ONDERNEMEND OOSTERBEEK
Verwelkomt je in Oosterbeek

MEERJARENPLAN

ONDERNEMEND OOSTERBEEK 2026 - 2030



Opgesteld door:

Ondernemend Oosterbeek

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	5
2.3 SOCIALE MEERWAARDE	6
2.4 BELEVING ALS BINDMIDDEL	6
2.5 STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN	7 - 8
3. MEERJARENPLAN 2026-2030	**9**
3.1- 3.9 VERDIEPING PER THEMA	9 - 11
4. BEGROTING MEERJARENPLAN	**12**
4.1 BEGROTING THEMA'S	12
5. GEMEENTELIJKE BELASTING	**13**
5.1 BEDRIJVENINVESTERINGSZONE	13
5.2 RECLAMEHEFFINGSGEBIED	13
5.3 STRAATNAMEN	15
6. AFSLUITING	**16**
6.1 NAWOORD	16

1.1 INLEIDING

Oosterbeek is een sfeervol en groen dorp, prachtig gelegen aan de rand van de Veluwe en langs de Rijn. Het dorp kent een rijke geschiedenis, zichtbaar in monumentale panden en gedenkplaatsen die verbonden zijn met de Slag om Arnhem.

Het centrum van Oosterbeek beschikt over een gevarieerd winkelgebied met zowel speciaalzaken, luxe modewinkels als horeca met gezellige terrassen. Omgeven door bossen, uiterwaarden en landgoederen is Oosterbeek geliefd bij bewoners én bezoekers die rust, natuur en cultuur willen combineren. Jaarlijks wordt het dorp bovendien in de schijnwerpers gezet tijdens de Airborne herdenkingen/activiteiteiten, die internationaal bekendstaan en veel bezoekers trekken.

Voor ons als ondernemers in het centrum is het belangrijk om een sterke dorpskern te behouden en verder te ontwikkelen. Een aantrekkelijk centrum draagt niet alleen bij aan de lokale economie, maar ook aan de leefbaarheid en het sociale welzijn van de gemeenschap. Samen met centrumpartners, de gemeente en pandeigenaren willen we de regie nemen over de toekomst van het centrum. Daarin richt Ondernemend Oosterbeek zich op een plek waar het goed ondernemen is. Dat willen we bereiken door de belangen van ondernemers te behartigen, en ons hard te maken voor een bruisende dorpskern, met een goed en duurzaam ondernemersklimaat. Een centrum waar mensen langer verblijven en graag terugkomen..

Als ondernemersvereniging streven we ernaar een professionele partner te zijn, met betrokken leden die actief bijdragen aan een levendig centrum. Een sterke ondernemersvereniging met duidelijke ambities en wensen vraagt om voldoende middelen. De reclameheffing is hierbij een belangrijk instrument. Om de projecten en begroting voor de komende jaren inzichtelijk te maken, heeft de OO dit meerjarenplan opgesteld. Dit plan helpt bovendien de reclame-inkomsten doelgericht in te zetten en de middelen te waarborgen voor een toekomstbestendig, relevant en bruisend centrum van Oosterbeek.



1.2 AANLEIDING

De gemeente Renkum heeft, op initiatief van OO, de reclameheffing ingevoerd. De uitdagingen zijn vandaag groter dan voorgaande jaren: de kosten zijn gestegen, de concurrentie buiten Oosterbeek neemt toe en OO heeft hogere ambities voor de komende jaren. Om ons centrum aantrekkelijk en toekomstbestendig te houden, is het nodig om extra te investeren.

Daarom stelt OO voor de reclameheffing vanaf 2026 te verhogen. Met deze verhoging ontstaat er meer financiële ruimte om onze ambities waar te maken en om samen met de gemeente en pandeigenaren het centrum verder te versterken.

We richten ons daarbij nadrukkelijk op structurele verbeteringen die de aantrekkelijkheid, toekomstbestendigheid en economische kracht van het centrum van Oosterbeek borgen en vergroten. Dit meerjarenplan 2026–2030 vormt de basis om de huidige opgaven en toekomstige kansen in samenhang aan te pakken.

