BIZ PLAN

CENTRUM ZEVENAAR

Gebruikers en eigenaren

“Samen investeren in een compact, vitaal en bruisend centrum”



September 2024,
Bestuur SAZ
Kerngroep vastgoedeigenaren

BROEKHUIS RIJS & DE GIER ADVISERING
Ruimtelijk economisch Advies & Procesmanagement

SAZ Stichting Activiteiten & centrummanagement Zevenaar

V13-09

Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE 1

0. INLEIDING 3

0.1 AANLEIDING 3
0.2 AMBITIE EN DOELSTELLINGEN 5
0.3 STRUCTURELE SAMENWERKING EN FINANCIERING ZIJN NODIG 6
0.4 EEN NIEUWE ORGANISATIE CENTRUMMANAGEMENT 6

1. DE HUIDIGE SITUATIE IN ZEVENAAR 8

1.1 OORSPRONG STICHTING ACTIVITEITENCOMMISSIE ZEVENAAR 8
1.2 HUIDIGE SAZ ORGANISATIE 9
1.3 FINANCIËLE BASIS 2024 SAZ 9
1.4 PERSPECTIEF SAZ BIJ CONTINUERING VAN RECLAMEBELASTING 11

2. WERKING BIZ-INSTRUMENT EN PROCES 12

2.1 DE BIZ-WET 12
2.2 WAT ZIJN DE VOORDELEN VAN EEN BIZ? 14

3. HOE KOMT DE BIZ IN ZEVENAAR TOT STAND? 16

4. AFBAKENING BIZ-GEBIED 19

5. TARIEFSTELLING 21

6. MEERJARENPLAN 24

6.1 CENTRALE AMBITIE 24
6.2 DOELSTELLINGEN 25
6.3 THEMA'S VOOR HET CENTRUM 26
6.4 MEERJARENPROGRAMMA 26
6.4.1 THEMA 1: SAMENWERKING & ORGANISATIE 26
6.4.2 THEMA 2: IDENTITEIT & PROFILERING 28
6.4.3 THEMA 3: ONTMOETINGS- EN VERBLIJFSKWALITEIT 29
6.4.4 THEMA 4: BEREIKBAARHEID EN PARKEREN 31
6.4.5 THEMA 5: STURING OP KOERS BINNENSTAD 32

7. MEERJARENBEGROTING 34

8. ORGANISATIE BIZ CENTRUM ZEVENAAR 37

8.1 LOOPTIJD 37

8.2 BEHEER EN UITVOERING 37
8.3 VERANTWOORDELIJKHEDEN BESTUUR 37
8.4 SUBSIDIE, REKENING EN VERANTWOORDING 37
8.5 UITVOERINGSOVEREENKOMST MET GEMEENTE 38
8.6 LOOPTIJD EN BEËINDIGING 38

0. Inleiding

0.1 Aanleiding

Samen investeren is en blijft hard nodig

In de afgelopen jaren is er stevig geïnvesteerd om het centrum van Zevenaar aantrekkelijker te maken. De investeringen van de gemeente in het vernieuwen en vergroenen van het Raadhuisplein, de Markt en de omliggende straten dragen bij aan een betere uitstraling en levendigheid van het centrum. En daarnaast is met de steeds betere online- en offline marketing aanpak en de organisatie van een aantal toonaangevende evenementen door de huidige Stichting Activiteiten Zevenaar (kortweg SAZ) flink geïnvesteerd om Zevenaar nog meer zichtbaar op de kaart te zetten.

Er is dus een actieve inzet om het centrum te verbeteren, maar we zijn er zeker nog niet. Het is een forse uitdaging om het centrum van Zevenaar boeiend, aantrekkelijk en relevant te houden voor inwoners en bezoekers. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland.[1]:

- Uit dit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat Zevenaar qua aankopen voor een aanzienlijk deel afhankelijk is van eigen inwoners. Niet alleen in de dagelijkse boodschappen maar ook in het recreatieve segment: 73% van alle aankopen in het recreatieve segment (mode, schoenen, luxe) in het centrum van Zevenaar wordt gedaan door inwoners van de eigen gemeente. Omliggende gemeentes hebben hun eigen, veelal grotere kernen of rijden daar makkelijker naartoe (denk aan Arnhem en Doetinchem). Kortom: Zevenaar moet haar eigen inwoners koesteren.
- Andersom doen inwoners van Zevenaar voor een aanzienlijk deel aankopen búiten 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 1/3^{e} loopt via het online kanaal. Het is dus een uitdaging om zoveel mogelijk euro's 'binnenboord' te houden.
- Uit beoordelingen van consumenten scoort het centrum van Zevenaar net iets slechter dan centra van vergelijkbare omvang (de benchmark). Met name op gebied van sfeer/uitstraling, netheid/veiligheid, faciliteiten, parkeren en bereikbaarheid doet Zevenaar het structureel slechter dan veel andere plaatsen. Dat is niet bevorderlijk voor de concurrentiepositie. Positieve uitzondering is het horeca-aanbod: daar scoort Zevenaar beter dan de benchmark.
- Uit de analyse van de ontwikkeling van winkelmeters en leegstand blijkt dat er weinig progressie geboekt wordt in het terugdringen van leegstand en een compacter centrum:
    - in 5 jaar tijd is de hoeveelheid leegstand heel licht gedaald, maar met 11% nog te hoog en hoger dan het gemiddelde in de benchmarkgroep;
    - het aantal winkelmeters is in 5 jaar tijd slechts met 500m^{2} gedaald (-2%), ondanks de ambitie om naar een kleiner en compacter centrum te gaan.

[1] Te vinden op https://koopstromen.nl/oost/resultaten/

Kortom: hoewel er de afgelopen jaren goede stappen zijn gezet, is Zevenaar zeker nog niet waar het moet zijn: de concurrentie van omliggende winkelgebieden en het online kanaal zijn hoog, de klantenbeoordelingen nog niet goed genoeg. Het is dus alle hens aan dek om dit om te draaien.

Om dat te bereiken moeten we samen: ondernemers, eigenaren en de gemeente, de schouders onder het centrum van Zevenaar zetten!

0.2 Ambitie en doelstellingen

Het centrum van Zevenaar is nooit af en het is meer dan ooit zaak dat er nu volgende stappen worden gezet om het centrum nog beter te laten functioneren, toekomstbestendiger en compacter te maken. Dit doen wij met de volgende ambitie:

AMBITIE:
"Vergroten van de economische vitaliteit en aantrekkingskracht van het centrum van Zevenaar voor de eigen inwoners en bezoekers, door middel van een structurele samenwerking tussen ondernemers en (vastgoed)eigenaren onderling, met de gemeente en met andere centrumpartners. Met als doel dat het ondernemersklimaat gezond blijft, bewoners er prettig wonen, werken en recreëren én bezoekers er graag tijd spenderen. Zodat Zevenaar zich met een sterke regiofunctie kan (blijven) profileren. Dit alles draagt bij aan de omzet van de ondernemers en daarmee de verhuurbaarheid en de waarde van het vastgoed. "

Welke doelen willen wij hiermee bereiken?

