

Plan van Aanpak BIZ

Een Bedrijven Investerings Zone

Woonboulevard Utrecht

Een vervolg op de experimentfase 2011-2015

Opdrachtgever: Vereniging Woonboulevard Utrecht (WBU)
Auteur: L Zeegers manager WBU
Versie 6 (12 augustus 2015)

Inhoudsopgave

1 Inleiding

- 1.1 Algemeen
- 1.2 Evaluatie BIZ 2011-2015
- 1.3 Wat is een Bedrijven Investeringszone (BIZ)

2 Visie en doelstellingen WBU bestuur

- 2.1 Visie
- 2.2 Doelstellingen

3 Business-model/begroting

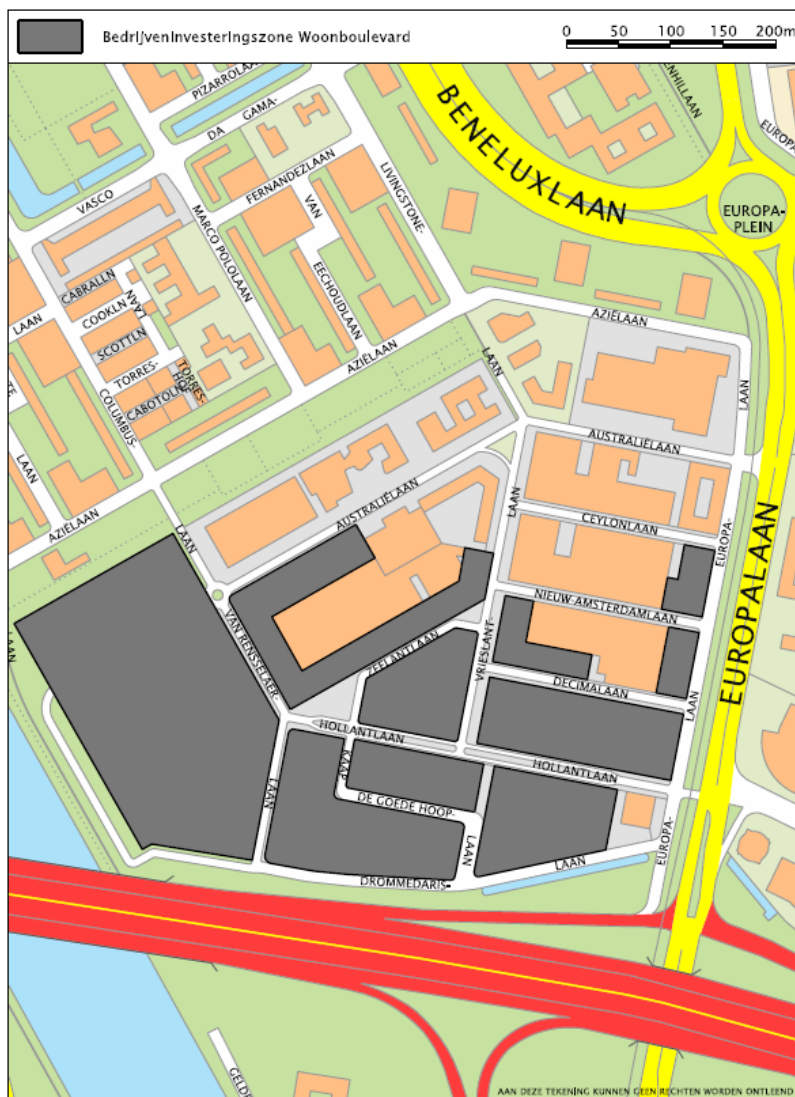
- 3.1 Begroting
- 3.2 Heffing op grond van BIZ en heffingsklassen

1 Inleiding

1.1 Algemeen

Woonboulevard Utrecht is grofweg gelegen tussen de zuidelijke rondweg van Utrecht (A12), de Europalaan, Australiëlaan, van Renselaearlaan en Dromedarislaan. Het gebied was van oorsprong een bedrijventerrein en is sinds de jaren '80 langzaam getransformeerd naar een woonboulevard. Binnen het gebied van de woonboulevard en vooral aan de noordoost rand bevinden zich nog meerdere bedrijven/kantoren die niet gerelateerd zijn aan de woondetailhandel. Op de WBU zijn ongeveer 60 detailhandelszaken gevestigd. Het gebied is overzichtelijk met een beperkt aantal ontsluitingen en vooral laagbouw.

