

Voorstel tot inrichting van een Dorpsfonds Haren

Juni 2015

Versie 8

Voorwoord

Net als verschillende andere gemeenten in Nederland, heeft ook de gemeente Haren de wens uitgesproken tot een ondernemersfonds te komen, van waaruit marketing- en versterkingsactiviteiten worden gefinancierd. Zij heeft Ondernemend Haren opdracht gegeven met een plan hiervoor te komen. Ondernemend Haren heeft voor het daadwerkelijk schrijven hiervan een beroep gedaan op K.J. Alsem, Lector Marketing aan de Hanzehogeschool Groningen en inwoner van Haren.

Uitdrukkelijk is het onderhavige voorstel tot stand gekomen in overleg met een groep initiatiefnemers van wat het Dorpsfonds Haren wordt genoemd. Deze personen zijn: P. Albronda (ondernemer, winkelier), G. Bruns (horeca ondernemer), J. de Grijs (ondernemer, assurantietussenpersoon), E. Russo (ondernemer, winkelier), A. Verhoog (advocaat en voorzitter Ondernemend Haren) en R. Zuidema (ondernemer, consultant). Ook voormalig voorzitter van Ondernemend Haren J. Boerema heeft in een eerder stadium input geleverd. In een later stadium hebben ook E. Koopmans (ondernemer, architect), J. Lourens (ondernemer, accountant) en G. Poell (voorzitter Culturele Raad Haren) meegedacht.

De voorliggende notitie dient als startnotitie voor oprichting van de Stichting Dorpsfonds Haren en eveneens voor de benoeming van het Bestuur.

Haren, 21 juni 2015

K.J. Alsem

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
1 Samenvatting	4
2 Aanleiding en doel	6
2.1 Aanleiding.....	6
2.2 Redenen voor een Dorpsfonds	7
2.3 Kern van het Dorpsfonds	7
3 Ambities en doelstellingen.....	9
3.1 Opzetten van een nieuwe stichting.....	9
3.2 Ambitie.....	9
3.3 Doelstellingen.....	9
3.4 Dorpsfonds is voorwaarde	11
3.5 Afbakening werkgebied	11
4 DNA van Haren.....	12
4.1 Groen.....	12
4.2 Kwaliteit	12
4.3 Merkversterking	12
5 Organisatie	13
5.1 Uitgangspunten	13
5.2 Bestuur.....	13
5.3 Rol Gemeente Haren.....	14
5.4 Toezicht	14
5.5 Uitvoeringsorganisatie.....	15
5.6 Commissie Marketing Haren	16
6 Financiering.....	17
6.1 Inkomsten vanuit de gemeente	17
6.2 Inkomsten uit sponsoring en cofinanciering.....	17
6.3 Trekkingsrechten	18
7 Meerjaren- en jaarprogramma.....	19
7.1 Contouren meerjarenprogramma.....	19
7.2 Jaarprogramma 2015/2016	20
8 Begroting 2015-2016.....	22
8.1 Begroting 2015.....	22
8.2 Begroting 2016.....	22

1 Samenvatting

Dit document bevat een opzet voor een op te richten Dorpsfonds in Haren. Het bevat tevens een eerste begroting voor 2015 en 2016.

Het op te richten Dorpsfonds Haren heeft als ambitie om het 'merk Haren' in twee opzichten te versterken: door stimulering en ondersteuning van concrete activiteiten die leiden tot verbetering van 'het product' Haren (evenementen, inrichting, winkelaanbod enz.), en door betere marketingcommunicatie. Doelgroepen hiervoor zijn zowel bestaande bewoners als nieuwe bewoners, toeristen en ondernemers. Het Dorpsfonds wordt primair gefinancierd vanuit een verhoging van de OZB op niet woningen. Daarnaast moet cofinanciering en sponsoring worden gestimuleerd. De ambitie om de positie van Haren te versterken betekent dat de middelen moeten groeien.

Het Dorpsfonds is niet gekoppeld aan belangengroepen maar staat boven alle partijen die in de gemeente Haren een rol spelen (gemeente, winkeliers, (andere) ondernemers, cultuur, sport, welzijn, zorg, enz.). Het Bestuur van het Dorpsfonds bestaat uit onafhankelijke leden. Belangrijkste taak van het Bestuur is een visie en (meer jaren) 'business'plannen te maken om daarmee (meer) financiële middelen te verkrijgen en om aanvragen voor ondersteuning vanuit het Dorpsfonds te beoordelen en daarover te beslissen. Twee criteria spelen daarbij een rol: leidt de aanvraag tot economische versterking van Haren en past het bij het DNA 'groen en kwaliteit' van het merk Haren?

Het Bestuur van het Dorpsfonds organiseert niet zelf activiteiten. Om te stimuleren dat dit wel zoveel mogelijk gebeurt, is er een sterke en laagdrempelige communicatie vereist. Het Bestuur van het Dorpsfonds laat zich adviseren door een adviesgroep waarin belangengroepen zijn vertegenwoordigd. Voorts zijn er in het netwerk personen/organisaties die ondersteuning kunnen verlenen aan het organiseren van activiteiten. Er komt een commissie Marketing Haren die een centrale rol krijgt in de marketingcommunicatie. Teneinde de totale marketingcommunicatie over Haren effectief en efficiënt te laten verlopen, zal ook de gemeente rekening moeten houden met inbreng van en overleg met deze commissie. Het Dorpsfonds zal tevens gesprekspartner zijn voor de gemeente bij de uitwerking van de centrumvisie.

Omdat de officiële realisatie van Dorpsfonds en Bestuur niet eerder dan in het najaar van 2015 kan worden gerealiseerd, en 2015 dan dus grotendeels voorbij is, wordt ervoor gekozen de reeds beschikbaar gestelde middelen voor 2015 (€ 45.000 uit een 5% verhoging van de OZB op niet woningen), te besteden in samenhang met de plannen voor 2016. Deze plannen zijn: ontwikkeling websites voor de bekendheid van het Dorpsfonds en de promotie van het gebied Haren, verbetering Raadhuisplein, aanstellen coördinator en centrummanager, deelname Geopark, en besteding nieuwe evenementen en marketing. De totale kosten hiervan worden geraamd op € 150.000 wat betekent dat de OZB in 2016 7% extra zou moeten worden verhoogd. Daarnaast lijkt het logisch vanaf 2016 de jaarlijkse bijdrage voor oa organisatie Sinterklaas en Braderie via het

Dorpsfonds te laten lopen en niet meer via Ondernemend Haren. In een convenant zullen zaken goed moeten worden vastgelegd.

