

BIZ-PLAN

ONDERNEMERS BINNENSTAD HARDERWIJK 2026 – 2030

Samen staan voor een eigentijdse Hanzestad

INLEIDING

1.

1.1 Aanleiding

De binnenstad van Harderwijk heeft goud in handen. Met onze aantrekkelijke uitgangspositie, de groei van het aantal inwoners, de toenemende regiofunctie en de toeristische potentie liggen er goede kansen om de vitaliteit van de binnenstad verder te vergroten.

Om deze kansen te verzilveren, is intensivering van de samenwerking én gezamenlijke investering nodig. Hier laten we nu kansen liggen! Met een nieuwe organisatie als verbindende factor willen we als ondernemers in samenwerking met de gemeente de aantrekkelijkheid en de aantrekkingskracht van de binnenstad vergroten. Met als centrale doel: meer bezoekers, die langer verblijven én meer gaan besteden. Voor u ligt het plan waar we de komende vijf jaar op willen gaan investeren in de binnenstad, met de uitwerking van een concreet jaarplan voor 2026. Hiervoor wordt de Bedrijveninvesteringszone (kortweg BIZ) als instrument ingezet.



1.2 Proces totstandkoming BIZ

Dit plan is tot stand gekomen in samenspraak met een breed samengestelde kopgroep van ondernemers in de binnenstad met behulp van expertise van buiten. Daarnaast hebben er verschillende bijeenkomsten plaats gevonden waarin de plannen zijn getoetst bij de achterban. Er is een enquete uitgezet onder ondernemers, waaruit bleek dat er brede steun is voor invoering van de BIZ. Gezamenlijk heeft dit tot voorliggend resultaat: een BIZ-plan wat gedragen wordt door een grote groep ondernemers. Buro Vierders is aangetrokken om de samenwerking in de binnenstad vorm te geven, het plan te ontwikkelen en de totstandkoming van de BIZ voor ondernemers te realiseren.

1.3 Draagvlak

De BIZ komt er alleen wanneer uit een draagvlakmeting blijkt dat het grootste deel van de achterban positief is over de BIZ. Er is sprake van voldoende draagvlak wanneer minimaal 50% van bijdrageplichtigen een stem heeft uitgebracht, waarvan minimaal tweederde van de stemmen voor invoering is. De voorstemmers dienen daarnaast meer WOZ-waarde te vertegenwoordigen dan de tegenstemmers.

1.4 Wat is een BIZ?

De belangrijkste eigenschappen van de BIZ samengevat:

• Een BIZ wordt opgericht door en voor ondernemers en/of vastgoedeigenaren. Het initiatief voor het oprichten van de BIZ ligt bij de ondernemers en/of de vastgoedeigenaren in het gebied. In Harderwijk wordt er enkel een BIZ voor ondernemers ingericht, omdat het draagvlak onder vastgoed nog te broos is.

• De ondernemers bepalen zelf op welke manier ze willen investeren in versterking van de binnenstad. Alle ondernemers van niet-woningen betalen mee en kunnen meepraten en meedoen.

•Met de BIZ kunnen activiteiten gefinancierd worden die vanuit de Wet op de Bedrijveninvesteringszones in de openbare ruimte en op het internet, die gericht zijn op het bevorderen van de economische ontwikkeling, ruimtelijke kwaliteit, de leefbaarheid en/of veiligheid. Met een BIZ kan men samen investeren om de binnenstad economisch sterk én leefbaar te houden.

• De heffingsmaatstaf voor de BIZ-bijdrage is de op basis van hoofdstuk IV van de Wet waardering onroerende zaken vastgestelde waarde.

• De BIZ komt er zodra er aantoonbaar draagvlak is bij de bijdrageplichtigen.

• De BIZ wordt opgericht voor een duur van 5 jaar. In het vijfde jaar wordt de BIZ geëvalueerd en dient opnieuw het draagvlak te worden aangetoond om de BIZ te verlengen voor een volgende periode van 5 jaar.



