

2025
2029



Meerjaren-
beleidsplan

Hoogeveen

Samen maken wij het verschil

Inhoud

Samenvatting

1	Korte historie van de BIZ Hoogeveen en terugblik 2020-2024	4
1.1	Nieuw bestuur, nieuwe structuur & de pandemie	5
1.2	Nieuwe uitdagingen na de pandemie	6
1.3	Terugdringen winkeloppervlakte & netwerk van commercieel vastgoedeigenaren	6
1.4	Werkgroep Marketing	7
1.5	KVO	9
2	De toegevoegde waarde van de BIZ voor het centrum van Hoogeveen	10
2.1	Het DNA van Hoogeveen	10
2.2	Het centrum: grote verscheidenheid en goed bereikbaar	11
2.3	De BIZ-heffing	11
2.4	Koopstromenonderzoek 2023	12
3	Doelstellingen BIZ 2025-2029	13
3.1	Opwaardering parkeerpleinen en betere parkeerrotting	14
3.2	Realiseren openbaar toiletvoorziening en bewaakte fietsenstalling	14
3.3	Certificaat 5-sterren KVO behouden	15
3.4	Verhogen bezoekersaantallen en verlengen verblijfsduur	15
3.5	Bevorderen gevarieerd winkel- en horeca-aanbod, leegstand maximaal 10%	15
3.6	Stimuleren van betrokkenheid & onderlinge samenwerking ondernemers/filiaalleiders	16
3.7	Zorgdragen voor een gevarieerd aanbod aan evenementen	16
3.8	Actieve marketing om de positie van het centrum van Hoogeveen te versterken	18
4	Binnenstad Hoogeveen in relevante netwerken	19
5	Uitvoering van de BIZ	19
6	Tot slot	21
	Bijlage: bestuurssamenstelling medio 2024	23

Samenvatting

Dinsdag 4 juni 2024

Hoogeveen was de eerste gemeente in Nederland waar een BIZ (Bedrijven Investerings Zone) werd ingesteld (2009). In het najaar van 2024 vindt de stemronde plaats voor de vierde BIZ-periode, 2025-2029. In dit meerjarenbeleidsplan kijken we in hoofdstuk 1 terug op de turbulente BIZ-periode 2020-2024. Een nieuw aangetreden bestuur kreeg te maken met de coronapandemie en de verstoorde economische omstandigheden. Desondanks zijn tal van initiatieven ontplooid en is gewerkt aan de doelstellingen om het centrum van Hoogeveen aantrekkelijk te maken en te houden. Met name de oprichting van een Werkgroep Marketing en Buro Binnenstad voor uitvoeringszaken heeft een enorme boost gegeven.

In hoofdstuk 2 wordt beschreven uit welk DNA Hoogeveen zich heeft ontwikkeld en hoe de BIZ een goed instrument is om deze ontwikkeling verder te stimuleren. Het in 2023 uitgevoerde Koopstromenonderzoek bevestigt de inspanningen die de afgelopen jaren zijn gedaan: de waardering van bezoekers is onverminderd hoog, de klantenbinding is groot en de totale bestedingen in het centrum van Hoogeveen zijn relatief sterk gestegen.

Voor de nieuwe BIZ-periode 2025-2029 zijn acht doelstellingen geformuleerd:

1. Opwaardering parkeerpleinen en betere parkeerrotting
2. Realiseren openbaar toiletvoorziening en bewaakte fietsenstalling
3. Certificaat 5-sterren KVO behouden
4. Verhogen bezoekersaantallen en verlengen verblijfsduur
5. Bevorderen gevarieerd winkel- en horeca-aanbod, leegstand maximaal 10%
6. Stimuleren van betrokkenheid en onderlinge samenwerking ondernemers/filiaalleiders
7. Zorgdragen voor een gevarieerd aanbod aan evenementen
8. Actieve marketing om de positie van het centrum van Hoogeveen te versterken.

Elk van deze doelstellingen is in Hoofdstuk 3 uitgewerkt met een motivatie en uitvoeringsrichting.

In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op de actieve rol die Binnenstad Hoogeveen speelt in relevante netwerken, ten einde voortdurend kennis te blijven uitwisselen, kansen te zien en subsidies te kunnen verkrijgen. In hoofdstuk 5 wordt kort ingegaan op de uitvoering van de BIZ 2025-2029, de heffingssystematiek en de heffingshoogte. Hoofdstuk 6 tenslotte biedt een blik op de toekomst: een vrijwel geheel nieuw bestuur zal vanaf 2025 de uitvoering van de BIZ voor z'n rekening nemen. Een nieuwe, jonge generatie van ondernemers die begrijpen dat zonder BIZ de kracht van het centrum van Hoogeveen snel zal afnemen. Het geeft veel vertrouwen dat deze jonge ondernemers opstaan en hun verantwoordelijkheid nemen om het centrum van Hoogeveen de volgende BIZ-periode aan te jagen, te blijven ontwikkelen, te blijven stimuleren dat het centrum zijn aantrekkingskracht behoudt en zelfs verbetert!

1 Korte historie van de BIZ Hoogeveen en terugblik 2020-2024

2009

Hoogeveen was in 2009 de eerste plaats in Nederland ooit waar een BIZ (Bedrijven Investerings Zone) is ingevoerd. Een unieke positie!

De eerste termijn, 2010 – 2014 heeft vooral in het teken gestaan van opstarten en ontwikkelen.

