doesburg door te investeren in de inrichting en uitstraling van het centrum.

Wat willen we bereiken?

- De openbare ruimte in het centrum van Doesburg is mooi en comfortabel ingericht en goed verzorgd. Het ziet er gezellig en sfeervol uit. Op deze plek wil je langer verblijven.
- Met openbaar groen is er een eenheid in de uitstraling van de openbare ruimte in Doesburg gedurende het gehele jaar.
- Een verbeterde verblijfskwaliteit, o.a. door meer oog te hebben voor zitgelegenheden, (fiets)parkeren, uitstraling van de gevels, oplaad- en toiletvoorzieningen.
- Een wildgroei van terrassen, borden en commerciële uitingen wordt voorkomen; het creëren van een rustig, fraai en overzichtelijk straatbeeld in het centrum van Doesburg.

Wat gaan we doen?

- **Thematische aankleding centrum**

- Hanging baskets: het winkelgebied wordt nu vanuit de gemeente Doesburg voorzien van hanging baskets waarmee het centrum visueel aantrekkelijk er sfeervoller wordt. Wij gaan er van uit dat dit wordt voortgezet.
- Sfeerverlichting: richting het najaar wordt het centrum voorzien van sfeerverlichting. Dit verhoogt de uitstraling van het centrum.



- **Vaste inrichtingselementen**: een lobby opstarten richting gemeente voor het (gefaseerd) vernieuwen en aanvullen van inrichtingselementen in de openbare ruimte om de uitstraling en de verblijfskwaliteit van het centrum te verbeteren. Bijvoorbeeld het toevoegen van prullenbakken in Doesburg stijl.



- **Openbaar groen**: de uitstraling door middel van (tijdelijk en permanent) openbaar groen aantrekkelijker, sfeervoller en warmer maken en de onderdelen van het centrum meer met elkaar verbinden. Hiervoor een lobby opstarten richting de gemeente.
- **Reclame- en uitstallingenbeleid**: in samenspraak met de gemeente uitwerken van regels ten aanzien van uitstallingen en reclamebeleid, dit uitvoeren. Denk aan criteria rondom stoepborden, vlaggen, banieren, terrassen. Daarnaast afspraken maken over

de handhaving hiervan. De voorbereidingen hiervan starten in 2024 en het traject wordt door de gemeente gefinancierd.

6.4.5 Thema 5: Bereikbaarheid en parkeren

Doelstelling

Aandacht voor goede bereikbaarheid, goede parkeervoorzieningen en een duidelijke routing voor alle verkeersmiddelen. Met onderliggend een gastvrij parkeerbeleid dat meer bezoekers stimuleert om Doesburg te bezoeken en (langer) in het centrum van Doesburg te verblijven.

Wat willen we bereiken?

1. Het centrum van Doesburg is met de auto makkelijk bereikbaar en het parkeren is gastvrij

Concreet: er zijn voldoende (en duidelijk aangegeven) parkeerplaatsen passend bij de grootte van Doesburg met een duidelijke routeverwijzing naar het centrum.

2. Het centrum van Doesburg is vanaf Dieren zowel per fiets als via het OV makkelijk bereikbaar

Concreet:

- Passagiers vanaf Station Dieren moeten het centrum van Doesburg zonder al te veel inspanning (max. 30 min) met het OV kunnen bereiken.
- Voldoende fietsen die op Station Dieren beschikbaar zijn om naar het centrum Doesburg te fietsen.

3. Het centrum van Doesburg is met de fiets goed bereikbaar en het stallen van de fiets kost geen moeite.

Concreet: er zijn voldoende (en duidelijk aangegeven) fietsenstallingen in het centrum van Doesburg. Deels bewaakt en deels met voorzieningen om elektrische fietsen op te kunnen laden.

Wat gaan we doen?

- **Gastvrij parkeren faciliteren:** een (interne) visie op het parkeerbeleid vormen en lobby richting gemeente opstarten om het bestaande parkeerbeleid en parkeerfaciliteiten in/rond het centrum te beoordelen en waar nodig te aan te passen. Inclusief het verbeteren van de P-route en aanduiding van looproutes vanaf de parkeerplaatsen naar het centrum.



