

10 september 2018

Plan van aanpak

BIZ Centrum Schoonhoven 2019-2023



inhoudsopgave

Vooraf	3
1 Een BIZ	4
1.1 Wat is een BIZ?	4
1.2 Voordelen	4
1.3 Een BIZ in 6 stappen	5
2 Activiteitenplan	6
2.1 Feestverlichting en geluid	6
2.2 Evenementen	6
2.3 Marketing en promotie	7
2.4 Projecten uit VOC-actieplan 2018-2022	7
2.4.1 Gericht aantrekken van nieuw horeca- en winkelaanbod	7
2.4.2 Vergroten attractiviteit, gemak en comfort	8
2.4.3 Verbeteren parkeren	9
2.4.4 Professionaliseren samenwerking	9
2.4.5 Profileren binnenstad als geheel	9
3 Afbakening en bijdrage	11
3.1 BIZ-gebied	11
3.2 Bijdrageplichtigen en uitsluitingen	12
3.3 BIZ-bijdrage	13
4 Begroting	13
4.1 Inkomsten, uitgaven en overschotten	13
4.2 Begroting	13
5 Organisatie en werkwijze	14
5.1 Rechtsvorm	14
5.2 Bestuur en werkgroepen	14
5.3 Afspraken	14

Contactpersonen

Voorzitter BIZ Centrum Schoonhoven
Michiel van der Schaaf / michielvanderschaaf@planet.nl

BIZ-projectmanager van Stad & Co
Farzad Ghaus / farzad@stadenco.nl

vooraf

BIZ Centrum Schoonhoven staat voor het bevorderen van een economisch vitale en toekomstbestendige Schoonhovense binnenstad en zet daarom in op de volgende punten:

1. Verhoging van het aantal bezoekers:
 - a) aantrekken van meer bezoekers (nieuwe bezoekers van dichtbij, uit Schoonhoven en de gemeente maar ook van verder weg)
 - b) verhogen van de gemiddelde besteding per bezoeker (o.a. door verlenging van de gemiddelde verblijfsduur)
 - c) stimuleren van herhaalbezoek;
2. versterken van het imago van Schoonhoven als (winkel)centrum van de regio;
3. gastvrij ontvangen en informeren van bewoners, bezoekers en medewerkers van bedrijven.

In de afgelopen jaren (met name vanaf 2014) is, samen met andere partijen, door de VOC hard gewerkt aan het behalen van deze doelstellingen. De volgende projecten die bijdragen aan deze doelstellingen zijn opgepakt:

- Aanpak winkelleegstand (2014, samen met gemeente en Citymanagement)
- De Nieuwe WinkelStraat (DNWS) (2015, samen met de gemeente en Rabobank)
- Ontwikkelen nieuwe ondernemersevenementen (2014-2017)
- Marketing & promotie (2014-2017, samen met Citymanagement)
- Herontwikkeling Lopikerstraat (2015, samen met de gemeente)
- Keurmerk Veilig Ondernemen (2015-2017, samen met de gemeente en Gilde Sint Eloy)
- Planvorming Herontwikkeling gebied Buiten de Veerpoort (2018, gemeente)

Het is nu tijd om de opbrengsten uit deze initiatieven en projecten integraal op te pakken en verder te brengen. Juist vanwege de vele projecten die zijn doorlopen is het volgens ons van belang om te streven naar een integrale afstemming om zodoende de juiste acties op de juiste plekken te laten plaatsvinden. 2018/2019 is een logisch moment om dit op te pakken en dóór te pakken. Omdat:

- het vorige beleidsplan van de VOC (2014-2017) is afgelopen;
- de gemeente Krimpenerwaard een gemeentebrede retailvisie opstelt (samen met BRO en Majolée retailvastgoedadvies);
- er een Omgevingsplan (pilot) wordt opgesteld voor Schoonhoven centrum (samen met Rho adviseurs);
- een taskforce vanuit breed draagvlak in juni 2018 een Agenda voor de Zilverstad 2018-2022 heeft opgeleverd (het centrum is als 'Concept Warenhuis' daarin één van de strategische thema's);
- er in de eerste helft van 2018 gemeenteraadsverkiezingen hebben plaats gevonden, waarna een nieuw college is aangetreden dat grote ambitie heeft om het centrum van Schoonhoven komende jaren flink te ontwikkelen.

