BIZ Centrum Hoevelaken

Samen verder bouwen aan een vitaal, bereikbaar en toekomstbestendig centrum

2027 t/m 2031

Plan 2022 t/m 2027, aangevuld met de actuele opgaven voor centrumvernieuwing, parkeren, bouwcommunicatie, Klaarwater, professionele zichtbaarheid en meetbare resultaten.

Inhoud

1. Waarom verlenging van de BIZ?
2. Wat heeft de BIZ gebracht?
3. Ontwikkelingen 2027 t/m 2031
4. Visie en marktpositie
5. Doelstellingen BIZ aanpak
6. Programma van activiteiten
7. Budgetten en bijdragen
8. Draagvlak voor de BIZ
9. Afbakening BIZ gebied
10. Organisatie van de BIZ
11. Bijlagen en bronnen

Inleiding

De afgelopen jaren is in het centrum van Hoevelaken met gezamenlijke inzet gewerkt aan een herkenbaar, aantrekkelijk en toekomstbestendig dorpshart. Onder de naam Hartje Hoevelaken hebben ondernemers en vastgoedeigenaren samengewerkt aan promotie, evenementen, sfeer, bereikbaarheid, veiligheid en overleg met de gemeente. Deze samenwerking heeft ervoor gezorgd dat het centrum niet alleen een plek is om boodschappen te doen, maar ook een plek waar inwoners elkaar ontmoeten en waar lokale ondernemers zichtbaar en verbonden zijn.

De huidige BIZ periode loopt eind 2026 af. Voor de periode 2027 t/m 2031 is voortzetting van de BIZ van groot belang. Het centrum van Hoevelaken staat namelijk aan het begin van een nieuwe fase. De vernieuwing van de openbare ruimte, de verdere ontwikkeling van de centrumvisie, de nieuwbouw aan De Wiekslag, de toekomstige herinrichting van De Brink en De Wiekslag, de ontwikkeling van Klaarwater en de blijvende druk op parkeren en bereikbaarheid maken gezamenlijke organisatie belangrijker dan ooit.

Juist in een periode van bouwen, vernieuwen en tijdelijke hinder moet het centrum aantrekkelijk, vindbaar en levendig blijven. Bezoekers moeten weten dat Hartje Hoevelaken bereikbaar blijft. Ondernemers moeten samen kunnen optrekken richting gemeente, vastgoedeigenaren en andere betrokken partijen. Activiteiten, communicatie en sfeer moeten ervoor zorgen dat bewoners het centrum blijven bezoeken en dat nieuwe inwoners zich straks ook verbonden voelen met het dorpshart.

De BIZ maakt het mogelijk om deze gezamenlijke inzet structureel te financieren. Zonder BIZ zou veel afhankelijk worden van vrijwillige bijdragen, losse initiatieven en de inzet van een kleine groep ondernemers. Met een BIZ dragen alle betrokken partijen binnen het gebied bij en kan er voor meerdere jaren professioneel en doelgericht worden gewerkt.

Dit plan beschrijft waarom voortzetting van de BIZ voor de periode 2027 t/m 2031 noodzakelijk en kansrijk is. Het plan bouwt voort op wat de afgelopen jaren is bereikt, maar legt tegelijk nadruk op de nieuwe opgaven: centrumvernieuwing, bouwcommunicatie, parkeren, samenwerking met vastgoedeigenaren, versterking van het merk Hartje Hoevelaken en het levendig houden van het centrum tijdens en na de vernieuwing.

1. Waarom verlenging van de BIZ?

1.1 Samen bouwen aan een nieuw dorpshart

De komende BIZ periode valt samen met een belangrijke ruimtelijke fase voor Hoevelaken. Er wordt gewerkt aan vernieuwing van het centrumgebied. Dat biedt kansen, maar vraagt ook regie. De openbare ruimte verandert, bouwprojecten kunnen tijdelijk invloed hebben op looproutes en parkeren, en bezoekers moeten steeds duidelijk geïnformeerd worden over bereikbaarheid en activiteiten.