- Een nieuwe, sterke en effectieve centrumorganisatie waarin ondernemers, (vastgoed)eigenaren en gemeente collectief met een duidelijke rolverdeling samenwerken aan een gezamenlijke integrale visie, strategie en uitvoeringsprogramma voor het compactere centrum;
- De komende jaren collectief (en structureel) investeren op een aantal gezamenlijke thema's;
- Het vormen van een sterke eenheid die als gesprekspartner o.a. richting gemeente en provincie een sterke lobby kan voeren;
- Hogere bezoekersaantallen die een gezonde omzet en prettig ondernemerschap voor ondernemers mogelijk maken;
- Een prettig centrum om in te verblijven, wonen, werken en recreëren. Sfeervol met veel beleving en uitstraling;
- Een compleet en sterk winkel- en voorzieningenaanbod en lage leegstand;
- Vergroten van het cultureel aanbod en maatschappelijke en toeristische voorzieningen in het centrum;
- Het stimuleren en versterken van lokaal ondernemerschap en ruimte voor vernieuwende (onderscheidende) concepten;
- Een hoge en stabiele vastgoedwaarde voor eigenaren;
- Een uniek, aansprekend activiteiten- en evenementen aanbod dat aansluit op de identiteit;
- Een makkelijk bereikbaar en goed vindbaar centrum met goede parkeervoorzieningen, minimaal gelijkwaardig aan omliggende winkelgebieden.

De krachten bundelen is daarbij van groot belang.

0.3 Structurele samenwerking en financiering zijn nodig

In de huidige structuur zijn het met name de ondernemers in het centrum die via het stelsel van reclamebelasting en collectief georganiseerd onder de vlag van SAZ bijdragen aan de ontwikkeling van het centrum. De belangen zijn echter groter en gaan verder dan alleen de ondernemers in het centrum.

Om bovenstaande ambitie te realiseren en doelen te bereiken is een structurele betrokkenheid van - én investering door - de (vastgoed)eigenaren, naast de gemeente en ondernemers, van belang. Deze middelen zijn de komende jaren hard nodig om de huidige koers vast te houden en te zorgen dat het centrum van Zevenaar steeds een beetje meer gaat bruisen. Een aantal (vastgoed)eigenaren heeft als kerngroep samen met het SAZ bestuur de handen ineen geslagen om dit te bereiken.

Daarom wordt aan (vastgoed)eigenaren gevraagd zich te verenigen en gezamenlijk aan te sluiten bij de ondernemers in het centrum en structureel bij te gaan dragen. Met een gezamenlijk meerjarenprogramma, met gezamenlijke thema's en met een gezamenlijke financiering voor ondernemers én voor vastgoedeigenaren, kunnen wij voor alle partijen meerwaarde creëren.

0.4 Een nieuwe organisatie centrummanagement

Wij willen daarom de krachten van de betrokken partners gaan bundelen in een nieuw te vormen gecombineerde Centrummanagementorganisatie. Deze nieuw te vormen centrumorganisatie krijgt een nieuwe naam: Stichting Centrum Management Zevenaar, kortweg **C**entrum **M**anagement **Z**evenaar oftewel CMZ. Het SAZ wordt daarmee vervangen door het CMZ.

Om de (vastgoed) eigenaren ook te verenigen, te betrekken en mee te laten investeren willen het SAZ bestuur en de 'kopgroep van vastgoedeigenaren' hiervoor een gecombineerde Bedrijven Investerings Zone (kortweg BIZ) gaan invoeren.
Zowel de (vastgoed) eigenaren als de ondernemers (gebruikers) maken straks deel uit van deze BIZ.
Zo ontstaat er een uitvoeringsorganisatie die niet alleen op strategisch en tactisch gebied maar zeker ook in de uitvoering structureel samen werkt aan het centrummanagement van Zevenaar.

Zowel de eigenaren als de gebruikers gaan straks financieel bijdragen aan deze gecombineerde BIZ. De middelen vanuit de BIZ worden ingezet op de gezamenlijke projecten om het centrum van Zevenaar te versterken en aantrekkelijker te maken.

Voor de ondernemers in het centrum betekent dit het 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.

Leeswijzer

In dit BIZ plan centrum Zevenaar kunt u alle ins- en outs lezen over de start van een centrum BIZ in Zevenaar. 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 Zevenaar. 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 gezamenlijke 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 Zevenaar

1.1 Oorsprong Stichting Activiteitencommissie Zevenaar

In 2009 is de Stichting Activiteiten Zevenaar (SAZ) opgericht als ondernemerscollectief in het centrum van Zevenaar. Deze stichting had oorspronkelijk primair als doel de promotie van het centrum van Zevenaar en het organiseren van evenementen en acties in het centrum.



De SAZ is een stichting die functioneert op basis van de reclamebelasting. Deze belasting wordt opgebracht door ongeveer 144 ondernemers binnen de volgende bloedgroepen:

- Winkeliers/retail ondernemers
- Horeca ondernemers
- Dienstverleners

Waar de focus van het SAZ 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 aanjager;
- Er is een nauwere samenwerking met de Gemeente opgestart;
- De aandacht ging naast activatie in het centrum steeds vaker over strategie en centrumontwikkeling;
- Er is steeds meer aansluiting gezocht met de groep vastgoedondernemers; dit heeft geleid tot kadastersessies en later netwerkbijeenkomsten waarin met elkaar gesproken wordt over het toekomstige (beter) functioneren van het centrum en waarin een actieplan is afgesproken;

- Op verzoek van het SAZ is er door de Gemeente Zevenaar een accountmanager/ bedrijvencontactpersoon voor centrumgebied aangesteld die als duidelijk aanspreekpunt geldt vanuit gemeente;
- Er was steeds meer sprake van belangenbehartiging van de ondernemers; ook het SAZ wordt steeds vaker uitgenodigd om als volwaardig partij/gesprekspartner namens de ondernemers aan tafel te komen.

Daarmee is het SAZ inmiddels niet meer weg te denken uit het centrum van Zevenaar en heeft de stichting zich van een promotionele organisatie ontwikkeld tot een centrummanagementorganisatie.