1.5 Voordelen van de BIZ

De belangrijkste voordelen van de BIZ samengevat:

• Het draagvlak wordt verbreed; ondernemers die nu nog niet vrijwillig meebetalen aan gezamenlijke projecten gaan ook meedoen. Hierdoor zijn er geen 'free-riders' meer, iedere ondernemer gaat meebetalen. Hierdoor kan er onderling beter samengewerkt, kennis gedeeld en wordt de saamhorigheid vergroot. Er hoeft niet geleurd te worden voor een bijdrage.

• De ondernemers gaan eigenstandig investeren in de ontwikkeling van de binnenstad. Er is meer budget voor de langere termijn, dus meer slagkracht en resultaat. Hierdoor kunnen de ondernemers professioneel opereren en komen projecten makkelijker van de grond.

• Er komt meer invloed van de ondernemers op de verbetering van de binnenstad. Ze komen vroeger aan tafel en zijn een serieuze gesprekspartner, hierdoor wordt de onderhandelingskracht richting gemeente sterker (in projectvoorbereiding en beleidsvorming).

• Het is democratisch; omdat er een draagvlakmeting aan ten grondslag ligt.

• Er worden in een uitvoeringsovereenkomst met de gemeente duidelijke afspraken gemaakt over ieders verantwoordelijkheid. Gemeentelijke taken worden niet overgeheveld naar de BIZ.

1.6 Wat is de financiële bijdrage?

De BIZ-bijdrage per bijdrageplichtige ondernemer is gerelateerd aan de WOZ-waarde van de onroerende zaak (niet-woning deel) en wordt geïnd door de gemeente Harderwijk, die het vervolgens overmaakt aan de BIZ Stichting.

De bijdrage bedraagt per belastingobject per kalenderjaar 0,1% van de WOZ-waarde met een minimum van € 200,- en een maximum € 800,-. Objecten met een WOZ-waarde < €30.000 zijn niet bijdrageplichtig. Dit levert een totaalopbrengst op van circa € 103.000 per jaar.

