

# BIZ EGMOND AAN ZEE PLAN VAN AANPAK 2026-2030

---



## Inhoud

HOOFDSTUK 1 INLEIDING.....	4
1.1 Aanleiding en ambitie.....	4
1.2 Organisatiestructuur.....	4
HOOFDSTUK 2 BEDRIJFSINVESTERINGSZONE.....	6
2.1 Wat is een BIZ?.....	6
2.2 Voordelen van een BIZ.....	6
2.3 Rol van de gemeente.....	6
2.4 Rol van de BIZ.....	7
2.6 Definitie van bijdrage plichtige.....	8
2.7 Termijn.....	8
HOOFDSTUK 3 BIZ EGMOND AAN ZEE.....	9
3.1 Gebiedsafbakening.....	9
3.2 Doelgroepen.....	9
3.3 Doelstellingen BIZ 2026-2030.....	10
3.4 Focuspunten BIZ 2026-2030.....	10
3.3.A Toekomstbestendig toerisme.....	11
3.3.B Verbreding seizoen.....	11
3.3.C Verzamel data over de (gewenste) bezoeker.....	11
3.3.D. Meer focus op een sociale ontmoetingsplek.....	12
3.3.E Communicatie en betrokkenheid.....	12
3.3.F Professionele lobby (i.s.m andere BIZZEN).....	13
3.3.G Aantrekkelijke plek voor werknemers.....	14
HOOFDSTUK 4 ACTIVITEITEN.....	15
4.1 Activiteiten.....	15
4.2.A Openbare ruimte en samenwerking.....	16
4.2.B Promotie en Communicatie.....	18
4.3.C Evenementen en gastvrijheid.....	19
4.3.D Zomerbraderie.....	21
HOOFDSTUK 5 BEGROTING.....	22
5.1 Inkomsten.....	22
5.2. Uitgaven.....	22
5.3 Vijfjaren begroting BIZ Egmond 2026-2030.....	23

BIJLAGEN .....25

## HOOFDSTUK 1 INLEIDING

### 1.1 Aanleiding en ambitie

Met als doel het versterken van de eenheid in het gebied, naast de wil om te werken aan de thema's economische ontwikkeling, schoon, heel en veilig en het verder versterken van het ondernemers-, bewoners- en bezoekersklimaat, heeft de vereniging Egmond Actief in 2019 samen met een aantal Egmondse ondernemers het initiatief genomen om een BIZ op te richten. Na een positieve informele draagvlakmeeting heeft de gemeente Bergen een formele draagvlakmeeting uitgevoerd. Na de positieve is de BIZ Egmond aan Zee per 1 januari 2020 opgericht. .

Het huidige bestuur van de BIZ Egmond aan Zee heeft in overleg met de gemeente Bergen het initiatief genomen om de huidige Bedrijfsinvesteringszone (BIZ) voor vijf jaar te verlengen.

De BIZ Egmond aan Zee heeft voor de periode 2026-2030 nieuw activiteitenplan opgesteld dat inspelt op de veranderende behoeften van zowel ondernemers als bezoekers. Waar eerdere plannen sterk gericht waren op het aantrekken van meer toeristen en het stimuleren van economische groei, legt dit plan een grotere nadruk op duurzaam toerisme, seizoensverbreding, en de kwaliteit van de leefomgeving. Deze nieuwe koers is in lijn met de wens om de regio aantrekkelijk en leefbaar te houden voor zowel bewoners als bezoekers.

### 1.2 Organisatiestructuur

Opdrachtgever voor de uitvoering van de verlengde BIZ is de BIZ vereniging Egmond aan Zee. De vereniging heeft momenteel 8 bestuursleden. Daarnaast worden zij zeer actief bijgestaan door een door de gemeente Bergen aangestelde centrummanager en gebiedsregisseur.

Voorzitter:	Bart Valkering	Nautilus aan Zee
Secretaris:	Wesley Ter Heege	Brass Kaatje
Penningmeester:	Alice Reemst	Café de Werf
Bestuursleden:	Sandy Dekker	Bike shop Egmond
	Rene de Heer	Zeelui
	Mylene van de Boogaart	Scrab4life
	Jorgen van Amstel	Noten&Kaas winckeltje
Centrum Manager:	Joost Botman	
Gebiedsregisseur	Nicole Zwartele	

Het bestuur heeft de taak op zich genomen een BIZ meerjarenplan inclusief begroting op te stellen voor de nieuwe BIZ periode 2026-2030.

Bij de opzet van de eerste BIZ periode (2020-2025) hebben de initiatiefnemers besloten om de BIZ als vereniging op te richten welke de operationele uitvoering en communicatie rondom de BIZ activiteiten en belangen delegeert aan de ondernemers van Egmond aan Zee. In de afgelopen jaren is dit niet effectief gebleken (ondernemers zijn niet automatisch lid, stemmen alle leden). Voor de nieuwe periode zullen de ondernemers in stemming ook gevraagd worden akkoord te gaan met de omzetting van vereniging naar een stichting.

Het bestuur van de BIZ Egmond aan Zee houdt zich naast het uitvoeren van het BIZ actieplan ook bezig met:

- Bestuursvergaderingen (conform de statuten)
- Opstellen jaarverslagen en jaar actieplannen
- Organiseren ondernemersbijeenkomsten en brainstormsessies
- Overleg met stakeholders (*Gemeente Bergen, Dorpsverenigingen, BIZ Schoorl, BIZ Egmond, Organisatoren evenementen Egmond aan Zee, Sinterklaasorganisatie, Koningsdagorganisatie, Marketingorganisatie Hart van Noord-Holland, etc.*)
- Uitgaven van nieuwsbrief
- Organiseren zomerbraderie
- Uitvoering geven aan promotieplan

## HOOFDSTUK 2 BEDRIJFSINVESTERINGSZONE

### 2.1 Wat is een BIZ?

Gemeenten hebben per januari 2015 met de Wet op de Bedrijveninvesteringszone (Wet BIZ) de bevoegdheid om een gebied aan te wijzen waarbinnen een bestemmingsheffing (de BIZ-bijdrage) mag worden geheven ter financiering van, door de ondernemers, gewenste extra voorzieningen.

