Businessplan BIZ Vastgoed centrum Bladel 2018 - 2022

Rapportnummer:	205x00786
Datum:	22 september 2017
Projectteam BRO:	Rian Vermeulen, Nienke van Gerwen
Beknopte inhoud:	-

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

1.Inleiding **3**
1.1Korte terugblik 2015-217 3
1.2Totstandkoming Businessplan BIZ Vastgoed centrum Bladel 3
1.3Leeswijzer 3

2.Evaluatie **4**
2.1 Resultaten Centrummanagement 2015 – 2017 4
2.2Evaluatieresultaten vanuit eigenaren en ondernemers 5

3.Gebiedsafbakening **6**

4.Ambities en doelstellingen **7**
4.1Ambitie Centrummanagement en BIZ 7
4.2Doelstellingen Centrummanagement en BIZ 7
4.3Accenten in de BIZ voor vastgoedeigenaren en ondernemers 8

5.Thema's en projecten: samen aan de slag! **9**
5.1Bereikbaarheid en parkeren 9
5.2Compleet, divers en kwaliteitsvol aanbod 10
5.3Inrichting, uitstraling en sfeer 10
5.4Marketing en promotie 11
5.5Activiteiten en evenementen 12
5.6Inspelen op consumentenwensen en versterken ondernemerschap 12

6.Jaarplan 2018 **14**

7.Organisatie- en financieringsstructuur **16**

1. INLEIDING

Samenwerking is in de huidige tijd een must om de concurrentiepositie van Bladel Centrum te behouden en te verstevigen. Daarbij is het van belang om de aantrekkelijkheid en de economische aantrekkingskracht van het centrum als geheel te vergroten en dit te doen vanuit een brede samenwerking en financiering. Vanuit het Centrummanagement Bladel, met de Bedrijven Investeringszones (kortweg BIZ) voor vastgoedeigenaren en ondernemers als belangrijkste financieringsbron, wordt dit sinds 2015 gefaciliteerd.

1.1 Korte terugblik 2015-217

De afgelopen 3 jaar is er onder de vlag van het Centrummanagement samengewerkt aan de versterking van het centrum van Bladel, met de BIZ als belangrijk financieringsmiddel. Dankzij de inzet van het Centrummanagement is er sprake van overleg tussen de diverse partijen in het centrum wat er o.a. toe heeft geleid dat de samenwerking is verbeterd en de profilering van Bladel als regionaal koopcentrum is versterkt.

In het voorjaar van 2018 wordt besloten of de de BIZ voor vastgoedeigenaren en de BIZ voor ondernemers al dan niet wordt doorgezet en of daarmee de continuïteit van het Centrummanagement voor de komende 5 jaar geborgd is. Voorliggend Businessplan vormt hiervoor de onderlegger, waarin het meerjarenplan en het jaarplan 2018 voor de BIZ vastgoedeigenaren voor de komende 5 jaar (2018 – 2022) is vastgelegd.

1.2 Totstandkoming Businessplan BIZ Vastgoed centrum Bladel

Het Businessplan is tot stand gekomen op basis van een schriftelijke evaluatie van het Centrummanagement en de BIZ onder vastgoedeigenaren en ondernemers. Daarnaast hebben alle betrokken partijen een actieve inbreng kunnen leveren, door middel van:

- Een drietal sessies met het bestuur van het Centrummanagement
- Een werksessie met vastgoedeigenaren en ondernemers. Hierin zijn verbeterpunten en ideeën aangedragen voor het Centrummanagement.
- Een ALV die begin september georganiseerd is.

1.3 Leeswijzer

In voorliggend businessplan komt achtereenvolgens aan bod:

- Een korte terugblik op het functioneren van het Centrummanagement en de BIZ over de afgelopen jaren.
- De ambities en doelstellingen voor de BIZ Vastgoed 2018 – 2022.
- De thema's en projecten voor de komende jaren.
- Een uitwerking van thema's en projecten in een jaarplan en begroting voor de BIZ Vastgoed in 2018.
- De organisatie- en financieringsstructuur.

2. EVALUATIE

2.1 Resultaten Centrummanagement 2015 – 2017

Onder de vlag van de Stichting Centrummanagement Bladel, met een bijdrage vanuit vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente, is er de afgelopen jaren geïnvesteerd in Bladel Centrum. Via de BIZ'en hebben alle vastgoedeigenaren en ondernemers in het centrum hier een financiële bijdrage aan geleverd. Juist door deze samenwerking en bijdrage zijn er mooie projecten en activiteiten in Bladel Centrum van de grond gekomen.

In onderstaand schema zijn de doelstellingen samengevat die het Centrummanagement zichzelf in 2014 heeft gesteld. Per thema is weergegeven wat er de afgelopen jaren bereikt is.

