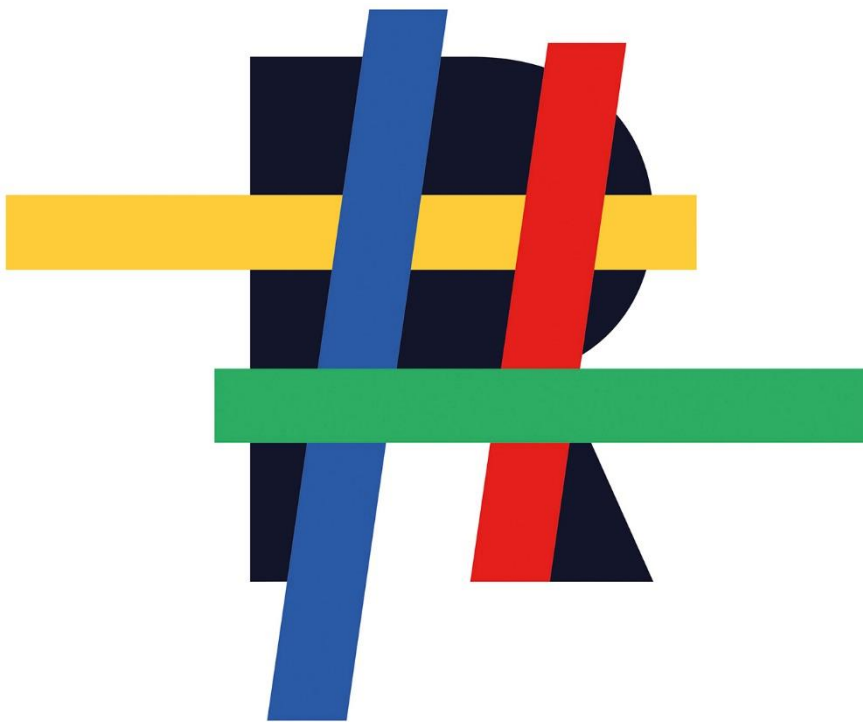


BIZ-Plan 2024 t/m 2028



#RotterdamCentrum



#RotterdamCentrum

Inhoudsopgave:

Pagina:

Colofon/Algemene gegevens	3
- Wat is een BIZ	3
- Waarom een BIZ	3
1. Successen eerste BIZ-periode 2019 – 2023	4
1.1 Marketing	4
1.2 Programmering	4
1.3 Schoon en heel	5
1.4 Veiligheid	5
1.5 Duurzaamheid	5
1.6 Sociaal maatschappelijk	5
1.7 Mobiliteit en Logistiek	6
1.8 Samenwerking	6
1.9 Data	6
1.10 Raad van Advies	6
1.11 Management	6
2. Doelstellingen BIZ in de periode 2024-2028	7
2.1 Doelen komende BIZ-periode	8
2.2 Netwerk en lobby	11
2.3 Beoogde meetbare effecten	11
2.4 Convenanten	12
3. BIZ-gebied	12
3.1. Straten en huisnummers	12
3.2. Plattegrond BIZ-gebied	13
4. Bijdrageplichtigen	13
4.1. Vrijstellingen	13
4.1. Aantal bijdrageplichtigen	13
4.3. BIZ-bijdrage	14
4.4. Uitkering BIZ gelden	14
5. Begroting 2024-2028	15
6. Organisatiestructuur	15
6.1. Bestuur Stichting BIZ Rotterdam Centrum	15
6.2. Werkwijze	15
6.3. Organisatie Rotterdam Centrum	16



BIZ-Plan 2024-2028

Rotterdam Centrum; met elkaar en voor iedereen

Rotterdam, 26 september 2023

Colofon/Algemene gegevens

Wat is een BIZ

Een Bedrijveninvesteringszone (BIZ) is een afgebakend gebied waar ondernemers en pandeigenaren samen investeren in de kwaliteit van hun omgeving en het bezoekersklimaat.

Naam BIZ-gebied	:	BIZ Rotterdam Centrum
Deze BIZ is opgesteld voor	:	Gebruikers en eigenaren
Initiatiefnemer	:	Pauline Buurma, directeur Organisatie Rotterdam Centrum pauline@rotterdamcentrum.nl
Kwartiermaker	:	Heleen Mookhoek, projectmanager Organisatie Rotterdam Centrum Heleen@rotterdamcentrum.nl
Bedrijfscontactfunctionaris	:	Robin van Kampen, gemeente Rotterdam rj.vankampen@rotterdam.nl

Waarom een BIZ

Rotterdam Centrum is de afgelopen jaren uitgegroeid tot een internationale toplocatie: om te werken, te wonen en ook om te bezoeken. Deze groei zal zich de komende jaren voortzetten en zorgt voor goede perspectieven voor ondernemers en voor hun personeel.

Rotterdam Centrum wil een vernieuwende binnenstad zijn en dat willen we nog sterker op de kaart zetten. Gastvrijheid, innovaties, verduurzaming, tolerantie en samenwerking zijn de kernwaarden die allen bijdragen aan het onderscheidende karakter van dit gebied. De samenwerking op allerlei onderwerpen en met vele partners in de stad is van groot belang om het centrum aantrekkelijk te maken voor bezoekers.

Tijdens afgelopen BIZ-periode is gewerkt aan het behalen van de 5 jaar geleden geformuleerde doelen: meer terugkerende bezoekers, hogere bestedingen en een hogere waardering. Steeds stellen we daarbij de vragen voor wie doen we dit, wie willen we bereiken en wie willen we zijn als winkelgebied?

