

Aanwezig:

Wim Aussems, Niek Mares, Karin van Vliet, Maikel van Velden, Henry, Rob van Amelsfoort, Berry Donkers, Frits Knibbeler, Bert Timmermans, Henk Broks, Cor van Diepen, Van De Eerden, Nico Schouten, Jos Jacobs, Linda Haverkamp, Olav Posthumus, Peter Thijssen

Afwezig:

---

**Agenda:**

1. Ontvangst
2. Welkom
3. Centrum Managers onder druk
4. Structuur van centrummanagement onder de loep
5. Verwachtingsmanagement – centrummanager versus ondernemers
6. Detailhandel op bedrijventerrein
7. Andere onderwerpen – reclame BIZ

1. ONTVANGST

Peter heet iedereen van harte welkom in Deurne en heeft een leuk presentje voor alle aanwezigen.

2. WELKOM

De voorzitter opent de vergadering en laat iedereen zich even voorstellen.

3. CENTRUMMANAGERS ONDER DRUK

Er zijn inmiddels 3 centrummanagers gestopt en hebben hierover verslag gedaan.

De redenen die zij aanvoeren zijn de volgende:

- Nieuwe besturen, andere inzichten, andere visie
- Afspraken CM- bestuur onduidelijk
- Tijd die is ingeruimd voor de functie staat niet in verhouding tot de taak
- Zichtbaarheid is niet voldoende

*Bedreigingen:*

- De centrummanager wordt weggestreept, mensen weten onvoldoende wat er gebeurt.
- Vrijwilligers nemen zaken over, maar continuïteit op langere termijn wordt hierdoor niet gewaarborgd.
- Minder kwaliteit door ondeskundigheid.

Berry geeft aan dat een andere dreiging is dat men de financiering niet meer rond krijgt. De reclamebelasting is gekoppeld aan het CM, maar veel ketens doen al niet meer mee. Dus veel minder inkomsten. Henry is van mening dat het centrummanagement ook wel overleefd blijft zonder een centrummanager.

De voorzitter, Wim, geeft een aantal manieren om deze dreigingen het hoofd te kunnen bieden:

- a) Goede structuur
- b) Goede communicatie
- c) Goede project begroting
- d) Zichtbaarheid vergroten

Het is vooral belangrijk transparant te zijn. De centrummanagers moeten de kosten veel beter uitsplitsen naar projecten teneinde de inzichtelijkheid te vergroten. Meer directe kosten en indirecte kosten zoveel mogelijk beperken. Rob vindt dat je geen verstoppertje moet spelen. De perceptie zou moeten zijn dat je van een postduif naar een hoger niveau klimt => professionaliseren. En dat kost geld.

Ook Peter vindt de transparantie belangrijk en pakt dit als volgt aan

- Begrotingen publiek presenteren tijdens een bijeenkomst voor ondernemers
- Iedereen mag en kan cijfers inzien mocht daartoe de behoefte zijn
- Projecten van het CM opsplitsen, je moet jezelf kunnen verdedigen: waarom bepaalde kosten zijn gemaakt, want iedereen denkt er het zijne van. Kosten moeten verantwoord zijn.

Henry: met werkgroepen, algemene kosten

- Pijn misschien minder
- Meer transparantie

Wim geeft aan dat er veel gedaan moet worden voor weinig, maar dat vooral het draagvlak niet uit het oog verloren moet worden. Peter is van mening dat eigenlijk iedere ondernemer eens in een werkgroep zou moeten meedraaien. Zij weten dan veel beter wat er speelt. Maar ook de wethouder van de gemeente is verantwoordelijk. Dus ook hier betrokkenheid noodzaak. De wethouder, voorzitter en penningmeester tekenen alle facturen, transparantie is absolute essentie vindt ook Olav.

Frits vindt het met name belangrijk je meer te profileren bij de ondernemers. Niemand vraagt om begrotingen maar ze willen in de krant komen, Citymarketing. Dat is waar de ondernemer om vraagt en dit hebben zij juist opgepakt. Hij ziet geen voordeel in transparantie! Peter geeft als reactie hierop dat juist de centrummanager meer zichtbaar moet worden. Frits reageert door aan te geven dat je juist iets ludieks moet verzinnen en niet alleen maar naar het bestuur moet kijken. Een budget is slechts een manier van presenteren, zorg juist dat je de transparantie op voorhand al toont. Peter vindt het jammer dat je je als centrummanager zo moet bewijzen. Olav is het hier niet helemaal mee eens; ik heb mij niet voor de ondernemers te bewijzen. Ben wel een aanspreekpunt die luistert en terugbelt maar ik heb geen tijd om naar buiten te gaan en alle ondernemers persoonlijk te bezoeken. Dan moet er iemand bij.

