

QUICKSCAN

CENTRUMGEBIED SOMEREN

**ALLEN VOOR 1
1 VOOR ALLEN**

**Een organisatorisch en financieel draagvlakonderzoek
naar duurzame samenwerking**



Auteurs

Eline Diesvelt en Eugène van Gerwen

Datum

december 2019

Inleiding

Beste lezer,

Dit rapport start met een analyse van de huidige situatie. Om een samenwerkingsvorm met een sterk financieel en organisatorisch draagvlak te creëren is een aantal zaken van cruciaal belang. In dit onderzoeksrapport geven wij aan welke onderwerpen dat zijn en sluiten we af met een aantal speerpunten, aanbevelingen en adviezen om hieraan uitvoering te geven.

Hierbij worden een aantal financieringsmodellen uitgelegd waarbij we adviseren welk model het beste aansluit op de geïnterviewde behoeften en wensen van de verschillende stakeholders.

De aanleiding van de quickscan, het doel van het onderzoek en de gehanteerde methodiek kunt u nalezen in de bijlage.

1 voor allen en allen voor 1

Eline Diesvelt en Eugène van Gerwen



Deel 1 Analyse huidige situatie; behoeften en noodzaak

1.1 Uitvoering

Een belangrijke uitkomst van ons onderzoek is dat er een sterke behoefte is aan **DOEN!** Er is de afgelopen jaren veel nagedacht, besproken en vastgelegd in verschillende rapporten. In de volle breedte leeft bij de stakeholders sterk de behoefte om samen de stap te gaan zetten naar uitvoering! Verder kunnen we op basis van de interviews en de enquête vaststellen dat er ook een sterke behoefte aanwezig is om te komen tot een structurele vorm van samenwerking.

“Doen is de beste manier van denken.”

1.2 Samenwerking

Om tot een aantrekkelijk centrumgebied te komen is **samenwerking noodzakelijk**. Alle partijen moeten ervan overtuigd en doordrongen zijn dat samenwerking voor de uitvoering van een gemeenschappelijk visie en ambitie op het centrumgebied een noodzakelijk basisvoorwaarde is. De gemeente, ondernemers en vastgoedpartijen hebben elkaar hierbij heel hard nodig.

“Alleen ga je sneller, samen kom je verder.”

Maar hoe bouw je een goed samenwerkingsverband? Samenwerking is in beginsel gebaseerd op begrip, vertrouwen en respect. Gedurende het proces is het belangrijk dat alle partijen met name binnen hun communicatie oog blijven houden voor deze drie aspecten. Zonder wederzijds begrip, vertrouwen en respect is er geen succesvolle samenwerking mogelijk. Daarnaast zijn nog drie punten van groot belang, heldere taken en rollen (structuur), de juiste mentaliteit (cultuur) en het toepassen van de juiste instrumenten om het gewenste doel te bereiken (strategie).

Onze overtuiging is dat het transformeren van het centrumgebied samen moet gaan met alle partijen die hierbij een belang hebben en/of een rol vervullen. Naast ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente is het daarom ook belangrijk om de bewoners, gebruikers en bezoekers van het centrumgebied bij het proces te betrekken. Hierbij is het van belang dat er sprake is van ‘wederkerigheid’. Met andere woorden; alle deelnemers aan het proces hebben te maken met een ‘breng en haal plicht’. Hierdoor wordt de betrokkenheid vergroot en ontstaat er een optimaal commitment bij de deelnemende partijen. Als ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, bezoekers en bewoners het centrumgebied van Someren als ‘hun gebied’ gaan zien zijn ze ook oprecht bereid om van het centrumgebied weer het ‘kloppend hart’ van Someren te maken!

Uit de interviews en enquête komt naar voren dat de bereidheid om een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van het centrumgebied bij alle partijen aanwezig is. Waarbij de wens ook is uitgesproken dat er heldere voorwaarden, uitgangspunten en doelstellingen geformuleerd worden waar alle partijen zich in kunnen vinden. Er is meer positieve energie rond het centrumgebied van Someren dan ooit te voren. Er is veel betrokkenheid, interesse en er zit potentieel. Het komt nu aan op **DOEN!**

1.3 Visie en Focus

Om goed samen te kunnen werken aan het grotere geheel (te weten: de versterking van het centrumgebied van Someren) is een **heldere visie en focus** nodig. Het moet voor alle stakeholders duidelijk zijn welke ontwikkelingsrichting de partijen voor ogen hebben ten aanzien van het Wilhelminaplein, Postelstraat en Sonnemansterrein. Naast visie en focus zijn samenhang en organisatiekracht belangrijke succesfactoren. Als er geen duidelijk kader is en geen gemeenschappelijke stip op de horizon, maar de partijen wel met de beste intentie gaan samenwerken, is het bijna onvermijdelijk dat gedurende het proces er onduidelijkheid ontstaat. Hierbij liggen misverstanden en verkeerde verwachtingen direct op de loer en neemt de kans op onbegrip en wantrouwen toe.

Ondanks de wrijving die er tussen sommige partijen nu en in het verleden is geweest, is er bij alle partijen nog steeds de bereidheid aanwezig om te willen samenwerken. De samenwerking heeft zich in het verleden vooral gericht op onderdelen van het tot dan toe ontbrekende grotere geheel. Het nadeel hiervan is dat de samenwerking dan eerder stagneert of escaleert omdat de evenwichtigheid en de samenhang ontbreekt. Als je op onderdelen samenwerkt is dikwijls het voordeel voor de ene partij groter dan voor de ander. Of in het slechtste geval voelt de ene partij zich benadeeld ten opzichte van de ander.

Tevens is het belangrijk dat er een gemeenschappelijk gedragen (integraal) plan aanwezig is. Een plan is nodig om van A naar B te komen. Belangrijk hierbij is dat alle partijen zich herkennen in het plan en dat er dus een collectief draagvlak, zowel organisatorisch als financieel, aanwezig is voor de uitvoering.