1.2 Huidige SAZ organisatie

Het SAZ (Stichting) werkt vanuit een bestuur, met daarin 3 vertegenwoordigers van bovenstaande bloedgroepen en een onafhankelijk voorzitter. Daarnaast maakt sinds kort een vertegenwoordiger namens de groep vastgoedondernemers onderdeel uit van het bestuur. Naast de centrummanager neemt tot slot ook de accountmanager/bedrijvencontactpersoon voor het centrum (adviserend) deel aan de bestuursvergaderingen.

Het SAZ bestuur stelt in samenspraak met ondernemers jaarlijks een uitvoeringsplan op. Voor de uitvoering van deze plannen vraagt zij subsidies aan bij de Gemeente. Jaarlijks legt zij verantwoording af aan haar ondernemers en de gemeente.

1.3 Financiële basis 2024 SAZ

De financiële basis van het SAZ bestaat momenteel uit vier componenten, te weten:

1. Een structurele “subsidie” vanuit de gemeente, op basis van de door ondernemers opgebrachte middelen uit reclamebelasting;
2. Een structurele bijdrage van de gemeente aan de samenwerking in het centrum.
3. Een incidentele bijdrage van de gemeente voor de inzet van een Centrummanager;
4. Een incidentele bijdrage van de gemeente voor de transitie van het centrum (2023-2025)

Ad1:
In het huidige stelsel van reclamebelasting betalen de ondernemers in het reclamebelastinggebied (centrum) van Zevenaar een belasting voor een aankondiging die vanaf de openbare weg zichtbaar is. Deze belasting is ingevoerd op verzoek van het SAZ en wordt door de Gemeente bij de deelnemers geïncasseerd. De opbrengst gaat (onder aftrek van perceptiekosten) jaarlijks als gemeentelijke subsidie naar het SAZ. Het SAZ 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. Wel is het zo dat er een langjarige afspraak onder de reclamebelasting en subsidie ligt, waardoor SAZ in zekere zin kan ‘rekenen’ op deze jaarlijkse subsidie.

Het huidige tarief van de reclamebelasting bedraagt EUR 668,- per deelnemer (locatie). Er komt daarmee op jaarbasis circa EUR 96.400 bij het SAZ binnen.

Ad 2
Omdat de gemeente Zevenaar het belang van samenwerken in de binnenstad in een sterke organisatiestructuur onderschrijft, geeft zij jaarlijks een subsidie van (tot dusver EUR 20.000) aan het SAZ.

Ad 3 en 4:
Beide bijdragen betreft incidentele bijdragen, onder andere tot stand gekomen vanuit het Corona herstelplan. Als bijdrage voor de inzet van de centrummanager ontvangt het SAZ in 2023 en 2024 een eenmalige subsidie van EUR 57.600 per jaar.

Als bijdrage aan de transitie van het centrum ontvangt het SAZ in 2024 een eenmalige subsidie van EUR 79.000.

Opbouw dekking in 2024

Organisatie	Omschrijving	Bedrag
SAZ/ ondernemers	Subsidie reclamebelasting	96.400
Vastgoedeigenaren	-	0
Gemeente	Subsidie centrummanager	57.600
Gemeente	Cofinanciering samenwerking	20.000
Gemeente	Subsidie transitie (2024/2025)	59.000
	TOTAAL INKOMSTEN	**233.000**

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

Besteding van middelen in 2024

Onderwerp	Thema's	Voorbeelden	Bedrag
Identiteit en profilering	Marketing Communicatie	Social media, drukwerk, website	40.500
	Evenementen en acties	Centrumactiviteiten en evenementen	48.000
Ontmoetings- en verblijfskwaliteit	Buitenruimte	Aankleding, verlichting, sfeer	32.500
Sturing op koers binnenstad	Aanbod en structuur	Acquisitie, startersregeling	49.000
Samenwerken en organisatie	Regie en verbinding	Organisatie centrumman., secretariaat, communicatie, eenmalige projecten en perceptiekosten.	111.100
		TOTAAL UITGAVEN	**281.100**

In 2024 is er hierdoor sprake van een dekkingstekort van EUR 48.100 welke ten laste komt van de reserves van het SAZ.

1.4 Perspectief SAZ bij continuering van reclamebelasting

Aangezien het niet ondenkbaar is dat de tijdelijke gemeentelijke subsidies in de toekomst komen te vervallen, zou er bij de continuering van de huidige reclamebelasting 'slechts' EUR 96.400 aan budget beschikbaar blijven.

Het zal duidelijk zijn; als dit daadwerkelijk gaat gebeuren kan de ingezette koers en geformuleerde ambitie niet worden gerealiseerd.

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

Kortom, in het scenario van continuering van de reclamebelasting wordt het centrum uitgekleed en moeten er behoorlijke concessies worden gedaan. Daarmee is er sprake van een noodzakelijke koerswijziging: de afgelopen jaren is er gebouwd aan een stevige organisatie met een helder doel, namelijk het economisch functioneren van het centrum. Met alleen de reclamebelasting kan deze ambitie niet waar worden gemaakt. Dit is niet gewenst.
Vanuit ondernemers én eigenaren horen wij duidelijk dat het noodzaak is om gezamenlijk te investeren in een beter functionerend centrum. Op alle fronten; niet alleen met promotie en evenementen. **Samen koers zetten naar een compact, vitaal en bruisend centrum. Om dit waar te maken is, kortom een robuuste organisatie en een robuust budget, nodig. Daarom is een BIZ zoals die hier voorligt noodzakelijk**.

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 en/of vastgoedeigenaren2 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 en/of eigenaren**
  Een gemeente faciliteert een BIZ enkel als ondernemers en/of eigenaren 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 en/of vastgoedeigenaren (als initiatiefnemers van de BIZ) kunnen zelf een voorstel doen hoe hoog de opslag is en hoe deze bepaald wordt (bijvoorbeeld: een percentage van de WOZ-waarde of een staffel op basis van de WOZ-waarde).

- **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.*

- **Eigenaren en 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 en eigenaren 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 aanloopperiode 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.

- **Ondernemers en eigenaren kunnen samenwerken in een gezamenlijke BIZ**
  Zowel ondernemers als vastgoedeigenaren van commercieel vastgoed kunnen een BIZ introduceren. We maken daarmee onderscheid tussen:

  - Een gebruikers-BIZ voor ondernemers
  - Een vastgoed-BIZ voor vastgoedeigenaren
  - Een gecombineerde BIZ voor ondernemers én vastgoedeigenaren

  In een ondernemers-BIZ betalen ondernemers een opslag op het gebruikersdeel van de OZB. In een vastgoed-BIZ betalen eigenaren een opslag op het eigenarendeel. Nog mooier is als eigenaren én ondernemers allebei een bedrag inleggen in een BIZ-fonds. Dan ontstaat een stabiele alliantie om aan een winkelgebied te werken. Dit is voor het centrum van Zevenaar dan ook de variant waarvoor gekozen wordt.