- **Openbaar vervoer:**

- De ov-verbinding met Doesburg moet beter! Lobby uitvoeren (al dan niet met behulp van gemeente en bedrijven) richting overheid om ov-verbinding naar Doesburg te verbeteren. Met name verbinding Doesburg – Dieren.



- OV-fiets faciliteiten toevoegen: lobby uitvoeren (al dan niet met behulp van gemeente en bedrijven) richting overheid om het aantal OV fietsen in Dieren te verhogen. Daarmee stimuleren wij meer mensen om op de fiets vanaf Dieren Doesburg te bezoeken. Eventueel onderzoek naar alternatieven naast OV fietsen.



- **Handhaving:** met de gemeente in gesprek over de wijze van handhaving van het parkeren, zodat er maximaal gebruik kan worden gemaakt van de parkeerfaciliteiten.
- **Fietsparkeren:** in samenspraak met gemeente toevoegen van fietsparkeer/stallingsplaatsen in het centrum, eventueel voorzien van oplaadpunten. Inclusief het verbeteren van de bewegwijzering voor fietsers richting deze parkeer/stallingsplaatsen.



6.4.6 Thema 6: Vitaal stadshart

Doelstelling

Samen met de vastgoedeigenaren aan de slag met het versterken van het voorzieningenaanbod, het terugdringen van de leegstand en het stimuleren van ondernemerschap waarmee de vitaliteit van het centrum van Doesburg toeneemt. Dit zorgt voor groei en bloei en trekt nieuwe spelers aan.

Wat willen we bereiken?

1. In het eerste kwartaal van 2025 ligt er een basis voor een nieuwe vastgoedorganisatie, met 1 actieve deelnemer aan het SCBD-bestuur.
2. Vanuit de groep vastgoed ondernemers en het SCBD-bestuur zijn in 2025 de gezamenlijke beleidsonderwerpen, kaders en de agenda voor het vitale stadshart voor komende jaren uitgewerkt. Met duidelijke doelen zoals:
 - a. Toewerken naar een structureel lagere leegstand van ... (2025) naar niveau...2026 en verder. Formuleren in 2025.
 - b. Waardering consumenten verbeteren: winkelaanbod, voorzieningenniveau, parkeren en kwaliteit gebied: allen boven benchmark (minimaal gelijkwaardig aan lokale concurrerende gebieden)

Wat gaan we doen?

Wij hebben deze vraag opgedeeld in twee stukken. Namelijk een korte termijn aanpak en een langere termijn aanpak.

Immers zal voor de korte termijn vooral het van de grond krijgen van de vastgoed organisatie (zie thema 1) én het op basis daarvan verbinden met vastgoed centraal staan. Met dit fundament kan daarna gezamenlijk de vervolgkoers worden ingevuld.

Korte termijn (6 maanden/1 jaar)

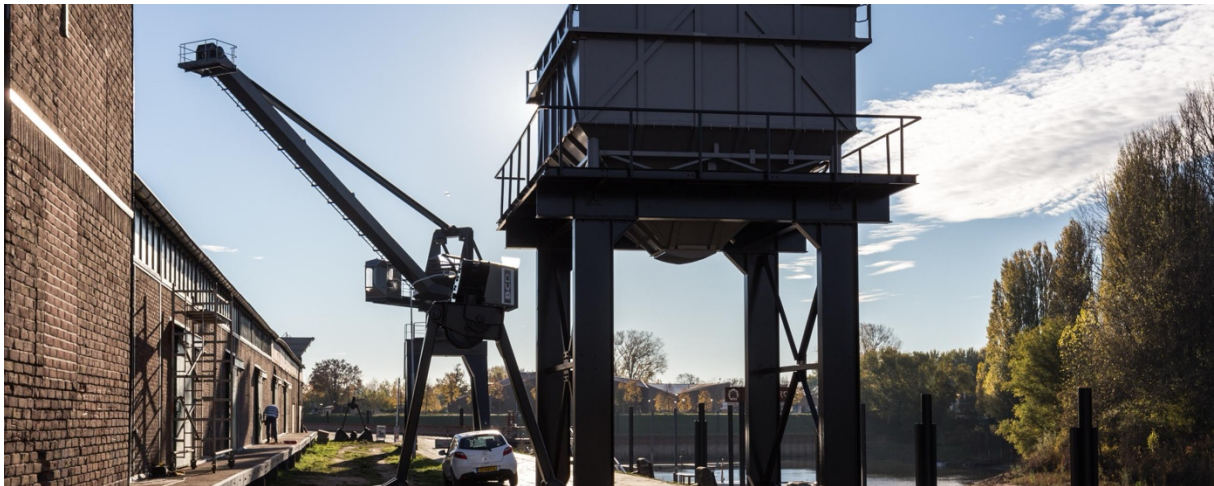
- Het **verbinden met vastgoed**: Bepalen gezamenlijke thema's, bepalen agenda, beleidsonderwerpen, gezamenlijke initiatieven en cofinanciering. Basis voor uitbouw verdere samenwerking na 2025.
- **On- en offline profileren van het centrum** naar derden (makelaars, ontwikkelaars, formules) en de communicatie van het beschikbare winkelaanbod via de website(s) van Doesburg.

