

MEERJARENPLAN

INDRIEBERGEN

2026 - 2030



Opgesteld door:
InDriebergen
Wij Ondernemen!

INHOUDSOPGAVE

1. SAMEN VOOR EEN GEMEENSCHAPPELIJK DOEL	3
1.1 INLEIDING	3
1.2 AANLEIDING	4
2. AMBITIE EN DOELSTELLINGEN	5
2.1 CENTRALE AMBITIE	5
2.2 SAMENWERKING	6
2.3 SOCIALE MEERWAARDE	7
2.4 BELEVING ALS BINDMIDDEL	7
2.5 STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN	8-9
3. MEERJARENPLAN 2026-2030	10
3.1 VERDIEPING PER THEMA	10-15
4. BEGROTING MEERJARENPLAN	16
4.1 BEGROTING PER THEMA	16
5. GEMEENTELIJKE BELASTING	17
5.1 BEDRIJVEN INVESTERINGSZONE	17
5.2 GEBIEDSAFBAKENING	18
5.3 STRAATNAMEN	19
5.4 VRIJSTELLINGEN	19
6. AFSLUITING	20
6.1 NAWOORD	20

1.1 INLEIDING

Het centrum van Driebergen heeft het karakter van een levendig dorp met een groene uitstraling, gelegen aan de rand van de Utrechtse Heuvelrug. Het dorp combineert historische panden met moderne voorzieningen en biedt drie winkelgebieden—de Traaij, de Sluis en het Kerkplein—met diverse winkels, unieke speciaalzaken en gezellige horeca die samen het centrum vormen. Driebergen staat bekend om zijn groene lanen, landgoederen zoals Sparrendaal, en de nabijheid van uitgestrekte natuur. Jaarlijks vinden er in Driebergen diverse evenementen plaats die zorgen voor extra levendigheid in het centrum, zoals Driebergen Art, Petit Montmartre en de Bio 10-daagse.

Als centrumondernemers willen wij een sterke dorpskern behouden en verder uitbouwen naar de toekomst. Dat betekent dat veel aspecten op elkaar moeten aansluiten; detailhandel, horeca, dienstverlening, cultuur, voorzieningen, ambachten, leisure, zorg en wonen. Allemaal in een mooie en gastvrije omgeving. Hierbij spelen evenementen en activiteiten een belangrijke rol, evenals elkaar versterkende functies en verblijfswaarden.

Een sterk InDriebergen vraagt ook voldoende budget. De bestaande BIZ is een gewaardeerd en belangrijk instrument waar ondernemers graag aan bijdragen. De InDriebergen en de ondernemers in het centrum willen de BIZ graag verlengen. Daartoe is dit BIZ-meerjarenplan opgesteld om de ambities en projecten inzichtelijk te maken. Dit biedt ook inzicht richting de gemeente over de middelen vanuit de InDriebergen om de onderlinge samenwerking te borgen en samen het centrum te versterken.

De BIZ is een wettelijk instrument waarmee ondernemers gezamenlijk investeren in de aantrekkelijkheid, veiligheid, levendigheid en economische kracht van het gebied. Wij als InDriebergen willen een professionele partner zijn voor de gemeente en pandeigenaren in het centrum (nu nog niet verenigd als collectief).

“Driebergen is waar historie, levendigheid en rust samenkomen, een plek die zijn dorps charme bewaart terwijl het zich krachtig naar de toekomst beweegt.”



1.2 AANLEIDING

In Driebergen hebben we al enige tijd een BIZ. Dit om activiteiten en evenementen te borgen. De uitdagingen zijn groter dan tien jaar geleden en de kosten zijn gestegen. Daarnaast heeft het InDriebergen hogere ambities voor komende jaren én is de concurrentie buiten Driebergen groter geworden. We zullen dus moeten blijven investeren in het centrum en dat willen onze leden ook blijven doen.

InDriebergen wil het huidige niveau van de bedrijveninvesteringzone in stand houden, ook na 2025. Daarmee ontstaat er meer financiële armslag bij de de InDriebergen om de grotere ambities te kunnen realiseren én om samen met de gemeente het centrum te blijven versterken.

We kijken graag vooruit om structurele verbeteringen door te voeren die de kwaliteit, herkenbaarheid en economische kracht van het centrum van Driebergen te waarborgen en te versterken. Dit meerjarenplan van 2026-2030 legt de basis om in samenhang met de bestaande en toekomstige opgaven verder te ontwikkelen.

Met het aflopen van de huidige verplichting in 2026 ontstaat er een belangrijk moment om dit te structureel te borgen voor de toekomst.