**2010
-
2014**

**2015
-
2019**

In de tweede termijn van 2015 – 2019 is het BIZ-model verder uitgebouwd en gestabiliseerd. En in november 2019 heeft bijna 80% van de stemgerechtigden opnieuw steun verleend aan het verlengen van de BIZ: 2020 – 2024.

Op deze derde BIZ-periode blikken we wat uitvoeriger terug. In de paragrafen 1.1 t/m 1.5 schetsen we de belangrijkste ontwikkelingen van de afgelopen BIZ-periode.

**2020
-
2024**

1.1

Nieuw bestuur, nieuwe structuur & de pandemie

In de eerste maanden van 2020 is een grote bestuurswisseling geweest en is ervoor gekozen om met een andere structuur te gaan werken. Er is afscheid genomen van de centrummanager die sinds 2010 de rol van pionier en aanjager van de BIZ in Hoogeveen heeft vervuld en invulling heeft gegeven aan de uitvoering ervan.

Het nieuwe bestuur, bestaande uit onafhankelijk voorzitter Jan R. Stam en de actieve ondernemers Heinri Schonewille, Rick Greving, Janny Schenkel, Albert Jan Vos en Jan Mark Dierckxsens kreeg ondersteuning van de externe adviseurs Roeland Hup en Ewout Klok. Half maart 2020 aangetreden werd dit bestuur direct geconfronteerd met de opkomende coronapandemie die uiteindelijk bijna drie jaar van enorme invloed zou zijn op horeca, retail, entertainment en cultuur. De eerste lockdown begon eind maart 2020. Het werd erg stil op straat; ondernemers hielden solidariteitsacties (onder meer stoepkrijten) om elkaar maar ook werkers in de zorg een hart onder de riem te steken. Retailers installeerden in hoog tempo webshops en de horeca ging over op afhaal- en bezorgmaaltijden. Op straat kwamen desinfectiezuilen. Het nieuwe bestuur vergaderde met videobellen en had frequent overleg met de gemeente. De veiligheidsregio's kregen een belangrijke rol in het afstemmen en toezicht houden op de diverse getroffen maatregelen. De 'anderhalve-meter-samenleving' deed z'n intrede, er werden terrassenplannen geschreven en getekend en evenementen werden weliswaar gepland maar ook net zo snel weer afgeblazen. In december 2020 volgde een lange lockdown die maar liefst drie maanden duurde. In 2021 maakten we kennis met de avondklok, toegangscontroles en QR-codes. Het siert de gemeente Hoogeveen dat er middelen zijn vrijgemaakt om de toegangscontroles bij de horeca mogelijk te maken. Daarnaast werd in een aantal weekenden een extra testlocatie in het centrum ingericht voor bezoekers van de horeca.

Het bestuur heeft tijdens deze pandemie doorgewerkt aan het realiseren van de doelstellingen. Buro Binnenstad als uitvoerend orgaan kreeg vorm en John van Regteren werd aangesteld als binnenstadscoördinator om een verbindende rol te vervullen. Door de pandemie konden nauwelijks evenementen worden georganiseerd. De financiële ruimte die daardoor ontstond is aangewend om de oude, reeds afgeschreven sfeerverlichting in het centrum te vervangen door energiezuinige LED-verlichting met een modernere uitstraling. Ook werd de geluidsinstallatie vervangen. Tevens werd de website www.binnenstadhoogeveen.nl gebouwd met veel meer mogelijkheden dan de oude website.

In december 2021 volgde onverwacht nog weer een nieuwe lockdown. Het bestuur heeft zich samen met burgemeester Loohuis ingespannen om de regering ertoe te bewegen retail, horeca, entertainment en cultuur zo spoedig mogelijk open te stellen. In het prille voorjaar van 2022 werden beetje bij beetje alle beperkende maatregelen afgeschaft. De opluchting was groot.

1.2

Nieuwe uitdagingen na de pandemie

Echter, nog niet bekomen van de pandemie kwam er al een nieuwe uitdaging op de ondernemers af. De Russische inval in Oekraïne had en heeft grote economische gevolgen. De energiekosten rezen de pan uit en de inflatie steeg met grote sprongen. Als gevolg hiervan is besloten de minimumlonen sterk te verhogen wat direct tot grote stijgingen van de CAO-lonen leidt. Dat, in combinatie met grote krapte op de arbeidsmarkt en financiële onzekerheid bij consumenten, maakt het ondernemerschap tot een balanceeract. Want gingen na het afschaffen van de coronamaatregelen de consumentenbestedingen flink omhoog, de financiële onzekerheid zorgde snel daarna voor grote terughoudendheid. Daarnaast kampen vrijwel alle branches met problemen in de productieketen: van grondstoffen tot aan transport, overal zitten er hiaten en hobbels in de keten waardoor onwenselijk lange levertijden kunnen ontstaan.