2 Aanleiding en doel

2.1 Aanleiding

Onder invloed van veranderingen in de maatschappij staan stads- en dorpskernen onder enorme druk. Ondernemers hebben te maken met een verandering in de besteding van vrije tijd van de consument en de daaruit voortvloeiende dalende omzetten alsook met een verandering van de manier van besteden door de opkomst van online winkelen. Het bovenstaande leidt in de gemeente Haren, net als in andere plaatsen in Nederland, tot een langzaam groeiende (verborgen) leegstand van winkels.

In het voorjaar van 2014 heeft Ondernemend Haren daarom aan Marklinq, het Marketing onderzoeksinstituut van de Hanzehogeschool Groningen, gevraagd om deze problematiek te onderzoeken en met adviezen te komen om Haren de komende jaren economisch te versterken. De conclusies en aanbevelingen van dit onderzoek zijn verwoord in "De Kern van Haren¹" die door Ondernemend Haren in juni 2014 aan de Gemeente is aangeboden. De belangrijkste conclusies en/of aanbevelingen uit dit onderzoek zijn:

1. Ontwikkeling van een Dorpsfonds met als doel het versterken en vermarkten van Haren.
2. Samenwerking tussen alle belanghebbende partijen om sfeer en ambiance in het centrum te versterken.
3. Ontwikkeling van een goed winkelaanbod op het Haderaplein om de looproute in het centrum te verbeteren.
4. Ontwikkeling van een klantvriendelijk parkeerbeleid.

In het najaar van 2014 zijn er, als vervolg op het onderzoek van "de kern van Haren", Werkateliers gehouden door de Gemeente Haren met inspraak vanuit alle kaders, waarvan de uitkomst op één lijn lag met het rapport De Kern van Haren. Tevens is een centrumvisie door de gemeente ontwikkeld, welke in december 2014 door de raad is aangenomen. In deze visie wordt als uitgangspunt ('visie') gesteld dat Haren 'het meest exclusieve en gezellige winkelcentrum van Noord-Nederland heeft en de groene parel tussen de stad en de Hondsrug vormt'. Hierbij merken we op dat in deze visie een stuk uitdaging voor de toekomst ligt, met name waar het betreft het behoud van waarden als 'exclusief, gezellig en groen'. Tevens worden in de centrumvisie enkele 'projecten' genoemd zoals:

- onderzoek naar instellen Ondernemersfonds
- verbeteren parkeerfaciliteiten
- verbeteren vindbaarheid parkeergarage
- ontwikkelen looplijnen
- professionaliseren ondernemerschap
- opstellen marketingstrategie
- monitoren en invullen leegstand

¹ Alsem, K.J, F.A. van Leer, S. Brakman (2014), *De kern van Haren*, Marklinqpublicatie nr. 6, Hanzehogeschool Groningen

In een voortvarende samenwerking met de Gemeente is door Ondernemend Haren besloten om de aanbeveling over het Ondernemersfonds ten uitvoer te brengen. De Gemeente heeft Ondernemend Haren gevraagd een visie te schrijven en het bestuur voor de stichting die de fondsen zal beheren vorm te geven. Voor het schrijven en vormen van deze visie is Ondernemend Haren een samenwerking aangegaan met Karel Jan Alsem (Lector Marketing Hanzehogeschool Groningen, directeur Marklinq en inwoner van Haren).

De onderhavige notitie bevat een voorstel voor inrichting van het Dorpsfonds en is bedoeld als voorstel voor de gemeente Haren teneinde een definitief akkoord te krijgen op de opzet en inrichting van dit Dorpsfonds.

Als instelling van het Dorpsfonds Haren definitief is, zal er een Stichting moeten worden opgericht en wordt er een Bestuur aangewezen. Dit Bestuur zal vervolgens een businessplan moeten opstellen waarin keuzes over de inkomsten en uitgaven worden gemaakt. Vanwege de begrotingsplanning van de gemeente, komen we in de onderhavige notitie wel al met een aanzet tot businessplan.

2.2 Redenen voor een Dorpsfonds

Een sterk en economisch vitaal Haren is voor iedereen van groot belang. Ondernemers, gemeente, bewoners, sport- en cultuurverenigingen, scholen en vastgoedeigenaren hebben allen baat bij gezonde dorpen. In het algemeen valt bij regio- en citymarketing waar te nemen dat door het ontbreken van één 'eigenaar' van de regio (zoals een dorp), er niet een voldoende gecoördineerde en gerichte marketing en versterking van de regio plaatsvindt. Iedereen voelt zich verantwoordelijk, dus niemand is verantwoordelijk. Vaak is wel te zien dat ondernemers/winkeliers allerlei activiteiten ontplooiën. Maar de tijd dat enkel ondernemers hiervoor verantwoordelijk waren in de vorm van een winkeliersvereniging ligt achter ons. Het draagvlak voor deze manier van fondsenwerving brokkelt door leegstand en verandering van het retail landschap af. Daarnaast is een algemene trend zichtbaar waarbij steeds minder ondernemers bereid zijn op vrijwillige basis bij te dragen aan steeds meer gemeenschappelijke activiteiten. Dit is de zgn. 'freeriders'-problematiek, waarbij een steeds kleiner wordende groep de kosten voor het geheel moeten dragen.

De roep om een gezamenlijk platform staat vast. Zowel uit het rapport "De Kern van Haren" als uit de zogeheten werkateliers zoals die door de Gemeente Haren zijn gehouden op 8 en 9 september 2014 komt dit naar voren. Alle belanghebbenden zeggen eigenlijk: 'gemeente belast ons zodat wij gezamenlijk met deze fondsen de vier dorpskernen en de gemeente eromheen vitaler kunnen maken'.

Overigens is deze situatie niet uniek voor Haren. Er gingen ons in Nederland ruim 200 gemeenten voor met een ondernemersfonds.

2.3 Kern van het Dorpsfonds

Kort gezegd is een dorpsfonds een fonds van, vóór en dóór belanghebbenden om gezamenlijk activiteiten te bekostigen om Haren te versterken en te vermarkten.

De belanghebbenden in dit geval zijn naast de gemeente zelf ondernemers (winkeliers, horecaondernemers, ondernemers in toerisme en dienstverlening),

afgevaardigden van sport, cultuur, onderwijs en vastgoedeigenaren die met hun organisatie gevestigd zijn in de Gemeente Haren (Haren, Glimmen, Onnen en Noordlaren). En natuurlijk de bewoners die ook profiteren van versterking van Haren.

