

Analyse Reclamebelasting Franeker



Utrecht, 26 november 2025
In opdracht van gemeente Waadhoeke

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1. Aanleiding	3
1.2 Doelstelling	4
1.3 Begrippenlijst	5
1.4 Colofon	5
1.5 Methode van evaluatie	6
1.6 Leeswijzer	7
2. Analyse	8
2.1 Situatieschets Franeker	8
2.2 Typen ondernemersfondsen	10
2.3 Juridische houdbaarheid	14
2.4 Stakeholdersanalyse	17
2.5 Koppeling Franeker	20
3. Conclusies fase 1	22
3.1 Juridisch/fondstype	22
3.2 Organisatorisch	23
4. Advies en vervolg	26
4.1 Antwoord op de gestelde vragen	26
4.2 Advies en vervolgstappen	28
Bijlage	32

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

Gemeente Waadhoeke

Waadhoeke is een gemeente met ongeveer 47.000 inwoners. De gemeente is op 1 januari 2018 ontstaan uit de voormalige gemeenten Franekeradeel, het Bildt, Menaldumadeel en uit vier dorpen van de voormalige gemeente Littenseradeel.

De gemeente heeft als hoofdplaats Franeker dat rond de 13.000 inwoners telt en daarmee veruit de grootste plaats en hoofdkern van de gemeente is. In de gemeente is sprake van een actieve inzet voor de duurzame centrumontwikkeling van Franeker; er is regelmatig overleg en er zijn goede contacten tussen ondernemers en de gemeente.

Reclamebelasting Franeker

Vanwege de ligging en het voorzieningenaanbod vervult Franeker een streekfunctie voor de omliggende kernen, maar de rol en inrichting van binnensteden veranderd snel in Nederland. In Franeker is er een ondernemersfonds op basis van reclamebelasting, waarvoor de contouren, nut en noodzaak zijn geschetst in 2009¹.

Ondernemers in Franeker zien de meerwaarde van een ondernemersfonds in, maar hebben klachten en/of vragen over het huidige systeem van reclamebelasting, een systeem bestaande uit drie zones. Het systeem is gebaseerd op de aanwezigheid van reclame-uitingen, kosten op basis van zones. De indeling in drie zones is gebaseerd op de loopstromen in het centrum, met een kernzone (A), een tussenzone (B) en een randzone (C).²

De afgelopen jaren hebben zich in het centrum veranderingen voorgedaan, waardoor de zwaartepunten in het centrum verschoven zijn. De Noord is bijvoorbeeld geen winkelstraat meer. Er zijn ook zorgen over de houdbaarheid van dit systeem met oog op de uitspraak van het Gerechtshof Arnhem-Leeuwarden over de heffingen voor het ondernemersfonds in gemeente Súdwest-Fryslân.³

Deze ontwikkelingen willen ondernemers (STER en OVF) samen met de gemeente op een goede manier tegen het licht houden. Daarbij wordt gekozen voor een structurele, houdbare aanpak die op draagvlak kan rekenen. De bovengenoemde ontwikkelingen leiden tot een aantal vragen, die op de volgende pagina uitgewerkt staan.

¹ NARVIC (2009), *Organisatie van stadspromotie Franeker*.

² Zie bijlage voor kaarten.

³ <https://uitspraken.rechtspraak.nl/details?id=ECLI:NL:GHARL:2025:156>

1.2 Doelstelling

Deze analyse heeft als doel een actueel overzicht te geven van alle opties die er zijn voor een toekomstbestendig ondernemersfonds- en klimaat en een goed beeld te geven van hoe ondernemers en de gemeente tegen deze opties aankijken. De opdracht is formeel verstrekt door gemeente Waadhoeke, maar in goed overleg met alle stakeholders uitgevoerd.

Belangrijk hierin is de wens om de inkomsten in ieder geval op het huidige niveau te houden, via een houdbare en faire aanpak met draagvlak. Als extra aspect wordt een praktische inschatting (berekening) gemaakt voor de benodigde toekomstige inkomsten.

De kern is deze analyse is:

- Hoe het fonds nu is georganiseerd op het gebied van bijdragen (drie zones).
- Draagvlak voor de huidige opzet en een verkenning van mogelijke alternatieven.
- De juridische houdbaarheid van de huidige opzet.

De uitkomst van deze analyse is antwoord op onderstaande vragen, een conclusie op basis van deze antwoorden en advies over vervolgrichtingen.

1. Welke opties zijn er allemaal voor ondernemersfondsen (BIZ, Reclamebelasting, Gemeentebreed/Leids Model, enz.)?
2. Welke tariefstellingen zijn er mogelijk?
3. Moet en kan het huidige zonesysteem vastgehouden worden, of moet er een alternatief uitgewerkt worden, bijvoorbeeld een ondernemersfonds dat zich alleen tot het centrum beperkt.
4. Hoe kan er rekening gehouden worden met de veranderingen in de positie van de centrumstraten?
5. Wat is de juridische houdbaarheid van het huidige systeem?
6. Op welke manier zijn bedrijven buiten de binnenstad betrokken?

Wij danken alle stakeholders voor hun inzet, input en grote betrokkenheid tijdens de analyse. Daarnaast spreken wij onze persoonlijke waardering uit voor de besturen van STER en OVF, welke in hun vrije tijd grote en onmisbare inspanningen voor Franeker verrichten. Deze analyse moet zodoende niet als oordeel over hun functioneren worden gelezen, maar als instrument om deze organisaties en hun besturen verder te versterken.

Met hartelijke groet,



Eduard Plate en Michiel Wiersinga, senior adviseurs
en Nicole Hoekx, adviseur CLOK.

1.3 Begrippenlijst

WOZ	Waarde onroerende zaken
OZB	Onroerendezaakbelasting (op basis van WOZ)
EZ	Economische Zaken (gemeentelijke afdeling/portefeuille)
BIZ	Bedrijveninvesteringszone (naar: Wet op bedrijveninvesteringszones uit 2015)
OVF	Ondernemers Vereniging Franeker
STER	Stichting Ster, beheerder van het Franeker Ondernemersfonds. De stichting is vernoemd naar de sterpositie van Franeker binnen de bekende Friese elf steden.
CPI	Consumentenprijsindex

1.4 Colofon

Voor meer informatie of vragen kunt u contact opnemen met Michiel Wiersinga via m.wiersinga@clock.nl of Nicole Hoekx via n.hoekx@clock.nl.

1.5 Methode van evaluatie

Deze analyse heeft als doel een actueel overzicht te geven van alle opties die er zijn voor een toekomstbestendig ondernemersfonds- en klimaat en een goed beeld te geven van hoe ondernemers en de gemeente tegen deze opties aankijken.

De kern van deze analyse, zoals ook vermeld bij de doelstelling, is als volgt:

- Hoe het fonds nu is georganiseerd op het gebied van bijdragen (drie zones).
- Draagvlak voor de huidige opzet en een verkenning van mogelijke alternatieven.
- De juridische houdbaarheid van de huidige opzet.

Om deze doelstellingen te behalen, is fase 1 uit de offerte uitgevoerd. In deze fase staat het ophalen van alle benodigde informatie centraal. De fase bestaat onder andere uit een analyse van gesprekken met:

- De belangrijkste stakeholders, hoe deze stakeholders tegenover het huidige en een toekomstig systeem staan en wat zij belangrijk vinden.
- De wensen van ondernemers en de gemeente en draagvlak voor de huidige opzet.
- De huidige financiële situatie, wat er nu gebeurt met geïnde bijdragen (verdeling en inzet) en de inningskosten.
- De huidige zoneringssituatie (op basis van drie zones reclamebelasting).
- Juridische risico's m.b.t. de uitspraak Rb. Arnhem-Leeuwarden Súdwest-Fryslân en andere relevante jurisprudentie.
- Draagvlak voor alternatieve vormen (andere typen ondernemersfondsen).

Tijdens deze fase voerden we hiervoor gesprekken met:

- Wethouder en (beleids)medewerkers economie gemeente
- Medewerkers van afdeling belastingen/inning
- Vertegenwoordigers van het bestuur van de ondernemersvereniging
- Vertegenwoordiger (centrum)ondernemers uit Zone A
- Vertegenwoordiger (centrum)ondernemers uit Zone B
- Vertegenwoordiger (centrum)ondernemers uit Zone C
- Een mix van ondernemers: zelfstandig, winkelketen, recent gevestigd, langer gevestigd
- Alle ondernemers hebben een nieuwsbrief ontvangen met uitleg over het onderzoek, en de mogelijkheid te reageren of vragen te stellen

Tijdens het deskresearch zijn verschillende beleidstukken en relevante rapportages vanaf 2009 onderzocht. De bevindingen hieruit, evenals om welke documenten het gaat, staat vermeld in de analyse.

In de offerte is ook een voorstel voor fase 2 (kwartiermaken/het kiezen van het juiste fonds) en fase 3 (implementatie en begeleiding) voorgesteld. Deze vervolgfases maken geen deel uit van deze rapportage, maar worden besproken in hoofdstuk 4.

1.6 Leeswijzer

Bij praktijkgerichte analyses is er vaak sprake van een overlap tussen de analyse, de conclusie en het advies. Lezers zijn echter aanbevolen om de analyse eerst zorgvuldig te lezen, voordat de conclusie en mogelijke vervolgrichtingen worden gelezen, zodat zij goed beeld krijgen van de totale situatie en bevindingen.

Als eerste wordt er in dit rapport een analyse gemaakt op basis van huidige situatie. Vervolgens worden de mogelijkheden op het gebied van ondernemersfondsen geschetst. Daarna volgt een beknopte juridische analyse van de houdbaarheid van de huidige fondsvorm. Als laatste wordt er binnen de analysefase een stakeholderanalyse gemaakt en worden de relevante elementen uit alle deelanalyses beknopt aan de huidige situatie in Franeker gekoppeld.

Na de analysefase worden er conclusies getrokken op drie niveaus: juridisch, organisatorisch en overkoepelend (opties). Op basis van de conclusies wordt advies voor een mogelijk vervolg gegeven, waarbij wordt uitgegaan van twee mogelijke richtingen.

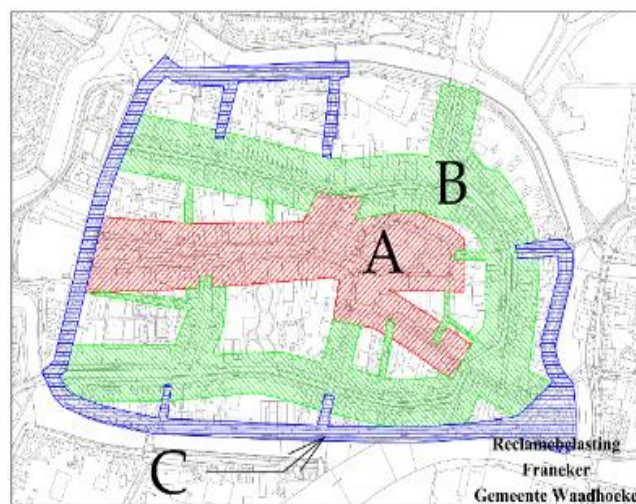
2. Analyse

2.1 Situatieschets Franeker

Waadhoeke is een gemeente met ongeveer 47.000 inwoners. De gemeente is op 1 januari 2018 ontstaan uit de voormalige gemeenten Franekeradeel, het Bildt, Menaldumadeel en uit vier dorpen van de voormalige gemeente Littenseradeel. De gemeente kent een bevolkingsgroei die iets lager dan het landelijke gemiddelde ligt en een redelijk gelijkmatige verdeling van verschillende leeftijdsgroepen binnen de gemeente.⁴

Het gemiddelde besteedbare inkomen in Waadhoeke ligt iets lager dan het gemiddelde in Nederland, maar dit gemiddelde geeft snel een vertekend beeld vanwege een clustering van hoge inkomens in de randstad en dat maakt dit het verschil niet van groot belang is. Het aantal verkooppunten per 1000 inwoners ligt duidelijk lager dan het gemiddelde in Nederland, maar het gemiddelde aantal personenauto's ligt duidelijk hoger dan het gemiddelde in Nederland.⁵

Tot 2011 werden evenementen voor de binnenstad van Franeker georganiseerd door de Vereniging Handel en Nijverheid. Niet alle ondernemers waren lid van deze vereniging. In die periode is daarom met ondernemers besloten tot het oprichten van een ondernemersfonds gebaseerd op reclamebelasting, waarvoor in 2009 de contouren reeds zijn geschetst en met als belangrijke doelstelling logischerwijs het organiseren van evenementen. Daarbij werd een binnenstadgebied afgesproken dat bestaat uit drie zones: A, B en C. De ondernemers in één zone betalen hetzelfde tarief.⁶



Onderdeel van de start van het ondernemersfonds gebaseerd op reclamebelasting (de grondslag voor de ABC zonering in 2011), was het oprichten van de Stichting Ster van de Elfsteden (STER). Het bestuur van de STER behandelt de trekkingsrechten van het fonds waarbij ook de Ondernemers Vereniging Franeker (OVF) een rol heeft⁷. De OVF vertegenwoordigt de ondernemers in het bepalen van het jaarplan en de begroting. Stichting STER heeft zich als doel gesteld:

⁴ Zie bijlage 2A

⁵ Zie bijlage 2B

⁶ Voor een grotere kaart van de ABC zonering, zie bijlage 3.