Het bestuur van BIZ Centrum Schoonhoven ziet het als zijn taak om de dynamiek, die er op vele vlakken is, samen te brengen en integraal (samen met andere partijen) te werken aan een mooie toekomst voor ons stadscentrum. Om dat voor elkaar te krijgen slaan we de handen ineen en nemen we het initiatief voor oprichting van een bedrijveninvesteringszone (BIZ). Samen hebben wij de ambitie om middels een BIZ te werken aan een centrum waar het goed ondernemen is, waar het prettig winkelen en genieten is en dat een visitekaartje is voor onze Zilverstad en de gemeente! In dit BIZ-plan leest u hoe wij dit willen gaan doen.

1 een BIZ

1.1 Wat is een BIZ?

Een BIZ is een afgebakend gebied waarbinnen ondernemers samen tijd en geld steken in het aantrekkelijker, bekender en veiliger maken van hun gebied. Het einddoel 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.

1.2 Voordelen

De belangrijkste voordelen van de BIZ:

- 1) Iedereen betaalt automatisch mee, dus een eerlijke verdeling van kosten. Er is geen sprake meer 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) Alle 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) Ondernemers halen jaarlijks een groter bedrag op voor de organisatie van collectieve activiteiten dan voorheen met de VOC het geval was.
- 7) Een BIZ-stichting is een volwaardige (gespreks)partner voor de gemeente, bewoners en eventuele (commerciële) partners.

- 8) De BIZ maakt het mogelijk om gezamenlijk te investeren en collectief diensten aan te besteden. Denk hierbij aan afval, verzekering, beveiliging, schoonmaak, ongediertebestrijding, etc.
- 9) De BIZ zorgt voor transparantie over de inkomsten en de uitgaven aan collectieve activiteiten.
- 10) Vastgoedeigenaren kunnen ook een BIZ opzetten.
- 11) De BIZ kan de btw die de leveranciers in rekening brengen bij de fiscus terugvragen.

1.3 Een BIZ in 6 stappen

Het oprichten van een BIZ kost tijd! Om ervoor te zorgen dat de BIZ Centrum Schoonhoven per 1 januari 2019 van kracht wordt, zijn de werkzaamheden in mei 2018 al gestart. De voorlopige planning ziet er als volgt uit:

1. *Stap 1 (mei-juni 2018)*
Verkenning mogelijkheden, inrichten ambassadeursgroep, bepalen gezamenlijke doelen, uitvoeren informele draagvlakmeting (informatiebijeenkomst).
2. *Stap 2 (juni-juli 2018)*
Maken belangrijke keuzes (bepalen gebiedsafbakening, wie doet er mee? tarief, duur).
3. *Stap 3 (juli-augustus 2018)*
Opstellen integraal BIZ-plan (van ambitie tot activiteiten en begroting.)
4. *Stap 4 (september-december 2018)*
Oprichting BIZ-stichting, tekenen samenwerkingsovereenkomst met gemeente, opstellen verordening en reglement draagvlakmeting.
5. *Stap 5 (februari 2019)*
Formele draagvlakmeting/stemming (draagvlakeisen voor een BIZ: minimaal 50% stemt, minimaal 67% stemt voor).
6. *Stap 6 (maart 2019)*
Vaststellen uitslag stemming, aanvragen BIZ-subsidie, uitvoering geven aan het activiteitenplan!

2 activiteitenplan

Er is de afgelopen jaren veel gedaan om het centrum van Schoonhoven te versterken en bij de consument 'op de kaart te zetten'. Naast dat er veel gedaan is, is er ook veel geschreven en bedacht. Het is nu tijd om al die goede ideeën concreet te maken en integraal, met zijn allen tot uitvoer te brengen.

