

Vergadering : Rondetafelgesprek CM-initiatieven
Datum : 27 maart 2018
Tijd : 10.00 -12.30 uur
Verslaglegger : Simon van Boxtel
Aanwezig : zie presentielijst
Gastheer : CM Kaatsheuvel

Voorzitter Wim Aussems opent de vergadering en heet iedereen van harte welkom in de raadzaal van de gemeente Loon op Zand. Tevens spreekt hij dank uit aan de gemeente voor de gastvrije ontvangst. Ter introductie begint Wim de nieuwe CM'ers voor te stellen:

Bergeijk, Ber Timmermans
Boxtel, Berry Dankers
Vught, Angèle van de Water

Vervolgens:

Gastvrouw, Charlotte als plaatsvervanger voor Trudie Fabus, die geveld is door griep.

Notulist, Simon van Boxtel

1/ Mededelingen uit het bestuur

Volgens het rooster is secretaris Hennie de Gooyer afgetreden. Jef van Stratum (vice-voorzitter) zal dit jaar aftreden en dus zijn er momenteel 2 vacatures: secretaris (Wim vult dit a.i. in) en een vicevoorzitter of bestuurslid.

Het bestuur is tevens uitgebreid. Dit vanwege de toename van specifieke activiteiten omtrent vergunningen en gemeentelijk / provinciaal beleid. Hiervoor heeft het bestuur Mevr. Trudie Fabus, ambtenaar EZ van gemeente LoZ bereid gevonden haar deskundigheid hiervoor in te zetten. Doel is om als Retailplatform aan te sluiten bij de het opstellen van

beleidsrichtlijnen en wet en regelgeving van provincie en diverse gemeenten.

Bestuur bestaat momenteel uit 6 personen en in 2018 zijn er 2 nodig in 2019 treden wederom 2 personen uit het bestuur. Voorzitter Wim Aussems en Penningmeester Peter Thijssen.

Frequentie van vergaderen is ca. 6 x per jaar. Een oproep wordt gedaan om zich op te geven voor het bestuur.

- **Beleidsvorming Gemeente en Provincie**

Paul van Moorsel en Jef van Stratum spelen hier een rol in, in de zgn. retail-adviescommissie resp. het MRE.

Trudie gaat hier dus ook een rol in spelen

Doel is de praktijk te toetsen aan de theorie; het is belangrijk dat er aansluiting is tussen Paul/Trudie en de CM-initiatieven.

Vraag blijft aan eenieder: waar loop je tegen aan mbt bestemmingen, regelgeving, supermarkt-verplaatsing etc. Laat het weten, vraag om onze ondersteuning!

- **Enquête die onlangs is gehouden onder deelnemers m.b.t. Retailplatform & functioneren:**

De rondetafelgesprekken worden als positief ervaren, liever meer diepgang en minder onderwerpen.

Ook onderwerpen in het kader van innovatie en trends wil men graag behandeld zien. Men vindt dat het beter is om de 3 groepen samen te voegen om het synergetisch effect te vergroten.

2/ De toekomst van "Loyalty" met betrekking tot centrumgebieden, detailhandel en horeca

Annemiek Verstappen geeft een presentatie hierover en legt vooral de nadruk op het psychologische aspect van de consument.

(Deze presentatie wordt in zijn geheel geplaatst op de website achter het login gedeelte)

Annemiek vertelt over een pilot in St. Truiden (België) waar men het programma heeft geïmplementeerd. Incentive (de hoofdprijs) daar is het maandelijks weggeven van een auto.

Elke klant laat zijn volledige gegevens achter om hieraan deel te nemen. St.Truiden heeft ca. 30.000 inwoners.

Het eigenlijke resultaat is slecht. Dit komt vooral omdat ondernemers

niets met die gegevens doen.

Annemiek doet ook melding van een boek "loyalty 3.0" wat bij haar is op te vragen per mail.

Een overzicht van trends wordt gegeven:

- Op de klant afgestemd
- Sparen van punten of korting
- Goederen of diensten sparen
- Sparen voor lokale goede doelen
- Koppeling aan Sociale media
- Koppeling aan Lifestyle
- Meer pull minder push

PT Deurne: consument zit niet te wachten op cadeaus maar op geld.

BD Boxtel: waarde is erg belangrijk anders werkt het niet, heb je 100,00 euro gespaard dan moet je daar ook een item voor kunnen kopen.

Annemiek: Wat de klant zegt en wat hij doet zijn twee verschillende dingen. In acties moeten we meer denken aan GAMIFICATION.

