

Dorpsconferentie Someren



Centrumplan en BIZ
30 juni 2021

Programma deze avond

Welkom	19.30
Introductie door Louis Swinkels	19:30 – 19:40
Centrumplan (Seinpost, Kragten)	19:40 – 20:10
Vragenronde	20:10 – 20:30
Pauze	20:30 - 20.45
BIZ (Mark, Jan-Willem)	20:45 – 21:10
Vragenronde	21:10 – 21:30
Afsluiting door Louis Swinkels	21.30

Onderscheid tussen lopende trajecten Someren-centrum

- BIZ : gericht op verbeteringen centrum in huidige vorm en samenwerking, primair ondernemers
=> **korte termijn / urgent!**
- Centrumplan: Wilhelminaplein / Postelstraat-Noord: actief mee bezig, ontwikkelingsopgave, eigenaren, gemeente en ondernemers
=> **lange termijn**
- BIZ kan belangrijke rol vervullen als belangenbehartiger en gesprekspartner voor gemeente bij verdere uitwerking/uitvoering centrumplan!

Werk in
uitvoering



De opgave: van 'place to buy' naar 'place to be'

- Sfeervol, levendig en vitaal dorpshart
- Binden en verleiden consument
- Een compact centrum
- Visie resultaat van co-creatie
- Lange termijn versus korte termijn
- **Ontwikkelperspectief:**
ambities, visie, uitvoeringsprogramma

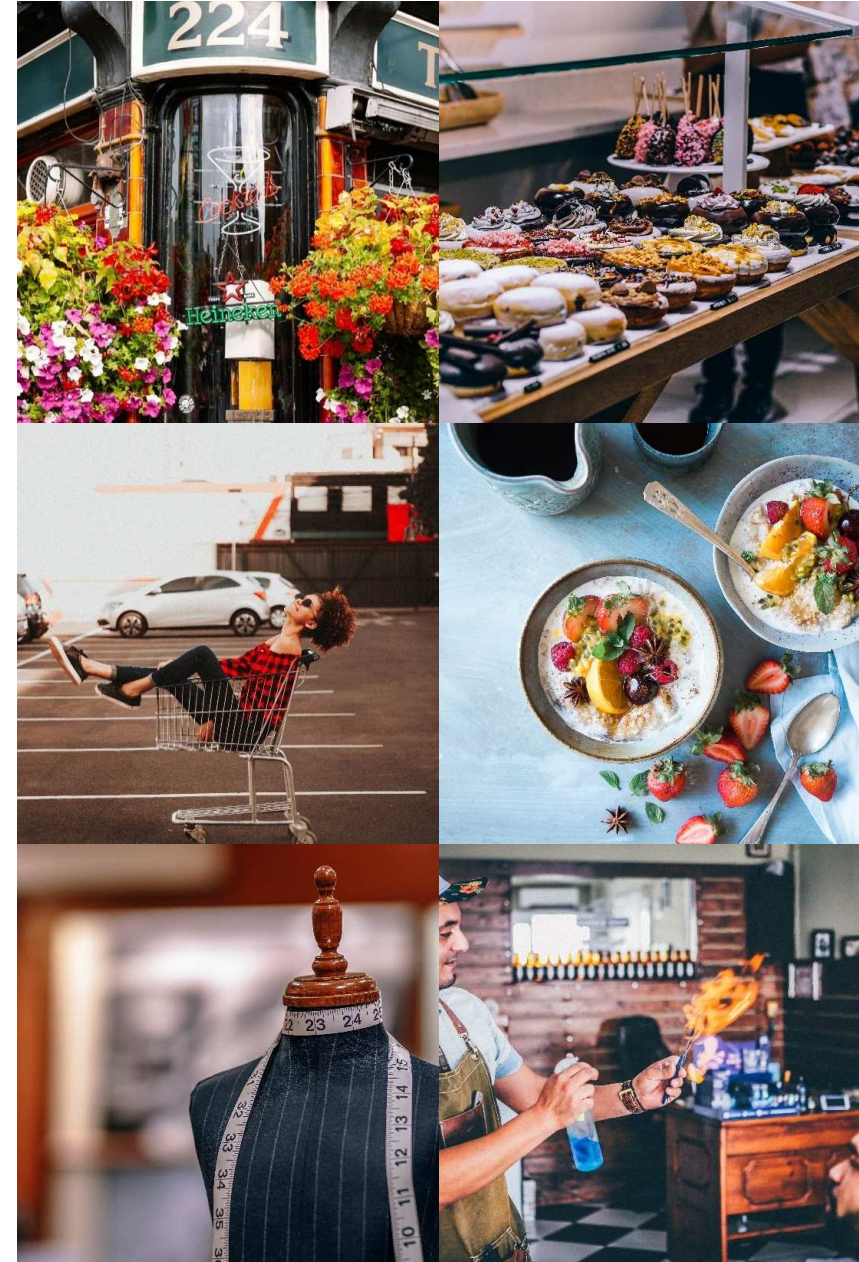


Onze visie op dorpscentra

- Dorpscentra veranderen van functie
- ... en van opzet
- Het belang van samenwerking

Focus op Someren

- Alternatieven voor de consument
- Verspreide ligging beperkt synergie
- Structurele leegstand
- Beperkt marktpotentieel vraagt om keuzes
- Ontevreden inwoners



Someren 'op rapport'



Scores inrichting centrum Someren t.o.v. het ideaalbeeld (beoordeling Seinpost, confrontatie Someren-centrum met ideaalprofiel dorpscentrum)

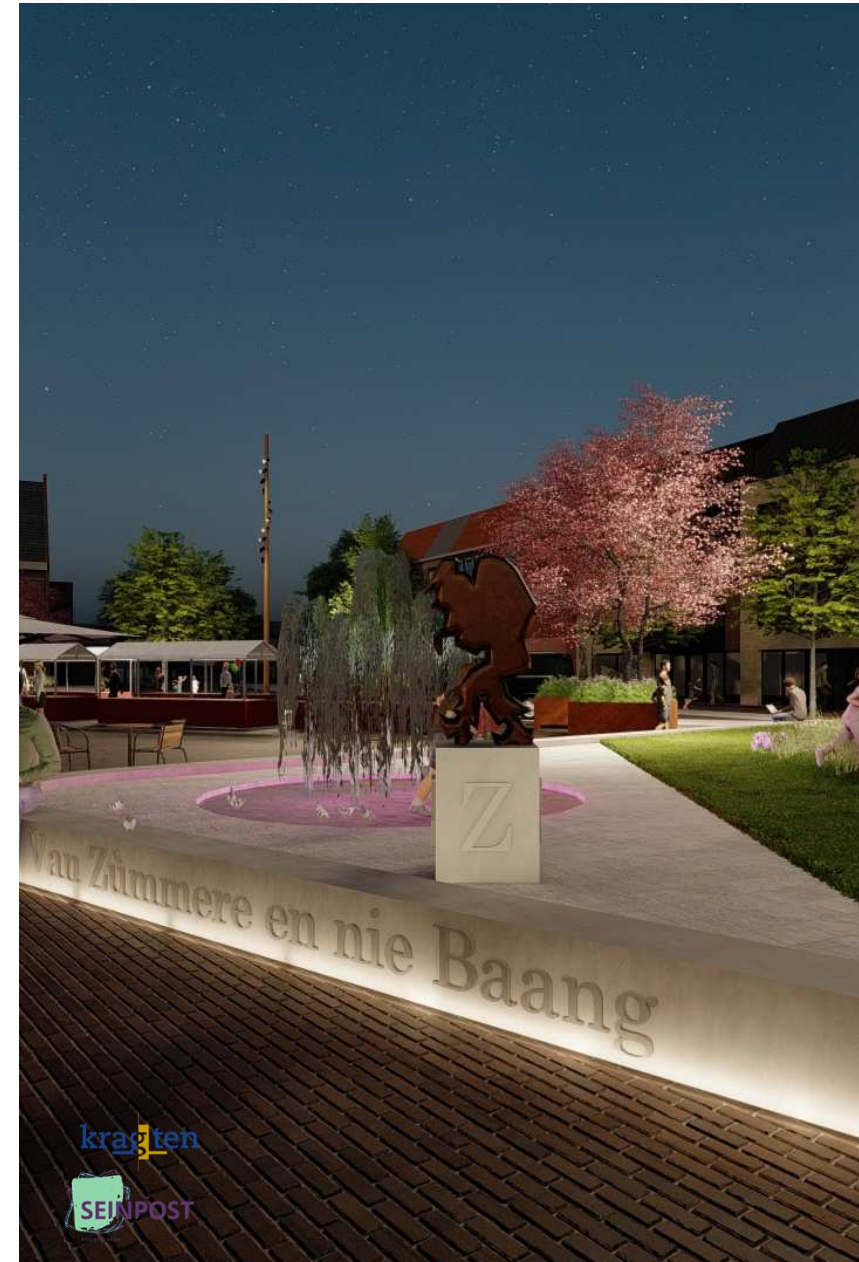
ASPECT	SCORE SOMEREN	IDEAAL	SOMEREN
CONCURRENTIEPOSITIE	6-7	LOKAAL EN STREEK	VOORAL LOKAAL, WEL TOERISTEN
AANBOD	8	COMPLEET DAGELIJKS AANBOD	COMPLEET DAGELIJKS AANBOD
LEEGSTAND	4	CA. 5-6%	CA. 15%
STRUCTUUR	4-5	HALTERMODEL MET TREKKERS OP KOPPEN	GEEN KRACHTIGE WINKELSTRAAT, TREKKERS DEELS BUITEN HALTER
ONTMOETING/VERBLIJF	6	SFEERVOL CENTRAAL PLEIN MET HORECA	WILHELMINAPLEIN, MAAR WEINIG SFEER
LOOPAFSTANDEN	4	MAXIMAAL 250-300 METER	500-600 METER
IDENTITEIT	4	IN HET CENTRUM KOMT DE IDENTITEIT VAN HET DORP DUIDELIJK TOT UITING	HELDERE IDENTITEIT SOMEREN ONTBREEKT
VERNIUWING	5	VERNIUWENDE CONCEPTEN VULLEN LEEGSTAND	WEINIG DYNAMIEK EN VERNIUWING