De BIZ is in deze fase het gezamenlijke instrument van ondernemers en eigenaren. Vanuit Hartje Hoevelaken kan snel worden geschakeld met de gemeente, met vastgoedeigenaren, met ondernemers en met andere betrokken partijen. Dat is nodig om het centrum tijdens de vernieuwing aantrekkelijk en bereikbaar te houden.

De inzet is niet alleen gericht op stenen, pleinen en panden. De kern is dat het centrum levendig blijft. Een mooi vernieuwd centrum heeft pas waarde als inwoners er graag komen, ondernemers er goed kunnen ondernemen en nieuwe bewoners het centrum vanzelfsprekend gaan gebruiken.

1.2 Nieuwe uitdagingen voor 2027 t/m 2031

- Centrumvernieuwing en bouwuitdagingen, waaronder tijdelijke hinder, gewijzigde looproutes, communicatie over werkzaamheden en het zichtbaar houden van ondernemers.
- Parkeren en bereikbaarheid, vooral tijdens werkzaamheden en bij toekomstige herinrichting van parkeerlocaties.
- De ontwikkeling van De Brink en De Wiekslag als vernieuwde verblijfspleinen.
- De ontwikkeling van nieuwe woongebieden, waaronder Klaarwater, waardoor het centrum op termijn een grotere lokale doelgroep krijgt.
- De noodzaak om Hartje Hoevelaken als sterk merk professioneel zichtbaar te houden via evenementen, sociale media, lokale campagnes en ondernemersverhalen.
- De rol van vastgoedeigenaren bij het versterken van het centrum. De BIZ kan stimuleren, verbinden en druk organiseren, maar blijft afhankelijk van bereidheid en investeringskracht van eigenaren.
- Veiligheid, overzichtelijkheid en verblijfskwaliteit in het centrum, inclusief onderhoud van de AED, afstemming met gemeente en aandacht voor sociaal veilige pleinen.

1.3 Waarom gezamenlijke financiering nodig blijft

Veel activiteiten hebben een collectief karakter. Evenementen, sfeerverlichting, banieren, communicatie, bereikbaarheidscampagnes, overleg met de gemeente en professionele ondersteuning zijn nuttig voor het hele centrumgebied. Het is daarom redelijk dat alle bijdrageplichtige partijen binnen het BIZ gebied meebetalen.

Voortzetting van de BIZ voorkomt dat de organisatie afhankelijk wordt van vrijwillige bijdragen en incidentele acties. Het geeft zekerheid voor een meerjarenaanpak en maakt het mogelijk om tijdig te plannen, in te kopen en te communiceren.

2. Wat heeft de BIZ gebracht?

De afgelopen BIZ periode heeft laten zien dat gezamenlijke inzet werkt. Niet alles is eenvoudig en niet alles kan door de BIZ alleen worden opgelost, maar Hartje Hoevelaken heeft zich wel ontwikkeld tot een herkenbaar centrummerk en een serieuze gesprekspartner voor gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren.

Thema	Bereikt in de afgelopen periode	Betekenis voor de nieuwe periode
Merk en zichtbaarheid	Hartje Hoevelaken is een herkenbaar en sterk merk geworden voor het centrum. De naam wordt door inwoners en ondernemers gebruikt en herkend.	Het merk moet nu worden ingezet om het centrum tijdens de vernieuwing zichtbaar, positief en aantrekkelijk te houden.
Evenementen	Succesvolle activiteiten zoals het kids event, de Sinterklaasintocht en andere centrumacties zijn mogelijk gemaakt of gefaciliteerd.	Evenementen blijven belangrijk om bezoekers te trekken en het centrum levendig te houden.
Sociale media	Hartje Hoevelaken is actief op Facebook en Instagram. Peildatum juli 2026: Facebook	Sociale media moeten professioneler worden ingezet met vaste content, video,