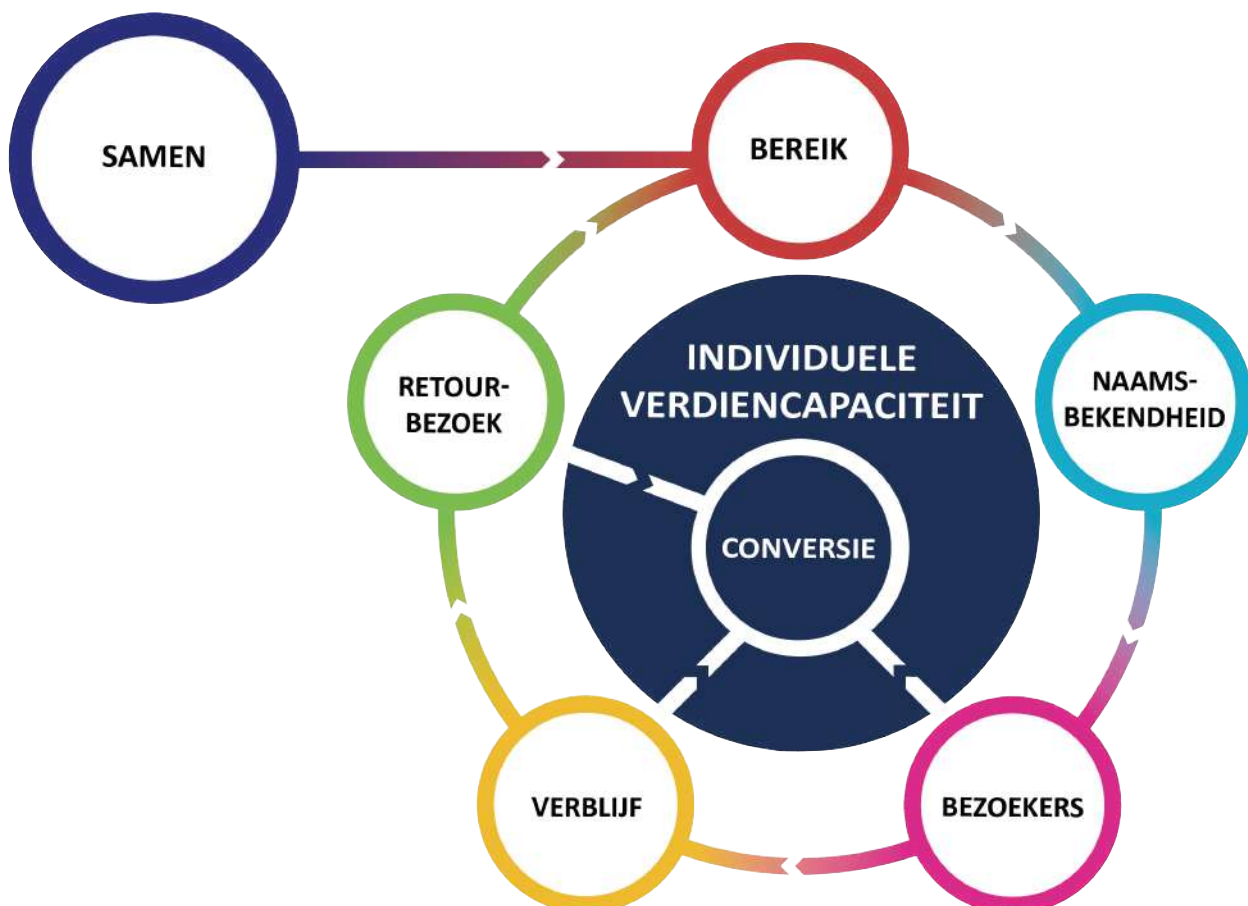
“Het centrum is ons visitekaartje. Maak het krachtig, aantrekkelijk en toekomstbestendig!”



2.1 CENTRALE AMBITIE

Onze ambitie is om Driebergen niet alleen als winkel- en horecagebied te versterken, maar ook als plek waar ondernemers floreren vanuit een inspirerende omgeving die bezoekers blijft trekken; de niet-commerciële functies en voorzieningen van het centrum. Door de jaren heen hebben we gezien dat gerichte investeringen in specifieke thema's bijdragen aan een toekomstbestendig winkelgebied en de positionering van 'merk' Driebergen versterken. Wij willen de huidige BIZ handhaven opdat we voldoende budget krijgen om te investeren in Driebergen. We willen dat de inkomsten meegroeien met de inflatie, zodat we ook op de lange termijn kunnen investeren in onze ambitie.

Als InDriebergen hebben we samen met onze leden gebouwd aan een sterkere en professionelere vereniging, een partner die niet alleen maar wil, maar ook actief meedoet. We zitten nog midden in deze transitie en we gaan er van uit dat we onze bijdrage kunnen leveren. Daarbij richten we ons op de volgende belangrijke thema's die we verder in dit meerjarenplan hebben uitgewerkt.



“Een zichtbaar centrum begint met samenwerking achter de schermen – en wordt voelbaar op straat, online én in elk detail van de beleving.”

2.2 SAMENWERKING

Een sterk netwerk biedt de mogelijkheid om kennis en middelen effectief te bundelen. Het gezamenlijk belang is een levendig, aantrekkelijk en economisch sterk centrum. Dit kan alleen worden bereikt als alle betrokkenen hun krachten weten te bundelen. Een sterke interne samenwerking binnen de vereniging InDriebergen én een goede afstemming met lokale partners zijn daarbij cruciaal.

Collectieve kracht

Door samen op te treden kunnen projecten veel sneller en efficiënter gerealiseerd worden. Als InDriebergen hebben we een verenigingsprogramma opgesteld. Als bestuur bewaken we de uitgangspunten in dit verenigingsprogramma en met de leden zetten we ons in op een sterk InDriebergen.

Informatie uitwisseling en kennisdeling

Regelmatige kennisdeling bevordert innovatie in het centrum en nieuwe verbindingen. Hierdoor blijft het centrum interessant en vooruitstrevend in het experimenteren van ideeën.

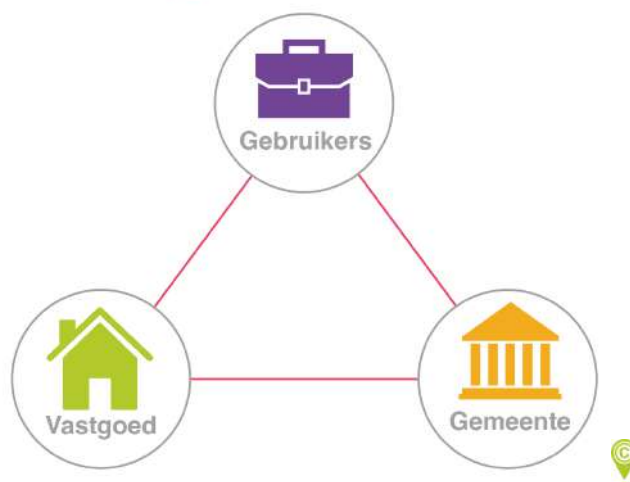
Gezamenlijke investeringen

De BIZ waar iedere ondernemer aan bijdraagt is een belangrijk middel om als InDriebergen haar doelen te bereiken. Ook de investeringen die de gemeente blijven essentieel, zodat we samen kunnen blijven werken aan een gezond en toekomstbestendig centrum.

