



## **Samen Bijdragen aan een Krachtig en Prachtig Winkelgebied Oosterwolde**



# Inhoud

<b>1.</b>	<b>Wat staat er te gebeuren</b>	<b>pag. 4</b>
<b>2.</b>	<b>Waar gaat dat plaatsvinden</b>	<b>pag. 6</b>
<b>3.</b>	<b>Met welke ambities, accenten en doelstellingen</b>	<b>pag. 7</b>
<b>4.</b>	<b>Wie gaan er aan bijdragen</b>	<b>pag. 9</b>
<b>5.</b>	<b>Hoeveel wordt gevraagd</b>	<b>pag. 10</b>
<b>6.</b>	<b>Hoe ziet de organisatie eruit en hoe gaat die werken</b>	<b>pag. 11</b>
<b>7.</b>	<b>Inkomsten en uitgaven</b>	<b>pag. 12</b>
<b>8.</b>	<b>Waar wordt op ingezet</b>	<b>pag. 14</b>
<b>9.</b>	<b>Wat wordt er van gevonden</b>	<b>pag. 18</b>
<b>10.</b>	<b>Bijlagen:</b>	<b>pag. 20</b>

# 1. WAT STAAT ER TE GEBEUREN

## 1.1.Oosterwolde

Oosterwolde vormt het economisch hart van de gemeente Ooststellingwerf. Door toenemende concurrentie van nabijgelegen steden als Assen, Drachten, Heerenveen en dorpen als Wolvega, Gorredijk, Leek, Roden en Beilen moet Oosterwolde zich nadrukkelijker positioneren. Verschillende indicatoren laten een zorgelijke trend zien. Zo is de leegstand van winkelpanden in Oosterwolde hoger dan het landelijk en Fries gemiddelde en wordt de kwaliteit en variatie van winkels, de zichtbaarheid, looproutes naar en sfeer en gezelligheid in het winkelgebied als gemiddeld beoordeeld. Daarnaast zijn de concurrentie met internet, de neerwaartse trend van het inwoneraantal en de vergrijzing van de consument uitdagingen waar Oosterwolde een antwoord op moet vinden. Dat kan alleen door samen te werken en samen te investeren in het winkelgebied Oosterwolde.

Van wezenlijk belang is dat er in de toekomst voldoende mensen in Oosterwolde en de gemeente Ooststellingwerf blijven wonen. Voor de leefbaarheid en het in standhouden van het huidige voorzieningenniveau zal het zwaartepunt de komende jaren dan ook op de woningmarkt moeten liggen.

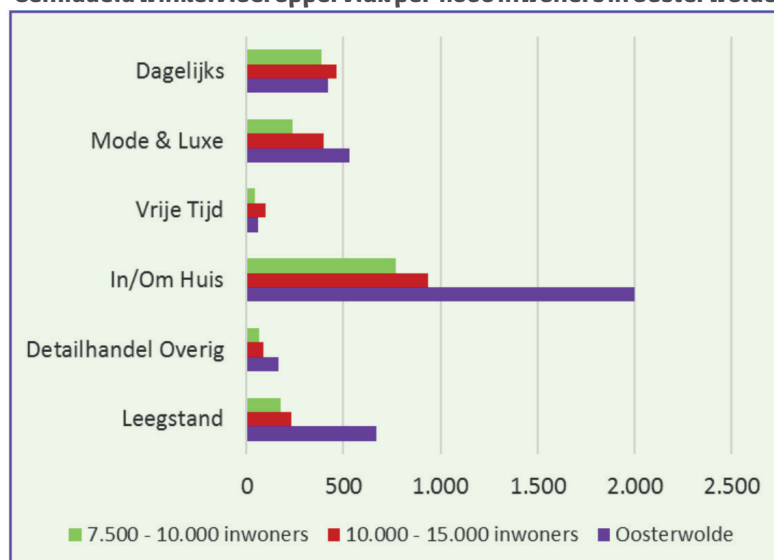
De voorspelde 'krimp' moet bestreden worden met 'groei'. De huidige Coronacrisis en de dreiging van toekomstige pandemieën kunnen daarvoor kansen bieden, doordat zij zullen leiden tot een verhoogde verhuismobiliteit met een trek naar het platteland. Op afstand werken zal dat versterken. Het benadrukken van de veiligheid, de prachtige natuur en weidsheid van de omgeving biedt kansen om nieuwe inwoners aan te trekken die in Oosterwolde willen komen wonen en werken. Met het perspectief van groei voor ogen zullen investeerders en ondernemers blijven en willen investeren in een bloeiende toekomst van Oosterwolde.

## 1.2.Ondernemers en vastgoedeigenaren

In de afgelopen jaren is al een stevige inzet gepleegd om tot een bloeiend winkelgebied in Oosterwolde te komen. Er is veel op papier gezet en er is de nodige actie ondernomen. Helaas heeft dit nog niet op alle punten geresulteerd in het gewenste resultaat. Zo is de leegstand nog steeds hoger dan het landelijk gemiddelde en heeft de samenwerking tussen ondernemers onderling en met de gemeente een poos onder druk gestaan. Het initiatief voor een doorstart om samen te werken aan de toekomst van het winkelgebied in Oosterwolde wordt breed gedragen. Betrokkenen willen zich daar ook voor inzetten. Wel is duidelijk dat het oorspronkelijke streven naar een compact winkelgebied, geconcentreerd in en rond de Stationsstraat, beladen is en beter kan worden losgelaten. In plaats daarvan wordt het gebied vanaf de nieuw te bouwen Lidl tot en met de Poiesz als het winkelgebied van Oosterwolde beschouwd. Het woord 'compact' wordt vervangen door het woord 'complementair'. Dat sluit beter aan bij de heersende opvatting dat de drie aaneengesloten winkelgebieden, juist door hun onderlinge verscheidenheid aan winkels, inrichting en sfeer, samen het gehele winkelgebied van Oosterwolde versterken. Het versterkt ook het gevoel van ondernemers en eigenaren uit de Brinkstraat en 't Oost dat zij niet enkel meebetalen aan, maar ook mee profiteren van het bestaande ondernemersfonds en het effent de weg om te komen tot een constructieve samenwerking tussen de ondernemers onderling.

De hoge leegstand en het grote aantal m2 winkelvloeroppervlak zijn uitgangspunt om niet in te zetten op verdere uitbreiding van m2, maar te werken aan een duurzame balans tussen het winkelvloeroppervlak en de omvang van het verzorgingsgebied van Oosterwolde en omgeving. Inkrimpen van het winkelvloeroppervlak en het bestrijden van leegstand zal primair door de markt zelf moeten worden opgepakt.

Gemiddeld winkelvloeroppervlak per 1.000 inwoners in Oosterwolde



Bron: Locatus Online, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering – Koopstromenonderzoek provincie Fryslân 2017

### 1.3. Organisatie

Om tot een voortvarende aanpak te komen en de continuïteit voor de toekomst te borgen zal, als vervanger van de Stuurgroep Winkelgebied Oosterwolde (WO), het Centrum Management Oosterwolde (CMO) worden opgericht. Dit sluit aan bij de aanbevelingen van het 'DNWS-in-actie-traject' om de samenwerking met de vastgoedsector te intensiveren, een centrummanagementorganisatie op te richten en een centrummanager aan te stellen. Deze persoon zal telkens tijdelijk worden aangetrokken en projectmatig worden ingezet. Een en ander afhankelijk van de op dat moment benodigde kennis en expertise, bijvoorbeeld op het vlak van vastgoed en bestrijding van leegstand of marketing en promotie. Het CMO kan plannen initiëren en organiseren en met inschakeling van werkgroepen en met ondersteuning van de centrummanager projecten en activiteiten laten uitvoeren en faciliteren. Het huidige ondernemersfonds, gebaseerd op reclamebelasting, wordt vervangen door een BIZ. In samenhang met het CMO zal de Stichting Bedrijven InversteringsZone Oosterwolde worden opgericht die het beheer zal voeren over de BizOosterwolde. Hiermee worden geldstromen ontvlecht en kan onafhankelijk en transparant worden gewerkt.



