Plan van aanpak

Bedrijf Investering Zone Centrum Schoonhoven

2024-2028



Contactpersonen:
Voorzitter BIZ Centrum Schoonhoven
Wim Perlot
voorzitter@bizcentrumschoonhoven.nl

Inhoudsopgave

Voorwoord 3

1. BIZ 4
   - *1.1. Voordelen 4*
   - *1.2. De stappen naar een verlenging van de BIZ-periode 4*

2. Activiteitenplan 6
   - *2.1. Leegstand 6*
   - *2.2. Toekomst winkelgebied 7*
   - *2.3. Professionalisering en profilering 7*
   - *2.4. Marketing & promotie 8*
   - *2.5. Evenementen 8*
   - *2.6. Feestverlichting 9*
   - *2.7. Zilveras 10*

3. Afbakening en bijdrage 11
   - *3.1. Gebiedsafbakening 11*
   - *3.2. Bijdrageplichtigen, uitsluitingen en vrijwillige bijdragers 12*
   - *3.3. BIZ-bijdrage 12*

4. Begroting 13
   - *4.1. Inkomsten, uitgaven en overschotten 13*
   - *4.2. Begroting 2024-2028 ..... 14*

5. Organisatie 15
   - *5.1. Rechtsvorm 15*
   - *5.2. Bestuur 15*
   - *5.3. Afspraken 16*

Voorwoord

Als bestuur van BIZ Centrum Schoonhoven zijn we overtuigd van de kracht van samenwerken. Daarom hebben we, na uitgebreid overleg met ondernemers, besloten om voor een tweede BIZ-termijn te gaan.

We zullen ons blijven inzetten om gezamenlijk met alle bedrijven in het centrum, maar ook integraal – samen met andere partijen – te werken aan een mooie toekomst voor ons stadscentrum. Samen hebben wij de ambitie om middels een BIZ te werken aan een centrum waar het goed ondernemen is, het prettig winkelen en genieten is en dat een visitekaartje is voor onze Zilverstad.

In 2019 is de BIZ – Bedrijven Investering Zone – centrum Schoonhoven gestart. Dit was voor iedereen nieuw, maar toch stemde ruim 80% van de toenmalige winkeliers voor deze vorm van samenwerking tussen de winkeliers in het centrum van Schoonhoven.

Speerpunten van toen waren:

- Feestverlichting en geluid
- Evenementen
- Marketing en promotie
- Gericht aantrekken van horeca- en winkelaanbod
- Vergroten van attractiviteit, gemak en comfort
- Verbeteren parkeren
- Professionele samenwerking

Het voordeel van deze verlening en het geheel nieuwe bestuur is de mogelijkheid objectief terug te kijken naar voorgaande jaren. Het huidige bestuur heeft de speerpunten van toen en de resultaten daarvan bekeken en kunnen dan vaststellen dat de samenwerking als BIZ goed heeft uitgepakt. Zeker wanneer ook de uitbraak van Corona, en de nadrukkelijke stempel van deze periode, in overweging wordt genomen.

Om te komen tot besluitvorming voor de nieuwe BIZ-periode zijn we met de gemeente en een deskundig bedrijf gestart met de voorbereidingen. Zo hebben we met een enquête gepeild hoe de BIZ-ondernemers terugkijken op afgelopen vijf jaar én wat zij belangrijk vinden voor de toekomst. Deze enquête is nadrukkelijk input voor dit plan van aanpak. Mede aan de hand van dit plan van aanpak zal de gemeenteraad een beslissing nemen over de voortzetting van de BIZ. Uiteindelijk hebben de BIZ-ondernemers het laatste woord middels een stemming.

Het bestuur

Samen staan we sterker!
De BIZ Centrum Schoonhoven zet zich in voor:

- ***het bevorderen van een economisch vitale en toekomstbestendige Schoonhovense binnenstad***
- ***het bevorderen van synergie tussen alle ondernemers in de binnenstad***

1. BIZ

Een BIZ is een afgebakend gebied waarbinnen ondernemers gezamenlijk tijd en geld steken in het aantrekkelijker, bekender en veiliger maken van hun gebied. Het einddoel van BIZ Centrum Schoonhoven is het verbeteren van de concurrentiepositie van de binnenstad van Schoonhoven en daarmee het verhogen van ieders omzet.