1.3

Terugdringen winkeloppervlakte & netwerk van commercieel vastgoedeigenaren

Op landelijk niveau is in de Retailagenda afgesproken dat het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlakte moet worden teruggedrongen. Hiervoor zijn zgn. Retaildeals gesloten met provinciale en lokale overheden en werd ondersteund door het Binnenstadfonds om e.e.a. richting de ondernemers te kunnen financieren. In Hoogeveen is ervoor gekozen om in de zgn. 'aanloopgebieden' winkelvloeroppervlakte te verminderen. Het meest zichtbare is dat de Tamboerpassage per 31-12-2023 ontmanteld is als winkelgebied. Hiervoor is frequent overleg geweest tussen gemeente, pandeigenaren, huurders en een delegatie van het bestuur van Binnenstad Hoogeveen. Een aantal ondernemers is verhuisd naar de Hoofdstraat, enkele anderen zijn gestopt of verhuisd naar elders. In totaal is er in Hoogeveen ruim 10.000 m² winkelvloeroppervlakte uit de markt gehaald, een forse inspanning. Hoogeveen was daarmee de 1e gemeente in Drenthe die het Binnenstadfonds heeft kunnen afronden met behalen van de vooraf gestelde doelen.

De vele contacten die in het traject van het verminderen van de winkelvloeroppervlakte zijn gelegd, hebben geresulteerd in de oprichting van een klankbordgroep van eigenaren van commercieel vastgoed in het centrum van Hoogeveen. Het initiatief hiervoor is genomen door het bestuur van Binnenstad Hoogeveen. Immers, de eigenaren van het commercieel vastgoed hebben ook belang bij een levendige en aantrekkelijke binnenstad en kunnen daar ook zelf invloed op uitoefenen. De klankbordgroep is nog informeel; streven is te komen naar een meer formeel overleg met duidelijke doelstellingen. Dit vraagt de nodige inspanningen van de deelnemers aan deze klankbordgroep.

1.4

Werkgroep Marketing

In 2020 is vanuit het bestuur van Binnenstad Hoogeveen de werkgroep Marketing opgericht. Deze werkgroep wordt gevormd door ondernemers uit het BIZ-gebied. Doel van de werkgroep is het aanbod van de binnenstad te 'vermarkten', zichtbaar te maken bij zowel de inwoners van Hoogeveen als de aanpalende gemeenten, de bezoekers in de regio en wat verder weg, buitenlandse toeristen. Het uiteindelijke doel is dat deze marketing leidt tot meer bezoekers, langere verblijfsduur en meer bestedingen. De belangrijkste doelgroep waarop deze marketing zich richt wordt gevormd door gezinnen met jonge kinderen. Naast activiteiten, promoties en mediakanalen om deze doelgroep te bereiken wordt veel energie gestoken in een digitale omgeving die voor een breed publiek aantrekkelijk is.

Marketing houdt zich ook bezig met het verbeteren van de communicatie, zowel die tussen ondernemers onderling als die van ondernemers met (potentiële) bezoekers en met diverse stakeholders. Daarvoor zijn de afgelopen BIZ-periode de volgende dingen gedaan:

Extern

- Ontwikkelen, uitrollen en promoten van consumentgerichte acties
- Ontwikkelen en toepassen van een herkenbare huisstijl
- Inzetten van social media, zoals Facebook, Instagram en TikTok
- Ontwikkelen en onderhouden van een snelle en goed toegankelijke website met relevante informatie en activiteitenagenda

Intern, gericht op de ondernemers in de Binnenstad

- Nieuwsbrieven en updates via mailinglijst
- Snelle communicatie via WhatsApp groep Binnenstad Informatie (ca. 150 leden)
- Persoonlijke communicatie via de binnenstadscöördinator en bestuursleden





Maya de Bij

Vanuit de gedachte dat gezinnen met jonge kinderen de belangrijkste doelgroep vormen om ons op te richten, is gezocht naar een aansprekende en herkenbare mascotte. Gelet op de historie van Hoogeveen als bijenstad, onder meer in het gemeentewapen en als kunstwerk bij de Cascade, kwamen we uit bij Maya de Bij. Om Maya de Bij daadwerkelijk in Hoogeveen in te kunnen zetten, is met de licentiehouder een overeenkomst gesloten. Dat heeft het mogelijk gemaakt om Maya de Bij bij vrijwel alle evenementen aanwezig te laten zijn, met kinderen te knuffelen, 'Meet-and-Greets' te organiseren en op die manier uit te groeien tot zachte en lieve mascotte die zeer gewaardeerd wordt. De aanwezigheid van Maya de Bij wordt actief gepromoot.



1.5

KVO

KVO staat voor Keurmerk Veilig Ondernemen. In Hoogeveen hebben we binnen dit landelijke Keurmerk de vijfde (en hoogste) ster in 2023 bereikt. Dat is een weerspiegeling van de goede samenwerking tussen ondernemers, politie, handhaving, andere gemeentelijke diensten en Binnenstad Hoogeveen.

Enkele keren per jaar wordt er een schouw gelopen en worden knelpunten in kaart gebracht. In het reguliere overleg wordt de voortgang van de aanpak van deze knelpunten besproken. Andere thema's zijn: bestrijding van overlast, tegengaan van winkeldiefstal, veiligheid op straat (verlichting, stoeptegels), tegengaan van ondermijning, illegale bewoning en activiteiten, enz.



Voor de ondernemers is er de KVO-app. In deze app worden uitsluitend berichten gedeeld op het gebied van veiligheid. Menig winkeldief is door de goede samenwerking in deze app in de kraag gevat en in plaats van met een buit, vertrokken met een boete, locatieverbod of andere maatregel.



2 De toegevoegde waarde van de BIZ voor het centrum van Hoogeveen

Hieronder gaan we in op de toegevoegde waarde van de BIZ, gekoppeld aan de historie, huidige staat en toekomstkansen van Hoogeveen.