De voorzitter vat het geheel nog even kort samen en geeft de volgende tips:

- Een goede structuur
- Een correcte budgettering
- Gemeente geheel/ gedeeltelijk financieren
- Taak en uren tabel zijn handvat voor budget
- Zichtbaar zijn

Monique uit Drunen is gestopt, daar is een volledig nieuw bestuur aangetreden met een nieuwe visie. De passiviteit van de ondernemers was een irritatie bij de gemeente. Zij zagen dit als het achteroverleuneffect bij een actief centrummanagement. Dit wilden zij voorkomen/ doorbreken. Vandaar dat er is gekozen voor een volledige reset. Men start zonder CM en er is sprake van dat er ook geen CM meer komt. Men wil meer verbinding nastreven door een nieuwe commissie. Het besteedbaar budget is wat groter door ontbreken van CM kosten.

Peter geeft juist aan dat een centrummanager noodzakelijk is. Ontbreekt deze dan is er geen coördinatie, ontbreekt de continuïteit en wordt het een rommeltje. Hij illustreert dit met een voorbeeld; door het plan van aanpak centrum zijn er nieuwe initiatieven ontstaan onder de ondernemers mede door workshops die waren georganiseerd (onderdeel van het centrumplan). Uit pure enthousiasme had zich daaruit een groep ondernemers geformeerd met superleuke ideeën. Ze zijn 3 x bij elkaar geweest en het resultaat is dat 5-6-tal leegstaande etalages konden worden ingericht. Maar je ziet ook dat het enthousiasme direct weer wegebt. Op dit moment -60% en de etalage die voor kerst nog enthousiast zijn ingericht zijn nu nog niet veranderd.

Van de Eerden geeft aan dat zijn bestuur nog nooit met een centrummanager heeft gewerkt. En stelt dat zij het prima redden zonder. Het bestuur heeft een vaste agenda en regelt zaken als begroting, gemeentezaken en heeft een coördinerende taak.

Het platform regelt zaken waar het echt om gaat zoals PR en het vermarkten van het centrum van Grave. Zij doen niets aan koopzondagen en openingstijden, zij hebben besloten hierin geen energie te stoppen.

Zij werken met een kalender:

- Evenementen gefaciliteerd door het centrummanagement
- Veel met ondernemers aan tafel, wat is er nodig?
- Vergaderingen veel korter
- Uitgebreide borrel achteraf, hier wordt nl. meer besproken, informeel.

Het komt er eigenlijk op neer parlement bepaalt, regering voert uit.

Olav merkt op: wie voert b.v. de bloembakken dan?

Van Eerden geeft aan dat de gemeente nu een ander geluid heeft.

Bert stelt dat het enthousiasme van het bestuur nu meer wordt beloond:

- Er wordt minder achterovergeleund
- Gedreven bestuur die geen winkel heeft
- Gedreven ondernemers
- Horeca wil zelfs nu een gesprek aan gaan!

Van Eerden geeft wel aan dat de betrokkenheid wel afhankelijk is van de onderwerpen.

Henry wil Keurmerk veilig ondernemen opzetten, hier zit eigenlijk alles in maar kost heel veel tijd -> organisatie

Bert geeft aan dat het zij gemiddeld 24 uur p/week bezig zijn met bestuurlijke taken terwijl er eigenlijk maar 4 uur voor staat. Conclusie in de zaal is dat er dus eigenlijk sprake is van een centrummanagement op vrijwillige basis (onbetaald). Het komt erop neer dat ook Grave het toch niet zonder een vorm van management kan.

Niek vindt dit verbazingwekkend! Het is heel raar dat de ondernemers niet een bepaald bedrag willen investeren hierin, zij zijn toch de eerste belanghebbenden?

Henk meent dat zij dit puur doen voor de leefbaarheid van het dorp en niet direct voor de ondernemers.