Middellange termijn (na jaar 1)

In samenspraak met vastgoed – beleidskaders uitwerken en oppakken rondom:

- **Aanbod verbetering**: acties om het voorzieningenaanbod (brancheringsmix) te versterken. Aanbod en formulegericht. Onder andere door pro-actieve benadering van marktpartijen, verplaatsing/ reloceren van ondernemers naar het centrum, ruimte inzetten voor tijdelijke gebruik middels pop up store via tijdelijk ondernemerschap of het toevoegen van opleidingswinkels;

- **Ondernemerschap ondersteunen:**
 - Stimuleren van nieuwe ondernemers door hen welkom te heten met een welkomst- en introductie pakket door een vast contactpersoon;
 - Business coaching en begeleiding van startende/nieuwe ondernemers in de opstartfase van hun bedrijf;
 - Het MKB vergrijst en vraagt aandacht! Actieve regie op bedrijfsopvolging, waarbij inzichtelijk wordt gemaakt welke ondernemers wanneer stoppen zodat tijdig kan worden gezocht naar bedrijfsopvolgers en daarmee leegstand voorkomen wordt;
- **Leegstandsaanpak**
 - Leegstandsmaskering: onderzoek mogelijkheden huisvesten van tijdelijke initiatieven of maskering door middel van projecten, bestickering, etalage-inrichting.
 - Actief leegstandsbeleid: gesprekken met marktpartijen, reloceren, pop up stores of opleidingswinkels;



7. Meerjarenbegroting

In de bijlage is de meerjarenbegroting opgenomen.

Uitgaven per thema:

De Meerjarenbegroting toont de globale budgetten die per jaar (2025-2029) per thema worden ingezet. Ter vergelijking is de huidige SCBD-begroting als referentie toegevoegd in de eerste kolom.

Zoals valt af te lezen uit het overzicht betekent dit dat er binnen SCBD op een aantal posten scherp aan de wind moet worden gezeild. Doorlopend kritisch blijven kijken of het voor minder kan.

Inkomsten

A. Gebruikers

Structureel: de inkomsten van de Stichting Centrum Belang Doesburg (SCBD) bestaan uit de BIZ gelden die via de gemeente als subsidie worden verstrekt (voorheen de reclamegelden). Via de gebruikers wordt er hiermee in totaal EUR 80.000 ingebracht.

B. Gemeente

Ook de gemeente neemt als partner in de BIZ haar verantwoordelijkheid omdat zij zelf ook belang inziet van het laten slagen van de BIZ en daarmee de stappen om het centrum van Doesburg voor alle partijen (inclusief gemeente zelf) te verbeteren en te versterken;

- *Incidenteel:* Wij veronderstellen een directe gemeentelijke bijdrage voor de uitvoering van het uitstallingsbeleid (EUR 15.000). In dit plan zijn daarom hiervoor geen uitgaven opgenomen.
- *Structureel:* De bijdragen (EUR 20.000) aan de organisaties van de G5 evenementen wordt in de begroting vanaf 2025 aan de SCBD verstrekt, die op haar beurt met de uitvoerende organisaties de inzet van dit geld overlegt en afstemt.
- *Structureel:* door het op elkaar afstemmen van de centrumprogramma's op de gemeentelijke programma's kan er gezamenlijk worden opgetrokken. Bij een aantal thema's is dat zeker het geval waardoor gemeente mee-investeert. Ondanks dat partijen hiervoor op voorhand voldoende mogelijkheden zien hebben wij de begroting hiervoor geen bedragen meegenomen.