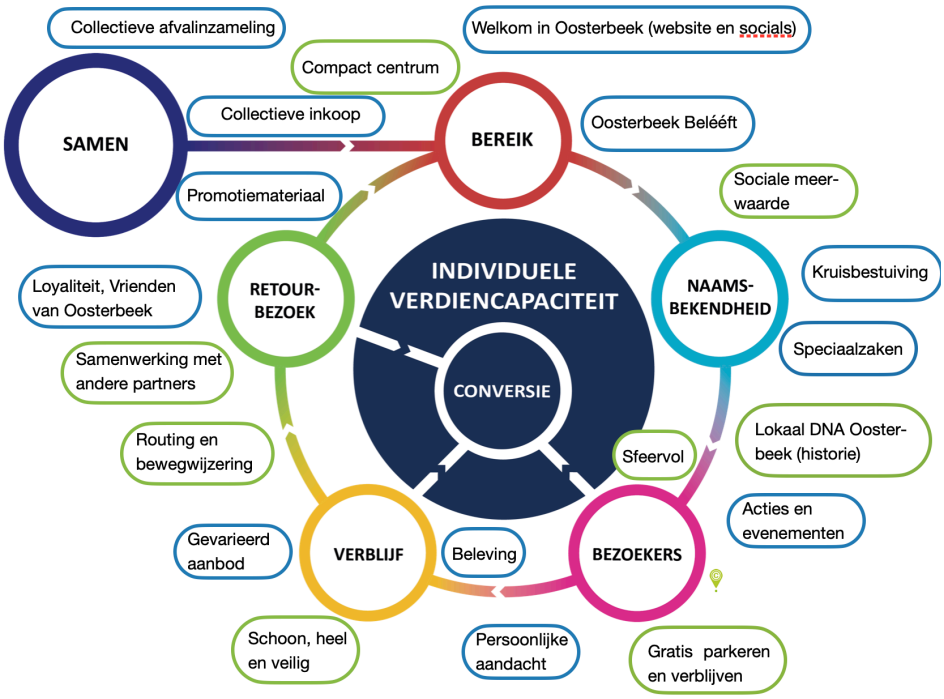
Het aflopen van de huidige verplichting in 2025 biedt een belangrijk moment om deze verhoging structureel vast te leggen en daarmee het centrum van Oosterbeek klaar te maken voor de toekomst.



2.1 CENTRALE AMBITIE

Onze ambitie is om Oosterbeek als winkel- en horecagebied te versterken, en ook als plek waar ondernemers floreren en bezoekers graag komen. Daarbij horen ook niet-commerciële functies en voorzieningen. Het gaat om het totaalplaatje: het centrum als leef- en ontmoetingsplek, niet alleen als winkelgebied. Gerichte investeringen in belangrijke thema's hebben de afgelopen jaren bewezen bij te dragen aan een toekomstbestendig winkelgebied en de versterking van het 'merk' Oosterbeek.

Om hierin te blijven investeren wil OO de reclameheffing in stand houden, uitbreiden, eerlijker verdelen én laten meegroeien met de inflatie. Zo blijft er ook op lange termijn voldoende budget beschikbaar om onze ambitie waar te maken. OO neemt het initiatief om actief bij te dragen aan een sterk en toekomstbestendig centrum. Voor een succesvolle samenwerking verwachten we dat ook de andere partijen binnen de gouden driehoek, gemeente en pandpartners, actief bijdragen, zodat we samen het centrum kunnen versterken.

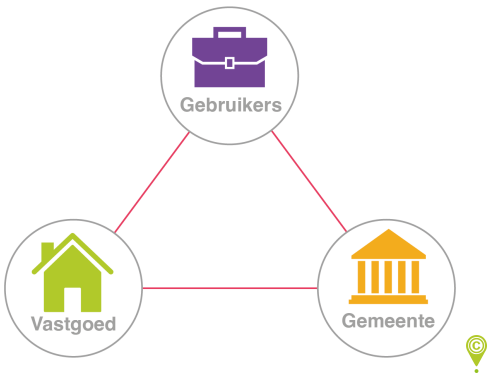


Samen met onze leden bouwen we aan een sterke en professionele ondernemersvereniging: een partner die meedoet en meebouwt.