Om dat voor elkaar te krijgen zijn vier concrete speerpunten benoemd die beknopt en concreet aangeven wat er moet gebeuren in het centrum van Schoonhoven. Deze punten sluiten aan op de Agenda voor de Zilverstad 2018-2022 en op de retailvisie van de gemeente Krimpenerwaard. Daarnaast zijn de projecten uit het VOC-actieplan 2018-2022 opgenomen in dit activiteitenplan. De beoogde actiepunten van de BIZ Centrum Schoonhoven worden hieronder kort omschreven.

2.1 Feestverlichting & geluid

Door te investeren in sfeerverlichting en geluid, 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. Vanuit de BIZ wordt zorggedragen voor jaarlijkse sfeerverlichtingen en de noodzakelijke vernieuwing hiervan. Dit draagt tijdens de donkere maanden niet alleen bij aan de sfeer, maar ook aan het veiligheidsgevoel.

2.2 Evenementen

De BIZ beoogt te investeren in zowel groot- als kleinschalige evenementen, die spraakmakend dan wel vernieuwend zijn om zo de bezoeker betrokken en nieuwsgierig te houden. We organiseren en ondersteunen hierbij evenementen die bijdragen aan inkomsten voor ondernemers

Voorbeelden van concrete evenementen:

1. Ondernemersevenementen;
2. Bartholomeusdag (jaarmarkt);
3. Intocht Sinterklaas;
4. Ondersteuning Zilverevenementen (w.o. Nationale Zilverdag);
5. Ondersteuning Nazomerfestival;
6. Ondersteuning Sint!-festival;
7. Ondersteuning Winter Zilverstad.

2.3 Marketing & promotie

Middels 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 om het herhaalbezoek te vergroten door steeds iets nieuws te blijven bieden.

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, de Zilverknip, Warm Welkom voor nieuwe bewoners en de Decemberloterij.

2.4 Projecten uit het VOC-actieplan 2018-2022

2.4.1 Gericht aantrekken van nieuw horeca- en winkelaanbod

Een aantrekkelijk winkelgebied begint bij een aantrekkelijk aanbod. Leegstand moet worden tegengegaan. In de afgelopen periode (tijdens en direct na de crisis) lag de focus op het tegengaan van leegstand, nu is het tijd om deze focus te verleggen: wat missen we in het aanbod/branchering en waar missen we dat? Leegstand moet nog steeds gevuld worden, 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 winkel-aanbod 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?

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



2.4.2 Vergroten attractiviteit, gemak & comfort

Door te investeren in comfort en aankleding, investeren we in de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Een aantrekkelijke openbare ruimte is cruciaal voor een winkelgebied. Het zorgt ervoor dat bezoekers van Schoonhoven langer verblijven in het centrum en daardoor gemiddeld meer besteden.

Voorbeelden van concrete activiteiten:

1. De BLZ investeert mee in (het maken van plannen voor) het vergroten van de kwaliteit van de openbare ruimte in het centrumgebied. Waaronder herbestrating van de Haven en het op een beter niveau brengen van het openbaar groen;
2. De Haven krijgt het profiel van een voetgangersgebied waar auto's te gast zijn ('shared space'). Hierbij blijft de Steenenbrug beschikbaar voor parkeren voor een snelle boodschap en verhogen we de gastvrijheid voor bezoekers o.a. met meer en grotere terrassen;
3. Er wordt een openbaar toilet (ook voor invaliden) ontwikkeld Buiten de Veerpoort;
4. De Dam wordt ontwikkeld tot een aantrekkelijke plek voor bezoekers met oriëntatiemiddelen, bewegwijzering en bankjes. De aanwezige standplaatsen (o.a. viskraam) worden logischer ingepast in het geheel;
5. Bewegwijzering voor bezoeker vanaf strategische punten (zoals de parkeerterreinen Buiten de Veerpoort) en in de binnenstad zelf wordt verbeterd of krijgt een update. Daarnaast dragen concrete initiatieven zoals het aanbrengen van een lichtloper onder de Veerpoort en het plaatsen van goede stadsplattegronden bij aan vergroten van de instroom van bezoekers en toeristen (o.a. vanaf riviercruisers);
6. De informatievoorzieningen voor touringcars en cruiseschepen wordt verbeterd. O.a. door het markeren van een stopplaats voor bussen, het aanbrengen van een lichtloper onder de Veerpoort en het plaatsen van goede stadsplattegronden;
7. Bestaande infrastructuur (zoals de vlaggenmasten en evenementenschermen bij de ingangen van de stad) wordt waar mogelijk verbeterd en ingezet om bezoekers te verleiden de binnenstad te bezoeken.