WBU is een van de oudste Woonboulevards van Nederland en is niet als één project gerealiseerd zoals met de latere Woonboulevards en Woonmalls wel het geval is. Het is “spontaan” ontstaan op een deel van het bedrijventerrein Kanaleneiland en het kent dus een mengvorm van bestaande omgebouwde industriepanden en enkele aparte projecten die in het algemeen ook alweer 25 jaar geleden gerealiseerd zijn. Onderstaand kaartje geeft een exacte aanduiding van het gebied van de Woonboulevard Utrecht tot nu toe (grijze stukken) en binnen dat gebied zal ook een eventueel verlengde BIZ weer van kracht zijn. Het gebied heeft hier en daar een wat verouderd imago. Toch is WBU een van de betere Woonboulevards van het land onder andere vanwege de gunstige ontsluiting aan de A12, een sterke marktpositie in het midden van het land en het gratis parkeren.



1.2 Evaluatie BIZ 2011-2015.

Die sterke positie is in de afgelopen BIZ periode al verder uitgebouwd maar kan nog sterker. Wat is er in de tussentijd verder gebeurd?

- Samen met de gemeente is er een ontwikkelkader opgesteld dat nog een uitwerking behoeft en gefaseerd kan worden uitgevoerd;
- De gemeente heeft een bedrag van € 300.000 gereserveerd voor uitvoering in de eerste fase;
- Er wordt nog nader onderzoek verricht naar de grote parkeerdruk op de WBU vooral in het weekend;
- Ondernemers en gemeente zijn nog in overleg over hoe het probleem van het gebruik van de parkeerplaatsen in het gehele gebied als 'transferium' aan te pakken;
- Beleggers aan de Vrieslantlaan en Zeelantlaan hebben hun gevels opgeknapt;
- IKEA heeft haar plannen tot verdubbeling van de oppervlakte op bijzondere wijze verwezenlijkt;
- De belegger aan de Kaap de Goede Hooplaan (10 winkels) heeft zijn panden grondig gerenoveerd;
- Er is WIFI op de Woonboulevard gerealiseerd;
- Er zijn 2 winkels gerealiseerd op een plek (Kaap de Goede Hooplaan) waar eerder nog een kantoorpand was waardoor de aangesloten winkelbebouwing vrijwel is afgerond in gehele gebied;

De uitstraling en het imago van de Woonboulevard wordt niet alleen bepaald door de ruimtelijke structuur, maar ook door het niveau van veiligheid. Ondernemers hebben in het verleden veel overlast ondervonden van criminaliteit. Er waren veel bedrijfsinbraken, diefstallen uit auto's en berovingen. Veel daders bleken afkomstig uit de wijk Kanaleneiland. Daarom heeft het bestuur van de Woonboulevard in 2004 besloten om deel te nemen aan een project Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO). Dit project heeft de directe aanzet gegeven tot de aanleg van een glasvezelnetwerk en de plaatsing van camera's. Deze camera's waren tot voor kort aangesloten op het Dienstencentrum Beveiliging van de gemeente Utrecht (momenteel - medio 2015 - wordt met andere bedrijventerreinen/winkelcentra gekeken naar een nieuwe dienstverlener). Met cameratoezicht is de overlast en criminaliteit aanzienlijk teruggedrongen. Veiligheid wordt beschouwd als één van de imagobepalende factoren voor de Woonboulevard. Het bestuur van WBU beschouwt veiligheid, schoon en heel maar ook uitstraling en structuur/gebiedsontwikkeling (onderdeel van deze 3 begrippen) als belangrijke beleidsuitgangspunten voor haar Vereniging. Maar zeker ook de marketing draagt in belangrijke mate bij aan de sterke positie van deze Woonboulevard.

