



Jaarplan 2025



INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	pagina 3
2. DOELSTELLINGEN	pagina 3
3. ACTIVITEITEN	pagina 3
4. SAMENWERKING & ORGANISATIE	pagina 4
5. EVENEMENTEN MARKETING & PROMOTIE	pagina 5-6
6. UITSTRALING, ATTRACTIVITEITEN & TOEGANKELIJKHEID	pagina 7
7. BEGROTING 2025	pagina 8
8. ONDERTEKENING	pagina 9



1. INLEIDING

Voor u ligt het jaarplan 2025 van Stichting BIZ Centrum Made, alsmede de begroting. Tevens wordt een korte terugblik gegeven op de voorbije periode. De stichting is op 10 oktober 2017 opgericht. In voorgaande jaren is onder de verantwoordelijkheid van Stichting BIZ Centrum Made voortgeborduurd op de activiteiten van de voormalige winkeliersvereniging. In de ledenvergadering van 2 april 2019 is besloten om de winkeliersvereniging op te heffen. Haar activiteiten hebben een te grote overlap met Stichting BIZ Centrum Made en heeft geen meerwaarde meer. Uiteindelijk is in 2020 alles afgehandeld rondom de winkeliersvereniging en is deze opgeheven.

Het stichtingsbestuur heeft het Plan van Aanpak BIZ Centrum Made dat op 6 november 2017 door het BIZ-oprichtingsbestuur is vastgesteld in de afgelopen perioden als leidraad gebruikt. In 2023 is deze geactualiseerd en wordt de versie 2023-2027 gebruikt als kompas voor 2025.

2. DOELSTELLINGEN

De doelen die de BIZ Centrum Made – verder ‘Bruisend Made’ genoemd - met haar activiteiten wil bereiken zijn onveranderd:

- Het versterken van het ondernemers- en bezoekersklimaat in het centrum van Made;
- Het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid van het BIZ-gebied;
- Het vergroten van de eenheid in uitstraling van het winkelgebied, zowel on- als offline;
- Het professionaliseren van versterken van de samenwerking tussen de ondernemers en stakeholders, zoals de gemeente, vastgoedeigenaren en belangenorganisaties;
- Het behartigen van de ondernemersbelangen bij de gemeente, vastgoedeigenaren en andere relevante partijen.

3. ACTIVITEITEN

De activiteiten die we willen uitvoeren zijn erop gericht om een of meer van de bovenstaande doelen te ondersteunen of te halen. Ze zijn onder te brengen in een drietal thema's.

- Samenwerking & Organisatie;
- Evenementen, Marketing & Promotie;
- Uitstraling , Attractiviteit & Toegankelijkheid.

4. SAMENWERKING & ORGANISATIE

Het fundament onder Bruisend Made moet stevig zijn en goed kunnen functioneren in de complexe omgeving, waarin met name de detailhandel zit. Een slagvaardige organisatie is nodig, waarin het plezierig werken is en waar de betrokkenen positieve energie uit halen; immers het meeste werk wordt door vrijwilligers uitgevoerd. De inspanningen in 2025 vinden in dat kader plaats.

- Het bestuur is in 2024-2025 gewijzigd. Het voltallige bestuur bestaat momenteel uit: Drena van der Werf - voorzitter, Carlo Thijssen - secretaris, Willem van der Noort – penningmeester, Sanne Dirven – algemeen bestuurslid. In 2024 is de voorzittershamer overgedragen door Twan van Meel aan Drena van der Werf en is tevens Willem van den Noort als nieuw bestuurslid en penningmeester geïnstalleerd. Willem heeft het stokje overgenomen van afgetreden penningmeester Wil Brabers. Het bestuur wordt professioneel ondersteund door Bianca van Poppel, die het secretariaat bemenst.
- In het vierde kwartaal 2024 en eerste kwartaal 2025 is/wordt steeds gezocht naar samenwerking met nieuwe ondernemers om de activiteitencommissies te vullen. Dit is vooralsnog niet gelukt, daarom is besloten een aantal activiteiten te schrappen. De Bruisende Buitenmarkt in de zomer die eerder ter discussie stond zal wel plaatsvinden.
- Op 27 januari 2025 was er een deelnemersbijeenkomst van de BIZ. Een bijeenkomst met een goede opkomst en waar onze leden zijn bijgepraat worden met alle openstaande acties en activiteiten. Op de deelnemersbijeenkomst zijn feedbackkaartjes uitgedeeld, vooralsnog is er nog geen feedback ontvangen door het bestuur.
Daarnaast is er deze avond afscheid genomen van een aantal bestuursleden; Marjolein van den Ham, Dré Delhij, Wouter Kaasen Frank van Gils. Laatstgenoemde blijft wel actief voor wat betreft het beheer van de Bruisend Made cadeaubonnen.
- Ook dit jaar zal verder gebouwd worden aan het optimaliseren van de communicatie. De vernieuwde website zal uitgebreid worden met o.a. beeldmateriaal van alle deelnemers en hierbij enige info over zijn of haar bedrijf. De commissie Marketing / communicatie is op de schop gegaan door de afzwaaiend bestuursleden. Marleen Vegers (ontwerpbureau in de Brieltjespolder) heeft zich gemeld om te ondersteunen. Zij zal samen met Bianca van Poppel en Sanne Dirven gaan werken aan de marketing en communicatie en neemt het stokje over van Marjolein van den Ham.
- In 2024 zijn er, na overleg met de gemeente, visuals geplaatst in de bloembakken om doorlopen te ontmoedigen, maar dit is niet voldoende gebleken. De bloembakken blijven een punt van aandacht omdat de kwaliteit niet in de buurt komt van wat door de deelnemers maar ook bewoners van de gemeente Drimmelen verwachten in uitstraling als functionaliteit. Het wordt nog steeds als een obstakel gezien aan met name de parkeerzijde, zijn deze nog steeds te lang gestrekt (wat oversteken belemmerd) en is het meer een vuilbak dan dat het te goede aan een representatieve en sfeervolle straat. In het coalitie akkoord is een voorziening hiervoor opgenomen. De gemeente heeft aangegeven hiervoor budget beschikbaar te hebben en dit op korte termijn te gaan concretiseren.
- #Kooplokaal blijft door de BIZ ondersteund. Nieuwe ondernemers kunnen een gratis sticker aanvragen voor op de winkelruit.



