



# Stichting CLOK

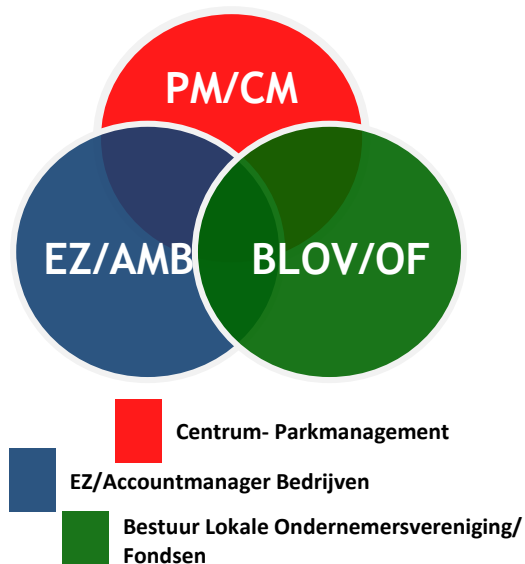
Samen bouwen aan een sterke,  
vitale en duurzame lokale economie

15 mei 2018, Herman Timmermans





# CLOK in een notendop



- Individuele benadering per doelgroep
- Gemeenschappelijke benadering op de snijvlakken

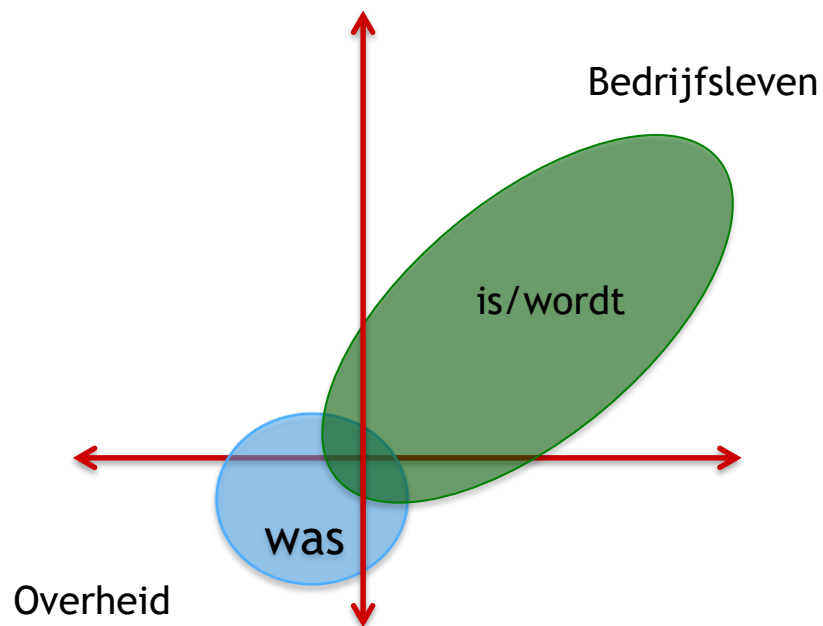


# CLOK is een beweging

- Vereniging: deelnemers/platforms/ op
- Academy: leergangen, seminars
- Coöperatie: advies
  
- Onafhankelijk
- Relatie met city-marketing: innige contacten
- (Martin Boisen, Gerben Baay, 2x samen seminar)



# Verantwoordelijkheid publieke domein economie





# Kernbegrippen CLOK

- Bruto lokaal product
- Gebiedsondernemen
  
- De beweging: elke gebied een fonds



# Bruto Lokaal Product

Groei lokale economie/omzet (2-3%)

- Meer opbrengsten/ minder kosten

Kern lange termijn visie CLOK:

- Meer en sterkere innovatie (terreinen 9<sup>de</sup> topsector)
- Energietransitie CO2 neutraal: opbrengst
- Werkgelegenheid/ werknemersklimaat
- Sterker organiserend vermogen ondernemers



# Gebiedsondernemen

Het benaderen van een winkelgebied/binnenstad als een bedrijf.

Een florerend centrum/binnenstad vraagt om meer directe en gezamenlijke aansturing. Het bestuur van de winkeliersvereniging of Ondernemersfonds is de toekomstige directie van het gebied.

die samen functioneert als een winstgevende organisatie



# Een Ondernemersfonds is de toekomst

- Ondernemersfonds/BIZ is in de eerste plaats van, voor en door ondernemers! ca.200 bizzen,50 OZB
- Fondsen dragen bij aan financieel en maatschappelijk rendement; ook van de gemeente
- Programma: de activiteiten opgesteld door en voor ondernemers zijn doorslaggevend;
- Moet eigenaren/gebruikers voordeel bieden