Om de positie, uitstraling en het imago van het WBU nog extra positieve impulsen te geven, heeft het bestuur van de WBU indertijd besloten om een nog actievere bijdrage te gaan leveren aan onderhoud, beheer, veiligheid maar ook (winkelgebieds)uitstraling en gebiedsversterking en last but not least marketing. De Woonboulevard heeft de kosten van deze beleidsuitgangspunten verdeeld over 2 financieringsbronnen namelijk het Ondernemersfonds Utrecht (OfU) en de BIZ. Omdat de BIZ gelden volgens de experimenteerwet niet voor marketing benut mogen worden zijn die vooral voor gebiedsversterking parkmanagement veiligheid en onderhoud ingezet. OfU gelden zijn voornamelijk ingezet voor marketing

1.3 Wat is een bedrijven Investeringszone (BIZ)

Op 1 mei 2009 is de Experimentenwet BIZ in werking getreden. Deze wet bevat tijdelijke regels voor experimenten met een gebiedsgerichte bestemmingsheffing ten behoeve van aanvullende activiteiten van samenwerkende ondernemers, mede in het publieke belang. In 2014 is het experimenteer karakter eraf gehaald en is de nieuwe BIZ wet in werking getreden. Een BIZ is een afgebakend gebied, waarin ondernemers gezamenlijk investeren in de

aantrekkelijkheid, aantrekkingskracht en veiligheid van hun bedrijfsomgeving. Bij voldoende draagvlak betalen alle ondernemers mee aan de kosten ervan. De gemeente stelt een heffing in en keert de opbrengst in haar geheel uit aan de vereniging die de activiteiten namens de ondernemers uitvoert. De activiteiten van een BIZ zijn een aanvulling op die van de gemeente, zoals het verbeteren van verkeersvoorzieningen, schoonmaak, onderhoud en het verhogen van het veiligheidsniveau met cameratoezicht en mobiele surveillance. Maar de middelen kunnen ook ingezet worden voor professioneel parkmanagement en marketing ter versterking van de positie, uitstraling en imago van het gebied. Inzet van BIZ gelden voor marketing is in de nieuwe wet toegestaan.

De BIZ is een instrument dat de ondernemers in staat stelt om gezamenlijk te investeren in hun bedrijfsomgeving en de organisatie en de lasten ervan evenwichtig te verdelen. Voor de invoering van een BIZ is het noodzakelijk dat:

1. De ondernemers met elkaar bepalen welke activiteiten zij gezamenlijk wensen uit te voeren en het plan van aanpak onderschrijven;
2. De ondernemers een Vereniging oprichten die activiteiten namens de ondernemers in een gebied uitvoert. Deze vereniging (officieel BIZ WBU) is in 2011 al opgericht;
3. De ondernemers met de gemeente hernieuwde afspraken maken en die vastleggen in een uitvoeringsovereenkomst;
4. De gemeente zorg draagt voor een draagvlakonderzoek waarbij alle ondernemers in het gebied geïnformeerd worden en in de gelegenheid worden gesteld om zich voor of tegen instelling van een (verlengde) BIZ uit te spreken.

In de wet is opgenomen dat er mag worden overgegaan tot de heffing van de BIZ-bijdrage als aan de volgende drie voorwaarden is voldaan:

1. De respons bij de draagvlakmeting is minimaal 50 procent;
2. Van de respondenten is minimaal 2/3 voor invoering BIZ;
3. De voorstellers vertegenwoordigen gezamenlijk meer WOZ-waarde dan de tegenstellers.

De gemeenteraad stelt een verordening vast waarin onder meer wordt vastgelegd welke ondernemers bijdrageplichtig zijn, de hoogte van de BIZ-heffing, de afbakening van het gebied, welke activiteiten worden uitgevoerd en de naam van de vereniging of stichting die de activiteiten uit gaat voeren. Deze rechtspersoon krijgt de beschikking over de middelen.