⁷ De OVF is volgens haar website opgericht op 29 maart 2018 als rechtsopvolger van de Vereniging Handel en Nijverheid.

Stadspromotie en verbetering van het ondernemersklimaat in Franeker. Onderdeel hiervan is een jaarlijks terugkerende subsidie vanuit de Gemeente Waadhoeke, in de vorm van zowel reclamebelasting alsmede in de vorm van subsidie.⁸

De OVF vertegenwoordigt de ondernemers in het bepalen van het jaarplan en begroting, dat men samen met STER maakt. Momenteel heeft de OVF ongeveer 75 leden en de vereniging zet zich in voor de belangenbehartiging, ondernemersklimaat en ondersteuning van evenementen en heeft onder meer zitting in de stuurgroep binnenstadsmanagement. De leden worden jaarlijks bijgepraat in een ledenbijeenkomst en daarnaast is er een app groep om actuele zaken met elkaar te delen.

In totaal zijn er (op grond van reclamebelasting) 133 betalende ondernemers voor het ondernemersfonds, waarvan 75 in zone A, 39 in zone B en 19 in zone C. Dit aantal neemt af. Zo waren er in 2020 nog 144 betalende ondernemers met respectievelijk 79 in zone A, 44 in zone B en 21 in zone C. Het beschikbare budget voor het ondernemersfonds binnenstad Franeker daalt daarmee ook, ondanks inflatie correcties. Tegelijk nemen de kosten per evenement en activiteit toe, STER taxeert momenteel zeker 10% meer.

Schema 1. Overzicht en vergelijking aantal ondernemers per zone in 2020 en 2025. (incl jaarlijkse 1.5% inflatie correctie) (bron: gemeente Waadhoeke)

Zone	Aantal 2020	Aantal 2025
A	79	75
B	44	39
C	21	19
Totaal	144	133
Totaal opbrengsten	95.460,75	94.043,75

De zone indeling is in 2011 vastgesteld op grond van het winkel- en druktebeeld op dat moment. Sinds 2011 hebben zich logischerwijs veel veranderingen voorgedaan waardoor deze indeling niet meer voldoet. Het druktebeeld, het winkelbeeld, locatiekeuze en het gedrag van consumenten zijn sterk veranderd. Daarnaast zijn er klachten van ondernemers over dat de wijze van heffing niet eerlijk is: elke onderneming in een zone - klein of groot - betaalt hetzelfde bedrag. In het verleden waren supermarkten Albert Heijn en Lidl ook binnen de zones gevestigd, tegenwoordig niet meer. Dit heeft een negatief effect op bezoekersaantallen.

De gemeente int de gelden en draagt deze na controle over aan STER. STER maakt in overleg met OVF een begroting en toetst aanvragen voor bedragen aan de doelstellingen⁹. De gemeente kent vervolgens, op basis van een aanvraag vanuit STER, jaarlijks een subsidie

⁸ Zoals beschreven in het aanvraagformulier voor subsidie, versie 2.

⁹ De gemeente controleert onder meer of er ondernemers gestopt zijn en/of reclame-uitingen hebben verwijderd, waardoor zij niet meer aangeslagen worden. Medio juli verstuurd de gemeente daarop de aanslagen aan ondernemers. De gemeente heeft in 2025 € 2750,- aan perceptiekosten (inningskosten) in mindering gebracht, maar circa € 73.000,- aan subsidie toegevoegd.

toe waardoor de begroting van de STER ongeveer verdubbeld. In Sint Annaparochie int de gemeente ook gelden op basis van reclamebelasting. Hier is echter sprake van één zone, die voor alle ondernemers in het gebied gelijk is. In 2025 zijn er in Sint Annaparochie 102 ondernemers aangeslagen.¹⁰ Naast de bovengenoemde geld- en activiteitenstroom in Franeker, zijn er ook nog een aantal straatverenigingen van ondernemers (bijvoorbeeld in de Voorstraat en de Dijkstraat) met diverse activiteiten, zoals gezamenlijke uitstapjes. Naast winkels en horeca zijn er andere belangrijke publiekstrekken in de binnenstad, zoals het Planetarium, het historische Museum Martena, de bibliotheek en het Kaatsveld.

In 2023 is door onderzoeksbureau DTNP een actualisatie van de binnenstadsvisie gemaakt, waarbij voor de binnenstad een indeling is gemaakt naar 'hoofdcentrummilieu', 'secundair centrummilieu' en 'gemengd centrummilieu'. Hieraan is ook beleid gekoppeld, zoals een herinrichting van centrumstraten. Deze indeling komt slechts gedeeltelijk overeen met de ABC zonering uit 2011, zo wordt bijvoorbeeld de Voorstraat opgeknipt en valt deze in alle drie de milieus, terwijl deze straat in de zonering uit 2011 alleen in zone A valt¹¹.

2.2 Typen ondernemersfondsen

Het begrip 'ondernemersfondsen' is een containerbegrip, waarbij CLOK de volgende definitie hanteert: een ondernemersfonds is een onafhankelijke juridische entiteit waarin middelen (overwegend financieel) beheerd worden door en voor ondernemers. Met 'onafhankelijk' wordt niet bedoeld dat er geen relatie met bijvoorbeeld de gemeente bestaat, want voor de meeste typen fondsen dienen gelden via de gemeente geïnd te worden. Gemeenten dienen hier zorgvuldig mee om te gaan en er zorg voor te dragen dat geïnde gelden doelmatig besteed worden. Vaak worden gelden daarom via een subsidieovereenkomst aan het ondernemersfonds ter beschikking gesteld en is er een heldere verordening nodig.

In Nederland kennen we vier typen ondernemersfondsen, die verschillend van aard zijn en per fonds eigen voor- en nadelen kennen. In hoofdstuk 2.5 maken we een koppeling tussen deze typen fondsen en de situatie in Franeker. Voor een schematisch overzicht, zie de bijlage.

Fonds type 1: de vereniging

Het eerste type fonds is een reguliere vereniging van ondernemers. Deze vereniging heft, in dit geval, contributie, anders zou de vereniging geen ondernemersfonds zijn. De hoogte van de contributie is minder relevant, zo lang een deel van de contributiegelden aan externe projecten worden besteed. In zeldzame gevallen is deelname aan de vereniging verplicht bijvoorbeeld vanuit erfpacht, grondverkoop of huurverplichtingen.

¹⁰ De gemeente heeft hier in 2025 € 21.726,00 geïnd en € 2.200,00 aan perceptiekosten (inningskosten) in mindering gebracht.

¹¹ Zie bijlagen 3 en 4 voor een vergelijking.

Verenigingen die opgericht zijn door middel van notariële akte, noemen we 'formele verenigingen'. Deze verenigingen worden door de notaris geregistreerd in het KVK-register. Een vereniging zonder notariële oprichtingsakte wordt gezien als een informele vereniging.

Doordat voor een informele vereniging geen oprichtingshandeling is vereist, zijn de bestuurders of de vertegenwoordigers van deze vereniging mede aansprakelijk voor schulden van een dergelijke vereniging. Daarnaast kan een informele vereniging geen registergoederen verkrijgen of erfgenaam zijn.

Deelname/wijze van innen: vrijwillige basis, contributie

Slagkracht: beperkt (vanwege vrijwillige deelname)

Besluitvorming: via leden (hoogste orgaan)

Beslissing instelling: ondernemers (leden)

Besteding gelden: vrij, algemene doelen, besluit van leden

Inningskosten: via vereniging, laag

Grondslag: verenigingsrecht (maar dit gaat met name over de vereniging zelf)

Fonds type 2: BIZ

Het tweede type fonds is de BIZ (bedrijveninvesteringszones). Binnen een BIZ betalen vastgoedeigenaren en/of -gebruikers een vast bedrag voor een periode van vijf jaar. Dit bedrag is een opslag op basis van WOZ, maar kan een boven- en ondergrens kennen. Het grote voordeel van een BIZ is dat alle ondernemers in een gebied verplicht meebetalen, eigenaren, gebruikers of beiden. Een uitdaging voor het oprichten van een BIZ is dat er een formele stemprocedure vereist is om het draagvlak aan te tonen in het vastgestelde gebied. Voor een formele stemprocedure, is een activiteitenplan met een heldere begroting voor vijf jaar vereist. Wettelijk vereist is dat minimaal 50% van de benodigde stemmen wordt binnengehaald, waarvan minimaal 66,66% voor is.

Een BIZ wordt formeel ingesteld door de gemeenteraad op verzoek van ondernemers, maar is een instrument voor en door ondernemers en daarmee een ondernemersfonds. De gemeenteraad zal in principe altijd instemmen met het instellen van de BIZ op voorwaarde dat de stemprocedure juist is uitgevoerd en het draagvlak goed is onderbouwd. Sommige gemeenten kiezen ervoor om de perceptiekosten (kosten die inning en controle met zich meebrengen) in mindering te brengen op de subsidie. Een BIZ-plan mag uitsluitend activiteiten bevatten die aanvullend zijn op de reguliere dienstverlening van de gemeente.

Deelname/wijze van innen: verplicht, via gemeente

Slagkracht: gemiddeld tot hoog

Besluitvorming: BIZ bestuur (vereniging of stichting) op basis van activiteitenplan

Beslissing instelling: gemeenteraad o.g.v. draagvlakmeting

Toekenning gelden: aan vereniging of stichting (art. 7 lid wet BIZ)

Besteding gelden: op basis van activiteitenplan (BIZ-plan)

Inningskosten: via gemeente, gemiddeld o.g.v. separate heffing/berekening

Grondslag: Wet op bedrijveninvesteringszones

Fonds type 3: Reclamebelasting

Het derde type fonds is een ondernemersfonds op basis van reclamebelasting. Binnen één of meerdere gebieden betalen ondernemers op basis van reclame-uitingen die zichtbaar zijn vanaf de openbare ruimte. Als een ondernemer deze reclame-uitingen niet heeft of verwijderd heeft, hoeft deze ondernemer niet te betalen. Gemeenten hebben veel vrijheid om belastingverordening in te richten, bijvoorbeeld op het gebied van zonering, tarieven en maatstaven. Hierin is het wel belangrijk dat deze keuzes goed onderbouwd worden. Er vindt doorgaans een vorm van draagvlak toetsing plaats, maar deze is minder formeel dan bij de BIZ.

Reclamebelasting is een algemene belasting waarvan de opbrengsten vrij besteedbaar zijn. Daarnaast kan de reclamebelasting een regulerend karakter hebben doordat bedrijven en instellingen bewuster nadenken over het aanbrengen van reclame-uitingen. De laatste jaren zien we dat reclamebelasting vaak wordt ingezet om een ondernemersfonds te voeden via een subsidieovereenkomst, waarbij de meeste gemeenten ervoor kiezen om de perceptiekosten (kosten die inning en controle met zich meebrengen) in mindering te brengen op de subsidie.

Deelname/wijze van innen: verplicht, via gemeente

Slagkracht: gemiddeld

Besluitvorming: rechtspersoon die subsidie ontvangt i.o.m. gemeente

Beslissing instelling: gemeenteraad (vaak op verzoek ondernemers)

Toekenning gelden: vrij vanuit algemene middelen, bijv. aan vereniging of stichting¹²

Besteding gelden: op basis van afspraken/subsidie

Inningskosten: via gemeente, hoog o.g.v. tellingen, heffingen en mogelijke bezwaren

Grondslag: Gemeentewet

Fonds type 4: gemeentebreed (Leids model)

Het vierde type fonds is het gemeentebrede ondernemersfonds gebaseerd op het zogenoemde 'Leids model', omdat deze variant voor het eerst in Leiden werd geïntroduceerd. In de gehele gemeente wordt via een opslag op OZB voor niet-woningen geld opgehaald, dat wordt geïnd door de gemeente. Hierdoor zijn er in principe geen 'free-riders'. Er is veel maatwerk mogelijk binnen deze variant, omdat het gebaseerd is op een algemene belastingregel op grond van de Gemeentewet en de gelden via een subsidie verstrekt worden. Vanwege dit maatwerk is dit fonds geschikt om meer complexe thema's, opgaven en doelgroepen (denk onderwijs, cultuur, sport, welzijn) te bedienen naast ondernemers. Ondernemers maken meestal aanspraak op gelden die voor een vastomlijnd geografisch gebied zijn vastgesteld, andere stakeholders kunnen via "sectoren" worden

¹² Een stichting en goede subsidieonderbouwing zijn met oog op het Didam-arrest aanbevolen.