90% van wat we doen, doen we onbewust op basis van psychologische principes. In de acties zouden we de mensen meer moeten triggeren.

Denk hierbij aan Badges behalen, Levels scoren, upgrades geven en hogere scores bieden.

Integreren van elementen uit de game industrie!

Voorbeeld 1: autowasserij die een stempelkaart met twee stempels erop aanbied scoort een hogere omzet dan met een blanco kaart

Voorbeeld 2: KLM Jets. Een spel met vliegtuigjes waarmee je punten kunt verdienen.

Loyalty en Consument

3 typen breinen volgens mindlogyx

Hiërarchische Brein:

- status
- competitie
- prestige
- traditie

Loyalty: wil als een VIP behandeld worden

Coalitie Brein:

- samenwerken, zorg, huis en gezin gerelateerd.
- samen beleven

Loyalty: verdienen kaartjes van een pretpark

Empathische Brein:

- vrijheid
- toegankelijkheid
- compassie
- creativiteit

Loyalty: moeilijke groep, zoeken verrassing, creativiteit en nieuwe originele dingen.

Bij aankopen ligt de verhouding m/v ca. 20/80 in 80% van de aankopen die plaats vinden beslist de vrouw.

Bij de introductie van het LOYALTY programma valt of staat het bij de acceptatie van de ondernemers. Wanneer het niet wordt omarmt dan is het gedoemd te mislukken.

Berry Dankers: maakt de opmerking dat ondernemers niet zitten te wachten op alweer een nieuw programma.

Peter Thijssen: Hij heeft ca. 100 ondernemers bezocht en slechts 30 wilde meewerken. Erg Laag. Ketens doen nooit mee, men heeft teveel pasjes, soms een eigen spaarsysteem. Een enkeling wil er wel een nieuw spaarsysteem naast het bestaande echter men moet de punten dan wel bij de betreffende winkelier opmaken.

Annemiek Verstappen: Het werkt technisch wel maar psychologisch niet.

- Scholing/cursus/opleiding
- Tone of voice
- Bottom up
- Whats in it for me
- Samenwerken
- Ontzorgen
- Meten=weten

René Veldhuizen: systeem werkt niet in Bladel

Peter Thijssen: toon toegevoegde waarde aan, de ondernemer is vaak al erg vooringenomen.

Annemiek Verstappen: opleiding is super belangrijk, scholing van de

ondernemer.

Verdienmodellen:

- Experimenteer
- Abonnementen afgestemd op de klant
- Div. niveaus voor abonnementen
- Betaling per transactie
- Strippenkaart voor ondernemers
- Cafeteria model

Rob van Amelsfoort: maakt de opmerking, community moet je genereren uit je eigen dorp. Goede doelen werkt volgens hem. Koopkracht in eigen gebied houden. Ondernemers beoordelen individueel wat ze wel en wat ze niet moeten doen.

Hiermee komt de presentatie van Annemiek Verstappen aan een eind. Er wordt nog gewezen op het boek wat digitaal zal worden gemaïld en de plaatsing van de presentatie op de website achter de login.

3/ Het effect van extra koopzondag(en) in ruil voor sluiting op een andere dag.

Dit agendapunt is ingebracht door Olaf Posthumus uit Roosendaal. Roosendaal is alle zondagen open waarbij winkeliers een andere dag van de week kiezen om dicht te gaan.

Ruud de Bruin: 80% wil niet open op zondag in Best.

Wim Aussems: collectiviteit is cruciaal voor het slagen van de zondag openstelling.

Olaf P: vaak is de combinatie met een evenement of muziek theater erg succesvol.

Peter Thijssen: Je moet je ook afvragen wat je voor een dorp bent. Ben je een boodschappendorp, wat Deurne is, of ben je een shop dorp/stad. de strategie van een stad is een andere dan die van een dorp.

Wanneer je de laatste zondag van de maand openstelling hebt en jij als winkelier gaat dan niet open dan verlies je de consument. Als je adverteert met openstelling dan moet je open.

Hierbij ligt het super gevoelig wanneer je iemand vergeet te vermelden in de advertentie.

Berry Dankers: Winkels die niet opengaan zijn niet loyaal aan het collectief.

Peter Thijssen: regel 1 in de marketing, breng nooit negatief nieuws!

Wim Aussems: wij zetten raamposters bij die winkeliers die wel opengaan op zondag.