2.2 SAMENWERKING

OO wil de samenwerking met de 'gouden driehoek' (gemeente, vastgoedpartners en ondernemers) verder versterken, zodat het volledige centrum daarvan profiteert. Door kennis en ervaringen te delen via inspiratiesessies, samen te investeren, gezamenlijke projecten te realiseren en onze lobbykracht te bundelen, kunnen we sneller resultaten boeken en de belangen van ondernemers beter behartigen. Samenwerking zorgt ervoor dat het centrum aantrekkelijk blijft, economisch floreert en blijft inspelen op nieuwe kansen en ontwikkelingen.

De gouden driehoek



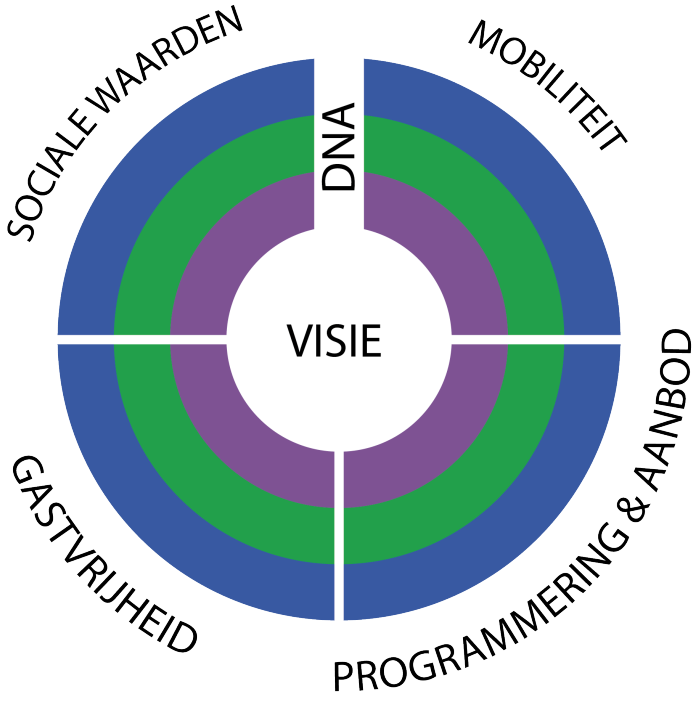
2.3 SOCIALE MEERWAARDE

Het centrum van Oosterbeek is meer dan winkels; het draait om beleving, ontmoeting en de identiteit die het uitstraalt. Evenementen en activiteiten spelen hierbij een belangrijke rol. Wat mensen bindt, is niet alleen wat er te koop is, maar vooral hoe ze zich er voelen. Daarom wil OO blijven investeren in evenementen en activiteiten die belangrijk en herkenbaar zijn voor Oosterbeek, zoals de Airborne herdenkingen/activiteiten, de Candlelight Shoppingnight en de Sinterklaasintocht. Deze activiteiten zijn van grote waarde voor bewoners, bezoekers en ondernemers: ze zorgen voor reuring, versterken de lokale identiteit en saamhorigheid, trekken bezoekers en dragen bij aan de lokale economie.

2.4 BELEVING ALS BINDMIDDEL

Ook de komende jaren willen we nadrukkelijk inzetten op immateriële waarde: sfeer, trots, verbinding en identiteit. Deze waarde is minder afhankelijk van economische schommelingen en blijkt cruciaal om mensen naar het centrum te blijven trekken. Door hier structureel op te focussen, behouden we de aantrekkingskracht van Oosterbeek als levendig en relevant centrum in Gelderland.

Denk aan een goed functionerende en mobiele geluidsinstallatie voor (achtergrond)muziek of aankondigingen. Sfeerverlichting, vooral in de donkere maanden, versterkt het gevoel van veiligheid en aantrekkelijkheid. Bloembakken en uniforme bebording zorgen voor een aantrekkelijk straatbeeld dat eenheid en gastvrijheid uitstraalt.



“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 Ondernemend Oosterbeek

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

Centrumregie

Om alle ambities en projecten in dit meerjarenplan te realiseren, is professionele centrumregie onmisbaar. Door de samenwerking tussen gemeente, ondernemers en pandeigenaren te coördineren, zorgen centrumregisseurs ervoor dat projecten efficiënt worden uitgevoerd, initiatieven op elkaar aansluiten en de voortgang wordt bewaakt. Centrumregie vormt de verbindende schakel die samenwerking tussen alle betrokken partijen structureel versterkt en zo bijdraagt aan een sterk, aantrekkelijk en toekomstbestendig centrum.