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 eigenaar 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 en eigenaren 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 eigenaren en 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/eigenaren 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/eigenaren) 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 álle ondernemers/eigenaren in een afgebakend gebeid.

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.

3. Hoe komt de BIZ in Zevenaar tot stand?

De voorbereidingen voor een BIZ vereisen een goede samenwerking tussen een projectgroep, het bestuur van SAZ en de gemeente Zevenaar in de aanloop naar invoering per 1 januari 2025.

Daarnaast is een goede informatie uitwisseling met de achterban van ondernemers en eigenaren (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 Zevenaar

Het bestuur van SAZ heeft voor de introductie van dit meerjarenplan 2025-2029 een tweetrapsaanpak gehanteerd. Het SAZ bestuur heeft het initiatief genomen bij het ontwerpen van het plan; aansluitend is dit plan in een aantal werksessies getoetst bij een kerngroep vastgoedondernemers. Samen vormen zij daarmee als het ware de werkgroep BIZ-centrum Zevenaar.



Het proces binnen deze werkgroep wordt ondersteund door Yvo Smit en Mischa de Gier, namens bureau BRDG Advies met ervaring op het gebied van BIZ-processen. Door de werkgroep zijn onder andere 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 december/januari getroffen.

Bij de uitwerking hebben we ons laten inspireren door diverse andere BIZ-plannen, zoals in bijvoorbeeld Doetinchem, Arnhem, Assen en, 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 Zevenaar.

2. Verantwoording

Het SAZ bestuur en de kerngroep vastgoedondernemers legt de uitgangspunten van dit meerjarenprogramma voor aan de volledige achterban van ondernemers, eigenaren en andere commerciële gebruikers in het centrum van Zevenaar. 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 inloopmomenten en stelt het meerjarenplan vóór de stemming voor iedereen beschikbaar.

Daarnaast heeft het SAZ bestuur regelmatig contact met de gemeente Zevenaar over uitgangspunten, eventuele discussiepunten, concrete uitwerking en samenwerking.

3. Informatieverstrekking

Naast de bijeenkomsten van het SAZ bestuur en de kerngroep vastgoedondernemers zijn er in de eerste helft van 2024 presentaties gehouden voor de afzonderlijke doelgroepen.

Nadat in maart 2024 dit onderwerp al op de agenda stond van de netwerkbijeenkomst vastgoed, zijn er in juni 2024 twee collectieve informatiebijeenkomsten georganiseerd voor zowel gebruikers (ondernemers) als (vastgoed) eigenaren uit het centrum. Daarnaast zijn er ook diverse individuele gesprekken gevoerd.

Op basis van de input van het SAZ bestuur, kerngroep vastgoedondernemers en de verschillende bijeenkomsten is dit BIZ plan centrum Zevenaar tot stand gekomen. Dit plan wordt vervolgens 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 september 2024 en aan de vooravond van de stemronde;
- Het ontwikkelen en verspreiden van een informatie/PR folder;
- Diverse berichten op Chainels (platform voor ondernemerscommunicatie)
- Zoveel mogelijk 1:1contact en lobby vanuit de deelnemers uit de kerngroep en het SAZ 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 Zevenaar.

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. Eind november zal de gemeenteraad een besluit nemen over het instellen van een BIZ-verordening, die alleen geeffectueerd wordt als de draagvlakmeting/ stemronde positief uitpakt.
Tegelijkertijd met het vaststellen van de BIZ-verordening besluit de gemeenteraad over de uitvoering van een stemronde, die zij doet onder alle potentiële bijdrageplichtigen.

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 begin januari 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 Zevenaar.

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 ‘BIZ centrum Zevenaar’ 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 níet 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 eigenaren van commerciële panden en gebruikers van commerciële panden in het werkgebied een opslag opgelegd voor een bijdrage aan het BIZ-fonds. Stichting Centrum Management Zevenaar 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 Zevenaar is in de basis het werkgebied aangehouden dat op dit moment geldt als reclamebelasting gebied.

De volgende straten maken hier onderdeel van:

- Arnhemseweg (1 t/m 7 oneven)
- Didamsestraat (alle nummers)
- Grietsestraat (alle nummers)
- Kampsingel (1 t/m 7 oneven, 2 even)
- Mallemoolen (alle nummers)
- Markt (alle nummers)
- Marktstraat (alle nummers)
- Masiusplein (1 t/m 23 oneven, 22/24 even)
- Muldershof (alle nummers)
- Nieuwe Doelenstraat (1 t/m 19 oneven, 2 t/m 8 even)
- Oude Doesburgseweg (1)
- Raadhuisplein
- Schoolstraat (1)
- Weverstraat

Uitbreiding BIZ-gebied

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

Omdat deze straten direct grenzen aan – en in verbinding staan met het huidige gebied en omdat er op dit moment door het SAZ ook al wordt geïnvesteerd in dit gebied.
De volgende straten worden daarom toegevoegd aan het BIZ gebied:

- Wittenburgstraat (alle nummers)
- Kerkstraat (2 t/m 44 even, 1 t/m 29 oneven)

Het nieuwe BIZ gebied gaat er daarmee als volgt uitzien:



Copyright 2024 - Aan deze print kunnen geen rechten worden ontleend -

5. Tariefstelling

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

Om deze reden wordt, bij het implementeren van een BIZ in het centrum van Zevenaar, jaarlijks bij alle gebruikers en eigenaren van commerciële panden 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 **eigenaren én gebruikers** van commerciële panden binnen het werkgebied van de BIZ Centrum Zevenaar betalen een bijdrage op basis van de **WOZ-waarde** van het pand waarvan zij eigenaar zijn en/of waarin zij met hun onderneming gevestigd zijn;
2. Eigenaren betalen deze bijdrage als opslag op het **eigenarendeel van de jaarlijkse** OZB-aanslag;
3. Gebruikers (ondernemers) betalen deze bijdrage als opslag op het **gebruikersdeel van de jaarlijkse OZB aanslag**;
4. Het uitgangspunt van de BIZ is dat eigenaren en ondernemers in **kleinere** panden **minder** bijdragen dan eigenaren en ondernemers in **grotere** panden. De aanname daarbij is dat eigenaren en ondernemers in grotere vastgoedobjecten een groter belang hebben bij investeringen in het centrum dan eigenaren en ondernemers in kleinere objecten;

B. Aantal deelnemers:

In samenwerking met de Gemeente zijn de objecten in beeld gebracht die binnen het nieuwe BIZ werkgebied vallen binnen de nieuwe BIZ samenwerking. Op dit moment betreft dit 220 vastgoedobjecten, waarvan wij mogen veronderstellen dat er dus ook sprake is van 220 gebruikers.