Scores centrum Someren op basis van inwonersonderzoek (N = 428)

	KEUZE RETAIL	KEUZE HORECA	VERKEERS-VEILIGHEID	NETHEID EN INRICHTING	UITSTRALING PANDEN	SFEER EN GEZELLIGHEID	AANWEZIGHIED GROEN	EVENEMENTEN AANBOD	BEREIKBAARHEID	PARKEREN
TOTAAL	5,8	6,2	5,1	5,4	4,8	4,6	5,0	5,4	6,5	6,3

Kansen

- Someren aantrekkelijke woonkern
- Lokale identiteit basis versterking
- Inspelen op wensen doelgroepen
- Levendig centrum,
meer dan winkels en horeca
- Toerisme



Identiteit Someren

Van Zùmmere en nie baang



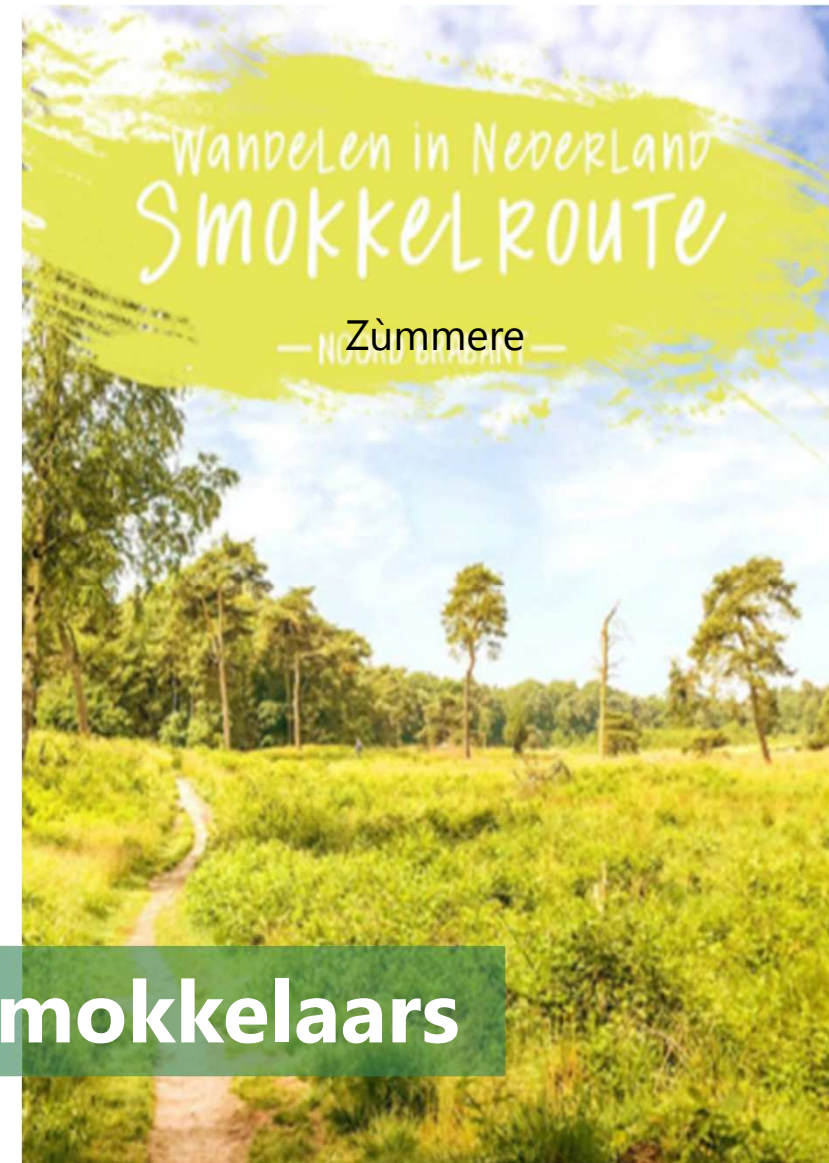
Zùmmere

Z als letter (analoog A van Antwerpen)

Eigenwijs, trots, beetje dwars



smokkelaars



Ambities voor de visie



Speciaal: verblijfsplaats met eigen identiteit

Sterke identiteit, trots op Someren

Speciaal:
place to be

Sociaal: ontmoetingsplek

Wilhelminaplein huiskamer van Someren

Evenementen en promotie

Sociaal:
place to meet

Functioneel: aankoopplaats

Aantrekkelijk aanbod dagelijkse aankopen

Twee-poligheid op termijn niet houdbaar

Duidelijke gebiedsafbakening, nieuwe aanvullende functies

No parking no business

Functioneel:
place to buy

Basaal: schoon, heel en veilig.

Zijn de randvoorwaarden op orde?