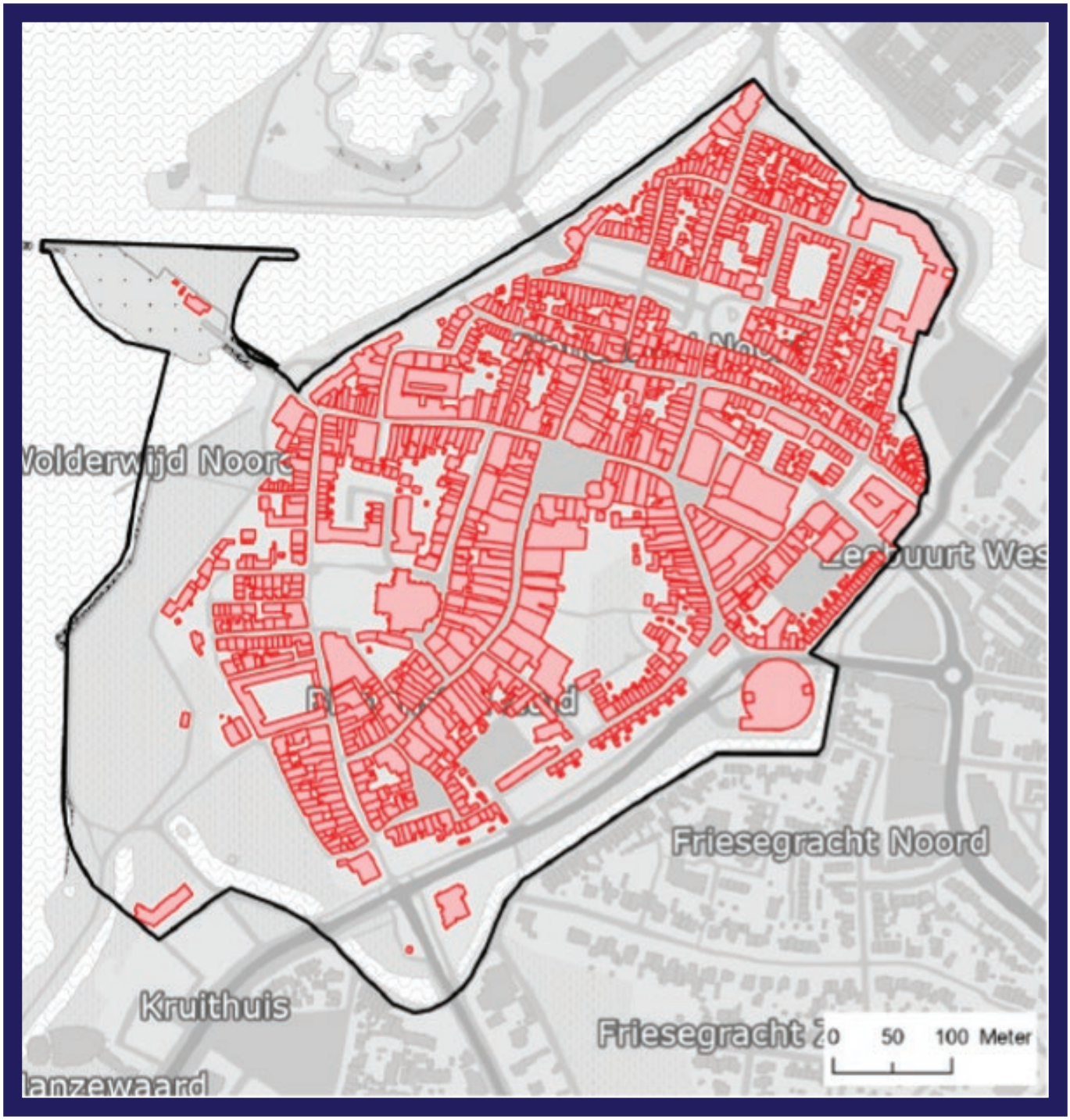
[1] *Indien met betrekking tot de onroerende zaak geen waarde is vastgesteld op de voet van hoofdstuk IV van de Wet waardering onroerende zaken wordt de heffingsmaatstaf van de onroerende zaak bepaald met toepassing van artikel 6, alsmede met overeenkomstige toepassing van het bepaalde bij of krachtens de artikelen 17, 18 en 20, tweede lid, van de Wet waardering onroerende zaken.*



GEBIEDSAFBAKENING

2.

Het BIZ-gebied is afgebakend tot het gebied wat behoort tot het beschermd stadsgezicht van Harderwijk. De ondernemers in dit gebied hebben direct of indirect profijt van de projecten en activiteiten die in het kader van de BIZ worden opgepakt. Daarnaast vormt dit een ruimtelijke logische afbakening.
Deze afbakening sluit aan bij de doelstellingen van de BIZ.





MEERJARENPLAN

MEERJARENPLAN

3.

3.1 Centrale ambitie

Voor de Bedrijveninvesteringszone (BIZ) 2026 – 2030 is de volgende centrale ambitie geformuleerd.

Uitbouwen van een sterk samenwerkingsverband in de binnenstad tussen ondernemers en gemeente met als doel de binnenstad als eigentijdse Hanzestad verder te versterken, waar historie en beleving samenkomen. We creëren een bruisende en aantrekkelijke ontmoetingsplek door in te zetten op een sterk en divers aanbod, een aantrekkelijke kwaliteit in de openbare ruimte, het vergroten van de aantrekkingskracht en het verbeteren van de bereikbaarheid.

We streven naar een goede welvaart en welzijn van de ondernemers, een economisch aantrekkelijk investerings- en vestigingsklimaat en een prettige leefomgeving. We willen bereiken dat inwoners en recreanten uit de regio meer de bruisende binnenstad gaan bezoeken, dat zij daar langer verblijven, elkaar ontmoeten en meer gaan besteden.

3.2 Thema's

De thema's zijn:

1. Aantrekkelijk en zichtbaar

2. Versterken marketing en evenementen

3. Aanpak leegstand en vernieuwend ondernemerschap

4. Organisatie en samenwerking

Elk thema is vertaald in concrete doelstellingen en suggesties voor projecten voor de komende vijf jaar. Kortom: wat stellen we onszelf tot doel om de komende jaren te bereiken?