De ondernemers werken aan de hand van een breed gedragen, gezamenlijk opgesteld activiteitenplan. De activiteiten van de BIZ Centrum Schoonhoven zijn een aanvulling, geen vervanging, op de inspanning van de gemeente. De investeringen van een BIZ moeten volgens de BIZ-wet verbonden zijn aan activiteiten in de openbare ruimte of op het internet en gericht zijn op het bevorderen van de leefbaarheid, veiligheid, ruimtelijke kwaliteit of de economische ontwikkeling van het gebied.

Ondernemers die samen een BIZ oprichten kunnen eenvoudig zelf de financiering van hun activiteiten regelen. In de praktijk betekent dit dat de gemeente jaarlijks de BIZ-bijdrage heft en dat de ondernemers (BIZ-bestuur en werkgroepen) met de opbrengst ervan het activiteitenplan uitvoeren.

1.1. Voordelen

De belangrijkste voordelen van de BIZ:

1. Iedereen betaalt automatisch mee, dus een eerlijke verdeling van kosten. Er is geen sprake van free-riders.
2. Een BIZ vereist een onderbouwd activiteitenplan, dat een goede basis biedt voor de planning en uitvoering van projecten. Er wordt gewerkt vanuit een lange termijnvisie.
3. Álle ondernemers maken deel uit van de BIZ. Participatie vergroot betrokkenheid, meebetalen vergroot de wens tot meebepalen. Concrete resultaten leiden tot enthousiasme en betrokkenheid.
4. Een solide financiële basis met vaste, gegarandeerde inkomsten. Dit biedt de mogelijkheid tot investeren in lange termijn projecten in plaats van ad hoc initiatieven.
5. Het geld wordt door gemeente geïnd, er is dus geen moeizame inzameling door de penningmeester.
6. Een BIZ-stichting is een volwaardige partner voor de gemeente, bewoners en overige partners.
7. De BIZ maakt het mogelijk om gezamenlijk te investeren en collectief diensten aan te besteden. Denk hierbij aan afval, verzekering, beveiliging, schoonmaak, ongediertebestrijding, etc.
8. De BIZ zorgt voor transparantie over de inkomsten en de uitgaven aan collectieve activiteiten.
9. De BIZ kan de btw die de leveranciers in rekening brengen bij de fiscus terugvragen.

1.2. De stappen naar een verlenging van de BIZ-periode

Het verlengen van de BIZ-periode wordt gedaan aan de hand van de wettelijke bepalingen. Daarom is allereerst overeenstemming verkregen met het gemeentebestuur. In overleg met de gemeente is ook ondersteuning gerealiseerd door bureau Stad&Co, gespecialiseerd in de BIZ-procedures. In de procedure naar het moment van verlenging is een stappenplan gemaakt, welk hieronder kort verwoord is. Er is gestart met een enquête onder alle leden waarin gevraagd is naar de ervaringen

van de afgelopen jaren en de verwachting voor de komende jaren. De uitkomsten van deze enquête zijn meegenomen in dit plan van aanpak en bij de verschillende onderwerpen.

1. *Stap 1 (maart-april)*
   Overleg met de gemeente, ondersteuning organiseren bij het proces, door professionele hulp (Stad&Co), maar ook met hulp uit eigen gelederen, door het inrichten ambassadeursgroep.
2. *Stap 2 (mei)*
   Bepalen gezamenlijke doelen, uitvoeren van enquête en organiseren van een informatiebijeenkomst.
   Aan de hand van deze input de keuzes maken over gebiedsafbakening, wie doet er mee en tarief.
3. *Stap 3 (mei-juni)*
   Opstellen integraal BIZ-plan (van ambitie tot activiteiten en begroting.)
4. *Stap 4 (augustus-september)*
   Formele besluitvorming gemeente
5. *Stap 5 (oktober-november)*
   Formele draagvlakmeting/stemming (draagvlakeisen voor een BIZ: minimaal 50% stemt, minimaal 67% stemt voor).
6. *Stap 6 (december)*
   Vaststellen uitslag stemming, aanvragen BIZ-subsidie
7. *Stap 7 (januari)*
   Start verlengde periode van de BIZ Centrum Schoonhoven, uitvoering geven aan het activiteitenplan!