Basaal:
schoon, heel en veilig



De visie

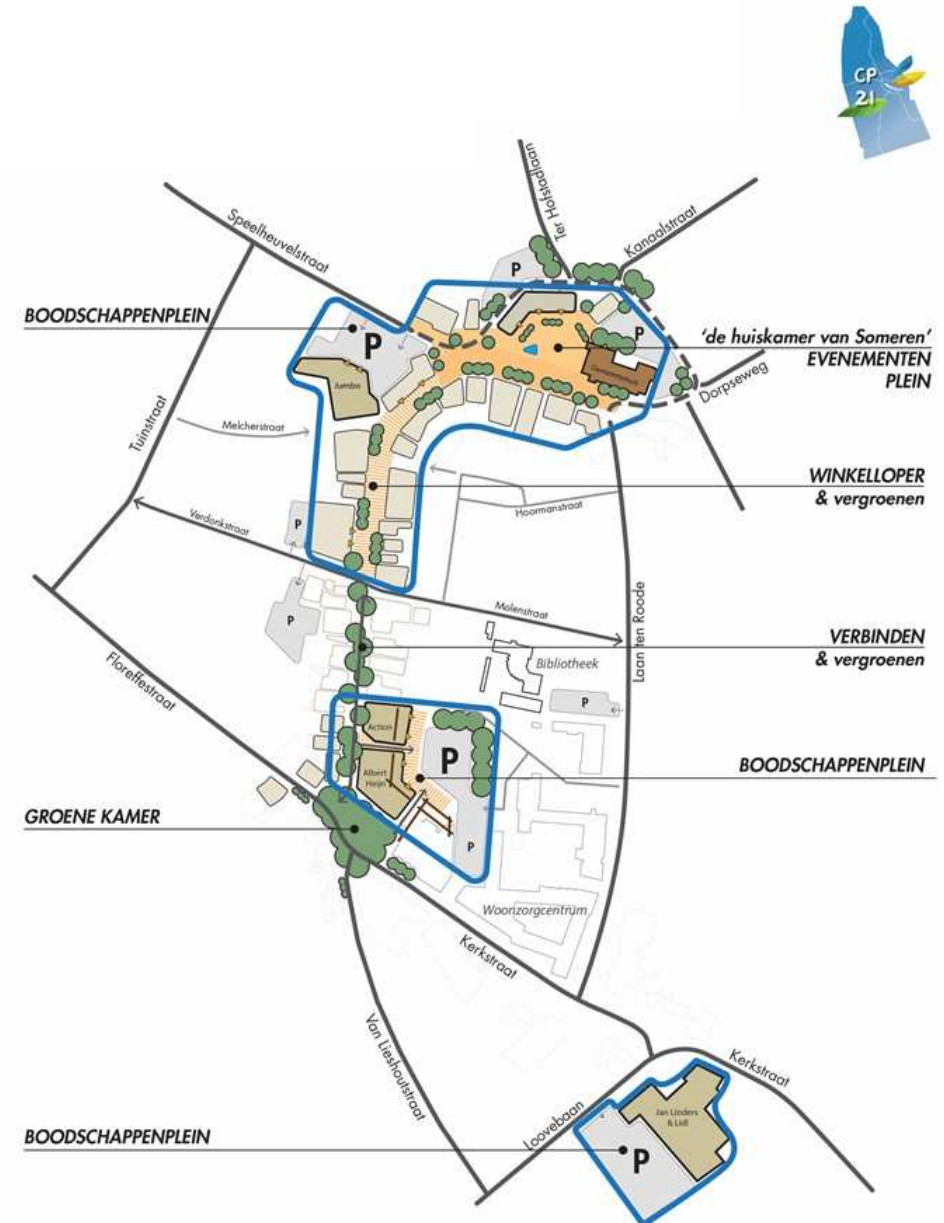
kras ten

SEINPOST

Visie op het centrum

Een sfeervol, levendig en vitaal centrum:

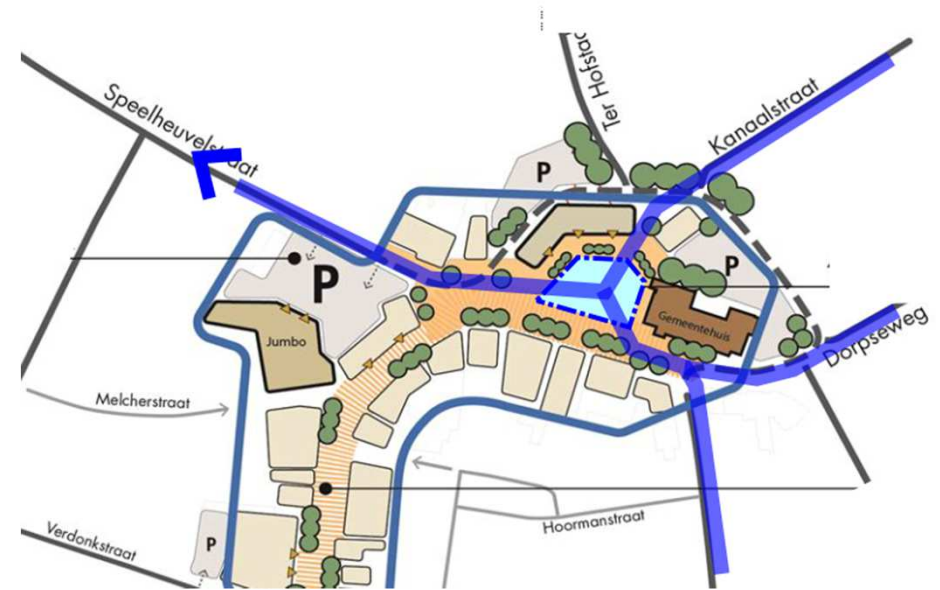
1. Wilhelminaplein: ontmoeten en evenementen
2. Postelstraat Noord: groene winkelloper
3. Postelstraat Zuid: koopcentrum
4. Postelpark: de groene Kamer



Visie op het centrum



- Openbare ruimte:
 - Dorpse schaal en sfeer
 - Ontmoeten, verblijven en recreëren
 - Groen en verkoeling
- Wonen
 - Toevoegen woningen (60 gelabeld)
- Water/klimaat:
 - Inzet op blauwe ader
- Beheer
 - Duurzame groei, minimaal beheer