<https://www.raadvanstate.nl/actueel/nieuws/juli/leer-schaarse-rechten-subsidies/>

bediend.

Voor welke doeleinden zij deze gelden mogen besteden, hangt af van het fonds, maar uitgangspunt is dat het geld volgens een heldere procedure en richtlijnen aangevraagd en besteed moet worden. Een uitdaging is vaak dat het om sterk verschillende gebieden gaat in een gemeente, gebieden die verschillend kijken naar belang en wijze van inzet van het ondernemersfonds voor hun gebied. Dit kan leiden tot grote verschillen in draagvlak. Deze gebieden noemen we ook wel “trekkingsgebieden”, afgeleid van trekkingsrechten (aanspraak) op fondsgelden. De binding met en toegankelijkheid van ondernemers kan ingewikkeld zijn door bestuurslagen.

Er zijn verschillende mogelijkheden om een gemeentebreed ondernemersfonds in te richten en er zijn veel verschillende structuren in Nederland, van overkoepelende stichtingen tot een gelaagd systeem van stichtingen en (ondernemers)verenigingen. In de meeste gemeenten maakt gemeentelijk vastgoed deel uit van de heffingsgroep. Afhankelijk van de opbouw en doelstelling van het fonds heffen gemeenten perceptiekosten (kosten die inning en controle met zich meebrengen), in mindering te brengen op de subsidie.

Deelname/wijze van innen: verplicht, via gemeente

Slagkracht: gemiddeld, kan ingewikkeld zijn

Besluitvorming: rechtspersoon die subsidie ontvangt i.o.m. gemeente

Beslissing instelling: gemeenteraad (vaak op verzoek ondernemers)

Toekenning gelden: vrij vanuit algemene middelen, bijv. aan vereniging of stichting¹³

Besteding gelden: op basis van afspraken/subsidie

Inningskosten: via gemeente, laag o.g.v. opslag standaard OZB-heffing

Grondslag: Gemeentewet

Combinaties

In steeds meer gemeenten zien we combinaties van de verschillende typen ondernemersfondsen. Zo kennen bedrijventerreinen en winkelgebieden dikwijls een vrijwillige vereniging, een fonds op basis van BIZ/Reclamebelasting en soms ook nog een gemeentebreed ondernemersfonds. Dit zogenoemde ‘stapelen’ is, mits de fondsen voldoen aan alle wet- en regelgeving, toegestaan. Het stapelen stelt ondernemers in staat om meer geld op te halen voor gebiedsgerichte projecten en complexe opgaven en transities. Daarnaast is vastgoedsamenwerking – via fondstype 1 (vereniging) of type 2 (BIZ) – in opkomst in centrumgebieden, met als belangrijke doelstelling behoud van vastgoedwaarde van panden, vaak in samenwerking met een ondernemersfonds en ten behoeve van een krachtigere centrumsamenwerking.

Als laatste is het belangrijk dat het gemeenten vrijstaat om ondernemersfondsen op andere wijze van financiering te voorzien. Dit kan bijvoorbeeld door het verstrekken van subsidies

¹³ Een stichting en goede subsidieonderbouwing zijn met oog op het Didam-arrest aanbevolen.

<https://www.raadvanstate.nl/actueel/nieuws/juli/leer-schaarse-rechten-subsidies/>

vanuit algemene middelen en belastinginkomsten. Met welke belastingen de algemene middelen hiervoor worden aangevuld, is aan de gemeenteraad. Het meest voorkomend is een algemene OZB-heffing op woningen (niet-zakelijk vastgoed) ten behoeve van de leefbaarheid en vitaliteit van kerngebieden, omdat OZB-heffing één van de weinige instrumenten is die Nederlandse gemeenten kunnen gebruiken op het gebied van belasting. Met oog op het “financiële ravijnjaar”, waarbij gemeenten op inkomsten worden gekort door de rijksoverheid, hebben gemeenten vaak geen andere keuze. Zie bijlage 7 voor meer informatie.

2.3 Juridische houdbaarheid

Om de juridische houdbaarheid van het huidige systeem van reclamebelasting in Franeker goed in kaart te brengen, is het belangrijk om naar relevante jurisprudentie te kijken. Zoals in het voorgaande hoofdstuk bleek, hebben gemeenten veel vrijheid om de verschillende typen ondernemersfondsen in te richten. Dit komt voort uit het feit dat met name fondstypen 3 (reclamebelasting) en 4 (gemeentebreed) gebaseerd zijn op maatwerk op grond van vrij algemene gemeentelijke wetgeving.

We lichten eerst twee belangrijke en relevante arresten uit:

1. Uitspraak inz. OZB heffing ondernemersfonds gemeente Súdwest-Fryslân. Gerechtshof Arnhem-Leeuwarden, 14 januari 2025 – ECLI:NL:GHARL:2025:156.¹⁴
2. Uitspraak inz. heffing reclamebelasting gemeente Harlingen. Gerechtshof Arnhem-Leeuwarden, 9 oktober 2018 – ECLI:NL:GHARL:2018:8933.¹⁵

Uitspraak OZB ondernemersfonds Súdwest-Fryslân

Dit arrest uit 2025 heeft betrekking op het ondernemersfonds in gemeente Súdwest-Fryslân. De uitspraak is het gevolg van een bezwaar tegen de uitspraak van de rechtbank Noord-Nederland van 13 juli 2023, nummer LEE 21/3155, ECLI:NL:RBNNE:2023:2818. De rechtbank Noord-Nederland is een lagere rechtbank dan het Gerechtshof Arnhem-Leeuwarden en de uitspraak van het Gerechtshof is leidend.

Dit ondernemersfonds is gemeentebreed, wat betekent dat alle niet-woningen worden aangeslagen. Het ondernemersfonds maakte gebruik van de zogenoemde ‘retributieregeling’. In dit geval bekent dit, dat het fonds een gerichte terugbetaling van OZB verrichte aan de agrarische sector. Het Gerechtshof acht dit niet geoorloofd, omdat belastingtarieven o.g.v. artikel 220 van de Gemeentewet genoemde categorieën niet mogen verschillen.

Conclusie: dit arrest is niet relevant voor het huidige systeem van reclamebelasting in Franeker, omdat het een ander fondstype betreft. De uitspraak is gebaseerd op artikel 220 Gemeentewet, het ondernemersfonds in Franeker is gebaseerd op Reclamebelasting, artikel

¹⁴ <https://uitspraken.rechtspraak.nl/details?id=ECLI:NL:GHARL:2025:156>

¹⁵ <https://uitspraken.rechtspraak.nl/details?id=ECLI:NL:GHARL:2018:8933>

227 Gemeentewet. Dit arrest is mogelijk relevant voor de toekomst van het ondernemersfonds in Franeker als er gekozen wordt voor een gemeentebreed fonds, hierin is gerichte terugbetaling van belastingen niet toegestaan.

Opmerking: in 2022 heeft de Rekenkamer van gemeente Súdwest-Fryslân een analyse gemaakt van het Ondernemersfonds Súdwest-Fryslân. De onderzoeksvraag was als volgt:

In hoeverre functioneert het ondernemersfonds in Súdwest-Fryslân vanaf 2019 zoals het is bedoeld en in welke mate heeft de gemeenteraad inzicht in het functioneren van het fonds en wat is de rol van de raad hierbij?

Zoals de analyse van het arrest uit 2025 laat zien, betreft dit een andere vorm van ondernemersfonds, gebaseerd op andere onderdelen van de Gemeentewet. Daarnaast, zo blijkt uit het rapport en de centrale onderzoeksvraag, heeft de rekenkamer overwegend de lokale situatie en inzichtelijkheid van de werking van het fonds voor de gemeenteraad van Súdwest-Fryslân onderzocht. Ondanks de gedegen opbouw van het rapport, is het daarmee niet relevant voor het ondernemersfonds in Franeker. In het rapport wordt stilgestaan bij de kwestie van draagvlak, een belangrijke factor voor democratische besluitvorming. Dit betreft echter een analyse van lokaal draagvlak en lokale besluitvorming in een andere gemeente.

Uitspraak heffing reclamebelasting ondernemersfonds Harlingen

Dit arrest uit 2018 heeft betrekking tot het ondernemersfonds in gemeente Harlingen. De uitspraak is het gevolg van een bezwaar tegen de uitspraak van de rechtbank Noord-Nederland van 25 juli 2017, nummer LEE 15/2967. De rechtbank Noord-Nederland is een lagere rechtbank dan het Gerechtshof Arnhem-Leeuwarden en de uitspraak van het Gerechtshof is leidend.

Dit ondernemersfonds is gebaseerd op reclamebelasting, wat betekent dat ondernemers met reclame-uitingen die zichtbaar zijn vanaf de openbare weg worden aangeslagen. In dit geval heeft een ondernemer bezwaar gemaakt tegen een aanslag op grond van de indeling van zones met verschillende tarieven, omdat deze zones niet goed onderbouwd zijn. Het gerechtshof geeft hierover het volgende aan:

*4.3. De reclamebelasting is in artikel 227 van de Gemeentewet voorzien als een algemene belasting, hetgeen meebrengt dat een gemeente vrij is in de besteding van de opbrengst van die belasting. **Het karakter van een algemene belasting staat evenmin eraan in de weg dat een gemeente de heffing van deze belasting beperkt tot een gedeelte van haar grondgebied, mits voor die beperking een objectieve en redelijke rechtvaardiging bestaat.** Bij het bestaan van een dergelijke rechtvaardiging is de beperking niet in strijd met enig algemeen rechtsbeginsel; de gemeentelijke wetgever overschrijdt daarmee ook niet de grenzen van de regelgevende bevoegdheid die hem in artikel 227 van de Gemeentewet is toegekend.*

4.5 Belanghebbende heeft gemotiveerd bestreden dat sprake is van een objectieve en redelijke rechtvaardiging voor het beperken van het heffingsgebied en het onderscheid

in tarifiering. *Op de heffingsambtenaar rust, tegenover de gemotiveerde betwisting door belanghebbende, de bewijslast van feiten en omstandigheden die de conclusie rechtvaardigen dat voor het beperken van het heffingsgebied en voor het onderscheid in tarifiering een objectieve en redelijke rechtvaardiging bestaat.*

4.7 De heffingsambtenaar heeft geen stukken overgelegd ter onderbouwing van evenvermelde stellingen. **Hij heeft aldus geen inzicht gegeven in de totstandkoming van de Verordening en in de overwegingen die aan de daarin gemaakte keuzen betreffende zonering en tarifiering ten grondslag hebben gelegen, en evenmin in de wijze waarop na invoering van de belasting uitvoering is gegeven aan de besteding van de opbrengst ervan.** Zo ontbreekt een begroting op basis waarvan de Verordening en de tarieven voor de reclamebelasting binnen die Verordening zijn vastgesteld, en een overzicht van de uit het ondernemersfonds verrichte activiteiten, de kosten die daarmee waren gemoeid en een inzicht in de mate waarin de ondernemers in de gemeente – naar gelang hun pand in zone A, zone B, of buiten die zones gelegen is – profijt hebben gehad van die activiteiten. De heffingsambtenaar heeft ter zitting erkend dat zodanige stukken bestaan, doch heeft deze niet in het geding gebracht. [..]

4.8 Gelet op het vorenstaande, mede in het licht van laatstvermeld artikel, is de heffingsambtenaar niet geslaagd in het leveren van het van hem verlangde bewijs. Dit brengt mee dat aan de Verordening verbindende kracht moet worden onzegd en dat de aanslag dient te worden vernietigd.

Het Gerechtshof geeft dus aan dat de belastingaanslag vernietigd moet worden omdat:

- I. De zones, tarieven en totstandkoming daarvan niet goed onderbouwd zijn.
- II. Er geen helderheid is over de besteding van de opbrengsten, bijvoorbeeld omdat er geen begroting is.

Conclusie: dit arrest is relevant voor het huidige systeem van reclamebelasting in Franeker, omdat het dezelfde wetgeving en casuïstiek betreft: een ondernemersfonds op basis van reclamebelasting o.g.v. artikel 227 Gemeentewet. Het arrest is op drie manieren relevant:

1. Het is toegestaan om verschillende zones en tarieven te hanteren binnen een ondernemersfonds op basis van reclamebelasting;
2. Het is echter van groot belang om de zonering en tarieven goed (“objectief en redelijk”) te onderbouwen;
3. Het is van groot belang om de besteding en het bestedingsproces van gelden helder inzichtelijk te maken en goed te onderbouwen.

Convenant 2022

De meest recente versie van het convenant, is het convenant uit mei 2022. Het convenant uit 2022 is een actualisatie van het convenant uit 2011, dat ten tijde van de oprichting van STER is opgesteld.