Sterke lobby

Door samen één stem te vormen voor ondernemers en daarmee collectief vertegenwoordigd te zijn kan er meer invloed worden uitgeoefend op de gemeente en externe partijen.

De gouden driehoek



2.3 SOCIALE MEERWAARDE

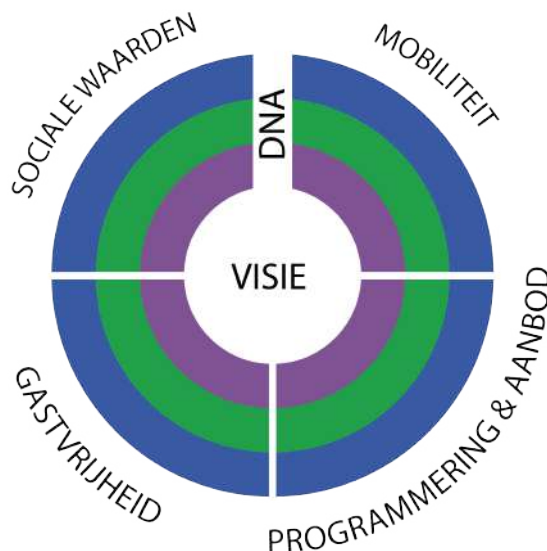
Om ons centrum toekomstbestendig en aantrekkelijk te houden, zetten wij als InDriebergen nadrukkelijk in op de sociale meerwaarde van het centrum van Driebergen. Waar het centrum voorheen werd gezien als een verzameling winkels, geloven wij dat het bestaansrecht van ons centrumhart in de toekomst steeds meer ligt in de beleving, de ontmoeting en de identiteit die het vertegenwoordigt.

Evenementen en activiteiten spelen daarbij een belangrijke rol. Wat mensen bindt aan een plek is niet alleen wat er bijvoorbeeld te koop is, maar vooral hoe ze zich er voelen en wat de ‘triggers’ zijn dat men zich zo voelt. Een centrum waar iets te beleven valt, waar ruimte is voor (nieuwe) ontmoeting, verrassing en herkenning, blijft relevant en aantrekkelijk. Juist in dat soort beleving ligt de toekomst van een levendig centrum.

2.4 BELEVING ALS BINDMIDDEL

We willen nadrukkelijk, ook in de komende jaren, ingaan op immateriële waarde: sfeer, trots, verbinding en identiteit. De vorm van waarde is minder onderhevig aan economische schommelingen en blijkt cruciaal om mensen te blijven trekken aan ons centrum. Juist door hier structureel op in te zetten, behouden we de aantrekkingskracht van Driebergen als levendig en relevant centrumgebied binnen de Utrechtse Heuvelrug.

Sfeerverlichting, zeker in de donkere maanden, verhoogt het gevoel van veiligheid én aantrekkelijkheid. Het laat zien dat het centrum aandacht krijgt, dat het leeft en dat ondernemers en gemeente samenwerken om er iets moois van te maken — het staat zichtbaar in de spotlight.



“Een centrum leeft niet van stenen, maar van sfeer, ontmoeting en trots. Daar waar mensen zich gezien en verbonden voelen, ontstaat de echte waarde”

2.5 STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

Een sterk InDriebergen

InDriebergen is de vereniging voor ondernemers en uitbaters van detailhandel, horeca, leisure, culturele instellingen en dienstverleners. Als InDriebergen zetten we in op een actieve vereniging waarbij we al het aanbod in het centrum vertegenwoordigen en met de leden een groot scala aan initiatieven ontplooiën. Niet alleen de jaarlijkse activiteiten, ook de onderwerpen die voor de middellange termijn belangrijk zijn, zoals sfeer, mobiliteit, gastvrijheid, (nieuw) aanbod, klantenbinding en verblijf.

Samenwerkend centrumregie

Om alle doelen te realiseren, is professioneel centrumregie een essentieel onderdeel. Vanuit de samenwerking tussen gemeente en ondernemers wordt met professionals invulling gegeven aan de projecten. Het coördineren van initiatieven, het bewaken van de voortgang en het onderhouden van de samenwerking tussen ondernemers, gemeente en andere belanghebbenden.

Bereikbaarheid en mobiliteit

Het behouden en creëren van toegankelijke wegen in het centrum van Driebergen is essentieel. Voldoende parkeergelegenheid, veiligheid en goede bereikbaarheid met zowel auto, fiets, openbaar vervoer en andere vervoersmodaliteiten maken het centrum nog toegankelijker. Uiteindelijk verandert elke bezoeker in een voetganger. Daar willen we voldoende aandacht voor. Daarnaast is het essentieel dat InDriebergen actief betrokken is bij de uitvoering van het mobiliteitsplan.

Sfeer, beleving en verblijfskwaliteit

Een aantrekkelijke ontmoetings- en verblijfsplek is cruciaal voor een florerend centrumgebied. Niet alleen voor bezoekers maar ook voor de ondernemer. Hoe langer mensen blijven, hoe groter de kans dat ze in het centrumgebied aankopen doen. Daarom zien wij ontmoeting en verblijf niet als 'extra', maar als essentiële onderdelen van een toekomstgericht centrum. Het centrum beleven gaat veel verder dan alleen visuele aantrekkingskracht; het gaat ook om het creëren van een aangename sfeer door het gebruik van muziek en sfeerverlichting.