Van Eerden, m.b.t. de toekomstbestendigheid het is lastig te zeggen welk concept het beste werkt. Een betaalde CM, goede concepten in de vorm van samenwerkingen.

Als bestuurder heb ik goede ingangen bij de gemeente. De gemeente financiert nu nog niet direct mee.

Wim is van mening dat Grave nu afhankelijk is van 2 mensen die op vrijwillige basis de zaken regelen, als deze stoppen is er een directe dreiging voor de continuïteit. Van Eerden erkent de kwetsbaarheid maar ziet tegelijkertijd dat zij hiervoor ook een structuur kunnen neerleggen zodat deze continuïteit juist gewaarborgd kan worden.

Olav geeft aan dat hij uit een stad komt met veel winkeliers die zich allemaal hebben verenigd in verschillende winkeliersverenigingen, die laten soms veel geld liggen, terwijl andere juist een groter budget hebben. Een centrummanager kan dat juist verdelen en meer structureren.

Niek vindt dat er in een grotere stad inderdaad een regisseur nodig is. In kleinere steden is het ambitieniveau minder. Citymarketing in Grave is de gemeente.

De voorzitter vat kort samen, er is van alles er gebeurt van alles en dat promoten we.

Van Eerden geeft aan dat de gemeente een stimuleringspremie in het leven heeft geroepen naar verenigingen om evenementen te organiseren. Olav vat samen: Dus onderaannemer wordt gefaciliteerd en levert daardoor een bijdrage

Niek heeft zo zijn vraagtekens bij verduurzaming, continuïteit en kun je dan nog wel voldoende aandacht geven aan basisvoorwaarden? Van Eerden geeft aan dat bestuur gesprekspartner is naar gemeente.

#### 4. STRUCTUUR CENTRUMMANAGER ONDER DE LOEP

De voorzitter laat verschillende structuren de revue passeren:

- a) Bestuur
- b) Bestuur + centrummanagement
- c) Bestuur + centrummanagement + commissies
- d) Bestuur + centrummanagement + projectleiders
- e) Bestuur + projectleiders

Cor geeft aan dat er in Geldrop sprake is van bestuur+ contactman + projectleiders. Het CM stopt en er is besloten om te werken met een contactman voor minimaal 12 uur (Cor). Deze luistert naar de ondernemers en koppelt alles terug naar het bestuur die vervolgens werkt met werkgroepen/ commissies. Karin vraagt of dit betaald is. Want dit is immers toch een vorm van centrummanagement? Wim vraagt zich af wat de taken dan zijn van de contactpersoon. Commissies bijwonen, niet actief maar luisterend. Hij vangt ideeën op van de ondernemers en koppelt deze dan terug. Alleen staat hiervoor een vaste vergoeding en is een leuke invulling voor het pensioen. Olav, het is wel belangrijk te kunnen rekenen op betrokken mensen die hand en spandiensten kunnen verrichten. Peter, ook straatambassadeurs kunnen met ondernemers praten en komen dan 1x per maand samen om de bevindingen te delen. Berry vindt dat het altijd dezelfde betrokken mensen zijn waarop alles draait. En een vreemdeling sneuvelt al vlug. Hoe kleiner het centrum, hoe kleiner het budget en hoe minder functioneel het zal zijn. Olav benadrukt dat het vooral gaat om betrokkenheid. Het is een kwestie van mentaliteit, salaris ophalers zijn nooit betrokken.

Cor meent dat ondernemers vooral behoefte hebben aan klanten en daar zou je dus ook op in moeten steken. Niek vindt dat dit absoluut niet het geval is, een centrummanager kan hier niet voor zorgen. Hij is het eens met Olav. Als je geen respons krijgt van de ondernemers die niet mee willen, ben je alleen maar aan het trekken aan een dood paard. Bovendien zitten er altijd ondernemers in de ondergrens die eigenlijk geen ondernemer zijn. De keuze is vooral laat je je leiden door de onderkant of identificeer je juist met de ondernemers die toekomstbestendigheid nastreven.

Henri en Olav geven aan dat je inderdaad 80% van je tijd besteed aan ondernemers die niet mee willen, een korte termijn aanpak. Verander dit en focus op de lange termijn en denk toekomstgericht.