2. Visie en doelstellingen WBU-bestuur

2.1 Visie

Alle gebruikers van onroerend goed binnen het gebied (zie voor de gebiedsafbakening het kaartje in de inleiding) worden belast met een heffingspercentage van de WOZ-waarde middels een staffelsysteem. Voor deze gebiedsafbakening is gekozen omdat ook voor activiteiten wordt gekozen die het imago van het terrein versterken vooral in relatie tot de winkelfunctie. Door het bestuur van de WBU is een aantal uitgangspunten geformuleerd voor voortzetting van een Bedrijven Investeringszone in dit gebied. Deze uitgangspunten worden in dit Plan van Aanpak uitgewerkt en van een financiële onderbouwing voorzien.

De uitgangspunten kunnen als volgt worden samengevat:

1. Het KVO project en de beveiliging met cameratoezicht en mobiele surveillance worden in de huidige vorm voortgezet. Voor het onderdeel KVO met beheer, veiligheid (inclusief camera's) en onderhoud zal een beroep worden gedaan op het Ondernemersfonds. Dat sluit ook beter aan bij het trekkingsgebied Woonboulevard van het OfU dat wel het gehele gebied omvat, inclusief de niet-woonwinkels. Dus dan komen die activiteiten ook het gehele gebied ten goede.

2. Voor de puur WBU gerelateerde kosten zoals gebiedsversterking, uitstraling marketing enz. te financieren, wordt een beroep gedaan op de nieuwe BIZ-wet. Alleen de woonwinkels dragen bij aan dit BIZ-fonds.
3. De winkelgerelateerde uitstralingselementen worden voortgezet en/of uitgebouwd zodat meer eenheid wordt bewerkstelligd en de aantrekkelijkheid van het winkelgebied toeneemt.
4. Er zal veel energie worden gestoken in gebieds/structuurversterking in relatie tot de winkelfunctie de komende jaren, e.e.a. gebaseerd op het reeds samen met de gemeente vastgestelde ontwikkelkader Woonboulevard.
5. De opgerichte organisatie die verantwoordelijk is voor de uitvoering van de BIZ-activiteiten zoals investeringen en exploitatie wordt voortgezet.
6. Veel werk zal ook worden gestoken in het opzetten en uitvoeren van een passend marketingplan.
7. Er zal ook in de nieuwe BIZ periode gebruik worden gemaakt van een professionele parkmanager om deze doelen te realiseren.
8. Alle (retail) ondernemers in het BIZ gebied dragen bij in de kosten voor de uitvoering van dit Plan van Aanpak.
9. Er zal door de gemeente Utrecht een heffingspercentage in de vorm van een staffel, conform de staffel uit de voorgaande BIZ periode, worden vastgesteld dat gekoppeld is aan het betreffende onroerend goed.

Om de uitgangspunten op korte termijn te kunnen realiseren, zijn en worden door het bestuur van de WBU de volgende initiatieven genomen;

1. Aan de gemeente Utrecht is kenbaar gemaakt dat Woonboulevard de wens heeft om een Bedrijven Investeringszone voort te zetten. Dit BIZ-plan vormt daarvoor de basis. Het College van B en W wordt verzocht zijn medewerking hieraan te verlenen, een verordening in te stellen en uiterlijk per 1 januari 2016 tot invoering BIZ 2016-2020 over te gaan.
2. In het voorjaar 2015 is een proefdraagvlakmeting verricht waaruit is gebleken dat er voldoende draagvlak is onder de ondernemers voor voortzetting van de BIZ.
3. De reeds opgerichte vereniging die zich o.a. bezig zal houden met de uitvoering van het BIZ-plan, wordt voortgezet.
4. Er wordt op basis van voorgaande een uitvoeringsovereenkomst gesloten tussen de BIZ-WBU Vereniging met de gemeente Utrecht.
5. Na vaststelling van de verordening door de Gemeenteraad zal een draagvlakmeting bij de ondernemers op de WBU worden uitgevoerd. Bij voldoende draagvlak zal de BIZ van start gaan.