Evenementen en activiteiten

De InDriebergen en haar leden willen op verschillend niveau's evenementen en activiteiten neerzetten voor zowel de inwoner als de bezoeker uit de regio en toerist. Naast de bekende grote evenementen zetten we ook in op kleinere activiteiten. We zien dit als passend middel om de binding met het centrum te vergroten en retourbezoek te generen. Naast dit soort 'interactieve events' zetten we ons ook in op duurzaamheid, vergroting en sociale betrokkenheid van inwoners en ondernemers aan het centrum.

“Een zichtbaar centrum begint met samenwerking achter de schermen – en wordt voelbaar op straat, online én in elk detail van de beleving.”

Marketing en digitale zichtbaarheid

In de moderne tijd is een sterke digitale aanwezigheid essentieel om bezoekers te trekken, ook buiten Driebergen. Vele bezoekers geven reviews op bepaalde plekken waar ze geweest zijn. Daarom is een visueel aantrekkelijk, toegankelijk en actueel vormgegeven website belangrijk. Daarnaast zijn de digitale mogelijkheden om een groot bereik te genereren eindeloos.

Branchering en functiemix

Met de thema's branchering en functiemix zetten we in op het versterken van het lokale ondernemingsklimaat en spelen we actief in op de wensen van inwoners, bezoekers én ondernemers.

Branchering draait om het doelgericht samenstellen van het aanbod van winkels, horeca, diensten en andere voorzieningen in het centrum, zodat Driebergen een herkenbare identiteit en sterke aantrekkingskracht ontwikkelt.

De functiemix richt zich op de optimale balans en spreiding van verschillende functies—zoals detailhandel, horeca, dienstverlening, wonen en cultuur—waardoor een levendig en aantrekkelijk centrum ontstaat, waar mensen graag verblijven en elkaar ontmoeten.

“Een zichtbaar centrum begint met samenwerking achter de schermen – en wordt voelbaar op straat, online én in elk detail van de beleving.”

VERDIEPING PER THEMA

In Hoofdstuk 2 hebben we onze doelen en ambities beschreven. In dit hoofdstuk vertalen we dit naar een meerjarenplan. Per thema beschrijven we wat we het eerste jaar willen bereiken. Vervolgens de inzet voor 2026 en uiteindelijk de inzet voor 2026-2030. Dit maakt samen het meerjarenplan.

In Hoofdstuk 4 is dit vertaald naar een meerjarenbegroting. De thema's op een rij:

- 3.1 Een sterk InDriebergen
- 3.2 Samenwerkend centrumregie
- 3.3 Bereikbaarheid en mobiliteit
- 3.4 Sfeer, beleving en verblijfskwaliteit
- 3.5 Evenementen en activiteiten
- 3.6 Marketing en digitale zichtbaarheid
- 3.7 Branchering en functiemix

“Hoe beter je de weg weet, hoe langer je blijft.”

3.1 EEN STERK INDRIEBERGEN

JAAR 1:

De eerdere organisatorische veranderingen zetten we door. Ondernemers in het BIZ-gebied kunnen lid worden door zich aan te melden bij de vereniging. Daarbij geldt de voorwaarde dat elk lid zich aanmeldt voor een werkgroep, inzetbaar is op specifieke thema's of heeft een gedefinieerde taak/rol in de vereniging. Denk aan werkgroepen, ledenwerving en administratie, ledenbijeenkomsten en collectieve inkoop / ledenvoordeel.

We vinden het daarbij belangrijk dat iedere ondernemer zich gehoord en betrokken voelt. Ook niet-leden willen we meer aandacht geven en betrekken bij onze activiteiten en resultaten. Hiermee vergroten we de kans dat ze aanhaken bij de vereniging.

Als bestuur willen we beter communiceren richting onze leden, zodat zij altijd op hoogte zijn van wat er speelt en trots zijn om deel uit te maken van de vereniging.

Aan het einde van 2026 willen we minimaal 25% van het totaal aantal ondernemers in het BIZ-gebied vertegenwoordigen.

Daarnaast bundelen we input van leden over belangrijke thema's zoals sfeer, bereikbaarheid, klantenbinding, leegstand, samenwerkingen en seizoensaanpak. Deze signalen vormen de basis voor een gezamenlijke koers en een herkenbare ondernemersstroom richting gemeente.

JAAR 2 - 5:

In de volgende jaren bouwen we voort op de basis van verbinding en vertegenwoordiging vanuit het eerste jaar. We stimuleren leden om samen initiatieven te nemen die bijdragen aan sfeer, beleving, verblijfswaarde en onderlinge versterking. We hebben verschillende partners die via collectieve inkoop ledenvoordelen bieden.

Aan het eind van 2030 willen we 60% van het totaal aantal ondernemers in het BIZ-gebied vertegenwoordigen.

We zetten in op structurele betrokkenheid van InDriebergen bij thema's als mobiliteit, nieuwe aanbod, tijdelijke programmering, klantenbinding en het versterken van de verblijfsfunctie van het centrum. Tegelijkertijd zorgen we dat ondernemers via de InDriebergen eenvoudig toegang hebben tot kennis, netwerk, campagnes en lokale promotie.

3.2 SAMENWERKEND CENTRUMREGIE

JAAR 1:

InDriebergen zet zich in om het contact met stakeholders, die relevant zijn voor het centrum, te verbeteren en betrokken te maken.