2. Activiteitenplan

De BIZ Centrum Schoonhoven heeft gedurende de eerste periode van zijn bestaan veel van de vastgestelde doelstellingen behaald. Dat wil echter niet zeggen dat we hierdoor rustig achterover kunnen leunen. Er zijn nog vele ambities die we in de volgende BIZ-periode tot uitvoering willen brengen. Daarbij gaan we wel uit van dezelfde algemene doelstelling: we blijven ijveren om een economische, vitale en toekomstbestendige Schoonhovense binnenstad te hebben én te houden.



Bij de vermelde actiepunten zijn de suggesties vanuit de gehouden enquête meegenomen. Dat betekent concreet dat we voor de volgende BIZ-periode kiezen voor de volgende actiepunten:

2.1. Leegstand

Een aantrekkelijk winkelgebied begint bij een aantrekkelijk aanbod. Leegstand moet worden tegengegaan. In de afgelopen periode lag de focus op het tegengaan van leegstand, nu is het tijd om deze focus wat te verleggen. Dat betekent niet dat we nieuwe ondernemers zullen weren, maar dat we wel trachten het aanbod voldoende gevarieerd te krijgen en te houden. Dus:

- Wat missen we in het aanbod/branchering?
- Waar missen we dit?
- Leegstand moet nog steeds gevuld, maar niet meer met de eerste de beste winkel die zich aandient.

Voorbeelden van concrete activiteiten:

1. Anticiperen op vertrekkende ondernemers en aantrekken van nieuwe ondernemers door tijdig met vertrekkende ondernemers in gesprek te gaan en te ondersteunen bij verhuur, verkoop en opvolging;
2. Specifieke acquisitie op starters en ambachten ter verrijking van de Schoonhovense binnenstad;
3. Onderzoek: inzicht verkrijgen in het functioneren van het huidige horeca- en winkelaanbod op het gebied van branchering en omzet. Dit kan gedaan worden door het uitvoeren van een koopstromenonderzoek en door de binnenstad van Schoonhoven te 'benchmarken' met andere vergelijkbare binnensteden;
4. Onderzoek: inzicht verkrijgen in het klant- en bezoekersprofiel (o.a. op basis van leefstijlen): wie bezoekt de binnenstad van Schoonhoven en wat is hun koopgedrag?

5. Een werkgroep formeren, waarin de BIZ samen met de gemeente, een vastgoeddeskundige, financiële deskundige en vastgoedeigenaren deze ambities gestalte geven.

Door het verkrijgen van meer inzicht in de prestaties van de binnenstad kan vraag en aanbod beter op elkaar afgestemd worden.

2.2. Toekomst winkelgebied

Steeds vaker vindt de discussie plaats of een centrum van een stad een boodschappengebied, een winkelgebied of een combinatie van beide is. Ook in het kader van de totstandkoming van de Zilveras is dit een belangrijk uitgangspunt geweest in de discussie rond de herinrichting van de Haven. De BIZ wil de komende jaren peilen wat voor centrum Schoonhoven zal zijn aan het eind van deze BIZ-periode. Wij denken daarbij aan de wensen en eisen van de ondernemers zelf, maar willen daar ook gebruik maken van de mening van onze klanten. Met de opmars van het online shoppen zullen we moeten zorgen dat het fysiek winkelen en dus naar het centrum komen ook in de toekomst gewaarborgd blijft.

Voorbeelden van concrete activiteiten:

1. Zorgen voor meer contact tussen de winkeliers onderling. Bijvoorbeeld door met gezamenlijk verschillende ondernemingen te bezoeken en elkaar feedback geven.
2. Een klantenpanel oprichten, om ook het oordeel van hen mee te kunnen nemen in de bedrijfsvoering.
3. Organiseren van een informatieavond, waarin de toekomst van het winkelgebied maar ook de toekomst van de individuele winkeliers centraal staat.



2.3. Professionalisering en profilering

Brede samenwerking en verdere professionalisering van de samenwerking tussen de ondernemers is nodig. De BIZ wil werken aan een toekomstbestendige binnenstad die functioneert als een warenhuis: ondernemers verwijzen klanten waar nodig naar elkaar door en er zijn uniforme openingstijden.

Schoonhoven staat niet alleen voor deze opgave: ook in andere winkelgebieden in de gemeente Krimpenerwaard speelt dit. BIZ Centrum Schoonhoven wil specifieke lokale activiteiten daarom in Schoonhoven oppakken, en daarnaast, waar mogelijk, samenwerken met andere winkelgebieden in de gemeente.