Even ter vergelijk: op dit moment zijn er 144 reclamebelasting deelnemers (gebruikers).
In totaal praten wij dus over 440 deelnemers aan de BIZ. Een forse uitbreiding als je dit vergelijkt met het huidige aantal reclamebelasting deelnemers.

C. Tariefhoogte:

Het doelkapitaal dat de BIZ jaarlijks via de BIZ bijdrage wil binnenhalen, bedraagt EUR 190.000.

Hiervan wordt de helft dus via eigenaren ingebracht (EUR 95.000) en de helft via de gebruikers (EUR 95.000).

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

1. De jaarlijkse BIZ-bijdrage wordt gesteld op **0,16% van de geldende WOZ-waarde** zoals deze door de Gemeente jaarlijks wordt vastgesteld.

2. Er geldt een **minimumbijdrage** van **EUR 350**. Dat wil zeggen dat als de berekening "0,16 maal WOZ waarde" uitkomt op een bedrag lager dan EUR 350 de bijdrage op EUR 350 wordt gesteld;

3. Er geldt een **maximum bijdrage van EUR 668**. Dat wil zeggen dat als de berekening "0,16 maal WOZ-waarde" uitkomt op een bedrag hoger dan EUR 668 de bijdrage op EUR 668 wordt gesteld;

5. 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 190.000,-.
50% via eigenaren en 50% via gebruikers. 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?
- De gebruikers betalen in de huidige reclamebelasting een vast bedrag van EUR 668. In deze nieuwe constructie bedraagt de bijdrage maximaal EUR 668 en minimaal EUR 350.
- Alle (=100%) gebruikers die geen eigen pand hebben betalen in de nieuwe situatie een bedrag gelijk aan, of lager dan de huidige reclamebelasting (!).
- Naar schatting zijn er ongeveer 25 ondernemers die tevens pandeigenaar zijn; zij gaan dus een dubbel tarief betalen. Ongeveer de helft hiervan zit naar verwachting op de ondergrens. Dit betekent dat zij in de nieuwe situatie maximaal EUR 350 voor het eigenaarsdeel en EUR 350 voor het gebruikersdeel betalen. Opgeteld dus EUR 700. Dit ligt dus nagenoeg op hetzelfde niveau als de huidige reclamebelasting. De andere helft (naar verwachting 12/13 bedrijven) gaat mogelijk in de nieuwe situatie meer betalen.

Enkele voorbeeldberekeningen op basis van de gekozen tariefstelling:

Voorbeeld 1: Gebruiker(ondernemer)‘Kadootje van Zevenaar’ 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 0,16% komt de bijdrage uit op een bedrag van EUR 240. Dit is lager dan het minimumbedrag van EUR 350. Daarmee betaalt Lutje van Zevenaar in 2025 een bijdrage van EUR 350. Kadootje gaat dus aanzienlijk minder betalen dan de huidige reclamebelasting (EUR 668).

Voorbeeld 2: Eigenaar ‘De onderste steen BV’ bezit een horecapand met een WOZ-waarde van EUR 300.000,- binnen het werkgebied van de BIZ. Op basis van het percentage van 0,16% komt de bijdrage uit op een bedrag van EUR 480. Dit is binnen de ondergrens en bovengrens. De onderste steen BV betaalt daardoor in 2025 een bijdrage van EUR 480.
NB. ‘De onderste Steen’ betaalde in de oude/huidige situatie geen reclamebelasting.

Voorbeeld 3: Eigenaar van ‘Sportsbar Kerkstraat’ 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 0,16% komt de bijdrage uit op een bedrag van EUR 1.600. Dit is hoger dan het maximumbedrag van EUR 668,-. Daarmee betaalt Sportsbar Kerkstraat een jaarlijks bedrag van EUR 668. Sportsbar Kerkstraat gaat daarmee dus exact hetzelfde bedrag betalen als de huidige reclamebelasting (EUR 668)

Voorbeeld 4: Makelaarskantoor Janssen gevestigd in het centrum van Zevenaar is eigendom van Frank Janssen, die ook het pand bezit. De WOZ-waarde van het pand bedraagt EUR 223.000.

- Frank betaalt als ondernemer (gebruiker) een bedrag van EUR 356 (0,16% van EUR 223.000)
- Frank betaalt daarnaast als eigenaar een bedrag van EUR 356 (0,16% van EUR 223.000)
- De totale bijdrage van Frank aan de BIZ is daarmee EUR 712.
- Frank gaat opgeteld daarmee dus iets meer betalen dan de huidige reclamebelasting (EUR 668)

6. Meerjarenplan

6.1 Centrale ambitie

Om het centrum van Zevenaar te versterken en aantrekkelijk te maken, streven we naar een compacter en sfeervoller centrum met 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, (vastgoed)eigenaren en andere centrumpartners in Zevenaar. Niet alleen is een professionele samenwerking tussen deelnemers nodig. Ook financiële middelen van alle partijen zijn nodig om investeringen te doen.

Ambitie:
"Vergroten van de economische vitaliteit en aantrekkingskracht van het centrum van Zevenaar voor de eigen inwoners en bezoekers, door middel van een structurele samenwerking tussen ondernemers en (vastgoed)eigenaren onderling, met de gemeente en met andere centrumpartners. Met als doel dat het ondernemersklimaat gezond blijft, bewoners er prettig wonen én bezoekers er graag tijd spenderen. Zodat Zevenaar zich als winkelstad met een sterke regiofunctie kan profileren. Dit alles draagt bij aan de omzet en de verhuurbaarheid van het vastgoed en zorgt daarmee voor een hogere vastgoedwaarde. "



6.2 Doelstellingen

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

- Een **nieuwe, sterke en effectieve centrum organisatie** waarin ondernemers, (vastgoed)eigenaren en gemeente collectief met een duidelijke rolverdeling samenwerken aan het vaststellen en uitvoeren van de visie en strategie voor het centrum van Zevenaar;

- De komende jaren **collectief (en structureel) investeren** op een aantal gezamenlijke thema's;

- Het vormen van een **sterke eenheid die als gesprekspartner** o.a. richting de gemeente een sterke lobby kan voeren;

- Hoge **bezoekersaantallen** die een gezonde **omzet** voor ondernemers mogelijk maken;

- Een prettig centrum om in te **verblijven**, **wonen, werken, recreëren.** Sfeervol met veel fysieke beleving en met uitstraling;

- Vergroten van het **cultureel aanbod** en **maatschappelijke en toeristische voorzieningen** in het centrum;

- Een **compleet en sterk winkel**- en **voorzieningenaanbod** en lage **leegstand**;

- Het stimuleren en versterken van **lokaal ondernemerschap** en ruimte voor vernieuwende (**onderscheidende) concepten**;

- Een hoge en **stabiele vastgoedwaarde** voor eigenaren;

- Een uniek, aansprekend **activiteiten- en evenementen aanbod** dat aansluit op de identiteit;

- Een makkelijk **bereikbaar en goed vindbaar** centrum met goede **parkeervoorzieningen**, gelijkwaardig aan omliggende winkelgebieden.