# Kenniscentrum Ondernemersfondsen

- Enquête 2017
- Uitslag
- Nieuwe enquête 2018



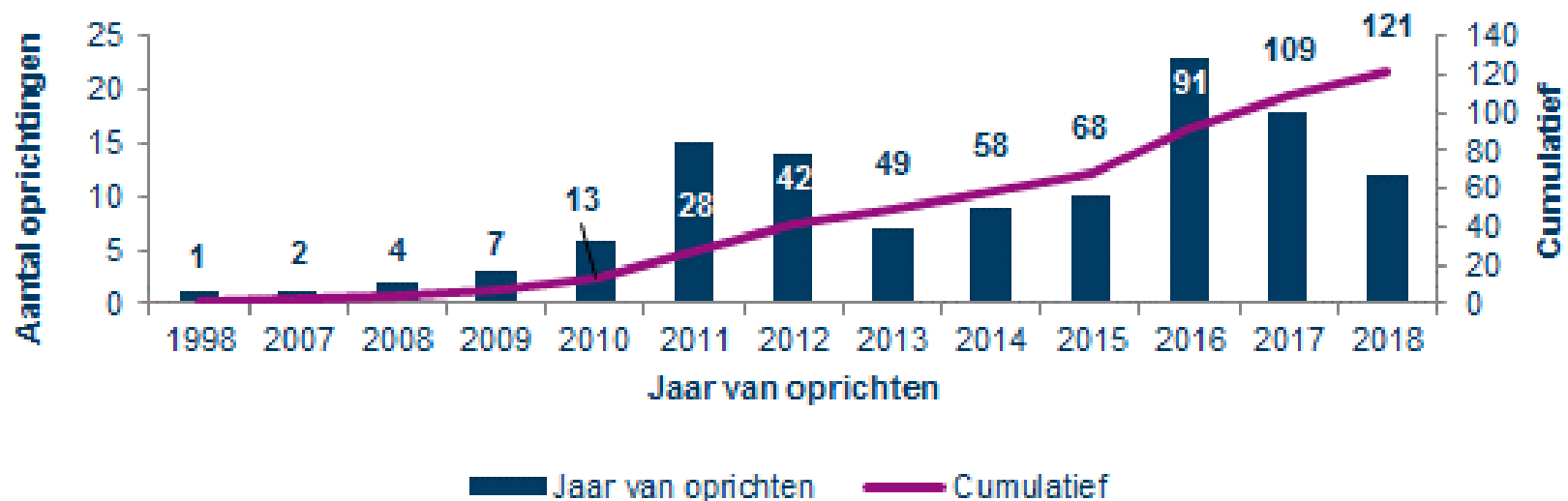
# Inventarisatie Ondernemersfondsen

- Peiling via gemeenten
- 168 respondenten
- 116 ondernemersfondsen
- 62 gemeenten met 1 fonds
- 54 gemeenten met meerdere fondsen