- Na de uitkomst van het parkeeronderzoek voor de Nieuwstraat en Den Deel, wat niet tot een positief advies leidde, wordt gekeken of een tussenoplossing mogelijk is. Bij een tussenoplossing wordt gedacht aan een deel van het plein Den Deel van een parkeerzone te voorzien.
- KVO (Keurmerk Veilig Ondernemen); na de PVO bijeenkomst op 3 oktober in 2023 dat o.a. in het tekenstond van Cybercrime zijn we met elkaar van mening om de directe omgeving van onze BIZ eens kritisch te bekijken op veiligheid. De scan is in 2024 gemaakt en er heeft een schouw plaatsgevonden. De uitkomsten hiervan zullen in 2025 duidelijk worden en verder worden uitgewerkt. Een deel van de investeringen (bijvoorbeeld camerabeveiliging) komt voor rekening van de BIZ, hiervoor is een stelpost opgenomen van € 1.000.

Het budget voor dit thema is: € 7.725,-



5. EVENEMENTEN, MARKETING & PROMOTIE

Net zoals in 2024 is het de wens van het bestuur om evenementen en activiteiten die al draagvlak hebben en succesvol zijn, voort te zetten in 2025. Er is echter onvoldoende draagvlak onder de ondernemers om alle bestaande activiteiten te continueren. Daarom zijn een aantal activiteiten geschrapt (onderstaand doorgehaald). Het bestuur spant zich steeds in voor extra commissieleden voor de diverse activiteiten.

De volgende evenementen en activiteiten willen we voortzetten en mogelijk verbeteren.

- ~~○ 1 maart Outlet Bruisend Made~~
 - ~~○ 19 april Pasen, paaseieren puzzeltocht~~
 - ~~○ 10 mei Moederdag actie, bloemen~~
 - 5 juli Bruisende Buitenmarkt Made
 - 6 september Outlet Bruisend Made
 - ~~○ 22-27 september kermisactie~~
 - 22 november intocht sinterklaas, spellencircus in de winkels en straten
 - Start decemberactie 15 november t/m 31 december
- In 2019 is het plan opgevat om mensen uit Made en directe omgeving te stimuleren in hun eigen dorp Made te kopen. Dit onder het mom: 'Koop Lokaal'. De Cadeaubonnen van Bruisend Made zijn daar een goed instrument voor. Deze hebben tevens een nieuwe look gekregen. In 2025 zal het lokaal kopen ook weer worden gepromoot en de nieuw voorgegeven Bruisend Made cadeaubon zal dit bevorderen (de € 20,00 waardebon zal, wanneer deze op zijn, vervangen worden door € 25,00). Als vanouds zijn er dan bonnen van €10, €15 en €25.
De vernieuwde cadeaubonnen zijn een succes en er zijn er sinds maart 2024 al circa voor € 12.500 uitgegeven. Ingeleverd zijn er circa € 3.000, dus de stand van de voorziening is heden ongeveer € 9.500.
- Bruisend Made en de gemeente hebben een structureel overleg per kwartaal.
- In 2025 gaan vier nieuwsbrieven naar de deelnemers. Dit moet een wervend karakter hebben voor de activiteiten en evenementen die georganiseerd worden. Met de consumenten zal met name via digitale kanalen contact worden gezocht en niet meer via het Carillon (kosten te hoog, bereik te beperkt). Online en offline promotie is cruciaal. We zijn eind 2021 begonnen met een complete re branding van onze huisstijl. De reden van deze re branding is om (de jongere) consument in Made te verbinden met de lokale ondernemers en hen tevens te enthousiasmeren om lokaal te (blijven) kopen. Naast het vernieuwde logo en het opzetten, aanpassen en onderhouden van de sociale media kanalen zijn we reeds gestart met het bouwen van de vernieuwde website van Bruisend Made. De website wordt steeds meer een informatief platform waarop algemene informatie over de rol van Bruisend Made zal worden geplaatst. We optimaliseren, professionaliseren en vullen de website continue, i.c.m. onze actieve sociale media kanalen (Facebook en Instagram) zijn we online sterk aanwezig en vergroten we het bereik van onze berichtgeving. Daarnaast zullen we een



efficiëntie slag mag in webmail- hosting. Doel is om de kosten te verlagen en alles beter werkbaar maken.