De BIZ-bijdrage strekt ter bestrijding van de kosten binnen de BIZ zone die verbonden zijn aan activiteiten welke voortkomen uit de doelstellingen van de BIZ. Deze zone is een afgebakend gebied en de activiteiten c.q. extra voorzieningen komen boven op het basisvoorzieningenniveau van de gemeente.

Deze activiteiten c.q. extra voorzieningen moeten zowel het gezamenlijk als het algemene belang van de ondernemers dienen waarbij, via stemming in het bestuur, een meerderheid in het bestuur is vereist. Bestuursleden overleggen voor een stemming mondeling, via de ondernemersapp of op andere wijze met betrokken ondernemers zodat hun stem tijdens een bestuursvergadering een weerspiegeling is van de mening van hun achterban. (*retail, accommodatie, horeca, overige*)

### 2.2 Voordelen van een BIZ

Collectieve investeringen van ondernemers in hun bedrijfsomgeving komen makkelijker van de grond en de lasten kunnen evenwichtiger worden verdeeld doordat alle ondernemers in het gebied meebetalen.

Er kunnen (via de uitvoeringsovereenkomst) duidelijke afspraken worden gemaakt tussen ondernemers en de gemeente over elkaars verantwoordelijkheden en wie waarin investeert in het gebied.

Ondernemers kunnen zich makkelijker organiseren, wat hun onderhandelingskracht richting de gemeente vergroot. De gemeente krijgt een duidelijk aanspreekpunt waar men afspraken mee kan maken. Veel maatregelen zijn collectief goedkoper en effectiever te nemen dan individueel.

Een BIZ levert een positieve bijdrage aan het lokale leefklimaat, iets waar ondernemers en gemeente beiden een belang bij hebben.

### 2.3 Rol van de gemeente

Wanneer het BIZ bestuur denkt voldoende draagvlak onder de ondernemers te hebben maken zij met de gemeente, namens alle ondernemers, afspraken over de uitvoering van het plan en de verplichtingen van tussen de BIZ en de gemeente Bergen. Dit is de zogenaamde uitvoeringsovereenkomst.

De gemeente voert na het vaststellen door de gemeenteraad van de verordening een draagvlakmeting uit zoals bedoeld in artikel 4 lid 1 van de Wet om te onderzoeken of er voldoende steun bestaat onder de bijdrage plichtige. Daaropvolgend organiseert de gemeente een draagvlakmeting onder alle ondernemers. Als deze positief uitvalt, dan kan de BIZ doorgang vinden.

Ten behoeve van een goede uitgangspositie voor het onderhoud van openbare ruimte verplicht de gemeente Bergen zich om tijdens de duur van de overeenkomst de kwaliteit van het onderhoud en schoonhouden minimaal te handhaven op het niveau dat verplicht is op grond van de WetNamens de ondernemers int de gemeente vervolgens een heffing, de BIZ-bijdrage. Zo ontstaat er een budget voor investeringen in het gebied. Conform artikel 2 lid 6 mag de BIZ tarief worden bepaald op een voor alle gebruikers, alle eigenaren of voor alle bijdrageplichtige gelijk bedrag.

De BIZ bijdrage voor 2026 is vastgesteld op € 365 per bijdrage plichtige. Op deze bijdrage zal ieder volgend loopjaar 5% indexering worden doorberekend (2027-2030).

De gemeente betaald de BIZ subsidie in twee voorschottermijnen, namelijk:

- Voor 1 februari van het kalenderjaar 90% van de begrote subsidie
- Voor 1 oktober van het kalenderjaar het restant van de subsidie

Daarnaast moedigt de BIZ bijdrageplichtigen welke jaarlijks meer profijt halen uit activiteiten welke door de BIZ worden uitgevoerd of welke de BIZ een warm hart toedragen op vrijwillige basis jaarlijks extra bij te dragen.

## **2.4 Rol van de BIZ**

De BIZ dient jaarlijks voor 1 november van het kalenderjaar voorafgaand aan het betreffende subsidiejaar, schriftelijk een subsidieaanvraag te doe bij het collega.

De subsidieaanvraag bevat een begroting en activiteitenplan. In de activiteitenplan geeft de BIZ aan welke activiteiten zij voornemens zijn uit te voeren, die zijn gericht op openbare ruimte en op het internet, het bevorderen van leefbaarheid of veiligheid in de BIZ of de ruimtelijk kwaliteit of de economische ontwikkeling van de BIZ, zoals beschreven in artikel 1 van de Wet.

De overeenkomst laat onverlet dat de BIZ ook andere subsidies of giften kan ontvangen om haar doelstellingen te bereiken. Indien hiervan sprake is, dient de BIZ zulks in haar verantwoording transparant te maken.

Uiterlijk 30 september van het kalenderjaar volgend op het subsidiejaar brengt de BIZ een financieel en inhoudelijk verslag uit aan het collega van de door haar gerealiseerde activiteiten.

De BIZ zorgt er ook voor dat er jaarlijks op de algemene ledenvergadering (ALV) een begroting wordt vastgesteld voor de uitvoering van activiteiten in het daaropvolgende jaar.

De BIZ legt op de ALV rekening en verantwoording af over de uitgaven voor de uitvoering van activiteiten van voorgaande jaar.

## **2.6 Definitie van bijdrage plichtige**

In het kader van de financiering van de activiteiten in het BIZ-gebied moet worden bepaald wie van de betrokken ondernemers moet bijdragen in de kosten van de BIZ. Daarbij wordt gekeken naar een direct verband tussen de aangewezen categorie en het belang dat deze categorie heeft bij de voorgestelde gezamenlijke activiteiten in de openbare ruimte.