Frits Knibbeler: Oisterwijk is 26 zondagen open. Winkeliers willen geen posters meer op de ramen. Iedereen doet mee en elke zondag willen ze open zijn omdat er meer omzet wordt gemaakt dan op andere dagen. De winkeliers willen alle zondagen open echter de gemeente is er nog niet uit. Mogelijkheid is volgens Frits ook nog dat de openingstijden verlegd worden. Dus niet s'morgens in alle vroegte open maar s'avonds wat later open.

Peter Thijssen: Bloktijden moet je open zijn dat is een zekerheid voor de klant.

Wim Aussems: een shop-stad of -dorp heeft altijd meer succes op zondag dan een boodschappendorp.

Ruud de Bruin: Misschien een idee om de tijden te verschuiven naar de vooravond?

Rob van Amelsfoort: Goirle start een nieuw evenement waar de mannen mee moeten. In mijn ogen, zegt Rob, zijn de mannen de DM-ers in het koopgedrag.

Clemens Binkhorst: Koopzondag was in Cuijk erg slecht. Cuijk is een echt boodschappendorp. Zij hadden zicht gericht op de zondag waarbij de maandag gesloten zou zijn. Dit bleek niet erg succesvol. Nu richten zij zich op de zaterdagen.

4/ Verschillende tarieven in deelgebieden met betrekking tot reclamebelasting/BIZ

Wim Aussems geeft een inleiding op dit onderwerp. Het blijft altijd een heikel punt dat bedrijven die (net)buiten het centrum liggen ook reclamebelasting moeten betalen. Wim pleit hierbij voor het "profijtbeginsel". Als men 50% profijt heeft zou men 50% minder moeten betalen. Deels wordt het al gecompenseerd door een lagere WOZ-waarde op een 'B-locatie'. De vraag is of er centra ervaring hebben met verschillende tarieven.

Olaf P. Rsd centrum betaald € 400 en buiten het echte centrum € 250
Sinds 2012 bestaat het ondernemersfonds en in 2016 is het bestaan verlengt.

Clemens B: een advocatenkantoor in het centrum is vrij van betaling.

Monique R: wie betaalt er bij jullie in Roosendaal?

Olaf P: Iedereen betaalt en geen trucs van andere bordjes of schemerlampen aan de gevel.

Frits K: in Oisterwijk betaald iedereen € 1000.

In het centrum. Dat was € 750.

Dit is verhoogd omdat de reservering voor de sfeerverlichting een grote post is.

Monique R: in Drunen is de heffing nu gekoppeld aan de w.o.z. Dit was eerst iedereen € 500,- . Hierdoor is de EMTÉ de grootste betaler.

Ondernemers net buiten de kern betalen €120. Enkelen doen dat op vrijwillige basis. Het ringensysteem (A, B, C) is er een aantal jaren geleden niet doorheen gekomen. Hierdoor vallen 16 winkels buiten de kern van Drunen en nog meer in de rest van Drunen buiten de Reclamebelastingplicht.

Clemens B: wil graag weten hoe je de bijdrage kunt aanpassen.

Wim A: hier in Loon op Zand hoeven we alleen maar een draagvlakmeting te doen. Maar dat is in iedere gemeente anders.

Joop S: In Laarbeek is de WOZ leidend. € 30,00 / € 100.000 WOZ is de heffing. Dat geldt voor Centrum, park en ZLTO. Alles niet zijnde woningen worden belast.

Dat geld gaat in het fonds en daar worden evenementen van georganiseerd etc. Wel allemaal 'gebiedsgebonden', verhouding is 45% huurder en 55% eigenaar.

Peter Thijssen: Is het niet eens met die aanpak omdat er geen onderscheid wordt gemaakt tussen centrum en industriepark of agrarisch.

Angèle van de Water: maakt een kanttekening m.b.t. Vught, namelijk de gemeente geeft geen openheid naar concrete bedragen. Men spreekt van een % van de w.o.z. waarde maar hoeveel dat is en wie wat betaalt blijft een vraag.

Maikel van de Velden: Ook hem is niet duidelijk wat de gemeente Loon op Zand op dat gebied doet. De ambtenaar van EZ zou die info moeten verschaffen.

Henk Brocx: De aanloopstraten moet je betrekken bij het centrum. Aankleding, naar het centrum toe, moet door het winkelend publiek ervaren worden. Meer versiering dan de Hoofdstraat.

Peter Thijssen: qua geld hanteren zij de volgende tarieven:

winkels niet in de kern: €550 winkels in de kern: €750

er is geen oppositie tot nu toe maar aanpassingen komen eraan.

5/Overzicht bijdragen gemeenten

Monique Ridders: heeft tarieven verzamelt. Overal zo'n beetje gelijk variërend van €400 tot €425.