Wim vat het even kort samen:

Er is sprake van verschillende structuren, maar betrokkenheid blijft in alle situaties van belang. Er wordt veel gebruikt gemaakt van commissies en de ervaringen hiermee zijn goed. Maar je moet meer ambassadeurs hebben, meer betrokkenheid genereren en zichtbaar maken wat je doet. Dit creëert draagvlak en medewerking. Zijn ondernemers boos om het een of ander ('piepmoment') dan biedt dit een kans voor een instapmoment van die ondernemer. Dus laat deze vooral niet voorbij gaan.

Olav beaamt dat een aantal ondernemers het leuk vindt om betrokken te zijn in commissies. Wim vult aan denk daarbij vooral in projecten. In Goirle wordt dit gedaan geeft Rob aan. We hebben projecten met een kop en een staart. We starten steeds nieuwe projecten op met een looptijd. Dan blijft alles ook goed te overzien. Maar ja veel mensen hebben een hekel aan vergaderen geeft Van Eerden aan. Dat is inderdaad een feit beaamt Rob maar daarom hebben we ¼ deel van de tijd vergadering en voor de rest van de tijd een borrel. Dat geeft veel verbinding. Cor geeft aan dat het inderdaad goed is ondernemers bij elkaar te brengen. Bert is van mening dat een borrel gezellig is maar weinig structuur en uitvoering brengt, hoe los je dit dan op? Rob geeft aan dat de structuur er wel boven ligt maar meer bij het bestuur en het centrummanagement. Olav vult aan: bij ons hebben de werkgroepen hun eigen budget en zij maken hiervoor ook een eigen planning, begroting etc. Dit doen ze allemaal zelf. Bert bevestigt dat dit ook hun manier van werken is. Wij huren met dit budget vaak extern in via de commissies die de regie hierover houden. Niek vindt het uitbesteden van evenementen niet echt handig. Deze organisaties denken vaak niet aan branchering etc. maar zijn puur zakken aan het vullen door voor henzelf zoveel mogelijk opbrengsten te genereren. Zo heb je bijvoorbeeld van die "braderieën", niet meer van deze tijd, wij hebben hier slechte ervaringen mee. Professioneel inhuren is niet altijd de oplossing.

## 5. VERWACHTINGSMANAGEMENT CENTRUMMANAGER VERSUS ONDERNEMERS

Niek leidt dit stukje in met een Powerpoint presentatie.

Linda en Jos willen hier allebei op reageren met:

Wat is verwachting? ↔ Communicatie

Er moet draagvlak zijn en blijven. De BIZ-stemming komt na 5 jaar steeds opnieuw!

Linda vindt dat je vooral zichtbaar met zijn, je moet zien wat er gebeurt. Maar naast populaire maatregelen moet je ook minder populaire maatregelen nemen. We moeten allemaal krimpen in m<sup>2</sup> en hiervoor bestaat jammer genoeg geen draagvlak. Dat levert een spanningsveld op.

Maikel bevestigt dit. Ondernemers denken alleen in de IK vorm. Mijn centrum, mijn geld, mijn belasting... Niek reageert hierop dat dit nu juist verwachtingsmanagement is, weet de centrummanager wel wat er verwacht wordt? Ligt de verwachting van de ondernemers wel in een lijn met wat er wordt gedaan?

Er moet duidelijk zijn dat ondernemers zelf verantwoordelijk zijn en blijven, dat zij het zelf inhoudelijk moeten doen. En iedere verandering binnen het spectrum levert weer andere verwachtingen. Peter geeft aan dat het daarom noodzakelijk is hierover goed te blijven communiceren.

Bert is van mening dat dat precies de reden is dat het daarnaast van belang is concrete doelstellingen te maken, met een eigen plan van aanpak per werkgroep. Deze doelstellingen moeten meetbaar zijn.

Cor van Diepen wil dit alles bereiken via een restyling van de website. Hierop kunnen we kenbaar maken wat de plannen zijn en welke budgetten ervoor beschikbaar zijn. Er moet bovendien ruimte blijven voor inbreng. De toegevoegde waarde moet meer zichtbaar worden.