3.3 Aantrekkelijk, toegankelijk en zichtbaar

Doelstellingen

- Citydressing: Herkenbare seizoensgerichte aankleding van de binnenstad, inclusief feest- en sfeerverlichting voor de wintermaanden.
- Vergroening van de binnenstad.
- Aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte.
- Bevorderen bereikbaarheid en parkeermogelijkheden (auto én fiets).
- Meer eenheid in uitstraling van straten en panden.
- Aantrekkelijke etalages.
- Een schone, hele en veilige binnenstad.
- Heldere verkeerscirculatie, zonder opstoppingen, bewerkstelligen.



Activiteiten

- Vergroenen van de binnenstad, in samenspraak met gemeente. Opstellen van gezamenlijke acties ter realisatie van de vergroening in de openbare ruimte.
- Verbeteren van de sfeerverlichting in de binnenstad, met oa uitbreiding van feestverlichting, met ook aandacht voor duurzaamheid, veiligheid en het voorkomen van overbelichting, en waar nodig aansluitfaciliteiten.
- Verkennen met de gemeente wat de mogelijkheden zijn om de parkeerfunctie voor de binnenstad te optimaliseren, door middel van gesprekken en eventueel onderzoek.
- -Onderzoek naar loyaliteitssysteem parkeren en/of het opzetten van parkeerservice voor bezoekers in samenwerking met ondernemers.
- Het bevorderen van de doorstroming en de parkeermogelijkheden tijdens piekmomenten, door het inzetten van verkeersregelaars.
- Verkennen van de mogelijkheden voor een 'last mile' service voor goederen naar de binnenstad, om zo de overlast van vrachtwagens en busjes te beperken en een autoluwe binnenstad te stimuleren.
- Inzetten op kwalitatief goed straatmeubilair.
- Inrichting uitnodigende en welkome stadsentrees (verkeersluw).
- Seizoensaankleding / citydressing die de identiteit van een eigentijdse Hanzestad onderstreept.
- Bevorderen veiligheid, waaronder aanpak van overlastgevers, eventueel met inzet van Keurmerk Veilig Ondernemen.
- Jaarlijkse schouw van de openbare ruimte met gemeente en andere binnenstadspartners.
- Verkennen met de gemeente wat de mogelijkheden zijn om meer handhaving in te zetten (o.a. handhaving fietsen door de stad, dumpen van afval).
- Verbeteren mogelijkheden bewaakt/afgesloten fietsparkeren, oa voor personeel.
- Introductie van een fietsroute vanaf het waterfront naar de binnenstad.
- Verkennen met de gemeente wat de mogelijkheden zijn voor verbetering verkeersveiligheid (o.a. Smeepoortstraat, fietsoversteek, fiets- en voetgangersveiligheid bij het Park).

3.4 Marketing en evenementen

Alle activiteiten die vanuit de BIZ gefinancierd worden ten aanzien van marketing en evenementen worden afgestemd en in samenspraak met Heerlijk Harderwijk opgepakt, zodat de activiteiten elkaar wederzijds versterken.

Doelstellingen
- Met marketingmiddelen gericht investeren in het merk 'Binnenstad Harderwijk'.

- Versterken van de positie en de rol van de binnenstad in samenwerking met de gemeente en Heerlijk Harderwijk:
  - Propositie richting bezoeker van het totale binnenstadsaanbod.
  - Meten van en communiceren over resultaten.
  - Sterkere positie van winkelen in het aanbod. Betere afstemming, oa.
  - Inzetten op de start van de seizoenen.
  - Versterken van goede samenwerking met horeca, cultuur en evenementen.

- Evenementenkalender: meer regie, vernieuwing en spreiding van evenementen gericht op versterking van merk "Binnenstad Harderwijk".
Stad aantrekkelijker maken ook voor nieuw aan te trekken doelgroepen:
  - Retail op evenementenkalender.
  - Aan tafel in overleg over de evenementenkalender.