	toont circa 3.527 likes en Instagram circa 1.900 volgers.	ondernemersverhalen en communicatie over bereikbaarheid.
Sfeer en aankleding	De najaarsverlichting is aanwezig, banieren zijn vernieuwd en er wordt gewerkt aan een herkenbare uitstraling van het centrum.	Sfeer en aankleding worden belangrijker tijdens de bouwfase, zodat het centrum ondanks werkzaamheden aantrekkelijk blijft.
Veiligheid	De AED is aangeschaft en wordt door Hartje Hoevelaken onderhouden en zichtbaar gehouden.	Veiligheid blijft onderdeel van de gezamenlijke verantwoordelijkheid, met aandacht voor AED, overleg met gemeente en overzichtelijkheid op de pleinen.
Centrumvisie	Er is vooruitgang in de centrumvisie. Via het platform Centrumvisie Hoevelaken wordt met gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers gesproken.	De BIZ moet de ondernemersstem blijven bundelen en vastgoedeigenaren blijven aansporen om mee te bewegen.
Gemeente en eigenaren	Hartje Hoevelaken heeft korte lijnen met de gemeente en lijnen richting vastgoedeigenaren. Dat helpt om knelpunten en kansen bespreekbaar te maken.	Deze verbindende rol wordt in 2027 t/m 2031 belangrijker door bouwprojecten, parkeren en herinrichting.

De conclusie is dat de BIZ niet alleen activiteiten financiert, maar ook structuur geeft aan samenwerking. Dat is precies wat de komende periode nodig is.

3. Ontwikkelingen 2027 t/m 2031

3.1 Centrumvernieuwing en bouwontwikkelingen

De vernieuwing van het centrum krijgt de komende jaren concreet vorm. De gemeente werkt aan de herinrichting van De Brink en De Wiekslag. Participatie vind plaats in 2026 en de werkzaamheden naar starten naar verwachting Q3 2026. Ook staat de vernieuwing van het parkeerterrein aan de Kantemarsweg bij Albert Heijn en een deel van de Kantemarsweg voor na 2029 op de planning.

Daarnaast vinden private ontwikkelingen plaats. Het nieuwe pand van HappyFood aan De Wiekslag, met daarboven woningen, is daar een concreet voorbeeld van. Ook ontwikkelingen rond onder meer De Stuw en andere vastgoedlocaties dragen bij aan de vernieuwing van het centrumbeeld. Deze projecten kunnen het centrum versterken, maar vragen tegelijk goede afstemming over bereikbaarheid, routing, uitstraling en communicatie.

De BIZ heeft hierin geen rol als bouwer of eigenaar, maar wel als aanjager, verbinder en bewaker van het collectieve ondernemersbelang. De BIZ kan signalen ophalen, knelpunten snel agenderen, communiceren richting bezoekers en bijdragen aan een positief en levendig centrumbeeld tijdens de werkzaamheden.

3.2 Parkeren en bereikbaarheid

Parkeren blijft een belangrijk aandachtspunt. Bezoekers van een dorpscentrum willen snel en gemakkelijk terecht kunnen. Tijdens werkzaamheden kan onduidelijkheid over parkeren direct leiden tot minder bezoek. Daarom moet parkeren in het nieuwe BIZ plan een zelfstandig thema zijn.

De BIZ zet in op heldere communicatie over bereikbare parkeerplaatsen, tijdelijke looproutes, fietsparkeren, toegankelijkheid voor mindervaliden en goede afstemming bij werkzaamheden. De BIZ blijft richting gemeente benadrukken dat bereikbaarheid een randvoorwaarde is voor een vitaal centrum.

3.3 Klaarwater en nieuwe inwoners

Aan de oostzijde van Hoevelaken wordt Klaarwater voorbereid. De gemeente beschrijft ruimte voor ongeveer 900 woningen, waarvan de eerste fase ongeveer 650 woningen omvat. Ook wordt ingezet op goede fiets en wandelverbindingen vanuit Klaarwater naar de voorzieningen in het centrum.

Voor Hartje Hoevelaken is dit een belangrijke kans. Nieuwe bewoners moeten het centrum vanaf het begin leren kennen als hun dorpshart. Dat vraagt om zichtbaarheid, welkomstacties, communicatie en een aantrekkelijk activiteitenprogramma. De BIZ kan hierin een verbindende rol spelen.