De profilering van de binnenstad als geheel behoeft constante aandacht. We richten ons hierbij op twee doelgroepen:

- inwoners van Schoonhoven en de directe omgeving (verzorgingsgebied) die aankopen komen doen;
- dag- en cruisetoeristen die van verder weg komt en de Zilverstad als primair bezoekdoel hebben.

Voorbeelden van concrete activiteiten:

1. Op korte termijn maakt het bestuur een plan van aanpak waarin is aangegeven welke concrete actiepunten nodig zijn om dit te bereiken, meer synergie is het uitgangspunt.
2. Hierbij valt onder andere te denken aan het nemen van een beslissing hoe omgegaan moet worden met de koopavond en de koopzondag. Klanten weten dan waar ze aan toe zijn en kunnen dan op de duidelijke openingstijden winkelen en hoeven dan niet uit te wijken naar omliggende plaatsen, waardoor de omzet in de stad blijft en niet wegvloeit naar elders;
3. De BIZ richt zich bij de profilering van de binnenstad in eerste instantie op het belangrijkste deel van haar bezoekers: de inwoners van Schoonhoven en het omliggende verzorgingsgebied. Met internet als alternatief aankoopkanaal, is het belangrijk om de binnenstad helder te positioneren en te profileren. Beleving speelt hierin een grote rol.

2.4. Marketing & promotie

Door middel van marketing en promotie wordt ingezet op het verhogen van de bezoekersaantallen. De ‘Schoonhovense beleving’ staat hierbij centraal. Het centrum trekt veel nieuwsgierige bezoekers die bij het eerste bezoek verrast zijn door het authentieke karakter van het centrum. Eén van de opgaves is het herhaalbezoek te vergroten door steeds iets nieuws te blijven bieden. We zullen om deze reden intensief optrekken met de stichting Zilverstad Marketing en de Stichting Promotie Krimpenerwaard.

Voorbeelden van concrete activiteiten

1. Door gezamenlijk in te zetten op één onderscheidend gebiedsmerk, wordt het gebied duidelijk geprofileerd. ‘Branding’ helpt nieuwe bezoekers aan te trekken, bestaande bezoekers te behouden en hun loyaliteit te vergroten;
2. Via online en offline promotie en marketing kan het onderscheidende imago van de binnenstad van Schoonhoven verder versterkt worden, waardoor er meer bezoekers zullen komen, bewoners trotser zijn op hun stad en het bedrijfsleven floreert. We zetten hiervoor een professionele en doorlopende campagne op via internet en social media;
3. Ludieke klantenacties versterken de binding met ondernemers uit de Schoonhovense binnenstad. Concrete voorbeelden van acties zijn de Schoonhoven Cadeaubon en de Decemberloterij.

2.5. Evenementen

De BIZ zal de komende jaren voornamelijk in grote evenementen investeren. De keuze hiervoor is enerzijds ingegeven door een meerderheid van de BIZ-ondernemers. Anderzijds wordt ook om op deze manier voldaan aan onze wens om evenementen spraakmakend en vernieuwend te houden. Op deze manier zullen de evenementen veel bezoekers, en dus klanten, naar het centrum trekken.
Dat betekent niet dat we kleinere activiteiten, zoals moeder- en vaderdag zullen vergeten. Wel zullen deze klein van opzet zijn.
Daarnaast zullen we ons blijven aansluiten, al dan niet met financiële ondersteuning vanuit de BIZ, bij de grotere evenementen die niet door ons georganiseerd worden.



Voorbeelden van concrete evenementen:
Grote evenement:

1. Winteroutlet
2. Lentekriebels
3. Tropical Saturday
4. December acties

Kleinere evenementen:

1. Moeder- en vaderdag
2. Kinderbraderie

Overige evenementen:

1. Nationale Zilverdag
2. Oude Havenconcert
3. Bartholomeusdag
4. Nacht van het Zilver
5. Intocht Sinterklaas
6. Plaatsen kerstboom

2.6. Feestverlichting

Zowel in de zomer- als in de winterperiode zal worden gezorgd dat in het gebied een aantrekkelijke sfeer wordt gerealiseerd. In de zomer door versiering en in de winter door verlichting.
Door te investeren in versiering en verlichting investeren we in de aantrekkelijkheid van het gebied. Een aantrekkelijke openbare ruimte, met name tijdens de donkere maanden, is cruciaal voor een winkelgebied.