Het convenant uit 2022 kent een aantal zachte en harde doelstellingen die als standaard voor dergelijke convenanten beschouwd kunnen worden. Belangrijk zijn drie programma's: Franeker Verwent, Franeker Verleidt & Franeker Vastgoed. In het convenant vinden wij geen zaken die in dit stadium nadrukkelijk de aandacht verdienen, onder meer omdat deze analyse vooral gaat over geheel van samenhang met betrekking tot het huidige fonds. Het convenant kent een opzegtermijn van zes maanden.

Bovenstaande conclusies op basis van jurisprudentie en andere stukken worden in hoofdstuk 2.5 (verder) toegespitst op de lokale situatie in Franeker.

2.4 Stakeholdersanalyse

Voor de stakeholders analyse hebben we gesproken met ondernemers – zowel zelfstandige ondernemers als winkelformules, en zowel langdurig als meer recent gevestigde ondernemers – uit de drie zones in de binnenstad en met enkele ondernemers (bedrijven) buiten de binnenstad, met de voorzitters STER en OVF, afdeling Economische Zaken en wethouders. De keuze van ondernemers in de binnenstad was “ad random” om zo ook kritische ondernemers te kunnen spreken. Via de nieuwsbrief konden ondernemers ook laagdrempelig contact opnemen.

Er is ook gesproken met enkele bedrijven buiten de binnenstad omdat bedrijven buiten de binnenstad in Franeker een belangrijke rol spelen bij de financiering van de jaarlijkse evenementen agenda.

Totaal zijn ongeveer 25 gesprekken gevoerd. Tevens hebben we deelgenomen aan de TAF bijeenkomst op 2 juni, waarbij we ook ondernemers hebben gesproken. Zoals eerder vermeld is er daarnaast namens STER, OVF en gemeente een informatiebrief gestuurd naar de binnenstad ondernemers. Daarin is uitleg gegeven over het onderzoek naar het ondernemersfonds is nadrukkelijk gevraagd contact op te nemen mocht men vragen of suggesties hebben m.b.t. het onderzoek of het ondernemersfonds.

In de gesprekken is gesproken over belangen en zorgen, ontwikkelingen in de binnenstad, de manier waarop de samenwerking is georganiseerd, sterktes en zwaktes van Franeker, de voor- en nadelen van het ondernemersfonds gebaseerd op Reclamebelasting, de ABC-zonering, over communicatie en informatie-uitwisseling met de besturen van STER en OVF, de wenselijkheid van een ondernemersfonds en verbeteringen en wensen die men heeft.

We vatten de uitkomsten samen in enkele hoofdonderwerpen.

2.4.1 Ondernemersfonds

Alle ondernemers geven aan te hechten aan een ondernemersfonds voor de binnenstad. Daardoor kunnen er activiteiten uitgevoerd worden die klanten aantrekken en stappen worden gezet ter verbetering van de economie van de binnenstad. Men ziet dat Franeker het relatief goed doet, met enkele sterke evenementen, met een bruisende binnenstad als resultaat, maar men ziet ook noodzaak tot verbetering. De vraag is bijvoorbeeld of altijd de goede evenementen worden gekozen en of er meer ruimte moet zijn voor andere typen

bestedingen, zoals kennis van klanten en aantallen bezoekers of aankleding van de straten. Soms vraagt men zich ook af of de locaties goed zijn. Een voorbeeld hiervan is de kermis.

Een Reclamefonds als zodanig – met de aanwezigheid van reclame uitingen als inningsbasis – heeft ook nadelen, geeft men aan. Zo verdwijnen soms namen van gevels om geen heffing te krijgen. De vraag is dan wat de alternatieven zijn.

2.4.2 Gebied en ABC zonering

Bijna iedereen heeft kritiek op de ABC zonering. Ten eerste omdat iedereen in dezelfde zone hetzelfde bedrag betaalt. Een winkel van 100 m² betaalt in zone A hetzelfde bedrag als een winkel van 800 m². Dit wordt niet fair gevonden, de lasten worden niet evenwichtig verdeeld. Dit geven zowel grote als kleine winkels aan. Anderen – een minderheid – geven aan dat kleine winkels voordeel hebben van de grote winkels en pleiten voor een identiek tarief per zone.

Helder is dat ten eerste de zonering en ten tweede de gebiedsafbakening (wat valt er onder het centrumgebied) niet meer klopt, het winkelbeeld en drukte per straat zijn sinds 2011 en de evaluatie in 2015 sterk veranderd. Daarnaast is niet helder waarop de zone indeling is gebaseerd. De zonering komt ook niet overeen met de kaart met betrekking tot actualisering van het binnenstad beleid (2023), waarin het centrumgebied is afgebakend, inclusief type centrumstraat (kern, secundair). Zie de bijlage en hoofdstuk 2.1 voor meer informatie.

2.4.3 Communicatie

Ondernemers zien de activiteiten. Vaak is bij ondernemers echter niet duidelijk wat de rolverdeling en het verschil is tussen met name STER, OVF of Citymarketing. De communicatie en rolverdeling “wie doet wat” is niet helder. Omdat men vaak aangeeft niet te weten wat OVF en haar rol is, zijn veel bedrijven geen lid. Men weet niet hoe zij invloed kunnen uitoefenen op het programma en het jaarplan, dat men relateert aan STER.

Als er persoonlijk contact is met bijvoorbeeld STER verloopt dat overigens goed, bijvoorbeeld bij vragen over het tarief dat men moet betalen. Een nieuw gevestigd bedrijf gaf aan goed door de gemeente te zijn geholpen, maar was niet op de hoogte van de activiteiten van STER en OVF.

Winkels zien activiteiten in de binnenstad, maar het zicht op het jaarplan ontbreekt. “We waarderen de raamposters, die geven overzicht. We horen veel van collega’s”, werd aangegeven. Er is derhalve behoefte aan meer communicatie en invloed op het jaarplan.

Dit wordt ook bevestigd door STER, dat geen leden en dus geen ledencommunicatie heeft en de OVF, waarvan de meeste ondernemers (ca. 75 van de 133) geen lid zijn. Men kan met de niet leden niet effectief communiceren. De onduidelijke rol van OVF – in de ogen van gesprekspartners – in combinatie met de lidmaatschapskosten van € 75,- zijn ook een drempel voor een 100% -van alle ondernemers- lidmaatschap. Overigens hebben zowel STER als OVF een website met contactgegevens.

Op de website van STER kunnen aanvragen voor subsidie ingediend worden¹⁶. Het jaarplan en begroting staan niet op de website vermeld. De OVF website is momenteel niet actueel, maar heeft een ledenportaal.

Er is derhalve behoefte aan beter overzicht van de activiteiten (“het overzicht is al jarenlang niet meer gepubliceerd”, wordt soms genoemd) en uitgaven, en ruimte hier invloed op te hebben. “Dit willen we gaan doen komend jaar en dit hebben we afgelopen jaar gedaan”. Een voorbeeld is de website van het ondernemersfonds in St. Annaparochie¹⁷. Daar staat dat men zich inzet voor evenementen, verbeterprojecten en aankleding & sfeer en publiceert de jaarrekening.

2.4.4 Rollen

De rollen van STER, OVF, Citymarketing en gemeente in de activiteiten en plannen in de binnenstad zijn niet helder. Met name de (onduidelijke) taakverdeling tussen STER en OVF springt in het oog. Men ziet de STER vooral als de actieve organisatie die gaat over de verdeling van het evenementenbudget (en veel sponsoring realiseert), maar ziet ook evenementen vanuit Citymarketing. Met andere woorden: het is positief dat er veel georganiseerd wordt, met een aantal belangrijke terugkerende evenementen. Er ontbreekt echter zicht op een helder plan voor de binnenstad en wie wat doet. Bijvoorbeeld als het gaat om het verbeteren van de positie van de straat (“Wie moet je daarvoor bellen?”) en het hebben van klanten- en passantenkennis.

Vaak komt de behoefte naar voren voor een onafhankelijk STER bestuur, dat neutraal keuzes kan maken. En daar moet misschien een vergoeding tegenover staan: het werk is ook voor de huidige bestuursleden lastig, geeft men aan. Dat realiseren ondernemers zich.¹⁸

2.4.5 Visie, doelen, prioriteiten

Men is doorgaans positief over de binnenstad en de inzet die er is. Die betrokkenheid is een sterk en onderscheidend punt van Franeker. Toch is er behoefte om nog eens goed naar de visie en de doelen te kijken en prioriteiten te stellen waaraan het geld van de Reclamebelasting besteed wordt of om te zien hoe afspraken in activiteiten worden omgezet. Zijn bepaalde evenementen het geld waard? Zou er meer tijd of geld besteed moeten worden aan andere dingen dan evenementen, bijvoorbeeld (een lobby rond) parkeren, het rode loper programma, sfeerverlichting, hanging baskets (bloemen), meten is weten, de aantrekkingskracht van een aantal straten, de locatie van evenementen, versterken van het aanbod, openingstijden?

2.4.6 Bedrijven buiten de binnenstad

Het ondernemersfonds wordt gevoed door de 133 bedrijven in de binnenstad en bijna verdubbeld door subsidie van de gemeente. Zonder flinke sponsoring van bedrijven buiten

¹⁶ www.franekerondernemersfonds.nl

¹⁷ www.ofsa.nl

¹⁸ CLOK herkent deze ontwikkeling vanuit ondernemers(fondsen) vanuit heel Nederland.

de binnenstad, bijna een verdubbeling van de uitgaven die STER doet, zou het jaarprogramma niet uitgevoerd kunnen worden. Nagegaan is of het wenselijk is het ondernemersfonds te verbreden met bedrijven buiten de binnenstad.

Uit de gesprekken met die bedrijven komt naar voren dat de betrokkenheid met Franeker groot is. Niet voor niets zijn bedrijven gul met sponsoring. Men wil iets terug doen voor de stad. Voor verbreding, bijvoorbeeld via een gemeente breed ondernemersfonds lijkt echter geen draagvlak te zijn. Enerzijds is er al samenwerking op de bedrijventerreinen, anderzijds wil men vrij zijn om sponsoring bestedingen te kiezen.

2.5 Koppeling Franeker

Uit de analyse in hoofdstuk 2.1 (de situatieschets) blijkt dat de binnenstad van Franeker op meerdere vlakken belangrijk is voor de gehele gemeente Waadhoeke. De stad kent niet alleen een rijke historie, maar ook een belangrijke faciliterend en verbindende functie voor inwoners van gemeente Waadhoeke. Het huidige ondernemersfonds versterkt deze functies, maar verliest langzaam steeds meer inkomsten en slagkracht omdat er minder winkels en meer kosten zijn. Dit beeld wordt versterkt door de stakeholderanalyse (hoofdstuk 2.4).

Het overzicht van verschillende typen ondernemersfondsen (hoofdstuk 2.2) laat de vier verschillende fondstypen zien. In Franeker is sprake van een combinatie van fondstype 1 (de vrijwillige vereniging, OVF) en fondstype 3 (reclamebelasting, STER), maar zoals de stakeholderanalyse laat zien is de koppeling tussen beiden niet helder en optimaal. Tevens vergt inning via reclamebelasting veel ambtelijke capaciteit vanuit de gemeente.

Fondstype 2 (BIZ) kan mogelijk van toepassing zijn voor Franeker, maar hiervoor is meer onderzoek naar draagvlak vereist. Het voordeel is van de BIZ is wettelijkheid, helderheid, flexibiliteit (vastgoed kan bijvoorbeeld deelnemen) en betrokkenheid, nadeel van dit fondstype is dat er iedere vijf jaar opnieuw gestemd en begroot moet worden. Dit vergt veel inspanning en capaciteit van ondernemers, maar ook vanuit de gemeente.

Zoals ook in hoofdstuk 2.2 aangegeven, hebben gemeenten in Nederland nog een extra mogelijkheid om ondernemersfondsen van financiering te voorzien: subsidie op grond van algemene OZB-heffing voor niet-woningen (zakelijk vastgoed) en/of woningen. Deze variant vergt in principe de minste capaciteit vanuit de gemeente, omdat het om een eenmalige aanpassing gaat in een bestaande heffing.

In hoofdstuk 2.3 wordt de juridische houdbaarheid van het huidige en een mogelijk toekomstige systeem (fonds) geanalyseerd. Het arrest inzake het gemeentebreed ondernemersfonds van gemeente Súdwest-Fryslân en het rekenkamerrapport over dit fonds zijn onvoldoende relevant voor de huidige situatie in Franeker. Het arrest inzake het ondernemersfonds op basis van reclamebelasting in gemeente Harlingen is relevant op drie belangrijke punten:

1. Het is toegestaan om verschillende zones en tarieven te hanteren binnen een ondernemersfonds op basis van reclamebelasting;

2. Het is echter van groot belang om de zonering en tarieven goed (“objectief en redelijk”) te onderbouwen;
3. Het is van groot belang om de besteding en het bestedingsproces van gelden helder inzichtelijk te maken en goed te onderbouwen.