Bereikbaarheid en mobiliteit

Het behouden en creëren van toegankelijke wegen in het centrum van Oosterbeek is essentieel. Voldoende parkeergelegenheid, veiligheid en goede bereikbaarheid met zowel auto, fiets, voetganger als openbaar vervoer maken het centrum nog toegankelijker. Denk aan auto te gast en goede fietsparkeervoorzieningen.

Sfeer, beleving en verblijfskwaliteit

Hoe langer mensen blijven, hoe groter de kans dat ze in het centrumgebied aankopen doen. Daarom zien wij ontmoeting en verblijf niet als een ‘extra’ maar als essentiële onderdelen van een toekomstgericht centrum. Het centrum beleven gaat veel verder dan alleen maar visuele aantrekkingskracht; het gaat ook om het creëren van een aangename sfeer en een schone en veilige omgeving.

Evenementen en activiteiten

OO en haar leden willen op verschillend niveau evenementen en activiteiten neerzetten voor zowel de inwoner als de bezoeker uit de regio en toerist. Naast de bekende grote evenementen zoals de Airborne, de Candlelight Shoppingnight en Sinterklaasintocht zetten we ook in op kleinere activiteiten (zoals Kunstroute en Poëziefestival. We willen ons ook inzetten voor vergroting van naamsbekendheid en sociale betrokkenheid van inwoners en ondernemers bij het centrum. Allemaal bedoeld om de inwoner, toerist en regio te betrekken, binden, boeien en terug te laten komen.

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

Retourbezoek

Elke bezoeker willen we graag terugzien in ons mooie centrum. Daarvoor willen we beter en intensiever in contact staan met deze bezoeker. We dagen ze uit om zich te verbinden aan het centrum. We willen ze betrekken bij het centrum niet vanuit de commerciële gedachte, maar juist vanuit de sociale gedachte. We zijn allemaal Oosterbeek en het centrum en haar ondernemers bieden meer dan spullen en een kop koffie. We willen de sociale meerwaarde versterken, door iedereen die dat wil 'lid' te laten worden van het netwerk voor een leuk en gezellig centrum.

Marketing en digitale zichtbaarheid

In de moderne tijd is een sterke digitale aanwezigheid essentieel om bezoekers te trekken, ook buiten Oosterbeek. 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. OO wil met haar leden de online mogelijkheden optimaal benutten.

Verplaatsen, branchering en leegstand

Het realiseren van het ambitiedocument vraagt ook verschuivingen welke weer ruimte geven voor transformaties. Tevens is een juiste branche, ix en het goed plaatsen van functies cruciaal voor een gezond dorpscentrum. OO zet zich in om samen met de gemeente en eigenaren een ideale branchemix te realiseren door:

- Het winkel aanbod van buiten de kern naar binnen verplaatsen;
- In het kernwinkelgebied geen (zichtbare) leegstand;
- Brancheringsmix en spreiding verbeteren: meer cultuur/ leisure in centrum;
- Inzetten op stabiliteit om een duurzame en veerkrachtige detailhandel te creëren.

3.1 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 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:

3.2 Een sterk Ondernemend Oosterbeek
3.3 Centrumregie
3.4 Bereikbaarheid en Mobiliteit
3.5 Sfeer, beleving en verblijfskwaliteit
3.6 Evenementen en activiteiten
3.7 Retourbezoek
3.8 Marketing en digitale zichtbaarheid
3.9 Verplaatsen, branchering en leegstand

"Hoe beter je de weg weet, hoe langer je blijft."

3.2 EEN STERK ONDERNEMEND OOSTERBEEK

JAAR 1:

We investeren in een actieve en zichtbare ondernemersvereniging. Dit doen we door het organiseren van ledenbijeenkomsten, het versterken van de interne communicatie, het actiever betrekken van de leden en het zoeken van nieuwe ondernemers. Samen formuleren we een gezamenlijke agenda en zorgen we voor duidelijke vertegenwoordiging richting gemeente en pandeigenaren.