2.1

Het DNA van Hoogeveen

Hoogeveen kent een rijke historie van ondernemerschap. Na aanvankelijk succes in de turfhandel, bijenteelt en scheepvaart, werd eind 19e eeuw vlot overgeschakeld naar landbouw, veeteelt en maakindustrie. Het hoge arbeidsethos van de Hoogeveneren en de gunstige ligging aan verkeers- en waterwegen heeft grote bedrijven naar Hoogeveen gebracht. Vooral daardoor kent Hoogeveen een hoog voorzieningenniveau van onder meer ziekenhuis, cultureel centrum De Tamboer en een vliegveld. De vele en grote bedrijventerreinen ontwikkelen zich nog steeds door. Niet voor niets heeft Hoogeveen MBO-opleidingen in vele richtingen, is er een goede samenwerking tussen scholen en bedrijfsleven. Recent is er een IT-Hub gevestigd in Hoogeveen om in de toekomst ook te kunnen voorzien in specifieke HBO-kennis. Het goede voorzieningenniveau, het brede aanbod van onderwijs en de ruime opzet van de woonwijken maken Hoogeveen tot een geliefde woon- en vestigingsplaats. Belangrijk daarbij is ook een aantrekkelijk, levendig stadscentrum met een divers aanbod. In die zin versterken al deze aspecten elkaar om samen Hoogeveen aantrekkelijk te houden. Met dit DNA van hard werken, ontginnen van nieuw gebied, innoveren en pionieren, ontwikkelt Hoogeveen zich steeds verder en wint aan belang als grootste plaats in de regio. In de provincie is Hoogeveen een van de vier 'HEMA'-gemeenten, de vier grootste gemeenten van Drenthe. De grote regiofunctie is ook terug te zien in het Koopstromenonderzoek 2023 Oost-Nederland. Niet alleen inwoners van de dorpen in de directe omgeving komen graag naar Hoogeveen maar ook inwoners uit plaatsen als Coevorden, Hardenberg, Ommen, Beilen, Dwingeloo enz. bezoeken Hoogeveen graag.



2.2

Het centrum: grote verscheidenheid en goed bereikbaar

Het ondernemerschap dat zichtbaar is op de vele bedrijventerreinen vinden we ook terug in de binnenstad van Hoogeveen. Langs de toenmalige kanalen werden smalle maar diepe panden gebouwd – iedereen wilde wel een plekje aan de doorgaande (water)weg. In het stratenplan is deze historie terug te zien. Aan de achterzijde was volop ruimte voor bevoorrading. Mede hieraan hebben we de bekende pleinen te danken die Hoogeveneren unieke parkeerfaciliteiten vormen. En die hoog gewaardeerd worden, zoals ook maar weer blijkt uit het recente koopstromenonderzoek

2023. Het centrum van Hoogeveen kent nog vele familiebedrijven; sommige ervan zijn zelfstandig, andere opereren onder de vlag van een keten.

Net als de meeste andere plaatsen van dezelfde omvang, heeft Hoogeveen te kampen met vergrijzing en een teveel aan winkelvloeroppervlakte. Maar de bereidheid tot samenwerking en de gemeenschapszin creëren goede voorwaarden om, samen met o.a. de gemeente en de provincie, problemen daadkrachtig om te zetten in uitdagingen.

2.3

De BIZ-heffing

De ondernemers in het centrum van Hoogeveen dragen allemaal bij aan de BIZ-heffing. De BIZ-heffing is een gemeentelijke belasting. De opbrengsten van de BIZ-heffing worden door de gemeente als subsidie verstrekt aan Stichting Centrummanagement Hoogeveen h.o.d.n. Binnenstad Hoogeveen. Het doel van de BIZ is het economisch versterken van het stadscentrum, in brede zin. Het bestuur maakt hiervoor een meerjarenbeleidsplan, een meerjarenbegroting en een jaarlijks activiteiten- en evenementenplan. Op die manier wordt op transparante wijze besteding van de BIZ-heffing conform de doelstellingen uitgevoerd.

Door de afname van het aantal winkels en het verminderen van het aantal vierkante meters winkeloppervlakte wordt bij ongewijzigd beleid, de opbrengst van de BIZ-heffing lager. Minder middelen betekent direct dat er minder georganiseerd kan worden, ook omdat de kosten om iets te organiseren de afgelopen jaren enorm zijn gestegen. In het licht van noodzakelijke versterking van de aantrekkelijkheid van de binnenstad, is dit onwenselijk. Er zal juist méér inspanning nodig zijn.

Er is in Hoogeveen veel draagvlak voor de BIZ-heffing: in 2019 stemde bijna 80% vóór verlenging van de BIZ. Iedereen draagt bij naar rato en ook landelijke ketens kunnen niet meer als 'freerider' meeliften op de inspanningen van lokale ondernemers.

De gemeente Hoogeveen ondersteunt het (vrijwillige) bestuur van Binnenstad Hoogeveen met een proactieve houding bij het organiseren van evenementen (o.a. vergunningverlening), het aanboren van provinciale en landelijke subsidies en de marketing van de binnenstad. Daarnaast levert de gemeente een financiële bijdrage aan de BIZ-middelen.