## 2. WAAR GAAT DAT PLAATSVINDEN

Het BIZ-gebied loopt van de Poiesz tot en met de nog te bouwen nieuwe Lidl. Binnen dit gebied is sprake van een hoge concentratie van publieksgerichte voorzieningen met een sterke onderlinge wisselwerking.

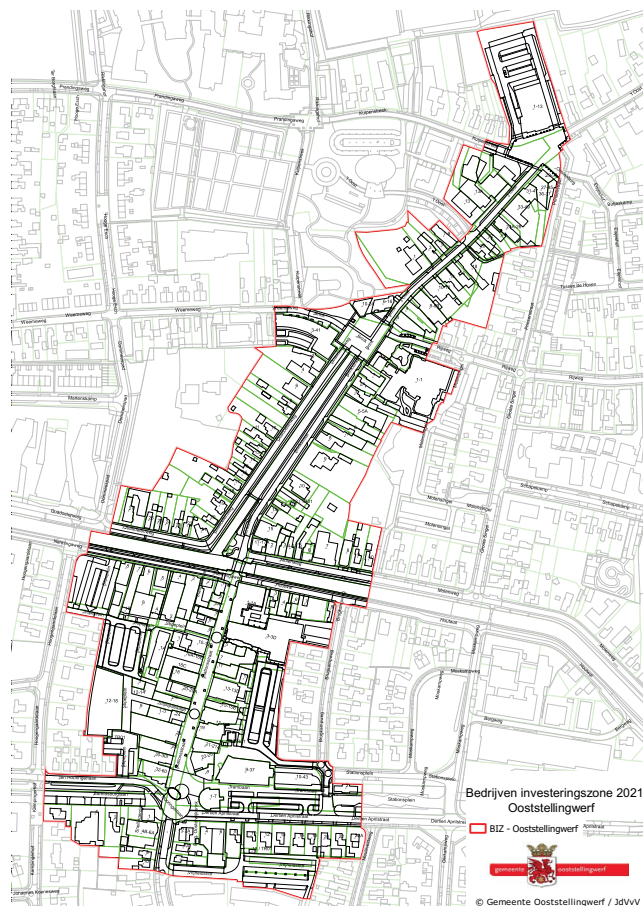
Het gebied omvat de volgende straten:

- 't Oost 1 t/m 15 oneven en 2 t/m 26 even
- Brink 1 t/m 41 oneven en 2 t/m 24 even
- Brinkstraat
- Quadoelenweg tot aan Domineepad 3 t/m 27
- Nanningaweg tot aan Hoogengaardelaan 1 t/m 8
- Molenweg tot pad Molensingel 2 t/m 10
- Houtwal tot Brugkampweg 3 t/m 8
- Stationsstraat
- Stationsplein 2
- Trambaan
- Dertien Aprilstraat tot Meuleveldweg 2 t/m 22a even
- Snellingerdijk tot Vrijheidshof 1 en 1A oneven en 4 t/m 10 even
- Bareldsburglaan tot Kampingerhof 1 t/m 7
- Stipeplein
- Stipepassage
- Oostenburg

Te zijner tijd komt daar de Burg. Oosterwijkbrink nog bij, waaraan de nieuwe Lidl zal worden gebouwd.

In totaal bevinden zich 113 heffingsobjecten (woningen niet meegerekend) in het BIZ-gebied. Van zowel eigenaren als gebruikers (ondernemers) van de objecten wordt jaarlijks een BIZ-bijdrage geheven. Dat betekent dat vastgoedeigenaren, die tevens gebruiker (ondernemer) zijn, tweemaal worden aangeslagen, aangezien zij ook vanuit beide posities voordelen ondervinden.

### Kaartje Bedrijven Investerings Zone Oosterwolde 2021.



## 3. MET WELKE AMBITIES, ACCENTEN EN DOELSTELLINGEN

De activiteiten die met ondersteuning uit de BizO worden verricht, moeten binnen het kader van de wetgeving vallen en zijn te alle tijden complementair aan de activiteiten die de gemeente reeds uitvoert in het betrokken gebied. Dit wil zeggen, dat de BIZ-activiteiten nooit de activiteiten van de gemeente zullen vervangen.

De doelstelling en activiteiten zijn gebaseerd op het rapport 'Samenwerken aan een prachtig en krachtig Winkelgebied van Oosterwolde'. Het rapport is als bijlage 1 bijgevoegd.

### 3.1. Ambities

Centrale ambitie is het vergroten van de economische vitaliteit en de aantrekkingskracht van het winkelgebied Oosterwolde, door middel van een sterke, structurele samenwerking tussen vastgoedeigenaren, ondernemers (gebruikers) en gemeente. De samenwerking streeft naar een bruisend winkelgebied met een onderscheidend winkel- en horeca-aanbod, gezellig, gastvrij en goed bereikbaar, waar de veeleisende, moderne consument graag komt. Dat moet resulteren in meer bezoekers, die langer blijven, meer besteden en in eerste aanleg afkomstig zijn uit de regio Oosterwolde.

### 3.2. Accenten voor vastgoedeigenaren en ondernemers

Hoewel door ondernemers, eigenaren en de gemeente Ooststellingwerf dezelfde ambities en doelstellingen worden nagestreefd, zijn er wel accentverschillen. Zo zal het vizier van de georganiseerde ondernemers (OP) zich vooral richten op marketing en promotie en het ondersteunen van evenementen en initiatieven ter verhoging van de sfeer en aankleding van het winkelgebied. De focus van eigenaren (VVWO) ligt meer op thema's en activiteiten die een direct of indirect effect hebben op meer rendement op het vastgoed, zoals bereikbaarheids- en parkeervraagstukken, actieve acquisitie en de aanpak van leegstand. De rol van de gemeente zal zich vooral moeten richten op het faciliteren van initiatieven in de openbare ruimte en het vaststellen van beleidskaders, zoals een detailhandelstructuurvisie. In de BizO-begroting voor het jaar 2021 op pagina 13 komt dit ook tot uitdrukking.

## 3.3 Doelstellingen

### 3.3.1. Algemene doelstelling:

Het gezamenlijk, als ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente, realiseren van de missie voor het winkelgebied Oosterwolde, i.c. "Samenwerken aan een prachtig en krachtig winkelgebied van Oosterwolde, met oog voor kwaliteit, aandacht en service. Gericht op een attractief verblijfsklimaat voor bewoners, ondernemers en bezoekers uit de regio rondom Oosterwolde. Een winkelhart waar eenieder zich thuis voelt met als resultaat meer bezoekers die langer verblijven en meer besteden".

### 3.3.2. Samenwerkingsdoelstellingen:

- Een sterke, effectieve samenwerkingsvorm waarin vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente op basis van gelijkwaardigheid samenwerken aan een gemeenschappelijke visie, strategie en uitvoeringsprogramma voor het winkelgebied Oosterwolde. 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).
- 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.
- Structurele gesprekspartner voor gemeente, regio en provincie met als doel een sterkere lobby te kunnen voeren voor thema's en het ophalen van funding die in het belang zijn van de economische vitaliteit van het winkelgebied Oosterwolde. Denk aan thema's en funding gericht op bereikbaarheid, parkeren en upgradering van het winkelgebied.