Tenslotte kan er pas echt een goede focus ontstaan als één persoon verantwoordelijk wordt gemaakt voor de centrale regie. Iemand moet de kapitein op het schip zijn die de bemanning aanstuurt om van A naar B te bewegen. De aanstelling van de gebiedsregisseur voldoet aan deze behoefte.

***“Als je niet weet naar welke haven je vaart,
is geen enkele wind de goede.”***

1.4 Uitkomsten

Uit de interviews met de stakeholders blijkt dat de bereidheid tot samenwerking groot is. Letterlijk is gezegd dat dit ‘een goed momentum is’ om samen de schouders er onder te zetten. Het belang en de noodzaak om tot actie over te gaan wordt sterk gevoeld mede vanwege het feit dat andere rondomliggende plaatsen zoals Asten, waar al langere tijd sprake is van structurele samenwerking, goede ontwikkelingen doormaken.

Verder blijkt uit de enquête dat de overgrote meerderheid vindt dat samenwerking tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren cruciaal is voor de toekomst van het centrum van Someren en dat een gezamenlijke investering in het Centrumgebied ook als een gezamenlijke verantwoordelijkheid wordt gezien. Ook wordt aangegeven dat er een ‘spin in het web’ functie moet worden gecreëerd om structureel sturing en uitvoering te geven aan de gezamenlijke acties die het centrumgebied versterken.

In eerdere rapporten wordt aangegeven dat de 'kwaliteit' van de openbare ruimte verbeterd moet worden. Ook tijdens de schouw werd benadrukt dat het ontbreken van groen (grote bomen), bankjes en sfeerelementen in de Postelstraat als een gemis wordt ervaren. Tevens moeten de leegstaande panden zo snel mogelijk weer gevuld worden met een andere bestemming dan retail en kan er ook nog het nodige verbeterd worden aan de uitstraling van de panden.

***“Somerens is een mooi, gezellig dorp met vriendelijke mensen.
We bieden Brabantse gezelligheid in een voor toeristen ruime
en rustgevende omgeving met natuur, golfbaan en vlindertuin.”***

***“We moeten elkaar beter leren begrijpen door meer
met elkaar aan tafel te gaan.”***



Deel 2 Speerpunten, aanbevelingen en adviezen

Op basis van de verzamelde data en bovenstaande analyse kunnen we een aantal belangrijke speerpunten vaststellen, waaraan we tevens een aantal aanbevelingen en adviezen verbinden:

Speerpunt 1: Bouw aan een sterke organisatie

Speerpunt 2: Keuzes maken

Speerpunt 3: Branding van Someren; 'wat is het DNA?'

Speerpunt 4: Concrete doelstellingen vastleggen

Speerpunt 5: Uitgangspunten voor de samenwerking formuleren

Speerpunt 6: Samenwerkingsovereenkomst/conventant afsluiten

Speerpunt 7: Experimenten; durf te doen!

In dit hoofdstuk worden de speerpunten, inclusief aanbevelingen en adviezen, benoemd en uitgelegd, die zeer belangrijk zijn voor het creëren van een sterke en slagvaardige organisatie met voldoende financieel en organisatorisch draagvlak. De uitvoering van de speerpunten is nodig om op een efficiënte en effectieve wijze uitvoering te geven aan de visie en ambitie die de stakeholders ten aanzien van het centrumgebied vaststellen.

Speerpunt 1: Bouw aan een sterke organisatie

Om van A naar B te gaan is een sterke organisatie nodig. Afhankelijk van de grootte van het gebied en wat we willen bereiken weten we ook welke partners we aan boord moeten krijgen. Tevens is het van belang om op zowel strategisch, tactisch als operationeel niveau snel te kunnen schakelen.



Aanbeveling a: Stel een gemeenschappelijke visie en ambitie vast

Om efficiënt en effectief te kunnen samenwerken moet je weten wat je met elkaar wilt bereiken en hoe je dit wilt doen. Met andere woorden het is belangrijk om een duidelijke 'stip op de horizon' te hebben en de juiste strategie te bepalen om die te bereiken.

Advies: Stel vanuit een 'kernteam' een heldere visie en ambitie vast en maak hierbij gebruik van eerdere onderzoeksrapporten. Hierbij kan aangesloten worden op een reeds eerder vastgestelde ambitie als; *"Een functioneel, gezellig, veilig, economisch renderend centrum met een variëteit aan voorzieningen, waar het prettig winkelen, recreëren, werken en wonen is. Hierbij maken we gebruik van de kracht van samenwerking."*



Aanbeveling b: Start met het samenstellen van een 'kernteam' op tactisch niveau

Dit team krijgt opdracht om de schakel te zijn tussen de op te stellen strategische uitgangspunten, de vertaling hiervan naar meerjarenprogramma waarin de speerpunten (thema's) zijn benoemd en de doorvertaling hiervan naar concrete actiepunten in de vorm van een jaarlijks actieplan.

Advies: Zorg voor de juiste samenstelling van het kernteam. Nu zijn retailers, horecaondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente in beeld. Op basis van gebiedsbepaling en nader te bepalen doelstellingen kan bepaald worden hoe de samenstelling van deze groep er uit komt te zien.

Advies: Dit proces werkt het sterkst als de organisatie kiest voor een strategie om zowel 'top down' als 'bottom up' te werken. Beide ontwikkelingen versterken elkaar en zorgen uiteindelijk voor een sterke samenhang. Zorg ervoor dat er voldoende capaciteit aanwezig is bij alle stakeholders. Vooral ook de interne gemeentelijke capaciteit op Economie is hierbij een belangrijk aandachtspunt. Een hoge ambitie vertaalt zich automatisch naar een behoefte aan meer capaciteit.

Advies: Zorg voor quickwins. Het creëren van zichtbare resultaten op korte termijn voedt het vertrouwen in de samenwerking en geeft positieve energie waarop verder gebouwd kan worden.