Uit het eerste punt blijkt dat het toepassen van verschillende zones en tarieven zoals wij deze in Franeker vinden, in principe geen probleem is.

Uit het tweede punt blijkt dat het echter van groot belang is om de zonering en tarieven goed te onderbouwen. Zoals ook uit de stakeholderanalyse blijkt, lijkt hiervan niet voldoende sprake te zijn in Franeker.

Uit het derde punt blijkt dat het van groot belang is om de besteding van gelden goed inzichtelijk te maken. Zoals ook uit de stakeholderanalyse blijkt, is het twijfelachtig of hier voldoende sprake van is in Franeker op dit moment.

In hoofdstuk 2.5 (stakeholderanalyse) wordt uitgebreid verslag gedaan van gesprekken met verschillende ondernemers, bestuurders en andere stakeholders. Ook ondernemers buiten het centrum van Franeker zijn gesproken. De conclusie is helder: men is positief over het fonds, maar er heerst teveel onduidelijkheid over de rollen van STER, OVF, Citymarketing activiteiten en bestedingen. Dit is zowel een organisatorisch vraagstuk als een communicatievraagstuk. Belangrijke aandachtspunten zijn helderheid over de visie, doelen, activiteiten – welke en locaties – en prioriteiten (zowel binnen evenementen en andere typen bestedingen t.b.v. het ondernemersklimaat zoals rode loper, verlichting, bloemen, kennis). De ABC-zones, zoals aangegeven, zijn niet meer van deze tijd en dienen dringend herzien te worden. De noodzaak voor deze herziening wordt verder versterkt door de bevindingen vanuit de situatieschets en de juridische analyse.

3. Conclusies fase 1

Het is van groot belang dat er een gedragen en juridisch kloppende aanpak voor het ondernemersfonds en de toekomst van Franeker komt. Deze analyse heeft daarom als doel een overzicht te geven van alle opties die er zijn voor een toekomstbestendig ondernemersfonds- en klimaat en een goed beeld te geven van hoe ondernemers en de gemeente tegen deze opties aankijken.

De conclusies uit de juridische analyse zijn voor de hand liggend, maar worden hieronder bondig samengevat. Hieraan zijn toegevoegd de mogelijkheden voor een ander type fonds met, via de gemeente, andere inkomstenbronnen. De conclusies uit onder meer de stakeholderanalyse zijn complexer van aard, omdat de huidige situatie zowel een juridisch als communicatief als organisatorisch vraagstuk is. In hoofdstuk 4.1 worden alle conclusies 'in klare taal' als direct antwoord op de kernvragen van deze analyse verwoord.

3.1 Juridisch/fondstype

De juridische conclusies zijn als volgt: het toepassen van verschillende zones en tarieven zoals wij deze nu in Franeker vinden, is in principe geen probleem. Het is echter van groot belang om de zonering en tarieven (inclusief de optie om de Reclamebelasting op OZB niet-woningen te baseren) goed te onderbouwen. Dit zou bijvoorbeeld in drie OZB-klassen kunnen: laag, midden en hoog. Zoals in hoofdstuk 2.2 beschreven, zou dit echter opnieuw hoge kosten voor de gemeente met zich meebrengen. Deze kosten vallen lager uit bij andere fondsvormen zoals een BIZ (gemiddelde kosten) of gemeentebreed fonds (lage, eenmalige kosten).

Zoals ook uit de stakeholderanalyse blijkt, is op dit moment onvoldoende sprake van goede onderbouwing van zones en tarieven. Daarnaast is het van groot belang om de besteding van gelden goed inzichtelijk te maken. Zoals ook uit de stakeholderanalyse blijkt, is het twijfelachtig of hier voldoende sprake van is in Franeker.

Concrete aanbeveling: de eerste stap die wij adviseren is het verbeteren en (juridisch) houdbaar maken van de huidige situatie, inclusief onderzoek naar en een uitwerking van Reclamebelasting op grond van een op OZB gebaseerde heffing.

Het fonds kan anders worden ingericht: het kan vervangen worden door een BIZ, maar dit kost veel tijd. Anderzijds is de lokale binding met Franeker een voordeel en zou vastgoed aan kunnen sluiten, het geen een verhoging van het beschikbare budget betekent. De BIZ kan alleen gelden voor ondernemers, alleen voor vastgoed of voor zowel ondernemers als vastgoed.

Concrete aanbeveling: additioneel adviseren wij te onderzoeken wat het draakvlak voor op termijn een binnenstad BIZ is.

Een fijne binnenstad is belangrijk voor alle inwoners. Dit vergroot de leefbaarheid en aantrekkingskracht van Franeker en gemeente Waadhoeke. Kunnen inwoners bijdragen aan het duurzamer maken van het binnenstadsfonds? Die mogelijkheid bestaat en beschrijven we hier onder.

Het fonds kan worden gevoed op alternatieve wijze, bijvoorbeeld door middel van een OZB-heffing op woningen. In 2025 is de totale WOZ-waarde van alle niet-woningen geschat op € 800 miljoen euro en de totale WOZ-waarde van alle woningen geschat op € 5,5 miljard euro. Uitgaande van een benodigd jaarlijks budget van € 100.000,- zou dit betekenen:

	Woningen WOZ		Niet-woningen WOZ	
WOZ 2025	€	5.500.000.000	€	800.000.000
Gedeeld door €100.000	€	55.000	€	8.000
OZB-opslag per €100.000	€	1,8181818	€	12,50
Uitkomst	€	100.000,00	€	100.000,00
Gewenst	€	100.000,00	€	100.000,00

Een gemeentebrede OZB-heffing op woningen lijkt op papier een mogelijkheid. Indien we een fonds van € 100.000 zouden willen realiseren zou een heffing van € 1.82,- per € 100.000,- WOZ nodig zijn. Deze opzet zou kunnen leiden tot een nieuw fonds voor de binnenstad, gedragen door alle inwoners en naast de bijdrage van ondernemers uit de binnenstad. De bijbehorende motivatie is zoals aangegeven dat alle inwoners van de gemeente belang hebben bij een fijne en vitale binnenstad. Of deze alternatieven wel of niet passend zijn, is echter aan het gemeentebestuur. Van belang is dan ook om betrokkenheid van inwoners op het binnenstadsfonds te hebben. Dat kan aan de hand van een platform werkwijze (Hoofdstuk 4.2)

Concrete aanbeveling: additioneel adviseren wij te onderzoeken of en hoe een combinatie van een gemeentebrede OZB-heffing op niet-woningen en woningen wenselijk en haalbaar is voor een duurzaam binnenstadsfonds. Onderdeel van dit onderzoek is het achterhalen van de gewenste verdeling tussen kosten en baten voor betalingsplichtigen van niet-woningen versus betalingsplichtigen van woningen.

3.2 Organisatorisch

Ondernemers in Franeker zijn positief over een gezamenlijk ondernemersfonds. Men ziet dat de binnenstad van Franeker het relatief goed doet en dat daar samenwerking voor nodig is. Bedrijven buiten de binnenstad voelen zich betrokken bij Franeker en dragen daarom ruim bij via sponsoring en inzet bij activiteiten. Extra inzet is er ook bij de gemeente via subsidies, facilitering en actieve betrokkenheid van medewerkers en gemeentebestuur. Die brede lokale betrokkenheid is de kracht van Franeker. Er is via de Stuurgroep Binnenstadsmanagement regelmatig binnenstad overleg tussen STER, OVF, Commerciële Club, vastgoedcommissie, gemeente en gemeentebestuur. Men kent elkaar en weet elkaar te vinden als het gaat om een bloeiende binnenstad.

Tegelijkertijd wordt breed gevoeld dat de samenwerking rond het ondernemersfonds geactualiseerd moet worden. Dit betreft allereerst de gebiedsafbakening van het ondernemersfonds met de tariefbepaling aan de hand van de ABC zonering. De indeling van de zones klopt niet meer met het veranderde aanbod, profiel en druktebeeld in de centrumstraten. Bovendien wordt het, ook bij de grotere ondernemingen, niet fair gevonden

dat binnen een zone alle bedrijven hetzelfde bedrag betalen. Dit geldt niet voor alle ondernemers. Gekeken zou moeten worden hoe daarmee rekening te houden.

Er is ook behoefte aan verbetering van de communicatie rond het ondernemersfonds en daarmee de manier waarop ondernemers worden betrokken bij het maken en evalueren van het jaarprogramma, inclusief publicatie op de website. Ook moet er gekeken worden naar de rolverdeling tussen STER en OVF. Zou de STER als stichting die de gelden uit de trekkingsrechten beheert zich moeten beperken tot het toetsen van de plannen van de OVF, en de uitvoering aan OVF moeten laten?

De rolverdeling tussen met name STER (welke de trekkingsrechten reclamebelasting behandelt) en OVF (welke de ondernemers vertegenwoordigd en zich inzet voor belangenbehartiging, ondernemersklimaat en ondersteuning van evenementen) is ook niet duidelijk bij de ondernemers. De meeste ondernemers zijn – vooral door die onduidelijkheid en toch ook door de jaarlijkse contributiekosten naast de reclamebelasting – geen lid van de OVF. Bedrijven dragen overigens vaak bij met sponsoring van verenigingen en activiteiten. Doordat niet alle ondernemingen lid zijn, heeft de OVF ook geen volledig bestand van de ondernemers die reclamebelasting betalen.

Een aantal ondernemers pleit voor een neutraal STER bestuur. Iemand met expertise, maar zonder belangen in Franeker of de binnenstad. Zo kun je de schijn van “Twee voeten in één sok” voorkomen. Daarnaast is er behoefte aan meer overzicht over de rol van Citymarketing en de gemeente m.b.t. het binnenstad programma.

Het doel van het Franeker Ondernemersfonds is promotie van de binnenstad en versterken van het ondernemersklimaat. De inzet op evenementen is stevig, en men weet de inzet bijna te verdubbelen door het aantrekken van sponsoring. Tegelijk is er als eerder genoemd ook behoefte aan meer aandacht voor structurele economische versterking, zoals aankleding van de stad, sfeerverlichting, de inrichting van de straten en het aantrekken van passantenstromen. Er is behoefte goed te kijken naar de prioriteiten en keuzes in het jaarlijkse programma. Met andere woorden: naast de rolverdeling STER en OVF kan het doel van het ondernemersfonds verscherpt worden.

Behoeftte Integraliteit en samenhang

Tenslotte is er behoefte aan meer integraliteit en aan meer samenhang als het gaat om de gezamenlijke inzet van ondernemers en gemeente in de binnenstad. Denk aan parkeren, bereikbaarheid, locatie van evenementen, transformatie (bijvoorbeeld van winkel naar wonen) en verdeling van functies (bijvoorbeeld winkels, horeca, toerisme, wonen en werken) over de straten. Die helderheid zou in de organisatie van het ondernemersfonds en samenwerking met de gemeente terug moeten komen. Op die manier wordt de bestaande gezamenlijke inzet voor een bloeiende binnenstad effectiever.

Conclusie: Allereerst moet vastgesteld moet worden hoe het huidige fonds verbeterd kan worden, naar manier van heffen, gebiedsafbakening, communicatie en besteding van de beschikbare middelen.

Het aantal winkels neemt af. De kosten nemen toe. De binnenstad is belangrijk voor de leefbaarheid van Franeker en Waadhoeke. Daarom zou onderzocht moeten worden welke mogelijkheden genoemde BIZ en OZB bijdrage bewoners (niet-woningen) bieden en welk draagvlak daarvoor is.

4. Advies en vervolg

Uit de analyse blijkt dat een actualisering van het Ondernemersfonds Franeker nodig is ten behoeve van juridische houdbaarheid, draagvlak, communicatie met en invloed door betalers van de reclamebelasting.

Op juridisch vlak zijn meerdere kwetsbaarheden geconstateerd. Uit de stakeholdersanalyse komt naar voren dat een gemeentebreed ondernemersfonds niet aan de orde is. Wel kunnen afspraken met het bedrijfsleven buiten de binnenstad worden gemaakt.

Er zijn op hoofdlijnen twee mogelijke opties voor een houdbaar ondernemersfonds, die we verderop in dit hoofdstuk nader hebben uitgewerkt. Voor beide opties geldt op het gebied van reclame-belasting dat een stichting (zoals STER) niet *per se* nodig is, maar dat dit sterk aanbevolen is en bij veel gemeenten het geval is vanwege transparantie en borging. Het Didam-arrest speelt hierin ook een rol: aanbevolen is een goed onderbouwde subsidieovereenkomst te kiezen in plaats van een uitvoeringsovereenkomst. Aanbevolen is daarnaast om een subsidieovereenkomst met een stichting te sluiten in plaats van met een vereniging.¹⁹

Voordat we de adviezen uitwerken volgt hier onder als eerste een samenvattend antwoord op de gestelde vragen.