Voor het verlengen van de BIZ is besloten om, net als in de huidige BIZ, te kiezen voor de gebruikers én/of eigenaren van de niet-woningen in het gebied als bijdrageplichtige groepen.

Onder eigenaren worden, voor toepassing van de BIZ wet, degenen verstaan die bij het begin van het kalenderjaar van in de Bedrijveninvesteringszone gelegen onroerende zaken het genot hebben krachtens eigendom bezit, beperkt recht of persoonlijke gebruik heeft.

Onder gebruikers worden, voor toepassing van de BIZ wet, degenen verstaan degenen die bij het begin van het kalenderjaar in de bedrijveninvesteringszone gelegen onroerende zaken al dan niet krachtens eigendom, bezit, beperkt recht of persoonlijk recht gebruik heeft.

Bij leegstand wordt de BIZ-bijdrage geheven van degene die van die zaak het genot krachtens eigendom, bezit of beperkt recht heeft, met andere woorden de eigenaar.

## **2.7 Termijn**

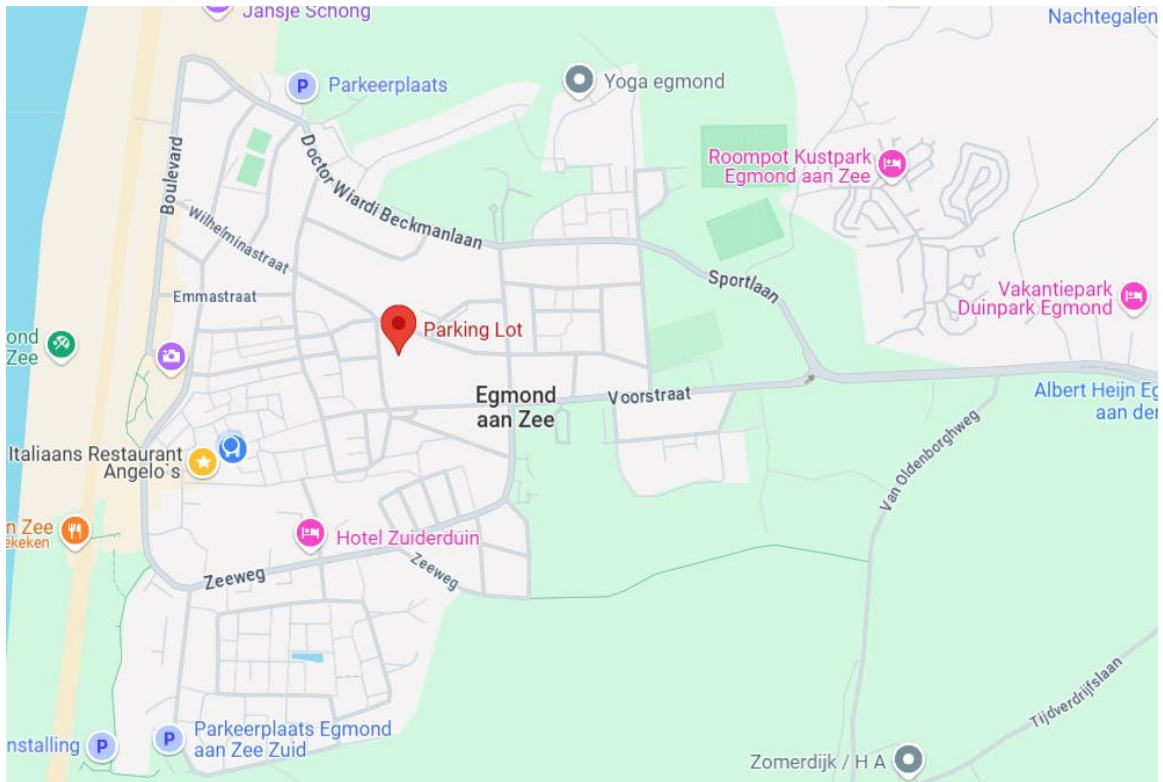
De BIZ kan zoals vermeld worden opgericht voor een periode van maximaal 5 jaar. In dit geval is er door de BIZ gekozen voor een nieuwe termijn van 5 jaar.



## HOOFDSTUK 3 BIZ EGMOND AAN ZEE

### 3.1 Gebiedsafbakening

Bijdrageplichtigen zijn alle ondernemers werkzaam in een onroerende zaak gekarakteriseerd als niet- woning, vallend binnen de BIZ. Bij leegstand van het WOZ object is de eigenaar de bijdrageplichtige.



### 3.2 Doelgroepen

In het winkelgebied Egmond aan Zee zijn de volgende doelgroepen terug te vinden:

- Retail
- Accommodaties
- Horeca
- Overige (dienstverlenende bedrijven (makelaars, verzekeringen, praktijkruimten))

### 3.3 Doelstellingen BIZ 2026-2030

Met het verlengen van de BIZ Egmond aan zee wil het bestuur alle investeringen en resultaten van de huidige BIZ periode in stand houden en waar nodig verbeteren. Daarnaast zijn er voor de periode 2026-2030 nieuwe doelstelling uitgewerkt.