Aanbeveling c: Kies op basis van je strategie een passende samenwerkingstructuur

Om van A naar B te gaan is een structuur van samenwerken nodig. Structuur volgt altijd de strategie en niet omgekeerd. Om doelgericht te kunnen samenwerken is een heldere project- of organisatiestructuur nodig. Een structuur met duidelijke rol en taakverdelingen, communicatielijnen en vaste overlegmomenten.

Advies: Praat niet over elkaar maar met elkaar. Sommige onderwerpen zijn beter om in een live gesprek met elkaar te bespreken in plaats van via e-mail of social media. Ondanks dat iedereen het heel druk heeft is het fysiek bij elkaar blijven komen en het elkaar ontmoeten erg belangrijk. Dit bevordert de wederzijdse begripsvorming en creëert in veel gevallen vertrouwen. Tevens is voor het vertrouwen binnen het samenwerkingsproces belangrijk dat er zichtbare resultaten (quickwins) gerealiseerd worden.



Aanbeveling d: Stel je kernteam samen op basis van 'gelijkgestemdheid'

Voor het creëren van een sterk samenwerkingsverband is 'mentaliteit' (mindset) heel belangrijk. Feitelijk gaat het om het vinden van gelijkgestemde geesten. Kijken wat er wel mogelijk is in plaats van wat er niet kan. Mensen die vinden dat het glas altijd halfvol is in plaats van halfleeg. Mensen die bereid zijn om zijn/haar individuele belang ondergeschikt te maken aan dat van een collectief. Mensen die willen bijdragen aan een verbetering van hun omgeving en niet alleen maar voor zichzelf of hun eigen organisaties iets komen halen. Het gaat er immers vooral om wat een persoon of organisatie voor het centrumgebied van Someren kan betekenen en in mindere mate wat het centrumgebied van Someren voor een persoon of organisaties kan doen.

Advies: Blijf elkaar gedurende het hele proces, dat gepaard zal gaan met ‘ups en downs’, positief stimuleren! Een positieve mindset is van groot belang om succesvol te kunnen samenwerken.



Aanbeveling e: Creëer en geef inzicht in elkaars belangen

Gemeente, ondernemers en vastgoedpartijen hebben verschillende belangen. Gedurende het proces dat zich richt op het uitvoeren van collectieve belangen is het belangrijk om oog te blijven houden voor de individuele belangen. Het individuele belang blijft namelijk altijd een belangrijke drijfveer om een bijdrage te leveren aan een collectief. Beiden hoeven elkaar niet in de weg te staan.

- Ondernemers hebben primair een economisch belang; vanuit dit belang willen zij zich vaak ook inzetten voor onderwerpen die te maken hebben met de leefbaarheid en veiligheid van het gebied omdat dit basisvoorwaarden zijn om economisch goed te kunnen blijven functioneren.
- Gemeente Someren staat voor het ‘publieke belang’; dit brede belang heeft primair betrekking op de openbare ruimte en raakt feitelijk alle aspecten van een gebied waaronder de fysiek-ruimtelijke, sociale en economische aspecten.
- Vastgoedeigenaren hebben een economisch belang. Zij hebben er een belang bij dat de waarde van hun panden stijgt en de huurprijs zo hoog mogelijk is (rendement). De kwaliteit van de omgeving waarin het pand gesitueerd is, is hierin mede bepalend.
- Bewoners/gebruikers hebben primair een omgevingsbelang. Daarnaast zijn de bewoners (potentiële) gebruikers en hebben zij, indien zij in het bezit zijn van een eigen woning, in geringe mate ook een economisch belang.

Advies: Binnen het kernteam is het van belang dat bij de start van het project alle deelnemers inzicht hebben in elkaars belangen en motivatie om een bijdrage te willen leveren aan het collectieve proces.



Aanbeveling f: Geef duidelijkheid over elkaars rollen en taken en leg deze vast

Om succesvol te kunnen samenwerken is het belangrijk dat alle partijen aangeven hoe zij hun eigen rol en taak zien en die van de ander. Ondernemers en vastgoedeigenaren hebben bijvoorbeeld een belangrijke rol en taak om zich in te zetten voor de verandering van het voorzieningenaanbod. Waarbij de vastgoedeigenaren tevens de taak hebben om de uiterlijke kwaliteit van hun panden te verbeteren. De gemeente Someren heeft, vanuit zowel ruimtelijk, sociaal-maatschappelijk als economisch belang, de taak om de juiste randvoorwaarden te scheppen die dienend zijn aan de realisatie van de nieuwe visie.

Advies: Voer binnen het kernteam een discussie over hoe een ieder haar eigen en elkaars rollen en taken ziet. Maak deze helder en leg deze vast in de vorm van een samenwerkingsovereenkomst. Die door alle partijen ondertekend wordt.

Speerpunt 2: Keuzes maken

Om een goede focus binnen het proces te creëren is het van belang om ten aanzien van een aantal belangrijke punten heldere keuzes te maken.

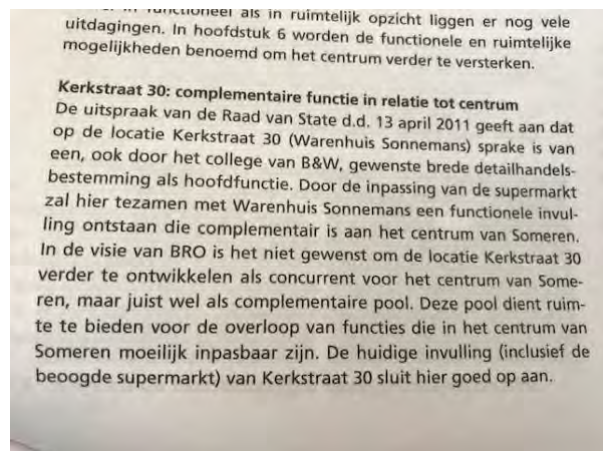
“Wie kiest wordt gekozen”



Aanbeveling a: Maak een duidelijke gebiedsafbakening

Bij de start is het belangrijk om met elkaar een aantal fundamentele keuzes te maken. Als eerste dient het gebied te worden bepaald waarop de samenwerking van toepassing is. De grootte van het gebied is bepalend voor de nader op te stellen organisatie- en financieringsvorm. Verder wordt aan de hand hiervan bepaald welke partijen gevraagd worden voor het kernteam.