Koopstromenonderzoek 2023

Eind 2023 is een groot Koopstromenonderzoek uitgevoerd in Oost-Nederland. 82 gemeenten in de provincies Drenthe, Overijssel, Gelderland en Flevoland hebben hieraan deelgenomen. Hoogeveen heeft al vaker deelgenomen zodat er vergelijkingen gemaakt kunnen worden. Voor volledige en onderliggende informatie verwijzen we naar www.koopstromen.nl.

Meest opvallende uitkomst van dit onderzoek is dat Hoogeveen koploper is qua omzetontwikkeling in het onderzochte gebied. Vooral voor dagelijkse boodschappen wordt het centrum vaker bezocht. Hoogeveen onderscheidt zich in dit opzicht opvallend ten opzichte van de andere gemeenten. Maar, en dat is zeker positief: ook voor recreatief winkelen weet de consument Hoogeveen steeds beter te vinden. En dat is tegen de trend in! Hoe dan ook betekent dit dat de gezamenlijke inspanningen van ondernemers (zowel op het niveau van de

individuele winkel/horeca als gezamenlijk via Binnenstad Hoogeveen), van de gemeente en provincie er toe hebben geleid dat het centrum van Hoogeveen zich versterkt heeft als aantrekkelijk winkelgebied. De binding met eigen inwoners is op peil gebleven en er liggen kansen om meer consumenten uit de regio te trekken. Daarbij moet ook zeker het toerisme niet worden vergeten: Dwingeloo, op slechts 21 km van Hoogeveen, herbergt in de zomer een recordaantal van ca. 250.000 verblijfsrecreanten!

Verder blijkt uit het Koopstromenonderzoek de grote waardering van bezoekers voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden. Punten die we moeten koesteren! Verbeterpunten die worden aangegeven zijn bijv. de faciliteiten (of het ontbreken ervan) zoals openbaar toiletvoorziening en bewaakte fietsstalling(en).

Doelstellingen BIZ 2025-2029

Tijdens de coronapandemie heeft het online winkelen een grote vlucht genomen. Maar winkelen in een gezellige stad, met diversiteit aan winkels, afwisseling met horeca, entertainment en cultuur is van een andere dimensie. Met een prettige sfeer, goede mix, aansprekende evenementen en goede bereikbaarheid willen we consumenten (opnieuw) verleiden het centrum te bezoeken. De inspanningen van Binnenstad Hoogeveen om in gezamenlijkheid te werken aan een stadscentrum waar het goed en veilig winkelen, recreëren, uitgaan, werken, leven en wonen is zijn daarom meer dan ooit noodzakelijk. Het is niet vanzelfsprekend dat consumenten het stadscentrum bezoeken, dat doen ze vooral als zo'n bezoek voor die consument van toegevoegde waarde is. De sfeer op straat proeven, de geur van de warme bakker ruiken, het voelen van zachte stoffen, het passen van kleding die een deskundig adviseur voor jou heeft uitgezocht, het genieten van een heerlijke lunch met de klaterende fonteinen als achtergrond, het verdwalen in de zee van boeken in de echte boekhandel of toch nog een nieuw en hip telefoonhoesje aanschaffen voordat je je onderdompelt in de nieuwste films of ontroerende theatervoorstelling - dit alles is

mogelijk in een bruisend stadscentrum waar door ondernemers in gezamenlijkheid wordt gewerkt aan het bereiken van die doelstellingen.

Het bestuur van Binnenstad Hoogeveen heeft een aantal doelstellingen geformuleerd, waaraan de komende jaren gewerkt zal worden.

1. Parkeren: parkeerfaciliteiten, routing
2. Realiseren Openbaar toiletvoorziening(en) en bewaakte fietsstalling(en)
3. Certificaat KVO 5 sterren behouden
4. Verhogen bezoekersaantallen en verblijfsduur verlengen
5. Bevorderen gevarieerd winkel- en horeca-aanbod, leegstand maximaal 10%
6. Stimuleren van betrokkenheid en onderlinge samenwerking ondernemers/filiaalmanagers
7. Zorgdragen voor een gevarieerd aanbod aan evenementen
8. Actieve marketing om de positie van het centrum van Hoogeveen te versterken

Deze 8 doelstellingen worden hieronder kort toegelicht.

3.1

Opwaardering parkeerpleinen en betere parkeerrouting

Het meest in het oog springende sterke punt van het Hoogeveens stadscentrum zijn de vele parkeerfaciliteiten. Bezoekers waarderen deze faciliteiten met een 7,3, een waardering die we moeten koesteren. Dat willen we minimaal behouden maar liever nog verbeteren. Want dit 'Unique-Selling-Point' (USP) van Hoogeveen verdient bescherming en opwaardering: hoe beter het parkeren wordt gefaciliteerd, hoe gemakkelijker bezoekers onze binnenstad weten te vinden.

Concrete plannen liggen er voor bebouwing op het Stoekeplein en het Nicolaas Beetsplein; het Dekkerplein, Van Echtenplein en Bilderdijkplein verdienen aandacht. Bij al deze projecten zal voldoende aandacht moeten zijn voor vergroening

– een thema dat ook door bezoekers wordt genoemd in het Koopstromenonderzoek 2023 en het behoud van parkeerplaatsen, daarnaast aandacht voor de conditie van de diverse stegen die de parkeerlocaties met de binnenstad verbindt. Het bestuur zal zich daarom ook de komende jaren blijven inspannen voor het behoud en verbeteren van de parkeerfaciliteiten. Op de prioriteitenlijst staan een betere parkeerrouting met digitale verwijsborden bij de belangrijkste toegangswegen om tot een goede capaciteitsbenutting te komen. Gecombineerd met toegankelijke parkeerautomaten en een uitnodigende inrichting van de parkeerpleinen zal het centrum van Hoogeveen kunnen blijven rekenen op een hoge bezoekerswaardering.