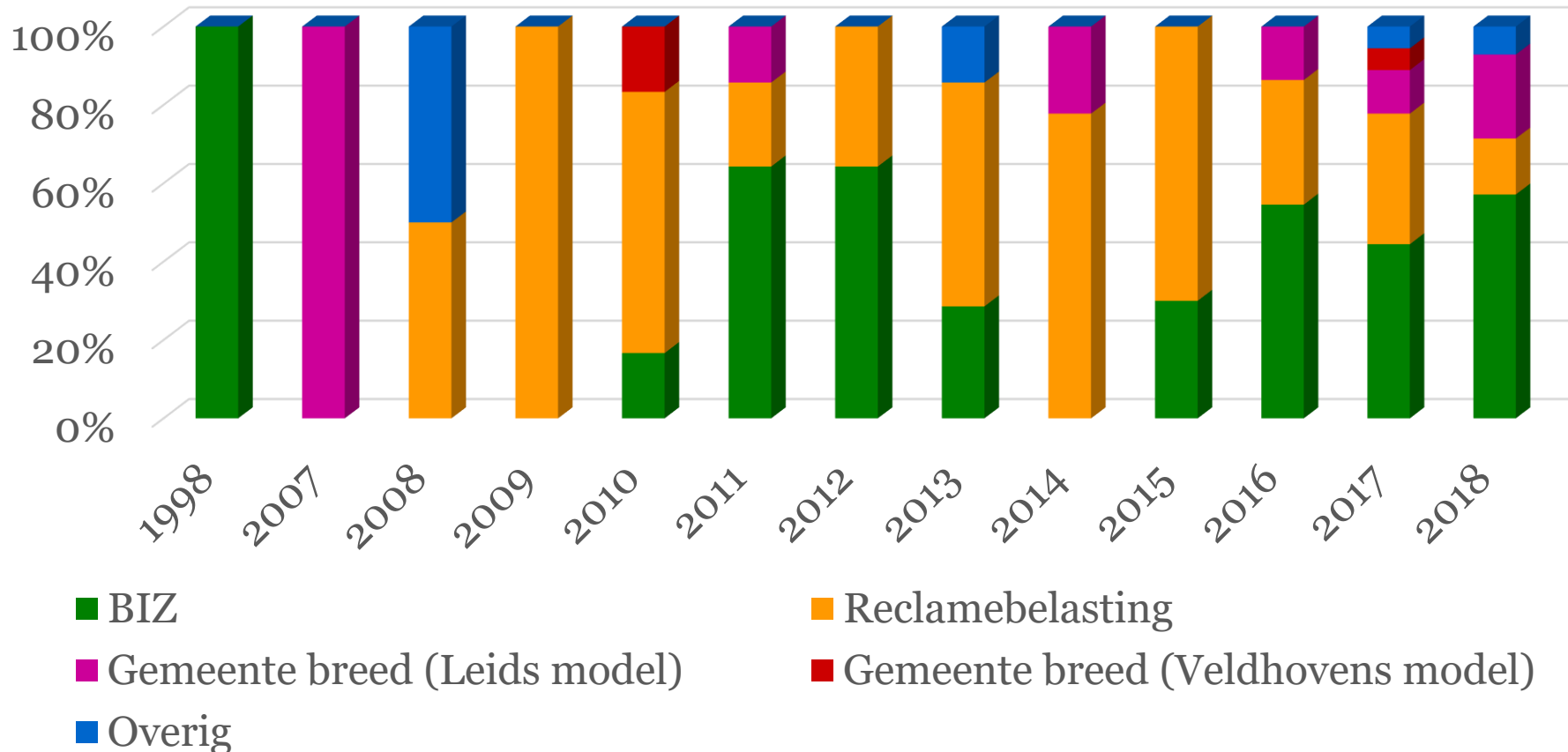
# Initiatief

- 75 % nemen ondernemers initiatief
- Pieken in jaar van oprichting: wetgeving BIZ



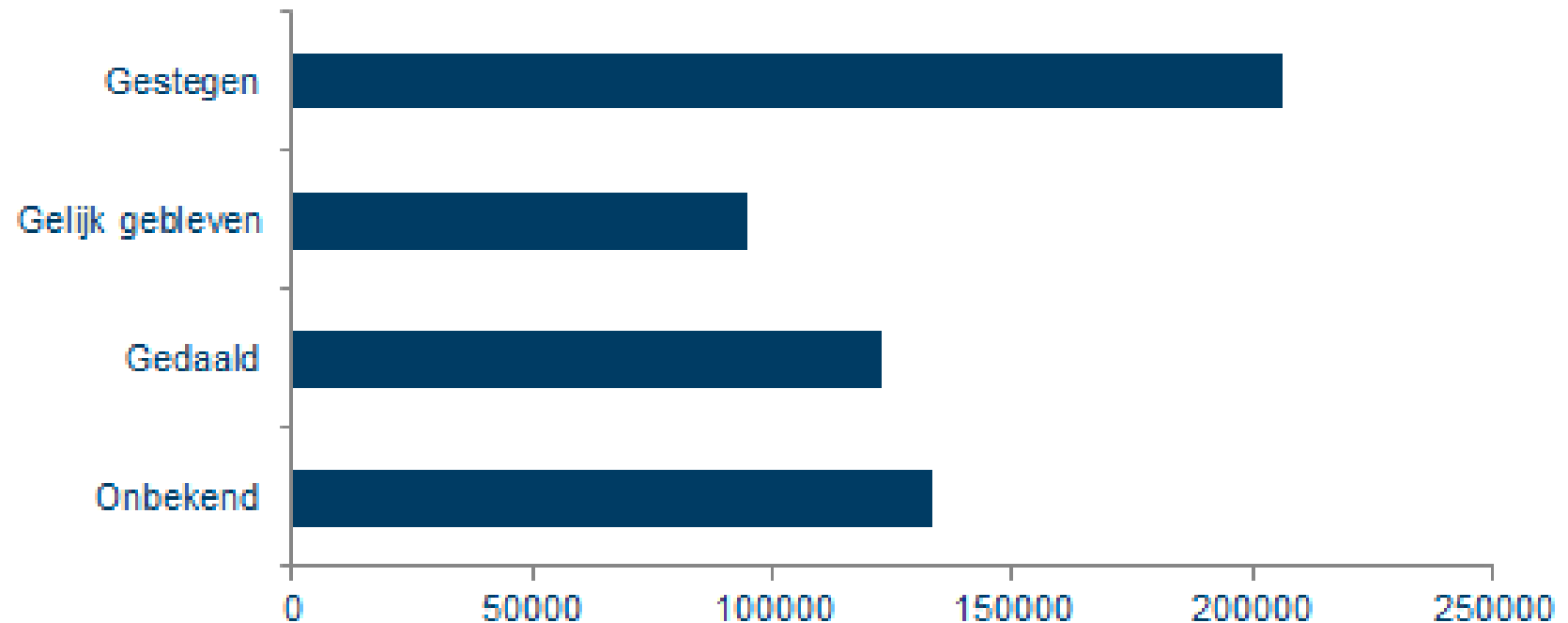


# Soort fonds per jaar van oprichting





# Ontwikkeling in budget





## Doelen binnenstad bij oprichting fonds

- Promotie van het gebied
- Verbeteren samenwerking
- Voorkomen van freeriding
- Organiseren van evenementen