Voorbeelden van concrete activiteiten:

1. Er worden plannen gemaakt op welke manier we “gepaste” versiering in de lente- en zomermaanden ophangen, waarbij we het thema “zilver” mee zullen nemen.
2. We zullen afspraken maken over de periodes wanneer de versiering/verlichting wordt geplaatst, ook in verband met de gebruiksduur van de attributen.
3. We zullen, in relatie met de ontwikkeling van de Zilveras ons gaan beraden op welke manier de versiering op de Haven zal worden gerealiseerd.
4. Met de gemeente wordt overleg gevoerd over de aansluiting van de elektriciteit bij de winterverlichting.

2.7. Zilveras

Vanuit de activiteiten die in het huidige plan van aanpak van de BIZ staan is veel werk verricht, onder andere bij de planvorming en verdere invulling van de Zilveras.
In dat kader wordt ook aandacht besteed aan de verkeersafwikkeling in het centrum en het parkeren.
De huidige stand van zaken is dat er door de architecten een principe ontwerp is neergelegd, aangevuld met een verkeerskundige analyse.
Omdat het project nog niet afgesloten is zal gezorgd worden dat de BIZ-gesprekspartner voor de gemeente aangehaakt blijft bij dit project. Ons uitgangspunt is dat de herinrichting van het centrum moet uitmonden in een aantrekkelijk centrum, waarin onze algemene doelstelling, namelijk dat Schoonhoven een aantrekkelijk, goed begaanbaar centrum moet zijn, tot zijn recht komt.

Voorbeelden van concrete activiteiten

1. Een delegatie van het BIZ-bestuur zal plaats blijven houden in de speciale Zilveras projectteam.
2. Levendige invulling Etalages (verlichting afstemmen).