JAAR 2 - 5:

We bouwen door aan een krachtige vereniging met een breed draagvlak. We streven naar een professionele organisatie die structureel belangen behartigt, gezamenlijke projecten initieert en samenwerking stimuleert. Het doel is een duurzaam netwerk waarin ondernemers zich verbonden voelen en samen verantwoordelijkheid nemen voor het centrum.

3.3 CENTRUM REGIE

JAAR 1:

We starten met een vaste centrumregisseur die fungeert als spil tussen ondernemers, gemeente en vastgoedeigenaren. Deze regisseur bewaakt de voortgang van projecten en zorgt voor afstemming binnen de ‘gouden driehoek’. Indien mogelijk kan de desbetreffende begrotingspost (3.3) na verloop van jaren worden verlaagd, omdat dan ‘ zaken lopen’ .

JAAR 2 - 5:

De centrumregie wordt structureel ingebed, zodat alle projecten professioneel en efficiënt uitgevoerd worden. Er komt een vast evaluatiemoment per jaar, waarin resultaten en nieuwe kansen worden besproken. Zo borgen we continuïteit en kwaliteit.

3.4 BEREIKBAARHEID EN MOBILITEIT

JAAR 1:

We zetten in op het in kaart brengen van knelpunten in bereikbaarheid en parkeren. Samen met de gemeente starten we met verbeteringen voor fietsvoorzieningen en duidelijke bewegwijzering. Een matrixbord of een ledscherm (eventueel meer) bij de invalswegen naar het centrum zou daarbij behulpzaam kunnen zijn. Ook informatie van de gemeente zelf en van derden kan hierop onder de aandacht worden gebracht. In combinatie met advertentiemogelijkheden kan de exploitatielast worden verlaagd.

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

JAAR 2 - 5:

We werken aan duurzame oplossingen zoals extra fietsparkeerplekken, slimme parkeeroplossingen en een betere balans tussen autoverkeer en andere verkeersdeelnemers, waaronder dus ook voetgangers. Het doel is een centrum dat goed bereikbaar, veilig en gastvrij is.

3.5 SFEER, BELEVING EN VERBLIJFSKWALITEIT

JAAR 1:

We versterken direct de uitstraling van het centrum met sfeerverlichting, bloembakken en uniforme bebording.

JAAR 2 - 5:

We investeren structureel in sfeer en beleving, met seizoensgebonden aankleding en nieuwe elementen die bijdragen aan een aantrekkelijke uitstraling. Het centrum wordt een plek waar mensen langer verblijven, zich veilig voelen en graag terugkomen.

3.6 EVENEMENTEN EN ACTIVITEITEN

JAAR 1:

We organiseren vertrouwde evenementen zoals de Airborne activiteiten en Sinterklaasintocht,. Ook de candlelight- shoppingnight, de Kunstroute en het Poëzie-festival worden jaarlijks terugkerende activiteiten. We voegen kleinere initiatieven toe , idealiter eens per kwartaal een thematische (koop)dag.. Zo bereiken we meer spreiding over het jaar.

JAAR 2 - 5:

We ontwikkelen een gevarieerde jaaragenda met grote en kleinschalige evenementen die bijdragen aan de identiteit van Oosterbeek. We streven naar bredere betrokkenheid van bewoners en ondernemers, zodat evenementen gezamenlijk gedragen en gefinancierd worden.

3.7 RETOURBEZOEKEN

JAAR 1:

We introduceren een bezoekersprogramma waarmee we bezoekers stimuleren terug te komen, bijvoorbeeld via spaarsystemen, lokale nieuwsbrieven of loyaliteitsacties.

JAAR 2 - 5:

We bouwen dit programma verder uit tot een herkenbare klantenbindingstrategie voor het centrum. Door data en ervaringen te gebruiken, richten we ons steeds beter op de wensen van bewoners, bezoekers en toeristen. Zo vergroten we herhaalbezoek en loyaliteit.

3.8 MARKETING EN DIGITALE ZICHTBAARHEID

JAAR 1:

We vernieuwen de website en versterken onze aanwezigheid op sociale media. Er wordt gewerkt aan een herkenbare online huisstijl en actuele digitale communicatie. Daarnaast richten we ons ook op de traditionele media (krant, nieuwsbalden e.d.)

