

## **Van Leids naar eigentijds**

Al meer dan tien jaar experimenteren ondernemers en gemeenten in heel Nederland op uitgebreide schaal met ondernemersfondsen. Grofweg zijn er drie varianten. De eerste methode is een heffing op de OZB en staat bekend als het Leids model. De tweede variant is een heffing in de vorm van reclamebelasting. De derde is de zogeheten BIZ, ofwel BedrijvenInvesteringsZone. Deze regeling kon tot 2012 via de experimentenwet BIZ worden opgezet en sinds 1 januari 2015 via de nieuwe wet BIZ.

### **Wat zijn de ervaringen?**

- a. ondernemersfondsen blijken noodzakelijk voor duurzame collectieve investeringen in binnensteden, winkelgebieden en op bedrijventerreinen;
- b. niet alle ondernemersfondsen functioneren even goed.

### **Middel en geen doel**

Een ondernemersfonds is een potentieel waardevol, krachtig en noodzakelijk instrument voor (georganiseerde) winkeliers, horeca en bedrijven. Het vormen van een fonds en het hebben van geld is echter nog geen garantie op succes. Een ondernemersfonds is een middel en geen doel.

### **Welke type?**

Ik heb regelmatig geadviseerd bij het opzetten van ondernemersfondsen. Eén van de eerste vragen die gemeenten en ondernemersverenigingen stellen, is: welk type is het best? Het Leids model, reclamebelasting of de BIZ? Om die vraag goed te kunnen beantwoorden, heb ik uitvoerig met besturen gesproken die met alle drie de regelingen hebben gewerkt en op basis van hun ervaringen en mijn eigen waarnemingen alle voor- en nadelen gewogen. Mijn conclusie is dat de BIZ de beste keuze is. De praktische nadelen van het Leids model en reclamebelasting zijn – sinds de nieuwe wetgeving – namelijk stukken groter dan die van de BIZ.

### **Wie betaalt, bepaalt**

Het grootste en ook principiële bezwaar tegen het Leids model en reclamebelasting is dat de gemeenteraad bepaalt of er wel of geen een ondernemersfonds komt. Bij een BIZ beslissen degenen die moeten gaan betalen of het er komt. Dit leidt ertoe dat de initiatiefnemers (gebruikers en/of eigenaren) van de BIZ vooraf dus een breed draagvlak moeten creëren. Draagvlak zorgt voor meer betrokkenheid en dáár gaat het uiteindelijk om: niet alleen een pot geld creëren, maar gezamenlijke doelen bepalen, een strategie voor de toekomst uitzetten en enthousiast samenwerken – onderling en met nieuwe partners!

### **BIZ beste keuze**

In de meer dan dertig BIZ'en die Stad & Co tot nu toe heeft mogen begeleiden, heb ik van zeer dichtbij kunnen zien wat de impact van een BIZ is. Het maakt niet uit of het om een eigenaren- of ondernemers-BIZ gaat, een hele binnenstad of een winkelstraat, een bedrijventerrein of een havengebied. De basis is steeds hetzelfde: de BIZ is van, voor en door ondernemers en/of eigenaren. Stad & Co zet geen ondernemersfondsen meer op waar ondernemers en/of eigenaren niet in the lead zijn. Simpelweg omdat er sinds 1 januari 2015 een veel sterker alternatief is: de BIZ!

### **Wie bang is voor draagvlak, verdient geen ondernemersfonds**

De draagvlakeisen van de BIZ worden wel eens een nadeel genoemd. Mijn stelling is dat het

omgekeerde waar is. Ze bieden een gróót voordeel. De draagvlakeisen zorgen er namelijk voor dat besturen vooraf moeten investeren in een gemeenschappelijk plan dat alle partijen in het gebied overtuigt en enthousiasmeert samen te werken. Wie bang is voor onvoldoende draagvlak, verdient geen ondernemersfonds.

### **Eindhoven, de grootste!**

Dat draagvlak creëren heel goed mogelijk is, heb ik dit jaar op allerlei plekken in Nederland aan den lijve ondervonden. Bijvoorbeeld in Eindhoven, waar ondernemers en eigenaren dit jaar samen de grootste BIZ van Nederland hebben opgezet; [zie de BIZ film](#). Het is de hoogste tijd om over te stappen. Van het Leids model naar een eigentijds model... de BIZ!

Farzad Ghaus, directeur Stad & Co  
September 2016

Bron: Stad & Co