2.2 Doelstellingen 2016-2020

Structuur WBU

De uitstraling van de Woonboulevard laat te wensen over. Het is een van de beste Woonboulevards van het land, maar dan meer ondanks dan dankzij haar uitstraling. Een stevige upgrading met verder inzet van de betrokken winkeliers de beleggers/eigenaren en de gemeente is een must. Uitgangspunt blijft echter het behoud van het huidige karakter, zo vinden de winkeliers en dat is een sterke koopboulevard met herkenbare voorwaarden als directe (winkel)bereikbaarheid en gratis parkeren (no-nonsense geen Woonmall uitstraling).

Zoals uit de evaluatie al blijkt is e.e.a. in werking gezet in de afgelopen jaren. Vooral de ondernemers/beleggers hebben behoorlijk geïnvesteerd in hun panden (zie ook het overzicht hierboven). Ook de gemeente heeft die wens zoals blijkt uit een gereserveerd bedrag van € 300.000,-. Samen moeten gemeente en ondernemers de komende periode het ontwikkelkader verder afronden en invullen.

Marketingplan

WBU heeft al enige jaren een marketingplan gefinancierd uit de OfU middelen. In de nieuwe setting zal dat plan ondergebracht worden in de BIZ. Daarnaast waren al enkele zaken in de BIZ ondergebracht die te maken hadden met de lokale uitstraling en de lokaalgebonden zaken. E.e.a. zal worden voortgezet en ziet er in grote lijnen als volgt uit:

- Woonboulevard Utrecht is geen bedrijventerrein maar een shoppinggebied in de periferie van de stad. Dat betekent dat zaken als schoon en heel een andere dimensie hebben. Immers de aantrekkelijkheid wordt mede bepaald door de aanwezigheid van een prettig verblijfsklimaat voor bezoekers (3 tot 4 miljoen per jaar). Heel en schoon worden aangevuld met aangenaam en prettig. In winkelgebieden zijn dat fysieke attributen als *banieren en feest/winterverlichting* ook om de eenheid in het gebied te accentueren. Dat hoeft niet tot deze extra's beperkt te blijven maar kan in de loop der jaren worden uitgebouwd. Daarnaast wordt gekeken naar mogelijkheden om activiteiten op de Woonboulevard te organiseren. Herkenbaar is de Woonboulevard door naamgeving op een van de masten.
- Woonboulevard Utrecht wil zich in de toekomst meer manifesteren als Woonboulevard in brede zin waar ook alles “aan” de woning te vinden kan zijn, niet altijd in de vorm van retail maar ook door manifestaties info exposities enz. (duurzaamheid, energie, nieuwe zorgconcepten in huis, domotica enz.).
- Ook van groot belang zijn de nieuwe media zoals een sterke klantgerichte website Facebook, Instagram en Pinterest. De website wordt in de komende periode vernieuwd en responsive gemaakt zodat deze ook op de smartphone bruikbaar wordt als een app. WIFI en een responsive website creëert mogelijkheden voor meer locatiegebonden acties.

Tot slot beschikt de WBU over een mediaplan met advertenties in bladen en radiospotjes. Het mediaplan ziet er in 2015 als volgt uit. De aantallen (zie tabel) zijn de aantallen uitingen in krant en op radio. De bedoeling is meer te investeren in deze media in 2016. De huidige kosten zijn € 60.000.

<i>Reclameplanning woonboulevard Utrecht 2015</i>						
		Wegener	Wegener	Wegener	AD	Radio
					W/U/A	
		1/1 pag	½ pag	IM	½ pag	
Totaal		11	9	33	23	41

Parkmanager

Voor de realisatie van de doelen maakt het bestuur van de WBU graag gebruik van professioneel management ook omdat de gebondenheid van de eigenaren van de winkels (grote mate van filialisering) niet groot is en vooral omdat het bestuur en leden aan tijd ontbreekt dit gehele programma vorm te geven. De parkmanager vormt ook de belangrijkste schakel met de gemeente en ook dat programmaonderdeel vergt specifieke kwaliteiten.