Tabel 2.1: Activiteiten 2015 - 2017

Doelstellingen 2015	Behaalde resultaten
Versterken aantrekkelijkheid door te investeren in sfeer en beleving	- Planontwerp Burgemeester van Houdtplein en Marktplein - Verfraaiing met bloembakken - Vernieuwing + uitbreiding feestverlichting - Proces-aanpak leegstand + reallocatie detailhandel naar Bladel Centrum - BHV en AED uitgerold in samenwerking met EHBO - SMS alert via website
Eenduidige profilering centrum / inzetten nieuwe communicatiemiddelen	- Merknaam Bladel Centrum neergezet - Multimediakanalen gebruiken voor promotie: VVV, kranten (ED, PC 55, Kempenaer, België) - Nieuwe Bladelbon (groeiende verkoop) - Website is doorontwikkeld, acties op en rond de website - Besloten Facebookgroep voor ondernemers
Versterken samenwerking, organisatiegraad en verhogen participatiegraad	- Centrummanagement gesprekspartner bij ontwikkelingen Bladel Centrum. O.a. ontwikkelen centrumvisie - Samenwerking met VVV / Vrijetijdseconomie is sterk verbeterd - Ontwikkeling regionale detailhandelsvisie - Organisatie van workshops voor ondernemers
Verbeteren parkeermogelijkheden en behoudt bereikbaarheid centrum Bladel	- Meer parkeergelegenheid in voorbereiding - Plan bereikbaarheid ontwikkelt in samenwerking met Platform gehandicapten
Professionaliseren evenementenaanbod	- Organisatie van themadagen, koopavonden, Brabants Kempenfestival, Toeristendagen, Sint-activiteiten, najaarsactie, Kerstkermis. - Versterkt evenementenaanbod: sing a long kerstmis, halloween tocht etc.

2.2 Evaluatieresultaten vanuit eigenaren en ondernemers

In april 2017 zijn schriftelijke enquêtes verstuurd naar 149 ondernemers en vastgoedeigenaren in het centrum van Bladel. In totaal zijn er 46 enquêtes retour ontvangen; een responsratio van 31%. Hiervan kan 33% van de respons worden toegerekend aan vastgoedeigenaren en 30% aan de ondernemers.

In deze paragraaf worden de belangrijkste uitkomsten van het onderzoek opgesomd. Voor meer achtergrond bij de evaluatie wordt verwezen naar het rapport 'Evaluatie Centrummanagement Bladel'.

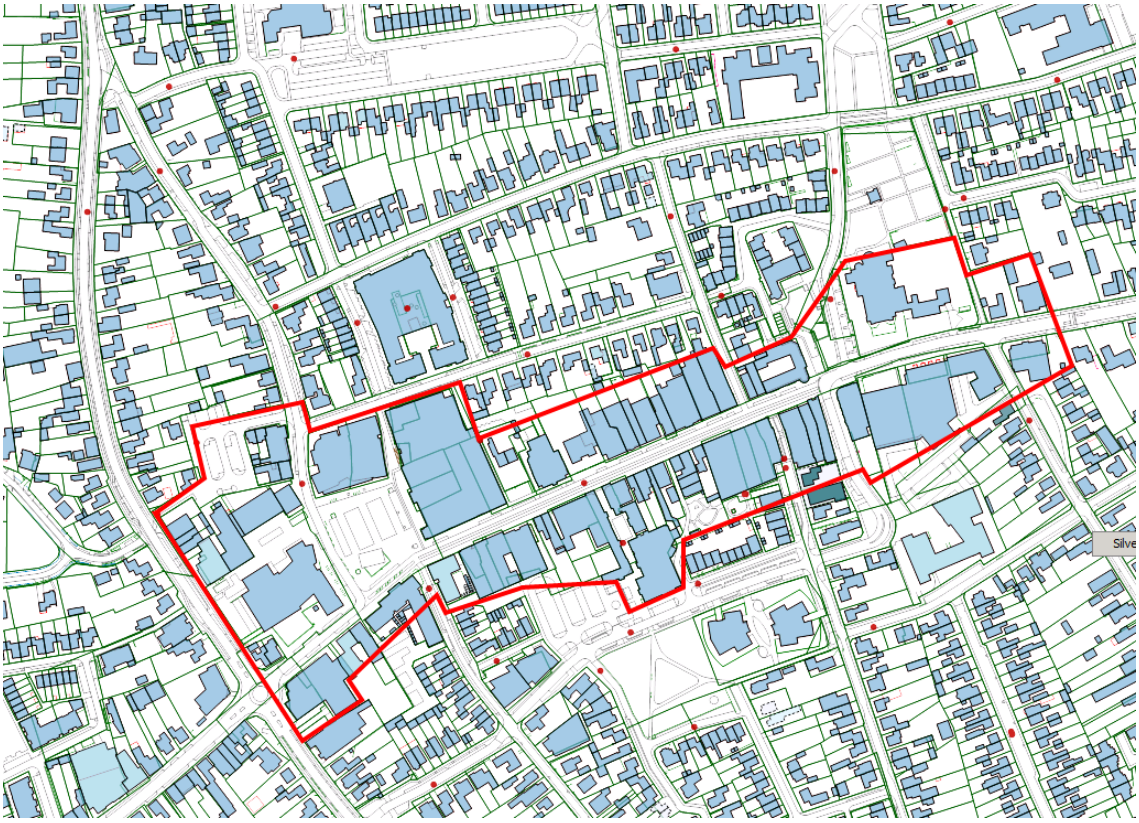
- Een ruime meerderheid van de respondenten (89%) is voorstander van het in samenwerking opzetten en uitvoeren van gezamenlijke activiteiten in het centrum van Bladel. Aansturing door de Stichting Centrummanagement Bladel wordt daarin als positief ervaren (91%).
- Een meerderheid (87%) geeft aan het eens te zijn dat alle ondernemers en vastgoedeigenaren financieel bijdragen aan de activiteiten en projecten die georganiseerd worden door de Stichting Centrummanagement Bladel. Aandachtspunt ligt bij de bijdrage en de verdeelsleutel voor ondernemers en vastgoedeigenaren. Over het algemeen geven vastgoedeigenaren tevreden te zijn over de bijdrage die zij betalen, terwijl deze tevredenheid bij de groep ondernemers een stuk lager ligt. De 'kleine' ondernemers zijn van mening dat zij relatief veel moeten bijdragen ten op zichte van de 'grote' ondernemers.
- Voor 89% van de respondenten zijn er voldoende redenen om de samenwerking in het centrum van Bladel ook na 2017 voort te zetten. Samenwerking wordt belangrijk gevonden, met in achtneming dat er op onderdelen verbetermogelijkheden voor de toekomst liggen.
- Ongeveer de helft van de respondenten is van mening dat er meer georganiseerd wordt sinds de start van het centrummanagement. Ten aanzien van de activiteiten over de afgelopen jaren is men het meest tevreden over de feestverlichting en de activiteiten tijdens koopzondagen en –avonden. Men is minder tevreden over de aanpak van leegstand en de eindejaarsactie. De belangrijkste thema's voor de komende jaren zijn promotie, bereikbaarheid en parkeren, sfeer en vergroening, acquisitie en leegstand en ondersteuning van activiteiten.
- Ondernemers en vastgoedeigenaren weten de weg naar de centrummanager (84%) of het bestuur (78%) over het algemeen te vinden. Ook over de afspiegeling van de bestuursleden is men tevreden (65%). Bij de groep vastgoedeigenaren ligt er een uitdaging om beter bij hen op het netvlies te komen.
- Het merendeel (69%) van de ondernemers en vastgoedeigenaren is tevreden of zeer tevreden over de informatievoorziening van Stichting Centrummanagement Bladel. E-mail blijkt het meest geschikte communicatiemiddel, gevolgd door Facebook en nieuwsbrieven. Wel is de tevredenheid onder ondernemers veel groter dan onder vastgoedeigenaren (83% tevreden tot zeer tevreden t.o.v. 29% tevreden). Verbetering van de informatievoorziening richting vastgoedeigenaren vormt een aandachtspunt.
- 22% van de ondervraagden is bereid om af en toe een steentje bij te dragen. Vooral ondernemers zijn hier toe bereid.