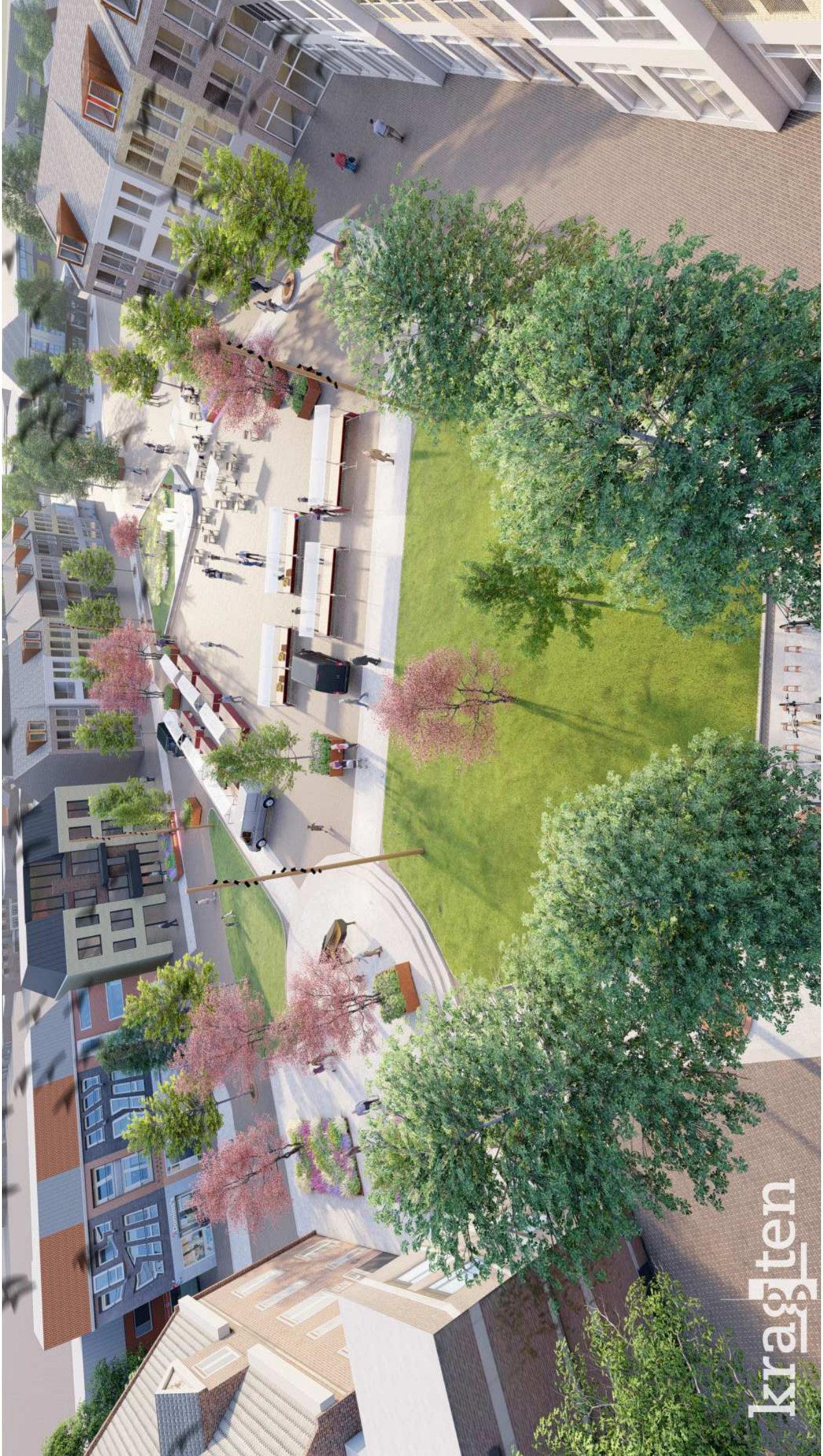
1. Wilhelminaplein

- Centraal plein voor evenementen, markt, verblijven, en meer...
- Geborgenheid en begrensd door wanden
- Autovrij (gegarandeerde bereikbaarheid)
- Oude plein inspiratie, sfeervol en groen
- Langs randen ruimte voor terrassen
- Bordes/podium bij gemeentehuis opwaarderen
- Fontein en beeld smokkelaar
- Wonen