C. Overige stakeholders:

Structureel: de andere stakeholders zoals vastgoedeigenaren, recreatieve organisaties en culturele organisaties hebben een (groot) belang bij een goed functionerend centrum. Dergelijke instanties hebben ook belang bij een deel van de activiteiten. Het is logisch dat hiervoor co-financieringsafspraken worden gemaakt. Wij rekenen op een bijdrage van EUR 2.750 per jaar. Vanuit vastgoed zal de cofinanciering stukken groter worden zodra zij zich formeel organiseren en vanaf 2026 georganiseerd ook mee gaan bouwen aan het centrum.

D. Subsidies:

Incidenteel: per thema zal door de SCBD onderzocht moeten worden of er externe subsidies te verkrijgen zijn. Wij hebben hier vooralsnog niet mee gerekend, maar zal wel als aandachtspunt worden meegenomen.

Dekking van de uitgaven door de inkomsten

Op basis van deze meerjarenbegroting hebben wij behalve voor het 1^e jaar, voor alle jaren een dekking van de kosten en is er een klein reserve ingebouwd om eventuele onverwachte uitgaven te kunnen dekken.

Perceptiekosten

Ook bij toepassing van de BIZ blijft de gemeente inningskosten in rekening brengen, net als bij de reclamebelasting. Dit zijn de zogenaamde perceptiekosten. Omdat de BIZ-systematiek een stuk eenvoudiger is in de uitvoering, brengt dit lagere kosten met zich mee; van 7,20% naar 3,75% van de geïnde bedragen.



05-nov		CENTRUM DOESBURG					
		Budget					
Thema	Onderwerp	2024	2025	2026	2027	2028	2029
1 Samenwerking en organisatie							
a	Basis centrumorganisatie	4.750	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
b	Inzet centrummanager	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000
c	Inzet accountmanager	-	-	-	-	-	-
d	Interne communicatie met leden (Chainels)	-	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
e	Samenwerking met vastgoed	-	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
f	Perceptiekosten	4.000	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200
2 Identiteit & profilering							
a	Totaal marketingplan	-	7.500	-	-	-	-
b	On- en offline profilering (beheer socials/ campagnes)	-	9.000	6.500	6.500	6.500	6.500
3 Evenementen en promotie							
a	Activiteiten en evenementenprogramma	9.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
b	G5 evenementenprogramma	-	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
c	Promotionele acties	2.000	4.000	7.000	7.000	7.000	7.000
4 Ontmoetings- en verblijfskwaliteit							
a	Aankleding centrum (verlichting)	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
b	Vaste inrichtingselementen (o.a. prullenbakken)	-	-	-	-	-	-
c	Openbaar groen	-	5.000	5.000	-	-	-
d	Uitstallingen en reclamebeleid	-	-	-	-	-	-
5 Bereikbaarheid en parkeren							
a	Gastvrij parkeren faciliteren	-	pm	pm	pm	pm	pm
b	Openbaar vervoer lobby	-	pm	pm	pm	pm	pm
c	Handhaving	-	pm	pm	pm	pm	pm
d	Fietsparkeren verbeteren	-	pm	pm	pm	pm	pm
6 Vitaal stadshart							
a	korte termijn aanpak	-	2.500	-	-	-	-
b	lange termijn aanpak	-	-	pm	pm	pm	pm
Totaal uitgaven		55.750	107.700	98.200	93.200	93.200	93.200
99 Inkomsten							
a	Bijdragen vanuit gebruikers	54.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
b	Bijdragen vanuit vastgoed eigenaren	-	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
c	Bijdragen vanuit cultuur/toerisme	-	250	250	250	250	250
d	Bijdragen via gemeente: structurele overname posten	-	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
e	Bijdragen via overige inkomsten	2.250	-	-	-	-	-
Totaal inkomsten		56.250	102.750	102.750	102.750	102.750	102.750
Tekort/ over		500	(4.950)	4.550	9.550	9.550	9.550

8. Organisatie BIZ centrum Doesburg

8.1 Looptijd

Het SCBD bestuur kiest voor een BIZ-periode van 5 jaar. Dit is de wettelijke maximale looptijd.

8.2 Beheer en uitvoering

Het SCBD blijft een Stichting die jaarlijks via een subsidieaanvraag aan de gemeente de BIZ-middelen ontvangt en beheert.