3. GEBIEDSAFBAKENING

In onderstaande figuur is het heffingsgebied van de BIZ weergegeven. Als belangrijke criteria voor de gebiedsafbakening gelden dat de publieksgerichte functies binnen het afgebakende gebied direct of indirect rendement krijgen van de activiteiten of projecten die in het kader van de BIZ worden opgepakt en dat de gebiedsafbakening ook ruimtelijk gezien logisch is. Bovendien moet de afbakening aansluiten bij de doelstellingen van de BIZ, geschetst in de volgende paragraaf.

Het gebied voor de BIZ is afgebakend tot het centrumgebied van Bladel wat zich uitstrekt over de omgeving Sniederslaan en Markt (zie onderstaande figuur voor de exacte afbakening). Binnen dit gebied is er sprake van een hoge concentratie van publieksgerichte voorzieningen met een sterke onderlinge wisselwerking. In ruimtelijk opzicht is het gebied aan de oostelijke zijde afgebakend tot het einde van de 30 km zone, aan de westelijke zijde vormt de rotonde de afbakening van het gebied.

Figuur: Heffingsgebied BIZ



4. AMBITIES EN DOELSTELLINGEN

4.1 Ambitie Centrummanagement en BIZ

In 2014 heeft het Centrummanagement zichzelf de ambitie gesteld de positie van Bladel als hét funshopcentrum van de regio te versterken, door gezamenlijk te investeren in een sterk consumentengericht aanbod, sfeer en uitstraling en het vergroten van de regionale aantrekkingskracht.

Deze ambitie staat grotendeels nog over eind. Echter, de afgelopen jaren is de energie met name gaan zitten in het op orde brengen van de basis, door o.a. te investeren in de uitstraling van de openbare ruimte, professionaliseren van het activiteitenaanbod en een basis neerleggen voor de marketing en promotie. Uit de evaluatie blijkt dat de komende jaren de focus verlegd dient te worden naar professionalisering van marketing en promotie (o.a. België) en ruimtelijk-functionele vraagstukken, zoals het verbeteren van de bereikbaarheid en het parkeren en het versterken van het aanbod (leegstandsbestrijding). Momenteel wordt de centrummanager te weinig ondersteund door stakeholders waardoor hij hier onvoldoende aan toe komt. Daarnaast is het van belang om de inspanningen van het Centrummanagement en de inspraakmogelijkheden voor de vastgoedeigenaren beter kenbaar te maken, om zo het draagvlak en de betrokkenheid te vergroten. Dit vertaalt zich in de volgende ambitie.