kragten



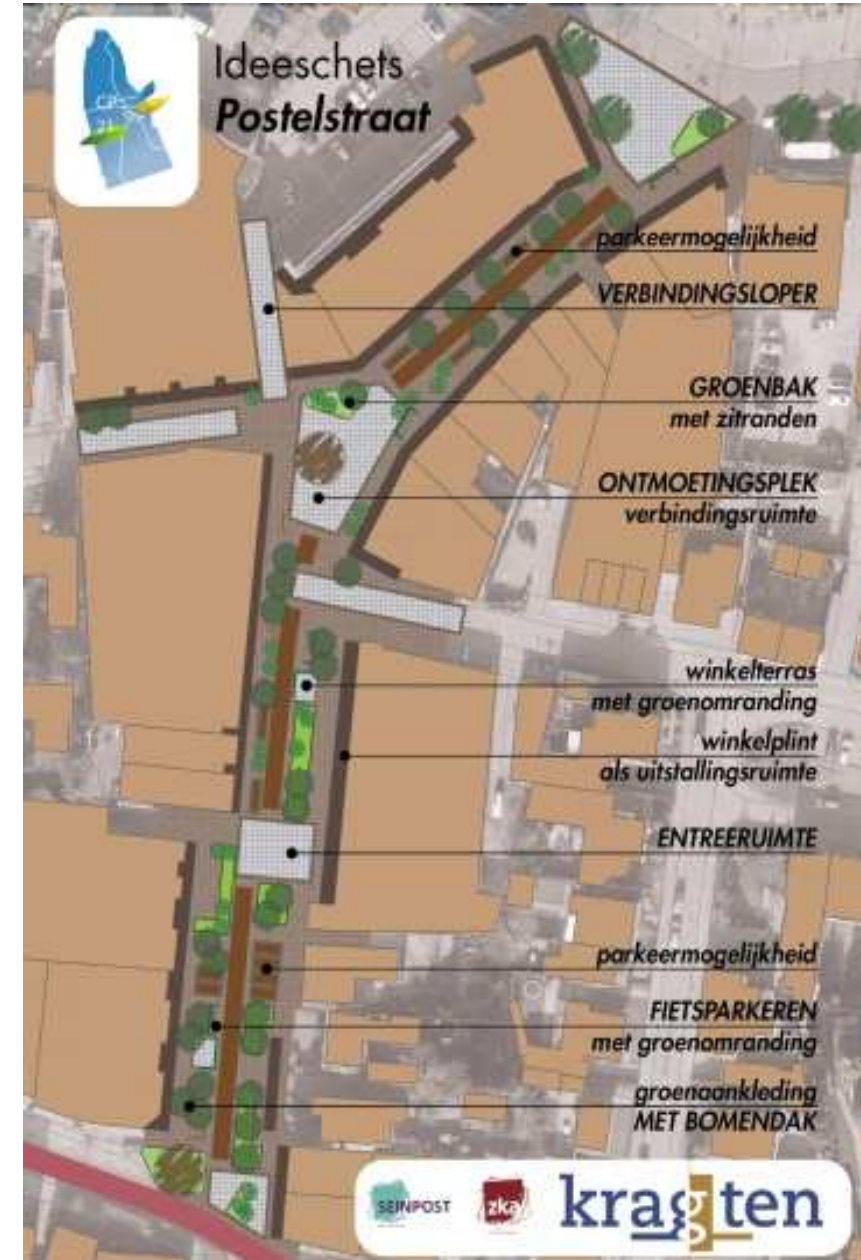
kragten

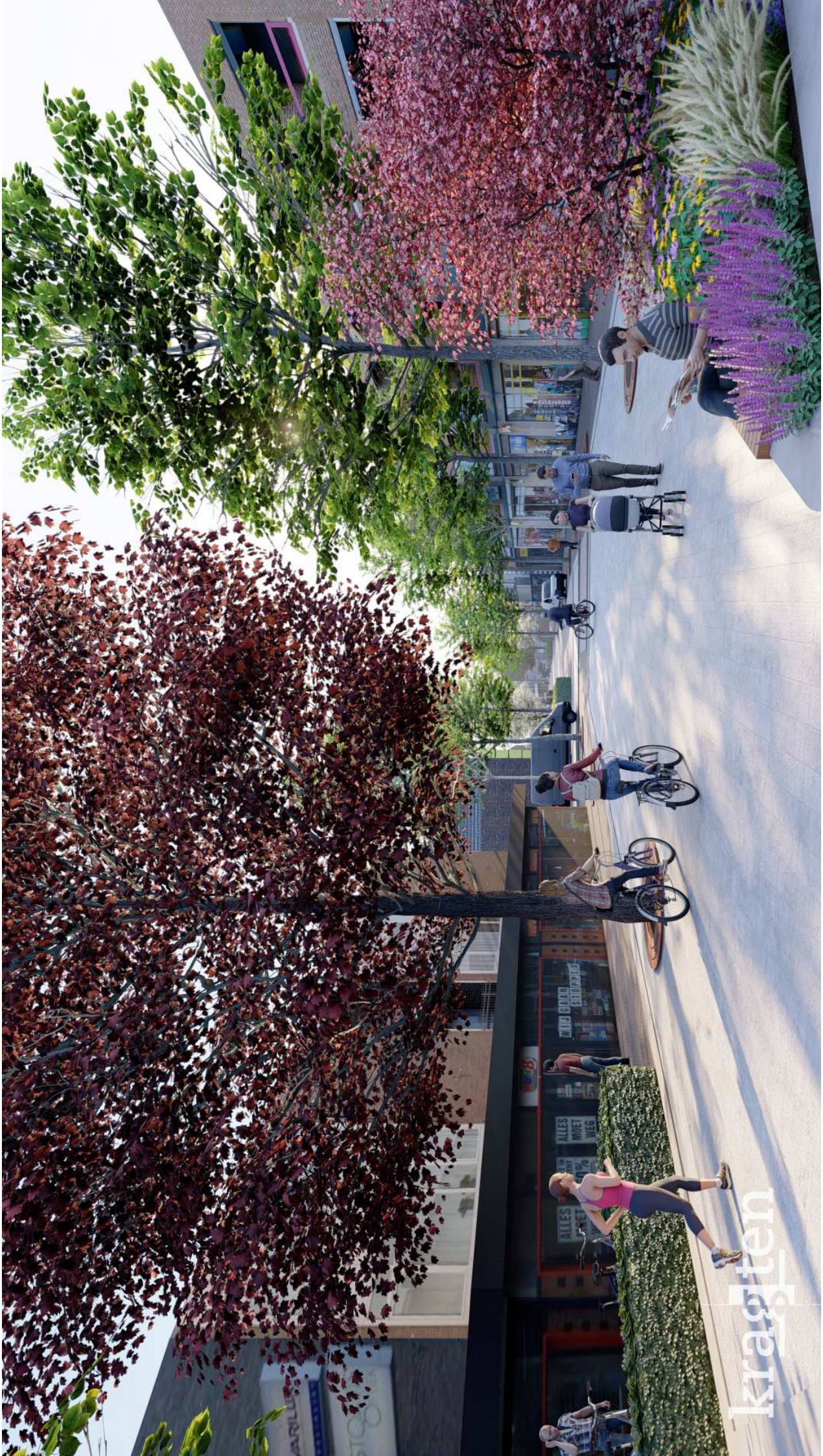


kragten

2. Postelstraat Noord

- De Groene Winkelloper
- Sfeer, fleurrijke bloemperken, zitplekken
- Wonen boven winkels
- Auto te gast, kort parkeren
- Bereikbaar en toegankelijk (ook voor minder validen)
- Ingang Jumbo verplaatsen richting Postelstraat





kräftigen



kragten



krachten

3. Postelstraat Zuid

- Postelstraat verbinden en vergroenen
- Koopcentrum versterken en verfraaien
- Ontwikkelen parkeertuin, goed toegankelijk
- Gebied rondom Albert Heijn doorontwikkelen

4. Postelpark

- Entree Postelstraat Someren
- ontwikkelen eigen identiteit, groen karakter
- Relatie met koopcentrum





DOEL

van visie naar
Uitvoering !

Sámen aan de slag

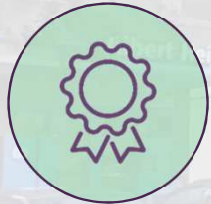
- **Ondernemend Someren**
- **Vastgoedeigenaren**
- **Horeca**
- **Betrokkenen**
- **Gemeente Someren**

En nu verder!

Er moet gezamenlijk doorgepaktd worden om de centrumvisie voor elkaar te krijgen !!!



Hoe gaan we deze visie waar maken?



Versterken 'place to buy'

We zorgen dat ons aanbod op orde is ...

Uitvoeringslijnen

1. Someren heeft een centrum waar de basis op orde is. Dit wordt continu gemonitord en geborgd.
2. Het centrum van Someren heeft een duidelijke gebiedsafbakening met daarbij behorende functies die logisch op elkaar aansluiten. Ondernemerschap staat centraal en wordt zoveel mogelijk gefaciliteerd en versterkt.



Versterken 'place to meet'

... en mensen elkaar ontmoeten...

Uitvoeringslijnen

3. Someren heeft een duidelijk centrum waar ontmoeten en gezelligheid centraal staan. Deze kwaliteiten worden met name geconcentreerd rondom het Wilhelminaplein.
4. Someren is een dorp dat bruist en waar met regelmaat evenementen worden georganiseerd. In de basis gebeurt dit op het Wilhelminaplein.



Versterken 'place to be'

... in een centrum waar we trots op zijn...

Uitvoeringslijnen

5. Someren heeft een duidelijk DNA dat gedragen wordt door zowel inwoners als ondernemers en zichtbaar is in de publieke ruimte.
6. Sterker inzetten op de toeristische potenties van Someren en omgeving.



Versterken organisatie

... en waar goed wordt samengewerkt...

Uitvoeringslijnen

7. Ondernemers werken zowel onderling als met de gemeente structureel samen, ook op regionaal niveau.
8. Er wordt in 2021 een BIZ voor het centrumgebied opgericht, gericht op een goede positionering en events, waarin alle ondernemers naar rato bijdragen.

Aanvullende reacties ?

naar:
Gemeente @somer.nl



kra^gten

SEINPOST

BIZ in Someren: hoog tijd!

De wil, de inhoud, de vorm

BIZ Centrum Someren



De BIZ werkgroep heeft in 2020 de BIZ voorbereid

Rol werkgroep: coördinatie proces, inhoud, polsen ondernemers

- Ronald (gemeente)
- Mark (diensten)
- Karen (winkel)
- Philip (winkel)
- Eric (horeca)
- Jan-Willem (centrumregisseur)
- Toegevoegd: Lisa, Guus

Werkgroep BIZ heeft veel ondernemers informeel gepolst



01

BIZ: hoe, wat
en waarom

Waarom een ondernemersfonds?

- Samenwerken aan versterking ondernemersklimaat, met een eerlijke lastenverdeling
- Ingesteld door gemeenteraad, maar op verzoek van ondernemers
- Middel om gezamenlijke doelen na te streven
- Verplicht en collectief karakter, waardoor 'freeriders' worden voorkomen
- Draagvlak onder ondernemers essentieel voor oprichting en voortbestaan fonds
- Bijdragen worden geïnd door gemeente, maar uitgekeerd aan vereniging ondernemersfonds



Waarom een ondernemersfonds *in Someren*?

- Er is een ondernemersvereniging (OVS); maar deze is voor alle Somerense ondernemers
- Vanuit het winkelgebied is deelname beperkt, dus beperkt budget en veel 'freeriders'
- Ondernemersfonds betekent dat alle ondernemers bijdragen én meebeslissen!
- In 2013 al poging geweest om tot ondernemers-fonds te komen
- De urgentie was toen nog niet zo hoog

Corona kan de gevoelde urgentie voor een ondernemersfonds aanjagen

In planmatige winkelcentra is samenwerking VERPLICHT

- Verplichting om lid te worden van de winkeliersvereniging is onderdeel huurcontract
- Verplichte promotiebijdrage ondernemers via commerciële service kosten
- Eigenaar doet ook promotie-bijdrage
- Vandaag zijn de omstandigheden zo, dat géén samenwerking eigenlijk géén serieuze optie meer is

Retail postcorona impactanalyse (Retailagenda en InRetail, juli 2020)

- Verwachting dat komend jaar **15% van de non-food winkels gaat verdwijnen**
- In de komende twee jaar zal dit **oplopen tot 25-30%**
- Leegstand neemt daardoor toe van **7%** naar ongeveer gemiddeld **19%**. Sterk locatie-afhankelijk.
- Consument ontdekt steeds meer het gemak van online winkelen. Ruim twee keer zoveel consumenten (**35%**) geven aan bij voorkeur online te kopen. Dit was voor de coronacrisis **16%**.

Brancheorganisatie INretail verwacht dat 20 tot 30% van de winkels (vooral non-food) binnen een jaar niet meer bestaat



Hebben we nog tijd?



Keuze voor BIZ: Bedrijven Investerings Zone

- Via gebiedsafbakening is werkingsgebied ruimtelijk geconcentreerd
- Tarief varieert naar de bestemming van de onroerende zaak en gecategoriseerd naar waarde OG
- BIZ-plan biedt volledige transparantie en duidelijkheid over bestedingen
- Formele draagvlakmeting door gemeente. Heffing gaat pas in als nadat voldoende draagvlak is gebleken.
- Wettelijke draagvlakeisen:
 - Opkomst: minimaal 50% van heffingsplichtigen moet stemmen
 - Daarvan moet minimaal 2/3 vóór stemmen
 - De som van de WOZ waarden van OG van bijdrageplichtigen die zich hebben uitgesproken vóór inwerkingtreding = hoger dan de som van bijdrageplichtigen die zich hebben uitgesproken tegen inwerkingtreding
- Instellen per 1 januari 2021 (met terugwerkende kracht nu stemming later plaatsvindt); maximaal voor 5 jaar, dan opnieuw stemmen

Keuze voor BIZ

- Doel : gebiedsgerichte werkwijze is in Someren gewenst , BIZ voor centrumgebied past dan het best
- Landelijk meer dan 400 BIZ'en ; oprichten BIZ was ook advies van Stad & Co
- OVS steunt initiatief BIZ (!)