### 3.3.3. Inhoudelijke doelstellingen:

- Het toekomstbestendig maken van het winkelgebied Oosterwolde door het versterken van het aanbod, het terugdringen van leegstand en profileren van winkelstraten met aandacht voor de functies voor winkelen, horeca, werken en wonen.
- Het verbeteren van de bereikbaarheid van het winkelgebied Oosterwolde en de vindbaarheid van functies in het centrum door het versterken van de routing en het parkeer- en fietsbeleid bezoekersvriendelijk maken.
- De aantrekkelijkheid van het winkelgebied Oosterwolde bevorderen door te investeren in aankleding, uitstraling en sfeer.
- Het ontwikkelen, coördineren en uitvoeren van een marketing- en promotiestrategie richting potentiële bezoekers en bedrijven, waarin het merk van het winkelgebied Oosterwolde (boven-) regionaal eenduidig en sterker geprofileerd wordt, zowel on- als offline.
- Het kwalitatief versterken van bestaande succesvolle evenementen, het ontwikkelen van nieuwe kansrijke, kleinschalige en middelgrote evenementen, gekoppeld aan een centraal beheer dat zorgt voor een betere spreiding, afstemming en eenduidige marketing en promotie van de evenementenkalender.
- Het verder verhogen van gastvrijheid in winkels en horecagelegenheid door een 'mystery guest-project' en het bevorderen van veiligheid door een traject Keurmerk Veilig Ondernemen te starten. Daarmee wordt ingespeeld op de behoefte van de bezoeker om in een winkelgebied te vertoeven waar schoon, heel, veilig en gastvrijheid hoog in het vaandel staan.





## 4. WIE GAAN ER AAN BIJDRAGEN

### 4.1 Heffingsplichtigen zijn:

Conform de Wet op de BIZ zijn er drie keuzemogelijkheden ten aanzien van wie wordt aangewezen als bijdrageplichtig:

- a. Eigenaren (peildatum van eigendom van onroerende zaak is begin van het kalenderjaar)
- b. Gebruikers (peildatum van gebruik van onroerende zaak is begin van het kalenderjaar)
- c. Eigenaren en gebruikers

Daarbij biedt de wet de mogelijkheid om ten aanzien van de keuzen b. en c, de eigenaar als bijdrageplichtig aan te merken, wanneer er op de peildatum geen gebruiker bekend is.

De BizOosterwolde gaat dus gelden voor eigenaren én gebruikers binnen het winkelgebied (zoals geformuleerd in hoofdstuk 2) actief in een onroerende zaak, gekarakteriseerd als niet-woning. Dit kan op de begane grond zijn of op een verdieping. Rechtvaardiging hiervoor is dat naast een verschil er ook sprake is van een combinatie van belangen. De gebruiker is gebaat bij een florerend winkelgebied en de eigenaar draagt met zijn bijdrage bij aan het 'beschermen' van zijn investering. Het betekent eveneens dat de eigenaar die tevens gebruiker is tweemaal zal worden aangeslagen, i.c. dat deze zowel voor het eigenarendeel als voor het gebruikersdeel een heffing moet betalen. Mogelijk zullen eigenaren die geen gebruiker zijn overwegen om de BizO-heffing om te slaan in de huurprijs. Mocht dat het geval zijn, dan kan dit niet tussentijds, maar pas vanaf verlenging van het huurcontract.

### 4.2 Uitsluitingen:

In bijlage 2 staan de objecten vermeld die op grond van de wet niet bijdrageplichtig zijn. Daarnaast worden de onderstaande onroerende zaken binnen het werkgebied niet belast:

- a. onroerende zaken voor zover die bestemd en in gebruik zijn voor de publieke dienst van de gemeente;
- b. straatmeubilair, waaronder begrepen alle zodanige gebouwde eigendommen - niet zijnde gebouwen - welke zijn geplaatst voor het belang van het publiek, ten dienste van het verkeer of ter verfraaiing van de gemeente, zoals lichtmasten, verkeersinstallaties, standbeelden, monumenten, fonteinen, banken,abri's, hekken en palen;
- c. plantsoenen, parken en waterpartijen, die bij de gemeente in beheer zijn of waarvan de gemeente het genot heeft krachtens eigendom, bezit of beperkt recht, met uitzondering van delen van zodanige onroerende zaken die dienen als woning;
- d. begraafplaatsen, urnentuinen en crematoria, met uitzondering van delen van zodanige onroerende zaken die dienen als woning;
- e. onroerende zaken voor zover die bestemd en in gebruik zijn voor het geven van onderwijs;
- f. onroerende zaken die worden beheerd door een vereniging of stichting die geen onderneming drijft, voor zover die objecten bestemd en in gebruik zijn voor het geven van onderwijs, voor club- en buurthuiswerk, voor de beoefening van sport, kunst of cultuur, of voor andere activiteiten van sociale of culturele aard;
- g. onroerende zaken voor zover die bestemd en in gebruik zijn voor de publieke dienst ter zake van brandweezorg, rampenbeheersing, crisisbeheersing en de handhaving van de openbare orde en veiligheid.

### 4.3 Vrijwillige bijdragers/ deelnemers:

De onroerende zaken die als hoofdzaak wonen als doel hebben, zijn uitgesloten van BIZ-heffingen.

Ondernemers of pandeigenaren die buiten de BizO vallen (maar wel in het gebied actief zijn), worden uitgenodigd en gestimuleerd om via een vrijwillige bijdrage te participeren (zij krijgen dus geen aanslag van de Gemeente Ooststellingwerf).

### 4.4 Aantal:

Per 1 januari 2020 telt het winkelgebied/Bedrijfsinvesteringszone (BIZ) Oosterwolde 113 heffingsplichtigen.

## 5. HOEVEEL WORDT ER GEVRAAGD

De BizOosterwolde zal werken volgens het differentiatiemodel, dat betekent een vast bedrag per WOZ-klasse. Om een keuze mogelijk te maken zijn bij het opstellen van het plan twee modellen ter discussie gebracht, waarin verschillende tariefschijven en tarieven werden gehanteerd. Het model Opsterland was gebaseerd op de tariefschijven en tarieven zoals die in omliggende gemeenten van Ooststellingwerf worden gehanteerd. Het model Deventer wordt gebruikt in Deventer en is bewerkt naar de situatie in Oosterwolde. De indeling per WOZ-klasse week af van die van Opsterland en de tarieven lagen ook lager. De opbrengst viel dan ook lager uit dan bij het model Opsterland. Beide modellen zijn uitvoering besproken en elk op hun eigen merites beoordeeld. In hoofdstuk 9 wordt nader ingegaan op het proces dat is gevolgd bij het opstellen van het plan. Daarin staat ook verwoord op welke wijze de heffingsplichtigen zijn gehoord en wat met de uitkomsten daarvan is gebeurd.

Alles overziend en rekening houdend met de uitkomst van de proefpeilingen is gekozen voor een mix van de twee genoemde modellen uitmondend in de methode Oosterwolde, zoals hieronder weergegeven. Het vinden van balans tussen ambitie en draagkracht is daarbij van doorslaggevend belang geweest.