3.4 Vastgoed en panden als sleutel tot verbetering

De kwaliteit van het centrum wordt niet alleen bepaald door activiteiten en promotie, maar ook door panden, gevels, invulling en uitstraling. Daarom zijn vastgoedeigenaren onmisbaar. De ondernemers kunnen veel organiseren, maar zonder beweging aan de vastgoedkant blijven sommige verbeteringen beperkt.

Via het platform Centrumvisie Hoevelaken en via de korte lijnen van Hartje Hoevelaken wordt geprobeerd vastgoedeigenaren te betrekken en te stimuleren om mee te investeren in een aantrekkelijk centrum. Dat is niet altijd eenvoudig, maar wel noodzakelijk.

4. Visie en marktpositie

Het eerdere plan maakte gebruik van een MarketResponse onderzoek uit 2016. De hoofdlijn van dat onderzoek, namelijk dat Hoevelaken een koopkrachtige lokale doelgroep kent en dat dorpse service, kwaliteit en ontmoeting belangrijk zijn, blijft herkenbaar. Voor de periode 2027 t/m 2031 is een actualisatie nodig. De nieuwe visie wordt daarom niet alleen gebaseerd op leefstijlen, maar op actuele centrumopgaven.

Rubriek	Inhoudelijke uitwerking voor 2027 t/m 2031
Bevolking en verzorgingsgebied	Hoevelaken blijft primair een lokaal dorpscentrum, maar het verzorgingsgebied groeit de komende jaren door nieuwe woningbouw, waaronder Klaarwater. Voor de BIZ periode 2027 t/m 2031 wordt uitgegaan van een centrum dat niet alleen bestaande inwoners bedient, maar ook nieuwe huishoudens vroeg aan Hartje Hoevelaken moet binden. Actuele cijfers over inwoners, huishoudens, leeftijdsopbouw en koopkracht vormen de basis voor keuzes in communicatie, evenementen, verblijfskwaliteit en centrumvoorzieningen.
Woningbouw en nieuwe doelgroepen	De toevoeging van nieuwe woningen zorgt voor nieuwe bewoners, nieuwe dagelijkse routines en extra kansen voor het centrum. Gezinnen, starters, senioren en doorstromers moeten Hartje Hoevelaken vanaf het begin ervaren als de logische plek voor boodschappen, ontmoeting, horeca, diensten en lokale activiteiten. De BIZ kan hierin een verbindende rol spelen door de