Samen werken aan, en investeren in, de positie van Bladel Centrum als hét funshopcentrum in de regio door te focussen op professionalisering van de marketing- en promotiestrategie, een sterk consumentengericht aanbod en het verbeteren van de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden, waarbij 'de basis' die de afgelopen jaren is gelegd wordt vastgehouden (sfeer, uitstraling, activiteiten), maar de consumentwensen en focus in activiteiten veel meer centraal staat.

4.2 Doelstellingen Centrummanagement en BIZ

Deze ambitie willen we verwezenlijken door de volgende specifieke doelstellingen op te pakken. De doelstellingen richten zich enerzijds op inhoudelijke thema's die in het economisch belang zijn van het centrum en anderzijds op het verbeteren van de samenwerking. Samenwerking wordt hierbij als hefboom en voorwaarde gezien om inhoudelijke doelstellingen versneld van de grond te krijgen.

Samenwerkingsdoelstellingen

1. Een **sterke, effectieve centrumorganisatie** waarin vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente en VVV samenwerken aan een gemeenschappelijke visie, strategie en uitvoeringsprogramma voor het centrum. Het achterliggende doel is beter en intensiever contact tussen partijen waardoor initiatieven sneller van de grond komen, problemen worden voorkomen of vroegtijdig worden opgelost, kennis en budgetten worden gebundeld en eenduidig naar buiten wordt getreden (communicatie).
2. Het bouwen aan een **sterk collectief van vastgoedeigenaren en ondernemers**, met als doel het verbeteren van de onderlinge samenwerkingsbereidheid, de participatiegraad voor

collectieve doeleinden (organiserend vermogen) en het draagvlak en het behartigen van de gemeenschappelijke belangen.

3. Een goede **informatieverstrekking naar en informatie-uitwisseling** tussen de diverse samenwerkende partijen.
4. **Structurele gesprekspartner voor de gemeente** met als doel een sterkere lobby te kunnen voeren voor thema's die in het belang zijn van de economische vitaliteit van het centrum. Denk aan thema's zoals bereikbaarheid, parkeren, wet- en regelgeving en flankerend beleid in andere winkelgebieden.

Inhoudelijke doelstellingen

1. Het verbeteren van de **bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden** in het centrum, zowel voor de lokale als regionale bezoeker.
2. Investeren in een **compleet en divers aanbod, maar ook in de kwaliteit van het aanbod** aan publieksgerichte functies d.m.v. een actieve leegstandsaanpak, met aandacht voor behoud en versterking van lokaal ondernemerschap.
3. Het ontwikkelen, coördineren en uitvoeren van een **marketing- en promotiestrategie** richting potentiele bezoekers en bedrijven, waarin Bladel Centrum regionaal eenduidig en sterker geprofileerd wordt, zowel on- als offline.
4. Versterken van de **aantrekkelijkheid van het centrum** door (duurzaam) te investeren in sfeer en beleving, passend bij de identiteit van het centrum van Bladel.
5. Aandacht voor het **behoud van een sterk activiteiten- en evenementenaanbod** door bestaande evenementen te verbeteren, nieuwe evenementen te stimuleren en te zorgen voor koppeling tussen de evenementen.
6. De **consumentwensen** in Bladel Centrum **centraal stellen** in de activiteiten en **marktontwikkelingen actief volgen**, zodat hier tijdig op geanticipeerd kan worden.
7. Versterken van **ondernemerschap**, op het gebied van visie- en strategievorming, innovatie en samenwerking.

4.3 Accenten in de BIZ voor vastgoedeigenaren en ondernemers

Hoewel vanuit het vastgoed en de ondernemers en dezelfde ambitie en doelstellingen worden nagestreefd met de BIZ om zo tot een optimale synergie te komen onder de vlag van het Centrummanagement, zijn er wel duidelijke accentverschillen in de mate waarin beide doelgroepen gaan investeren op thema's. Zo leggen de vastgoedeigenaren meer een accent op bereikbaarheid, parkeren en versterking van het aanbod en de ondernemers op marketing, evenementen en het anticiperen op consumentenwensen. Voor beide doelgroepen vormen promotie en sfeer / vergroening belangrijke thema's.

5. THEMA'S EN PROJECTEN: SAMEN AAN DE SLAG!

Voor de periode 2018 – 2022 zijn 6 thema's vastgesteld die door de BIZ Vastgoed worden opgepakt. In dit hoofdstuk zijn per thema suggesties gedaan om deze de komende jaren nader invulling te geven. De suggesties komen voort uit de werksessie en de gesprekken met het bestuur.

De concretisering en de uitwerking van de projecten vindt plaats in de werkgroepen. Taak van elke werkgroep is om onderstaande thema's nog concreter te gaan maken, door middel van de volgende drie vragen:

1. Waar staan we nu op dit thema?
2. Wat zijn per jaar de concrete KPI's?
3. Wanneer zijn we tevreden?

Advies is om in de werk- en projectgroepen nadrukkelijk te focussen op een aantal prioritaire zaken die behapbaar zijn. Liever een kleiner aantal zaken goed oppakken dan te veel half doen. De voorzitters van de werkgroepen maken deel uit van het bestuur van het centrummanagement.