- **Vergroten betrokkenheid ondernemers**
  - 50 BIZ betalende ondernemers aanwezig op jaarvergadering
  - 8 BIZ betalende ondernemers nemen zitting in bestuur
- **Het versterken van het Egmondse ondernemersklimaat**
  - Egmond aantrekkelijker maken voor werknemers (Promotie, OV, Wonen)
  - Sterk centrum op peil houden
- **Inspelen op het alsmaar bredere seizoen**
- **Professionalisering van de evenementen**
  - Vanuit BIZ ondersteunen van Visserijdag, Koningsdag, Braderie,
  - Enthousiasmeren, ondersteunen (organisatorisch en financieel) inwoners en ondernemers voor organiseren evenementen
- **Bevorderen van betaalbare mobiliteit**
- **Professionele promotie van Egmond aan Zee**
  - Intensieve samenwerking met Alkmaar marketing
  - Vaststellen marketingbudget minimaal 15000 euro
- **Een schoon, heel en veilig Egmond aan Zee**
  - Stimuleren meldingen via FIXI
  - Tweejaarlijks overleg op gemeentehuis
  - (Verspreiden van drukwerk inzake pixi onder alle ondernemers en dit ook aanbieden als er ondernemers bijkomen/een zaak overnemen). Website Biz??
  - Verbreden cameratoezicht (extra veiligheid, beter overzicht ook voor KNRM). Plaatsen van meer Webcams??
- **Gesprekspartner van de gemeente en andere stakeholders op verschillende beleidsterreinen, denk aan parkeerbeleid, openbare verlichting, bestemmingsplannen, afvalbeleid.**
  - Minimaal 4 maal per jaar bijeenkomst BIZ voorzitters
  - Minimaal 2 maal per jaar bijeenkomst burgemeester, politie
  - Minimaal 2 maal per jaar in gesprek met raadsleden
  - Vanuit voorzitters inspreken bij gemeenten op belangrijke vergaderingen

### 3.4 Focuspunten BIZ 2026-2030

- A Toekomstbestendig toerisme
- B Verbreding seizoen
- C Verzamel data over de (gewenste) bezoeker
- D Meer focus op de sociale ontmoetingsplek
- E Communicatie en betrokkenheid
- F Professionele lobby (i.s.m andere BIZZEN)
- G Aantrekkelijke plek voor werknemers

### 3.3.A Toekomstbestendig toerisme

Het behouden en versterken van de aantrekkelijkheid van de regio is cruciaal voor de ondernemers in Egmond aan Zee. Dit moet echter gepaard gaan met een zorgvuldige afweging van de impact van toerisme op de leefomgeving. De doelstelling om meer toeristen naar het gebied te trekken moet worden uitgebalanceerd met de draagkracht van de lokale gemeenschap en de natuurlijke omgeving. De nadruk ligt nu op het aantrekken van bezoekers die passen bij de kwaliteiten en identiteit van de regio.

De belangrijkste aandachtspunten hierbij zijn:

- Hoe kunnen we meer profiteren van de bezoekers in ons gebied?
- Hoe kunnen we de negatieve effecten van toerisme minimaliseren?
- Hoe kunnen we ervoor zorgen dat bewoners en reeds aanwezige gasten meer besteden bij lokale ondernemers?
- Hoe zorgen we ervoor dat toerisme dienend blijft aan de omgeving en vice versa?
- Hoe kunnen we door middel van toerisme de faciliteiten en het voorzieningsniveau in stand houden?
- Wie is onze bezoeker en sluit ons huidige aanbod daarop aan?
- Hoe behouden we de charme, unieke identiteit en kleinschaligheid van Egmond aan Zee?

Kortom; Houd Egmond aan Zee uniek, leefbaar en vitaal: benut de kracht van elk dorp en zorg dat het geen last ondervindt van haar bezoekers.

### 3.3.B Verbreding seizoen

De regio zet in op seizoensverbreding en spreiding. De BIZ ziet ook kansen in het voor en naseizoen. Naast dat het toerisme de komende jaren volgens verwachting gaat groeien, is het voor de bedrijfsvoering veel interessanter om een stabielere omzet gedurende het hele jaar te realiseren. We willen Egmond aan Zee nog aantrekkelijker maken in de laagseizoenen.

Belangrijke vragen hierbij zijn:

- Hoe kunnen we het aanbod beter laten aansluiten op de veranderende vraag?
- Welke evenementen en activiteiten kunnen het laagseizoen aantrekkelijker maken?
- Welke 'all wheater' accommodatie sluit aan op de wensen van de bezoeker en bewoner?

### 3.3.C Verzamel data over de (gewenste) bezoeker

Om de juiste bezoekers aan te trekken, is het essentieel om meer inzicht te krijgen in hun profiel, gedrag en behoeften. Dit vereist het verzamelen van data uit verschillende bronnen en het analyseren van trends in bezoekersgedrag. Met deze gegevens kunnen we het aanbod beter afstemmen op de wensen van onze doelgroepen en zorgen voor een gerichte marketingstrategie.

Kernvragen hierbij zijn:

- Wie is onze bezoeker en wat zoekt hij of zij op welk moment?
- Wat geeft onze bezoeker uit aan wat?
- Waar komt onze bezoeker vandaan?
- Wat zijn sterke punten van Egmond aan Zee en wat zijn zwakke punten?
- Hoe kunnen we doelgroepen zoals jonge stellen aantrekken en behouden?
- Wat doen we om bezoekers te binden en hoe toegankelijk is de informatie over onze regio?

Met behulp van deze data weten wij (marketing, ondernemers en gemeente) waar we op in moeten zetten om Egmond aan Zee aantrekkelijk te houden, dan wel nog aantrekkelijker te maken.

### **3.3.D. Meer focus op een sociale ontmoetingsplek**

De openbare ruimte van Egmond aan Zee moet meer dan ooit ingericht worden als een plek om te verblijven, te ontmoeten en te ontspannen. Waar voorheen de nadruk lag op winkelen en horeca, zou de focus op het creëren van sociale ontmoetingsplekken die bijdragen aan een aangename en gastvrije sfeer moeten liggen. Dit vraagt om een herinrichting van de openbare ruimte met aandacht voor groen, verblijfskwaliteit en multifunctionele voorzieningen.

Belangrijke overwegingen hierbij zijn:

- Hoe kunnen we de openbare ruimte aantrekkelijker maken als verblijfsgebied?
- Welke functies passen bij de nieuwe rol van de kernen als sociale ontmoetingsplek?
- Hoe zorgen we ervoor dat deze transformatie bijdraagt aan de leefbaarheid en vitaliteit van de dorpen?
- Waar hebben bewoners en bezoekers behoefte aan?
- Waar kunnen we in het centrum of aan de boulevard een geschikte plek vinden voor een speeltuin oid voor kinderen? Want Egmond aan Zee richt zich op gezinnen, maar behalve het strand is er te weinig vertier voor de kinderen.
- Hoe zorgen we ervoor dat het centrum veiliger worden?
- Hoe kunnen we beter samen optrekken met bewoners en gemeente?
- Laad en Losplekken onder de loep nemen, verkeersveiligheid op Boulevard Noord heroverwegen.