De doelstellingen van de eerste BIZ-periode 2019 - 2023 zijn verwezenlijkt door een goed geleid uitvoeringsteam en een sterk en betrokken bestuur. De samenwerking tussen de vastgoedeigenaren en ondernemers, ook zichtbaar in één bestuur, heeft geleid tot goede en zichtbare resultaten. Het als één spreekbuis optreden richting de gemeente en andere stakeholders is efficiënt gebleken en gezien het grote aantal leden, uniek in Rotterdam.

De doelstellingen van de BIZ zijn te allen tijde aanvullend aan de activiteiten die de gemeente reeds uitvoert met betrekking tot het BIZ-gebied. Dit wil zeggen dat de BIZ-activiteiten nooit de activiteiten van de gemeente zullen vervangen, dit staat beschreven in de BIZ-wet.



1. Successen eerste BIZ-periode 2019 - 2023

De stichting heeft haar doelen, conform het opgestelde BIZ-plan van afgelopen vijf jaar, met succes uitgevoerd.

In de volgende onderwerpen is geïnvesteerd:

1. Marketing
2. Programmering
3. Schoon en heel
4. Veiligheid
5. Duurzaamheid
6. Sociaal maatschappelijk
7. Mobiliteit en Logistiek
8. Samenwerking
9. Data
10. Raad van Advies
11. Management

1.1 Marketing

Het positioneren van een vernieuwende binnenstad als toplocatie, is het uitgangspunt geweest voor onze marketingplannen. Rotterdam Partners promoot de stad in binnen- en buitenland. De promotie van het centrum is een belangrijke haak op deze kapstok met een eigen sterke identiteit! Platform Rotterdam Centrum is een digitale hub die bestaat uit de socials Instagram, Facebook en LinkedIn en de website www.rotterdamcentrum.nl. Wij geloven dat het promoten van een veel ruimer aanbod van Retail, horeca en publieksactiviteiten dan ons BIZ-gebied te bieden heeft niet alleen het Centrum maar de hele stad versterkt. Zichtbaarheid, zowel online als offline, is van groot belang om 'top of mind' te zijn bij bezoekers. Onze campagne uitingen beginnen altijd met een 'Warm welkom in Rotterdam Centrum' met herkenbare seizoensgebonden uitingen. Onze brede samenwerking in campagnes met andere partijen zoals Rotterdam Partners is heel waardevol.

1.2 Programmering

Onze programmering van activiteiten is uitgebreid en vaak in samenwerking met partners in de stad. Tijdens het Eurovisie Songfestival in 2021 hebben miljoenen televisiekijkers de sfeerbeelden van het Rotterdamse centrum gezien en gezorgd voor veel nieuwe bezoekers aan de stad. Een belangrijk Retail moment in Corona tijd was onze vernieuwende aanpak van de drukbezochte 'Black Friday' door de omzetting daarvan naar de 'Five Day Deals'. Hiermee werd ingezet op druktespreiding en een verlenging van het koopmoment van 1 dag naar 5 dagen. De persaadacht was de afgelopen jaren groot en heeft ervoor gezorgd dat Rotterdam 'top of mind' werd. Organisatie Rotterdam Centrum (Organisatie RC) initieert ook nieuwe concepten en ziet in Internationale Vrouwendag een bijzonder koopmoment. De Rooftopwalk, financieel ondersteund door de BIZ Rotterdam Centrum, bracht 200.000 bezoekers op de been. Een belangrijke impuls voor het winkelgebied.

Dit jaar (2023) is Koningsdag-in-Rotterdam het topmoment op marketinggebied geworden. Het BIZ-gebied wordt als enig winkelgebied voorzien van de officiële citydressing. Onze jaarprogrammering haakt aan op de festivalkalender met diverse kleinschalige evenementen die het effect daarvan niet



alleen versterken maar ook verder doortrekken in de tijd. Voorbeelden daarvan zijn de inzet van zangkoren tijdens het RotjeKoor Festival, het uitdelen van snoep tijdens het Suikerfeest, Jazz musici op straat tijdens North Sea Jazz en verschillende samenwerkingen met Rotterdam Topsport.

1.3 Schoon en Heel

Er wordt intensief samengewerkt met de gemeente en diverse externe partijen om het gebied schoon en heel te houden. Een 'plus niveau' op de reguliere schoonmaakwerkzaamheden van de gemeente wordt door de BIZ ingekocht. Graffiti, kauwgom en stickeruitdagingen worden dagelijks aangepakt. Door het lopen van schouwen beoordelen we maandelijks het niveau van schoon van de openbare ruimte. Het positieve effect van deze extra inzet is zichtbaar en wordt als zeer positief ervaren. Dagelijks wordt in de straten met de Gluton machine gezogen en worden de afvalbakken extra schoongemaakt.

1.4 Veiligheid

Het Toezichtmodel Rotterdam Centrum is een unieke samenwerking binnen Rotterdam Centrum tussen particuliere beveiligers, handhavers, politie en gemeente om te zorgen voor een veilig winkelgebied. Dit is vastgelegd in een convenant voor 5 jaar en zal in 2024 herzien worden. Deze aanpak is uniek en geldt landelijk als voorbeeld. De binnenstad heeft een grote aantrekkingskracht op jeugd en dat leidt soms tot overlast. Met de inzet van stewards van Stichting Veilige Steden worden deze jongeren aangesproken op hun gedrag. Tijdens COVID19- pandemie speelde de gezondheid van personeel en bezoekers een grote rol en werd samen met de gemeente Crowd Control ingezet. In november 2021 kwamen honderden relschoppers in opstand tegen de landelijke Corona maatregelen met als gevolg veel materiele en mentale schade bij met name hulpverleners en politie. Vanuit het Toezichtmodel Rotterdam Centrum kon snel en adequaat worden opgetreden. Ondernemers in andere steden waar dit Toezichtmodel ontbreekt missen de snelheid waarmee in Rotterdam opgetreden kan worden.