Activiteiten
- Samen met Heerlijk Harderwijk uitwerken van een nieuw marketingplan voor de binnenstad van Harderwijk met sterkere profilering van de binnenstad lokaal en (boven)regionaal. O.a. meer uitbuiten van de kwaliteiten van de binnenstad, waaronder de Strandboulevard en Harderwijk als winkelstad.

- Opzetten van een aantal nieuwe activiteiten en evenementen (nieuw elan, specifiek gericht op versterken merk "Binnenstad Harderwijk als winkelstad") en het verder uitbouwen van bestaande evenementen.

- Samen met Heerlijk Harderwijk actieve communicatie van de jaarronde evenementenkalender: naar bezoekers én ondernemers, zodat zij hier hun voordeel mee kunnen doen.

- Meer inspraak vanuit ondernemers op evenementenkalender.

- Verbinding tussen detailhandel, horeca, cultuur en verblijfsrecreatie verbeteren.



3.5 Aanpak leegstand en vernieuwend ondernemerschap

Doelstellingen
- Ontwikkelen duidelijk beeld op ideale branchering en programmering van de binnenstad, gericht op optimaal aantrekken doelgroep consument.

- Vaststellen gemeenschappelijke visie op toekomstige invulling Donkerstraat en Kloosterplein.

- Leegstand terugdringen, te beginnen in de Donkerstraat.

- Leegstand voorkomen, oa door actieve inzet op meer speciaalzaken en ketens huisvesten, passend bij branchering en programmering (acquisitie).

- Koesteren van gevestigde zelfstandige ondernemers en ketenbedrijven.

- Meer combinatiebezoek realiseren tussen detailhandel en (avond)horeca.

Activiteiten
- Inzet van GebiedsID© voor doelgroepgerichte branchering en het versterken van de programmering.

- Inzet acquisiteur.

- De rode loper uitleggen voor nieuwe ondernemers (bv prijsvraag, ondernemerscoaching beginnend ondernemerschap, ea).

- Maak van leegstand een product: tijdelijke aankleding leegstaande panden, passend bij beeld van de straat.

- Aankleding van bouwprojecten, ism Heerlijk Harderwijk.

- Training van ondernemers voor stimulering online profilering.

- Activiteiten opzetten die de 'brug' slaan tussen de winkelopeningstijden en de avondhoreca.

Voor de projectmatige investeringen en de inzet van de binnenstadsmanager wordt er ingezet op cofinanciering met de gemeente. De gemeente heeft toegezegd dat na de inwerkingtreding van de BIZ er jaarlijks 80.000 euro beschikbaar is voor co-financiering van projecten.

3.6 Organisatie en samenwerking

Doelstellingen

- Meer betrokkenheid en invloed bij gemeentelijke projecten en beleidsvorming. De BIZ als vaste gesprekspartner, juist ook in beleidsvoorbereidende fase.

- Aanstellen van een binnenstadsmanager die de activiteiten van de BIZ coördineert.

- Verder vergroten van de betrokkenheid van individuele ondernemers bij de samenwerking.

- Intensiveren van de samenwerking met vastgoedeigenaren, bewoners en culturele organisaties.

- Oppakken eigen verantwoordelijkheid als gezamenlijke ondernemers voor kwaliteit van de binnenstad, door inzet van mensen en middelen en in samenwerking met gemeente en vastgoed.

- Helderheid in verantwoordelijkheden, rol- en taakverdeling per partij.



Activiteiten

- Tenminste 4x per jaar structureel strategisch overleg met gemeente en ondernemers.

- Samenwerking in de deelgebieden versterken en gebiedsgerichte acties ondersteunen.

- Maken van een communicatieplan voor de binnenstad: communiceren wat we allemaal doen en bereiken en dat breed delen.

- Cursusaanbod voor ondernemers (bijv. BHV, EHBO, Duits, intervisie).

- Meer afstemming en samenwerking met bewoners en culturele instellingen.

- Inzet op betrekken van de (Inter)nationale retailers.

- Samenwerking met horeca versterken (met kartrekker vanuit horeca in de BIZ), door oa structureel overleg, samenwerken op straat- en thema ca werkgroepniveau.