2.4.3 Verbeteren parkeren

Parkeren is een essentiële randvoorwaarde voor het goed functioneren van Schoonhoven als regionaal koopcentrum. Omdat het parkeren gratis is, is dit een belangrijk onderscheidend kenmerk van het centrum ten opzichte van concurrerende centra zoals Gouda en IJsselstein. Daarnaast draagt een goede parkeersituatie bij aan de aantrekkingskracht op toeristen. Om de kracht van de parkeersituatie te waarborgen is blijvend investeren in parkeren als actiepoint ter hand genomen.

Voorbeelden van concrete activiteiten:

1. De BIZ wil een plan van aanpak ontwikkelen om de parkeersituatie in het centrum voor bewoners en bezoekers flink te verbeteren. Hierbij werken we samen met de gemeente o.a. aan:
 - verlagen parkeerdruk op plaatsen waar dat nodig is (zoals op het Doelenplein);
 - verbeteren centrumbebording vanaf de rondweg (o.a. richting de parkeerterreinen Buiten de Veerpoort: daar is voldoende ruimte en een onbeperkte parkeerduur);
 - onderzoeken van innovatieve vormen van vervoer (zoals duurzaam vervoer voor toeristen vanaf de parkeerterreinen naar de binnenstad).
2. De faciliteiten voor het parkeren van fietsen in de binnenstad worden verbeterd;
3. Er zal (meer) handhaving ingezet worden in de binnenstad om wild parkeren van auto's, campers etc. tegen te gaan.

2.4.4 Professionalisering samenwerking

Brede samenwerking en verdere professionalisering van de samenwerking tussen de ondernemers is nodig. 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.

Voorbeelden van concrete activiteiten:

1. De BIZ wil werken aan een toekomstbestendige binnenstad die functioneert als een warenhuis: ondernemers verwijzen klanten waar nodig naar elkaar door, er zijn uniforme openingstijden en een aantal winkels is regelmatig op zondag open (bijvoorbeeld rond de feestdagen in december en op iedere laatste zaterdag van de maand – over hoe dit het beste kan wil de BIZ samen met de ondernemers een plan maken). Klanten hoeven daardoor straks niet meer uit te wijken naar omliggende plaatsen, waardoor de omzet in de stad blijft en niet wegvloeit naar elders;
2. Er zal worden ingezet op het innoveren en verbeteren van het ondernemerschap in de binnenstad. We richten daarvoor een 'Schoonhoven Retail Academy' op, die onze ondernemers helpt beter te kunnen ondernemen.

2.4.5 Profileren binnenstad als geheel

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.

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.

Uiteraard is sprake van overlap: de historische binnenstad die toeristen aantrekt en de bekendheid van Schoonhoven als Zilverstad zijn verweven met het imago dat het centrum

heeft als 'regulier' winkelgebied. Toeristen die afkomen op de Zilverstad maken ook gebruik van het aanwezige (reguliere) winkel- en horeca-aanbod.

Voorbeelden van concrete activiteiten (gericht op inwoners en directe omgeving):

1. De BIZ zal zich hoofdzakelijk richten op het online en offline op de kaart zetten van Schoonhoven, om bestedingen uit het primaire verzorgingsgebied te vergroten;
2. Een van de middelen die hiervoor ingezet zal worden is de marketingcampagne 'Koop Lokaal' (waarin de consument bewust wordt gemaakt en wordt aangezet tot kopen bij lokale ondernemers);
3. De binnenstad zal geprofileerd en ingezet worden als evenementenpodium ter versterking van de binnenstedelijke ontmoetingsfunctie ('place to meet').