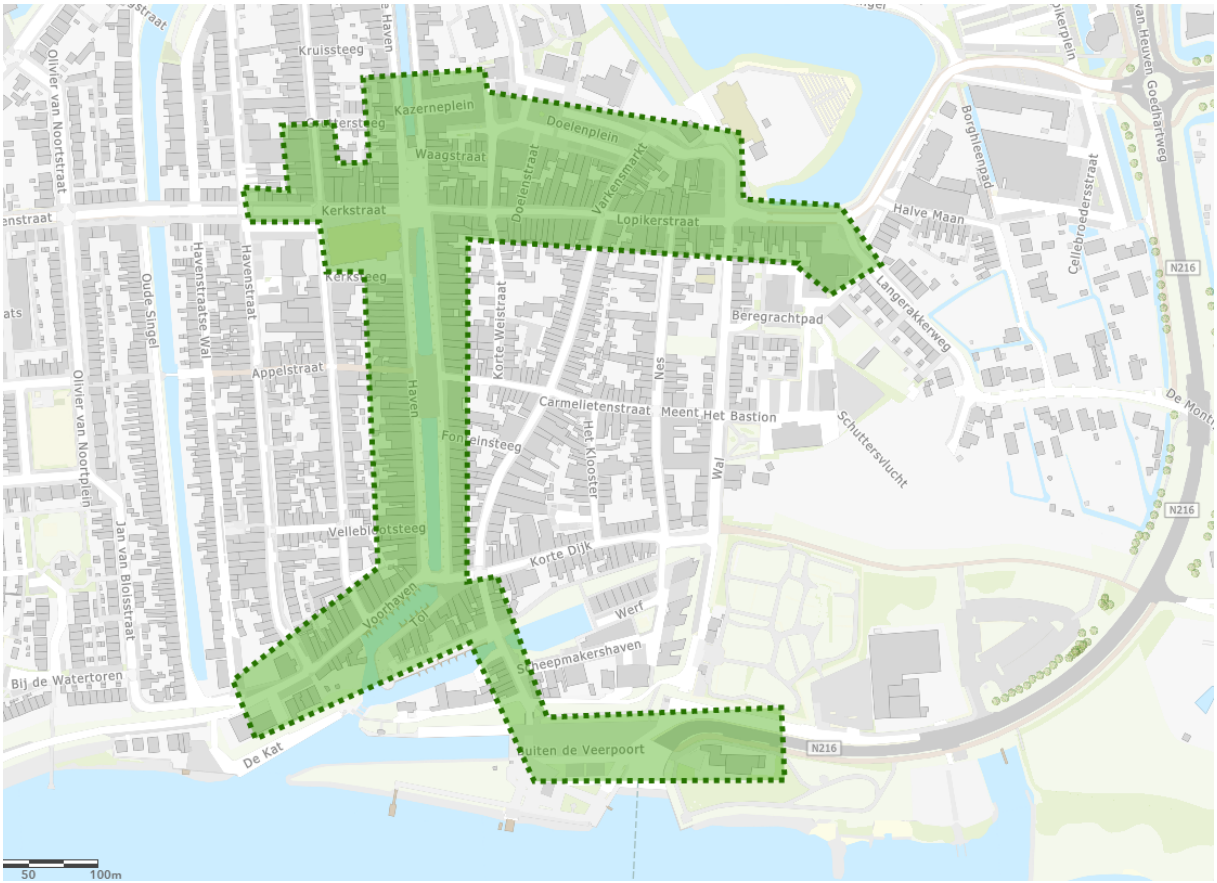
3. Afbakening en bijdrage

In totaal telt het BIZ-gebied Schoonhoven – naar de stand van april 2023 – 130 bijdrageplichtigen WOZ-eenheden. Binnen het BIZ-gebied zijn alle ondernemers (gebruikers) die werkzaam zijn in een onroerende zaak gekarakteriseerd als niet-woning bijdrageplichtig. De bijdrage die betaald moet worden geldt voor de gehele BIZ-periode van 5 jaar en kan tussentijds niet verhoogd worden.

3.1. Gebiedsafbakening

Het gebied bestaat uit de volgende straten:

- Lopikerstraat (t/m nummer 83)
- Doelenstraat (nummer 5)
- Doelenplein (t/m nummer 11)
- Waagstraat (nummer 5 en 8)
- Varkensmarkt (nummer 4 en 6)
- Kerkstraat (alleen oneven zijde, t/m nummer 23)
- Koestraat (oneven zijde nummer 67, oneven zijde nummer 94 een 96)
- Kazerneplein
- Dam
- Haven
- Lekdijk West (nummer 2)
- Voorhaven
- Tol
- Veerstraat
- Wal (nummer 3)
- Buiten de Veerpoort (t/m nummer 4)



3.2. Bijdrageplichtigen, uitsluitingen en vrijwillige bijdragers

Bijdrageplichtigen zijn alle ondernemers/gebruikers werkzaam in een onroerende zaak gekarakteriseerd als niet-woning.

WOZ-eenheden die geen profijt hebben van de BIZ-activiteiten zijn uitgesloten van de BIZ-bijdrage. Een overzicht hiervan is opgenomen in de BIZ-verordening.

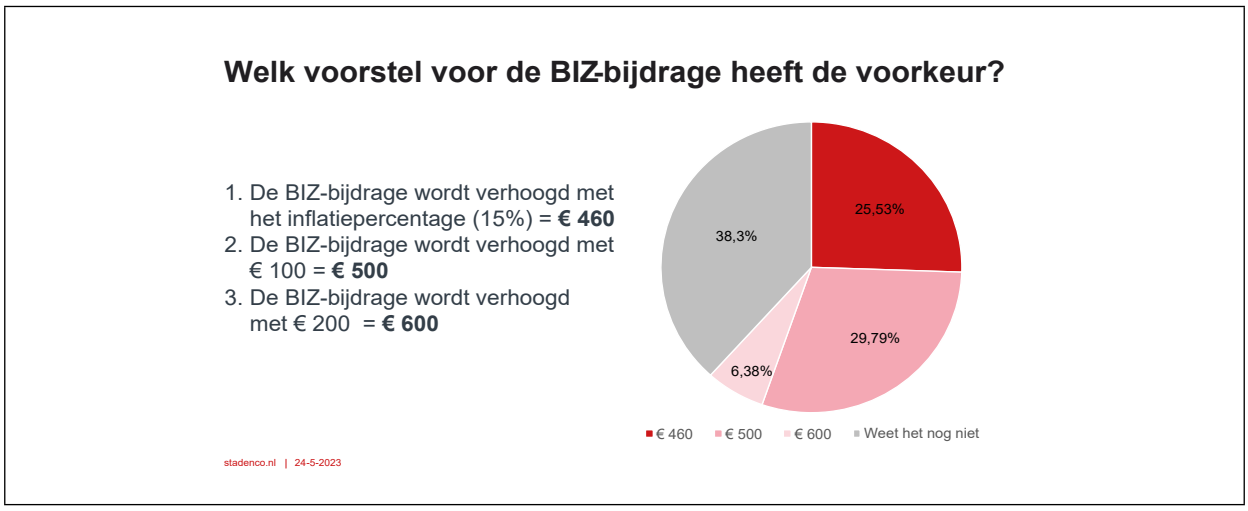
De afbakening betekent niet dat wij geen ruimte willen bieden aan de bedrijven die zich (net) buiten het centrumgebied bevinden of sponsors van activiteiten. Wij willen ook de volgende periode de gelegenheid geven aan gegadigden zich vrijwillig bij de BIZ aan te sluiten. Zij kunnen een vrijwillige bijdrage betalen aan de BIZ-stichting. Zij krijgen dus geen aanslag van de gemeente Krimpenerwaard, maar een factuur van de BIZ-stichting.