1.5 Duurzaamheid

Duurzaamheid en impact op het milieu is van groot belang bij de keuzes die we maken vanuit ons collectief. Duurzame winkelconcepten hebben al dan niet tijdelijk het aanbod in ons gebied verrijkt. Voorbeelden zijn VoorGoed, de Swap Shop, Wear en Byewaste. In 2022/2023 hebben stijgende energiekosten gevraagd om energiebesparende maatregelen. Wij hebben de leden geholpen door bordjes te ontwerpen met de gastvrije boodschap dat de winkels open zijn maar de winkeldeuren dicht, om de warmte binnen te houden. Meer groen In de buitenruimte draagt ook bij aan een fijne winkelbeleving en de extra plantenbakken zijn een begin hiervan. Organisatie RC is lid van de Green Business Club Rotterdam Centrum, een organisatie die expertise deelt op het gebied van duurzaamheid en subsidies daarvoor. Rotterdam Centrum is ook aangesloten bij het Rotterdams Klimaatakkoord en neemt deel aan de tafels 'Consumptie' en 'Mobiliteit'. Hierdoor kunnen wij onder meer onze ondernemers en eigenaren adviseren over door hen te nemen maatregelen.

1.6 Sociaal maatschappelijk

Organisatie RC koppelt regelmatig goede doelen aan haar activiteiten zoals een samenwerking met stichting Jarige Job voor kinderen die anders hun verjaardag niet kunnen vieren. Onze samenwerkingen met opleidingen In de Retail en horeca hebben vorm gekregen in de populaire Job Shop en door de opening van een filiaal van Zadkine opleidingen.



1.7 Mobiliteit en logistiek

Een gastvrije binnenstad zorgt ook voor duidelijke Wayfinding voor haar bezoekers. Aandacht hiervoor is essentieel om de reis van de bezoeker zo aantrekkelijk mogelijk te maken. Wij richten ons hierbij op alle vormen van vervoer: de auto, het openbaar vervoer en de fiets maar ook de cruiseterminal en Rotterdam Airport zijn relevant. Dit wordt doorvertaald naar de vindbaarheid en kwaliteit van de looproutes door het centrum. De bereikbaarheid voor onze logistieke partners wordt besproken binnen Logistiek010, waar wij Convenantpartner zijn.

1.8 Samenwerking

Organisatie RC wil het Centrum zo aantrekkelijk mogelijk maken met een unieke identiteit om te winkelen, wonen en werken. We werken nauw samen met vele partners zoals Rotterdam Partners, Platform Gastvrij, de Rotterdamse Hotel Combinatie maar ook met brancheorganisaties INretail, VNO-NCW, MKB en KHN. Organisatie RC neemt met alle grote instituten van Rotterdam, waaronder Boymans van Beuningen, Diergaarde Blijdorp, Erasmus Universiteit, Rotterdam Partners, Gemeente Rotterdam, deel aan de Merkalliantie Rotterdam Make It Happen. Dit samenwerkingsverband op het gebied van branding en marketing, en daarmee gastvrijheid van de stad, heeft vele vruchten afgeworpen. Organisatie RC is continu op zoek naar nieuwe en het uitbreiden van bestaande partnerships.

1.9 Data

In Chainels worden wekelijks de passantentellingen gedeeld. Datzelfde geldt voor instore data (zoals omzet en bezoekers indexen) en de rapportage van INretail met data uit de 13 grote steden van Nederland. Op deze manier kunnen wij en onze leden de ontwikkelingen in het BIZ-gebied monitoren. Chainels werkt daarnaast erg goed om met en tussen ondernemers snel (actuele) informatie te delen.

1.10 Raad van Advies

In december 2022 is een Raad van Advies geïnstalleerd die enkele keren per jaar benaderd wordt als raadgever.

1.11 Management

De BIZ heeft in haar eerste periode een professionaliseringsslag gemaakt door specialisten in te huren. Er is sprake van een volwaardig en zelfstandig opererend kantoor met een vast team van vier personen die zorgdragen voor de dagelijkse uitvoering. Er is een actief bestuur dat iedere zes weken de beleidslijnen uitzet en het team adviseert en controleert.

2. Doelstellingen BIZ in de periode 2024-2028

Er gebeurt en verandert veel in binnensteden, ook op het gebied van Retail. Dat heeft gevolgen voor het vestigingsklimaat en voor de waarde van vastgoed. Door nieuwe technologie verandert de context waarbinnen Retail functioneert. Online vergt van Retailers dat zij hun formules aanpassen en ook winkelgebieden moeten meebewegen. Verder zijn ook om andere redenen grote transitie nodig in onze (binnen)steden. Het BIZ-gebied Rotterdam Centrum heeft hier mee te maken.

De Organisatie RC is zich hiervan bewust en probeert op verschillende manieren haar leden op dit gebied te ondersteunen en hun belangen in veranderingsprocessen te behartigen. Een kleine greep uit op dit moment relevante trends en ontwikkelingen.

Multiple Use. Naast Retail worden andere motieven steeds belangrijker voor consumenten om een binnenstad te bezoeken. Niet alleen op de veranderingen in Retail maar ook op het toenemend belang van die andere bezoekmotieven (multiple use) moet het centrum van Rotterdam zich richten.

Reikwijdte. In het verlengde hiervan zien we dat niet alleen het hart van het winkelgebied maar ook andere functies en gebieden (net) daarbuiten een rol spelen bij het aantrekken van bezoekers. Dit is aandachtspunt voor marketing van het centrum en voor het aangaan van samenwerkingen.

Grote fysieke transitie. Ook in de binnenstad van Rotterdam moeten de komende tijd grote transitie tot stand komen op het gebied van mobiliteit, energie, klimaat en verduurzaming. Dit kan gevolgen hebben voor (delen van) de binnenstad. De gemeente is hiervoor initiatiefnemer. De Organisatie RC zal in die planprocessen participeren om te bewaken dat het economisch belang voldoende wordt meegewogen.