8.3 Verantwoordelijkheden bestuur

Het bestuur is belast met het opstellen en accorderen van jaarplannen en het zorg dragen voor uitvoering (o.a. via de centrummanager als aanjager).

In het bestuur komen naast de voorzitter, penningmeester en secretaris vertegenwoordigers van retail, horeca en dienstverlening bij elkaar. Deze vertegenwoordigers hebben stemrecht. Conform de wettelijke eisen bewaken we dat twee-derde van de bestuursleden met stemrecht zelf ook bijdrageplichtig zijn. Zo bewaken we dat de beslissers over het BIZ-geld zelf ook betalers zijn.

Het bestuur wordt bijgestaan door een uitvoeringsteam (zonder stemrecht), bestaande uit de centrummanager en vertegenwoordiger vanuit de gemeente. Daarnaast neemt een vertegenwoordiger van de vastgoed-groep en een vanuit de toeristische hoek plaats in het bestuur.

Het bestuur zal worden geadviseerd over de nieuwe plannen en de die ambities die er onder bijdrageplichtigen leven. Dit kan bijvoorbeeld via reguliere vergaderingen of netwerkbijeenkomsten.

8.4 Subsidie, rekening en verantwoording

Nadat het meerjarenprogramma is vastgesteld wordt er door het bestuur van SCBD jaarlijks jaarplan (uitvoeringsplan) en bijbehorende begroting opgesteld. Dit geeft themagewijs een overzicht van de concrete stappen die gezet en acties die ondernomen gaan worden en sluiten aan op het meerjarenplan.

Wanneer het jaarplan door het stichtingsbestuur is geaccordeerd wordt dit als bijlage aan een subsidieaanvraag naar de gemeente gestuurd.

De gemeente zal in principe de subsidie toekennen en een voorschot van de BIZ-middelen uitkeren aan het begin van een boekjaar, omdat het precieze bedrag dat geïnd wordt aan het begin van het jaar nog onbekend is. Een tweede bevoorschotting vindt plaats in het najaar. Na afloop van een boekjaar levert SCBD een subsidieverantwoording aan de gemeente, met een overzicht van de met de middelen uitgevoerde activiteiten en een jaarrekening. Op dat moment wordt de subsidie definitief vastgesteld en wordt het

eventuele restant van de door de gemeente geïnde BIZ- middelen aan de vereniging uitgekeerd.

De precieze uitvoering van deze subsidierelatie ligt vast in de nog nader op te stellen ‘Uitvoeringsovereenkomst BIZ Centrum Doesburg’. In deze uitvoeringsovereenkomst wordt ook geregeld hoe de gemeente de BIZ-middelen int, hoe middelen bij SCBD terechtkomen en wanneer, in extreme gevallen, de BIZ opgezegd kan worden door één van de partijen.

SCBD is vanuit de wet op de BIZ verplicht om aan alle partijen die een bijdrage doen aan de BIZ kosteloos begroting/jaarplan en jaarrekening/jaarverslag te verstrekken. Dit zal de SCBD doen door deze stukken jaarlijks digitaal te presenteren en op verzoek aan bijdrageplichtigen kosteloos te versturen.

SCBD zich tot doel stelt om voorafgaand aan elk jaarplan een bijeenkomst te houden, waar bijdrageplichtigen input kunnen geven voor en op het jaarplan voor het volgend jaar.

8.5 Uitvoeringsovereenkomst met gemeente

De wijze waarop SCBD en de gemeente Doesburg zich tot elkaar verhouden inzake de inning, uitkering en besteding van de BIZ ligt vast in een uitvoeringsovereenkomst. Ook deze moet nog nader opgesteld worden.

8.6 Looptijd en beëindiging

De BIZ start per 01-01-2025 en heeft een looptijd van vijf jaar. Daarmee eindigt in principe de BIZ automatisch op 31-12-2029. Jaarlijks zal de werking van de BIZ geëvalueerd worden. In het vijfde jaar vindt een definitieve evaluatie plaats, die ook als basis kan dienen voor de keuze van deelnemers om wel of niet door te willen gaan met de BIZ. In aanloop naar dat moment kan ook overwogen worden om een eventuele combinatie te maken met de vastgoed BIZ, mocht die tegen die tijd ook geïnstalleerd en actief zijn.