Per jaar dient er een jaarplan vastgesteld te worden door de Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel. Er dient dus goede afstemming plaats te vinden tussen de vereniging en de werkgroepen.

De thema's die centraal staan voor het centrum van Bladel:

1. Bereikbaarheid en parkeren
2. Compleet, divers en kwaliteitsvol aanbod
3. Inrichting, uitstraling en sfeer
4. Marketing en promotie
5. Activiteiten en evenementen
6. Inspelen op consumentenwensen en versterken ondernemerschap

Hoewel er op alle thema's geïnvesteerd kan worden vanuit de BIZ Vastgoed, ligt er een accent op de eerste drie thema's.

5.1 Bereikbaarheid en parkeren

KPI: Verbetering van de bereikbaarheids- en parkeersituatie

Uitgangspunten - Investeren in optimalisering bereikbaarheids- en parkeersituatie. - Sterken inzetten op routing, duurzaamheid en innovatie in projecten.
Mogelijke acties - Het creëren van een parkeerroute met adequate bewegwijzering naar de parkeerlocaties en eventueel aangeven nog beschikbare capaciteit, zodat de consument de weg naar het centrum van Bladel beter en sneller weet te vinden. - Het creëren van een fietsparkeerplan. - Zorgen voor goede, aantrekkelijke looproutes, bewegwijzering of andere verbindingen tussen toeristische bronpunten en het centrum van Bladel.

- Voorzieningen realiseren voor elektrische oplaadpunten voor auto en fiets.
Trekker Werkgroep 'Bladel zichtbaar fraaier'

5.2 Compleet, divers en kwaliteitsvol aanbod

KPI's: - Verbetering van de diversiteit in branchering
- De leegstand <5% houden

Uitgangspunten - Blijvend actief inzetten op versterking en differentiatie aanbod en leegstandsbestrijding voor het centrumgebied. - Sterker inzetten op nieuw zelfstandig ondernemerschap en vernieuwende winkelformules. - Niet alleen inzetten op retail maar op een aantrekkelijke mix (ook horeca, cultuur, ambacht, dienstverlening). - Meer energie van centrummanager op aanbodversterking en leegstandaanpak. - Klantgerichtheid en service verbeteren. - Meer samenwerking met gemeente Bladel voor de leegstandsaanpak in het centrum.
Mogelijke acties - In overleg met pandeigenaren en ondernemers op zoek naar nieuwe onderscheidende ondernemers en bespreken waar behoefte aan is in Bladel, met als doel de diversiteit te bevorderen. - Meer focus in aanbod op kwaliteit en/of lokaal, denk aan het uitbreiden biologische winkels (ecoplaza, boerderijwinkel, De Tuinen) en zelfstandige speciaalzaken (kinderschoenen, parfumerie). - Acties vanuit het centrummanagement om het aanbod te versterken en leegstand tegen te gaan. O.a. pro-actieve benadering van (vastgoed)partijen, verplaatsing van ondernemers van buiten het centrum of stimuleren in het centrum een nieuwe / tweede vestiging te openen, ruimte inzetten voor tijdelijk gebruik middels pop-up stores, met als doel het kwaliteitsniveau ondanks leegstand hoog te houden. - Lobby bij gemeente Bladel voor projectmatige financiering van leegstandsaanpak en branchering. - Introduceren van het Kwaliteitskeurmerk voor ondernemers. - Aanbieden van gezamenlijke services en acties tussen horeca en/of winkels onderling, denk aan het creëren van een lokale foodbox samengesteld vanuit diverse versspeciaalzaken. - Introduceren van een bezorgdienst vanuit Bladel Centrum. - Introduceren van korte(re) (proef)huurperiodes in plaats van de gebruikelijke 5 of 10 jaar, ingroeihuren en/of omzet gerelateerde huren voor startende ondernemers in Bladel. - Leegstandsmaskering door middel van bijvoorbeeld bestickering van leegstaande panden en tijdelijke invulling panden met kunst, creaties uit Bladel of reclame.
Trekker Centrummanager met ondersteuning van werkgroep 'Bladel zichtbaar fraaier'

5.3 Inrichting, uitstraling en sfeer

KPI: Bezoekers beoordelen de uitstraling van het centrum van Bladel met gemiddeld een 7,5 of hoger

Uitgangspunten - Behouden aantrekkelijkheid en verblijfswaarde centrumgebied. - Uitdragen bereikbaarheid van alle doelgroepen in de inrichting Bladel centrum.
Mogelijke acties

- Accentueren van de entrees tot het centrumgebied. - Vervangen vlaggetjes in het centrum door banieren. - Centrumgebied bereikbaar maken voor iedere bezoeker en dit meer uitdragen (rolstoelgebruikers, wandelwagen-vriendelijk etc), eventueel aansluiten bij Nederlands Keurmerk voor Toegankelijkheid. - Verhogen kwaliteitsniveau centrumgebied, door te investeren in extra faciliteiten zoals speelvoorzieningen, kunstobjecten, watertappunten etc. - Onderhoud van centrumgebied Bladel. - Samenwerking opzetten met het praktijkhuis, zodat ook mensen vanuit een achterstand op de arbeidsmarkt worden opgeleid en gestimuleerd in het werkende leven te re-integreren.
Trekker Werkgroep 'Bladel zichtbaar fraaier'