Transformaties van panden. Om veranderingen in Retail te faciliteren en om nieuwe functies in het centrum mogelijk te maken maar ook om verval te voorkomen en om de intensiteit van gebruik te intensiveren (etages, wonen) wordt het steeds belangrijker dat we in staat zijn om panden snel en op de juiste wijze aan te passen. Dit vergt ideeën, kennis en initiatief. Waar mogelijk wil de Organisatie RC hier een rol in vervullen.

De Binnenstad verandert continue; onze taak is om scherp te blijven en op te komen voor de belangen van ondernemers en eigenaren. De komende jaren worden er in en rond de binnenstad veel extra woningen gebouwd waardoor er veel bewoners bij komen en de vraag naar Retail en horeca toeneemt en van aard verandert. Het aanpassen en inspelen op het gedrag van consumenten zorgt voor een gezond en levendig centrum met een brede functiemix. Naast Retail en horeca worden andere functies steeds belangrijker. Dat geldt voor kunst, cultuur, vermaak en verblijfskwaliteit die de aantrekkingskracht van het centrum vergroten voor bezoekers. Dit geldt ook voor o.a. onderwijs, zorg en maatschappelijke voorzieningen die niet alleen op bezoekers maar ook op het groeiend aantal bewoners in het centrum gericht zijn. Ons BIZ-gebied zal hier profijt van hebben en wij zullen (met onze partners) hierop inspelen en de bezoekers blijven verrassen met evenementen en aantrekkelijke acties.

We hebben niet nu al gekozen voor een uitbreiding van het BIZ-gebied met de hele Coolingsingel omdat veel panden hier de komende jaren herontwikkeld en verbouwd worden. Voor de volgende BIZ-periode is uitbreiding wel degelijk een optie. De Meent loopt zijn eigen BIZ-traject op basis van een andere structuur van bijdragen dan onze BIZ; met deze BIZ is goed overleg en stemmen we af.



Uitbreiding van onze BIZ of samenwerking met BIZ'zen in aansluitende gebieden heeft continu de aandacht. Uitgangspunt voor uitbreiding met nieuwe deelgebieden is dat er sprake is van een afdoende mate van organisatie van ondernemers en eigenaren die de visie en strategie van onze BIZ onderschrijven.

Zonder BIZ kunnen we onze doelen niet realiseren. Op individuele titel kan lang niet bereikt worden wat collectief mogelijk is en bovendien zijn ondernemers niet in staat om daar de tijd voor vrij te maken. De middelen die via de BIZ gegenereerd worden zijn onmisbaar om het succesvolle programma van de afgelopen jaren ook de komende periode voort te zetten. Daarnaast leidt de BIZ tot een intensivering van contact met en tussen ondernemers en eigenaren in het centrum: ook hierdoor ontstaat waarde voor de deelnemers, bijvoorbeeld in de vorm van nieuwe samenwerkingen tussen partijen. Alleen SAMEN kunnen we het centrum aantrekkelijker maken voor huidige en nieuwe bezoekers en efficiënter en gezonder maken voor ondernemers en eigenaren.

2.1 Doelen komende BIZ-periode

De stichting wil na de behaalde doelen en successen van de eerste BIZ-periode, zich gaan richten op meer verdieping. Daartoe worden de ambities voor de komende 5 jaar gericht op de volgende onderwerpen:

1. Economische versterking
2. Veiligheid
3. Mobiliteit en logistiek
4. Leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit
5. Schoon en heel BIZ-gebied
6. Management en organisatie

Ad1. Economische versterking

De economische situatie is nog steeds precair met hoge energiekosten, materiaalkosten en een gebrek aan personeel. Wij willen bijdragen aan oplossingen voor deze problemen. Zo zijn we bijvoorbeeld in gesprek met een bedrijf dat de inkoop van collectieve energie voor BIZ leden kan verzorgen en daarmee de tarieven kan verlagen.

Onze samenwerking met opleidingsinstituten zoals het Albeda College en Zadkine maakt het voor studenten en winkeliers makkelijker om stages te organiseren die kunnen uitmonden in werkverbanden. De Job Shop, waarbij gelijk gesolliciteerd kan worden, is voor herhaling vatbaar de komende jaren. Samenwerkingen met culturele instellingen zorgen voor verrassende programmering en trekt een divers publiek aan.

Het centrum staat in de Rotterdamse regio goed op de kaart maar er zit nog veel potentie in andere marktgebieden in delen van Nederland maar ook België, Engeland en Duitsland. Hiervoor zullen we nauw samenwerken met Rotterdam Partners, de Cruiseterminal, de Metropoolregio, de Provincie Zuid-Holland en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC). Samen met de Rotterdamse partners in de Merkalliantie willen we werken aan een "blauwdruk" waarbij duidelijk wordt hoe evenementen, congressen en sportactiviteiten, bijdragen aan de welvaart en het welzijn in de stad. Hierdoor kunnen we gericht sturen op specifieke bezoekers, in bepaalde jaargetijden en kunnen we inschatten hoeveel dat economisch oplevert voor de ondernemers.



Aan de herpositionering en branding van de merknaam Rotterdam Centrum is in de eerste BIZ-periode veel tijd, geld en energie besteed. Hier zullen we, zolang we scherp blijven, de komende jaren de resultaten van zien. Ons voornemen is om 1 á 2 grote marketingevents van een omvang als de Rooftopwalk uit 2022 in het centrum te organiseren. Dit event trok 200.000 extra bezoekers naar het centrum van Rotterdam.

De BIZ wil met de gemeente afspraken maken over een financiële bijdrage aan de marketing van het centrum van Rotterdam. Wij willen dit met andere partners vastleggen in een convenant.