	zichtbaarheid van het centrum te vergroten en nieuwe bewoners actief kennis te laten maken met het bestaande aanbod.
Bezoekersgedrag	Het succes van het centrum hangt sterk samen met gemak, bereikbaarheid en herkenbare looproutes. Bezoekers moeten duidelijk weten waar zij kunnen parkeren, hoe zij tijdens werkzaamheden het centrum bereiken en welke routes aantrekkelijk en veilig zijn. In de nieuwe BIZ periode krijgt bezoekersgedrag extra aandacht, omdat bouwactiviteiten tijdelijk invloed kunnen hebben op bereikbaarheid, verblijf en bezoekfrequentie.
Branchering en aanbod	Hartje Hoevelaken heeft een sterke basis met dagelijkse voorzieningen, horeca, persoonlijke dienstverlening en lokaal ondernemerschap. De BIZ gaat zelf geen winkels of horeca aantrekken, maar kan wel signaleren welke functies het dorpscentrum sterker maken. Een compleet centrum vraagt om een goede mix van boodschappen, gemak, ontmoeting, ambacht, horeca, diensten en onderscheidende lokale ondernemers.
Leegstand en vastgoed	Een vitaal centrum vraagt om actieve betrokkenheid van vastgoedeigenaren. Panden die leegstaan, verouderen of onvoldoende bijdragen aan de uitstraling van het centrum hebben direct invloed op de beleving van bezoekers. De BIZ blijft daarom het gesprek zoeken met vastgoedeigenaren, gemeente en ondernemers om kansen, knelpunten en gewenste verbeteringen zichtbaar te maken.
Online zichtbaarheid	Online zichtbaarheid is inmiddels een basisvoorwaarde voor een sterk centrum. Hartje Hoevelaken is zichtbaar via Facebook, Instagram en lokale communicatiekanalen. In de periode 2027 t/m 2031 wordt deze zichtbaarheid verder professioneler ingezet, met aandacht voor actuele centruminformatie, evenementen, ondernemersverhalen, acties, Google vindbaarheid en communicatie tijdens werkzaamheden.
Concurrentiepositie	Hoevelaken ligt tussen grotere winkelgebieden zoals Amersfoort, Nijkerk, Vathorst en Hooglanderveen en concurreert daarnaast met online aanbieders. De kracht van Hartje Hoevelaken ligt niet in schaalgrootte, maar in gemak, nabijheid, persoonlijk contact,bereikbaarheid, gratis parkeren, dorpse herkenbaarheid en een aantrekkelijk verblijfsgebied. De nieuwe BIZ periode moet deze eigen positie scherper uitdragen.
Verblijfskwaliteit	De kwaliteit van de openbare ruimte wordt steeds belangrijker. Bezoekers moeten het centrum ervaren als schoon, veilig, gezellig, groen, toegankelijk en prettig om te verblijven. Sfeerverlichting, banieren, zitplekken, speelplekken, groen, terrassen, goede verlichting en duidelijke routes dragen bij aan een centrum waar mensen langer blijven en vaker terugkomen.

4.1 Positionering

Hartje Hoevelaken staat voor een compleet, vertrouwd en levendig dorpscentrum waar inwoners terechtkunnen voor dagelijkse boodschappen, horeca, dienstverlening, ontmoeting en lokale evenementen.

De positionering voor 2027 t/m 2031 luidt: Hartje Hoevelaken is het vernieuwende dorpshart waar lokaal ondernemerschap, gemak, ontmoeting bereikbaarheid en sfeer samenkomen.

Deze positionering moet zichtbaar worden in de openbare ruimte, de online communicatie, de evenementen, de samenwerking met vastgoedeigenaren en de manier waarop tijdens werkzaamheden met bezoekers wordt gecommuniceerd.

5. Doelstellingen BIZ aanpak

Voor de nieuwe periode worden de doelstellingen meetbaarder gemaakt. Jaarlijks kan het bestuur de voortgang beoordelen en waar nodig het jaarplan bijstellen.

Doelstelling	Meetbare uitwerking
Levendig centrum	Minimaal vier grote publieksactiviteiten per jaar en aanvullend kleinere acties per seizoen.
Sterk merk	Jaarlijkse contentplanning voor Hartje Hoevelaken met structurele inzet van Facebook, Instagram, website, lokale pers en ondernemersverhalen.
Bereikbaar centrum	Bij werkzaamheden altijd actuele communicatie over parkeren, looproutes en bereikbaarheid via online kanalen en fysieke verwijzing waar nodig.
Sfeer en uitstraling	Jaarlijks onderhoud en waar nodig vernieuwing van sfeerverlichting, banieren, aankleding en seizoensuitingen.
Veilig en comfortabel	AED beheer, jaarlijks veiligheidsoverleg en actieve signalering van onveilige of onoverzichtelijke plekken.
Samenwerking vastgoed	Minimaal twee keer per jaar overleg of afstemming met vastgoedeigenaren, gemeente en ondernemers over centrumvisie en panden.
Ondernemersbetrokkenheid	Minimaal twee ondernemersbijeenkomsten per jaar en jaarlijkse evaluatie van activiteiten en prioriteiten.
Nieuwe inwoners binden	Vanaf de start van Klaarwater communicatie en acties ontwikkelen om nieuwe bewoners kennis te laten maken met Hartje Hoevelaken.
Professionele uitvoering	Een duidelijke jaarplanning, begroting, terugkoppeling en evaluatie per kalenderjaar.