Henk gebruikt vooral de lokale media om die zichtbaarheid te realiseren. Ik organiseer steeds andere stukjes in de krant, breng ondernemers in beeld, ik ben iemand voor de communicatie liefst over de hoofden van de ondernemers heen. "Vertel wat je gedaan hebt". Maak hiervoor een planning via een communicatiekalender. Frits geeft aan dat het goed is dat je een jaarplanner hebt en nieuwsbrieven stuurt. Ook dit is een manier om te vertellen wat je doet! Geef verder ook duidelijk de grenzen aan van je takenpakket.

Peter organiseert 2x per jaar een bijeenkomst waarin hij de ondernemers presenteert wat er is gedaan, wat hij gaat doen. Maar de opkomst is heel laag. Ook de nieuwsbrieven worden maar door 70% van de ondernemers gelezen. Peter is nu bezig om een app groep op te richten met eenrichtingsverkeer. Steeds korte berichtjes sturen. Tip voor anderen er is een WHATSAPP Business.

Conclusie: vragen/ meten/ rapporteren/ analyseren is absolute essentie!

Je moet niet beloven wat je niet kunt nakomen vindt Henri. Wim vult aan dat de centrummanager verantwoordelijk moet zijn ook als het een keertje niet goed gaat. Zorg vooral dat je duidelijk maakt waar je voor staat, it's all-in the name: hulp, secretaris, contactpersoon heeft toch een andere lading als bijvoorbeeld centrummanager. Dus zorg dat je dit goed duidelijk maakt.

Peter presenteert tijdens dit punt op de agenda hoe hij in Deurne dit alles in de praktijk probeert te brengen, wat mogen ze van mij verwachten, maar ook wat verwacht ik van hen. Hiertoe is een soort MENUKAART ontwikkeld. Wij willen niet meer aan een dood paard trekken maar energie stoppen in vooruitstrevende ondernemers. Wij hebben in kaart gebracht wat we aanbieden en geven daar de boodschap mee maak gebruik van hetgeen voor jou belangrijk is. Tegelijk vragen wij ook input van de zijde van de ondernemers door specifieke zaken te benoemen. Het is onderdeel van het centrumplan en dit bespreken wij tweewekelijks in het dagelijkse bestuur.

## 6. DETAILHANDEL OP BEDRIJVENTERREIN

Frits geeft aan op dit punt erg alert te blijven! Men is momenteel druk bezig met de aanpassingen in de omgevingswetgeving. Landbouwgronden en ook voor de industrieterreinen. Het proces naar een nieuw beleid kan nog veel strenger. Dit proces zou men moeten laten verlopen via klankbordgroepen. Linda geeft aan dat het politiek beleid hierin wel leidend is. Olav merkt op dat we moeten waken voor de "Franse stad", met een concentratie van winkels aan de buitenzijde van de steden en dorpen. Dit is absoluut onwenselijk.

Niek onderstreept de aandacht voor belangenmanagement in deze. Maak ze ervan bewust, dit is absoluut een rol voor het CM. Weet wat er op je afkomt en doe er iets mee. Frits vindt het belangrijk dat de kaders binnen de gemeente duidelijk worden afgebakend zodat men deze ook goed kan bewaken.

Wim vindt dat de politiek een top-down benadering moet hanteren. Het kern DNA van het centrum = huiskamer functie, een ontmoetingsplek. Dat moet voor iedereen helder zijn en blijven. Verruiming van het bestemmingsplan staat immers haaks op het basisprincipe. Als de AH buiten het centrum gevestigd wordt dan is dat niet goed voor het centrum.

Olav voegt eraan toe dat de verruiming ook migranten huisvesting en woningen toestaat. Ook dit moet niet zomaar zonder toestemming. Karin is van mening dat dit ook een rol is voor het Retailplatform. Zij kunnen bundelen en met hun krachten wijzen op de gevaarlijke kant hiervan. Wellicht is dit een onderwerp voor een masterclass: waken dat alles uit het centrum wegtrekt.

Jos geeft aan dat er in Asten wel degelijk sprake is van handhaving op dit vlak. Rob geeft aan dat het bestemmingsplan nu nog sturend is maar dadelijk valt dit weg. Hoe ga je het bedrijfsleven verenigen en hoe stem je tegen dit soort initiatieven. Voor meer informatie over dit onderwerp: [www.V&G.nl](http://www.V&G.nl)

Nico meent dat je je vooral niet moet laten verrassen. Het begint bij een internetbedrijf die zegt op die locatie niets te verkopen, fietsbedrijven. Hou je ogen goed open voor deze ontwikkelingen. Deze waakzame taak ziet Peter duidelijk als een taak van het CM. Berry vindt dat je wel waakzaam kunt zijn maar als uiteindelijk de handhaving niet van de grond komt vormt dit alsnog een probleem.