Ad2 Veiligheid

Veiligheid blijft van groot belang voor een winkelgebied en daarom koesteren we ons Toezichtmodel Veiligheid. Vier keer per jaar zullen we rond specifieke thema's een inhoudelijke discussie voeren met de betrokkenen binnen het Toezichtmodel. Op die manier zorgen we ervoor dat we kunnen inspelen op actuele onderwerpen en trends met betrekking tot veiligheid en overlast. De maatschappij verhard en daarmee ook het gedrag van mensen die kwaad willen. We zullen hiervoor met elkaar naar nieuwe oplossingen moeten zoeken. Het aantal zwervers en bedelaars zal de komende jaren blijven toenemen en vraagt ook om een nieuwe aanpak.

Er wordt de komende tijd een veiligheidsanalyse van ons BIZ-gebied opgesteld in samenwerking met de leden van het Toezichtmodel met als resultaat een plan van aanpak. De invoering van dat plan zal de komende BIZ-periode plaats vinden.

Het Platvorm Veilig Ondernemen, een regionaal orgaan, is begin 2023 nieuw leven ingeblazen en draagt bij aan het vergroten van de veiligheid door o.a. trainingen voor winkelpersoneel te organiseren.

In 2024 wordt een nieuw convenant Toezichtmodel opgesteld met de nodige aanpassingen die voortkomen uit het plan van aanpak.

We hebben de intentie om samen met gemeente, politie en andere mogelijke partners een betere informatiepositie te creëren om ondermijnende criminaliteit te erkennen en herkennen zodat ondernemers en eigenaren hierop kunnen anticiperen.

Ad 3. Mobiliteit en logistiek

Goede bereikbaarheid van het centrum zorgt voor nieuwe uitdagingen: bezoekers kiezen eerder voor de fiets, het openbaar vervoer of gaan lopend; de auto zal een minder prominente rol krijgen. De bezoeker die wel met de auto komt moet verleid worden om aan de rand van het centrum te parkeren. Daarom willen we betere bewegwijzering en meer uitstraling van de 15 Park&Ride locaties naar het centrum zodat de "klantreis" zo aantrekkelijk mogelijk wordt. Fiets parkeren in fietsvakken en stallingen, zal voor bezoekers zo makkelijk mogelijk gemaakt moeten worden waardoor ze eerder voor deze manier van vervoer kiezen. Wij zullen ons hard maken voor voldoende stallingsplekken van de goede soort, op de juiste plek

De mobiliteitstransitie van auto naar OV moet gelijke tred houden met het autoluw maken van de (binnen)stad. Dit geldt ook voor de uitvoering van flankerende maatregelen zoals alternatieve routes voor doorgaand verkeer, voldoende openbaar vervoer, attractieve transferia aan de rand van het centrum en logistieke hubs voor de bevoorrading van de binnenstad. Voor de consument is de



bereikbaarheid onderdeel van de totale klantreis: ook dat onderdeel moet goed zijn. Daarbij is specifiek aandacht nodig voor bezoekers die in OV arme delen van het marktgebied wonen. Een goede afstemming van flankerende maatregelen op ingrepen die de automobilititeit terugdringen is essentieel voor de economie van de binnenstad.

De komende jaren zal de BIZ de grote transitie op het gebied van mobiliteit, duurzaamheid en energie nauw volgen. De Zero Emissie Zone die in 2025 start voor bedrijfswagens is zo'n grote transitie. Met onze input zal in het overleg met vervoerders en gemeente binnen Logistiek010 de nadruk gelegd worden op voldoende laad- en losplekken aan de randen van de Binnenstad. De grote toename van elektrisch rijden met de (vracht-) auto en de (vracht-) fiets zal de vraag naar elektrische laadplekken vergroten en daar vragen we ook de nodige aandacht voor.

Ad 4. Leefbaarheid en Ruimtelijke kwaliteit

In 2022 is Organisatie RC gestart met een samenwerking met de nieuw ingestelde Wijkraad (de vertegenwoordigers van de bewoners in het centrum). Gezamenlijk willen we werken aan een schoon, veilig en levendig gebied en gaan we met de gemeente afspraken maken op deze onderwerpen. Ook de balans tussen levendigheid en rust komt aan de orde in dit overleg om de borgen dat ondernemerschap op een verantwoorde manier voldoende ruimte krijgt in het centrum.

De gemeente investeert de komende jaren veel geld in de zeven groene stadsprojecten. De meeste van deze projecten liggen rond ons BIZ-gebied. Voor ons gebied, het winkelhart in het midden van de stadsprojecten, wordt een groene visie. De vergroening op daken en muren van panden en de vergroening in de Openbare Ruimte zal vorm krijgen in een publiek-private samenwerking. Vergroening draagt bij aan de klimaatopgave maar ook aan de aantrekkelijkheid van het centrum voor bezoek. Dit verlengt de verblijfsduur van de bezoeker en creëert daardoor economische waarde.

Ieder jaargetijde heeft zijn eigen relatie met leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit. Als de zon schijnt zie je dat veel mensen gebruik maken van bankjes en hun rust nemen om te genieten van de binnenstad. De prachtige kerstsfeerverlichting in de donkere dagen van het jaar verleidt bezoekers om te gaan winkelen voor de feestdagen. Ook aan de kleine details die bezoek ondersteunen zal aandacht gegeven worden.

We streven nog steeds naar meer openbare toiletten van de gemeente, mogelijk in combinatie met een informatiepunt voor bezoekers.

Ad 5. Schoon en heel gebied

De gemeente maakt schoon op een niveau dat voor onze leden niet genoeg is. We besteden daarom BIZ-geld om het gebied schoner te maken. Extra inzet op het verwijderen van vlekken en kauwgom op de straatstenen en stoepen krijgt hierbij veel aandacht. Ons contract met het bedrijf dat de graffiti en stickers verwijdert zal verlengd worden. Dagelijks zorgen zij ervoor dat graffiti van panden wordt verwijderd: dit voorkomt verloedering.