4.1 Antwoord op de gestelde vragen

Zoals in hoofdstukken 1.4 en 1.5 beschreven staat, is kern van deze analyse:

- Hoe het fonds nu is georganiseerd op het gebied van bijdragen (drie zones).
- Draagvlak voor de huidige opzet en een verkenning van mogelijke alternatieven.
- De juridische houdbaarheid van de huidige opzet.

De uitkomst van deze analyse is antwoord op onderstaande vragen, een conclusie op basis van deze antwoorden en advies over vervolgrichtingen.

1. Welke opties zijn er allemaal voor ondernemersfondsen (BIZ, Reclamebelasting, Gemeentebreed/Leids Model, enz.)?

Antwoord (samenvatting):

- *Een vereniging, deze vereniging bestaat echter reeds en is kwetsbaar op gebied van vrijwillige deelname en contributie.*
- *Een ondernemersfonds via een bedrijveninvesteringszone (BIZ), dit vereist echter meer onderzoek naar draagvlak en het op- en voortzetten vereist iedere vijf jaar een nieuwe stemming, begroting en flinke inspanning.*

¹⁹ Vanuit het oogpunt van publieke verantwoording. Op deze manier is ook beter te voorkomen dat andere partijen onbedoeld voor dezelfde subsidie(doelen) aanvragen indienen, welke dan vervolgens weer met uitgebreide onderbouwing moet worden afgewezen.

- Een gemeentebreed fonds (Leids model), hierbij betalen echter alle eigenaren/gebruikers van niet-woningen mee, dus ook bedrijven buiten het centrum en buiten de stad. De beslissing is aan het gemeentebestuur.
- Een gemeentebreed fonds (OZB woningen), hierbij betalen alle eigenaren/gebruikers van woningen mee. Deze belastingmaatregel is echter vrij generiek van aard en de beslissing is aan het gemeentebestuur.
- Een ondernemersfonds op basis van reclamebelasting. Zie hoofdstukken 2.2 en 3.1.
- Een combinatie van diverse fondsvormen. Zie hoofdstukken 2.2 en 3.1.

2. Welke tariefstellingen zijn er mogelijk?

Antwoord (samenvatting):

Het tarief is vrij bij reclamebelasting. Tariefdifferentiatie is mogelijk bijvoorbeeld afhankelijk van het type reclame-uiting, de grootte, of duur van de aanwezigheid. Tarieven kunnen verder gebaseerd worden op bijvoorbeeld zonering (vast bedrag per zone) en/of WOZ (vastgoedwaarde). Die WOZ grondslag wordt landelijk vaak gebruikt. (Zie onder andere hoofdstuk 2.2.)

- ## **3. Moet en kan het huidige zonesysteem vastgehouden worden, of moet er een alternatief uitgewerkt worden, bijvoorbeeld een ondernemersfonds dat zich alleen tot het centrum beperkt.**

Antwoord (samenvatting):

De huidige opzet in drie zones (ABC) moet herzien worden, omdat er geen goede onderbouwing voor deze zones is. De onderbouwing waarop deze zones destijds gebaseerd zijn, is te ver verouderd. Zie onder andere hoofdstukken 2.3 en 2.4.2.

- ## **4. Hoe kan er rekening gehouden worden met de veranderingen in de positie van de centrumstraten?**

Antwoord (samenvatting):

We adviseren dit lijn te brengen met de actualisering van de binnenstadsvisie. Zie onder andere hoofdstukken 2.1 en 2.3.

- ## **5. Wat is de juridische houdbaarheid van het huidige systeem?**

Antwoord:

Zie het antwoord op vraag 3. Deze is onvoldoende, want er is onvoldoende onderbouwing.

- ## **6. Op welke manier zijn bedrijven buiten de binnenstad betrokken?**

Antwoord:

Ondernemers zijn betrokken door het verlenen van sponsoring. Dit gaat om forse bedragen, waardoor de voor evenementen beschikbare gelden naar schatting ongeveer verdubbeld worden. Zie onder andere hoofdstukken 2.4 en 3.2.

4.2 Advies en vervolgstappen

Door OVF en STER wordt aangegeven dat de onderlinge samenwerking tussen de besturen goed is, met een gedeelde ambitie voor een sterkere en aantrekkelijke binnenstad van Franeker als uitgangspunt. De samenwerking wordt daarnaast als praktisch ervaren. Er zijn ook verbeterpunten, met name met betrekking tot de juridische houdbaarheid, zonering en tarieven, in communicatie, betrokkenheid ondernemers en helderheid met betrekking tot rolverdeling. Er zijn daarnaast ook zorgen met betrekking tot de financiële slagkracht: de inkomsten nemen af, de kosten en benodigde tijd nemen toe.

Zoals aangegeven zien we bij ondernemers dat men positief is over een ondernemersfonds en de positie van de binnenstad van Franeker, maar dat er tegelijkertijd belangrijke verbeterpunten zijn. Daarbij wordt vooral gevraagd om een praktische aanpak, die past bij Franeker en de inzet van vrijwilligers.

De bovenstaande punten worden meegenomen in het advies en vervolgstappen. We schetsen hier onder twee opties, maar op papier bestaat nog een derde optie. Binnen deze derde optie ontvangt STER de gelden van de gemeente en maakt OVF een jaarplan met activiteiten dat door OVF wordt ingediend en uitgevoerd. Aangegeven is dat dit momenteel als te zwaar en complex ervaren wordt. Deze derde optie is daarom niet verder uitgewerkt.

Stap 1 – Verbeteren en actualiseren van de bestaande situatie

Met optie 1 gaan we de huidige situatie actualiseren en verbeteren zodat deze juridisch houdbaar is en tegemoetkomt aan kritiek van belastingplichtige ondernemers. Het betreft het gebied dat reclamebelastingplichtig is, de zonering, de grondslag voor de tarieven, communicatie, invloed van de belastingplichtige ondernemers, de rolverdeling van STER en OVF en het voorzitterschap en bestuur van STER. Zie ook het visuele schema na beide opties.

Stap 1: Toekomstbestendig maken huidige situatie

1. Wijzig het gebied waarop het ondernemersfonds van toepassing is zodanig dat het overeenkomt met het centrumgebied conform de nota actualisatie binnenstadsvisie uit 2023.
2. Verander de heffingsgrondslag Reclamebelasting naar een percentage van de OZB waarde van de panden. Aan te raden is om de heffing te verdelen in bijvoorbeeld drie groepen (OZB waarde hoog/midden/laag).
3. Pas de zonering aan naar een hoofdcentrummillieu (kerngebied) en een aanloop/gemengd centrummillieu (aanloopstraten), conform de binnenstadsvisie. Deze twee zones kunnen eventueel worden uitgebreid met een brede derde zone, waar bijvoorbeeld Albert Heijn en Lidl in vallen²⁰.
4. Als richtsnoer geldt een beoogd bedrag van € 100.000, met een jaarlijkse CBS (CPI) inflatiecorrectie.
5. Maak het lidmaatschap van OVF gratis voor alle bijdrage plichtige ondernemers, die automatisch lid worden van OVF, zodat communicatie eenvoudiger wordt. Spreek af dat

²⁰ Zie bijvoorbeeld de zoneringkaart van gemeente Amsterdam in de bijlage.

OVF jaarlijks twee ledenvergaderingen uitschrijft, waarbij teruggekeken wordt naar het afgelopen jaar en de plannen voor het komend jaar worden besproken.

6. Draag zorg voor een actuele OVF website, met contactgegevens, doelstellingen en waarop het jaarplan te vinden is. Stel voor ondersteuning hiervoor desgewenst bijdragen uit gelden Reclamebelasting (zie ook punt 9) beschikbaar.
7. Verduidelijk de rol van de STER als (I) 'de stichting die de trekkingsrechten van de reclamegelden beheert', en (II) in overleg met OVF het evenementen- en activiteitenprogramma opstelt in lijn met de doelstellingen van OVF. OVF nodigt de bijdrage plichtige ondernemers uit om het komende evenementenprogramma te bespreken en het uitgevoerde programma te evalueren. Dit kan in overleg met STER leiden tot bijstelling van het evenementenprogramma. Maak daarnaast heldere afspraken over dat OVF aan STER bijdragen kan vragen voor andere uitgaven naast evenementen, zoals bijvoorbeeld centrummanager, onderzoek, aankleding binnenstad of ondersteunende werkzaamheden, zoals centrummanager, website, secretariaat en dergelijke.
8. Stel binnen de OVF een commissie Ondernemersfonds in, die de stappen als genoemd in punt 9 nader uitwerkt. Dit betreft het structureren van afstemming met de STER, het maken van afspraken met betrekking van gelden die nodig zijn voor ondersteuning OVF en voor andere uitgaven die OVF eventueel wil doen in het kader van economische versterking van de binnenstad
9. We adviseren om goed te communiceren dat het STER bestuur neutraal handelt, in lijn met de doelstellingen, ook als bestuursleden (directe) belangen hebben in Franeker. Eventueel kan m.b.t. de neutrale besluitvorming een bondig handelingskader worden gemaakt.
10. Bespreek de wenselijkheid, taakomschrijving en financiering van een centrummanager, eventueel in combinatie met de aanbager vastgoed.
11. Overweeg afspraken te maken met de besturen van de samenwerkingsverbanden op de bedrijventerreinen m.b.t. ondersteuning van het ondernemersfonds binnenstad.
12. Draag zorg voor overzicht en integraliteit. Bepaal jaarlijks in de Stuurgroep Binnenstadsmanagement de gezamenlijke doelstellingen en prioriteiten met een bondige Uitvoeringsagenda Binnenstad Franeker, welke bestaat uit de inzet van STER/OVF, gemeente en CityMarketing, waarbij helder is wie welke rol heeft en wat er gaat gebeuren. Volg deze uitvoeringsagenda in de bijeenkomsten.
13. Verduidelijk de rol, communicatie richting ondernemers en inkomsten van CityMarketing, zodat er meer helderheid ontstaat wie welke rol heeft als het gaat om de economische positie en activiteiten met betrekking tot de binnenstad van Franeker
14. Overweeg een (jaarlijkse) passantentelling
15. Onderzoek de wenselijkheid om de Reclamebelasting te zijner tijd te vervangen door een BIZ, omdat dit een wettelijk instrument is, specifiek gemaakt voor een collectief ondernemersfonds met een heldere draagvlakmeting. Het biedt ook de mogelijkheid om naast ondernemers vastgoed te betrekken, zodat het binnenstadsfonds krachtiger wordt.

16. Onderzoek de haalbaarheid om op termijn een vastgoedsamenwerking te realiseren, zodat er op termijn voor de binnenstadsamenwerking naast het ondernemersfonds Franeker een vastgoedfonds Franeker kan ontstaan, dat samenwerkt met OVF en gemeente en deelneemt aan de stuurgroep Binnenstadsmanagement. Op deze manier wordt de slagkracht van en samenwerking in de binnenstad vergroot.

Stap 2 – Naar een nieuwe structuur: platformsamenwerking

De Stuurgroep is, zeker als punt 13 wordt overgenomen, al een soort platform voor de binnenstad. Dit zou versterkt kunnen worden door bewoners en cultuur / onderwijs te betrekken. Optie 2 is een eventueel vervolg op optie 1 en kan op korte of langere termijn worden uitgevoerd. Zie ook het visuele schema na beide opties.

Advies 2: Overweeg een brede platform samenwerking

Momenteel is er via de stuurgroep binnenstadsmanagement al een vorm van platformsamenwerking. In advies 1 geven we aan hoe die verbeterd zou kunnen worden via een jaarlijkse Uitvoeringsagenda Binnenstad Franeker, zodat overzicht ontstaat en de uitvoering gevolgd kan worden. Dit platform zou verder versterkt kunnen worden door bewoners (via een of twee vertegenwoordigers) te betrekken, die de doelstelling van het platform onderschrijven. Deze inwoners zijn dus geen belangenbehartigers.

Een gesignaleerd probleem is de financiële positie van het ondernemersfonds. Door het afnemende aantal ondernemers krimpt het beschikbare bedrag, terwijl de kosten en organisatie druk van activiteiten toenemen. Daarnaast is er behoefte aan andere activiteiten, zoals onderzoek, aankleding binnenstad, of ondersteuning bestuur.

Eenzijds kan dit opgelost worden door het maken van keuzes in het activiteiten programma. Welke activiteiten hebben de meeste toegevoegde waarde voor ondernemen in en de economische positie van de binnenstad? Welke zouden kunnen vervallen of waar kan bezuinigd worden? Zie hiervoor ook punt 9 van advies 1.