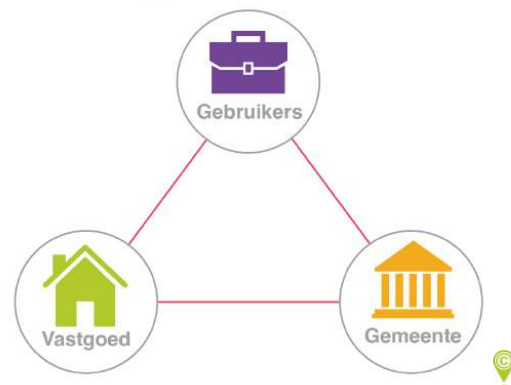
In het eerste jaar focust InDriebergen zich op het opbouwen van een sterke structuur en een actieve, representatieve rol voor alle ondernemers in het centrumgebied. Samen met de gemeente leggen we de basis voor een duurzame samenwerking binnen de 'gouden driehoek'. Het meerjarenplan en het gemeentelijk beleid vormen samen het fundament voor een gezamenlijk actieplan centrumregie, waarin gezamenlijke projecten en thema's worden opgepakt.

Belangrijke speerpunten zijn het optrekken met de andere kernen, inzicht krijgen in elkaars kwaliteiten en het versterken van elkaars bezoekersstromen.

Daarnaast richt InDriebergen zich op het versterken van minder betrokken kernen, zodat we in het OVO als één collectief richting de gemeente optreden. Tot slot wordt het Centrummanagement structureel in het budget opgenomen.

In Driebergen wil samen met de andere kernen en de gemeente Utrechtse Heuvelrug een samenwerkingsconvenant tekenen, waarin de ambities en afspraken staan om Driebergen toekomstbestendig te maken

De gouden driehoek



JAAR 2 - 4:

Naarmate de samenwerking zich in de jaren daarna verdiept, ontstaat er een steeds hechter netwerk tussen de kernen. De gezamenlijke centrumregie ontwikkelt zich tot een platform waarin structureel overleg plaatsvindt en gezamenlijke standpunten worden afgestemd. Door ervaringen en kennis uit te wisselen, kunnen de kernen elkaar versterken en gezamenlijk optrekken richting de gemeente, bijvoorbeeld bij het indienen van subsidieaanvragen of het formuleren van beleidsadviezen.

De rol van de bestuursleden wordt verder geprofessionaliseerd, zodat zij als volwaardige vertegenwoordigers van hun kern kunnen optreden. Op deze manier groeit het vertrouwen tussen de kernen en wordt de positie van het centrumregieplatform steeds steviger verankerd in het lokale beleid. De eerlijke verdeling van middelen en het waarborgen van het collectieve belang blijven gedurende het hele traject een belangrijk uitgangspunt, zodat de samenwerking duurzaam en toekomstbestendig is.

3.3 BEREIKBAARHEID EN MOBILITEIT

JAAR 1:

De manier waarop bezoekers het centrum kunnen bereiken en beleven, van parkeren tot aan looproutes, heeft directe invloed op hoe lang zij blijven, hoeveel zij besteden en of zij daadwerkelijk terugkomen. Een goede bereikbaarheid is daarom essentieel om onze activiteiten aantrekkelijk en toegankelijk te maken voor bezoekers, bewoners én ondernemers. In samenwerking met de gemeente nemen we deel aan het mobiliteitsplan. We pleiten voor toegankelijke wegen, goede bewegwijzering en een optimale balans tussen bereikbaarheid per auto, fiets en te voet.

In het eerste jaar richten wij ons op het behouden van de huidige bereikbaarheid en mobiliteit, waarbij we per geplande activiteit specifiek aandacht besteden aan parkeermogelijkheden. We nemen hierbij de verschillende behoeften van kort- en langparkeerders mee.

JAAR 2 - 5:

Op basis van alle bevindingen in het eerste jaar zetten we in op een reeks samenhangende verbeteringen. Bij elk evenement wordt de indeling van parkeerlocaties, bewegwijzering en doorstroming overwogen, vanuit de bevindingen in het vorige jaar om samen de doorstroom en looproutes in het centrum optimaal te houden. Zo borgen we dat het centrumgebied van binnen naar buiten optimaal wordt benut.

Tevens wordt gekeken naar de koppeling met toeristische routes buiten het centrum, zoals wandel- en fietspaden in het Utrechtse Heuvel landschap. Door het centrum beter te positioneren als start- of eindpunt van een dagje uit.

3.5 SFEER, BELEVING EN VERBLIJFSKWALITEIT

JAAR 1:

InDriebergen zet zich in om de sfeer het centrum te verbeteren, waarbij de uniformiteit en verbinding van verschillende elementen elkaar versterken.

In het eerste jaar zoeken we naar uitingen die passen bij de identiteit en het merk van Driebergen. Dit omvat onder meer sfeerverlichting (inclusief onderhoud en opslag), bloembakken, stoepborden en banner/vlaggen op lantaarnpalen. Ook de kwaliteit en plaatsing van voorzieningen (bijvoorbeeld bankjes) worden onderzocht. In samenwerking met de gemeente ontwikkelen we een beeldkwaliteitsplan voor het centrum, gericht op het verhogen van de waarde en aantrekkelijkheid van het gebied als geheel.

We onderzoeken de mogelijkheden van collectieve inkoop om schaalvoordeel en uniformiteit binnen de gemeente te creëren. Vanuit een integrale aanpak werken we aan een herkenbaar en sfeervol centrum.

JAAR 2 - 5:

Na het leggen van de eerste fundamenten in jaar één, staat de volgende jaren in het teken van continuïteit, verfijning en samenwerking. Waarin het eerste jaar de focus lag op het in kaart brengen van verbeterpunten, het bekijken van sfeermaatregelen van organisatie naar uitvoering en het bundelen van inzichten onder ondernemers tot een beeldkwaliteitsplan, worden in de opvolgende jaren doorgepakt met de structurele uitvoering en implementatie.