Voor het ophalen van bedrijfsafval werken we aan een White Label contract waarbij de verschillende contracten onder één Stichting vallen. Het grote voordeel is dat er maar één afvalbedrijf door de straten rijdt i.p.v. vier verschillende bedrijven met halfvolle wagens.



De TrashR-app van de gemeente, die ondernemers de mogelijkheid biedt om direct een verzoek te doen het afval op te halen, zouden we in tijd willen uitbreiden zodat die in het weekend ook gebruikt kan worden.

Ad 6. Management en organisatie

De professionalisering die in de eerste BIZ-periode is ingezet versterken we door extra opleidingen te volgen met het team en het bestuur. Op deze manier kunnen we de ontwikkelingen en trends volgen en daarop inspelen.

De directeur en haar team blijft de verbindende factor tussen de eigenaren, de ondernemers, het bestuur en de andere stakeholders waaronder de gemeente en Rotterdam Partners. Dagelijks wordt er gewerkt aan nieuwe samenwerkingen en uitvoering van bestaande afspraken.

We hebben in 2022 een Raad van Advies ingesteld, op dit moment bestaande uit één persoon. In de komende BIZ-periode wordt de Raad van Advies uitgebreid.

2.2 Netwerk en lobby

Zonder gebundelde lobby zijn de resultaten van Organisatie RC een stuk minder. Wij zijn de partij om dit namens de bijna 400 leden te doen. Uiteraard trekken we hierin op met andere belangenorganisaties zoals INretail, KHN, MKB, VNO/NCW, EVO Fenedex, TLN, enz.

Bij de gemeente hebben we behoefte aan één duidelijk en constant aanspreekpunt in de vorm van een manager Binnenstad met wie we informatie kunnen uitwisselen en kunnen overleggen over alle onderwerpen die het BIZ-gebied aangaan. Deze accountmanager moet kunnen zorgen voor snelle verbinding met relevante afdelingen/personen bij de gemeente en die heeft bij voorkeur ook mandaat om direct zaken te regelen.

Op provinciaal niveau wordt er met dertien steden samengewerkt. Op nationaal niveau zal de directeur de samenwerking opzetten met de andere grote steden om oplossingen te zoeken voor soortgelijke problemen. Hiertoe wordt ook contact onderhouden met netwerkorganisaties zoals De Nieuwe Winkelstraat (DNWS), het Platform Binnenstadsmanagement en KERN en volgen we met belangstelling de City Deal 'Dynamische Binnensteden' van Agenda Stad van het ministerie van BZK.

2.3 Beoogde meetbare effecten

Passantentellingen en winkelconversies worden uitgebreid met meer analyses waardoor het nog waardevoller is. De Retailmonitor wordt verdiept met data over de herkomst van de bezoeker, verblijfstijd, frequentie en inzichten in de uitgaven. Trends in het Retail- en horeca landschap worden tevens meegenomen.

De KPI's voor het Social Media platform worden jaarlijks ambitieus ingesteld te houden. Dit vormt de basis voor de online marketingcontent die van grote waarde is om nieuwe bezoekers aan te trekken.

Het meten van het schoon & heel niveau via de CROW-methode is een betrouwbare aanpak die we bij alle schouwen toepassen. De doelstellingen worden jaarlijks in contracten vastgelegd.

2.4 Convenanten

Op verschillende onderwerpen zullen convenanten en uitvoeringsafspraken worden afgesloten om daarmee de ambities in de samenwerking vast te leggen. Convenanten zijn goede instrumenten om afspraken vast te leggen met uiteenlopende partners. Dit geldt ook voor afspraken met de gemeente: daarbij kunnen wisselende partners worden aangesloten afhankelijk van de verschillende onderwerpen. In het jaar 2024 e.v. wordt gewerkt aan diverse nieuwe convenanten: *) met partners in het Toezichtmodel, *) voor gebruik en beheer in hoog stedelijk gebied met bewonersverenigingen, *) met partners over marketing en Citybranding, *) tussen partners over het realiseren van een groene binnenstad *) andere convenanten over andere onderwerpen die in de loop van tijd naar voren komen.

Een aantal eerder vastgelegde convenanten lopen door waaronder: Logistiek010, Merkalliantie en het Toezichtmodel. Voor de uitvoering daarvan worden nieuwe afspraken gemaakt.