Het Dorpsfonds wordt gefinancierd uit een extra OZB heffing op alle niet-woningen in de Gemeente Haren. Voordeel van deze methode is dat de hoogte van de bijdrage per partij afhankelijk is van de waarde, de ligging en de omvang van het pand van de partij. Hierdoor gaat een grote partij meer betalen dan een kleine, maar gaat bovenal elke partij meebetalen aan het fonds. Dit lost de 'freeriders'-problematiek op. Er zijn ook kanttekeningen te plaatsen bij dit systeem. Zo worden zzp-ers die vanuit eigen huis werken niet aangeslagen terwijl zij toch ondernemer zijn. En de vraag is ook of een bedrijf dat 'twee keer zo groot is' ook 'twee keer zoveel profiteert' van het Dorpsfonds. In den lande is verhoging van de OZB op niet woningen echter een gebruikelijke systeem bij Ondernemersfondsen, en een volkomen ideaal systeem is vermoedelijk lastig te ontwikkelen. Om die reden lijkt dit systeem ons dan ook voldoende verdedigbaar.

3 Ambities en doelstellingen

3.1 Opzetten van een nieuwe stichting

Doelstelling is om een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen in Gemeente Haren op te zetten, op basis van gelijkwaardigheid, met een gezamenlijk inzet van middelen (arbeid, kapitaal en kennis), teneinde de aantrekkingskracht en de aantrekkelijkheid en daarmee het economisch functioneren van het winkelcentrum te versterken.

Dit willen we bereiken door het oprichten van een nieuwe stichting waarbinnen de samenwerking *geprofessionaliseerd* wordt en er structurele middelen vrijkomen om projecten en acties gezamenlijk op te pakken.

De Stichting doet niet aan belangenbehartiging vanuit één individuele partij (zoals Ondernemend Haren). Belangenbehartiging blijft voorbehouden aan afzonderlijke belangenorganisaties. De Stichting is een onafhankelijke organisatie die tussen en boven de partners staat en werkt op basis van een *businessplan/begroting*.

3.2 Ambitie

Voor de Stichting is de volgende ambitie geformuleerd:

Het in samenwerking tussen ondernemers vergroten van de (boven)regionale en lokale aantrekkingskracht teneinde de economische functie en belevingswaarde van Gemeente Haren te versterken.

Met als resultaat relevante doelgroepen te stimuleren tot een vaker en langer bezoek c.q. verblijf aan Gemeente Haren. Het gevolg hiervan is, meer omzet, meer rendement, meer investeringen en meer werkgelegenheid voor de Gemeente Haren.

Een doel is uitdrukkelijk ook de leefbaarheid en het woongenot voor bestaande bewoners en winkeliers te vergroten.

Het Dorpsfonds wil bijdragen aan:

1. De marketing van Haren naar diverse doelgroepen (intern en extern), en dus het bouwen aan versterking van met merk 'Haren'.
2. Het versterken van het woon- en vestigingsondernemersklimaat (in het centrum) van Haren.

3.3 Doelstellingen

Het beoogd resultaat van de Stichting is het meer (boven)lokale en toeristische bezoekers een langere verblijfsduur en hogere bestedingen, het versterken van het vestigingsklimaat en bewustwording van lokale bestedingen door opdrachtgevers (gemeente en ondernemers onderling) en consumenten tot gevolg. En ook om het woon- en leefgenot van bestaande bewoners te versterken. Dit willen we bereiken door de volgende zaken op te pakken.

Verbetering van het 'product Haren'

- Versterken van de aantrekkelijkheid van het centrum door (duurzaam) te investeren in sfeer, beleving, aankleding, onderhoud en beheer en toegankelijkheid, passend bij het DNA van Haren. Kortom het verhogen van de verblijfswaarde (de aankleding en de uitstraling / ambiance)
- Inventariseren, krachten bundelen, verbeteren van de kwaliteit van het evenementenaanbod.
- Professionaliseren van het evenementen- en activiteiten aanbod gedurende het gehele jaar door bestaande evenementen te verbeteren, beter te koppelen en nieuwe initiatieven / evenementen te stimuleren.

Verbeteren marketing en communicatie

- Opzetten van de marketing en promotiestrategie van Gemeente Haren via diverse communicatiekanalen. Eenduidige profilering en promotie van Haren door één merk/identiteit via diverse communicatiekanalen (o.a. online) richting het potentiële publiek: lokale/regionale consumenten en toeristen.
- In samenwerking tussen ondernemers, eigenaren en makelaars het versterken van het brancheprofiel en het stimuleren van de invulling van leegstand, zodat de totale aantrekkingskracht van het centrum wordt vergroot.
- Beter contact en verbeterde communicatie tussen ondernemers op de hoogte van elkaars wensen, plannen en belangen. Dus het creëren en verbeteren van verbindingen tussen verschillende partijen die actief zijn in het centrum van Haren (stichtingen, ondernemers, gemeente, vastgoedeigenaren) om de organisatiegraad te versterken, samenwerking te bevorderen en krachtig en eenduidig naar buiten te treden (communicatie, ook in relatie tot het op te stellen marketingstrategie).
- Het ontsluiten van de Harense kennis en vormen van een netwerk met gerespecteerde, loyale kennisdragers (zoals Dickensroom)
- Het verzorgen en bevorderen van de communicatie en samenwerking tussen ondernemers onderling en een hogere participatiegraad onder ondernemers voor collectieve doeleinden en activiteiten in het centrum.

Verbeteren winkelfunctie

- Het professionaliseren van ondernemerschap en het versterken van de ambassadeursfunctie en gastvrijheid bij ondernemers en hun (verkoop)personeel.
- Signaalfunctie richting gemeente op het gebied van het verbeteren van de bereikbaarheid en de parkeervunctie.
- Bundelen van kennis en budgetten.
- Klankbordfunctie voor de gemeente tav de in de centrumvisie genoemde onderdelen

Initiatieven die bij het Dorpsfonds worden ingediend zullen dus worden beoordeeld op twee hoofdzaken:

1. Draagt het bij aan versterking van bestedingen van bewoners en (potentiele) bezoekers?
2. Versterkt het het DNA van Haren?