In het BRO-rapport ‘Ruimtelijk-functionele visie centrum Someren’ (2011) maken de ontwikkelingen van de Postelstraat, Wilhelminaplein en Sonnemans gezamenlijk deel uit van het centrumgebied. Hierin wordt gesproken van het toepassen van een strategie waarbinnen de ontwikkelingen van deze gebieden elkaar moeten versterken – zie pag. 50 BRO rapport 2011.



Advies: Het vaststellen van een duidelijke begrenzing van twee focusgebieden;

Gebied 1: Wilhelminaplein en de Postelstraat.

Gebied 2: Sonnemanssterrein.

Beiden maken deel uit van het centrumgebied, maar verdienen een eigen ontwikkeltraject. Door de ogen van de consument zijn het twee aparte gebieden, waarbij het in zowel ruimtelijk als functioneel opzicht ontbreekt aan enige samenhang. Ons advies is om voor beide gebieden een duidelijk gebiedsprofiel op te stellen en een afzonderlijk ontwikkeltraject op te starten met als doel om de kracht van ieder gebied volledig tot ontwikkeling te brengen, kanabilisme te voorkomen en daar waar mogelijk synergie te creëren.



Aanbeveling b: Maak een duidelijke keuze ten aanzien van het winkeltype

Het winkelgebied wordt door de stakeholders gezien als een gebied dat vooral gericht is op de gemakconsument en de dagelijkse boodschappen doen. Voor zo'n winkelgebied is bereikbaarheid en een goede verkeersdoorstroming van wezenlijk belang. Uit onze analyse blijkt dat de verkeerssituatie; het toestaan van éénrichtingsverkeer in de Postelstraat nu als onbevredigend wordt ervaren.

Advies: Stel een duidelijke typologie van ‘winkelcentrum’ vast, waarbij een keuze wordt gemaakt tussen een centrumgebied dat voorziet in de behoefte van de gemakconsument die vooral voor doelgerichte aankopen en/of boodschappen het ‘winkelgebied’ bezoekt (type

1). Versus een centrumgebied dat voorziet in de behoefte van 'recreatief winkelen', waarbij er veel aandacht is voor het verhogen en instandhouden van de verblijfs waarde (type 2). Voor type 1 geldt dat de bereikbaarheid groot moet zijn en er een groot accent ligt op het creëren van een optimale verkeersdoorstroming.



Aanbeveling c: Kies voor een compacter centrum met een heldere functie

Ontwikkelingen in Nederland laten zien dat het aantal winkels in stads- en dorpscentra nog steeds afneemt. Dit heeft de afgelopen jaren geleid tot een groeiend aantal panden dat soms nog gevuld wordt door horeca, maar over het algemeen langdurig leeg staat. Om deze ontwikkeling tegen te gaan is het noodzakelijk om te kiezen voor een compacter en dus kleiner 'winkelcentrum'. Kiest men voor functiemenging, of het verplaatsen van winkelformules naar leegstaande panden? De schouw gaf aan dat een mix van functies wenselijk is, waarbij ook herbestemming van wonen een optie moet zijn.

Advies: Voer met het 'kernteam' de discussie over de invulling van een compacter centrum. Waar worden de grenzen gelegd? Kiest men voor clustering van detailhandel of functiemenging?

Speerpunt 3: Branding van Someren; 'wat is het DNA?'

In het rapport van De Nieuwe Winkelstraat wordt geadviseerd om het centrumgebied te 'branden'. De consument heeft meer dan ooit keuze in waar deze zijn of haar producten koopt; online en in allerlei rondomliggende dorpen en steden met een diverser en uitgebreider aanbod van winkels. Het is daarom van groot belang dat het centrumgebied van Someren een duidelijk, aansprekend en onderscheidend profiel heeft dat past bij de behoefte van die consument. Het profiel van Someren centrum ligt in de lijn van de nieuwe winkelstraat-typologie 'Service & Shop': het uitstekend bedienen van de lokale bezoeker.

Advies: Start een brandingtraject op. Op basis van een heldere branding (merkprofiel) wordt bepaald wie je doelgroepen zijn. Op basis hiervan kan dan vervolgens een doelgerichte communicatiestrategie (PR en Promotie) worden ontwikkeld. Ook geeft de branding richting aan welke activiteiten en evenementen interessant zijn om te organiseren om de beoogde doelgroep(en) te kunnen aantrekken of te voorzien in hun behoeften.

Speerpunt 4: Concrete doelstellingen vastleggen

Na het vaststellen van de gemeenschappelijk visie en ambitie is het belangrijk om binnen het kernteam een aantal concrete doelstellingen vast te leggen.

Advies: Deze doelstellingen moeten goed aansluiten bij de transformatie van het centrumgebied van place to buy, naar place to be, naar place to meet.

Op basis van ons onderzoek kunnen onderstaande **doelstellingen** van toepassing zijn:

1. Stel verschillende gebiedsprofielen vast
2. Maak een plan en creëer het juist financieringsmodel (BIZ)
3. Organiseer evenementen en activiteiten (OVS i.s.m. evenementenorganisaties)
4. Vul leegstaande panden (Stichting Volop)
5. Vergroening van de openbare ruimte (Meer bomen, gevelgroen)

6. Verbeter de uitstraling van panden
7. Verbeter de doorstroming van het verkeer (Postelstraat)
8. Stel 'het merk' Someren vast (Branding)
9. Ontwikkel een communicatie- en marketingstrategie

Voorbeeld: Evenementen en activiteiten leveren hieraan een grote bijdrage. Het Wilhelminaplein leent zich bij uitstek hiervoor, ook omdat rondom dit plein veel horeca gevestigd is. Door het organiseren van evenementen en activiteiten wordt de sociale meerwaarde van het centrumgebied versterkt. Het is juist deze sociale meerwaarde die van grote betekenis is voor de economische vitaliteit van het gebied. Steeds meer mensen bezoeken een centrumgebied om elkaar te ontmoeten, leuke ervaringen en betekenisvolle belevenissen op te doen.