### **3.3.E Communicatie en betrokkenheid**

Het is een gigantische uitdaging om goede communicatielijnen tussen elkaar, gemeente, andere BIZZEN, belangengroepen en bewoners te bewerkstelligen. Het uitsturen van een maandelijkse nieuwsbrief en een Whats appgroep is niet genoeg.

Er moet gekeken worden naar goed georganiseerde periodiek overleg tussen ondernemers en verschillende organisaties, personen en belangengroepen. Omdat het onmogelijk en ook onwenselijk is om dat bij 1 persoon neer te leggen, moet dat op een andere manier georganiseerd worden.

### **De inzet van de centrummanager en gebiedsregisseur zijn bij dit proces cruciaal.**

De betrokkenheid van de ondernemers onderling en met andere stakeholders te vergroten voor de activiteiten van de BIZ is belangrijk. Een van de hoofddoelen blijft hierbij het creëren van gemeenschapsgevoel. Wat maakt ons als BIZ speciaal en hoe kunnen we minder betrokken ondernemers en stakeholders aanmoedigen om hun band met elkaar en de BIZ te verdiepen.

Om dit te bewerkstelligen is het van belang dat ze op de hoogte zijn van alle voordelen. Dit doen we doormiddel van communicatie in de ondernemersapp en door het versturen van nieuwsbrieven. Hierin is verbetering mogelijk. Effectieve communicatie is hierin een focuspunt. Het openlijk delen van doelen, nieuws, successen etc.

Daarnaast is het belangrijk dat er vertrouwen opgebouwd wordt tussen BIZ en bijdrage plichtige en alle ondernemers onderling.

Betrokkenheid is kwalitatief maar dat betekent niet dat het onmogelijk is om te meten. In de jaren voor ons blijven we door middel van enquetes, persoonlijke gesprekken, opkomstpercentages op bijeenkomsten ondernemersbetrokkenheid meten.

### **3.3.F Professionele lobby (i.s.m andere BIZZEN)**

De belangen van ondernemers worden nog niet voldoende vertegenwoordigd in het gemeentehuis. Er zijn veel verschillende overleggen, avonden en visiegroepen die van belang zijn voor ondernemers. In samenwerking met de BIZ Bergen en BIZ Schoorl willen we een periodiek overleg inplannen met zowel raad als college.

De gemeenteregisseur adviseert ons over data welke van belang zijn met betrekking tot het bijwonen en eventueel inspreken van en bij raadsvergaderingen.

Daarnaast heeft de gemeente het voornemen om ondernemers te betrekken bij de ontwikkeling van gemeentelijk beleid en projecten. Hoe de gemeente dit doet, staat in het participatiebeleid.

Participatie is veel meer dan een beleidsdocument, een instrument of een aantal regels. Het vertelt ons van alles over onze samenleving en over wat er leeft. Het zorgt ervoor dat we met elkaar in contact staan. We leren elkaar begrijpen, ook als we het niet met elkaar eens zijn.

### 3.3.G Aantrekkelijke plek voor werknemers

Nog altijd is het werven van medewerkers voor het dorp Egmond aan zee een uitdaging. Uit landelijke enquêtes blijkt dat minimaal 28% van de werkgevers in 2024 te maken heeft gehad met personeelstekort. In de horeca is dit zelfs 39%.

Het vanuit de BIZ gezamenlijk aanmoedigen van werkzoekende uit omliggende dorpen om in Egmond aan Zee te komen werken is daarom ook een van de focuspunten voor de komende jaren. Ideeën zijn er voldoende maar het uitwerken hiervan vergt inspanning en geld (promotie).

Punten zoals parkeervergunningen en toegankelijkheid van Egmond aan Zee met openbaar vervoer (OV) tellen hierbij ook zwaar mee. Er is in de BIZ het idee geopperd om net als in Castricum in de zomermaanden een bus te laten rijden tussen belangrijke OV stations en Egmond aan Zee. Hiermee kun je het OV promoten waardoor bezoekers minder met de auto naar Egmond komen en als bijkomstigheid kunnen medewerkers ook met deze bus reizen. Hiermee haal je een grote barriere weg waar veel ondernemers nu in sollicitaties tegen aan lopen. Uitwerking van dit soort ideeën vergt veel geld en inspanning. En participatie...

## HOOFDSTUK 4 ACTIVITEITEN

### 4.1 Activiteiten

Voor een goede invulling van de activiteiten in het BIZ-plan worden er standaard een drietal uitgangspunten in ogenschouw genomen:

- Activiteiten moeten betrekking hebben op de representativiteit en veiligheid van het winkelgebied en daar waar mogelijk van individueel belang zijn voor de huidige leden/ondernemers door collectief zaken op te pakken en hierdoor sterker te staan bij onderhandelingen en inkoopvoordeel te behalen.
- De activiteiten zijn aanvullend op het basis onderhoudsniveau van het winkelgebied waarvoor de gemeente primair verantwoordelijk is. Voor de activiteiten zijn tussen de gemeente en de stichting duidelijke afspraken gemaakt over de gebruikelijke gemeentelijke inzet (service niveau) in dit gebied.
- Activiteiten moeten passen in het kader van de BIZ wet- en regelgeving. Deze richt zich op activiteiten in de openbare ruimte en op het internet, die zijn gericht op het bevorderen van de leefbaarheid of de veiligheid in de BIZ of de ruimtelijke kwaliteit of de economische ontwikkeling van de BIZ.