3.5 EVENEMENTEN EN ACTIVITEITEN

JAAR 1:

In het eerste jaar richt InDriebergen zich op het versterken van het bestaande evenementenaanbod die passen bij de identiteit van Driebergen, zoals de sinterklaasintocht, de zomer- en wintermarkt, etcetera. Het behoort zowel het sociaal-maatschappelijke aspect als het effect van op het lokaal ondernemerschap te versterken. Een evenement is geen op zichzelf staand 'product'. We zien het als onderdeel van het totale aanbod en de beleving van het gebied.

We streven ernaar om ondernemers en andere belanghebbenden actiever te betrekken bij het ophalen van ideeën, zodat het aanbod goed aansluit bij de wensen en behoeften van de lokale gemeenschap.

In het eerste jaar onderzoeken we passende middelen om combinatie en retourbezoek in de centra van Driebergen te verbeteren.

JAAR 2 - 5:

In de opvolgende jaren bouwen we voort op het eerste jaar door meer structuur en blijvende verbeteringen aan te brengen in het aanbod én de achterliggende doelen. De evenementen worden niet alleen gezien als vermaak, maar als middel om bewoners, bezoekers én ondernemers met elkaar te verbinden. Dat betekent dat we structureel met deze groepen in contact blijven zodat we elkaars kennis en capaciteit optimaal benutten.

3.6 MARKETING EN DIGITALE ZICHTBAARHEID

JAAR 1:

In de eerste jaren ontwikkelen we een krachtige marketingstrategie voor Driebergen als aantrekkelijke bestemming voor zowel bezoekers als ondernemers. Dit begint met het in kaart brengen van de identiteit en unieke eigenschappen en aanbod van Driebergen. Hierop baseren we een gezamenlijke communicatiestijl en plan, waarmee ondernemers en InDriebergen haar centra eenduidig en herkenbaar profileren.

Digitale marketing vormt in het plan een structurele investering. De website site gedurende de gehele looptijd actueel en relevant te blijven, met doorlopende updates over nieuw aanbod en evenementen. Tegelijkertijd wordt actief ingezet op social media, waarbij een contentkalender zorgt voor een regelmatige stroom aan berichten, promoties en inspirerende verhalen.

Voorafgaand, tijdens en na afloop van evenementen worden multimediale campagnes gevoerd. De website en socialmediakanalen worden nadrukkelijk ingezet om deelnemers en bezoekers te informeren en enthousiasmeren.

Cruciaal in het plan is samenwerking. De komende jaren wordt samengewerkt met gemeente, toeristische partners zoals vakantieparken, en regionale marketingorganisaties om draagvlak, bereik en impact te vergroten. Dit geldt voor gezamenlijke campagnes, het delen van data/ervaringen en het opzetten van gezamenlijke

promoties en arrangementen. Door samen meer kennis en middelen te bundelen, wordt de zichtbaarheid van Driebergen regionaal en zelfs landelijk versterkt.

JAAR 2 -5:

De periode daarna is het moment waarop we de gelegde basis omzetten in verbeterd bereik. Niet alleen door zichtbaar te zijn, maar vooral door relevant te zijn. Aanwezigheid op het juiste moment, via het juiste kanaal met de juiste toon en inhoud afgestemd per evenement (zowel online als offline).

De effectiviteit van alle marketingactiviteiten wordt elk jaar geëvalueerd en bijgestuurd, zodat er ruimte blijft voor innovatie en inspelen op nieuwe trends. Het doel is dat Driebergen binnen vijf jaar een sterke, zichtbare positie heeft als aantrekkelijk dorp waar mensen graag komen en dat ondernemers optimaal profiteren van de gezamenlijke profilering.

We organiseren ook bijeenkomsten en sessies om de (online) vindbaarheid van leden te verbeteren middels zoekmachine-optimalisatie en Google Mijn Bedrijf-profielen.

3.7 BRANCHERING EN FUNCTIEMIX

JAAR 1:

We willen diversiteit in het aanbod behouden, waarbij de branches en functies een positief en versterkend effect op het totale gebied hebben. Dat vraagt meer regie en inzicht in het huidige en (vanuit onderzoek) gewenste of ontbrekend aanbod in onze centra. We actualiseren en gebruiken de huidige database om verbanden te leggen en een uitvoeringsprogramma op te zetten.

We onderzoeken daarnaast de mogelijkheden om het horeca aanbod te centreren en, op basis van de behoeftes van onze bezoekers, uit te breiden of te verrijken.

JAAR 2 -5:

Elk jaar wordt de database herijkt en de resultaten en verbanden vergeleken met voorgaande jaren. Hiermee kunnen we ontwikkelingen in kaart brengen en de resultaten van het uitvoeringsprogramma toetsen en actualiseren.

Deze periode gebruiken we om verder uitvoering te geven aan de gewenste verbeteringen van branchering en horeca. Daarbij zoeken we actief de samenwerking op met pandeigenaren, gemeente en andere relevante partijen zoals de KHN. Daar de pandeigenaren nog niet verenigd zijn, zetten we ons actief in om een vastgoedcollectief te realiseren, samen met de gemeente en de andere kernen.

4.1 BEGROTING PER THEMA

De begroting voor komende jaren is gebaseerd op de huidige reclameheffing in combinatie met het aflopen van de bijdrage voor gratis parkeren. Omdat we serieus stappen willen zetten als ondernemers én in de samenwerking met gemeenten en pandeigenaren stellen wij dat na 2026 de reclameheffing gelijk blijft en dat de gegenereerde inkomsten (minus de perceptiekosten) geheel ten goede moeten komen aan De InDriebergen en de plannen in dit meerjarenplan. In de begroting hebben we tevens een inflatiecorrectie van 3% opgenomen. Opdat we het niveau ook vol kunnen houden wanneer prijzen van projecten en menskracht de komende jaren stijgen.