Maak duidelijk onderscheid tussen evenementen en activiteiten. Evenementen zijn gericht op het aantrekken van extra publiek naar het centrumgebied van buiten Someren. Activiteiten zijn gericht op het creëren van 'reuring' het geven van een leuke belevenis en ervaring aan bezoekers en gebruikers van het centrumgebied. Zet vooral in op het organiseren van activiteiten om de lokale bezoeker te bedienen. Kies met betrekking tot het organiseren van evenementen voor kwaliteit i.p.v. kwantiteit.

Speerpunt 5: Uitgangspunten voor de samenwerking formuleren

In het kader van verwachtingsmanagement is het van belang om vanaf het begin ten aanzien van de samenwerking heldere uitgangspunten te formuleren.

Advies: Werk de uitgangspunten verder uit aan de hand van de volgende vragen:

- Wat is onze gemeenschappelijke visie en ambitie?
- Hoe vertaalt deze zich naar heldere doelen?
- Wat verwachten partijen van elkaar qua inbreng, rollen, taken en acties?
- Welke (gedrags)afspraken zijn hierop van toepassing?
- Welke voorwaarden gelden er ten aanzien van de deelname aan het samenwerkingsverband?

Speerpunt 6: Samenwerkingsovereenkomst/conventant afsluiten

Als de uitgangspunten helder zijn is het belangrijk om deze vast te leggen in een samenwerkingsovereenkomst. Middels de ondertekening van deze overeenkomst bekrachtigen de deelnemers hun bijdragen aan de realisatie van de toekomstvisie van Someren. Omdat veel stakeholders als vrijwilliger participeren in dit proces is het extra belangrijk om middels de ondertekening van de overeenkomst te bekrachtigen dat de deelname niet vrijblijvend is, maar ook verantwoordelijkheden en inspanningsverplichtingen met zich meeneemt.

Advies: Samenwerkingsovereenkomst opstellen en ondertekenen.

Speerpunt 7: Experimenten; durf te doen!

Om sneller beweging te creëren is het handig om projecten te initiëren in de vorm van experimenten. Dikwijls stuit een bepaalde ontwikkeling op grenzen en onmogelijkheden omdat de wet- en regelgeving het niet toestaat. Hierbij is het de kunst om samen op zoek

te gaan mogelijkheden, naar de 'regel en de rek', en creatieve oplossingen te bedenken die nodig zijn om tot uitvoering te komen. Accepteer dat een experiment ook mis mag gaan.

“Liever een foute beslissing dan geen beslissing.”

Advies: Maak van een project een experiment, waarin men de tijdelijkheid bespreekt en ook tussentijds evalueert, monitoort en bijstuurt om tot het gewenste resultaat te komen.

Als je de openbare ruimte mooier wilt maken, handel dan niet vanuit angst en beperkingen

maar creëer mogelijkheden.

Durf te experimenteren en fouten te maken!



Deel 3 Financieringsmodellen

Het bepalen van het best passende financieringsmodel voor Someren centrum hangt samen met de keuzes die op andere vlakken voor het centrum moeten worden gemaakt (zie Deel 2 Speerpunten, aanbevelingen en adviezen). Hierna schetsen we een aantal financieringsmodellen en de mogelijkheden voor de invoering hiervan in Someren.

3.1 OZB-belasting

De **onroerendezaakbelasting (OZB)** is een belasting op onroerende zaken (alle gebouwen en de grond waarop ze staan, onbebouwde stukken grond en panden in aanbouw). Met de OZB-belasting betaalt de gemeente een deel van de algemene uitgaven.

De OZB is een percentage van de WOZ-waarde. De opbrengst van de OZB draagt bij aan het voorzieningenniveau van de gemeente. De gemeente heeft de mogelijkheid om de **OZB-belasting op te hogen** en de opbrengsten te investeren in het centrum. In de concept-begroting (10 november 2019) verhoogt de gemeente Someren de OZB-belasting met 7% (waarvan 2% inflatiecorrectie). De additionele begrotingswensen voor het centrum zijn hierin niet voorzien.

Plus	Min
Alle Somerenaren dragen financieel bij aan een sterk centrum	Geen wettelijk vooraf bepaald bestemmingsdoel, gemeenteraad bepaalt, harde afspraken kunnen worden vastgelegd
Mogelijkheid om een grote investeringssom te genereren voor het centrum	Geen draagvlaktoets, zijn alle Somerenaren hiertoe bereid?
De OZB-belasting kan jaarlijks worden bijgesteld	

Conclusie: Het solidariteitsprincipe speelt bij dit model een grote rol: wie moet betalen voor de ontwikkeling van het centrum? De verwachting is dat de handen voor dit model niet op elkaar gaan. Namelijk, de focus van het actieplan is niet gemeentebreed, maar ligt op het centrumgebied.

3.2 Reclamebelasting

De **reclamebelasting** is een belasting op openbare aankondigingen die zichtbaar zijn vanaf de openbare weg. De reclamebelasting wordt geheven van degene met het grootste belang bij de openbare aankondiging zichtbaar vanaf de openbare weg in een bepaald gebied in de gemeente.

De gemeente heeft ook de mogelijkheid om reclamebelasting in te stellen. In de regel komt het verzoek hiertoe vanuit de lokale ondernemers en vindt er een raadpleging plaats onder de bijdrageplichtingen.

De meeste fondsen werken tegenwoordig met trekkingsrechten. Steeds meer fondsen kiezen ervoor een deel van het fondsbudget aan te wenden voor gebiedsoverstijgende belangen. Het gemeentebrede budget van bestaande fondsen varieert van 10 à 20 tot 80, en zelfs 100%. Jurisprudentie laat zien dat een gemeente aannemelijk moet maken dat iedereen die meebetaalt ook daadwerkelijk profijt heeft van de reclamebelasting. Anders is de heffing volgens de rechter onrechtvaardig.