Voorbeelden van concrete activiteiten (gericht op toeristen):

1. De BIZ zal zich secundair (ondersteunend aan de gemeente, de zilvermeden en toeristische initiatieven) bezighouden met het uitrollen van het verhaal van Schoonhoven (on- en offline) om toeristische bestedingen in de winkels en horeca te vergroten;
2. Bij de voorgenomen verdeling van de stad in binnenstadskwartieren (Vestingkwartier, Zilverkwartier, Cultuurkwartier, Winkelkwartier), zal de BIZ vooral ondersteuning geven aan de vorming van het Winkelkwartier;
3. Waar mogelijk en in het belang van winkels en horeca zal de BIZ ondersteuning geven aan het vergroten van de toeristische bekendheid van Schoonhoven. O.a. voor riviercruise-passagiers, bij toeristische evenementen en via persbewerking.



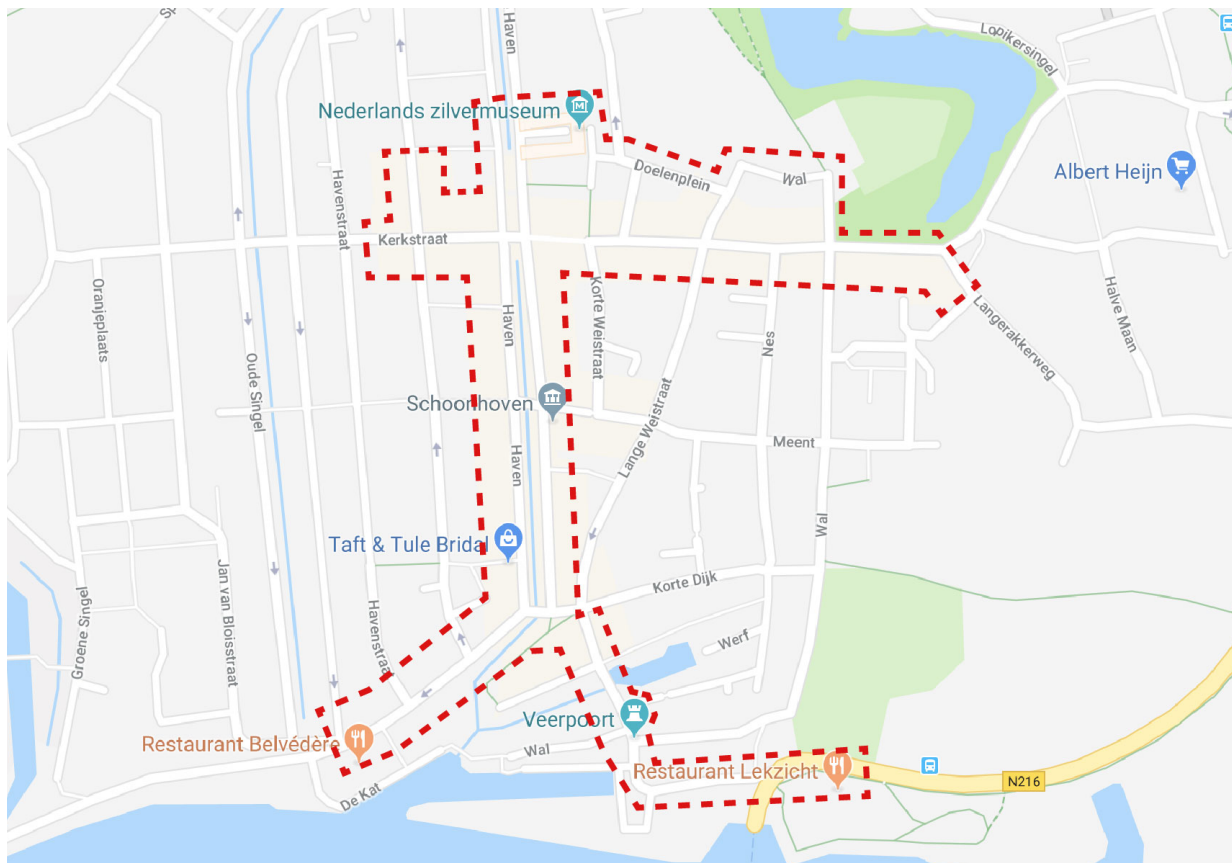
3 afbakening en bijdrage

3.1 BIZ-gebied

In totaal telt het BIZ-gebied Schoonhoven naar de stand van januari 2018 **144** bijdrageplichtige WOZ- eenheden. Binnen het BIZ-gebied zijn alle ondernemers (gebruikers) die werkzaam zijn in een onroerende zaak gekarakteriseerd als niet-woning bijdrageplichtig. Uitzonderingen worden in paragraaf 3.2 vermeld.