Nauwelijks verandering afgelopen 10 jaar



# Activiteiten fase 1 (eerste jaren)

## Basis: management en kostenbesparing

- Park en citymanagement
- Beveiliging
- Groenvoorziening
- Promotie voor gebied
- Organiseren van evenementen



# Beginnen met de basis



Veiligheid





## Activiteiten fase 2

- Activiteiten fase 1 (kostenbesparing)
- Meer activiteiten die opbrengsten genereren
- 1. Energieopwekking
- 2. Toerisme buitengebied



# Voorbeelden van city-marketing

Stichting  
Centrummanagement  
**HOOGEVEEN**





## Activiteiten volgende fase

- Goed management
- Kostenbesparing
- Opbrengsten
- Fase 3
- Strategie: termijn gebiedsstrategie
- Bredere doelstellingen dan eigen gebied:  
Leeuwarden, Duurzaamheid, Mobiliteit



# Gebiedsondernemen





## Durf de vrijheid te nemen

- Schoon, heel, veilig zijn we voorbij
  - Fondsen zijn voor versterking BLP
  - Worden gebiedsondernemingen
- 
- Fonds onmisbare voorwaarde voor sterke city-marketing



# Stichting CLOK

Bedankt voor uw aandacht!

[www.clok.nl](http://www.clok.nl)

e-mail [info@clock.nl](mailto:info@clock.nl)

telefoon 035 - 695 41 44



StichtingCLOK





|              | Reclamebelasting<br>Veldhovensmodel  | BIZ   | Leidsmodel   |
|--------------|--|---|--|
| <b>Wat?</b>  | Belasting (verordening met tariefgrondslag) op reclame-uitingen<br><br>Gemeenteraad beslist. | Wet met belasting op basis van/gerelateerd aan WOZ waarde van een pand of zelfgekozen tarieven.<br>Initiatief ondernemers.<br>Gemeenteraad beslist. | Fonds op basis van een verhoging op de OZB niet-woningen<br><br>Gemeenteraad beslist |
| <b>Waar?</b> | (Winkel)gebieden   | Gebiedsgericht. Afgebakende gebieden (postcode indeling)  | Gemeentebreed;<br>trekkingsrechten gebieden  |
| <b>Wie?</b>  | Gebruikers   | Gebruikers en/of eigenaren  | Gebruikers en eigenaren  |



|                  | Reclamebelasting<br>Veldhovensmodel   | BIZ  | Leidsmodel   |
|------------------|---|--|--|
| <i>Wanneer?</i>  | Als belangen van winkeliers leidend zijn<br><br>Gemeente kan zelf instellen | Als bedrijven zelf het ondernemersklimaat willen verbeteren.<br><br>Gemeente kan niet zelf instellen | Samenhangende gebieden met redelijke organisatiegraad<br><br>Gemeente kan zelf instellen |
| <i>Besteding</i> | Promotie en marketing   | M.n. schoon, heel en veilig (openbare ruimte) economische ontwikkeling.                              | Collectieve belangen en ondernemersklimaat   |
| <i>Nadelen</i>   | Vooral winkelgebieden<br>Invloed gemeente                                   | Formele draagvlakmeting<br>Complexe draagvlakeisen   | Invloed gemeente<br>Niet-bedrijven betalen ook   |





## BIZ

- Gebiedsgericht
- Ondernemers maken definitieve keuze
- Gemeente heft belasting
- Vooraf bepalen van begroting
- Vooraf bepalen van programma
- Gebruikers en/of eigenaren
- Tariefbepaling die bij het gebied past
- Vaak alleen bedrijven
- Complexe draagvlakmeting en eisen

## Gemeentebreed

- Gemeentebreed met trekkingsgebieden
- Gemeenteraad beslist
- Gemeente heft belasting
- Vooraf bepalen van begroting
- Projectenfinanciering op aanvraag
- Gebruikers en/of eigenaren
- Vaak opslag op OZB
- Zowel bedrijven als non-profit
- Meer overheidsbemoeienis



# Stichting CLOK

Samen bouwen aan een sterke,  
vitale en duurzame lokale economie



[www.clok.nl](http://www.clok.nl)

e-mail [info@clock.nl](mailto:info@clock.nl)

telefoon 035 - 695 41 44



StichtingCLOK