Voorbeelden van projecten die gefinancierd zouden kunnen worden zijn:

- het jaarlijkse fietsevenement Haren-Haren (sluit aan op kwaliteit en groen en versterkt de bekendheid van Haren)

- de deelname van Haren aan Geopark (bruikbaar in de promotie van Haren, sterk passend bij 'groen')

Een helder besluit is nog nodig wie verantwoordelijk is voor bestaande evenementen zoals Sinterklaas, kerstverlichting e.d. Dat wordt nu door Ondernemend Haren georganiseerd.

3.4 Dorpsfonds is voorwaarde

De doelstelling van het Dorpsfonds is om door middel van extra inzet van middelen (idem, arbeid, kapitaal en kennis) de economische positie van het winkelcentrum te versterken.

Op dit moment investeren ondernemers of verenigde ondernemers, al meer dan de 'verplichte' bijdrage in activiteiten. Het is niet de bedoeling dat huidige individuele of incidentele bijdragen aan evenementen of andere activiteiten worden verlaagd of gestaakt, integendeel. Het Dorpsfonds dient juist een versterking van de economische positie van de gemeente in gang te zetten.

Ditzelfde geldt eveneens voor de gemeente: het Dorpsfonds is geen bezuiniging maar een aanvulling om meer activiteiten en dergelijke mogelijk te maken. Vanuit het maatschappelijk-economisch belang houdt de gemeente de financiële bijdragen aan het economische functioneren van het winkelcentrum op niveau, waaronder het huidige ondernemersfonds en de huidige subsidiebijdragen aan diverse verenigingen, stichtingen en organisaties, en zal waar nodig vanuit het gemeentelijke programma extra financiële impulsen geven. Zodra het Bestuur er is, zullen hier heldere afspraken over moeten worden gemaakt.

3.5 Afbakening werkgebied

Een belangrijke criteria voor de gebiedsafbakening geldt dat de publieksgerichte functies binnen het afgebakende gebied direct of indirect rendement krijgen van de activiteiten of projecten die de Stichting oppakt. Bovendien moet de afbakening aansluiten bij de centrale doelstelling.

- Centrum Haren;
 - Winkels Rijksstraatweg (vanaf en tussen beide rotondes)
 - Winkels Raadhuisplein
 - Winkels Brinkhorst
 - Winkels Brinken
 - Winkels Jumbo parkeerplaats
 - Winkels Kerkstraat / Hortuslaan
 - Winkels Vondellaan
 - Winkels Meerweg (tot Korte Dreef)
 - Winkels Kromme Elleboog
- Centrum Glimmen
 - Winkels Rijksstraatweg
- Centrum Onnen
- Centrum Noordlaren
- Geologisch interessante locaties (Geopark?)

4 DNA van Haren

Het centrale uitgangspunt bij bestedingen vanuit het Dorpsfonds is dat de activiteiten moeten bijdragen aan (een van) bovengenoemde doelstellingen maar tevens dat de activiteit past bij de kernwaarden ('het DNA') van Haren. Deze kernwaarden, reeds benoemd in het onderzoeks- en adviesrapport De kern van Haren, zijn samen te vatten in de woorden 'groen en kwaliteit'.

4.1 Groen

Haren is enkele jaren geleden uitgeroepen tot 'groenste gemeente van Nederland'. Het aspect 'groen' laat zich bewijzen door:

- Water: Hoornse Meer, Hoornse Plas, Paterswoldsemeer, Zuidlaardermeer, Drentse Aa, Hunze
- Bossen: Scharlakenbos, Quintesbos, Appelbergen, Noordlaarderbos.
- Natuurgebieden: Friescheveen, Sassenhein, Westerlanden, Besloten Venen, Onnerpolder, Oosterpolder
- Pingo's: diverse Pingoruïnes zoals in Appelbergen, Noordlaarderesch
- De brede groene lanenstructuur met bomen / houtwallen
- De hortus Botanicus

Wat veel mensen niet weten is dat de Drentsche Aa dé bron van drinkwater is voor inwoners van de stad Groningen, Haren, Glimmen en Eelde-Paterswolde. Jaarlijks wint Waterbedrijf Groningen 7 miljard drinkwater uit de Drentsche Aa. Dat is best bijzonder. Want drinkwater winnen uit een beek kan alleen als die beek schoon is. En dat is precies wat de Drentsche Aa onderscheidt van veel andere beken in Nederland.

4.2 Kwaliteit

Het aspect 'kwaliteit' duidt op een bovengemiddeld kwalitatief winkelaanbod en een bovengemiddeld bestedingspatroon van de inwoners. Simpel gezegd willen we weer terug naar de situatie dat mensen van buiten de regio speciaal naar Haren komen vanwege (onder andere) een exclusief winkelaanbod. Een reden voor deze keus is tevens dat Haren bij voorkeur complementair moet zijn aan Groningen qua winkelaanbod.

4.3 Merkversterking

Uit een ander onderzoek van de Hanzehogeschool² is overigens gebleken dat de naamsbekendheid van Haren na het Project X Haren issue in 2012 sterk is gestegen. Tevens is gebleken dat er maar nauwelijks overdracht is geweest van negatieve associaties op het merk Haren. De conclusie was dan ook dat nu de naamsbekendheid van Haren in Nederland nog relatief hoog is, het tijd wordt het merk sterker te gaan laden met de associaties rondom 'groen/landelijk' en 'kwaliteit'.

² Alsem, K.J., T. Fischer (2013), *Het effect van crisissituaties op regio-imago's*, Markinq publicatie nr 3, Hanzehogeschool Groningen.

5 Organisatie

5.1 Uitgangspunten

Bij de organisatie van het Dorpsfonds Haren zijn de volgende uitgangspunten van belang.

Het Bestuur is onafhankelijk en zal niet zelf evenementen of marketingactiviteiten organiseren of initiëren. Verder wordt er in eerste instantie gekozen voor een zo eenvoudig mogelijke en flexibele organisatie met niet al gelijk allerlei 'vaste commissies'. De reden hiervoor is dat er wordt uitgegaan van een vrijwillige (maar niet vrijblijvende) inzet van iedereen waardoor er zo weinig mogelijk 'overleg- en vergadertijd' moet worden gecreëerd. Bovendien is er dan een duidelijke boodschap dat het Dorpsfonds faciliterend is. Daarnaast bestaan er al allerlei georganiseerde werkvormen in de gemeente Haren (ondernemers, cultuur, sport, welzijn, zorg, gemeente, enz.) en is het daarom belangrijker met al deze organisaties goed contact te houden dan om 'eigen commissies' in te stellen. Gekozen wordt daarom zoveel mogelijk voor een netwerkorganisatie.