3.2

Realiseren openbaar toiletvoorziening en bewaakte fietsenstalling

Bij een toegankelijke en uitnodigende binnenstad hoort een openbaar toiletvoorziening inclusief een mindervalidentoilet en babyruimte. Nederland loopt achter op dit terrein, ondanks dat internationale verdragen ons verplichten hiervoor voorzieningen te treffen. Inmiddels is er een landelijke Toiletalliantie die zich op dit thema richt. Het gebrek aan goede openbaar toiletvoorzieningen zorgt voor angst bij patiënten (met bijv. spijsverteringsklachten, stoma, incontinentie), voor gênante situaties en spanning om op pad te gaan – wat gemakkelijk kan leiden tot thuisblijven, sociale uitsluiting en eenzaamheid. Mensen met een spijsverteringsziekte, blaaspatiënten, ouderen, vrouwen en kinderen moeten vaker dan gemiddeld naar het toilet. Aangezien Hoogeveen zich richt op gezinnen met jonge kinderen, is een openbaar toiletvoorziening een absolute must om gastvrij en

toegankelijk te zijn. In Hoogeveen wordt gewerkt aan de Agenda Lokale Inclusie; juist ook vanuit dat perspectief is een openbaar toiletvoorziening noodzakelijk. Wil Hoogeveen zichzelf op de kaart zetten als gastvrije plaats, dan zou gekozen moeten worden voor een 'Changing Places Toilet', een speciale liggende toiletvoorziening met o.a. tillift en volwassenenbrancard waardoor mensen met een ernstige beperking ook verschoond kunnen worden. Vanuit het perspectief van gastvrijheid en gezinsvriendelijk willen we ook opnieuw aandacht vragen voor een permanent bewaakte fietsenstalling zoals die voor 2020 er ook was. Ook in Hoogeveen verdwijnen jaarlijks tientallen (dure) elektrische fietsen. Een combinatie van bewaakte fietsenstalling en toegankelijk openbaar toilet zou een enorme opwaardering van de faciliteiten én gastvrijheid zijn.

3.3

Certificaat 5-sterren KVO behouden

Hoewel de zesde ster niet bestaat, gaan we er toch voor! Iets behalen is immers meestal gemakkelijker dan iets behouden. Het behoud van de vijfde ster van het Keurmerk Veilig Ondernemen staat daarmee gelijk aan het behalen van een zesde ster! Oog hebben voor veiligheid op straat, het frequent overleggen met toezichthouders, gemeente, politie enz. vraagt een continue inspanning. Het beheer van de KVO-app blijft bijvoorbeeld onverminderd strak waardoor de functie ervan niet verwatert. De schouwen blijven worden uitgevoerd en de winkeldieven worden in de kraag gevat.

3.4

Verhogen bezoekersaantallen en verlengen verblijfsduur

Het meten van bezoekersaantallen is een hachelijke onderneming sinds de invoering van de AVG. Uit het Koopstromenonderzoek 2023 is gebleken dat bezoekers vaker naar de binnenstad komen (van 2,4 bezoeken per maand in 2019 naar 2,6 in 2023). Het merendeel van deze bezoekers komt uit de gemeenten Hoogeveen en De Wolden. En ten opzichte van 2019 verblijven zij per bezoek 1 minuut langer. Dat lijkt weinig maar alle bezoekers bij elkaar opgeteld, is dit onmiskenbaar een positieve ontwikkeling. Door het parkeren nog beter te faciliteren, de binnenstad verder te vergroenen en het winkel- en horeca-aanbod aantrekkelijker te maken, kunnen deze cijfers verder stijgen.

Het Koopstromenonderzoek 2023 laat zien dat er nog volop ruimte is om bezoekers uit de regio en/of verblijfsrecreanten te trekken. Zeer recent zijn de vier gemeenten in Zuidwest-Drenthe een samenwerking aangegaan op het gebied van marketing van de regio. We verwachten dat van deze samenwerking een positief effect ontstaat op de bezoekersaantallen in het centrum van Hoogeveen. De aansluitingen op het wandelnetwerk Drenthe passen hier ook bij, net als de ontwikkeling van Drenthe als fietsprovincie met de VAM-berg als "Dak van Drenthe" in de nabijheid van Hoogeveen.



3.5

Bevorderen gevarieerd winkel- en horeca-aanbod, leegstand maximaal 10%

Ten tijde van dit schrijven is de leegstand in het winkelgebied (exclusief Tamboerpassage) 12%. In de Hoofdstraat en Schutstraat zijn de afgelopen jaren diverse panden gevuld maar onvermijdelijk is er ook nieuwe leegstand ontstaan. Oorzaken hiervan moeten worden gezocht in te weinig winstgevendheid of zelfs faillissement, gebrek aan bedrijfsopvolging of ziekte van de ondernemer. Het in 2022 gestarte overleg met de eigenaren van commercieel vastgoed is belangrijk om deze doelstelling te kunnen realiseren. Hoe aantrekkelijker het centrum van Hoogeveen zich weet te presenteren, hoe eerder nieuwe winkels en/of horeca zich zullen vestigen. De eigenaren van het commercieel vastgoed hebben hier een gedeeld belang en kunnen actief invloed uitoefenen op het uiteindelijke winkelaanbod van Hoogeveen. De gemeentelijk accountmanagers kunnen hierbij faciliteren en wellicht ook een actieve rol spelen door bijvoorbeeld lokale ondernemers te ondersteunen bij het starten van een eigen bedrijf.