5.4 Marketing en promotie

KPI: Uitgewerkt en gecoördineerd marketingplan gericht op de lokale, regionale, toeristische en Belgische markt

Uitgangspunten - Vasthouden van de lokale bezoeker en vergroten van de aantrekkingskracht vanuit het verblijfstoerisme en de Belgische markt voor Bladel centrum. - Vergroten van bestedingen van bezoekers d.m.v. gerichtere investeringen in marketing en promotie en loyaliteit - Samenwerking met toerisme (VVV) intensiveren. - Samenwerking en overleg tussen ondernemers en vastgoedeigenaren intensiveren.
Mogelijke acties - Investeren in herkenbare en eenduidige openingstijden in het centrumgebied. Dat betekent afstappen van incidentele koopavonden/zondagen en streven naar vaste thematische koopzondagen en -avonden en op piekmomenten een uurtje langer open bijvoorbeeld op zaterdag of met feestdagen. - Samenwerking met het VVV vergroten, door onder andere te investeren in zichtbare reclame-uitingen in de omgeving (aanhanger met advertentie, advertenties in bladen en bij vakantieparken etc). - Versterken online profilering en social media campagnes. Eventueel ontwikkelen van een breed portaal en/of uitlichten van feestdagen via facebook, kranten e.d. voor de Belgische consument. Denk ook aan het actiever en gerichter inzetten van bestaande middelen zoals Facebook en de website voor de diverse doelgroepen (lokale, regionale, toeristische en Belgische bezoeker). - Aanbod van Bladel beter belichten op bestaande website van Bladel centrum. Denk aan de (unieke) winkels van Bladel en het uitlichten van de sterke sectoren die aanwezig zijn. Met andere woorden: waarvoor moet de bezoeker naar Bladel centrum komen? - Ontwikkelen van een Bladel app, aansluitend aan de website, waarin zowel het centrum, het aanbod van Bladel centrum, parkeermogelijkheden etc. wordt belicht. - Meer klanten bereiken d.m.v. gezamenlijke marketing en acties naar de klant, dat bijvoorbeeld tot uiting komt in gezamenlijke PR of arrangementen specifiek voor de toerist, de Belgische consument of de lokale bezoeker. - Introduceren van een boodschappenbus om ook het centrum bereikbaar te maken voor de oudere consument of de mensen vanuit de omgeving van Bladel. - Opzetten loyaliteitssysteem voor klanten, denk aan spaarpasje, acties, kortingen etc.
Trekker Werkgroep 'Bladel voor iedereen'

5.5 Activiteiten en evenementen

KPI: Gecoördineerd centrumbreed evenementenprogramma

Uitgangspunten - Behoud van een sterk evenementenaanbod. - Oprichten van een werkgroep die de hoofdlijnen bewaakt, terwijl specifieke evenementen worden opgepakt door projectgroepen (en vragen voor een kortstondige inspanning) waarbij de centrummanager niet als projectmanager optreedt. - Meer focus in evenementen, met de nadruk op klantgerichtheid en een thematische insteek.
Mogelijke acties - Scherpe keuzes maken in welke evenementen door het centrummanagement geïnitieerd worden en door de BIZ gefinancierd worden. - Een jaarronde evenementenplanning maken en hier ook naar handelen (actiegericht), waarbij de focus ligt op coördinatie en afstemming tussen evenementen. - Vergroten van de organisatie van thematische evenementen (bijv. halloween, sprookjes) met focus op klantgerichtheid (consument in de watten leggen en persoonlijke aandacht), waarop de ondernemers individueel kunnen inspelen. - Investeren in extra activiteiten tijdens evenementen, denk aan het verhuren van kramen op pleinen, muziek door de straat en het creëren van een tijdelijke kinderspeelplaats bij horeca. - Een poule van vrijwilligers maken die ingezet kunnen worden in de projectgroepen of het leveren van hand- en spandiensten (in de voorbereiding van) evenementen.
Trekker Werkgroep 'Bladel voor iedereen'

5.6 Inspelen op consumentenwensen en versterken ondernemerschap

KPI: Minimaal behouden van de huidige koopkrachtbinding en toevloeiing in het centrum, zowel in de dagelijkse- als in de niet-dagelijkse sector

Uitgangspunten - Inzetten op versterken van ondernemerschap, op het gebied van visie- en strategievorming, innovatie en samenwerking. - Inspelen op (digitale) trends en ontwikkelingen voor centrumgebieden. - Kennis en informatie inwinnen over consumentenwensen, trends en ontwikkelingen in winkelgebieden. - Vergroten samenwerking tussen ondernemers en eigenaren om in te kunnen spelen op actualiteiten en consumentenwensen.
Mogelijke acties - Inzicht krijgen in waarom bepaalde doelgroepen zich aangetrokken voelen tot het centrum Bladel (onderscheidend vermogen) en hoe deze doelgroepen het best bereikt kunnen worden (media). Het in kaart brengen van klantreizen kan hierbij helpen. De uitkomsten vertalen in merkwaarden en een centrale boodschap en strategie naar de klant. Hierbij ook aandacht voor Belgische consumenten. - Inzicht krijgen in consumentenwensen door middel van het houden van korte enquêtes in winkels. - Coachen van ondernemers in het versterken van het ondernemerschap. - Anticiperen op de ontwikkelingen van de online zichtbaarheid van fysieke winkels. O.a. de online verkoopmogelijkheden van fysieke winkels vergroten en de zichtbaarheid van Bladel Centrum op internet en social media vergroten.