5.2 Bestuur

Het hoogste orgaan is het Stichtingsbestuur. Het opereert op strategisch niveau en komt bijvoorbeeld jaarlijks circa 10 keer bijeen. Het bestuur heeft de leiding en eindverantwoordelijkheid over de organisatie en heeft als belangrijkste taak om aanvragen voor financiële ondersteuning te beoordelen en daarover te beslissen. Meer specifiek zijn de volgende taken te noemen:

- Vaststellen meerjaren programma en jaarplan met begroting voor de uitvoering (zie hoofdstuk 7 en 8)
- Toezicht op besteding van middelen (het beoordelen van aanvragen, die worden ingediend)
- Contacten met besturen/vertegenwoordigers van partners
- Opstellen van jaarverslag met financiële verantwoordingen
- Jaarlijkse evaluatie
- Transparante informatieverstrekking, o.a. via een website
- Het sluiten van een convenant met de gemeente voor de jaarlijkse afdrachten.
- Het toezien op nakomen van afspraken met Gemeente inzake de financiële bijdragen.
- Het vormen van een klankbordgroep voor de gemeente

Het bestuur kan als volgt worden samengesteld:

- Voorzitter; die onafhankelijk is en een overwicht heeft op basis van ervaring, kennis en netwerk.
- Penningmeester; een zelfstandige ervaringsdeskundige in de accountancy of administratieve dienstverlening, die werkzaamheden in zijn organisatie kan delegeren.
- Secretaris;
- Nog minimaal 2 Bestuursleden met een goed draagvlak en vertrouwen.

Bij de samenstelling van het Bestuur zou gekozen kunnen worden voor een brede vertegenwoordiging van:

1. Partijen/stakeholders, bijvoorbeeld ondernemers, winkeliers, horeca, cultuur, sport en welzijn
2. Wijken/regio, bijvoorbeeld Haren, Onnen, Glimmen
3. Functies/kennis, bijvoorbeeld financieel, marketing, ruimtelijke ordening, ondernemerschap.

Het is onmogelijk om een (klein) Bestuur samen te stellen dat op al deze dimensies 'vertegenwoordigd' is. Mede daarom wordt er uitdrukkelijk niet gekozen voor dimensie 1: stakeholders; dit zou dan ook kunnen leiden tot 'belangenbehartiging' in plaats van 'gezamenlijke, inhoudelijke besluitvorming'. De nadruk wordt gelegd op criterium 3: het aantrekken van Bestuursleden met een functionele kennis. In het netwerk worden relaties gelegd met stakeholders en regio's.

Gezien de beperkte budgetten wordt er vooralsnog uitgegaan van vrijwillige basis.

De stijl van communiceren vanuit het fonds zal terughoudend en feitelijk zijn. Meer opiniërende bijdragen en het echte 'vlaggen dragen' hoort thuis bij de partners/verenigingen in het dorp. Het fonds zal dus geen krantenkoppen nastreven, maar faciliterend zijn naar de verenigingen en samenwerkingsverbanden.

5.3 Rol Gemeente Haren

De gemeente is betrokken in het voortraject en de opstartfase van het Dorpsfonds Haren. Na de oprichting van het fonds is de rol van de gemeente ondersteunend, namelijk het innen van de gelden en het betalen van de bijdrage aan de Stichting. De gemeente heeft een adviserende rol richting het bestuur en andersom/klankbordrol.

Daarnaast dient de gemeente in haar interne organisatie de samenwerking met het Dorpsfonds te stimuleren. In de organisatie dienen de uitgangspunten, doelstellingen en wijze van samenwerking in de raad, het college van bestuur en onder de ambtenaren te worden gecommuniceerd voor het realiseren van een win-win situatie.

Voor het realiseren van gemeenschappelijke voordelen dienen wethouders en ambtenaren bijvoorbeeld reclame en promotionele activiteiten aan het Dorpsfonds Haren voor te leggen. Zo zijn er door wethouders 'films' gemaakt over Haren, waarvoor kosten zijn gemaakt en waarvoor het in de toekomst effectiever zou zijn als die worden bekeken in relatie met de totale merkcommunicatie rondom Haren. Het is niet effectief als de Commissie Marketing Haren (zie paragraaf 5.6) met allerlei bij het DNA passende communicatie bezig is en de gemeente op dit punt haar eigen weg zou gaan.

5.4 Toezicht

Uit onderzoek bij andere ondernemersfondsen in Nederland blijken de volgende organisatieniveaus gangbaar te zijn.

- Toezichthoudend / adviserend orgaan
- Stichtingsbestuur

- Uitvoeringsorganisatie
- Werk- of projectgroepen

De rol van het Bestuur is hierboven besproken.

‘Boven’ het Bestuur zal altijd een toezichthoudend of adviserend orgaan moeten worden benoemd. De formele functie van het toezichthoudend of adviserend orgaan hangt af van het besteedbare budget (totale inkomsten). Naarmate het budget hoger is, wordt een meer georganiseerde wijze van toezicht aangeraden.

Voor het Dorpsfonds Haren wordt gekozen voor de meest eenvoudige toezichtvorm: ‘klankbordgroep/adviseurs.’.

Er kan ervoor worden gekozen om in deze klankbordgroep juist wel stakeholders te vertegenwoordigen zoals:

- Vertegenwoordiging winkeliers
- Vertegenwoordiging dienstverleners
- Vertegenwoordiging horeca
- Vertegenwoordiging toerisme
- Vertegenwoordiging cultuur
- Vertegenwoordiging vastgoedeigenaren
- Vertegenwoordiging sport
- Vertegenwoordiging onderwijs
- Vertegenwoordiging zorg

Het Bestuur dient sowieso met deze groeperingen/partners goede contacten te onderhouden.

De leden van de Klankbordgroep zullen ook af en toe worden gevraagd als onafhankelijke deskundige een mening te geven over ingediende voorstellen voor financiering vanuit het Dorpsfonds. Zij fungeren dan als 'referee'. Dit vergroot de onafhankelijkheid van uitgebrachte beslissingen over allocatie. Reden hiervoor is ook dat de Harense gemeenschap nogal klein is en 'iedereen elkaar kent' wat extra reden is voor zorgvuldige beslissingen.