- Tot slot blijven we onderzoeken welke nieuwe activiteiten we mogelijk aan ons programma kunnen toevoegen. Ondanks het afschalen van ons programma in 2025 kijken we wel vooruit om in de toekomst weer meer te ondernemen. We zoeken hiervoor o.a. de samenwerking op tussen bedrijven, verenigingen en instellingen voor nog meer lokale saamhorigheid. We ondervinden wel dat het steeds lastiger wordt om initiatiefnemers te vinden om bestaande activiteiten te continueren en hierin ook deelnemers mee te krijgen, maar ondanks dat onderzoeken we of één of enkele nieuwe activiteiten zijn toe te voegen aan onze activiteiten. Dat zorgt er voor dat nieuwe vrijwilligers / initiatiefnemers in een bredere/grotere groep kunnen worden gezocht.
 - * korenfestival op het molenplein
 - * Halloween shopping
 - * Pruvement
 - * tribute night
 - * beach volleybal
 - * Black Friday
 - * Oktoberfest
 - * 1 x per maand koopzondag
 - *wijn spijs wandelingen/fietsen
 - *opruimen winkelstraten

Het budget voor dit thema is: € 9.050,-



6. UITSTRALING, ATTRACTIVITEIT & TOEGANKELIJKHEID

In de afgelopen jaren is de herinrichting van het centrum afgerond. Sinds 2021 worden nieuwe ideeën en wensen besproken om de verblijfswaarde in het centrum te verhogen. Het kan zijn dat er (financiële) voorzieningen moeten komen en/of bestemmingsreserves om voor een aantal jaren verplichtingen aan te kunnen gaan. E.e.a. werd al in 2020/2021 tot uitvoering gebracht, zoals de feestverlichting en dit blijft jaarlijks kosten met zich meebrengen voor opslag en reparatie. Vanaf 2023 kan dit ook een bijdrage zijn aan de verlichting van het Raadhuis.

- De kerstboom op het Raadhuisplein hebben we in 2024 vervangen voor een voordeliger en net zo sfeervol alternatief. Door voor een minder grote boom te kiezen weten we net zoveel sfeer te realiseren en dit door te vertalen naar 3 pleinen. Voor 2025 heeft het bestuur als eerste gedachte één boom op het raadhuisplein.
- We zijn in gesprek met lokale ondernemers m.b.t. het onderhouden van de groenvoorziening van rotondes en bloembakken in de Nieuwstraat.
- De bloembakken blijven een punt van aandacht in de marktstraat, hierover is eerder een toelichting geschreven.
- We zijn blij met de samenwerking van ZAP(ers) Zwerf Afval Pakker(s), voor continuïteit van een schone verblijfsomgeving

Het budget voor dit thema is: € 9.500



Exploitatiebegroting 2025 Stichting BIZ-centrum-Made

Inkomsten

Ondernemersbijdrage via de BIZ-regeling - Netto € 27.000

Inkomsten

€ 27.000

Uitgaven

Samenwerking & Organisatie

€ 7.725

Bijeenkomsten deelnemers	1.000
Bestuurskosten	1.000
Secretariaat inhuur	2.000
Verzekeringen	900
Kantoorbenodigdheden	500
Representatiekosten / attenties	500
Contributies en abonnementen (automatisering la Posta/Tech Helden, website, social media)	1500
Bankkosten	325

Evenementen, Marketing & Promotie

€ 9.050

Buitenmarkt	5.000
Decembertactie	1.000
Sint Nicolaas – intocht / activiteiten	1.400
Outlet najaar	150
Cadeaubonnen/vouchers december – drukwerk	1.500

Uitstraling, Attractiviteit & Toegankelijkheid

€ 9.500

Muziek & geluid: kosten installatie-exploitatie- Buma/Stemra	2.500
Sfeerverlichting: transport - onderhoud	3.000
Onderhoud plantenbakken	500
Grote kerstboom Raadhuisplein	2.500
KVO	1.000

Uitgaven

€ 26.275

Inlopen begrotingstekort voorgaande jaren

€ 725

Totaal

€ 0



BEGROTING

De begroting voor 2025 is aangepast aan de te verwachte inkomsten en ligt in lijn met de meerjarenbegroting, zoals die in het Plan van Aanpak van november 2023 is gepresenteerd.

Ondertekend te Made d.d. 19 maart 2025

Namens het bestuur van Stichting BIZ Centrum Made

Direna van der Werf
Voorzitter

Willem van der Noort
Penningmeester

Carlo Thijssen
Secretaris