3.7 Communicatie

Gedurende de looptijd van de BIZ zal de communicatie richting ondernemers in de binnenstad in nauwe samenwerking met Heerlijk Harderwijk worden vormgegeven. Doelstelling is meer enthousiasme en betrokkenheid bij ondernemers te creëren, zodat meer ondernemers een actieve bijdrage gaan leveren aan de beschreven activiteiten (en er zo meer draagvlak en slagkracht bereikt wordt).
- Meer combinatiebezoek realiseren tussen detailhandel en (avond)horeca.



ACTIVITEITENJAARPLAN & BEGROTING

ACTIVITEITENJAARPLAN & BEGROTING 2026

4.

Onderstaand worden de activiteiten en de begroting voor 2026 gepresenteerd.

BEGROTING ONDERNEMERS BIZ BINNENSTAD HARDERWIJK 2026	Inkomsten 2026
Totale opbrengsten BIZ-bijdrage ondernemers	**€ 103.000**

	Inkomsten 2026
Activiteiten aantrekkelijk, toegankelijk en zichtbaar	
Seizoensgerichte aankleding	€ 30.000
Stimuleren vergroening	€ 5.000
Acties bevorderen parkeersituatie tijdens piekmomenten	€ 8.000
Maskering leegstand	€ 1.000
Activiteiten marketing en evenementen	
Profileren shopping binnenstad	€ 10.000
Versterken evenementenaanbod	€ 20.000
Activiteiten organisatie en samenwerking	
Inzet binnenstadsmanager	€ 25.000
Ondersteuning BIZ-organisatie	€ 4.000
Totale kosten BIZ ondernemers	**€ 103.000**



Toelichting bij de begroting

In 2026 willen de ondernemers met de inkomsten uit de BIZ-gelden investeren in de volgende zaken:

- Seizoensgerichte aankleding: in 2026 willen de ondernemers inzetten op uitbreiding van de seizoensaankleding in de binnenstad, door te investeren in sfeerverlichting en eventueel extra zomeraankleding. Er is specifieke aandacht voor deelgebieden waar nog weinig tot geen aankleding is, maar die wel binnen het BIZ-gebied vallen, zoals de Boulevard. Tevens is er specifieke aandacht voor de entrees tot de binnenstad (zoals Vuldersbrink, Houtwal en Smeepoortstraat).

-Vergroenen in de binnenstad: met de BIZ willen we vergroeningsprojecten vanuit de ondernemers stimuleren, die sterk aanvullend zijn op de vergroeningsplannen voor de binnenstad van de gemeente. Dit kan bijvoorbeeld door vergroeningsvouchers uit te schrijven, maarmee vergroening van de gevel of voor de gevel gestimuleerd wordt of waarmee boom- of plantenbakken in de winkelstraten gefinancierd worden.

- Acties bevorderen parkeersituatie tijdens piekmomenten: er wordt op geïnvesteerd dat er tijdens piekmomenten verkeersregelaars worden ingezet, om opstoppingen en verkeersoverlast zoveel mogelijk te voorkomen.

-Maskering leegstand: er is een bedrag gereserveerd om leegstaande panden aantrekkelijk aan te kleden / te bestickeren, dan wel een aantrekkelijke tijdelijke invulling te geven.



- Profileren shopping binnenstad: er worden marketingacties opgezet om de binnenstad sterker op shopping te profileren. Bijvoorbeeld door middel van een shoppingroute door de binnenstad, die o.a. via de lokale ondernemers verspreid kan worden. De marketingacties zijn i.s.m. Heerlijk Harderwijk en zijn aanvullend op de toeristisch-recreatieve promotie activiteiten van Heerlijk Harderwijk.

- Versterken evenementenaanbod: er wordt ingezet op het stimuleren en ondersteunen van enkele grote programmeringsonderdelen / evenementen per jaar, die bijdragen aan het versterken van de identiteit van de stad én die veel economische impact hebben. Denk bijvoorbeeld aan het doortrekken van de Ibizamarkt in de binnenstad, een sterke shoppingexperience en het versterken van de Hanze-avond.