5.5 Uitvoeringsorganisatie

Voor het operationeel uitvoeren van diverse taken binnen het Dorpsfonds kan het aan te raden zijn een betaalde functie te creëren voor een 'Coördinator'. Immers, in het huidige model wordt uitgegaan van vrijwillige Bestuursleden. En er kunnen diverse operationele taken zijn die een coördinator kan uitvoeren zoals

- Eerste contactpersoon zijn voor het Dorpsfonds
- Verantwoordelijk zijn voor onderhoud website
- Coördineren van aanvragen voor het Dorpsfonds
- Voorbereiden van vergaderingen

Voor het eerste jaar van het Dorpsfonds Haren zullen de middelen voor een betaalde functie beperkt zijn. Het Bestuur zal over de hoogte van de vergoeding een besluit moeten nemen. Het ligt in elk geval voor de hand voor de toekomst middelen bij de gemeente aan te vragen/te reserveren voor een dergelijke

functie. Dit hoeft niet apart bij de gemeente te worden aangevraagd maar kan onderdeel zijn van een Bestuursverzoek voor verhoging van de OZB-afdracht voor latere jaren.

Specifiek voor Haren is in eerder genoemd advies De kern van Haren gepleit voor het aantrekken van een 'Centrummanager'. De taak van deze persoon is het stimuleren en aantrekken van bij het DNA passend winkelaanbod. Het profiel van deze persoon zal 'commercieel' van aard zijn. Ook voor deze functie geldt dat het Bestuur keuzes/voorstellen moet maken omtrent mogelijke vergoeding.

Sowieso lijkt het uitgangspunt dat de bijdrage de komende jaren zal moeten stijgen.

5.6 Commissie Marketing Haren

Vooralsnog lijken er geen werk- of projectgroepen noodzakelijk. Op twee punten is wel specifieke kennis/ondersteuning nodig.

Ondersteuning van organisatie van activiteiten: hiervoor dienen voldoende contacten in het netwerk te worden aangewezen.

Uitvoeren van marketing- en promotieactiviteiten. Het is van belang vast te stellen dat een Dorpsfonds wat anders is dan een Marketing organisatie. In sommige regio's, zoals in de stad Groningen bestaan beide. In het hier geschetste model zal de nadruk liggen op organisatie van activiteiten en versterking van het centrum. Maar ideeën voor bij wijze van spreken een landelijke campagne zullen niet vanuit partijen naar voren komen.

We achten het daarom gewenst een commissie Marketing Haren in te stellen die dus als taak krijgt de marketing en communicatie rondom Haren te versterken om daarmee de merkassociaties rondom Haren bij doelgroepen te verbeteren. De commissie kan ook meedenken met door anderen beoogde communicatie mede om te zorgen voor een stroomlijning in de boodschap en voor het realiseren van een professionele (kwaliteits) uitstraling. Er zal namelijk een duidelijk focus in de communicatie moeten komen.

In navolging van wat in paragraaf 5.3 is gesteld over de rol van de gemeente Haren, is het gewenst dat alle marketingcommunicatie op zijn minst wordt overlegd met de marketingcommissie. In het verleden is gebleken dat de gemeente nogal wat middelen beschikbaar heeft gesteld voor mediamiddelen (o.a. films). De effectiviteit en efficiency hiervan (inkoopkracht) kan worden vergroot als dit langs de Commissie Marketing Haren gaat lopen.

6 Financiering

6.1 Inkomsten vanuit de gemeente

Kern van de financiering van het Dorpsfonds is een opslag op de OZB voor organisaties (niet woningen) in de gemeente Haren. Het gaat daarbij niet alleen om winkeliers en (andere) ondernemers/dienstverleners maar ook om andere organisaties zoals zorg, cultuur en onderwijs. Deze organisaties kunnen dus ook allemaal profiteren van het Dorpsfonds.

De bijdrage van de gemeente voor Ondernemend Haren van € 30.000 gaat nog naar OH. Dit voor braderie, feestverlichting, sinterklaas intocht, kerstactiviteiten enz. Vanaf 2016 zal dit bedrag naar het Dorpsfonds gaan. Het Bestuur van OH zal deze taken eind 2015 overdragen aan het Dorpsfonds.

Voorts zijn nog afspraken noodzakelijk over subsidies van de Gemeente aan cultuur en sport in relatie met aanvragen vanuit het Dorpsfonds.

Vanuit de ophoging van de OZB komt in 2015 € 45.000 binnen. Door de gemeente worden geen inningskosten berekend. Verder is het zo dat het Dorpsfonds geen alternatief voor de gemeente kan en mag zijn voor uitgaven die zij anders zelf zou moeten doen.

Het Bestuur van het Dorpsfonds is onafhankelijk en kan bij de gemeente plannen indienen om hogere inkomsten te verkrijgen. Realisatie hiervan is zelfs een voorwaarde om nieuwe projecten te kunnen opstarten en dus een voorwaarde voor een zinvol Dorpsfonds. Dit zal zij doen aan de hand van businessplannen met begrote inkomsten en uitgaven. Zo is al eerder genoemd dat er nog weinig ruimte lijkt voor financiering van een coördinator en een centrummanager.

Vanuit een intensieve samenwerking met gemeente Haren zijn ook andere inkomsten mogelijk. Door afstemming van projecten kunnen budgetten worden gebundeld in samenwerkingsverbanden.

6.2 Inkomsten uit sponsoring en cofinanciering

Het Dorpsfonds is ondersteunend aan activiteiten. De slagkracht kan aanzienlijk worden vergroot als ook financiering vanuit de markt en andere partijen wordt gerealiseerd. Het Dorpsfonds zal derhalve cofinanciering en sponsoring moeten stimuleren.

Cofinanciering kan gekoppeld worden aan aanvragen voor projecten. In de stad Groningen kan cofinanciering via de gemeente worden aangevraagd. Deze aanpak kan ook voor Haren worden onderzocht.

Sponsoring betekent dat een derde partij middelen verstrekt voor een tegenprestatie bijvoorbeeld in de vorm van zichtbaarheid van het merk. Dit moet zeker als mogelijkheid worden gestimuleerd. Waarom zou de jaarlijkse Voice of Haren bijvoorbeeld niet de Rabo Voice of Haren kunnen worden genoemd als daarmee enkele duizenden euro's kunnen worden binnengehaald?