Het volume echter geeft wel grote verschillen. Perceptie kosten zijn belangrijk.

Men moet nu zorgen dat in de coalitie de juiste info over centrum management voor het voetlicht komt.

Annemiek Verstappen: vergeet ook niet de duurzaamheid mee te nemen.

Peter Thijssen: We zijn in het voortraject van de verkiezingen gaan lobbyen. Later zie je dat terug in het programma van de partijen.

Angèle van de Water: wij krijgen in Vught ca. € 40.000 in natura maar hoe laat je dat zien.

Rob van Amelsfoort: merkt op dat je daar voorzichtig mee moet zijn om dat inzichtelijk te maken maar wel moet je zorgen dat de gemeente betrokken blijft bij deze vorm van sponsoring.

Het document van Monique zal worden geplaatst op de website.

6/ Legeskosten

Wim Aussems geeft aan in de inleiding dat leges gelden per gemeenten nogal kunnen verschillen. Hij vraagt zich af hoe de daar door de vergadering naar gekeken wordt.

Clemens Binkhorst: Geeft aan dat hij het belachelijk vindt dat Cuijk zo'n 8% aan leges moet betalen.

In de vergadering geeft ca. 70% aan leges te moet betalen.

Frits Knibbeler is vrijgesteld van Leges in Oisterwijk .

Jos Jacobs in Asten eveneens vrijgesteld.

Maikel van de Velden: wij zijn in discussie met de gemeente over de leges gelden. De geheven bedragen worden niet onderbouwd waardoor en toch een raar gevoel ontstaat. Dat is de reden dat rekeningen niet betaald worden.

Angèle van de Water: Vught komt vaak veel later met de rekeningen en/of opgave dus is er in de begroting geen rekening mee gehouden en advies is niet betalen.

7/ Onderwerpen voor het rondetafelgesprek op 27 juni a.s.

Locatie van het volgende Rondetafelgesprek is Roosendaal op uitnodiging van Olaf Posthumus.

Een inventarisatie van onderwerpen werd door Wim gedaan:

- Wifi voor- en nadelen
- Glasvezel

- Data verzameling, Meten = Weten en analyse
- Aanvulling op MRE
- Milieuzones (autovrij) mobiliteit in het centrum
- Communicatie naar consumenten
- Privacy wetgeving

Tenslotte deelt Jef van Stratum de vergadering nog met het volgende: Jef heet belastingcontrole gehad en daar is een BTW conflict uit voortgekomen. Omdat er te weinig facturen zijn uitgestuurd, maar wel veel BTW is teruggevraagd ligt er een dispuut met de belastingdienst. Advies is zorg dat er balans is in de BTW aangifte op jaarbasis. Wim vindt dit moeilijk. De inkomsten Reclamebelasting zijn nu eenmaal zonder BTW en de uitgaven zijn doorgaans met BTW. Dus krijg je normaliter ieder kwartaal geld terug van de fiscus.

12.35 sluit Wim de vergadering en gaan naar de lunch aan de overkant bij Café du Nord.

Aanwezigen:

				27-3-2018
gemeente	Naam	CM-er	Bestuur	Kaatsheuvel
Asten	Jos Jacobs	1		1
Bergeijk	Bèr Timmermans	1		1
Bergen op Zoom	Lily Wierckx	1		1
Best	Ruud de Bruin	1		1
Bladel	René Veldhuizen	1		1
Boxtel	Berry Dankers	1		1
Cuijk	Clemens Binkhorst	1		1
Drunen	Monique Rijkers/ Herman v. Herwijnen	1		2
Goirle	Rob van Amelsfoort	1		1
Helmond	Linda Haverkamp	1		1

Laarbeek	Joop Spek		1
Loon op Zand	Maikel van de Velden		1
Mierlo	Henk Brocx	1	
Nuenen	Henri van Vlerken	1	
Oirschot	Karien Hoeks / Roel v.d Ven	1	
Oisterwijk	Frits Knibbeler	1	
Roosendaal	Olav Posthumus	1	
Vught	Angèle van de Water	1	

1
1
1
1
2
1
1
1
1

Voorzitter	Wim Aussems (Kaatsheuvel)		
Vice-voorzitter	Jef van Stratum (Veldhoven/Valkenswaard)		
Penningmeester	Peter Thijssen (Deurne (Veldhoven-dorp))		
Bestuurslid	Annemiek Verstappen		

1
1
1
1
1

Notulist Simon van Boxtel