Als gebiedsgerichte werkwijze nodig is, is BIZ beste vorm

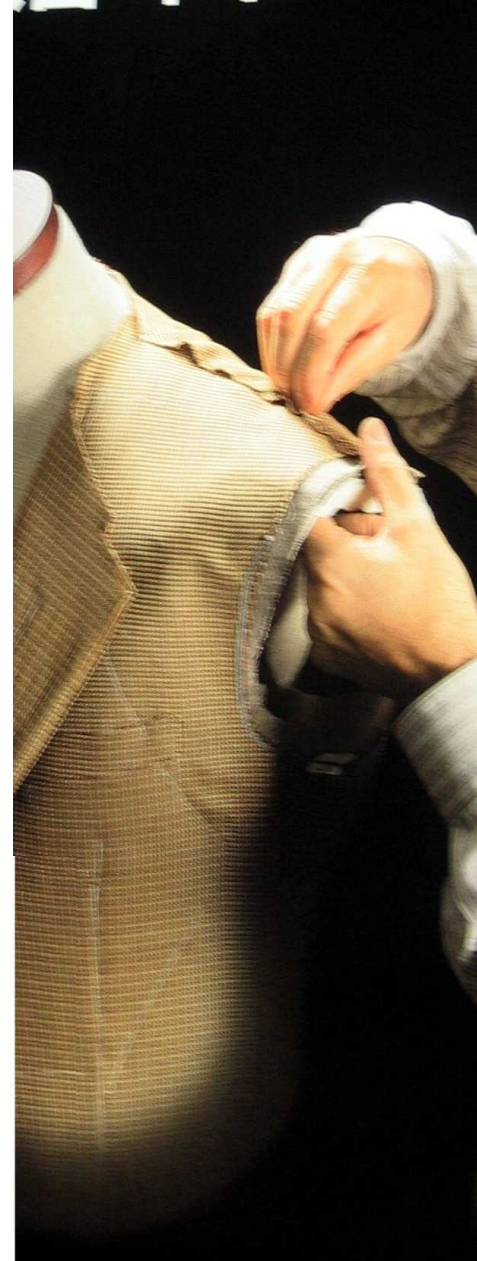


02

Op welke
terreinen willen we
samenwerken

Het begint met: de wil om samen te werken!

- Willen we echt samenwerken?
- Snappen we de noodzaak?
- Wat hebben we daar voor over?
- Welke activiteiten pakken we op?
- Inventarisatie thema's met behulp van menukaart



Menukaart Samenwerking Ondernemersfonds / BIZ

Schoon, heel en veilig

Gestructureerde aanpak	
Gebiedsschouw	
Trainingen	
Camerabewaking	
KVO-ster	

Toegankelijkheid

Parkeerregulering	
Bewegwijzering	
Oplaadpunten	
Laad- en losmogelijkheden	
Verbeteren verkeersveiligheid	



Sfeer en beleving

Sfeerverlichting	
Groen	
Uitstallingen	
Geveluitstraling	
Bankjes / bloembakken	

Samenwerking

Aanbod

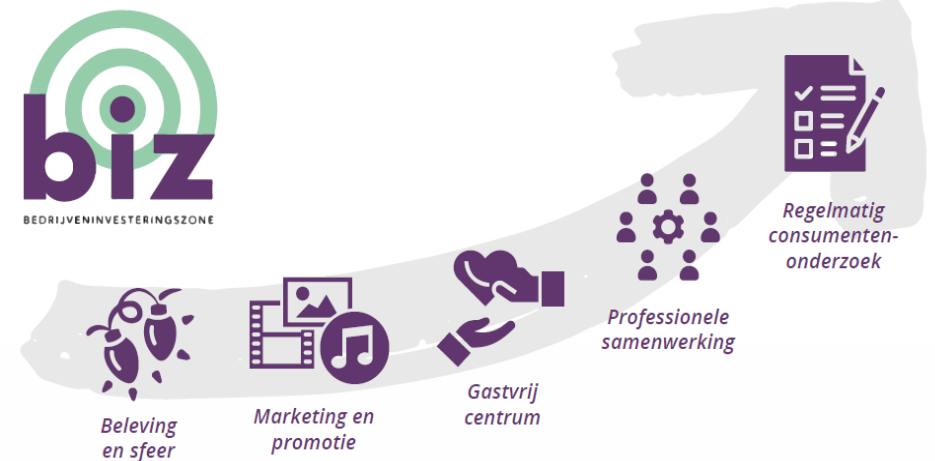
Gebiedsprofiel	
Acquisitie nieuwe ondernemingen	
Leegstands aanpak	

Marketing en promotie

Marketingstrategie	
Website	
Social media	
Evenementenkalender	
Evenementen	
Advertenties	
Consumentenacties	

Wat willen we in Someren bereiken: een vitaal centrum

- Meer sfeer en beleving
- Marketing en promotie
- Een gastvrij centrum
- Professionele samenwerking/ondersteuning
- Regelmatig consumentenonderzoek



Let op: het betreft extra inzet, aanvullend op activiteit gemeente

Het allerbelangrijkste is: ga samenwerken!!



03

Het BIZ plan

BIZ plan: doelstelling/ambitie

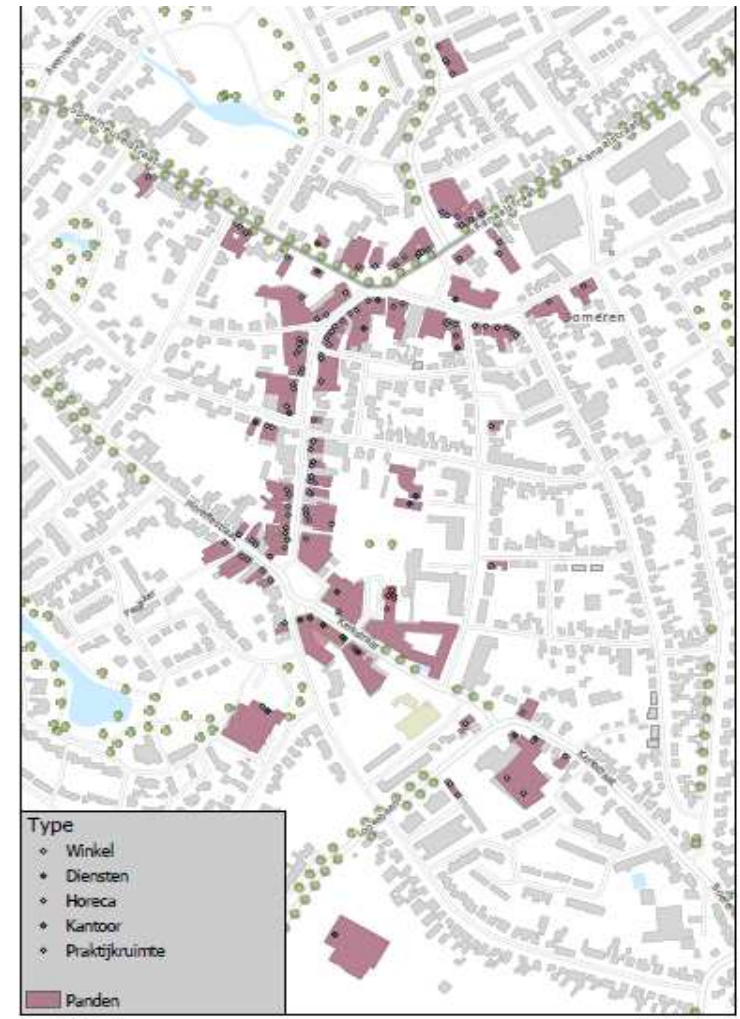
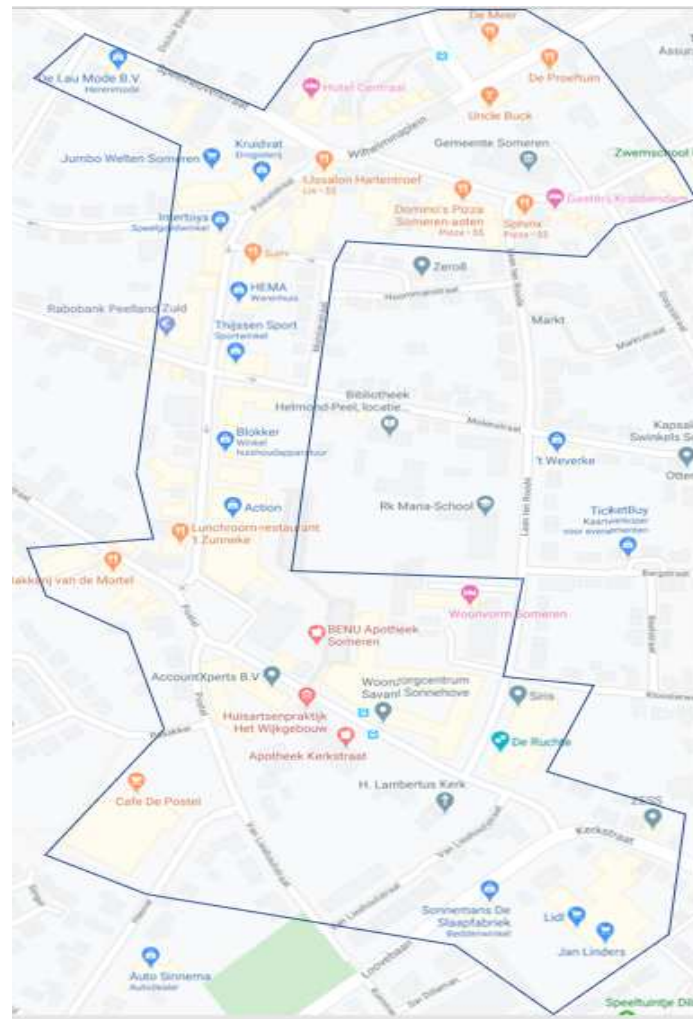
BIZ plan is verdere, gedetailleerde uitwerking BIZ-flyer