### Methode Oosterwolde

Methode Oosterwolde					
Tariefschijf	Aantal	Tarief	Opbrengst BIZ-E	leegstand	Gederfde opbrengst per schijf bij leegstand
0 - 100.000	24	€ 150,00	€ 3.600,00		
>100.000-200.000	51	€ 250,00	€ 12.750,00		
>200.000-300.000	18	€ 375,00	€ 6.750,00		
>300.000-400.000	8	€ 500,00	€ 4.000,00		
>400.000-500.000	5	€ 600,00	€ 3.000,00		
>500.000	7	€ 750,00	€ 5.250,00		
<b>Totaal</b>	<b>113</b>		<b>€ 35.350,00</b>		
Tariefschijf	Aantal	Tarief	Opbrengst BIZ-G		
0- 100.000	25	€ 150,00	€ 3.750,00	2	€ 300,00
>100.000-200.000	54	€ 250,00	€ 13.500,00	8	€ 2.000,00
>200.000-300.000	17	€ 375,00	€ 6.375,00	3	€ 1.125,00
>300.000-400.000	5	€ 500,00	€ 2.500,00		
>400.000-500.000	5	€ 600,00	€ 3.000,00	1	€ 600,00
>500.000	7	€ 750,00	€ 5.250,00		
				<b>14</b>	<b>€ 4.025,00</b>
<b>Totaal</b>	<b>113</b>		<b>€ 34.375,00</b>		<b>€ 30.350,00</b>
		<b>Bijdrage</b>	<b>excl. Leegstand</b>	<b>incl. Leegstand</b>	
		Eigenaren	€ 35.350,00	€ 35.350,00	
		Gebruikers	€ 34.375,00	€ 30.350,00	
		<b>Opbrengst</b>	<b>69.725</b>	<b>65.700</b>	

## 6. HOE ZIET DE ORGANISATIE ERUIT EN HOE GAAT DIE WERKEN

### 6.1. Rechtsvorm

Ten behoeve van de BIZ wordt de Stichting Bedrijven Investeringszone Oosterwolde (BizO) opgericht door de initiatiefnemer Stuurgroep WO. Het stichtingsbestuur is verantwoordelijk voor het beheer van de BizO.

Verantwoording wordt afgelegd aan de gemeente en de heffingsplichtigen. De statuten van de BizO zijn desgevraagd in te zien.

### 6.2. De termijn

Een BIZ kan worden opgericht voor de termijn van maximaal 5 jaar. Gekozen wordt voor de maximale termijn (2021 t/m 2025). Na iedere termijn wordt bekeken of de termijn met 5 jaar verlengd kan worden, conform de wettelijke regels (artikel 3, Wet op de BIZ).

### 6.3. Bestuur

Het bestuur van de stichting BizO wordt gevormd door maximaal 3 personen, te weten 1 vertegenwoordiger uit de kring van de gebruikers, op voordracht van OP, 1 vertegenwoordiger uit de kring van de eigenaren, op voordracht van VVWO en een onafhankelijk voorzitter, op gezamenlijke voordracht van OP en VVWO.

Verder wordt een vertegenwoordiger namens de gemeente Ooststellingwerf als agendalid aan het bestuur toegevoegd. De Stuurgroep WO benoemt het bestuur conform de voordracht. Het agendalid wordt door de gemeente Ooststellingwerf aangesteld. Bij de oprichting van de stichting zal de Stuurgroep WO optreden als kwartiermaker. Het definitieve bestuur stelt, op aangeven van het CMO, de begrotingen vast en beheert de gelden op voor de periode van de BizO (2021 t/m 2025). Bij het aangaan van de BizO wordt volstaan met een uitgewerkte begroting 2021.

### 6.4. Werkwijze

De BizO zet zich gezamenlijk met het CMO onder meer in op marketing en promotie, het versterken van het ondernemersklimaat en het bestrijden van leegstand in het winkelgebied Oosterwolde met als uiteindelijk resultaat meer bezoekers die langer verblijven en meer besteden. Plannen daarvoor worden met een sluitende financiële opzet door OP of VVWO of door hen ingestelde werkgroepen ingediend bij het CMO. Die neemt de plannen na een materiële toetsing op in het jaarprogramma. Het jaarprogramma met begroting wordt daarna aangeboden aan het Stichtingsbestuur BizO. Na een formele toetsing draagt zij zorg voor uitbetaling van de benodigde gelden.

Het stichtingsbestuur zorgt samen met het CMO voor een goede communicatie over de activiteiten en belangenbehartiging via bijvoorbeeld:

- Digitale nieuwsbrieven
- Ondernemersbijeenkomsten: minimaal 2 maal per jaar
- Overlegstructuur met de gemeente
- Bijwonen bijeenkomsten van alle relevante organisaties en stakeholders
- Jaarverslag van het voorafgaande jaar
- Jaarplannen voor de komende jaren (2022 – 2025)



## 7. INKOMSTEN EN UITGAVEN

### 7.1. Inkomsten

- De door de gemeente uit te keren BizO subsidie bestaat uit de opbrengst van de heffing onder de heffingsplichtigen. De perceptiekosten worden op 5% gesteld. De BizO-subsidie is niet met Btw belast.
- In geval van leegstand op de peildatum wordt de eigenaar van de bedrijfsruimte belast. Zodra het pand weer verhuurd is, zal in het daaropvolgende jaar ook de nieuwe gebruiker worden belast.
- In geval van tussentijdse overdracht van het gebruik en/of het eigendom, dan wel het beëindigen en/of vervreemden daarvan, krijgt men geen geld terug van de BizO Stichting.

### 7.2. Uitgaven

- De uitgaven hebben betrekking op de in de BizO-begroting genoemde activiteiten. Daarnaast heeft de BizO te maken met interne kosten, zoals het secretariaat, bestuurskosten en andere onkosten.
- Het tempo van de uitgaven voor activiteiten is zo uitgespreid dat de uitgaven de inkomsten per jaar niet overtreffen en op het eind van de periode (afgezien van de buffer, zie volgende punt) op een saldo van nul eindigen.
- De begroting bevat een buffer van 5-7,5% van de totale kosten per jaar voor het opvangen van mogelijke gevolgen van toegekende bezwaar- en beroepszaken bij de gemeente en ter compensatie van gederfde inkomsten bij leegstand in het BizO gebied, i.c. het niet belasten van het gebruikersdeel aan de eigenaar/ eigenaren.

### 7.3. Overschotten

- Indien aan het eind van een subsidieperiode een deel van de op die periode betrekking hebbende BizO-subsidie niet is besteed, kan dat deel worden verschoven naar de volgende periode. Als er geen tweede BizO periode komt, zal de stichting het niet bestede bedrag, na aftrek van alle door de gemeente goedgekeurde kosten, naar rato terugbetalen aan de heffingsplichtigen die voor de laatste subsidieperiode de BizO-bijdrage hebben betaald.

### 7.4. Begroting 2021

In de volgende BizO begroting zijn de geraamde opbrengsten en uitgaven voor 2021 weergegeven.

Ter informatie zijn ook de opbrengsten en uitgaven in het kader van de Reclamebelasting 2020 zichtbaar gemaakt. Zoals in hoofdstukken 5 en 8 staat vermeld, is de hoogte van de tarieven die geheven zullen worden, bepaald door het vinden van een balans tussen ambitie en draagkracht. De opbrengst is daardoor niet toereikend om alle geplande activiteiten te realiseren die in de begroting 2021 vermeld staan. Met als gevolg dat enkele begrotingsposten naar beneden zijn bijgesteld of op nul zijn gezet. Het gaat dan om posten voor de centrummanager, leegstand, marketing, 'mysteryguest-project', de ondernemersscan/bedrijfsopvolging en de profileringscan, waarvoor nu minder geld of geen bedragen zijn begroot.

In het begrotingsoverzicht is ook een bijdrage voorzien van de gemeente. De hoogte daarvan komt overeen met de heffingsopbrengst van de eigenaren. Het is aan de raad van de gemeente Ooststellingwerf om daarover een besluit te nemen. Mocht dat besluit negatief uitpakken, dan zullen de ambities verder naar beneden moeten worden bijgesteld. Gelet op het belang dat ook de gemeente heeft bij een krachtig en prachtig winkelgebied Oosterwolde is het vertrouwen groot dat ook de gemeenteraad haar verantwoordelijkheid zal nemen en zal bijdragen aan een gezamenlijke inspanning voor Oosterwolde.