3.3. BIZ-bijdrage

De BIZ-bijdrage zal de komende periode worden verhoogd van 400 euro naar 500 euro per WOZ-object per jaar. Los dat dit een aanpassing aan de inflatie is zal het bestuur ook de extra inspanningen vermeld in dit plan kunnen bekostigen. De keuze voor dit bedrag is een uitkomst uit de enquête, maar is tijdens de BIZ-ondernemersbijeenkomst in mei met een ruime meerderheid bevestigd.

Na de inning van de BIZ-bijdragen zal het totaal van deze bijdragen door de gemeente worden uitgekeerd als BIZ-subsidie. Peildatum van de aanslag is 1 januari van het betreffende kalenderjaar.

In geval van leegstand op peildatum wordt de eigenaar van de bedrijfsruimte belast. Zodra het pand weer verhuurd is, zal in het daaropvolgende jaar de nieuwe gebruiker worden belast. In geval van tussentijds vertrek van ondernemer, krijgt men geen geld terug van de BIZ-stichting.



4. Begroting

4.1. Inkomsten, uitgaven en overschotten

Inkomsten

- BIZ-subsidie: de opbrengst van de heffing onder de bijdrageplichtigen.
- Vrijwillige bijdragen.
- Eventuele overheidssubsidies.
- Eventuele sponsorbijdragen van bedrijven en stichtingen.

Uitgaven

- De uitgaven hebben alleen betrekking op de in dit BIZ-plan genoemde activiteiten.
- De begroting is per thema opgesteld; het budget binnen de thema's kan flexibel besteed worden aan de jaarlijkse activiteiten.
- Het tempo van de uitgaven voor activiteiten is zo uitgespreid dat de uitgaven de inkomsten per jaar niet overtreffen. Aan het eind van de BIZ-termijn mag er geen negatief saldo ontstaan.

Overschotten

- Indien aan het einde van een subsidieperiode/kalenderjaar een deel van de op die periode betrekking hebbende BIZ-subsidie niet is besteed, kan dat deel worden verschoven naar de volgende periode.
- Als er geen volgende BIZ-termijn komt (na vijf jaar) zal, indien een batig saldo overblijft, dit restant door de stichting conform haar statuten worden besteed.