3 Business-model/ begroting

Hieronder volgt een overzicht van de te verwachten begrotingsposten. Het betreft een inschatting voor de periode 2016-20 waarbij verantwoording telkenjare van het voorgaande jaar kan leiden tot wijzigingen in de begroting op aangeven van de vereniging. Het voorstel is

om de gemeente, tezamen met de verantwoording van het voorgaande jaar, elk jaar een begroting te sturen van het komende boekjaar. Op die wijze kan de nodige flexibiliteit worden gekoppeld aan inzicht bij de gemeente en WBU. De uitkering geschiedt in de vorm van een jaarlijkse subsidie (voor een periode van 5 jaar) en bij de aanvraag kan een gewijzigde begroting zitten voor het betreffende jaar.

3.1 Begroting

- **Organisatiekosten**

De kosten van het management worden geschat op € 35.000, die van het secretariaat op € 8000 en de bestuurskosten bedragen € 3000.

- **Locatie gebonden zaken**

De kosten van de uitstraling met fysieke dus locatie gebonden middelen zijn een optelsom van:

1.	Banieren	€ 5.000
2.	Feestverlichting	€ 10.000
3.	Overige (wo mast)	€ 8.000
	Totaal	€ 23.000

- **Digitale en analoge media**

De kosten voor website worden geschat op € 10.000 en social media op € 7.000

De mediacampagne zal tegen de € 100.000 gaan bedragen (deels ook te financieren uit de resterende OfU middelen benoemen waarop de 100.000 wordt ingezet).

Onderstaande kostenverdeling voor 2016 is gebaseerd op een Bedrijven Investeringszone met die onroerend goed-objecten die voor heffing in aanmerking komen. Dit zijn voornamelijk alle woonretailzaken in het gebied Australielaan, van Renselaerlaan, Drommedarislaan, Hollantlaan en Vrieslantlaan en de bedrijven langs de Europalaan (zie kaartje in de inleiding). De hoogte van de heffing wordt gebaseerd op een indeling in zes klassen die op hun beurt weer gerelateerd worden aan de WOZ-waarde.

Begroting telkenjare	2016-2020
<u>Organisatie</u>	
- Parkmanager	€ 35.000
- Bestuurskosten	€ 3.000
- Secretariaat	€ 8.000
<u>Locatiegebonden zaken</u>	
- Banieren	€ 5.000
- Overige	€ 8.000
- Feestverlichting	€ 10.000
<u>Marketingplan</u>	
- Website	€ 10.000
- Social media	€ 7.000
- Analoge media	€ 54.000
Inningskosten	€ 5.000
Totaal kosten	€ 145.000

*De begroting is in de periode vooralsnog elk jaar het zelfde maar wordt jaarlijks aangepast in overleg met de gemeente

3.2 Heffing op grond van BIZ en heffingsklassen

Het bestuur van de WBU heeft geopteerd voor een koppeling met de WOZ-waarde van het onroerend goed. De WOZ waardes van de betrokken panden worden, conform de lopende BIZ, verdeeld in 6 klassen. Aan elke klasse wordt een bijdrage verbonden zodat de optelsom bij benadering overeenkomt met het bedrag van de begroting. Door de gemeente Utrecht worden perceptiekosten in rekening gebracht. Het risico van inkomensderving bij faillissementen en dergelijke ligt bij de WBU BIZ.

De zes bijdrageklassen zijn als volgt ingedeeld:

Klasse	WOZ	Heffing
1	< € 200.000	€ 1.000
2	€ 200.000 - € 500.000	€ 1.500
3	€ 500.001 - € 1.500.000	€ 2.000
4	€ 1.500.001 - € 5.000.000	€ 3.000
5	€ 5.000.001 - € 10.000.000	€ 6.000
6	> € 10.000.000	€ 8.000

Met deze klassenindeling ontstaat er een totale heffing van circa € 145.000,-
Dit bedrag is gebaseerd op de ervaringen in de experimentele fase 2011-2015.