6.3 Thema's voor het centrum

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

1. Samenwerking en organisatie
2. Identiteit & profilering
3. Ontmoetings- en verblijfskwaliteit
4. Bereikbaarheid & parkeren
5. Sturing op koers binnenstad

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

Deze koers kan alleen worden gerealiseerd, als er tussen de (vastgoed)eigenaren, ondernemers een goede samenwerking is. Deze samenwerking moet via de nieuwe Centrum Management Zevenaar (CMZ) organisatie tot stand komen.

6.4 Meerjarenprogramma

In dit hoofdstuk zijn de thema's uitgewerkt waar Centrum Management Zevenaar (CMZ) 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?

- Het succesvol doorvoeren van de plannen rondom het compacte centrum. We willen naar een compacter centrum, waarin het aangenaam winkelen en verblijven is, met niet of nauwelijks leegstand. De randen van het centrum mogen geleidelijk transformeren naar andere functies zoals wonen. Dit is het gezamenlijke streefbeeld waar de Centrum Management Zevenaar (CMZ) naar toe wil werken;
- Een nieuwe, sterke en effectieve centrum organisatie waarin ondernemers, (vastgoed)eigenaren en gemeente collectief met een duidelijke rolverdeling samenwerken aan het vaststellen en uitvoeren van de visie en strategie voor het centrum van Zevenaar aan de hand van het meerjarenplan;
- Het verbinden en verankeren van de belangen van de ondernemers en (vastgoed)eigenaren met de belangen van de gemeente en andere centrumpartners om gezamenlijk het centrum te versterken.
- Het vergroten van het cultureel aanbod en maatschappelijke en toeristische voorzieningen in het centrum;

Wat gaan we doen?

- **Basis centrumorganisatie:** Professionaliseren en organiseren. Door middel van de nieuw op te zetten centrummanagementorganisatie onder de naam “Centrum Management Zevenaar (CMZ)” waarin ondernemers, gemeente, vastgoedeigenaren en andere partners vertegenwoordigd zijn wordt via samenwerking het centrum professioneel aangestuurd.

- **Inzet centrummanager:** een sterk uitvoeringsteam. Het vervolgen van de succesvolle inzet van de centrummanager (momenteel Kjeld Vosjan) die namens het Centrum Management Zevenaar (CMZ) initieert, bemiddelt, aanjaagt en coördineert. De centrummanager zorgt ervoor dat ondernemers, (vastgoed)eigenaren en gemeente structureel met elkaar samenwerken en werken aan de gestelde gemeenschappelijke doelen.

- **Inzet accountmanager/Bedrijvencontactpersoon:** een sterk uitvoeringsteam: het vervolgen van de inzet vanuit de gemeente van een accountmanager (momenteel Wendy Janssen) die namens de gemeente bijdraagt aan het realiseren van de gestelde gemeenschappelijke doelen en voor het Centrum Management Zevenaar (CMZ) hierin het eerste aanspreekpunt vormt. Hierdoor wordt er een sterke binding tussen de gemeente en het Centrum Management Zevenaar (CMZ) gerealiseerd.

- **Communicatie**: stimuleren van kennisuitwisseling, het verbeteren van netwerkvorming en samenwerking tussen ondernemers en (vastgoed)eigenaren wordt ingevuld door inzet van het digitale communicatieplatform Chainels, kennis- en netwerkbijeenkomsten en actieve deelname in werk/projectgroepen. Daarmee zijn alle stakeholders op de hoogte van de stappen die gezet worden, de voortgang die bereikt is en de resultaten die zijn behaald.

- **Kennisverbreding:** het organiseren van kennisbijeenkomsten om ondernemers en eigenaren slimmer, 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.

- **Verhogen van culturele, maatschappelijke of toeristische waarde van het centrum van Zevenaar**: de samenwerking met culturele, maatschappelijke partijen en toerisme opzoeken om de culturele waarde van het centrum van Zevenaar te vergroten. Waardoor winkelbezoeken en culturele bezoeken veel meer gecombineerd worden. Wat leidt tot een langere verblijfsduur, hogere besteding enz. Bijvoorbeeld door met culturele partijen te kijken hoe wij samen de profilering van het landgoed Huis Sevenaer kunnen oppakken en deze plek kunnen verbinden met het centrum. Of in samenspraak met het bureau voor toerisme realiseren van een verbeterde verbinding van het buitengebied met het centrum middels fietsroutes of streek evenement.



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?

- Door ontwikkelen van de ZevenAardigheden en de onderliggende merkwaarden als een duidelijke herkenbare identiteit; Zevenaar als merk verder door ontwikkelen en neerzetten.
- Identificeren van doelgroepen en spraakmakende, leuke activiteiten en evenementen gericht op deze doelgroepen.
- Duidelijke, zichtbare off- en online profilering van Zevenaar richting deze doelgroepen.

Wat gaan we doen?

- **(Identiteits)marketingplan**: met de stakeholders uit het centrum samen verder gaan werken aan de identiteit van Zevenaar; met gelijkgestemde ondernemers 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 enz.

- **Activiteiten en evenementen jaarprogramma**: opzet van een jaar-rond activatieprogramma met een passend en aansprekend evenementen- en activiteiten aanbod voor de verschillende doelgroepen in aansluiting op de identiteit.

- **On- en offline profilering (beheer socials/ campagnes)**: verdere doorontwikkeling van Zin in Zevenaar als hét onlineplatform waar alles rondom het centrum van Zevenaar terug te vinden is. Bedoeld voor zowel de bezoekende gast als mogelijke geïnteresseerde vastgoedinvesteerders, ondernemers of ketens. Dit gecombineerd met fysieke marketinginspanningen en promotie in/vanuit het centrum naar de doelgroepen. Dit in aansluiting op de identiteit.





6.4.3Thema 3: Ontmoetings- en verblijfskwaliteit

Doelstelling

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

Wat willen we bereiken?

- Het creëren van gezellig compact centrum: een aantrekkelijke, goed ingerichte en verzorgde openbare ruimte in Zevenaar waar bezoekers en bewoners graag (langer) willen verblijven.
- Met openbaar groen realiseren van eenheid in uitstraling van de openbare ruimte in het centrum gedurende het gehele jaar.
- Een verbeterde verblijfskwaliteit door meer oog te hebben voor groen, zitgelegenheden, (fiets)parkeren, uitstraling van de gevels, oplaad- en toiletvoorzieningen.