- Workshops over smartphone betalingen, social shopping etc. - Verhogen en mogelijk maken van meer creativiteit, kunst en cultuur vanuit ondernemers en eigenaren in het centrum. - Uitlichten van publiekstrekkers, iconen en beeldbepalende winkels. - Verhogen van het verrassingseffect voor de consument in het centrum als geheel en de fysieke winkels. - Delen van informatie en investeren in open data tussen ondernemers en vastgoedeigenaren onderling, maar ook in samenwerking met gemeente.
Trekker Werkgroep 'Bladel loopt voorop'

6. JAARPLAN 2018

Verantwoordelijken werkgroepen
Enkele bestuursleden van het Centrummanagement zijn tevens voorzitter van de afzonderlijke werkgroepen. Voor 2018 worden er 3 werkgroepen ingesteld, waarin een aantal thema's gepresenteerd in het vorige hoofdstuk geclusterd worden:

- ***Bladel voor iedereen***: marketing en promotie, activiteiten en evenementen. Voorzitter: Hetty Teuwissen.
- ***Bladel loopt voorop***: inspelen op consumentenwensen en versterken ondernemerschap. Voorzitter: Roeland Verbeet.
- ***Bladel zichtbaar fraaier***: bereikbaarheid en parkeren, kwaliteitsvol aanbod en inrichting, uitstraling en sfeer. Voorzitter: Pieter Vosters.

Rol centrummanager
De centrummanager heeft in de afgelopen drie jaar veel inspanningen geleverd om vorm en inhoud te geven aan de operationele opstart van de BIZ. Nu de structuur hiervan staat, zal hij zich meer gaan focussen op een tactische invulling van zijn rol. Dit wil zeggen dat hij meer tactisch coördinerend en minder operationeel zal gaan acteren. De operationele invulling zal vooral vanuit de werkgroepen vorm worden gegeven.

Communicatie
Naast de aandacht voor de thema's en de daaronder vallende projecten zal vanaf 2018 specifiek aandacht besteed worden aan het verbeteren van de communicatie tussen het bestuur van de Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel en haar leden. Uit de door BRO gehouden evaluatie medio 2017 is gebleken dat er bij de leden van de vereniging behoefte bestaat aan meer en een betere communicatie. In de wetenschap dat er in de afgelopen jaren veelvuldig is gecommuniceerd via mail, de website en nieuwsbrieven moet er hierbij nagedacht worden over alternatieve vormen.

Begroting 2018
Aan de hand van de thema's zoals beschreven in de voorgaande paragraaf is de begroting voor 2018 opgesteld.

Tabel: Begroting Vastgoed BIZ centrum Bladel

INKOMSTEN	2018
1. BIZ-bijdrage vastgoedeigenaren	€ 15.000,-
2. Bijdrage Gemeente	€ 4.000,-
Totale opbrengsten	**€ 19.000,-**
UITGAVEN	2018
1. Verenigingskosten	€ 1.500,-
2. Secretariële / financiële ondersteuning	€ 500,-
3. Kosten centrummanager	€ 4.000,-
4. Bereikbaarheid en Parkeren	€ 5.000,-
5. Compleet, divers en kwaliteitsvol aanbod	€ 5.500,-
6. Inrichting, uitstraling en sfeer	€ 2.000,-
7. Onvoorzien	€ 500,-
Totale kosten	**€ 19.000,-**

Toelichting op de begroting

Inkomsten

Iedere vastgoedeigenaar in het centrum draagt per WOZ-object € 150,- bij. In de begroting is op basis hiervan uitgegaan van een totale opbrengst van ca. € 15.000,-.

Van de totale bijdrage van de Gemeente van € 17.500,- wordt € 4.000,- toebedeeld aan de vastgoedeigenaren.