Het jaar 2027 gaat uit van een inflatiecorrectie van 3% op het bedrag van 2026. Voor de jaren 2028 en verder is wederom de inflatiecorrectie meegerekend. We gaan uit van het behoud van het aanbod (geen teruggang). Deze begroting is opgesteld op basis van de aangeleverde data van het GBHU en kan afwijken van de totaal geïnde gelden.

THEMA	JAARTALLEN BEGROTING <i>Incl. 3% inflatiecorrectie afgerond</i>				
	2026	2027	2028	2029	2030
TOTALE INKOMSTEN	€ 84.000	€ 86.520	€ 89.116	€ 91.789	€ 94.543
3.1 EEN STERK InDriebergen	€ 7.500	€ 7.725	€ 7.957	€ 8.195	€ 8.441
3.2 SAMENWERKEND CENTRUMMANAGEMENT	€ 10.000	€ 10.300	€ 10.609	€ 10.927	€ 11.255
3.3 BEREIKBAARHEID EN MOBILITEIT	€ 5.000	€ 5.150	€ 5.305	€ 5.464	€ 5.628
3.4 HERKENBARE SFEER EN BELEVING	€ 18.000	€ 18.540	€ 19.096	€ 19.669	€ 20.259
3.5 ACTIVITEITEN EN EVENEMENTEN	€ 20.000	€ 20.600	€ 21.218	€ 21.855	€ 22.510
3.6 RETOURBEZOEKEN	€ 10.000	€ 10.300	€ 10.609	€ 10.927	€ 11.255
3.7 MARKETING EN DIGITALE ZICHTBAARHEID	€ 10.000	€ 10.300	€ 10.609	€ 10.927	€ 11.255
Onvoorzien	€ 3.500	€ 3.605	€ 3.713	€ 3.825	€ 3.939
TOTALE UITGAVEN	€ 84.000	€ 86.520	€ 89.116	€ 91.789	€ 94.543

5.1 BEDRIJVENINVESTERINGSZONE

Een Bedrijven Investeringszone (BIZ) is een wettelijk instrument waarmee alle ondernemers gezamenlijk investeren in de kwaliteit van hun omgeving, aanvullend op de gemeentelijke (basis)activiteiten. Een BIZ is dus een instrument vóór en dóór ondernemers. Door een BIZ worden kosten van de investeringen in de kwaliteit van de bedrijfsomgeving verdeeld over alle ondernemers. Voorwaarde is dat de meerderheid van de ondernemers achter het plan staat. Dit wordt middels een officiële schriftelijke stemming getoetst.

De activiteiten van een BIZ moeten volgens de wet gericht zijn op het bevorderen van de leefbaarheid en de veiligheid in een bedrijven investeringszone of de ruimtelijke kwaliteit dan wel de economische ontwikkeling van een bedrijven investeringszone ten goede komen. De activiteiten mogen zowel in de openbare ruimte als op het internet worden ontplooid. Het geld voor de uitvoering wordt geïnd via een heffing die de uitvoert. Alle ondernemers in het BIZ-gebied betalen mee. Het totale bedrag, minus administratiekosten van 4%, wordt dan overgemaakt naar de BIZ-stichting (in oprichting).

In het centrum van Driebergen is reeds een Bedrijveninvesteringszone (BIZ) actief, waarbij de BIZ-bijdrage momenteel wordt geheven op basis van een vast bedrag. Deze systematiek zorgt voor duidelijkheid en eenvoud in de uitvoering en is voor alle bijdrageplichtigen gelijk.

Voor de komende periode is gekozen om de huidige basis te behouden met een vast bedrag per huisnummer a € 450,-. Deze wordt jaarlijks verhoogd met de inflatiecorrectie.

De opbrengsten uit de BIZ-heffing worden, zoals gebruikelijk, door de gemeente geïnd en vervolgens overgedragen aan de BIZ-vereniging, die verantwoordelijk is voor de uitvoering van de afgesproken activiteiten in de openbare ruimte, gericht op het verbeteren van de leefbaarheid, veiligheid en economische ontwikkeling van het centrum van Driebergen.