3.6

Stimuleren van betrokkenheid & onderlinge samenwerking ondernemers/filiaalleiders

In economisch moeilijke tijden is het des te belangrijker om onderlinge samenwerking te bevorderen. Elke winkel, elke horecagelegenheid heeft baat bij een winkelgebied waar een goede sfeer is, waar ondernemers elkaar wat 'gunnen', weten wat de ander kan leveren qua assortiment en waar ondernemers en filiaalhouders ervaringen kunnen worden uitgewisseld. De groepsapp met Binnenstad Informatie vervult hierbij een belangrijke rol. Iets simpels als het onderling wisselen van kleingeld leidt al tot verbetering van het contact tussen ondernemers. De Nieuwsbrieven, de website www.binnenstadhoogeveen.nl en de periodieke meetings versterken eveneens de samenhang. Het werken aan gezamenlijke doelstellingen komt het centrum ten goede. Het bestuur zal zich dan ook blijven inzetten voor activiteiten om de onderlinge samenhang te versterken, nieuwkomers te verwelkomen, ondernemers in het zonnetje te zetten op sociale media en zorg te dragen voor goede informatievoorziening.

3.7

Zorgdragen voor een gevarieerd aanbod aan evenementen

Geen centrum zonder evenementen! Maar evenementen organiseren niet zichzelf. De zes Pulledagen in de zomer hebben een enorme aantrekkingskracht op dagjesmensen en verblijfsrecreanten. Maar ook de 'thuisblijvers' komen massaal naar het centrum om te slenteren op de braderieën, te genieten van de muziek en straatacts, de gezelligheid op straat, in de winkels en op terrassen. De Pulledagen gaan met de tijd mee maar blijven herkenbaar als Pulledag, diep verankerd in de historie van Hoogeveen. Daarnaast zijn er het Korenfestival, de feestelijke Koningsdag en de succesvolle Slotweekenden van de uitverkoop.

Het Stadslichtfestival, met in 2023 ca. 75.000 bezoekers, is een absolute groeibriljant die we zeker de komende BIZ-periode samen moeten koesteren en als kan verder vergroten! Niet voor niets is de organisatie van Stadslichtfestival dit jaar verkozen tot 'Hoogevener van het Jaar 2023'

Een substantieel deel van het BIZ-budget wordt ingezet voor evenementen. Het is telkens een uitdaging om in de uitgestrekte Hoofdstraat en de verkeersaders Schutstraat/'t Haagje tot een goede invulling te komen. Het blijven werken aan draagvlak bij de ondernemers, het verder ontwikkelen van bestaande evenementen en het opzetten en uitwerken van nieuwe evenementen vragen creativiteit, enthousiasme en een hands-on instelling van alle betrokkenen.



stadslicht festival Hoogeveen

BINNENSTAD.
HOOGEVEEN



STADSLICHTFESTIVAL.NL



3.8

Actieve marketing om de positie van het centrum van Hoogeveen te versterken

Alle ondernemers in Hoogeveen doen elk voor zich hun best om aantrekkelijk te zijn voor hun klanten. Uit het Koopstromenonderzoek 2023 blijkt de hoge waardering hiervoor. Maar om een aantrekkelijke plaats te worden en te blijven voor toeristen, passanten en bezoekers van net buiten de regio, is meer nodig. Als ondernemers zien we goede mogelijkheden voor betere verbinding tussen de verschillende elementen: cultuur, evenementen, winkelen, entertainment, recreatie en horeca. Dit is samen te vatten in de boodschap:

“Hoogeveen is kind- en familievriendelijk, biedt een hartelijke ontvangst, een goed verblijf met prima voorzieningen.”

De aansluiting van Hoogeveen bij de andere drie gemeenten in Zuidwest-Drenthe voor een gezamenlijke marketing juichen wij toe. Onze eigen marketing zal zich vooral richten op het onder de aandacht brengen van de evenementen en activiteiten in en rond het centrum van Hoogeveen. Minstens zo belangrijk is de ‘interne communicatie’ naar ondernemers in de binnenstad.

De belangrijkste kanalen voor Marketing zijn de website www.binnenstadhoogeveen.nl met o.a. evenementenagenda, parkeerinformatie en de virtuele binnenstad. De website wordt dagelijks geactualiseerd. Daarnaast zijn er actieve Facebook en Instagramkanalen en in de toekomst ongetwijfeld ook TikTok. Door middel van de inzet van lokale influencers wordt het aantal volgers gestaag uitgebreid. Via beproefde middelen als advertenties in lokale en/of regionale media en sandwichborden (lantaarnpalen) wordt nog steeds een groot publiek bereikt.

Ten tijde van dit schrijven is nog niet helemaal duidelijk welke thema’s op gemeentelijk en provinciaal niveau de komende jaren ‘in de markt’ worden gezet. Natuurlijk zal Binnenstad Hoogeveen aansluiting zoeken bij die thema’s zodat er een samenhangende pr ontstaat.