3. BIZ-gebied

3.1. Straten en huisnummers

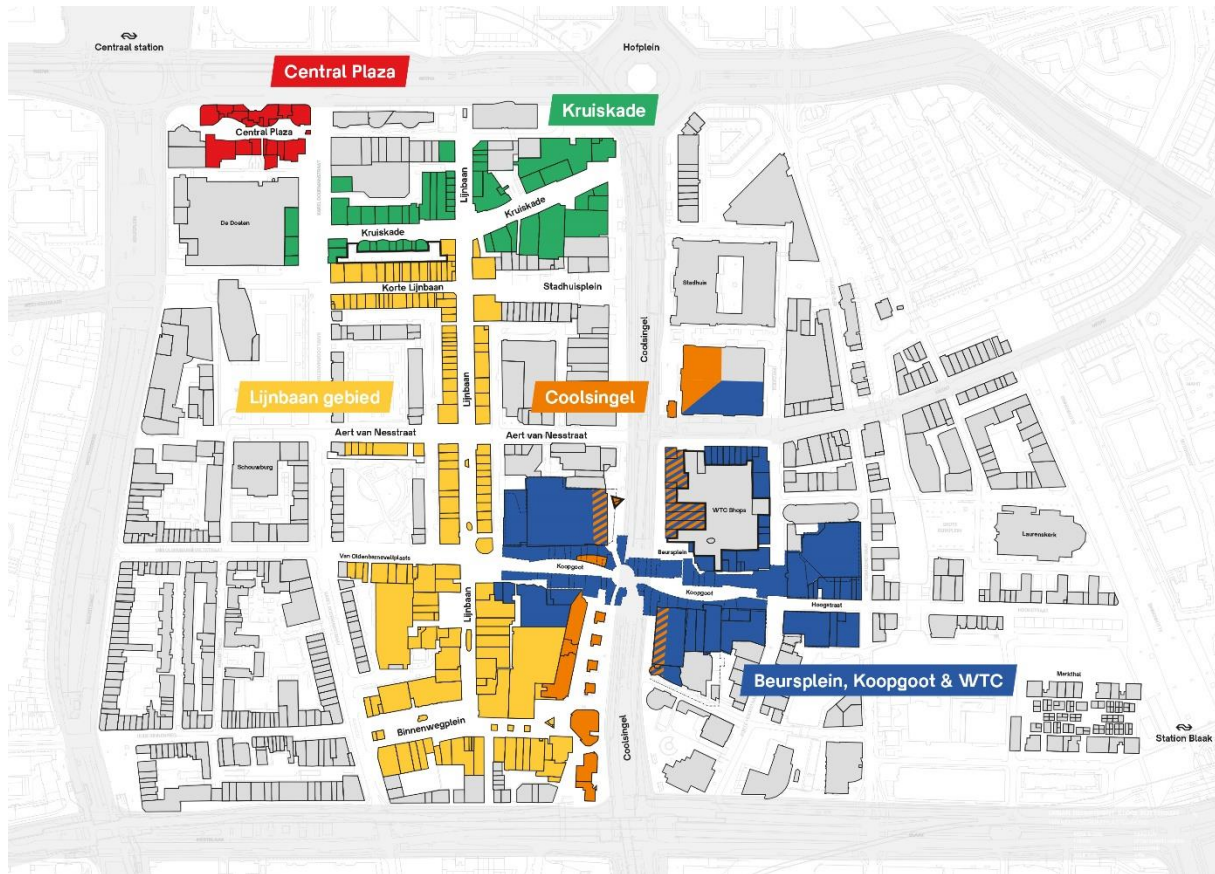
Het BIZ gebied omvat de volgende straten met nummering:

	STRAATNAAM	HUISNUMMER (VAN-TOT)		
1.	Karel Doormanstraat	1 t/m 278	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
2.	Weena	4 t/m 16 en 624	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input type="checkbox"/> Oneven
3.	Lijnbaan en Korte Lijnbaan	geheel	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
4.	Coolsingel	5, 45 t/m 47	<input type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
5.	Coolsingel	42 t/m 82	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input type="checkbox"/> Oneven
6.	Coolsingel	105 t/m 215	<input type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
7.	Aert van Nesstraat	38 t/m 58	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input type="checkbox"/> Oneven
8.	Oldenbarneveltplaats en Oldenbarnevelthof	geheel	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
9.	Kruiskade en Kruiskadehof en Central Plaza	geheel	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
10.	Meent	110 t/m 140	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input type="checkbox"/> Oneven
11.	Rode Zand	11 t/m 27	<input type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
12.	Beurstraverse	21 t/m 186	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
13.	Beursplein en Binnenwegplein	geheel	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
14.	Hoogstraat	185 t/m 199	<input type="checkbox"/> Even	<input checked="" type="checkbox"/> Oneven
15.	Hoogstraat	196 t/m 200	<input checked="" type="checkbox"/> Even	<input type="checkbox"/> Oneven



#RotterdamCentrum

3.2. Plattegrond BIZ-gebied



4. Bijdrageplichtigen

De bijdrageplichtigen zijn:

- Alle eigenaren van een onroerende zaak gekarakteriseerd als niet-woning, vallend binnen de BIZ. Hieronder vallen zowel ondernemers op de begane grond als op een verdieping.
- Alle gebruikers werkzaam in een onroerende zaak gekarakteriseerd als niet-woning, vallend binnen de BIZ. Hieronder vallen zowel ondernemers op de begane grond als op een verdieping.

4.1. Vrijstellingen

Sommige onroerende zaken zijn automatisch uitgesloten van een BIZ-heffing. Voor deze BIZ zijn de volgende zaken vrijgesteld:

Gebouwen in aanbouw, kerken, straatmeubilair, gebouwen voor waterwerken, objecten in de categorie Vervoer (tram-bus-metro) zoals metro- en treinstations, pinautomaten, kantoren en opslagruimtes.

4.2. Aantal bijdrageplichtigen:

Per 11 september 2023 telt de BIZ Rotterdam Centrum in totaal $2 \times 324 = 648$ bijdrageplichtigen

4.3. BIZ-bijdrage

Alle BIZ-leden dragen naar rato bij zodat iedereen in gelijke mate profiteert van de resultaten die door collectieve inspanning behaald worden. In de nieuwe BIZ-periode wordt geen indexering toegepast. De bijdrage wordt geïnd via gemeentelijke belastingen

BIZ-bijdrage is jaarlijks 0,08% van de WOZ-waarde gedurende 5 jaar

	Ondergrens:	Bovengrens:
Gebruikers	€ 500,-	€ 4.500,-
Ondernemers	€ 1.000,-	€ 15.000,-

4.4. Uitkering BIZ gelden

De door de gemeente uit te keren BIZ-gelden bestaan uit de opbrengst van de heffing onder de bijdrageplichtigen, verminderd met de perceptiekosten van 3%. Zie onderstaande begroting. De BIZ-gelden zijn niet met BTW belast.

Peildatum voor het bepalen van de heffing is 1 januari van het betreffende jaar. In geval van tussentijds vertrek van een gebruiker of eigenaar uit het BIZ-gebied krijgt men geen geld terug van de stichting of van de gemeente.