# Begroting BizO 2021

BIZ begroting 2021						
Inkomsten	Reclamebelasting 2020	PM	Ambities 2021	Gebruikers	Eigenaren	Opbrengst 2021
Biz Eigenaren	0		35.350		35.350	35.350
BizO Gebruikers	38.450		30.350	30.350		30.350
Gemeente	0		35.350			0
Overig						0
<b>Totaal</b>	<b>38.450</b>		<b>101.050</b>	<b>30.350</b>	<b>35.350</b>	<b>65.700</b>
Uitgaven						
Marketing & Promotie en Evenementen						
Jaarkalender/Evenementenprogramma	17.000		20.000	8.000	5.000	13.000
Marketing Oosterwolde	2.750		10.500	3.500	3.500	7.000
Social media	1.000		4.500	1.500	1.500	3.000
<b>subtotaal</b>	<b>20.750</b>		<b>35.000</b>			<b>23.000</b>
Sfeer en ruimtelijke kwaliteit						
Schouw			375	125	125	250
Sfeerverlichting c.a./aankleding/uitstraling	10.000		10500	3.500	3.500	7.000
Entree dorp			3000	1.000	1.000	2.000
Parkeren en parkeerroute		PM				0
Inrichting Sationstraat		PM				0
Opladen elektrische fietsen		PM				0
Passages zichtbaar maken		PM				0
Looproute		PM				0
Verbindingspunt landmark Brug		PM				0
Fietsenstalling busstation		PM				0
Bevorderen duurzaamheid		PM				0
Gevefonds upgraden uitstraling		PM				0
<b>subtotaal</b>	<b>10.000</b>		<b>13.875</b>			<b>9.250</b>
Ondernemerschap						
Ondernemerscan/bedrijfsopvolging			0	0		0
Kijkje in de keuken van			500	500		500
<b>subtotaal</b>	<b>0</b>		<b>500</b>			<b>500</b>
Gastvrijheid en veiligheid						
Mysteryguest project			0	0		0
Profileringsscan winkels			0	0		0
Keurmerk Veilig Ondernemen			2.250	750	750	1.500
WG Koplopers	4.100		5.000	5.000		5.000
<b>subtotaal</b>	<b>4.100</b>		<b>7.250</b>			<b>6.500</b>
WG Branchering en leegstand						
Inventariseren / straatprofiel			5.000		2.500	2.500
Leegstandbestrijding			7.500		5.000	5.000
<b>subtotaal</b>	<b>0</b>		<b>12.500</b>			<b>7.500</b>
Organisatie en administratie						
Administratie en accountantskosten	450		1.350	450	450	900
Centrummanager leegstand marketing ed.			21.075	2.275	8.275	10.550
Vergaderkosten			1.500	500	500	1.000
<b>subtotaal</b>	<b>450</b>		<b>23.925</b>			<b>12.450</b>
Overig						
Buffer 5 - 7,5 %	1.250		4.500	1.500	1.500	3.000
Perceptiekosten gemeente 1,4 - 5%	1.900		3.500	1.750	1.750	3.500
<b>subtotaal</b>	<b>3.150</b>		<b>8.000</b>			<b>6.500</b>
<b>Totaal</b>	<b>38.450</b>		<b>101.050</b>	<b>30.350</b>	<b>35.350</b>	<b>65.700</b>

## 8. WAAR WORDT OP INGEZET

### 8.1.2. Marketing, promotie en evenementen

Om het winkelgebied Oosterwolde nog beter op de kaart te zetten en daarmee de lokale, regionale- en toeristische bezoeker te verleiden, is het zaak om in te zetten op een structurele en actieve marketing en promotie. Dat moet gebaseerd zijn op een duidelijke marketingstrategie, uitgevoerd met een centrale regie en coördinatie en in samenwerking met de lokale VVV, de culturele sector, ondernemers en vastgoedeigenaren. Voor een succesvolle marketingstrategie is het van belang te kijken naar wat Oosterwolde haar eigen kleur geeft én tegelijkertijd onderscheidt van andere steden en dorpen in de regio. Dit moet vertaald worden in profielen, merkwaarden en een centrale boodschap, maar ook naar een on- en offline-promotiestrategie.

Inmiddels heeft een marketingbureau een begin gemaakt met dit proces en is een website ontwikkeld waarmee het winkelgebied Oosterwolde verder op de kaart zal worden gezet en gepromoot. Met een Payoff zal aan de uitingen van de BV Oosterwolde verder inhoud worden gegeven. De marketing- en promotiestrategie vormt de basis voor het uitwerken van een gecoördineerd evenementenprogramma. Daarbij ligt de focus om in samenspraak met relevante partijen een centrale regie te voeren op het evenementenaanbod, met oog voor spreiding, coördinatie en afstemming van de evenementen in het winkelgebied Oosterwolde over het gehele jaar.

Het evenementenprogramma wordt doorgelicht op bijdrage aan de centrale marketing- en promotiestrategie, i.c. zijn de evenementen ondersteunend hieraan, wordt er voldoende georganiseerd voor de beoogde doelgroepen en is er jaarrond sprake van een goede spreiding? Alleen evenementen die ondersteunend zijn aan de centrale marketing- en promotiestrategie en die een positieve bijdrage leveren aan de commerciële doelstellingen van de ondernemers in het winkelgebied Oosterwolde worden mogelijk financieel ondersteund met een bijdrage vanuit de BizO. Daarbij gaat de voorkeur uit naar kleinschalige en middelgrote evenementen, gekoppeld aan koop- en piekmomenten gedurende het jaar, zoals Pasen, Sinterklaas en Kerst. Tevens is er aandacht voor gezamenlijke culturele activiteiten en evenementen specifiek voor ouderen en jongeren.



### 8.1.3. Sfeer en ruimtelijke kwaliteit

Kenmerkende ruimtelijke elementen, zoals de Opsterlandse Compagnonsvaart, de groene achtergebieden, de historische bebouwing, de pleinen op de knooppunten en de doorgaande auto-, wandel-, fiets- en vaarroutes door en langs het winkelgebied zouden beter kunnen worden benut. Hiermee kan nog een slag worden gemaakt in het verhogen van de attractiviteit van de drie deelgebieden. Denk daarbij aan vergroening, aankleding en verlichting. Investeren in de toegangsroutes naar en de uitstraling van het winkelgebied door het opknappen van winkelpuien vormen belangrijke aandachtspunten. Aan de hand van straatprofielen op deelgebiedsniveau kan niet alleen bijpassende bedrijvigheid worden aangetrokken, maar kan ook worden gewerkt aan herkenbare entrees en het verbeteren van schakelpunten, zodat die zorgen voor een markante uitstraling of een leuke twist in het winkelgebied. Hierbij kan gedacht worden aan het aanbrengen van bloembollen en planten in bermen, bloembakken, kunst bij het gemeentebord en rotondes.

Ook het opschonen en schoon, heel en veilig houden van de straten (containers, fietsen etc.) helpt hierbij.

Door jaarlijks, met ondernemers, eigenaren, bezoekers, bewoners, politie en gemeenteambtenaren, een schouw uit te voeren naar de fysieke de stand van zaken van de openbare ruimte in het betrokken gebied, kan zicht worden gehouden op de ontwikkelingen. Tevens kan dan in de praktijk gekeken worden naar praktische knelpunten die door betrokkenen worden ervaren, zoals bijvoorbeeld de toegankelijkheid voor ouderen, minder validen en de inrichting van de Stationsstraat in samenhang met het autoverkeer.