Los van het simultaan zoeken van extra middelen, kunnen de inkomsten en dus de uitgaven van het Dorpsfonds sowieso ook als investering worden gebruikt voor grotere projecten. Zo heeft het BIZ Amsterdam Museumkwartier op eigen initiatief een plan laten maken voor het klantvriendelijker maken van de PC Hoofdstraat, welk plan nu door de gemeente is overgenomen en zal worden uitgevoerd. Deze gedachte past in de taak van het Dorpsfonds om met de gemeente mee te denken over de inrichting van de gemeente.

6.3 Trekkingsrechten

Het ligt voor de hand dat uitsluitend de organisaties die geld inbrengen ook een aanvraag kunnen doen voor ondersteuning vanuit het Dorpsfonds ('trekkingsrechten'). Hierbij moeten wel twee kanttekeningen worden geplaatst.

Ten eerste zijn er geen directe 'rechten' in de zin van dat bijvoorbeeld een sector 'recht' heeft op net zoveel 'subsidie' als dat zij via de OZB inbrengt. De essentie van het Dorpsfonds is dat het Bestuur de keuzes maakt naar welke activiteiten het geld gaat. Daarbij zal het Bestuur wel rekening houden met belangen van partijen maar die hoeven niet doorslaggevend te zijn.

Ten tweede moeten ook burgers plannen kunnen indienen. Maar omdat burgers niet meebetalen aan het Dorpsfonds, lijkt het wenselijk dit zodanig te organiseren dat initiatieven van burgers altijd aansluiten bij c.q. moeten lopen via een van de partijen/organisaties die wel meebetalen aan het Dorpsfonds. Dit punt moet nog nader worden uitgewerkt zonder een te hoge drempel op te werpen voor burgerinitiatieven.

7 Meerjaren- en jaarprogramma

Zoals we in het begin van dit plan hebben aangegeven, zal het toekomstig Bestuur steeds plannen en begrotingen moeten indienen bij de gemeente. Om twee redenen zullen we nu tot slot van dit plan, als Bestuur in oprichting- toch onze ideeën geven voor de bestedingen en dus begroting voor 2015 en 2016. De reden hiervoor is dat de Gemeente Haren op korte termijn keuzes moet maken over de begroting voor 2016. Zouden we wachten tot het najaar wanneer Dorpsfonds en Bestuur officieel zijn geïnstalleerd, dan is geen aanvulling op de begroting meer mogelijk.

7.1 Contouren meerjarenprogramma

Er dient een jaarprogramma te worden uitgewerkt voor 2015 – 2018. Waar willen we staan over vier jaar?

De thema's staan vermeld in de Actiepunten Haren Centrumvisie en adviezen in de "Kern van Haren" met uitvoering conform het DNA van Haren:

- Sfeerbeeld, beleving ontwikkelen in het centrum
- Planontwikkeling Raadhuisplein
- Marketingstrategie, promotie van merk Haren
- Initiëren en samenstellen van passende evenementenkalender
- Ondernemerschap, gastheerschap, uitstraling winkels, kwaliteit en service
- Klantvriendelijker parkeerbeleid
- Inspelen op maatschappelijke ontwikkelingen, technologieën, trends, online winkelen (nieuwe winkelen)
- Ontwikkelen van goed winkelaanbod

Elk punt moet nader worden uitgewerkt.

Er zal een afbakening moeten worden gemaakt van zaken die vanuit het Dorpsfonds kunnen worden ondersteund en zaken waarbij dat niet het geval is. Zo is meermalen vastgesteld dat Haren een klantvriendelijker parkeerbeleid zou moeten invoeren. Maar het realiseren en financieren hiervan (in extreme vorm zou het gratis kunnen zijn en dienen de gedeerde inkomsten als investering te worden beschouwd) lijkt geen zaak van het Dorpsfonds maar van de gemeente.

Op deze plaats maken we ook een opmerking over de middelen die nu nog naar Ondernemend Haren gaan (€ 30.000). Deze middelen worden volgens Ondernemend Haren gebruikt voor Sinterklaas, verlichting en Braderie. In onze gedachte zijn dit niet wezenlijk andere taken dan die van het Dorpsfonds. Dergelijke activiteiten moeten ons inziens ook gezien worden in het kader van andere activiteiten en doelen. Ook zou voor deze bestedingen dezelfde transparantie moeten gelden als voor die van het Dorpsfonds. Al met al is een (deels) andere of wellicht meer efficiënte besteding van deze € 30.000 mogelijk, vanuit de doelstelling om Haren intern en extern te versterken. Het lijkt ons daarom te overwegen dit bedrag vanaf 2016 over te hevelen naar het Dorpsfonds Haren.

7.2 Jaarprogramma 2015/2016

Communicatie van het Dorpsfonds zelf

Van groot belang in het eerste jaar is het verkrijgen van bekendheid en draagvlak van het Dorpsfonds bij organisaties en bevolking. Dit heeft ook tot doel om de lokale gemeenschap te stimuleren om bij te dragen aan de marketing en versterking van de gemeente Haren. Immers, het Bestuur zal niet zelf zaken gaan organiseren. In feite kan 'iedereen' in de gemeente plannen indienen om uit te voeren, mits die voldoen aan de eerder genoemde voorwaarden.

Bewustwording over het Dorpsfonds en de geformuleerde ambitie en doelstellingen bij ondernemers en stakeholders kan worden gecreëerd door bijeenkomsten te organiseren, de pers in te schakelen en ook een heldere website te hebben.

Er zullen zelfs twee websites moeten worden ontwikkeld. Ten eerste een website voor het Dorpsfonds Haren zelf. Daar kunnen mensen informatie vinden over de voorwaarden en bestemmingen. En via bijvoorbeeld een elektronisch formulier kan men aanvragen doen. Ten tweede zou een nieuwe site voor het 'gebied Haren' kunnen worden ontwikkeld, inclusief de koppeling naar ondernemers. Dit is uiteraard wezenlijk anders dan de site van de gemeente Haren. We gaan uit van een kostenpost voor beide websites zelf van € 10.000 waarbij de Haren site professioneler en interactiever mag zijn dan die van het Dorpsfonds.

Verbetering van het Raadhuisplein

Met name in de opstartjaren (2015 en 2016) is het van belang dat een aantal snelle zichtbare resultaten worden bereikt. Waardoor een basis wordt gelegd voor samenwerking, coöperatie en daadkracht. De keuze die we zouden willen maken is om hoge prioriteit te geven aan verbetering van het Raadhuisplein. Het plein is een belangrijk centraal punt in het centrum en van verschillende kanten (ook vanuit ondernemers/winkeliers) wordt aangegeven dat het plein 'ongezellig en sfeerloos' is. Om die reden willen we, naast het op de kaart zetten van het Dorpsfonds zelf, de hoogste prioriteit geven aan het stimuleren van initiatieven tot verbetering van het plein.