5. Begroting 2024-2028

Stg BIZ Rotterdam	Budget 2024	Budget 2025	Budget 2026	Budget 2027	Budget 2028	TOTAAL
INKOMSTEN						
Verwachte BIZ opbrengst	€ 1.581.388	€ 1.581.388	€ 1.581.388	€ 1.581.388	€ 1.581.388	€ 7.906.940
Niet te innen Verwachte BIZ opbrengsten 10%	-€ 158.139	-€ 158.139	-€ 158.139	-€ 158.139	-€ 158.139	-€ 790.695
Bijdragen Coolsingel Club donateurs	€ 3.250	€ 3.250	€ 3.250	€ 3.250	€ 3.250	€ 16.250
TOTAAL Inkomsten	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 7.132.495
UITGAVEN						
Thema 1: Economische versterking	€ 415.237	€ 415.237	€ 415.237	€ 415.237	€ 415.237	€ 2.076.185
Thema 2: Veiligheid	€ 150.000	€ 150.000	€ 150.000	€ 150.000	€ 150.000	€ 750.000
Thema 3: Mobiliteit en logistiek	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 125.000
Thema 4: Leefbaarheid en Ruimtelijke kwaliteit	€ 131.437	€ 131.437	€ 131.437	€ 131.437	€ 131.437	€ 657.185
Thema 5: Schoon en Heel BIZ Centrum gebied	€ 287.500	€ 287.500	€ 287.500	€ 287.500	€ 287.500	€ 1.437.500
Organisatiekosten	€ 275.000	€ 275.000	€ 275.000	€ 275.000	€ 275.000	€ 1.375.000
Onvoorzien (6%)	€ 94.883	€ 94.883	€ 94.883	€ 94.883	€ 94.883	€ 474.415
Perceptie/Incassokosten (3%)	€ 47.442	€ 47.442	€ 47.442	€ 47.442	€ 47.442	€ 237.210
TOTAAL Kosten	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 1.426.499	€ 7.132.495
TOTAAL Resultaat	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0



6. Organisatiestructuur

Om een BIZ te kunnen vormen is een organisatiestructuur nodig en wel in de vorm van een stichting. De stichting moet aan een aantal eisen, die door de BIZ-wet worden gesteld, voldoen, namelijk:

- Ten minste tweederde van de leden van het bestuur is afkomstig uit de kring van beoogde bijdrageplichtigen;
- De statutaire doelstelling is uitsluitend het uitvoeren van activiteiten die het ondernemers- en/of vastgoedklimaat in het BIZ-gebied verbeteren.

De gemeente en de stichting sluiten een uitvoeringsovereenkomst af. In deze overeenkomst worden onderling afspraken gemaakt over het minimale serviceniveau van de gemeente, het verstrekken van gelden door de gemeente aan de stichting, het tijdstip van indienen van een jaarplan door de stichting en het tijdstip van indienen van een jaarverantwoording door de stichting.

6.1. Bestuur Stichting BIZ Rotterdam Centrum

De bestuursleden van de BIZ Rotterdam Centrum zijn allen bijdrageplichtigen in het BIZ-gebied.

Bestuursleden:

Voorzitter	:	Steven Manhave
Secretaris	:	Jolijn Zeeuwen
Penningmeester	:	Carien In 't Veld
Algemeen bestuurslid	:	Jan-Peter Dankaart
Algemeen bestuurslid	:	Jeroen Been
Algemeen bestuurslid	:	Sarah Vehmeijer

Adviseurs:

Wilbert Lek, directeur Rotterdam Partners en lid van Raad van Toezicht BIZ Rotterdam Centrum
Arno Ruijgrok, drs. social geography and urban sociology

6.2 Werkwijze

Het bestuur van de stichting heeft als taak een BIZ-plan inclusief meerjarenbegroting op te stellen voor de periode van de BIZ. Dit plan ligt nu voor u.

Op basis van dit plan met meerjarenbegroting formuleert het BIZ-bestuur het beleid, maakt het bestuur het jaarplan en zorgt zij voor besteding van de middelen conform het door de BIZ-leden vastgestelde jaarplan. Het bestuur legt hierover jaarlijks inhoudelijk en financieel verantwoording af aan haar leden. De activiteiten van de BIZ zijn altijd aanvullend op die van de gemeente in het gebied.

Een deel van het budget wordt collectief besteed aan het hele gebied, waaronder beheer van openbare ruimtes, collectieve marketing en hospitality. Een ander deel is voor de deelgebieden, voor gerichte marketing, aankleding en veiligheid. Zo wordt er naast de collectieve belangen van het hele gebied ook rekening gehouden met wensen en behoeften van de afzonderlijke deelgebieden.



#RotterdamCentrum

De BIZ-statuten en andere relevante documenten vindt u op www.rotterdamcentrum.nl

6.3 Organisatie Rotterdam Centrum

De stichting heeft een interne organisatie om de activiteiten van de BIZ uit te voeren. Er is sprake van een zelfstandig opererend kantoor met een vast team van vier personen, organisatie Rotterdam Centrum, die zorgdraagt voor de dagelijkse uitvoering van het BIZ-plan. Er is een actief bestuur wat iedere zes weken de grote beleidslijnen uit zet en het team adviseert en controleert. De Raad van Advies ondersteunt op afstand.

Team Organisatie Rotterdam Centrum:

Pauline Buurma – Directeur

Jeannette van Cappellen – Financieel Management & Support

Heleen Mookhoek – Project Manager

Marlou van Cappellen - Project Manager

De werkzaamheden met betrekking tot de BIZ zijn te allen tijde complementair aan de activiteiten die de gemeente reeds uitvoert met betrekking tot het BIZ-gebied en zullen nooit de activiteiten van de gemeente vervangen.