

Jaarplan BIZ Waalwijk 2026

Koers: structurele versterking van het centrum

Met de BIZ investeren ondernemers en vastgoedeigenaren gezamenlijk in de structurele kwaliteit en aantrekkingskracht van het centrum van Waalwijk. Wij kiezen bewust voor een koers waarin fysieke kwaliteit, heldere positionering, professionele marketing en gerichte activatie samenkomen.

1. Structurele kwaliteit als basis

De dagelijkse beleving bepaalt of bezoekers langer blijven en terugkomen. Daarom willen wij investeren in:

- Verbeterde verblijfskwaliteit
- Impulsregeling voor gevels en etalages
- Meer sfeer en beleving
- Vergroening en extra zitgelegenheid

Doel: een centrum dat er elke dag verzorgd en uitnodigend uit ziet, niet alleen tijdens piekmomenten.

2. Positionering en regionale aantrekkingskracht

Waalwijk moet duidelijker kiezen waar het voor staat. Onze voorgestelde koers: **Regionale kwaliteitsstad met menselijke maat. Compact, overzichtelijk, persoonlijk en kwalitatief.**

Dit vertalen wij naar:

- Eén herkenbare visuele lijn
- Gerichte marketing richting omliggende dorpen
- Ondernemers als gezicht van het centrum

Doel: structureel meer regionale bezoekers en herhaalbezoek.

3. Gerichte activiteiten, geen versnippering

In veel binnensteden ligt de nadruk sterk op het organiseren van evenementen. Ook binnen gemeentelijk beleid zien we dat zichtbare activiteiten vaak worden ingezet om een stad “op de kaart te zetten”.

Onze ervaring is dat een optelsom van losse evenementen vooral tijdelijke drukte oplevert. Zonder samenhang, herkenbare positionering en kwalitatieve openbare ruimte blijven het incidentele pieken. De structurele aantrekkingskracht verandert dan nauwelijks.

Daarom kiest de BIZ bewust voor focus: maximaal vijf kwalitatieve, goed gepositioneerde momenten per jaar die bijdragen aan het imago van Waalwijk op langere termijn. Een sterk centrum ontstaat niet door losse acties, maar door dagelijkse kwaliteit en duidelijke keuzes.

4. Data en monitoring (online en communicatie)

Wij willen structureel sturen op:

- Online zichtbaarheid van het centrum (website en social media bereik)
- Vindbaarheid via Google en online platforms
- Online interactie en betrokkenheid bij campagnes en activiteiten
- Gericht bereik van families en regionale bezoekers
- Inzicht in online zoek- en bezoekgedrag

Hiermee kunnen wij gericht investeren in communicatie en branding van het centrum en beter inspelen op wat bezoekers online zoeken en verwachten.

5. Budgetverdeling

- **46% Uitstraling en sfeer**
 - Schoon | Verblijfskwaliteit | Beleving | Sfeer
- **28% Uitvoering & coördinatie BIZ**
 - Organisatie | Administratie | Evaluatie | Verzekeringen
- **25% Customer Journey**
 - Branding | Communicatie | Evenementen
- **1% Aanbod**
 - Transformatie

De organisatie en uitvoering van de centrale activiteiten worden volledig gefinancierd vanuit de BIZ. Samen met lokale bedrijven en professionals geven we invulling aan de dagelijkse organisatie, professionele coördinatie en de verbinding tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en andere betrokken partijen. Structurele versterking van het centrum vraagt om continuïteit, samenwerking en een duidelijke uitvoeringskracht.

Slot

Wij zien dit plan als een gezamenlijke opgave van ondernemers, pandeigenaren en gemeente. De kracht zit in samenhang tussen openbare ruimte, marketing en professionele organisatie.