Wim concludeert: wees gewaarschuwd bij deze!

#### 7. ANDERE ONDERWERPEN – BIZ

Het onderwerp Loyaliteit wordt doorgeschoven naar de volgende vergadering. In Deurne was hiervoor onvoldoende draagvlak. Links zullen worden doorgestuurd.

#### **JAARPROGRAMMA**

Wo 23-01-2019 Deurne  
Di 16-04-2019 Grave  
Do 23-05-2019 Eindhoven  
Wo 18-09-2019 Loon op zand  
Do 21-11-2019 Helmond

*Wim vraagt of er nog ideeën zijn voor een volgende vergadering:*

- Harde Brexit en de invloed op..? wat heeft dit voor gevolgen? Peter geeft aan dat hiervoor een loket van de overheid is geopend, daar kun je op de site zien wat de gevolgen zijn per branche. Bert vraagt zich af of CM de ondernemers hierover moet informeren.
- Karin: Martijn van Dijk, vastgoed mobiliseren, activeren en enthousiasmeren!

#### TRANSFORMATIE RECLAMEBELASTING NAAR BIZ

Peter meldt dat in Deurne de transformatie heel positief is verlopen. Het is veel werk en er is samengewerkt met STAD & Co. Tegelijk waarschuwt hij ervoor dat er meer bij komt kijken dan men aanvankelijk had gedacht. (regelgeving). Het is wel de moeite waard want iedereen gaat nu meebetalen: niet alleen de gebruikers maar ook de vastgoed is nu meegenomen. Dit levert een stukje extra budget. En er is geen sprake meer van free Ryders.

Wim vindt de verdiepingslag best zinvol. Karin geeft wel aan dat je veel tijd moet inruimen voor de zaken eromheen als financiën (tarieven) en regelgeving. In Deurne was aangegeven dat reclamebelasting zou blijven totdat BIZ-akkoord was vastgesteld. Zo konden we nog terugvallen op de reclamebelasting mocht dit nodig gebleken zijn.

Niek geeft waarschuwing: weet waar je aan begint. De BIZ kan bij een eventuele vervolgstemming heel negatief uitvallen en waar kun je dan nog op terugvallen.

Bert geeft aan dat het voor zijn gemeente niet rendabel is gebleken, er zouden nauwelijks extra opbrengsten zijn. De investering in tijd en geld zou pas na jaren zijn terugverdiend. Waar zit dan de winst. Je moet hierover zeker een goede afweging maken.

Karin meldt nog wel dat de BIZ een doelbelasting is die alleen kan worden aangewend voor dat specifieke doel. Dit is anders dan bij de reclamebelasting. Niek geeft aan dat de gemeente echter nog steeds een bepaald bedrag hiervan kan vorderen als zijnde perceptiekosten. Dus let op.

Dan heb je ook nog te maken met de BTW-wetgeving. Olav geeft aan dat zijn stichting BTW plichtig is, dit is momenteel onderwerp van onderzoek. Wat kunnen we hiermee?

Rob geeft aan dat in Goirle de vastgoed niet is meegegaan in de BIZ. En het geld wordt uitgekeerd met lage perceptiekosten. Linda kan hierover wellicht nog meer over vertellen bij hen is dit issue opgelost met de gemeente. Maar hier is nu geen tijd meer voor.

Niek geeft nog een aantal titels door die wellicht interessante informatie bevatten:

- Het verbonden winkelgebied
- Succesvolle winkelgebieden

Er is bovendien een CM academie gestart, een opleiding voor het centrummanagement. De kosten voor de opleiding bedragen € 3.000,00 voor 6 volledige dagen. 18 februari is er een informatiedag gepland bij INRETAIL in Zeist. Het is praktisch, leuk en gericht op professionaliseren, sparren en netwerk. Misschien een tip!

De vergadering wordt beëindigd en iedereen wordt uitgenodigd voor de lunch.