Ambitie: versterken aantrekkelijkheid voor consument en ondernemersklimaat

- Aanpak fysieke omgeving
- Versterken economische vitaliteit
- Versterken beleving

*Het BIZ plan geeft
weer op welke
thema's
samengewerkt
wordt*

BIZ plan: keuze voor ruime gebieds- afbakening



BIZ plan: heffingsplichtigen en BIZ bijdragen

- Bijdrageplichtigen: winkels, horeca, dienstverlening, cultuur
- Uitgeslotenen: woningen, kantoren niet-consumëntgericht, school
- Tarief: afhankelijk van de WOZ waarde, vanaf € 150 per jaar (WOZ waarde tot € 200 K) tot € 700 per jaar (WOZ waarde meer dan € 800 K)

WOZ waarde pand	Jaarlijkse bijdrage
Tot € 200.000	€ 150
€ 200-400.000	€ 250
€ 400-600.000	€ 350
€ 600-800.000	€ 500
Meer dan € 800.000	€ 700

BIZ plan: organisatie, werkwijze

- Rechtsvorm: vereniging
- Termijn: 5 jaar
- Bestuur: Mark Greijmans, Philip Stokvis, vacature
- BIZ-plan bevat ook een meerjarenbegroting, uit te werken in jaarplannen
- Het jaarplan wordt uitgevoerd onder verantwoordelijkheid van het bestuur

Begroting

Uit / in	2021 ev.
Uitgaven	
Beleving/sfeer	€ 9.500 (excl. kosten geluidsinstallatie)
Marketing/promotie	€ 15.000
Gastvrij centrum	NTB
Prof. samenwerking	€ 10.000
Consumentenonderzoek	€ 3.000
Buffer (4%)	€ 1.500
Subtotaal uitgaven	€ 39.000
Perceptiekosten (2,5%)	€ 975
Totaal uitgaven	Ca. € 40.000
Inkomsten	Ca. € 40.000
Subsidies, donaties ed	NB.
Totaal inkomsten	Ca. € 40.000

Meer sfeer/beleving

- Bloembakken (vullen, onderhoud) € 4.500
- Sfeerverlichting ophangen/afhalen € 2.500
- Reservering vervanging sfeerverlichting € 1.000
- Banieren vervangen Nog geen dekking
- Reservering vervanging banieren € 1.000
- Vlaggen ophangen/afhalen € 500
- Geluidsinstallatie aanschaf/installatie € 3.000 tot 10.000
- TOTAAL € 9.500 (excl. geluidsinstallatie)

Marketing/Promotie

- Advertentie pagina Contact, online adverteren € 8.000
- Detaildagen € 7.000
- Identiteit versterken € NTB
- Zomerpret- /winterpret festiviteiten Bijdrage BIZ

Gastvrij centrum

- Fietsstalling Nog geen dekking (*)
- Entreepoorten Nog geen dekking (*)
- Paaltjes in de weg Nog geen dekking (*)
- Apenkooi/iets voor kids Nog geen dekking (*)

(*) Mogelijkheid onderzoeken dat gemeente hierin bijdraagt

Professionele samenwerking

- Aanstellen centrum-manager (halve dag/week) € 10.000
- Belangen behartigen (door BIZ bestuur) € 0

Consumenten onderzoek

- Passantenonderzoek (bezoekreden, besteding, herkomst, bezoekduur ed.) , eens per 2-3 jaar € 3.000

Buffer € 1.500

Totaal € 39.000

Eerste inventarisatie opbrengsten

Prognose is jaarlijkse opbrengst van ca. **€ 39.500**

Berekend op basis van:

- 145 panden binnen het BIZ-gebied;
- Gerekend met gemiddelde WOZ-waarde per categorie;
- Uitgaande dat alle categorieën volledig deelnemen aan de BIZ;
- Exclusief bijdrage/aanvulling door gemeente.

WOZ-WAARDE PAND	JAARLIJKSE BIJDRAGE
TOT € 200.000	€ 150
TUSSEN € 200.000 EN € 400.000	€ 250
TUSSEN € 400.000 EN € 600.000	€ 350
TUSSEN € 600.000 EN € 800.000	€ 500
MEER DAN € 800.000	€ 700

CATEGORIE	AANTAL	BEDRAG
WINKEL (incl. supermarkten)	94	CA. € 26.000
DIENSTEN	9	CA. € 3.500
HORECA	16	CA. € 4.500
KANTOOR/PRAKTIJKRUIMTE	26	CA. € 5.500
TOTAAL	145	CA. € 39.500

SEINPOST ADVIESBUREAU B.V.