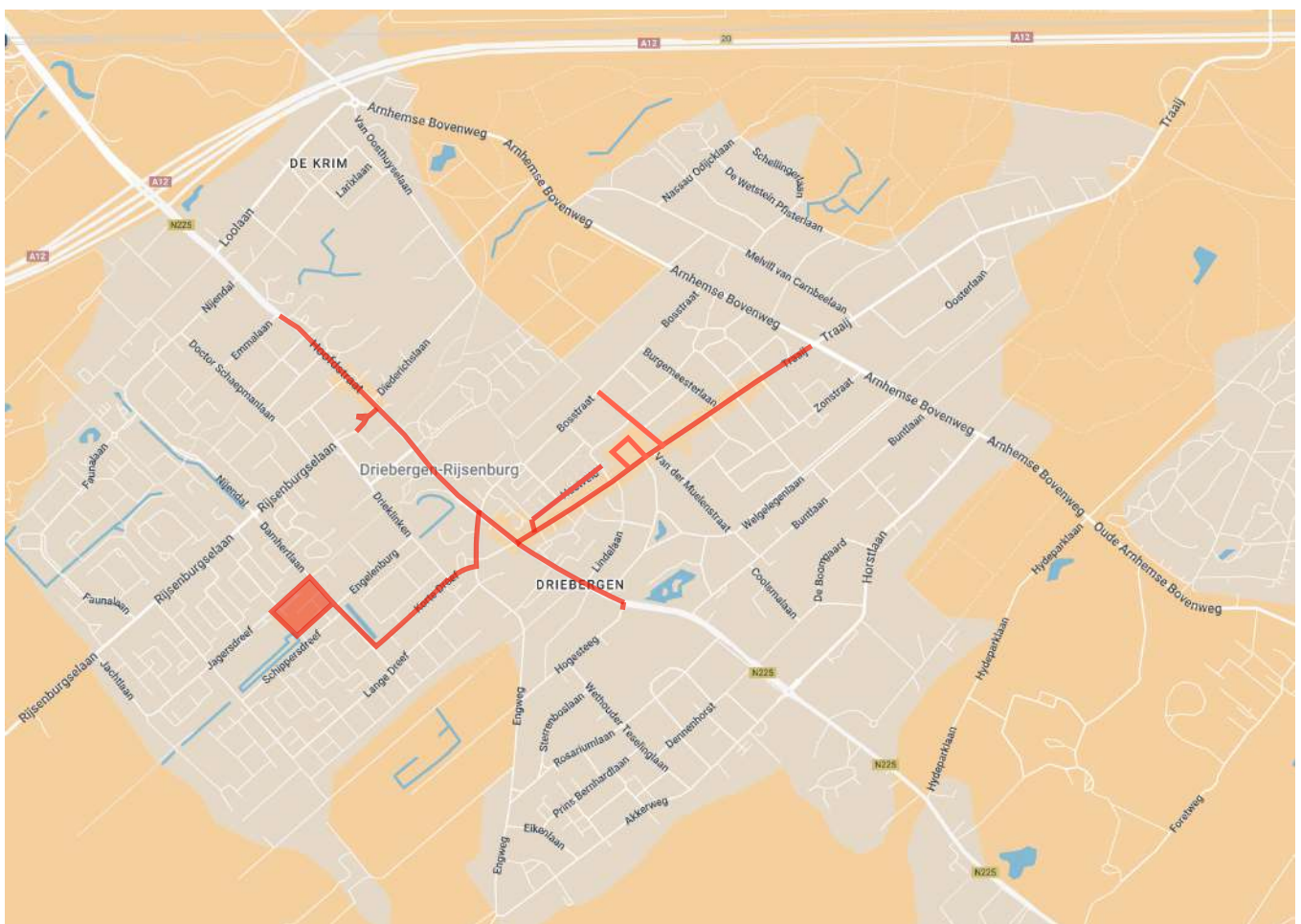
5.2 GEBIEDSAFBAKENING

De BIZ geldt voor alle ondernemers die gevestigd zijn binnen het aangewezen gebiedsafbakening. Op een bijbehorende plattegrond is te zien welke afbakening van het gebied waar de BIZ van toepassing is.

De afbakening sluit aan bij de straten en panden waar de meeste winkels, horecazaken en andere publieksgerichte ondernemingen zich bevinden.

Door te kiezen voor een duidelijke transparante afbakening, zorgen we ervoor dat:

- De opbrengsten rechtstreeks worden ingezet binnen ditzelfde gebied;
- De lasten en baten eerlijk verdeeld worden, met zichtbare meerwaarde voor de omgeving.



5.3 STRAATNAMEN

Traaij (oneven nummer 1 tot en met 197, even 2 tot en met 170)
Dokter Hermansstraat (geheel)
Hoofdstraat (oneven nummer 73 t/m 161, even 104 tot en met 198)
Hogesteeg (nummer 1)
Kerkplein (geheel)
Winkelcentrum De Sluis (nummer 1 tot en met 50)
Damhertlaan (nummer 14, kruising de Sluis tot en met kruising de Wissel)
De Wissel (geheel)
Korte Dreef (geheel)
Drieklinken (nummer 8 tot en met 32)
Engweg (nummer 2 tot en met 10)
Binnenhof (geheel)
Laan van Bommerweert (kruising Traaij / Heetveld)
Heetveld (geheel)

5.4 VRIJSTELLINGEN

De volgende bestemmingen worden uitgesloten:

Kerken en overige geloofsgemeenschappen

6.1 NAWOORD

Dit meerjarenplan (2026-2030) is geen opsomming van losse ambities, maar een gedeelde routekaart. Een plan waarin samenwerking, vertrouwen en doelgericht investeren samenkomen. We staan als In-Driebergen voor een centrum dat leeft, verrast en verbindt. Een plek waar bewoners zich thuis voelen, bezoekers graag verblijven en ondernemers kunnen bloeien.

De gebiedsafbakening speelt daarin een belangrijke rol. Door collectieve middelen op te halen via de BIZ creëren we een gezamenlijke financiële basis. Die basis stelt ons in staat om niet alleen te reageren op ontwikkelingen, maar om actief te bouwen aan kwaliteit: in sfeer, bereikbaarheid, communicatie, gastvrijheid en beleving.

Door meer mensen actief te betrekken en te laten participeren bij het ontwikkelen, uitvoeren en evalueren van plannen, vergroten we het draagvlak, de effectiviteit en de duurzaamheid van onze aanpak.

Actieve participatie leidt namelijk tot:

- Sociale samenhang. Als mensen zich gehoord en gezien voelen, ontstaat verbondenheid met elkaar én met de plek.
- Creatieve oplossingen. Lokale kennis en ervaringen brengen waardevolle perspectieven die beleidsmakers of professionals niet altijd overzien.
- Mede-eigenaarschap. Als mensen meebeslissen, voelen ze zich verantwoordelijk voor het resultaat en zetten zich ook actief in voor onderhoud en verdere ontwikkeling.



**“Een levendig centrum ontstaat niet op één dag,
maar in elk seizoen opnieuw.”**