In het huidige winkelgebied is de groenbeleving bescheiden. Een extra slag hierin kan ervoor zorgen dat de uitstraling en beleving door de bezoekers aanzienlijk wordt verbeterd. Bijkomend voordeel is dat een betere afwatering (bij zware regenval), zorgt voor beperking van hittestress (bij warm weer) en de luchtkwaliteit, maar ook bijdraagt aan de biodiversiteit in het dorp. Investeren in bijvoorbeeld groene gevels of geveltuinen, maar ook groene daken, groene bogen en het vergroenen van pleinen en entrees levert snel zichtbare resultaten. Pleinen en passages zouden hierbij extra aandacht kunnen krijgen, waarbij het openstellen van tuinen een extra bijdrage kan leveren aan de beleving in het winkelgebied. Ook het integreren van water zal een sterke impuls geven.

Denk daarbij aan het aanleggen van waterspeelplekken of watertappunten in het winkelgebied. Het Wykje, dat er nu vervallen bijligt, kan in ere worden hersteld en weer de trots van Oosterwolde worden. Dat kan door het uit te baggeren, op te schonen, bootjes weer toe te laten en door het bestaande beeldje toonbaar te maken en de fontein weer te laten werken. Met Sinterklaas en de Kerst kan 't Wykje in het licht worden gezet. Verder kunnen bootjes weer aanmeren door een talud aan te brengen langs de Quadoelenweg, Molenweg en Brinkstraat. Het omliggend gebied, vanaf Hotel De Zon – De Balkan aan de Houtwal – Molenweg Pizzeria Venetia – Brinkstraat, kan zich dan ontwikkelen tot een ontmoetingsplek met horeca en terrassen. De brug over de Compagnonsvaart kan dan HET verbindingspunt en HET middelpunt van Oosterwolde worden, zichtbaar gemaakt door de brug als 'Landmark' en daarmee als blikvanger met verlichting in beeld te brengen. De brug markeert de verbinding tussen mensen, activiteiten, winkels bedrijven, kerken, horeca, sporthal, sportvelden, zwembad, etc. Kansrijke onderdelen uit de Gebiedsvisie Oude Dorp, die passen binnen de nieuwe visie en missie voor het Winkelgebied Oosterwolde, kunnen daarbij verder worden uitgewerkt.



#### 8.1.4. Ondernemerschap

In de huidige tijd volgen de ontwikkelingen zich in rap tempo op. E-commerce, marketing, bedrijfsopvolging en het coronavirus zijn uitdagingen waar elke ondernemer mee te maken heeft. Bevordering van de deskundigheid van de in het winkelgebied gevestigde ondernemingen en werknemers op het gebied van ondernemerschap, innovatie, strategie en bedrijfsvoering is dan ook van groot belang. Met behulp van een ondernemersscan en het organiseren van bijeenkomsten over ondernemerszaken kan de behoefte aan ondersteuning worden geïnventariseerd en kunnen met externen deskundige opleidings-, begeleidings- of adviestraject worden aangeboden. In sommige gevallen ligt de kennis echter om de hoek, bijvoorbeeld bij collega-ondernemers. Door een kijkje te nemen 'in de keuken' van een collega of een excursie te organiseren naar een stad of een vergelijkbare kern kan inspiratie worden opgedaan en nieuwe inzichten worden verkregen en kunnen nieuwe initiatieven worden opgezet. Tevens wordt daarmee de onderlinge band aangehaald en samenwerking versterkt.

#### 8.1.5. Gastvrijheid en veiligheid

De moderne consument wordt steeds kieskeuriger en hecht in toenemende mate waarde aan persoonlijke aandacht en service, met andere woorden aan goed gastheerschap en gastvrijheid. Het is daarom nodig voortdurend te werken aan de deskundigheid van ondernemers en hun werknemers op het gebied van presentatie en gastheerschap. Met ondersteuning van externe deskundigen wordt een 'mystery guest-project' en een profileringscan opgezet met als doel te achterhalen wat bezoekers van Oosterwolde vinden. Hoe zij hun customer journey ervaren, waar het goed gaat en waar het beter kan? Het project houdt een spiegel voor en meet de beleving van de consument en maakt helder waar werk aan de winkel is en hoe medewerkers het verschil kunnen maken. Hoe ze nét dat stapje extra kunnen doen zodat de klanten ook klanten blijven.

Met deze inzichten kan een traject worden opgezet om verbeteringen door te voeren en daarmee de uitstraling van de winkels verder te versterken. Soms zijn kleine aanpassingen voldoende, soms is er meer nodig en kan een trainingsprogramma voor Hospitality worden opgesteld. Veiligheid is ook een thema dat aandacht verdient. Daar waren andere steden en kernen dat wel hebben heeft Oosterwolde nog geen ster behaald in het kader van het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO). Het starten van een traject KVO leidt niet alleen toch een veiliger gevoel bij klanten, medewerkers en ondernemers, maar laat ook zien dat samenwerken loont. Hoe dan ook is het zaak oog te houden voor nieuwe ontwikkelingen en trends. De reeds bestaande Werkgroep Koplopers leent zich daar goed voor. Die kan monitoren en signaleren en nieuwe initiatieven opzetten die naderhand breed kunnen worden uitgezet. Met deze aanpak zal de onderlinge samenwerking en binding in kracht toenemen en wordt uitvoering gegeven aan de missie om samen te werken aan een prachtig en krachtig winkelgebied van Oosterwolde.



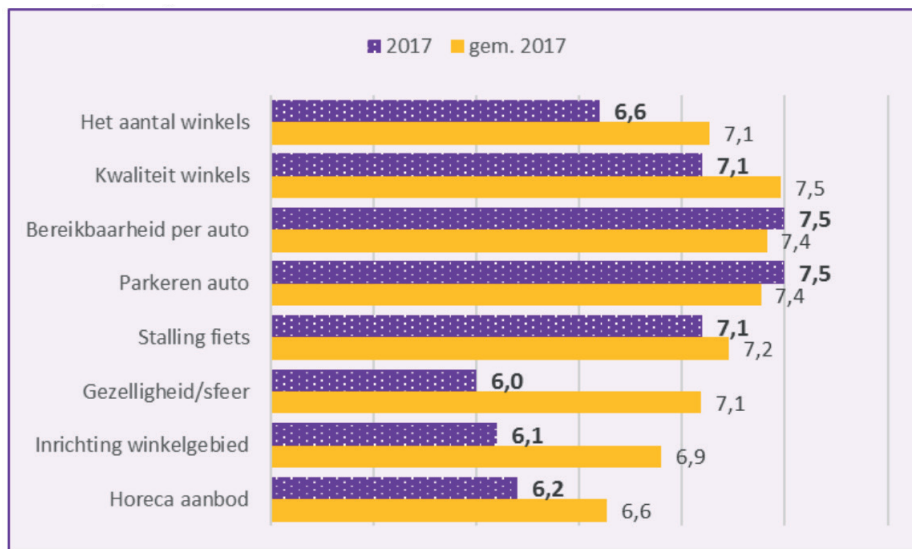
### 8.1.6 Banchering en leegstand

Uit cijfers uit het Provinciaal Koopstromenonderzoek 2017 bleek dat Oosterwolde ruim in haar jasje zit voor wat betreft het m2 winkelvloeroppervlak. Ook recente cijfers melden dat de leegstand in Oosterwolde met 7,5% hoger is dan het landelijk en Fries gemiddelde met respectievelijk 6,8% en 6,5%. Gestreefd wordt naar een toekomstbestendig winkelgebied met een duurzame balans tussen het winkelvloeroppervlak en de omvang van het verzorgingsgebied van Oosterwolde en omgeving. Om te kunnen sturen én om ongewenste ontwikkelingen te voorkomen is op termijn een ruimtelijk kader wenselijk. In aanloop daarop zal met het nog op te stellen acquisitieplan worden gewerkt. Daarmee kan richting de markt kenbaar worden gemaakt dat het winkelgebied van Oosterwolde een goede plek is om te ondernemen en waar de randvoorwaarden (zoals bereikbaarheid en parkeren, aanbod, passantenaantallen) op orde zijn of worden gebracht.