Naast en ter aanvulling van de focuspunten, zal de BIZ Egmond aan Zee ook haar huidige activiteiten voortzetten in de periode 2026-2030. Deze activiteiten zijn essentieel voor het behoud van de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van de regio. Wij geven een overzicht van de activiteiten. De activiteiten zijn ingedeeld onder de werkgroepen welke binnen het bestuur zijn gevormd. Deze werkgroepen zijn:

- A Openbare ruimte en samenwerking**
- B Promotie en Communicatie**
- C Evenementen en gastvrijheid**
- D Zomerbraderie**

## 4.2.A Openbare ruimte en samenwerking

### **Wijkschouw met gemeente (voor een schoner en veiliger Egmond aan Zee)**

Een schone en veilige omgeving is essentieel voor het welzijn van zowel bewoners als bezoekers. De wijkschouw met de gemeente helpt om knelpunten te identificeren en aan te pakken, waardoor we de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van Egmond aan Zee als toeristische bestemming kunnen verbeteren. In samenwerking met de Parel. Kosten neutraal

### **Overleg met gemeente**

De BIZ wil een betere afstemming tussen ondernemers en de gemeente. Daarom is de BIZ aangehaakt bij verschillende belangrijke besprekingen en periodiek overleg. Denk hierbij aan het Horecaoverleg en initieren van avonden met de raad. Begroot € 1.000,- per jaar

### **Veilig ondernemen**

Veiligheid en leefbaarheid staan zowel landelijk als lokaal hoog op de politieke agenda. Veiligheid en het gevoel van veiligheid zijn essentieel voor een goede leefbaarheid en derhalve van plezierig wonen, winkelen en werken. In een veilige omgeving kunnen ondernemers zich volledig op het ondernemen concentreren.

Uit een analyse van de problematiek kan een gezamenlijk, breed gedragen aanpak van oplossingen gericht op een veilig en toekomstbestendig centrum ontstaan.

Gestreefd wordt naar een structurele en gezamenlijke aanpak van onveiligheid en criminaliteit, op basis waarvan een bijdrage kan worden geleverd aan versterking van zowel de veiligheid als de leefbaarheid als de economische structuur van het winkelgebied.

De BIZ wil de komende jaren in samenwerking met de gemeente Bergen een aanpak ontwikkelen rondom veilig ondernemen. Het Keurmerk Veilig Ondernemen heeft zich landelijk bewezen als een instrument dat effectief kan zijn om publieke en private partijen samen te laten werken aan veiligheid.

Om het Keurmerk te verkrijgen dient er een samenwerkingsverband te zijn, bestaande uit de alle belanghebbenden binnen het gebied: ondernemers, gemeente, politie en brandweer.

### **Meeschrijven aan visiestukken**

Het actief meeschrijven aan de regionale visies zorgt ervoor dat de belangen van Egmond aan Zee worden meegenomen in bredere beleidsplannen. Dit versterkt de positie van het dorp binnen de regio en helpt bij het realiseren van gezamenlijke doelen op het gebied van toerisme en economische ontwikkeling. (*Horecanota, toeristische visie, strandnota, parkeerbeleid*) Kosten neutraal



## **Meeschrijven met mobiliteitsvisie gemeente Bergen**

Door mee te schrijven aan de mobiliteitsvisie van de gemeente Bergen, kunnen we invloed uitoefenen op de bereikbaarheid, parkeertarieven en infrastructuur in Egmond aan Zee. Dit is cruciaal voor het faciliteren van toerisme en het verbeteren van de toegankelijkheid van de regio, wat bijdraagt aan een positieve bezoekerservaring. Kosten neutraal

## **Kennissessies organiseren**

Elk jaar starten we met verschillende kennissessies en brainstormsessies met ondernemers en andere stakeholders. Dit kunnen brainstormsessies over de social media zijn, Zomerbraderie, gastvrijheid etc etc. Elk jaar mag het bestuur bepalen waar deze sessie over gaan. Begroot € 2.000 per jaar

## **Verlichting BIZ gebied**

De uitstraling en sfeer van een centrum is veelzeggend. In de eerste BIZ periode is er veel aandacht uitgegaan naar de aankleding van het gebied en is deze waar mogelijk uitgebreid en/of verbeterd. Zo investeert de BIZ een groot deel van haar budget aan verlichting en bloembakken. Deze investeringen hebben duidelijk bijgedragen aan de algemene sfeer in het dorp en in de nieuwe BIZ wil het bestuur deze investeringen graag minimaal voortzetten.

Winterverlichting zorgt voor een sfeervolle uitstraling van Egmond aan Zee tijdens de donkere maanden. Dit verhoogt de aantrekkelijkheid van het dorp als winterbestemming en stimuleert bezoekers om ook in het laagseizoen naar de kustplaats te komen, wat bijdraagt aan een continue stroom van inkomsten voor lokale bedrijven. Begroot € 10.000 per jaar

## **Bloemversiering BIZ gebied**

Bloemversiering in het hoogseizoen draagt bij aan een kleurrijke en gastvrije uitstraling van het dorp, wat de bezoekerservaring verbetert. Begroot € 5.000 per jaar

Zowel de verlichting als de bloembakken zijn een grote aderlating op ons budget. We hopen in de komende jaren met de gemeente Bergen tot een passende verdeling van deze kosten te kunnen komen.

Een aantrekkelijk dorp zorgt ook voor de gemeente voor hoge inkomsten op gebied van toeristenbelasting en parkeergeld.