4.2. Begroting 2024-2028

	Meerjarenbegroting 2024-2028					
		2023				
	INKOMSTEN	Begroting		Keuze:		
				B =130 x €500,00		
8057	Ondernemersbijdrage (BIZ-Heffingen)	€ 52.000,00		€	65.000,00	
8000	Ondernemersbijdrage (Vrijwillig)	€ 2.400,00		€	3.500,00	(7 bedrijven)
8057	Bijdrage gemeente IVM Bloemversiering	€ 0,00				
8058	Overige inkomsten W.O. subsidies					
	toevoeging uit eigenvermogen	€ 5.644,13				
	Totaal inkon	**€ 60.044,13**		**€**	**68.500,00**	
	UITGAVEN					Percentage kolom
	Bloemversiering	€ 7.500,00				
4000	Budget marketing & promotie	€ 2.000,00		€	6.391,00	7,50
4005	Budget aanpak leegstand	€ 0,00		€	1.260,00	2,00
4015	Budget evenementen	€ 22.725,00		€	26.180,00	39,00
4016	Bijdrage zilverdag	€ 1.200,00	vast	€	1.260,00	2,00
4017	St. Nicolaas	€ 4.000,00		€	4.410,00	7,00
4020	Ophangen en verwijderen feestverlichting en zomerve	€ 7.000,00	vast	€	5.040,00	8,00
4023	Zomerversiering	€ 900,00		€	2.520,00	4,00
4026	Budget lief & leed	€ 250,00		€	630,00	1,00
4027	Meet en greet	€ 250,00		€	630,00	1,00
4030	Ondernemersbijeenkomsten	€ 1.500,00		€	2.520,00	4,00
4035	Boekhouder	€ 3.000,00	vast	€	3.150,00	5,00
4043	Opslagkosten materialen (Nes)	€ 500,00	vast	€	630,00	1,00
4036	Bestuurskosten	€ 700,00		€	1.260,00	2,00
4041	vrijwilligers bijdragen	€ 1.800,00	vast	€	1.890,00	3,00
4037	Verzekeringen	€ 500,00	vast	€	630,00	1,00
4039	Bankkosten	€ 200,00	vast	€	315,00	0,50
4041	Chainels	€ 3.979,35	vast	€	4.410,00	7,00
4040	Overig/ onvoorzien	€ 1.000,00		€	1.260,00	2,00
	Reservering algemeen			€	2.055,00	3,00
	Totaal uitgav	**€ 59.004,35**		**€**	**66.441,00**	**100,00**
4022	***Geluid reservering***	***€ 1.039,78***		***€***	***2.059,00***	

5. Organisatie

5.1. Rechtsvorm

BIZ Centrum Schoonhoven kiest voor de rechtsvorm stichting.

5.2. Bestuur

In het bestuur zijn idealiter alle branches uit alle delen van de binnenstad van Schoonhoven vertegenwoordigd. Het bestuur van BIZ Centrum Schoonhoven bestaat uit:

1	Wim Perlot	Voorzitter	
2	Jasper Molendijk	Secretaris	
3	Erwin van Loenen	Penningmeester	
4	Nelleke Hoek	Algemeen bestuurslid	Marketing
5	Desiree Oudenaarde	Algemeen bestuurslid	Evenementen
6	Ab Rikkoert	Algemeen bestuurslid	Veiligheid
7.	Willem Willemse	Algemeen bestuurslid	Leegstand
8.	Loek van der Kolk		Adviseur

Het bestuur verplicht zich zorg te dragen voor naleving van de statutaire bepalingen van de stichting. Het bestuur heeft als taak een BIZ-plan inclusief meerjarenbegroting op te stellen voor de periode van de BIZ (2024-2028). Jaarlijks wordt op basis van dit BIZ-plan een jaarplan opgesteld. Het bestuur zal deze plannen managen, bewaken en (eventueel in samenwerking met op te richten werkgroepen) uitvoering geven aan de activiteiten.



De interne werkzaamheden die door de BIZ uitgevoerd worden zijn:

- Bestuursvergaderingen (1 x per 6 weken);
- Nieuwsbrieven per e-mail (minimaal na elke bestuursvergadering);

- Ondernemersbijeenkomsten (2 x per jaar);
- Overlegstructuur met de gemeente (2 x per jaar);
- Aansturen van samenwerkende partijen;
- Bijwonen bijeenkomsten van relevante organisaties en stakeholders.

Individuele ondernemers en organisaties kunnen zitting nemen in nader op te richten werkgroepen. Deze werkgroepen kennen een tijdelijk karakter en dienen ter voorbereiding, uitvoering en/of evaluatie van een of meerdere activiteit(en).

5.3. Afspraken

1. Het BIZ-bestuur dient zorg te dragen voor de uitvoering van de afgesproken activiteiten en voor een jaarlijkse verantwoording hierover aan de gemeente Krimpenerwaard en alle bijdrage plichtige ondernemers;
2. De gemeente toetst het jaarplan aan het plan van aanpak van de BIZ, aan de Wet op de bedrijven investeringszone en aan het gemeentelijke beleid;
3. Minimaal 1 keer per jaar zullen alle activiteiten worden geëvalueerd binnen het bestuur en zal, indien nodig, het programma van het daaropvolgende jaar worden bijgesteld.