De reclamebelasting kan worden berekend naar het oppervlak van de openbare aankondiging (inventarisatie nodig) of door een heffingsgrondslag toe te passen naar keuze, volgens de maatstaven die de afdeling belastingen van de gemeente kan verwerken.

Plus	Min
Veel vrijheid bij de inrichting van de reclamebelasting	Hoge uitvoeringskosten door controle reclame-uitingen
De belasting kan voor een nader te bepalen periode worden ingevoerd	Bijdrageplichtigen kunnen bewust hun reclame-uitingen verwijderen
Kan voor de gehele gemeente of voor een gebied worden ingevoerd	Partijen die geen reclame-uiting hebben zichtbaar vanaf de openbare weg doen niet mee
	Vastgoedeigenaren doen niet mee
	Geen wettelijk vooraf bepaald bestemmingsdoel, gemeenteraad bepaalt, harde afspraken kunnen worden vastgelegd

Conclusie: Voordeel van de reclamebelasting is dat de gemeente dit financieringsmodel op korte termijn kan invoeren en dat hiermee een aanzienlijk collectief budget kan ontstaan voor de realisatie van de investeringswensen voor het centrum. Groot nadeel van dit model is dat niet iedereen deelneemt.

3.3 Bedrijveninvesteringszone

Een **bedrijveninvesteringszone** is een afgebakend gebied waar ondernemers en/of eigenaren samen tijd en geld steken in het veiliger en aantrekkelijker maken van hun winkelgebied of bedrijventerrein, met als doel het verbeteren van de concurrentiepositie en het verhogen van de omzet. De regels binnen een BIZ zijn wettelijk verankerd in de Wet op de bedrijveninvesteringszones.

De BIZ is van, voor en door lokale ondernemers en vastgoedeigenaren. Om tot een biz te komen stellen ondernemers en eigenaren samen een plan op. Dat plan houdt onder meer in wat men gezamenlijk wil uitvoeren en welke begroting daarbij hoort. De BIZ komt alleen tot stand na een positieve draagvlakmeting onder de bijdrageplichtigen. Een oprichtingstraject neemt gemiddeld 9 maanden in beslag.

De wet schrijft voor dat de BIZ-bijdrage alleen mag worden gebruikt ter bestrijding van de kosten die verbonden zijn aan activiteiten in de openbare ruimte en op het internet, die zijn gericht op het bevorderen van de leefbaarheid of de veiligheid in de BIZ of de ruimtelijke kwaliteit of de economische ontwikkeling van de BIZ.

Plus	Min
Alle ondernemers en vastgoedeigenaren in een gebied doen mee (van toepassing op alle niet-woningen)	De BIZ komt alleen tot stand na een positieve draagvlakmeting onder de bijdrageplichtigen
Meerjarenplan, jaarplan en jaarlijkse verantwoording	Hoge oprichtingskosten
Een BIZ maakt schriftelijke afspraken over het minimale niveau van dienstverlening van de gemeente (wettelijk voorschrift)	
Instelling voor een termijn van 5 jaar (verlenging mogelijk na nieuwe draagvlakmeting)	

Voorbeeld rekenmodel:

- a. Bij een **jaarlijkse bijdrage** van € 200 door de ondernemers en door de eigenaren (uitgaande van 100 commerciële objecten) halen beide groepen samen een werkbudget van € 40.000 op. Wanneer de gemeente een verdubbelaar aanbiedt, komt het totale jaarbudget neer op €80.000.

Partij	Inleg
Ondernemers	€ 20.000
Eigenaren	€ 20.000
Gemeente	€ 40.000 (verdubbelaar)
Totaal	€ 80.000 per jaar

- b. Het is ook mogelijk om een **percentage van de WOZ-waarde** met een onder- en bovengrens toe te passen.
- c. Ook kan een **differentiatie, bijvoorbeeld naar locatie of branche**, worden ingesteld.
- d. Of een **staffel op basis van de WOZ-waarde** (deze kan voor ondernemers en eigenaren verschillend worden vastgesteld)

Conclusie: Onderscheidend ten opzichte van de andere financieringsmodellen is dat bij de BIZ alle centumpartijen deelnemen. Hierdoor sluit dit model qua deelnemers het beste aan op het centrum. De uitdaging bij dit model is het verkrijgen van voldoende draagvlak onder de bijdrageplichtigen. De ondernemers in Someren zijn nu nog niet gewend aan het betalen van een structurele bijdrage van minimaal een paar honderd euro per jaar. Tegelijkertijd geven de betrokken partijen aan dat het nu 'een goed momentum is' voor het centrum en lijkt de invoering van de BIZ kansrijk.

3.4 Incidentele cofinanciering

Gemeente Someren verleent financiële bijdragen op basis van cofinanciering voor projecten die een bijdrage leveren aan het bereiken van de doelstellingen van het College Werkprogramma. Zo is er in 2018/2019 bijvoorbeeld geïnvesteerd in de aankleding van het centrum met banieren en activiteiten rondom de kerstperiode. Het continueren van cofinanciering is eveneens onderdeel van de keuzemogelijkheden.



Deel 4 Keuze en vervolg

Om goed te kunnen bepalen welk financieringsmodel het beste past is het belangrijk om de huidige situatie goed in beeld te hebben en tevens met de betrokken partijen de gewenste situatie vast te stellen.

4.1 Huidige situatie

De gemeente Someren kent momenteel de volgende financiële regelingen die (mede) betrekking hebben op het centrum van Someren:

- OZB-belasting (eigenarenbelasting woningen en eigenaren- en gebruikersbelasting niet-woningen)
- Incidentele cofinanciering (financiële bijdrage aan projecten)

Daarnaast investeren de (centrum)ondernemers via de volgende collectieven:

- Ondernemers Vereniging Someren (gemeentebreed)
- Stichting Gezamenlijke Kasteleins Wilhelminaplein Someren (horeca)

Een enkele vastgoedeigenaar is aangesloten bij de Ondernemers Vereniging Someren.