Uitgaven

1. De verenigingskosten zijn verbonden aan kosten voor het in stand houden van de vereniging, vergaderkosten, bankkosten, verzekeringen etc.
2. Voor secretariële / financiële ondersteuning is op 30-08-2017 door het bestuur van Centrummanagement afgesproken dat er door Centrummanagement een bedrag van € 1.500,- per jaar wordt betaald. Van dit bedrag komt € 500,- voor rekening van de vereniging van vastgoedeigenaren.
3. De kosten voor de inzet van de Centrummanager komen jaarlijks voor € 4.000,- t.l.v. de begroting van de vastgoedeigenaren. Hierbij is er gerekend met een inzet van 12 uur per week, een uurtarief van € 45,- en 40 werkbare weken per jaar, waarbij door de vereniging van vastgoedeigenaren ongeveer 20% van de tijdsinzet van de centrummanager bekostigd wordt. De overige kosten komen voor rekening van de ondernemers.
4. Een goede bereikbaarheid en parkeervoorzieningen zijn voor de vastgoedeigenaren van essentieel belang. Daarom is er voor dit thema € 5.000,- gereserveerd.
5. Voor het thema “compleet, divers en kwaliteitsvol aanbod” is zowel de inzet van de Centrummanager alsook de lokale zakelijke vastgoedmakelaars noodzakelijk. Een budget van € 2.500,- is gereserveerd voor aanvullend onderzoek, ondersteunende promotiemiddelen bij de acquisitie, materialen voor camouflage leegstand etc. Daarnaast is er € 3.000,- gereserveerd voor het opstellen van een centrumvisie.
6. In de begroting is € 2.000,- gereserveerd voor nieuwe verfraaiingen in de openbare ruimte.
7. Er is rekening gehouden met een bedrag van € 500,- aan onvoorziene kosten.

7. ORGANISATIE- EN FINANCIERINGSSTRUCTUUR

Voortzetting Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel
In september 2014 is conform wetgeving de 'Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel' opgericht. Het statutaire doel van de vereniging is in overeenstemming met de activiteiten zoals beschreven in artikel 1 lid 2 van de wet. Alle bijdrageplichtigen zijn vrijwillig lid van deze vereniging wanneer er voldoende draagvlak blijkt te zijn voor de BIZ. Om controleerbaarheid en draagvlak te verzekeren wordt deze vereniging uitsluitend voor de uitvoering van de BIZ opgericht.

Jaarlijkse verantwoording
Het bestuur van de vereniging zorgt ervoor dat er jaarlijks door de algemene ledenvereniging een begroting wordt vastgelegd voor de uitvoering van de activiteiten in het daaropvolgende jaar. In de praktijk zal het bestuur van de vereniging een voorstel doen voor het activiteitenprogramma + begroting voor het komende jaar wat voorgelegd wordt op de algemene ledenvergadering en waar de leden over mogen stemmen. Na het eerste jaar wordt jaarlijks aan de algemene ledenvergadering rekening en verantwoording afgelegd over de uitgaven voor de uitvoering van de activiteiten in het voorafgaande jaar. Ook zorgt de vereniging ervoor dat alle bijdrageplichtigen kosteloos kennis kunnen nemen van de begroting, de rekening en de verantwoording. De vereniging verschaft iedere bijdrageplichtige op zijn verzoek kosteloos inzage in specifieke uitgaven.

Duur en beëindiging
Streven is om de BIZ en de Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel per 1-1-2018 actief voort te zetten voor de duur van 5 jaar. Jaarlijks evalueert de Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel met haar leden. Na 5 jaar vindt er een definitieve evaluatie plaats om te bekijken of de BIZ al dan niet succesvol is en of dit een basis vormt om opnieuw een draagvlakmeting voor te bereiden voor voortzetting van de BIZ.

Stichting Centrummanagement en relatie met de Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel
Samenwerking is in de huidige tijd een must om resultaten te bereiken. Daarbij is het om de aantrekkelijkheid van het centrum als geheel te vergroten belangrijk om de samenwerking breed te trekken. Om tot deze brede samenwerking te komen is er een Stichting Centrummanagement actief waarin afgevaardigden van het vastgoed en de ondernemers vertegenwoordigd zijn. De gemeente schuift op Stichtingsniveau als adviseur aan. Gezamenlijk richten zij een projectenprogramma in voor de economische versterking van Bladel centrum.

De financiële en organisatorische inbreng vanuit vastgoedeigenaren in de Stichting Centrummanagement wordt geborgd door de Vereniging Vastgoed Eigenaren BIZ Centrum Bladel. Deze vereniging vaardigt 2 vertegenwoordigers af in het Stichtingsbestuur van het Centrummanagement. Deze zijn verantwoordelijk voor het verankeren van het projectenprogramma voortkomend uit de BIZ binnen de organisatie van het centrummanagement en het afstemmen van het projectenprogramma met de andere partijen in het Stichtingsbestuur (gemeente en ondernemers). De ondernemers vaardigen 4 vertegenwoordigers af in het Stichtingsbestuur.

Alle projecten die gefinancierd worden uit de BIZ vastgoedeigenaren worden ondergebracht bij de Stichting Centrummanagement en bijbehorende uitvoeringsorganisatie (de centrummanager). Dit heeft de volgende consequenties:

- Op het niveau van de Stichting Centrummanagement zal met ondernemers en gemeente overeenstemming bereikt moeten worden op welke projecten de afzonderlijke partijen financiële inzet plegen.
- Dit betekent dat de financiële inbreng van de vastgoedeigenaren (BIZ gelden) in het centrummanagement geoormerkt dient te worden naar de projecten en de begroting die opgenomen zijn in het jaarplan van de BIZ vastgoedeigenaren. Dit jaarplan is via de algemene ledenvergadering afgestemd met de vastgoedeigenaren.