6. Programma van activiteiten

De exacte invulling wordt jaarlijks bepaald in een jaarplan. Onderstaande programmalijnen vormen de basis voor de periode 2027 t/m 2031.

6.1 Detailhandel, horeca en diensten

Hartje Hoevelaken heeft primair de functie om inwoners van Hoevelaken goed te bedienen in dagelijkse behoeften, horeca, diensten en lokale ontmoeting. De aanwezige ondernemers vormen samen de kern van het centrum. De BIZ richt zich niet op het zelf aantrekken van nieuwe ondernemers, maar wel op het versterken van het klimaat waarin panden aantrekkelijker worden, bezoekers blijven komen en ondernemers goed zichtbaar zijn.

Voorbeelden van activiteiten: gezamenlijke koopacties, ondernemersverhalen, lokale campagnes, gezamenlijke communicatie over openingstijden en acties, en overleg over de invloed van bouwprojecten op ondernemers.

6.2 Gevels, sfeer en buitenruimte

De uitstraling van het centrum blijft belangrijk. De bestaande verlichting en vernieuwde banieren vormen een basis. In de nieuwe periode kan dit worden uitgebreid met seizoensaankleding, tijdelijke aankleding rond bouwlocaties, groenaccenten, verwijzing naar looproutes en herkenbare Hartje Hoevelaken uitingen.

Voorbeelden van activiteiten: najaarsverlichting, kerstdecoratie, banieren, bloembakken, tijdelijke bouwdoeken met positieve centrumcommunicatie en fotogenieke acties rondom evenementen.

6.3 Veilig en comfortabel

De BIZ blijft zorgen voor beheer en zichtbaarheid van de AED. Daarnaast wordt ingezet op afstemming met gemeente, politie en ondernemers over veiligheidsgevoel, overzichtelijkheid, verlichting, overlast en praktische communicatie tussen ondernemers.

Voorbeelden van activiteiten: AED onderhoud, veiligheidsronde, actualiseren van de ondernemers WhatsAppgroep, overleg met wijkagent en gemeente, en duidelijke aanduidingen bij calamiteiten.

6.4 Bereikbaarheid, parkeren en bouwcommunicatie

Dit wordt een centrale programmalijn. Hoevelaken moet bereikbaar blijven en de BIZ zal zich in zetten voor het handhaven van het 2 richtingsverkeer in de Westerdorpsstraat. Tijdens centrumvernieuwing is duidelijke communicatie over bereikbaarheid essentieel. De BIZ zet zich in voor praktische en snelle informatie richting bezoekers en ondernemers.

Voorbeelden van activiteiten: parkeercommunicatie, tijdelijke looprouteborden, online updates, berichten voor ondernemers, overleg met gemeente en aannemers, en campagnes zoals Hartje Hoevelaken blijft bereikbaar.

6.5 Binden en promoten

Het merk Hartje Hoevelaken wordt verder geladen met evenementen, acties, sociale media, lokale pers en zichtbare campagnes. De communicatie moet laten zien wat er te doen is, welke ondernemers er zijn en waarom inwoners lokaal moeten blijven komen.

Voorbeelden van activiteiten: kids event, Sinterklaasintocht, najaarsactie, kerstactiviteiten, centrumagenda, winacties, Reels, ondernemersportretten en welkomstacties voor nieuwe bewoners.

6.6 Samenwerken en organiseren

Voor professionele uitvoering is ondersteuning nodig. De werkzaamheden bestaan uit contentplanning, sociale media, website, pers, ondernemerscommunicatie, evenementenondersteuning, jaarplanning, verslaglegging en afstemming met gemeente en partners.

Voorbeelden van activiteiten: jaarplan, maandplanning communicatie, ondernemersbijeenkomsten, begrotingsbewaking, sponsorwerving en terugkoppeling aan deelnemers.

7. Budgetten en bijdragen

Het budget uit de vorige periode was gebaseerd op circa 40.000 tot 43.000 euro per jaar. Voor de periode 2027 t/m 2031 is dat te beperkt, omdat er meer inzet nodig is op centrumvernieuwing, bouwcommunicatie, parkeren, professionele communicatie en evenementen. Voor deze werkversie wordt uitgegaan van een doelbudget van circa 60.000 euro per jaar in 2027. Dat is ongeveer 20.000 euro hoger dan de oude basisbegroting.