Er zijn twee mogelijke aanpakken om tot verbetering van het plein te komen:

1. Een totaal andere, nieuwe opzet volgens een nieuw te maken ontwerp.
2. Een marginale maar duidelijk zichtbare verbetering van het plein waarbij geen permanente maar meer flexibele sfeerverbeteringen worden gerealiseerd, eveneens volgens een nieuw (maar minder vergaand) ontwerp.

Idealiter zou aanpak 1 moeten worden gekozen. Dat zou betekenen dat aan een bureau gevraagd wordt een nieuw ontwerp te maken. Dat ontwerp wordt vervolgens aan de gemeente aangeboden. Een vergelijkbare aanpak als bijvoorbeeld bij de BIZ Museumkwartier Amsterdam is gehanteerd. Nadelen hiervan zijn dat de gemeente momenteel in een slechte financiële positie

verkeert en dat realisatie van een nieuw plan vele jaren vertraging kan oplopen doordat goedkeuring langs vele schijven moet lopen. Teneinde in elk geval snel resultaat te boeken, is het aan te raden sowieso te starten met optie 2, en wellicht parallel voorbereidingen te treffen voor optie 1.

De consequenties van al het voorgaande voor de begroting voor 2015 en 2016 geven we weer in het volgende hoofdstuk.

8 Begroting 2015-2016

8.1 Begroting 2015

In 2015 is –zoals eerder genoemd- door een 5% verhoging van de OZB op niet-woningen reeds een extra bedrag van € 45.000 beschikbaar gekomen voor het Dorpsfonds. Dit bedrag is momenteel (juni 2015) nog niet geormerkt voor specifieke doelen, omdat het Dorpsfonds en het Bestuur nog in oprichting zijn. Toch geven we dus –als Bestuur in oprichting- onze visie op de besteding hiervan.

Ten eerste gaat een deel van dit bedrag (half jaar in 2015 € 8.000) naar deelname aan het Geopark. Blijft over K37. Het is denkbaar dit bedrag geheel beschikbaar te stellen voor initiatieven voor evenementen en andere zaken die door ondernemers of andere partijen nog dit jaar zouden kunnen worden georganiseerd. Gezien de krappe jaarplanning rondom het Dorpsfonds, maar vooral ook gezien heel andere prioriteiten lijkt ons dat geen goed idee.

De keuze die we als Bestuur zouden willen maken is (zie vorige hoofdstuk) om dit bedrag grotendeels te reserveren voor het **op de kaart zetten van het Dorpsfonds zelf** en voor **verbetering van het Raadhuisplein**. Het voorstel is om de K37 die beschikbaar is, daarvoor te reserveren.

De begroting voor 2015 wordt dus:

Communicatie van het Dorpsfonds	€ 10.000
Verbetering Raadhuisplein	€ 20.000
Bijdrage Geopark	€ 8.000
Evenementen	<u>€ 7.000</u>
Totaal	€ 45.000
Beschikbaar vanuit 5% ophoging OZB	€ 45.000

8.2 Begroting 2016

De volgende uitgaven zouden ons inziens in 2016 moeten worden gedaan.

Aanstellen Coördinator Dorpsfonds

Voor diverse coördinerende en administratieve zaken, is het gewenst een coördinator voor het Dorpsfonds aan te stellen voor circa een halve dag per week. Deze kan de site onderhouden, vragen beantwoorden, aanvragen coördineren, vergaderingen organiseren en notuleren enz . We gaan uit van een kostenpost van € 10.000.

Aanstellen Centrummanager

Een Centrummanager heeft als taak activiteiten ‘aan te jagen’, communicatiemomenten te identificeren, contacten met bestaande en mogelijke nieuwe ondernemers te onderhouden, enz. Deze persoon zal enthousiast moeten

zijn, positief, sociaal, en creatief. Uitgaande van een dag per week, zouden de kosten voor 2016 neerkomen op circa € 20.000.

Aanvullend budget Raadhuisplein

Naast de € 20.000 van 2015 achten we een additioneel budget van € 20.000 nodig om op significante wijze het plein te verbeteren, De besteding hiervan zal in overleg met een architect worden bepaald op grond van een samenhangend plan met inspraak van enkele betrokkenen. Overigens moet uitdrukkelijk ook gezocht worden naar sponsoring van diverse ondernemers zoals ook nu al gebeurt (bijvoorbeeld adoptie verkeerspleinen door hoveniers).

Continuering Geopark

De jaarlijkse bijdrage voor het Geopark blijft ook staan, vanaf 2016 is dat € 14.000. Overigens is wel kritisch overleg noodzakelijk over de besteding van de bijdrage van Haren hieraan. Dat kan de Centrummanager oppakken.

Nieuwe evenementen en marketing

De bedoeling van het Dorpsfonds is ook om initiatieven te ondersteunen en marketing van de grond te krijgen. Daarvoor dient dus financiële ruimte te worden gecreëerd. Voor 2016 denken we aan een bedrag van € 44.000.

Organisatie vaste evenementen

In lijn met onze mening over de bijdrage voor Ondernemend Haren, stellen we voor dat de bijdrage voor organiseren Sinterklaas en Braderie bij het Dorpsfonds terecht komt (€ 30.000).

Samenvattende begroting 2016

Aanstelling coördinator	10.000
Aanstelling centrummanager	20.000
Verbetering Raadhuisplein	20.000
Geopark	14.000
Nieuwe evenementen	<u>44.000</u>
Subtotaal	108.000
Vaste evenementen (OH)	<u>30.000</u>
TOTAAL	138.000

Gevolgen voor planning OZB

Benodigd 2016 uit OZB	108.000
Reeds opgehoogd 5%	<u>45.000</u>
Nodig uit extra verhoging	63.000 = circa 7% extra verhoging

Overigens moet nog wel de flexibiliteit bestaan om gedurende de looptijd enigszins te schuiven met de genoemde posten.

Ten slotte merken we op dat het verstandig zou zijn als de marketinguitgaven die de gemeente Haren kennelijk in haar budgetten vrijmaakt, via de Commissie Marketing Haren zouden worden besteed.