Voor de aantrekkingskracht van het winkelgebied/centrum in zijn totaliteit is het tevens van belang dat het aanbod voldoet aan de consumentenwensen. Zo blijkt dat het aanbod aan kleding, mode, schoenen, speciaalzaken en horeca in Oosterwolde bijvoorbeeld achterblijft ten opzichte van referentiedorpen. Wanneer belangrijke branches of formules ondervertegenwoordigd zijn of ontbreken, dan heeft dit gevolgen voor de totale aantrekkingskracht. Dit geldt ook voor het negatieve effect van leegstand. Een pand dat leeg staat, is van invloed op het functioneren en de waarde van naastgelegen panden. Daarom moet ook worden ingezet op aanbodversterking, leegstandsbestrijding en het versterken van de weerbaarheid van het winkelgebied. Dat kan door een divers aanbod te waarborgen, een goede balans te bewaken tussen zelfstandige ondernemers en filiaalbedrijven en zo de leegstand terug te dringen. Om dit te bereiken wordt in het kader van centrummanagement Oosterwolde een professionele winkel-/centrummanager aangetrokken met kennis van zaken en contacten op regionaal- en landelijk niveau. Deze zal met de VVWO de leegstand in kaart brengen op basis van locatie, eigendom, duur leegstand, kansen en mogelijkheden. Daarbij zal ook gekeken worden naar de rol die lokale investeerders en pandeigenaren kunnen spelen om de leegstand

en de hoge huurprijzen te lijf te gaan. Om de regionale positie van het winkelgebied te versterken, zullen aansluitend per deelgebied functie- en brancheprofielen worden uitgewerkt en wordt een acquisitieplan opgesteld als basis voor het aantrekken van kansrijke 'new business'. Zo wordt ingespeeld op de onderscheidende kwaliteiten per straat en ontstaat een complementair winkelgebied. Gelijktijdig worden met cultuurorganisaties en het onderwijs initiatieven ontwikkeld om, bijvoorbeeld met etalageplannen, tijdelijke leegstand te maskeren.

Waardering winkelgebied Oosterwolde 2017



Bron: Broekhuis Rijs Advisering - Koopstromenonderzoek provincie Fryslân 2017

### 8.1.7 Organisatie en administratie

Een van de adviezen uit het DNWS-in-actie-traject was om de kwaliteit van de samenwerking verder te versterken en het centrum via een centrummanagementorganisatie aan te sturen. Bij de ondernemers en vastgoedeigenaren bestaat een breed draagvlak om de huidige Stuurgoep WO om te vormen in het CMO.

De bezetting daarvan zal bestaan uit twee leden namens OP, twee leden namens de VVWO en een lid (bij voorkeur de portefeuille houdend wethouder) namens de gemeente Ooststellingwerf. Als voorzitter fungeert een onafhankelijk persoon met kennis van zaken en draagvlak bij betrokken partijen en hun achterban.

De leden van CMO beschikken over een mandaat uit hun achterban om de ambitie, doelstellingen en de lange- en korte termijnstrategie voor het centrum te bepalen en te vertalen in een meerjarenprogramma en een jaarprogramma, inclusief begroting (dekking van de kosten). Tevens stuurt het CMO de centrummanager aan en bewaken ze de voortgang van de werkzaamheden en zien ze toe op een integrale uitvoering. Via de leden legt het CMO verantwoording af aan hun achterban over inkomsten/uitgaven, de activiteiten en de wijze waarop is toegezien op het nakomen van de afspraken. Met het oog op het ontvlechten van geldstromen, het bevorderen van de onafhankelijkheid en transparantie wordt in samenhang met het CMO voor de BizO een zelfstandige organisatie opgericht. Het bestuur daarvan zal bestaan uit een lid, namens Oosterwolde Promotion, een lid namens de VVWO, een agendalid aangesteld door het gemeentebestuur en een onafhankelijk voorzitter. Het bestuur voert het beheer en de uitvoering van het fonds, treedt daarbij op als kassier en toezichthouder.



### 8.1.8. Meetinstrumenten

De activiteiten die vanuit de BizO worden ondersteund moeten bijdragen aan het samenwerken aan een prachtig en krachtig winkelgebied van Oosterwolde, met oog voor kwaliteit, aandacht en service en resulteren in een attractief verblijfsklimaat voor bewoners, ondernemers en bezoekers uit de regio rondom Oosterwolde. Een winkelhart waar eenieder zich thuis voelt met als resultaat meer bezoekers die langer verblijven en meer besteden.

Gedurende de looptijd van de BizO zal voortdurend gemonitord worden of de activiteiten in voldoende mate bijdrage aan het gewenste resultaat. In de jaarlijkse verslaglegging zal hierover ook gerapporteerd worden. Hiervoor wordt een set meetinstrumenten (KPI's: Kritisch Prestatie Indicatoren) ontwikkeld dat zich onder meer richt op leegstandcijfers, koopkrachtcijfers, consumentenwaardering, bezoekersaantallen (online en fysiek) en zo mogelijk omzetgegevens. Het Koopstromenonderzoek Provincie Fryslân (april 2017) en het Rapport Winkelleegstand in de drie noordelijke provincies (augustus 2018) kunnen worden gebruikt voor de O-meeting en het bepalen van streefgetallen.

## 9. WAT WORDT ER VAN GEVONDEN

Gedurende de totstandkoming van het Biznessplan BizO is terdege rekening gehouden met de inbreng van heffingsplichtigen. Zo bestond de Werkgroep BizO, die het biznessplan op verzoek van de Stuurgroep WO heeft opgesteld, uit vertegenwoordigers van alle betrokken geldingen.

### 9.1 Werkgroep BizO

• Henkjan van Zanten	ondernemers	Voorzitter OP
• Thomas Hof	vastgoedeigenaren	Voorzitter VVWO
• Lucie Vervat	gemeente	OWO/BVI Belastingen
• Nick Bruins	gemeente	sr. Adviseur EZ & Bedrijvencontactfunctionaris
• Klaas G. van den Berg	Mei Klaas	Procesbegeleider

De werkgroep heeft in totaal zes keer vergaderd. Na 5 juni 2020 hebben Louise Ypma en Mirjam de Poel, namens VVWO, ook een aantal malen aan de vergaderingen van de werkgroep deelgenomen. Vanwege de Coronacrisis gebeurde dat voor het merendeel via Zoom.

### 9.2 Werksessie BizO

Vanwege de RIVM-maatregelen rond de Coronacrisis was het helaas niet mogelijk om de achterban met informatiebijeenkomsten actief bij het opstellen van het biznessplan te betrekken. Mede om die reden is op 5 juni 2020 in Hotel De Zon een werksessie georganiseerd, waaraan naast de leden van de werkgroep ook een aantal bestuursleden van OP en VVWO hebben deelgenomen, t.w. Anita Boel en Maarten Vink van OP en Louise Ypma en Mirjam de Poel van VVWO. Tijdens deze werksessie is onder meer gesproken over de gebiedsafbakening, de heffingsplichtigen, de tariefstelling en de plannen voor besteding. In verlengde hiervan heeft nog vervolgoverleg plaatsgevonden tussen de besturen van OP en VVWO. De uitkomsten daarvan zijn in het plan verwerkt.