- Inzet binnenstadsmanager: er wordt uitvoeringskracht ingehuurd om de BIZ-projecten aan te jagen en op te zetten en de samenwerking tussen de ondernemers én met de gemeente te bevorderen. (jaarlijks terugkerende kosten)

- Ondersteuning BIZ-organisatie: er is een bedrag gereserveerd om de communicatie met de achterban op te pakken (eventueel via Chainels), de organisatie van bijeenkomsten en secretariële ondersteuning en coaching van het nieuwe Stichtingsbestuur. (jaarlijks terugkerende kosten)

De gemeente heeft toegezegd dat na de inwerkingtreding van de BIZ er jaarlijks 80.000 euro beschikbaar is voor co-financiering van projecten.



ORGANISATIE VAN DE BIZ

ORGANISATIE VAN DE BIZ

5.

Oprichting van een nieuwe BIZ Stichting

Er wordt een nieuwe stichting opgericht waar de BIZ wordt ondergebracht. Het bestuur van de stichting beheert de BIZ-gelden en is formeel opdrachtgever voor de activiteiten die met de BIZ-gelden worden uitgevoerd. Het bestuur wordt gevormd door ondernemers uit de binnenstad van Harderwijk. Het statutaire doel van de stichting is in overeenstemming met de activiteiten zoals beschreven in artikel 1 lid 2 van de wet op de Bedrijveninvesteringszones. Jaarlijks vinden er twee bijeenkomsten plaats waar het bestuur verantwoording aflegt en jaarplan en de begroting wordt besproken. Op deze manier kan elke ondernemer inspraak leveren op de uitvoering van het BIZ plan.

Per jaar dient de stichting bij de subsidieaanvraag een Jaarplan in bij de gemeente voor de besteding van de BIZ-gelden. Na afloop van het jaar wordt bij de gemeente rekening en verantwoording afgelegd over de uitgaven voor de uitvoering van de activiteiten in het voorafgaande jaar. Ook legt de stichting



verantwoording af aan de ondernemers en zorgt de stichting ervoor dat alle BIZ-betalers kosteloos kennis kunnen nemen van de begroting en de rekening en verantwoording.
De BIZ wordt voor een periode van 5 jaar ingesteld vanaf 1 januari 2026. In het laatste jaar (2030) vindt er een definitieve evaluatie plaats om te bekijken of de BIZ-doelstellingen zijn gerealiseerd en of er voldoende basis is om een nieuwe draagvlakmeting uit te voeren voor het continueren van de BIZ met ingang van 1 januari 2031. In de uitvoeringsovereenkomst tussen de Stichting BIZ Binnenstads Ondernemers Harderwijk en de gemeente Harderwijk zijn afspraken gemaakt in de situatie dat de BIZ niet gecontinueerd wordt na 5 jaar.

Uitvoeringskracht

De projecten die opgezet worden vanuit de BIZ worden in coördinatie en uitvoering ondergebracht bij een professionele uitvoeringskracht (Binnenstadsmanager).

Afstemming met andere partijen

De binnenstad van Harderwijk versterken is niet iets waar alleen de ondernemers voor verantwoordelijk zijn. Het kan alleen slagen als er een gezamenlijk gedragen idee is, in samenspraak met andere belanghebbenden in de binnenstad. De gemeente vormt hierin de belangrijkste partner, samen met de vastgoedeigenaren en Heerlijk Harderwijk. Daarnaast kunnen ook bewoners en toerisme en recreatie gesprekspartners zijn.

Het voorstel is dat de gemeente Harderwijk en Heerlijk Harderwijk minimaal 4 x per jaar structureel als gesprekspartner aanschuift bij de bestuursvergaderingen van de BIZ. Indien vastgoed zich beter kan organiseren, is het van belang dat vastgoed ook bij dit overleg betrokken wordt.

Afstemming met de gemeente is ook nodig om jaarlijks te kunnen bepalen voor welke projecten en activiteiten een subsidieaanvraag ingediend wordt bij de gemeente, om de cofinanciering vanuit de gemeente te kunnen borgen.