Wat gaan we doen?

- **Thematische aankleding centrum (o.a. baskets, verlichting)**: blijven inzetten van hanging baskets in voorjaar en zomer en in de donkere dagen richting feestdagen aanbrengen van sfeerverlichting in het hele centrum. De verblijfsduur van bezoekers in het centrum kan hierdoor worden verlengd, wat uiteindelijk de uitgaven per bezoeker verhoogt.

- **Vaste inrichtingselementen:** het (gefaseerd) vernieuwen en aanvullen van inrichtingselementen in de openbare ruimte om de uitstraling en de verblijfskwaliteit van het centrum te verbeteren. Hierbij kan gedacht worden aan, muurschilderingen, speeltoestellen, etc..... De verblijfsduur van bezoekers in het centrum kan hierdoor worden verlengd, wat uiteindelijk de uitgaven per bezoeker verhoogt. In samenspraak met de gemeente uitwerken van een plan hiervoor en aanpak om dit gefinancierd te krijgen. De primaire verantwoordelijkheid van de inrichting blijft liggen bij de gemeente, als CMZ willen wij kijken wat er nodig is om de uitstraling van het centrum op een hoger plan te tillen.

- **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. De winkelstraten opwaarderen met plantsoenen of boomspiegels waardoor deze mooier, groener, aangenamer en rustgevender wordt. In samenspraak met de gemeente uitwerken van een plan hiervoor en aanpak om dit gefinancierd te krijgen. Ook hier geldt dat de gemeente primair verantwoordelijk is; als samenwerkende ondernemers/eigenaren willen we de vergroening waar mogelijk aanjagen en in sommige projecten ook zelf onze verantwoordelijkheid nemen. Een voorbeeld is gevelgroen of tijdelijke (al dan niet verrijdbare) plantenbakken.

- **Reclamebeleid**: in samenspraak met de gemeente uitwerken van regels ten aanzien van uitstallingen en reclamebeleid, dit uitvoeren en hierop handhaven. Daarmee kan de kwaliteit van het straatbeeld worden verbeterd. Denk aan criteria rondom stoepborden, vlaggen en banieren.



6.4.4Thema 4: 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 Zevenaar te bezoeken en (langer) in het centrum van Zevenaar te verblijven.

Wat willen we bereiken?

- Minder klanten die vanwege betaald parkeren afvloeien naar andere plaatsen. Mogelijkheden bedenken hoe wij de huidige betaalde zones in het centrum kunnen omzetten.
- Inzet op handhaving en een beter vergunningensysteem (niet te veel parkeren voor bewoners);
- Het verbeteren van de routing naar het centrum(bewegwijzering en looproutes);
- Het verbeteren van parkeermogelijkheden voor fietsers.

Wat gaan we doen?

- **Gastvrij parkeren faciliteren**: lobby richting gemeente om het bestaande parkeerbeleid aan te passen, bijvoorbeeld zodat de bezoekers (het eerste uur) gratis kunnen parkeren op de huidige betaalde parkeerplaatsen in het centrum, via een kortingssysteem of op andere manieren. Inclusief het verbeteren van de P-route op aanrijroutes naar het centrum. Het uitwerken van een plan en passende financieringsconstructie in samenwerking met de gemeente hiervoor.

- **Bewegwijzering**: op de belangrijkste aanlooproutes (o.a. vanaf het BAT terrein en vanaf het station naar het centrum) aansprekende bewegwijzering en informatieborden aanbrengen. In samenwerking met de gemeente.

- **Handhaving**: in samenspraak met de gemeente parkeerhandhaving organiseren, zodat er maximaal gebruik kan worden gemaakt van de parkeerfaciliteiten.

- **Fietsparkeren**: in samenspraak met gemeente toevoegen van (al dan niet beveiligde) fietsparkeer/ stallingsplaatsen in het centrum, eventueel voorzien van oplaadpunten om elektrische fietsen op te laden. Inclusief het verbeteren van bewegwijzering voor fietsers richting deze parkeer/ stallingsplaatsen.



6.4.5Thema 5: Sturing op koers binnenstad

Doelstelling
Versterken van het voorzieningenaanbod in het compacte centrum en het terugdringen van de leegstand. Transformatie aan de randen.

Wat willen we bereiken?
- Transformatie naar het compactere centrum.
- Het verbeteren van het winkelaanbod.
- Het verbeteren van het voorzieningenaanbod.
- Minder leegstand door duurzame invulling.
- Het stimuleren en versterken van lokaal ondernemerschap en ruimte voor vernieuwende (onderscheidende) concepten

Wat gaan we doen?
- **Transformatie aanloopstraten**: op basis van de centrumvisie die is opgesteld wordt er gestuurd op een compacter centrum, waarbij de aanloopstraten kansen bieden voor transformatie naar andere functies. Lobby in dit kader bij de gemeente om subsidies te verkrijgen voor eigenaren bij verplaatsing, renovatie en transformatie.

- **Inzet transformatiecoach/acquisiteur**: de inzet van een coach en acquisiteur ter ondersteuning van (en als aanjager namens) het centrummanagement bij het realiseren van een duurzame transformatie van het centrum.

- **Via de transformatiecoach aan de slag met koersplan centrum**:
  - Acties om het voorzieningen aanbod (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;
  - Ontwikkelen van beleid om nieuwe ondernemers aan te trekken of nieuw ondernemerschap te stimuleren. Bijvoorbeeld als broedplaats.
  - Maatschappelijke, culturele en/of toeristische voorzieningen toevoegen aan het centrum die traffic genereren.
  - In leegstaande panden inzetten op leegstandsmaskering door het huisvesten van tijdelijke initiatieven of maskering door middel van projecten, bestickering, etalage-inrichting enz.
  - Gebruikmaking van de bestaande kanalen om de online profilering van Zevenaar als vestigingsplaats te promoten.

- **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;



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 vergelijk is de huidige SAZ begroting als referentie toegevoegd in de eerste kolom.

Zoals valt af te lezen uit het overzicht betekent dit dat er binnen de nieuwe organisatie Centrum Management Zevenaar op een aantal posten scherp aan de wind moet worden gezeild. Dat is ook de opdracht die is meegegeven. Kritisch blijven kijken of het voor minder kan.