Uitgavenpost	Conceptbudget 2027	Toelichting
Gevels, sfeer en buitenruimte	€ 12.000	Verlichting, banieren, seizoensaankleding, tijdelijke aankleding tijdens werkzaamheden.
Veilig en comfortabel	€ 4.000	AED, veiligheidsoverleg, praktische maatregelen en eventuele collectieve acties.
Bereikbaarheid en bouwcommunicatie	€ 7.000	Parkeercommunicatie, looproutes, tijdelijke communicatie, online updates.
Binden, promoten en evenementen	€ 21.000	Kids event, Sinterklaas, acties, campagnes, social media, lokale pers.
Samenwerken en organiseren	€ 11.000	Professionele coördinatie, communicatie, website, jaarplanning en ondernemerscommunicatie.
Verzekeringen en algemene kosten	€ 1.500	Verzekeringen, administratie en algemene kosten.
Reserve	€ 3.500	Buffer voor prijsstijgingen en onverwachte kansen of knelpunten.
Totaal	€ 60.000	Werkbudget. Exacte verdeling wordt in de volgende versie afgestemd op de objectenlijst, bijdrageopbrengst en jaarplanning.

7.1 Voorstel indexatie

In de vorige BIZ periode is gerekend met een jaarlijkse indexatie van 1,5 procent. In de afgelopen vijf jaar bedroeg de cumulatieve inflatie circa 27 procent. Deze prijsstijging is niet volledig in de BIZ bijdragen doorgerekend, waardoor de feitelijke bestedingsruimte is afgenomen terwijl de kosten en opgaven zijn toegenomen.

Voor 2027 wordt daarom eenmalig een nieuwe tariefbasis vastgesteld waarmee een geraamde opbrengst van circa € 60.000 wordt bereikt. Voor de jaren 2028 tot en met 2031 worden de tarieven vervolgens jaarlijks met 3 procent verhoogd en afgerond op hele euro's. Door de bedragen voor alle vijf jaren vooraf vast te leggen, kunnen deze rechtstreeks in de gemeentelijke verordening worden opgenomen.

De bestaande bijdragenstructuur en de onderlinge verhouding blijven gelijk. Gebruikers in de drie WOZ categorieën blijven bijdragen in een verhouding van ongeveer 1 : 2 : 3. Ook de afzonderlijke categorieën voor overige gebruikers en eigenaren blijven behouden.

7.2 Bijdragenstructuur

De bijdragenstructuur blijft gelijk aan die van de vorige BIZ periode. Voor de berekening is uitgegaan van de actuele aantallen objecten met een gebruiker: 35 objecten tot € 250.000 WOZ waarde, 13 objecten van € 250.000 tot € 400.000 WOZ waarde, 9 objecten vanaf € 400.000 WOZ waarde, 2 overige gebruikers boven € 25.000 WOZ waarde en 69 eigenaren boven € 25.000 WOZ waarde. Het BIZ gebied blijft voor deze periode ongewijzigd.

Voorgestelde BIZ bijdragen 2027 t/m 2031

Categorie	**2027**	**2028**	**2029**	**2030**	**2031**
Gebruiker t/m € 250.000 WOZ	€ 525	€ 541	€ 557	€ 574	€ 591
Gebruiker € 250.000 tot € 400.000 WOZ	€ 1.050	€ 1.082	€ 1.114	€ 1.147	€ 1.182
Gebruiker vanaf € 400.000 WOZ	€ 1.575	€ 1.622	€ 1.671	€ 1.721	€ 1.773
Overige gebruiker boven € 25.000 WOZ	€ 200	€ 206	€ 212	€ 219	€ 225
Eigenaar boven € 25.000 WOZ	€ 200	€ 206	€ 212	€ 219	€ 225

Jaar	**Geraamde opbrengst**	**Uitgangspunt**
2027	€ 60.400	Nieuwe tariefbasis
2028	€ 62.225	3 procent indexatie
2029	€ 64.068	3 procent indexatie
2030	€ 66.039	3 procent indexatie
2031	€ 67.983	3 procent indexatie

De geraamde opbrengsten zijn gebaseerd op de actuele aantallen belastingobjecten. Mutaties door verhuur, leegstand, samenvoeging, splitsing of wijzigingen in de WOZ registratie kunnen ertoe leiden dat de feitelijke jaarlijkse opbrengst hiervan afwijkt.