## 4.2.B Promotie en Communicatie

### **Promotiekaart Egmond aan Zee**

De promotiekaart die ontwikkeld is in 2024 dient als een handig hulpmiddel voor bezoekers om de hoogtepunten van Egmond aan Zee te ontdekken. Het stimuleert hen om langer te blijven en meer te besteden bij lokale bedrijven. Door de verspreiding van deze kaart in de directie omgeving vergroten we de zichtbaarheid van Egmond aan Zee en versterken we het toeristisch profiel van de regio. Begroot € 5.000 per jaar

### **Campagnes werken in Egmond aan zee**

Het vinden van geschikt personeel is en blijft een uitdaging, vooral in het toeristische seizoen. Door campagnes en events te organiseren, helpen we ondernemers om het juiste personeel aan te trekken en te behouden. Begroot € 1.000 per jaar

### **Beeldbank foto's Egmond aan Zee**

Een beeldbank met professionele foto's helpt bij de promotie van Egmond aan Zee als een aantrekkelijke bestemming. Deze visuele middelen zijn essentieel voor marketingcampagnes en het verbeteren van de online zichtbaarheid van de regio, wat leidt tot meer bezoekers en een sterker toeristisch profiel. Begroot € 1.000 per jaar

### **Promotie (social media & drukwerk) evenementen Egmond aan Zee**

Alle acties, evenementen en andere gebiedsaangelegenheden moeten wel gecommuniceerd worden met de doelgroepen c.q. belanghebbenden. Hierbij kan gedacht worden aan promotiefilmpjes van het gebied, advertenties in verband met geplande evenementen maar ook bezoekers informeren over bereikbaarheid, parkeren, openingstijden en andere praktische informatie.

Gezien de aantrekking die Egmond aan Zee heeft op toeristen is de stichting van mening dat dit professioneel en via meerdere beschikbare kanalen moet worden opgepakt. Hiervoor is dus wederom een behoorlijke post voor op de begroting gezet.

Effectieve promotie van evenementen via social media en drukwerk zorgt voor een breder bereik en trekt meer bezoekers naar Egmond aan Zee. Dit versterkt de bekendheid van de regio en draagt bij aan hogere bezoekersaantallen en meer omzet voor lokale ondernemers. Begroot € 15.000 per jaar

### **Bewaken 'merk' Egmond aan Zee en free PR**

Het 'merk' en de identiteit van Egmond aan Zee bewaken binnen marketingactiviteiten in de regio. Wordt vanuit de regio de juiste doelgroep benaderd met de juiste boodschap? Daarnaast willen we 3 keer in 5 jaar een persreis organiseren. Eventueel in samenwerking met andere belanghebbende in regio Alkmaar. Ambassadeurs van Egmond aan Zee faciliteren en/of bedanken. Denk hierbij aan de fans van Egmond aan Zee op social media. Begroot € 1.000,- per jaar

## **Data verzamelen**

Periodiek onderzoek om beter inzicht te krijgen in de bezoekers van Egmond aan Zee. Eventueel in samenwerking met lokale marketingorganisatie. Met behulp van deze data weten wij (marketing, ondernemers en gemeente) waar we op in moeten zetten om Egmond aan Zee aantrekkelijk te houden, dan wel nog aantrekkelijker te maken. Begroot 1.000,- per jaar

## **Egmond ongehinderd**

Egmond aan Zee aantrekkelijker maken voor de oudere doelgroep. Gastvrijheid van het dorp verbeteren door het faciliteren van (openbare) toiletten. In samenwerking met gemeente de publieke voorzieningen voor mensen met een rolstoel of die slecht ter been zijn verbeteren. Budget € 1.000,- per jaar

## **Egmond open op zondag campagne/ Acties retail**

De winkels in Egmond aan Zee zijn open op zondag. Veel mensen weten dat niet en we willen vanuit de BIZ daarom een social media campagne starten voor de regiobezoekers. Naast deze promotie wil de BIZ ook andere retailacties organiseren. Begroot € 3.000,- per jaar

## **Website en nieuwsbrief**

Naast alle communicatie naar externe belanghebbenden dient een BIZ ook de eigen leden op de hoogte te houden. Met een website kunnen ondernemers binnen het gebied op de hoogte gehouden worden van de zaken die spelen, wie zijn de andere deelnemers binnen het gebied en een website kan ook dienen als archief inzake alle documenten die onderdeel zijn van de BIZ organisatie .

Hierbij moet men denken aan documenten als het BIZ activiteitenplan, de uitvoeringsovereenkomst, de verordening en de statuten. De website is in de huidige BIZ periode opgezet en zal in de nieuwe BIZ worden voortgezet en onderhouden.

Naast de informatie die is te vinden op de website zal de BIZ ook nog informatie voor de eigen deelnemers blijven verspreiden via de nieuwsbrief.

### **4.3.C Evenementen en gastvrijheid**

Voor een dorp als Egmond aan Zee geven evenementen (groot en klein) extra beleving en aantrekkingskracht aan het gebied waardoor de economische vitaliteit versterkt kan worden. In de huidige BIZ periode zijn er binnen het gebied een aantal evenementen en acties georganiseerd om Egmond aan Zee als op de kaart te zetten en te houden.

Om mee te kunnen gaan met de tijd en de interesse van de bezoekers aan het gebied zal per jaar worden bepaald welke evenementen en andere activiteiten, ter bevorderingen van de promotie en beleving van het gebied, er dat jaar op de kalender zullen komen.

Zodoende kan men de bezoekers blijven verrassen en verleiden een bezoek te brengen Egmond aan Zee.

### **Visserijdag**

De Visserijdag viert de maritieme tradities van Egmond aan Zee en trekt bezoekers die geïnteresseerd zijn in het culturele erfgoed van de regio. Dit evenement bevordert de verbondenheid van de gemeenschap en verhoogt de zichtbaarheid van lokale bedrijven, wat bijdraagt aan een positief imago van de kustplaats. Om deze reden willen we de Visserijdag blijven organiseren. Het idee is dat het dorp de organisatie op pakt en de BIZ zowel eigenaar van het evenement blijft en verantwoordelijk blijft voor de marketing en promotie van het evenement. Begroot € 3000 per jaar.