4 Binnenstad Hoogeveen in relevante netwerken

De afgelopen jaren is veel energie besteed aan de samenwerking in relevante netwerken. Met de andere gemeenten in Drenthe waar een BIZ fungeert, is een overlegstructuur opgezet en trekken we samen op als Drents Netwerk Centrumgebieden (DNC). Periodiek worden ‘best practices’ uitgewisseld of thema’s besproken. Het symposium “De bruisende binnenstad” dat op 5 juni 2023 in de Tamboer plaatsvond waar Hoogeveen als gastheer optrad, is een uitvloeisel van acties vanuit de DNC. Daarnaast is het contact met de gemeente sterk verbeterd, mede dankzij de korte lijn met de Ambtelijk opdrachtgever stadscentrum gemeente Hoogeveen en zijn aanwezigheid bij de bestuursvergadering. Het bestuurlijk overleg met de wethouder(s), de directe lijn naar de burgemeester bij calamiteiten en het frequent overleg met toezichthouders, heeft de Binnenstad van Hoogeveen duidelijk in beeld gebracht. De raadsleden worden niet alleen mondeling maar ook periodiek geïnformeerd via “Bij de tijd”, een nieuwsbrief over telkens een specifiek, actueel onderwerp.

Verder is Binnenstad Hoogeveen initiatiefnemer geweest van de Klankbordgroep van Vastgoedeigenaren, zodat ook daar de lijntjes kort zijn. En bij het transitieproces van de Tamboerpassage, nog steeds gaande, is Binnenstad Hoogeveen actief vertegenwoordigd in Stuur- en Projectgroepen. Meer in een grotere regio zijn contacten aangeknoopt met andere centrumgebieden zoals bijv. Deventer.

Het onderhouden van contacten in relevante netwerken is geen doelstelling op zich. Maar het biedt nieuwe inzichten, zorgt voor betere verstandhoudingen en communicatie en zet Hoogeveen op de kaart. In veel gemeentes wordt met enige jaloezie gekeken naar de Hoogeveense BIZ die in 2009 succesvol is ingevoerd, al twee keer is verlengd en zichzelf heeft weten te vernieuwen onder moeilijke omstandigheden. Dit is te danken aan actieve ondernemers, die op vrijwillige basis zich inzetten voor een aantrekkelijke binnenstad, initiatieven ontplooiën, vrije tijd stoppen in een gezamenlijk belang.

5 Uitvoering van de BIZ

Zoals in paragraaf 2.3 aangegeven zal bij ongewijzigd beleid de BIZ-opbrengst sterk afnemen, omdat er fors is verminderd in het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlakte. De begrenzing van het BIZ-gebied en de manier van berekening van de BIZ-heffing wordt daarom aangepast. De wet biedt een aantal opties. Net als voorheen kiest Hoogeveen ervoor om de BIZ te koppelen aan een vaste WOZ-waarde. De peildatum voor de heffingen is 1 januari 2023: de toen vastgestelde WOZ-waarde zal de hele BIZ-termijn 2025-2029 uitgangspunt blijven. In het verleden is gewerkt met een vaste BIZ-heffing voor een vijftal WOZ-klassen met een jaarlijkse ophoging met een vast bedrag. Voor de BIZ-periode 2025-2029 kiezen we voor een vergelijkbare systematiek maar met een andere indeling van de WOZ-klassen. Er is bij de vaststelling rekening gehouden met de inflatie en consumentenprijsindex (CPI) van het CBS. Onvermijdelijk is een stijging van ieders bijdrage om te komen tot een BIZ-opbrengst die het mogelijk maakt de gestelde doelen te realiseren. Voor de uitwerking is een meerjarenbegroting 2025-2029 opgesteld.



6

Tot slot

Een van de belangrijkste doelstellingen van de BIZ 2020-2024 was het door ontwikkelen van het BIZ-model om beter te kunnen anticiperen op veranderende economische omstandigheden. De noodzaak daarvan werd onverwacht snel duidelijk door de coronapandemie en daarna de wereldwijde turbulentie in de economie. Het in 2023 uitgevoerde Koopstromenonderzoek wijst uit dat er een stevig en betrouwbaar fundament ligt in Hoogeveen waarop ondernemers in de binnenstad elk vanuit hun passie voor hun bedrijf kunnen werken aan het gezamenlijke doel: het economisch versterken van de binnenstad van Hoogeveen. We hebben er dan ook alle vertrouwen in dat er opnieuw veel draagvlak is voor een nieuwe BIZ-periode. Wat hoopvol stemt, is dat een nieuwe, jonge generatie ondernemers is opgestaan die vanaf 2025 de bestuurstaken zal overnemen. Nieuw elan, nieuwe inzichten, nieuwe kansen! Want...

***...samen maken wij het verschil.
Nu en in de toekomst.***



Bijlage: bestuurssamenstelling medio 2024

Jan R. Stam	-	onafhankelijk voorzitter
Albert Jan Vos	-	penningmeester
Janny Schenkel	-	secretaris
Ewout Klok	-	vicevoorzitter, portefeuillehouder KVO
Heinri Schonewille	-	portefeuillehouder stadsontwikkeling
Mark Schonewille	-	portefeuillehouder marketing
Albert Jan Vos (wnd)	-	portefeuillehouder evenementen

John van Regteren: Binnenstadscoördinator. De uitvoeringstaken van Buro Binnenstad zijn ondergebracht bij !Pet Visuele Communicatie en Kirsten Heins Business Support.