8. Draagvlak voor de BIZ

Draagvlak is essentieel voor voortzetting van de BIZ. In de aanloop naar deze nieuwe periode is al een draagvlakmeting gehouden onder ondernemers. Daaruit kwam 100 procent draagvlak onder de deelnemende ondernemers naar voren. Dat is een sterke basis om de formele procedure verder voor te bereiden.

Voor de formele verlenging blijft het belangrijk om alle bijdrageplichtigen goed te informeren. Niet iedereen is dagelijks betrokken bij de activiteiten, terwijl iedereen wel bijdraagt. Het plan moet daarom duidelijk maken wat de BIZ oplevert, welke activiteiten worden georganiseerd, hoe de begroting is opgebouwd en waarom voortzetting juist in de periode van centrumvernieuwing nodig is.

8.1 Aanpak richting formele draagvlakmeting

1. Conceptplan delen met ondernemers en eigenaren.
2. Informatiebijeenkomst organiseren met toelichting op activiteiten, budget en planning.
3. Twijfels en opmerkingen ophalen en waar mogelijk verwerken.
4. Heldere samenvatting maken: wat kost het, wat levert het op en wat valt weg zonder BIZ.
5. Formele stukken afstemmen met gemeente en GBLT.
6. Formele draagvlakmeting voorbereiden volgens de wettelijke vereisten.

9. Afbakening BIZ gebied

Voor deze werkversie blijft de afbakening gelijk aan de vorige BIZ periode. Het gaat om het centrumgebied rond De Brink, De Wiekslag, Kantemarsweg, Leeuweriklaan en Westerdorpsstraat. In een latere versie moet dit opnieuw worden gecontroleerd met de gemeente en GBLT, op basis van de actuele kaart, objectenlijst, nieuwe commerciële ruimten en eventuele wijzigingen door centrumontwikkeling. Aandachtspunt is het eventueel toetreden van Fletcher Hotel aan de Oosterdorpsstraat.

10. Organisatie van de BIZ

De BIZ wordt uitgevoerd vanuit de bestaande structuur rond Stichting Centrum Hoevelaken en Hartje Hoevelaken. In de vorige periode is gewerkt met een stichting, omdat deze de belangen van alle deelnemers binnen het BIZ gebied kan behartigen. Voor de nieuwe periode moet juridisch worden bevestigd welke entiteit de formele BIZ stichting is en hoe deze zich verhoudt tot de ondernemersvereniging of het merk Hartje Hoevelaken.

De kracht van Hartje Hoevelaken zit in de korte lijnen. Er is contact met ondernemers, met de gemeente en met vastgoedeigenaren. Daardoor kunnen signalen snel worden opgepakt en kan druk worden georganiseerd waar dat nodig is. Dat blijft mensenwerk en is niet altijd makkelijk, maar het is wel een belangrijke reden om de BIZ voort te zetten.

10.1 Actuele bestuurssamenstelling

- Voorzitter: Anouk Cislo
- Penningmeester: Bas Berens
- Secretaris :Fabienne Toebast
- Bestuurslid: Noortje Traa
- Bestuurslid: Arjan van Koot.

11. Bijlagen en bronnen

11.1 Bijlagen later toe te voegen

- Actuele kaart BIZ gebied.
- Objectenlijst en bijdrageplichtigen.
- Definitieve begroting 2027 t/m 2031.
- Jaarplan 2027.
- Samenvatting draagvlakmeting.
- Overzicht centrumprojecten en planning.