Brugstraat 1A

5211 VS 's-Hertogenbosch

088 - 210 02 00

info@seinpost.com

www.seinpost.com

Jan-Willem Speetjens

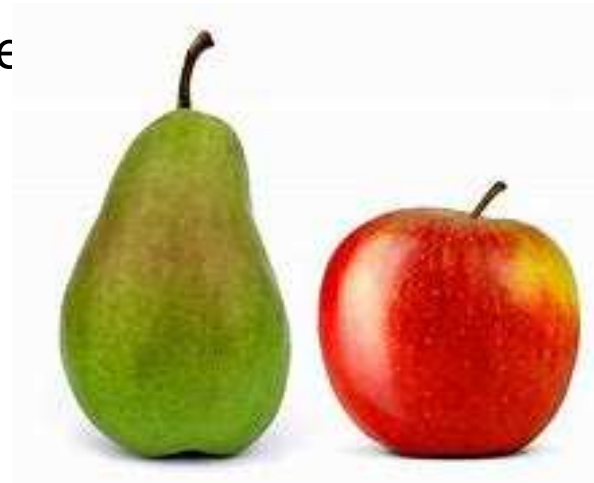




04
RESERVE

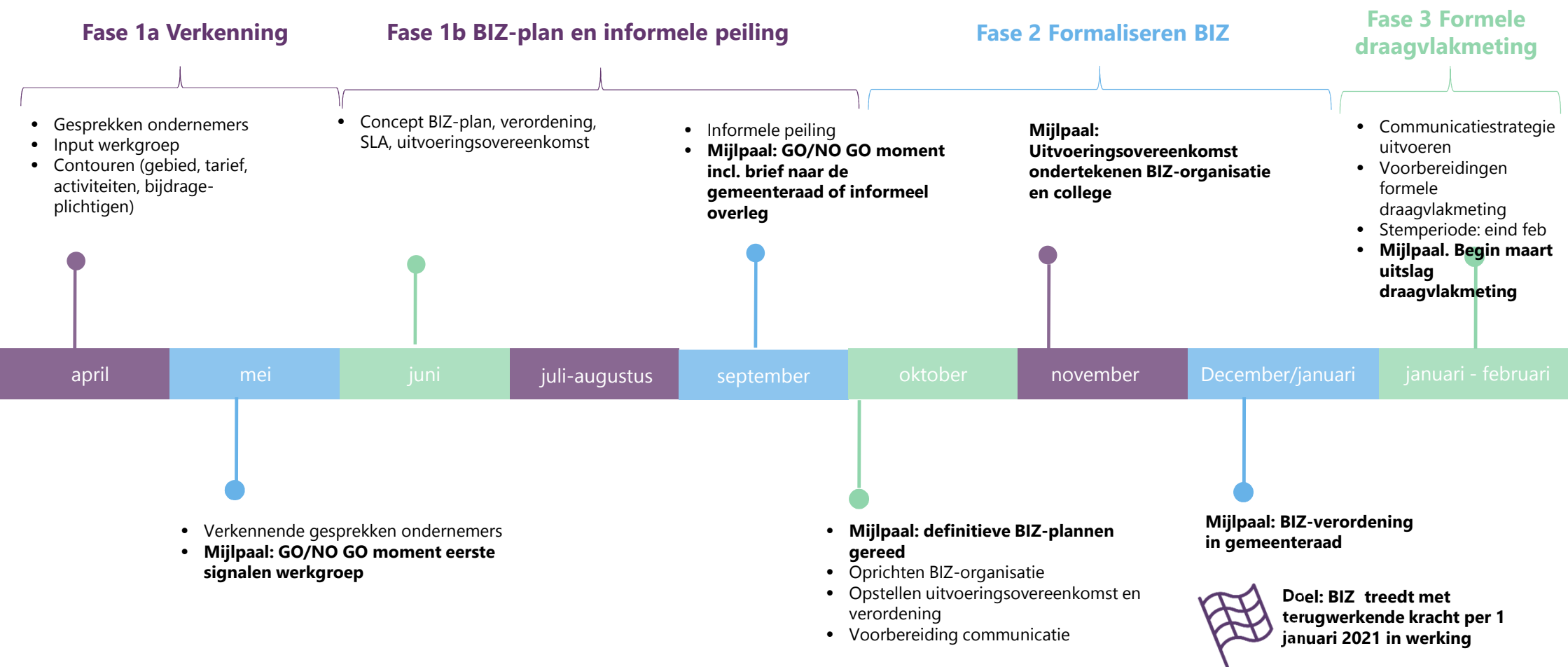
Nogmaals: onderscheid tussen lopende trajecten Someren-centrum

- Denkrichting 3/ verplaatsen supermarkten: strategisch, vastgoedopgave
=> **lange termijn**
- Wilhelminaplein / Postelstraat-Noord: actief mee bezig, eigenaren en ondernemers
=> **middellange termijn**
- Ondernemersfonds : gericht op verbeterde samenwerking, vooral ondernemers
=> **korte termijn**



ge vorm en

Stappen BIZ in schema



Het doorlopen traject

- Januari: verzoek aan Seinpost om ondernemersfonds over te pakken van Stad & Co
- Maart: oprichting werkgroep ondernemersfonds
- April/mei: Eerste verkenning: historie, activiteiten, gebied, tarief, bijdrageplichtigen
- Mei/juni: BIZ flyer gemaakt; eerste verkennende gesprekken ondernemers
- Zomer: BIZ-plan in concept opgesteld
- September: gesprek met OVS ; BIZ informatie avond



*Veel stappen in het
BIZ-traject zijn
wettelijk vastgelegd*

Het doorlopen traject

- Oktober: oprichten BIZ organisatie, uitvoeringsovereenkomst, BIZ verordening
- Uitvoeringsovereenkomst ondertekenen
- December/januari: BIZ verordening in gemeenteraad
- Januari: communicatie en voorbereiden formele draagvlakmeting
- Januari/februari: formele draagvlakmeting (stemming)
- Februari: uitslag, BIZ geldt met terugwerkende kracht vanaf 1 januari 2021

Veel stappen in het BIZ-traject zijn wettelijk vastgelegd

Reclamebelasting (RESERVE)



Voordelen

- Ieder moment in te voeren (niet slechts 1x per jaar)
- Geen wettelijke voorwaarden aan activiteiten - veel vrijheid en flexibiliteit bestedingen
- Looptijd niet wettelijk bepaald
- Wel draagvlakmeting en uitvoeringsplan



Nadelen

- In beeld brengen (jaarlijks!) van alle 'openbare aankondigingen' is intensieve klus
- Relatie bijdrage (obv openbare aankondigingen) met profiteren van activiteiten
- Geen 'openbare aankondiging': geen bijdrage
- Reclamebelasting moet worden vastgesteld via belastingverordening samen met afspraak dat het is gekoppeld aan een ondernemersfonds (zodat het niet in de algemene middelen opgaat)
- Overdekte winkelcentra: ondernemers niet zichtbaar vanaf openbare weg!

OZB (niet-woningen) - RESERVE



Voordelen

- Gemeentebreed en eigenaren dragen ook bij, daardoor vaak veel middelen ter beschikking
- Geen wettelijke voorwaarden aan activiteiten – veel vrijheid en flexibiliteit bestedingen
- Looptijd niet wettelijk bepaald
- Heffing is eenvoudig uit te voeren



Nadelen

- Gemeentebreed, maar profiteert ook iedereen? Geen gebiedsafbakening mogelijk.
- OZB vloeit normaliter in de algemene middelen
- Instellen per 1 januari
- Geen mogelijkheden voor differentiatie (wel tussen eigenaar en ondernemer)
- Draagvlakmeting vaak indirect

Reclamebelasting

Kenmerken

- Heffing op openbare aankondigingen zichtbaar vanaf de openbare weg (Artikel 227 Gemeentewet)
- Gebiedsgericht
- Tarief: vast bedrag of oppervlakte reclame-uiting. Of WOZ-waarde.
- Ondernemers

Bedrijveninvestingszone (BIZ)

Kenmerken

- Wet op de bedrijven-investeringszones (2015)
- Gebiedsgericht
- Tarief: vast of gekoppeld aan WOZ-waarde (% of categorieën)
- Ondernemers en/of eigenaren

OZB niet-woningen

Kenmerken

- Opslag op onroerendezaakbelasting bedrijfspanden
- Gemeentebreed
- Tarief: % of bedrag gekoppeld aan OZB
- Ondernemers én eigenaren

Keuze voor ondernemers-BIZ

- Eigenaren uitgebreid gesproken, maar belangen botsen en verschillende visies op wat het centrumgebied is tekst
- Scope ondernemers (k.t.) en eigenaren (l.t.) verschillend en daarmee verschillen in gewenste activiteiten / inzet middelen
- Realisatie ondernemers-BIZ is al enorme uitdaging!
- Als eigenaren zien dat ondernemers goed samenwerken, zullen zij wellicht bereid zijn om ook meer te gaan samenwerken
- Verzoek om bijdrage eigenaar kan altijd