Inkomsten

A. Gebruikers en eigenaren

Structureel: de inkomsten van de Centrum Management Zevenaar (CMZ) bestaan uit de BIZ gelden die via de gemeente als subsidie worden verstrekt. Via de gebruikers en via de eigenaren wordt er hiermee in totaal EUR 190.000 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 Zevenaar voor alle partijen (inclusief gemeente zelf) te verbeteren en te versterken;

- *Incidenteel*: voor 2025 en 2026 kent de gemeente een subsidie toe voor de inzet van de transformatiecoach (5b). Dit als onderdeel van het compactere centrum. Voor 2025 35K en voor 2026 25K.
- *Structureel*: door het op elkaar afstemmen van de centrum programma's op de gemeentelijke programma's kan er gezamenlijk worden getrokken. Bij een aantal thema's is dat zeker het geval waardoor gemeente mee-investeert. Wij hebben gerekend met een (indicatief) tussen EUR 30k en EUR 40k per jaar. Partijen zien hiervoor op voorhand voldoende mogelijkheden.

C. Subsidies:

Incidenteel: per thema zal door het Centrum Management Zevenaar (CMZ) 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 voor alle jaren een dekking van de kosten en is er een klein reserve ingebouwd om eventuele onverwachte uitgaven te kunnen dekken.

Evenredigheid investeringen en bijdragen eigenaren en gebruikers

Hoewel vanuit de ondernemers en de vastgoedeigenaren dezelfde ambitie en doelstellingen worden nagestreefd met Centrum Management Zevenaar (CMZ) zijn er wel enige accentverschillen in de mate waarin beide groepen belang hebben in het investeren op verschillende thema's.

Zo leggen ondernemers meer accent op het thema identiteit en profilering (o.a. activiteiten, evenement en on- offline profilering) en het eigenaren op bereikbaarheid, parkeren en het transformeren.

Wij mogen daarmee dus veronderstellen dat de investeringen verschillend zijn. In de meerjarenbegroting is daarom een indicatie voor deze % verdeling tussen (vastgoed)eigenaren en ondernemers aangegeven (zie de laatste kolom van het overzicht).



V 13-09

CENTRUM ZEVENAAR BIJ COMBI BIZ EN GEMEENTE PARTICIPATIE

Thema	Onderwerp	2024	Budget 2025	2026	2027	2028	2029	Funding via (wie betaalt mee aan wat?) Ondernemers Reclamebelasting	(Vastgoed)eigenaren BIZ bijdrage
1	**Samenwerking en organisatie**								
a	Basis centrumorganisatie	*50.000*	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	50%	50%
b	Inzet centrummanager	*57.600*	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50%	50%
c	Inzet accountmanager/Bedrijvencontactpersoon	-	-	-	-	-	-	50%	50%
d	Interne communicatie (chainels)	*3.500*	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	50%	50%
e	Perceptiekosten	-	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	50%	50%
2	**Identiteit & profilering**								
a	Totaal marketingplan	-	10.000	-	-	-	-	50%	50%
b	Activiteiten en evenementen jaarprogramma	*48.000*	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	75%	25%
c	On- en offline profilering (beheer socials/ campagnes)	*40.500*	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	75%	25%
3	**Ontmoetings- en verblijfskwaliteit**								
a	Aankleding centrum (baskets, verlichting)	*32.500*	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	50%	50%
b	Openbaar groen en inrichtingselementen	-	15.000	10.000	10.000	10.000	10.000	50%	50%
c	Uitstallingen en reclamebeleid	-	-	-	-	-	-	100%	0%
4	**Bereikbaarheid & parkeren**								
a	Gastvrij parkeren faciliteren	-	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	50%	50%
b	Bewegwijzering op aanlooproutes	-	10.000	10.000	-	-	-	50%	50%
c	Fietsparkeren verbeteren	-	-	-	-	-	-	25%	75%
d	Handhaving	-	-	-	-	-	-	50%	50%
5	**Sturing op koers binnenstad**								
a	Transformatie aanloopstraten	-			-	-	-	25%	75%
b	Transformatiecoach/acquisiteur	-	35.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25%	75%
c	Versterken aanbod & tijdelijke invulling leegstand	*49.000*	20.000	20.000	15.000	15.000	15.000	0%	100%
d	Ondernemerschap ondersteunen	-		10.000	10.000	10.000	10.000	50%	50%
	Reserve		4.000	9.000	9.000	9.000	9.000	50%	50%
	Totaal uitgaven	***281.100***	**255.000**	**245.000**	**230.000**	**230.000**	**230.000**		
99	**Inkomsten**								
a	Inkomsten via gebruikers	*96.400*	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000		
b	Inkomsten via eigenaren	-	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000		
c	Inkomsten via gemeente structureel	*20.000*	30.000	30.000	40.000 *	40.000 *	40.000 *		
d	Dekking via gemeente incidenteel	*29.000*			-	-	-		
e	Inkomsten via gemeente incidenteel	*87.600*	35.000	25.000	-	-	-		
	Totaal inkomsten	***233.000***	**255.000**	**245.000**	**230.000**	**230.000**	**230.000**		
	Tekort/ over	***(48.100)***	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**		

(*) = indicatief

8. Organisatie BIZ centrum Zevenaar

8.1 Looptijd

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

8.2 Beheer en uitvoering

Stichting Centrum Management Zevenaar (CMZ) wordt de nieuwe 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 vertegenwoordigers van retail, horeca, dienstverlening en eigenaren bij elkaar. 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.

De bedoeling is dat concept-plannen binnen de afzonderlijke 'bloedgroepen' besproken worden en dat de vertegenwoordigers van die bloedgroepen op basis van die bespreking hun input en uiteindelijk hun fiat geven aan de jaarlijkse uitvoeringsplannen.

Daarbij is het belangrijk te vermelden dat circa 50% van de opbrengst van de BIZ ingebracht wordt door de eigenaren en 50% via de gebruikers (ondernemers). Zowel eigenaren als gebruikers moeten er op kunnen vertrouwen dat er met hun inbreng ook daadwerkelijk activiteiten uitgevoerd worden die het eigen belang dienen.

8.4 Subsidie, rekening en verantwoording

Nadat het meerjarenprogramma is vastgesteld wordt er door het bestuur van het Centrum Management Zevenaar (CMZ) jaarlijks jaarplan 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 Centrum Management Zevenaar (CMZ) 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 Zevenaar’. In deze uitvoeringsovereenkomst wordt ook geregeld hoe de gemeente de BIZ-middelen int, hoe middelen bij Centrum Management Zevenaar (CMZ) terechtkomen en wanneer, in extreme gevallen, de BIZ opgezegd kan worden door één van de partijen.

Centrum Management Zevenaar (CMZ) 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 Centrum Management Zevenaar (CMZ) doen door deze stukken jaarlijks digitaal te presenteren en op verzoek aan bijdrageplichtigen kosteloos te versturen. Ook zullen de stukken jaarlijks besproken worden binnen ledenvergaderingen of bijeenkomsten.

8.5 Uitvoeringsovereenkomst met gemeente

De wijze waarop Stichting Centrum Management Zevenaar (CMZ) en de gemeente Zevenaar 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.