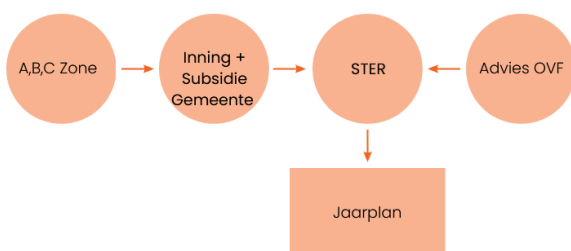
Daarnaast is een goed functionerende en gezellige binnenstad van belang voor de gehele bevolking van Waadhoeke, en ook voor de lokale economie. Wonen in Waadhoeke is aantrekkelijker en waardevoller met een fijne binnenstad. Daardoor is de gemeente ook aantrekkelijker voor bijvoorbeeld het aantrekken van huisartsen, werknemers voor in het onderwijs en de zorg of bedrijfsleven.

Om die reden kan het positief zijn als ook een of twee vertegenwoordigers vanuit de bevolking maar ook vanuit cultuur bij binnenstad betrokken zijn. Een stap verder is om van die groepen ook een bijdrage te vragen.

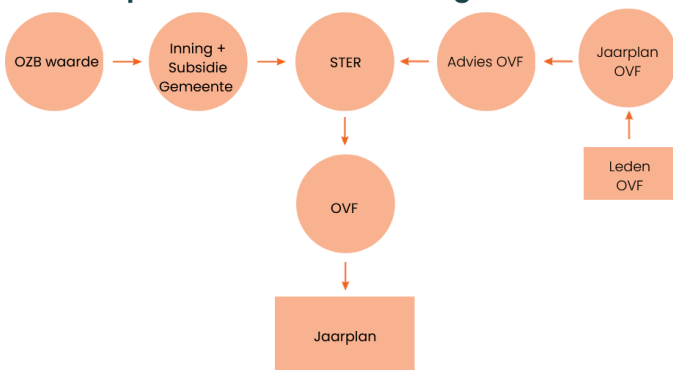
Deze brede platform samenwerking kan worden gevoed vanuit een zogenoemd ABC-fonds. Hiermee wordt bedoeld: Algemeen Belang Centrum Fonds. Dit fonds maakt gebruik van een geringe gemeente brede OZB-opslag voor woningen. Zie verder hoofdstuk 3.1 Aan het platform kunnen naast inwoners toegevoegd worden cultuur, onderwijs, vertegenwoordiger bedrijven.

Ondernemersfonds ja, maar beter

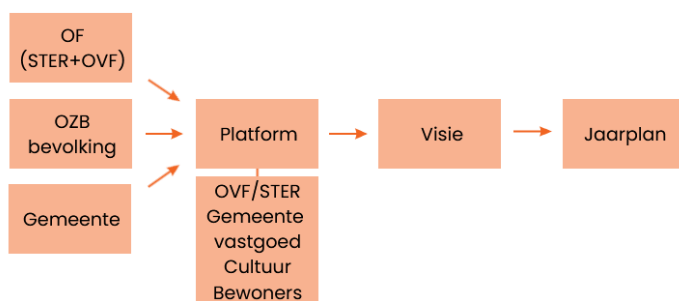
Huidige situatie



Advies optie 1: Verbeteren huidige model



Advies optie 2: Overweeg Platformsamenwerking



Bijlage

Bijlage 1. Demografische gegevens Waadhoeke

Waadhoeke telt 46.856 inwoners, verspreid over 41 kernen.

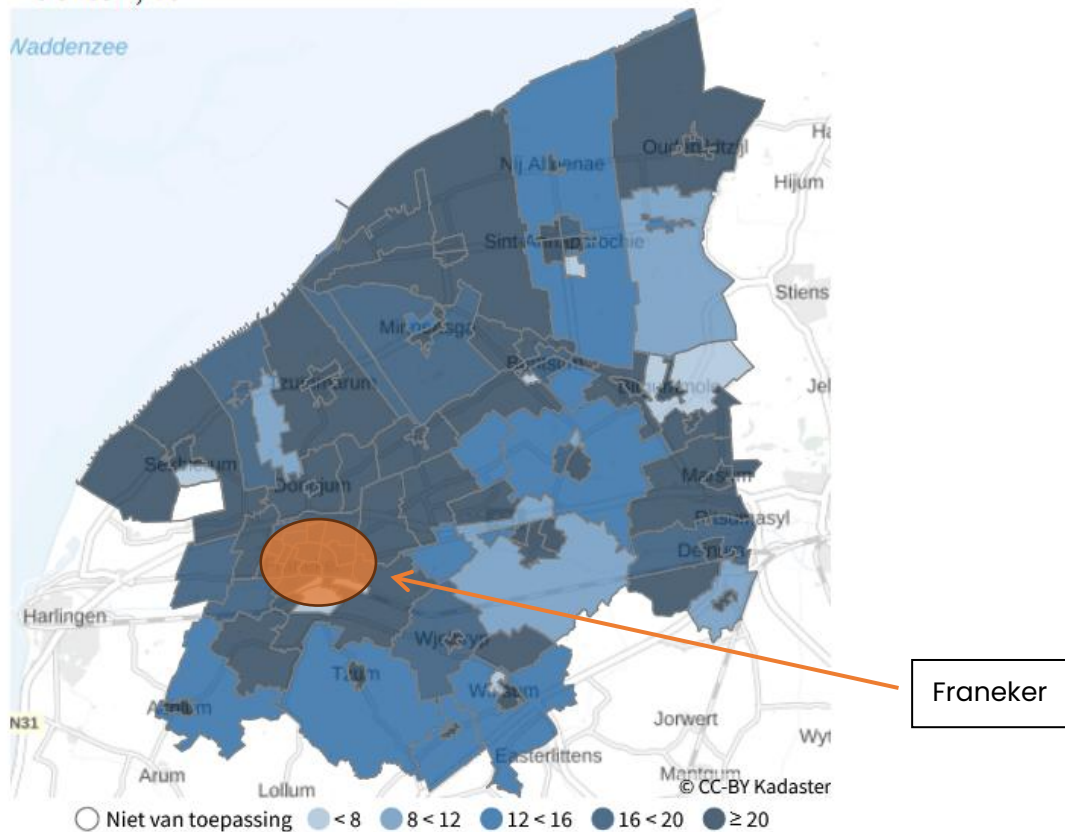
De kernen met het aantal inwoners (per 1 januari 2025) vind je hieronder:

- Achlum: 572
- Baaium: 113
- Berltsum: 2.693
- Bitgum: 749
- Bitgummole: 911
- Blessum: 77
- Boer: 47
- Boksum: 393
- Deinum: 1.029
- Dongjum: 371
- Dronryp: 3.330
- Firdgum: 65
- Franeker: 13.080
- Herbaijum: 316
- Hitzum: 221
- Ingelum: 361
- Klooster Lidlum: 39
- Marsum: 1.038
- Menaam: 2.823
- Minnertsga: 1.812
- Nij Altoenae: 319
- Oosterbierum: 546
- Oudebildtzijl: 943
- Peins: 255
- Pietersbierum: 145
- Ried: 416
- Schalsum: 132
- Sexbierum: 1.749
- Skingen: 108
- Slappeterp: 78
- Spannum: 259
- St.-Annaparochie: 4.911
- St.-Jacobiparochie: 1.648
- Tzum: 1.115
- Tzummarum: 1.398
- Vrouwenparochie: 705
- Westhoek: 250
- Wier: 189
- Winsum: 1.079
- Wjelsryp: 447
- Zweins: 124

Bijlage 2A. Bevolkingsgroei en leeftijd gemeente Waadhoeke

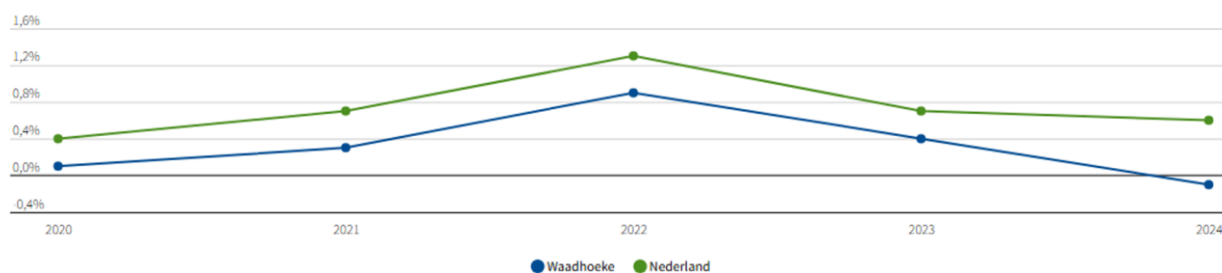
Bevolking 65 jaar en ouder

Buurt, %



CBS/ABF | 2023

Bevolkingsgroei



CBS | 2020 - 2024

Bijlage 2B. Besteedbaar inkomen, verkooppunten en autobezit

Besteedbaar inkomen per huishouden

x €1.000

50,8 *

Waadhoeke

55,0 *

Nederland

CBS | 2023 | *Voorlopig

Verkooppunten per 1.000 inwoners

per 1.000 inwoners

Waadhoeke



Nederland



Personenauto's (a)