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.

De volgende bestemmingen hebben vrijwel geen profijt van de BIZ en vallen onder de uitsluitingen:

- Trafo's
- Het gemeentehuis, scholen en kerken
- Opslag- en distributieruimtes

De activiteiten van de BIZ zijn gericht op de versterking van het bezoekersklimaat. De uitgesloten categorieën hebben minder profijt van de investeringen ten opzichte van de overige categorieën, waaronder winkels en horeca.

Mogelijk melden zich vrijwillige bijdragers. Dit zijn doorgaans ondernemers die (net) buiten het BIZ-gebied vallen of sponsors van activiteiten. 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 is als volgt vastgesteld: 400 euro per WOZ-object per jaar.

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.

Indien een bijdrageplichtige voor meer dan twee WOZ-eenheden wordt aangeslagen, ontvangt deze het bedrag van de 3^e aanslag (of meer) terug van de 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.
- Voor onvoorziene kosten is in de begroting een post van 6% van de inkomsten opgenomen.

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 tweede BIZ-termijn komt (na de eerste vijf jaar) zal, indien een batig saldo overblijft, dit restant door de stichting conform haar statuten worden besteed.

4.2 Begroting 2019-2023

BEGROTING BIZ Centrum SCHOONHOVEN	2019	2020	2021	2022	2023	Totaal
INKOMSTEN						
Inkomsten uit BIZ-heffingen	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 288.000
Inkomsten uit overige subsidies	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.
Vrijwillige bijdragen	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.	n.t.b.
TOTAAL	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 288.000
UITGAVEN						
Feestverlichting & geluid	€ 12.500	€ 12.500	€ 12.500	€ 12.500	€ 12.500	€ 62.500
Evenementen	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 75.000
Marketing & communicatie	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 50.000
Jaarbudget projecten uit VOC Actieplan 2018-2020	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 50.000
Innovatiebudget	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 7.500
Ondernemersbijeenkomsten	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500	€ 7.500
Organisatiekosten	€ 3.500	€ 3.500	€ 3.500	€ 3.500	€ 3.500	€ 17.500
Overig/onvoorzien	€ 3.600	€ 3.600	€ 3.600	€ 3.600	€ 3.600	€ 18.000
TOTAAL	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 57.600	€ 288.000

5 organisatie

5.1 Rechtsvorm

BIZ Centrum Schoonhoven kiest voor de rechtsvorm stichting.

5.2 Bestuur en werkgroepen

In het oprichtingsbestuur zijn idealiter alle branches uit alle delen van de binnenstad van Schoonhoven vertegenwoordigd. Om deze reden wordt er gekozen voor een zevenledig oprichtingsbestuur. Het oprichtingsbestuur van BIZ Centrum Schoonhoven bestaat uit:

1	Michiel van der Schaaf	Onafhankelijk voorzitter	<i>Vastgesteld door het bestuur voor de periode t/m 2019</i>
2	Rebecca Roos	Secretaris	Detailhandel
3	Bas Rechtuyt	Penningmeester	Leden buiten BIZ-gebied
4	Janneke van der Linden	Algemeen bestuurslid	Horeca
5	Stefan van Beeten	Algemeen bestuurslid	Goud- en Zilversmeden
6	Jan-Luc Coenen	Algemeen bestuurslid	Horeca
7	Alex Looman	Algemeen bestuurslid	Detailhandel

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 (2019-2023). 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 (1 x per kwartaal);
- Ondernemersbijeenkomsten (minimaal 1 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 bijdrageplichtige ondernemers;
2. De gemeente toetst het jaarplan aan het plan van aanpak van de BIZ, aan de Wet op de bedrijveninvesteringszone 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.