### 9.3 Openbare bijeenkomst

Gelukkig was het, rekening houdend met de maatregelen van het RIVM, wel mogelijk om op woensdagavond 1 juli 2020 in Het Anker in Oosterwolde een openbare bijeenkomst te houden voor alle heffingsplichtigen uit het betrokken gebied. Naast de leden van OP en VVWO zijn, voor zover bij OP en VVWO bekend, ook niet-georganiseerde heffingsplichtigen actief uitgenodigd. Vooraf kreeg iedereen de beschikking over het concept-Biznessplan BizO. Via de media is ook aandacht besteed aan de bijeenkomst. Tijdens de bijeenkomst hebben de voorzitters van OP en VVWO kort verslag gedaan van de werkzaamheden van werkgroep en werd het nieuwe beeldmerk Winkelhart Oosterwolde onthuld. Aansluitend kon Klaas G. van den Berg, als procesbegeleider, de inhoud van het plan presenteren, de twee heffingsmodellen (Opsterland en Deventer) toelichten en vragen beantwoorden. Daarna volgde een mondelinge peiling onder de aanwezigen. Daaruit bleek dat onder de twintig aanwezigen brede waardering voor het plan bestond. Over de tariefstelling werd evenwel verschillend gedacht. Hoewel de variant Opsterland veel bijval kreeg van de gebruikers bestond bij de eigenaren meer sympathie voor de variant Deventer. Van de bijeenkomst is verslag gemaakt en een presentielijst opgesteld.

### 9.4 Schriftelijke ronde

De uitkomsten van de proefpeiling zijn nadien door de werkgroep en de Stuurgroep OP besproken wat heeft geresulteerd in een extra peiling die begin augustus 2020 schriftelijk heeft plaatsvonden. In dat kader zijn formulieren gezonden aan alle bij OP en VVWO bekende gebruikers en eigenaren. Deze zijn naderhand voor zover mogelijk weer persoonlijk opgehaald of er is na gebeld. In totaal zijn er door OP 70 formulieren uitgezet. Van de 49 formulieren die door OP zijn opgehaald, waren 30 gebruikers voor de variant Opsterland en 16 voor de variant Deventer. Naast 1 onthouding gaven 2 personen aan tegen de BizO te zijn. Van de 63 formulieren die door VVWO zijn uitgezet hebben 17 eigenaren hun formulier geretourneerd. Een groot deel heeft ondanks nabellen echter niet gereageerd. Dit is overigens niet ongebruikelijk bij dit soort processen en is deels ook te verklaren uit het feit dat het vaak gaat om vastgoedeigenaren die letterlijk en figuurlijk op grotere afstand staan van Oosterwolde en zich minder betrokken voelen bij het wel en wee van het dorp. Uit de schriftelijk en mondeling ontvangen reacties kon wel worden opgemaakt dat lokalen eigenaren daarentegen overwegend positief zijn over het invoeren van de BizO en in meerderheid kiezen voor het model Deventer.

## 9.5 Uitkomst

Alles overziend en rekening houdend met de uitkomst van de proefpeilingen is, zoals weergegeven in hoofdstuk 5, gekozen voor een mix van eerdergenoemde modellen, uitmondend in de methode Oosterwolde. Het vinden van balans tussen ambitie en draagkracht is daarbij van doorslaggevend belang geweest.

De ambities om Oosterwolde toekomstbestendig te maken zijn groot. Dat komt ook tot uitdrukking in hoofdstuk 8 waarin wordt beschreven waarop wordt ingezet. De financiële middelen die daarvoor nodig zijn moeten echter wel door heffingsplichtigen worden opgebracht, in een tijd waarin velen te kampen hebben met onzekerheden. Het draagvlak om met behulp van een BizO in Oosterwolde te investeren is breed aanwezig.

De draagkracht is evenwel nog niet toereikend om de ambities in een kort tijdsbestek te realiseren. Er zal in de komende jaren dan ook gefaseerd moeten worden gewerkt. Mocht de economie weer aantrekken dan kan alsdan worden overwogen om de heffingen te verhogen. Met de opbrengst van de methode Oosterwolde kan nu een stevige aanzet worden gemaakt om verder te werken aan een bloeiende toekomst van Oosterwolde.



Henkjan van Zanten, voorzitter OP, geeft uitleg over de inhoud van het Businessplan bij de openbare bijeenkomst op 1 juli 2020 in Het Anker.

## 10. BIJLAGEN:

### Bijlage 1:

Eindrapport Begeleiden doorstart om samen te werken aan een prachtig en krachtig winkelhart van Oosterwolde, d.d.18 december 2019.

### Bijlage 2:

Lijst met objecten die wettelijk zijn vrijgesteld van heffingsplicht.

1. In afwijking in zoverre van artikel 5 wordt bij de bepaling van de heffingsmaatstaf buiten aanmerking gelaten, voor zover dit niet al is gebeurd bij de bepaling van de in dat artikel bedoelde waarde, de waarde van:
  - a. voor de land- of bosbouw bedrijfsmatig geëxploiteerde cultuurgrond, daaronder mede begrepen de open grond, alsmede de ondergrond van glasopstanden, die bedrijfsmatig aangewend wordt voor de kweek of teelt van gewassen, zonder daarbij de ondergrond als voedingsbodem te gebruiken;
  - b. glasopstanden, die bedrijfsmatig worden aangewend voor de kweek of teelt van gewassen, voor zover de ondergrond daarvan bestaat uit de in onderdeel a bedoelde grond;
  - c. onroerende zaken die in hoofdzaak zijn bestemd voor de openbare eredienst of voor het houden van openbare bezinningskomsten van levensbeschouwelijke aard, een en ander met uitzondering van delen van zodanige onroerende zaken die dienen als woning;
  - d. één of meer onroerende zaken die deel uitmaken van een op de voet van de Natuurschoonwet 1928 aangewezen landgoed dat voldoet aan de voorwaarden genoemd in artikel 8 van het Rangschikkingsbesluit Natuurschoonwet 1928, met uitzondering van de daarop voorkomende gebouwde eigendommen;
  - e. natuurterreinen, waaronder mede worden verstaan duinen, heidevelden, zandverstuivingen, moerassen en plassen, die door rechtspersonen met volledige rechtsbevoegdheid welke zich uitsluitend of nagenoeg uitsluitend het behoud van natuurschoon ten doel stellen, beheerd worden;
  - f. openbare land- en waterwegen en banen voor openbaar vervoer per rail, een en ander met inbegrip van kunstwerken;
  - g. waterverdedigings- en waterbeheersingswerken die worden beheerd door organen, instellingen of diensten van publiekrechtelijke rechtspersonen, met uitzondering van de delen van zodanige werken die dienen als woning;
  - h. werken die zijn bestemd voor de zuivering van riool- en ander afvalwater en die worden beheerd door organen, instellingen of diensten van publiekrechtelijke rechtspersonen, met uitzondering van de delen van zodanige werken die dienen als woning;
  - i. werktuigen die van een onroerende zaak kunnen worden afgescheiden zonder dat beschadiging van betekenis aan die werktuigen wordt toegebracht en die niet op zichzelf als gebouwde eigendommen zijn aan te merken;
2. In afwijking in zoverre van artikel 5 wordt bij de bepaling van de heffingsmaatstaf voor de BIZ-bijdrage van de gebruiker buiten aanmerking gelaten de waarde van gedeelten van de onroerende zaak die in hoofdzaak tot woning dienen dan wel in hoofdzaak dienstbaar zijn aan woondoeleinden.



## Colofon:

### Biznessplan Bedrijven Investerings Zone Oosterwolde (Biz0).

#### Datum:

7 september 2020

#### Gemaakt in opdracht van Stuurgroep Winkelgebied Oosterwolde



COMMERCIËLE CLUB  
OOSTSTELLINGWERF



Rabobank

#### Tot stand gekomen met medewerking van:

##### Procesbegeleiding:

Klaas G. van den Berg



[www.meiklaas.nl](http://www.meiklaas.nl)  
[info@meiklaas.nl](mailto:info@meiklaas.nl)

##### Vormgeving:

John Boel