per 1.000 inwoners

533,0

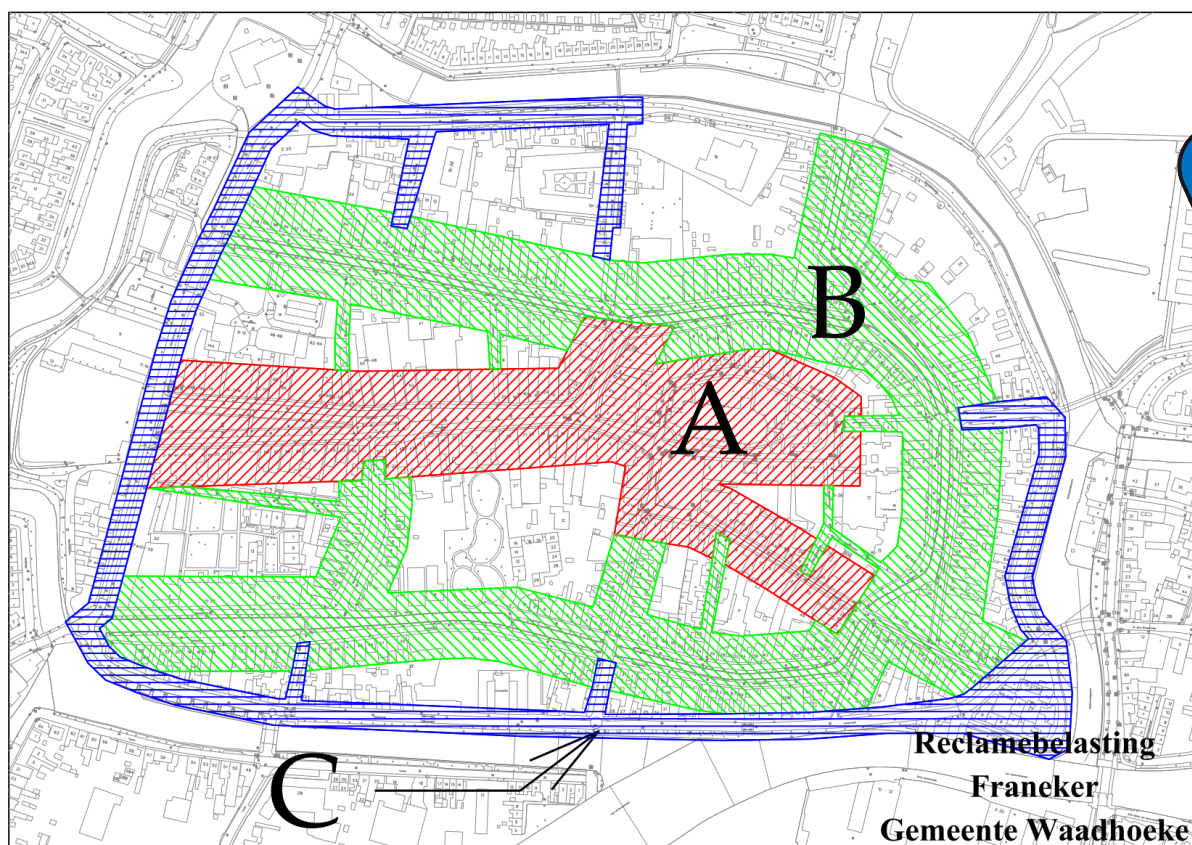
Waadhoeke

500,6

Nederland

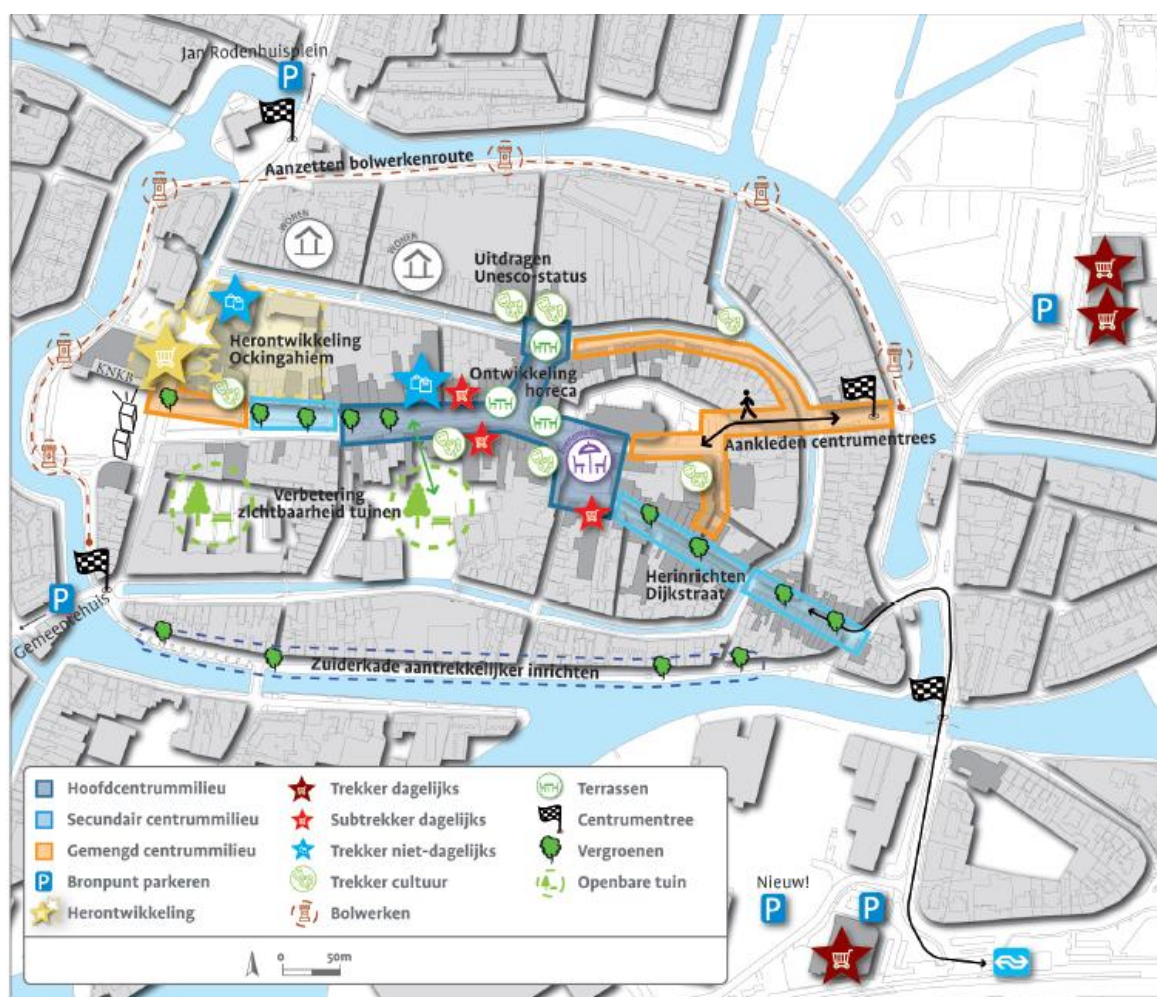
CBS | 2023

Bijlage 3. Zonering reclamebelasting (2011)

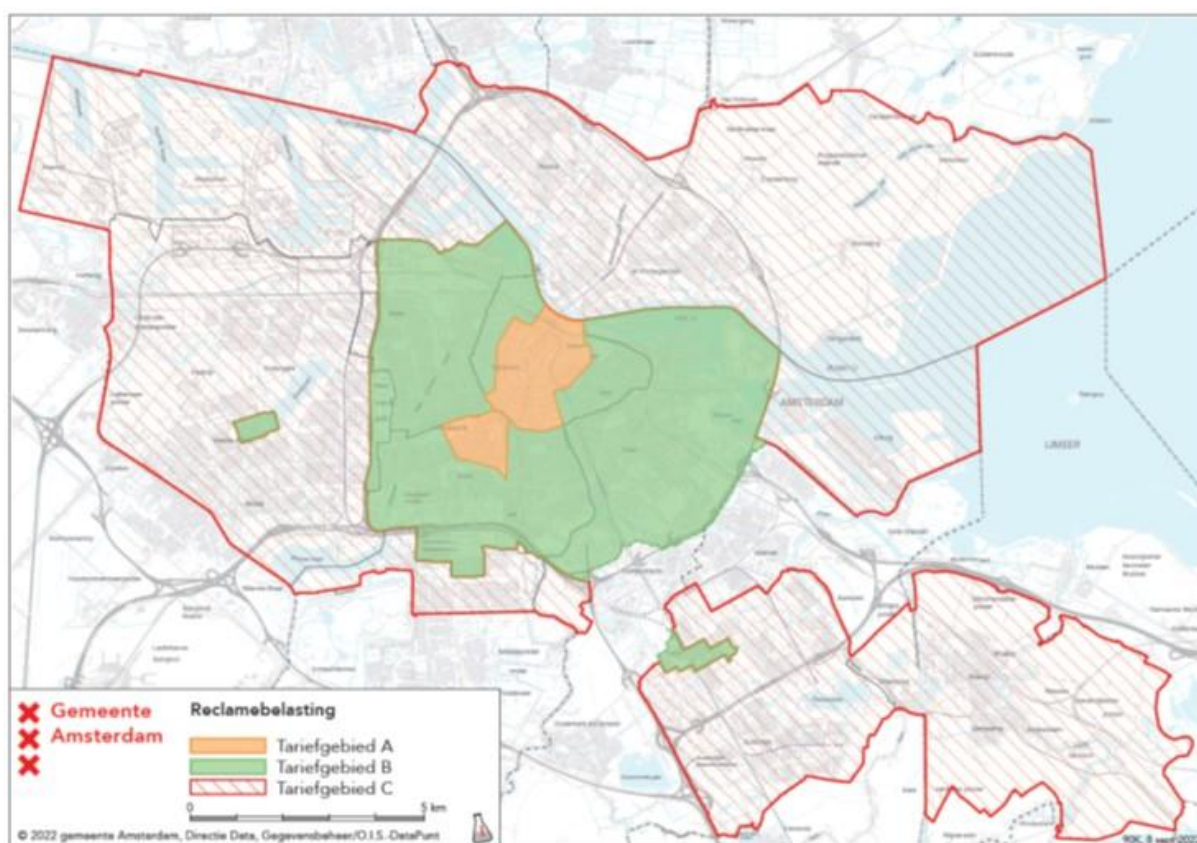


Blauwe pin = Albert Heijn en Lidl (gelegen buiten centrum en huidige zones)

Bijlage 4. Centrumkaart binnenstadsvisie (DTNP 2023)



Bijlage 5. Zonering reclamebelasting gemeente Amsterdam.



Bijlage 6. Typen ondernemersfondsen

Fondsvormen: dóór en vóór ondernemers!				
	Contributie (1)	Reclamebelasting (2)	BIZ (3)	Ondernemersfonds (4) volgens Leids model
Wijze van innen	Vrijwillige basis, tarieven	Belasting op reclame uiting (tariefklassen)	Wet op BedrijvenInvesterings Zones: Opslag op basis van WOZ waarde van vastgoed	Fonds op basis vast bedrag - per €100.000 als opslag WOZ waarde pand (Leids model)
Waar/locatie	Netwerklubs (gemeente breed of regio). Gebiedsgericht, vaak bedrijventerreinen en winkelgebieden.	Gebiedsgericht/aan een sluitend: centrumgebied of winkelgebieden, soms bedrijventerreinen	Gebiedsgericht/aan een sluitend, bedrijventerreinen en centrumgebieden	Gemeente dekkend, trekkingsgebieden
Bestissings-bevoegdheid	Bedrijven zelf	Gemeenteraad	Voorgeschreven draagvlakmeting, gemeenteraad stelt vast	Gemeenteraad
Wie	Iedereen die lid wil worden	Iedereen die reclame uitingen heeft, zichtbaar vanuit openbare ruimte.	Iedereen binnen het gebied. Kan gekozen worden voor eigenaren, gebruikers of combinatie Fonds wordt beheerd door ondernemers zelf (d.m.v. BIZ stichting)	Via zakelijke eigenaren niet woningen. Fonds wordt beheerd door ondernemers zelf (stichting)
Veel voorkomende activiteiten	Netwerk, collectieve vertegenwoordiging, lampjes met kerst, beperkt in OR (bewegwijzering, beveiliging)	Promotie en marketing, soms ook bredere collectieve projecten.	Schoon, heel, veilig, plus gebiedsgerichte opgaven - parkmanagement, centrummanagement	Complexe opgaven en transities, vestigingsklimaat, arbeidsmarkt, crossovers, projecten
Opmerkingen	Lichtste vorm, free-riders	Geen eigenaren Voor ondernemers. Vereist herijkingen, met name in centra.	Wettelijk vastgelegd, relatief complex, 5 jaar draagvlakmeting 50% benodigde stemmen 66,66% voor	Onderwijs en zorg kan worden meegenomen (dus ook gemeentelijke panden) Geen benodigd aantal (voor) stemmen. Advies: wel draagvlak. Opzetten en beheer = relatief complex.

Bijlage 7. Alternatieve berekening en combinaties OZB

Vergelijking OZB-scenario's extra €100.000

Scenario	Verdeling extra €100.000	% tariefstijging	Gem. lastenstijging woning	Gem. lastenstijging eigenaar niet- woning	Gem. lastenstijging gebruiker niet- woning	Tariefstijging/OZB opslag per €100.000 WOZ
1	Alleen woningen	1,53%	+€6,87	-	-	€1,83 / - / -
2	Alleen eigenaar niet- woning	1,31%	-	+€37,06	-	- / €13,11 / -
3	Alleen eigenaar + gebruiker niet- woning	3,47%	-	+€24,34	+€14,37	- / €5,08 / €5,84
4	Alleen eigenaren (woning + niet- woning)	1,18%	+€3,63	+€8,26	-	€1,40 / €2,92 / -
5	Eigenaar + gebruiker + woningen	1,06%	+€3,24	+€7,37	+€4,41	€1,25 / €2,61 / €1,80

Soort	Aantal belastingplichtigen	Totale WOZ-waarde	Gemiddelde WOZ-waarde per object
Woning (eigenaar)	21.416	€5.536.098.000	€258.567
Eigenaar niet-woning	2.699	€763.135.000	€282.747
Gebruiker niet-woning	2.426	€596.382.000	€245.736

Bijlage 8. Interviews/gesprekken

Doel gesprekken

- Onderzoek te doen naar hoe het fonds nu werkt;
- Alternatieven te verkennen, zoals andere vormen van financiering
- Advies te geven over wat het beste past bij de lokale situatie.

Interviewformat en vragen (indicatief)

1. Wat vind je van een ondernemersfonds, waaraan alle ondernemers in de binnenstad bijdragen, in het algemeen?
2. De plussen en de minnen van de binnenstad van Franeker?
3. Ben je lid van de ondernemersvereniging?
4. Hoe goed ben je op de hoogte van het ondernemersfonds in Franeker doet?
5. Wat zijn de positieve punten van het ondernemersfonds in Franeker?
6. Welke verbeteringen zou je graag zien?
7. Heb je aanvullende opmerkingen of suggesties?

Geïnterviewden

Gemeente Waadhoeke

- Wethouders en ambtenaren van afdelingen economie en heffingen

Ondernemers

- Frony Mulder, Mulder Keukens
- Max Siesling, Bakkerij Siesling
- Hammie Kamsma, Kamsma Schoenen
- Stuurgroep Binnenstadsmanagement
- Pieter van Dijk, horeca/de Doelen, voorzitter STER
- Gert Kuipers en Tjeerd van der Meulen (OVF)
- Julie Albertsma, Just Julie
- Dhr. Souverein, Wijnwinkel Souverein
- Gina en Jaap van der Zee, Stadidee
- Douwe Mollema, Mollema Muziek
- Lionel Baks, Welgeschikt, Leeuwarderend
- Hilde Dijkstra, PM Mannenmode
- Tjeerd van der Meulen en Gert Kuipers, OVF
- Perry van Zon, Le Bamboe
- Wilfred Lodewijks, Lodewijk Herenmode
- Jessie Aronds, Anita van den Goor, Jeans Centre
- Daan Lunter, Etos
- Manfred Veltman, Freestyle
- Ruurd Toren, Hema
- Feite Westra, Westra buitenwerk
- Jacob Haarsma, Bouwbedrijf Haarsma
- Klaas Holst Meijer, Expert Meijer Groep
- Bert Meijering, oud-ondernemer Blokker