Keuzemogelijkheden: De volgende financieringsmodellen maken het mogelijk om binnen het aangewezen gebied een collectieve heffing in te stellen, die ten goede komt aan (het centrum van) Someren.

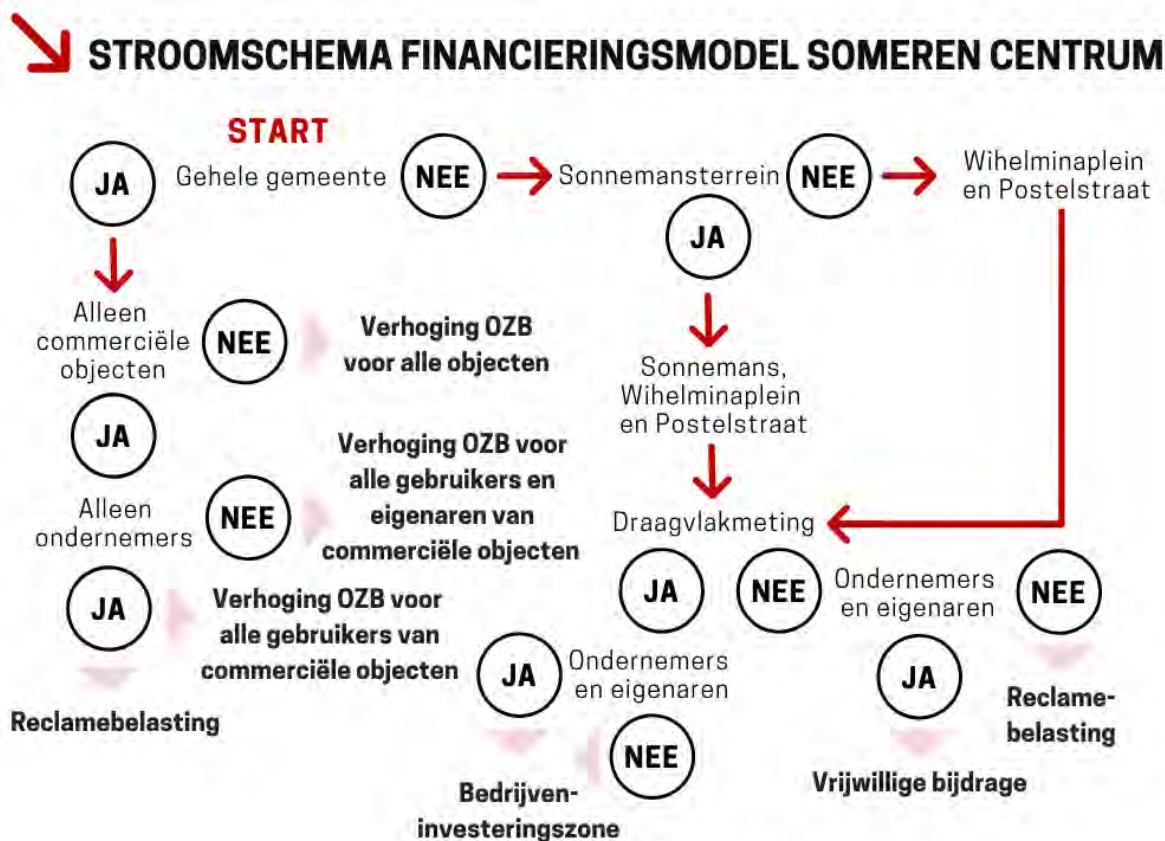
- **OZB-belasting**
- **Reclamebelasting**
- **Bedrijveninvesteringszone**
- **Incidentele cofinanciering**

Goed onderzoek vooraf moet uitwijzen welke indeling het meest recht doet aan de lokale situatie. Hierna worden de plussen en minnen van ieder model uitgelicht.

4.2 Gewenste situatie

Ondanks dat het gewenste toekomstbeeld met betrekking tot het centrum van Someren nog niet is vastgesteld zullen wij op basis van deze quickscan een advies uitbrengen m.b.t. welk financieringsmodel het meest geschikt is. Voor de onderbouwing van ons advies hebben wij twee schema's gemaakt. Het eerste schema betreft een 'stroomschema' waarin op basis van iedere gemaakte afweging een keuzerichting wordt bepaald. Het tweede schema laat de verschillen zien tussen de financieringsvormen. Tevens geeft het een overzicht van de verschillende voorwaarden die van belang zijn om een weloverwogen keuze te maken. Hierbij is per financieringsvorm aangegeven hoe deze zich verhoudt tot iedere voorwaarde.

Schema 1:



Schema 2:

MATRIX FINANCIERINGSMODELLEN SOMEREN

VOORWAARDE	OPHOOGING OZB	RECLAME BELASTING	BIZ	VRIJWILLIGE BIJDRAGE
GEBIEDSGERICHT	NEE	JA	JA	JA
GEBRUIKSEN EIGENAREN	JA	NEE	JA	JA
STRUCTURELE INKOMSTEN	JA	JA	JA	NEE
GEEN FREEKIDERS	JA	NEE	JA	NEE
WETTELIJKE DRAAGVLAKEISEN	NEE	NEE	JA	NEE
WETTELIJKE BEHEEROVEREENKOMST	NEE	NEE	JA	NEE
LAGE UITVOERINGSKOSTEN	JA	NEE	JA	JA

Op basis hiervan adviseren wij om voor de invoering van een BIZ te kiezen. Voor het oprichten van een BIZ is het erg belangrijk dat de meerderheid van de ondernemers achter dit initiatief gaat staan en dat er dus voldoende draagvlak is. Dit betekent dat er eerst een sterk plan ontwikkeld moet worden met begroting waar de deelnemende partijen zich in herkennen en waaraan zij graag een financiële bijdrage willen leveren. Aan dit proces dient met zorg en aandacht vorm en inhoud te worden gegeven. Een BIZ komt immers voor en door ondernemers en vastgoedeigenaren tot stand!