### **Derper beweging Escape uitje.**

Het Escape uitje is een interactieve ervaring die de BIZ in samenwerking met Avonturium in Egmond aan den Hoef heeft ontwikkeld. De BIZ is eigendom van deze activiteit. De Derper beweging biedt bezoekers een unieke en interactieve ervaring die hen langer in het gebied houdt. Dit initiatief ondersteunt de seizoensverbreding door bezoekers aan te trekken buiten de gebruikelijke piekperiodes, wat bijdraagt aan een stabielere inkomstenstroom voor de BIZ. De activiteit is geschikt voor gezinnen en zet Egmond Aan Zee neer als een historisch maritiem dorpje. Ideaal dus om Egmond aan Zee te positioneren. Deze activiteit levert per jaar € 4000,- op.

### **Zomermuziek**

Naast de invulling van een programmering tijdens de zomermuziek voor de diverse doelgroepen die Egmond bezoeken organiseert de BIZ door het jaar heen ook meerdere muziektopredens. Budget € 25.000

### **Sponsoring dorpsbrede projecten**

Binnen de gemeente Egmond aan Zee lopen er veel verschillende initiatieven. Het BIZ bestuur beseft dat het voor kan komen dat dergelijke initiatieven een beroep op hen kunnen doen voor een financiële bijdrage in het project of een andere manier van ondersteuning. Zeker als dit initiatief ook inhoudelijk raakvlakken heeft met het winkelgebied.

Om als ondernemers gezamenlijk hier iets in te kunnen doen is er een post voor dit soort sponsoring opgenomen op de begroting.

Het bestuur zal per jaar moeten besluiten of er een project gesteund wordt en zo ja, welk project dit dan is.

Voorbeeld: De nieuwjaarsduik trekt veel aandacht en bezoekers, wat bijdraagt aan de promotie van Egmond aan Zee als een actieve en levendige kustplaats, zelfs in de wintermaanden. Door dit evenement te sponsoren, stimuleren we wintertoerisme en versterken we de lokale economie tijdens een traditioneel rustige periode. Daarnaast is er veel gratis PR in de media door dit evenement. Begroot 2.000 per jaar

Daarnaast ontvangt de BIZ ook ieder jaar aanvragen voor een bijdrage aan Koningsdag en de Sinterklaasintocht, Timmerdorp en andere kleine door bewoners georganiseerde evenementen.

### **Aankleding evenementen**

De aankleding van de Voorstraat, strand en boulevard tijdens de Fjoertoer, Wandelmarathon, Halve Marathon en andere evenementen zorgt voor een sfeervolle en memorabele ervaring voor de deelnemers. Dit versterkt de unieke beleving van het evenement en promoot Egmond aan Zee als een gastvrije en aantrekkelijke bestemming, wat bijdraagt aan herhaalbezoeken. Begroot € 4.500 per jaar

### **Ondernemersbijeenkomsten**

Een BIZ is een mechanisme waar iedere ondernemer binnen een bepaald gebied aan bijdraagt. Het draagvlak voor de uitvoering van de activiteiten binnen een BIZ zien we vaak toenemen als ondernemers elkaar kennen, dingen gunnen en weten wat er bij andere te halen is. Samen moeten we het doen!

Om dit te bevorderen, lopende zaken te bespreken en contact met elkaar te houden zullen deze bijeenkomsten ook in de nieuwe BIZ worden georganiseerd. In een informele sfeer wordt er vaak meer geregeld. Begroot € 3000 per jaar

### **4.3.D Zomerbraderie**

#### **Organisatie Zomerbraderie**

De Zomerbraderie trekt zowel bewoners als toeristen naar Egmond aan Zee, wat bijdraagt aan een levendige sfeer en verhoogde bestedingen bij lokale ondernemers. Door het organiseren van deze braderie versterken we de lokale economie en promoten we Egmond aan Zee als een aantrekkelijke bestemming voor dagjesmensen en vakantiegangers. Doel is om de komende jaren door te groeien tot een evenement met meer beleving (theater, kunst, activiteiten, muziek etc) Met de hoge omzet kunnen we dit onderdeel **kostenneutraal** organiseren.

## HOOFDSTUK 5 BEGROTING

Ieder plan van aanpak staat en valt met de begroting. Zo ook voor BIZ Egmond aan Zee. Dit hoofdstuk geeft inzicht in de begroting voor BIZ Egmond aan Zee voor de jaren 2026-2030.

De opzet van de exploitatiebegroting zal voorsnog gedurende 5 jaar niet veranderen. Het bestuur behoudt de mogelijkheid om budget binnen bepaalde thema's te verschuiven.

### 5.1 Inkomsten

De inkomsten van de BIZ Egmond aan zee bestaan uit:

- |  |         |
|--|---------|
| • BIZ subsidie                           | 228.000 |
| • Diverse subsidies (indien mogelijk)    |         |
| • Inkomsten zomerbraderie                | 300.000 |
| • Inkomsten Derper beweging Escape uitje | 33.020  |
| • Vrijwillige bijdrage                   |         |

**Totaal inkomsten** **561.020**

In de vijf jaren begroting voor de looptijd van de nieuwe BIZ zijn alleen de inkomsten opgenomen waarvan we met zekerheid, in hoeverre dit mogelijk is, kunnen zeggen dat deze binnenkomen. Idem geldt voor de uitgaven.

### 5.2. Uitgaven

- |                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| • Algemene kosten                | 40.000  |
| • Promotie & Communicatie        | 165.000 |
| • Openbare Ruimte & Samenwerking | 95.000  |
| • Evenementen & Gastvrijheid     | 50.000  |
| • Sponsoring evenementen         | 38.500  |
| • Kosten Escape uitje            | 10.300  |
| • Braderie                       | 270.000 |

**Totale uitgaven** **638.800**

**Aanpassing begroting (tekort)** **77.780**

**Start 2026? 10.000?**

### 5.3 Vijfjaren begroting BIZ Egmond 2026-2030





## **BIJLAGEN**

- **Verordening Bedrijfsinvesteringszone Egmond aan Zee**
- **Uitvoeringsovereenkomst tussen BIZ Egmond aan Zee en gemeente Bergen**
- **Statuten BIZ Egmond aan Zee**
- **Wet BIZ**