Dit betekent dat hiervoor tijd nodig is (gemiddeld 9 maanden) en dat de betreffende partijen intensief betrokken moeten worden bij de totstandkoming van het plan inclusief de financiering. Alle vereiste BIZ-documenten, zoals het BIZ-plan, de uitvoeringsovereenkomst en de verordening, dienen te worden vastgesteld in het kalenderjaar voorafgaand aan het jaar van de invoering (altijd 1 januari). In het geval van Someren betekent dit dus dat de documenten uiterlijk op 31 december 2020 moeten zijn vastgesteld volgens de Wet op de bedrijveninvesteringszones en de besluitvormingsprocedure van de gemeente Someren. De draagvlakmeting voor de BIZ kan nadat de vastgestelde documenten zijn gepubliceerd plaatsvinden in 2019 danwel in Q1 van 2020.

4.3 Overbruggingsperiode

Zoals aangegeven is het heel belangrijk dat er bij de ondernemers, vastgoed en gemeente een sterk draagvlak wordt gecreëerd voor de invoering van de BIZ. Wij adviseren hiervoor het komende jaar 2020 te gebruiken. Tevens adviseren wij om de huidige financieringswijze op vrijwillige basis nog 1 jaar ter overbrugging voort te zetten. Verder is het belangrijk dat voor de begeleiding van het BIZ proces een kundig bureau wordt ingeschakeld die beschikt over de nodige kennis en ervaring en ook de gemeente, de ondernemers(vereniging) en de eigenaren inhoudelijk goed kan adviseren.



Bijlage 1 Opzet Quickscan

1 Inleiding

In het coalitieprogramma 2018-2022 van de gemeente Someren is 'Hart van Someren – Centrum voor ontmoeten, beleven en genieten' binnen het thema 'Realiseren toekomstvisie 2030' als strategisch project toegewezen aan wethouder Swinkels. De gemeente wil binnen dit project samen met alle stakeholders op zoek gaan naar mogelijkheden om invulling te geven aan het doel voor Someren centrum: 'een sfeervol, levendig en vitaal dorpshart, waar wat te beleven valt!'.

Een van de samenhangende wensen is om een nieuwe samenwerkingsvorm op te zetten waarmee de Somerense ondernemers en vastgoedeigenaren van de commerciële ruimtes gezamenlijk investeren in een toekomstbestendig centrum, en waarbij de gemeente Someren mee-investeert.

Als belangrijke basis voor de zoektocht naar de beste samenwerkingsvorm geldt het definiëren van de gezamenlijke doelstellingen. In dit kader heeft de gemeente Someren Stad & Co gevraagd voor het uitvoeren van een quickscan waarbij de kansen, mogelijkheden en het draagvlak voor de beste samenwerkingsvorm in kaart wordt gebracht. Aan de hand van de uitkomsten kan gericht voor een collectief gedragen strategie worden gekozen.

2 Doel

Met de quickscan onderzoeken we het functioneren van het centrum en het draagvlak voor een structurele samenwerkingsvorm onder de ondernemers en vastgoedeigenaren. Met als doel: een globale evaluatie, waarbij de belangrijkste kansen, knelpunten en verbetermogelijkheden worden benoemd, die momenteel door de diverse betrokkenen in het centrum van Someren worden beleefd. Het inzicht in die beleving is relevant om draagvlak te bereiken voor het versterken en waar mogelijk versnellen van initiatieven voor het centrum.

De **vraagstelling** in ons onderzoek is vierledig:

- Welke gezamenlijke doelen kunnen gedefinieerd worden?
- Hoe kan de toekomstige samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente eruit zien?
- Wat zijn de financieringsmogelijkheden?
- Is er bij de betrokken stakeholders voldoende bereidheid en draagvlak om zich te gaan organiseren in een nog nader te bepalen vorm?

Met de quickscan wordt gekeken naar de mogelijkheden voor een nieuwe samenwerkings- en financieringsvorm in het centrum. Er kan daarbij gedacht worden aan de invoering van reclamebelasting, verhoging van de onroerendezaakbelasting (zoals het Leids-model) of een bedrijveninvesteringszone. Aan de hand van de resultaten van de quickscan adviseren wij over de best passende vorm.

3 Dataverzameling

Binnen de onderzoekscan is gebruik gemaakt van een viertal onderzoeksmethoden, te weten:

a. Deskresearch

Onderzoek naar relevante beschikbare gegevens en rapporten over Someren centrum. Hierbij zijn belangrijke documenten geraadpleegd als; 'ruimtelijk-functionele visie centrum Someren' (BRO, april 2011), 'plan van aanpak centrummanagement Someren' (OVS, gemeente, KvK, 2013), 'DNWS-in-actie-traject' (Platform de nieuwe winkelstraat, oktober 2017), 'presentatie CP21, integrale oriëntatie op centrum-ontwikkeling' (gemeente, 2019).

b. Interviews met stakeholders

Er zijn gesprekken gevoerd met contactpersonen van ondernemers (horeca en detailhandel), vastgoedeigenaren en gemeente.

c. Schouw

Er heeft een 'schouw' plaatsgevonden met belangrijke stakeholders aan het centrumgebied, waarbij de aandacht is uitgaan naar de vier belangrijke thema's; kwaliteit openbare ruimte, infrastructuur & Toegankelijkheid, aanbod & activiteiten, ontmoeting en sfeer. Voorafgaand is bepaald welke gebieden volgens de aanwezigen matig scoren, maar waar vooral nog (veel) ontwikkelkansen zijn. Deze gebieden zijn vervolgens bezocht en ter plekke zijn de deelnemers hierover met elkaar in discussie gegaan.

d. Enquête

Afname van een enquête onder ondernemers, vastgoedeigenaren en andere betrokken partijen. Aan de enquête hebben 72 respondenten deelgenomen. De vragen hadden betrekking op de huidige staat van het centrum en de toekomstwensen. Aan de hand van een digitale vragenlijst zijn de wensen, gezamenlijke doelen en mogelijkheden voor een samenwerkingsvorm voor een toekomstbestendig centrum onderzocht.