JAAR 2 - 5:

We zetten in op digitale campagnes, online samenwerking met regionale partners en structurele contentmarketing. Recensies, promotievideo's en evenementen versterken de zichtbaarheid van Oosterbeek als aantrekkelijk centrum, ook buiten de regio. Tevens zetten we ons in om meer fysieke zichtbaarheid in de omgeving door de inzet van matrixborden, reclame in ABRI's en dergelijke.

3.9 VERPLAATSEN, BRANCHEREN EN LEEGSTAND

JAAR 1:

Aansluiten bij het overleg over realisatie van het ambitiedocument met eigenaren en gemeente. Samen met hun de kansen en opgaves concretiseren en dit vertalen naar projecten. We onderzoeken welke branches in het centrum ontbreken en op welke plekken. Aan de hand van een zoneringsplan en onze visie op een gepaste branchering werken we, in samenwerking met de gemeente,

We starten het gesprek binnen de leden van OO op over de kansen van een compacter centrum en wat daarvoor nodig is.

Voor bestaande leegstaande panden zetten we onder andere in op leegstandsmaskering door het huisvesten van tijdelijke initiatieven (pop-up) of maskering door middel van projecten, etalage-inrichting enzovoort.

We denken en helpen mee bij de tijdelijke invulling van het gemeentehuis.

JAAR 2-5:

Samen met de partners faciliteren en ondersteunen van de bestaande ondernemers in de aanloopstraten van het centrum bij de eventuele verplaatsing naar het compacte centrum.

Samen met de partners inzetten op:

" Een verdieping van het concept brancheringsplan dat al gemaakt is,

" Een matchmaker en/ of kwartiermaker die het overzicht behoudt,

" De ontwikkeling van een bidbook waarin we nieuwe of bestaande ondernemers kunnen benaderen die passen in het centrum, of die kunnen verhuizen naar een passendere locatie in het centrum.

Op deze manier wordt er aan kennisdeling gedaan dat het centrum onder de aandacht brengt.

" Een verbreding in functies. Naast horeca en retail gaat dit ook over maatschappelijke-, cultuur- recreatieve functies.

4.1 BEGROTING PER THEMA

De begroting voor de komende jaren is gebaseerd op het in stand houden van de nieuwe reclameheffing die vanaf 2026 ingaat (na de wijziging van de huidige heffing van € 382,- per huisnummer in 2025). Omdat we serieus stappen willen zetten als ondernemers én in de samenwerking met gemeenten en pandeigenaren, stellen wij dat deze reclameheffing vanaf 2026 stabiel blijft en dat de gegenereerde inkomsten (minus perceptiekosten) volledig ten goede komen aan OO en de uitvoering van dit meerjarenplan.

	JAARTALLEN BEGROTING *Bedragen in € | Incl. 3% inflatiecorrectie | afgerond*				
THEMA	**2026**	**2027**	**2028**	**2029**	**2030**
Inkomsten					
Subsidie reclamegelden	€ 109.200	€ 112.476	€ 115.850	€ 119.326	€ 122.906
perceptiekosten	€ 2.150	€ 2.215	€ 2.281	€ 2.349	€ 2.420
Sponsoring/lidmaatschap	€ 3.000	€ 3.090	€ 3.183	€ 3.278	€ 3.377
		€ 0	€ 0	€ 0	€ 0
TOTALE INKOMSTEN	**€ 110.050**	**€ 113.352**	**€ 116.752**	**€ 120.255**	**€ 123.862**
Uitgaven					
3.2 Een sterk Ondernemend Oosterbeek	€ 10.000	€ 10.300	€ 10.609	€ 10.927	€ 11.255
3.3 Centrumregie	€ 16.000	€ 16.480	€ 16.974	€ 17.484	€ 18.008
3.4 Bereikbaarheid en Mobiliteit	€ 3.000	€ 3.090	€ 3.183	€ 3.278	€ 3.377
3.5 Sfeer, beleving en verblijfskwaliteit	€ 20.000	€ 20.600	€ 21.218	€ 21.855	€ 22.510
3.6 Evenementen en activiteiten	€ 20.000	€ 20.600	€ 21.218	€ 21.855	€ 22.510
3.7 Retourbezoek	€ 11.050	€ 11.382	€ 11.723	€ 12.075	€ 12.437
3.8 Marketing en digitale zichtbaarheid	€ 20.000	€ 20.600	€ 21.218	€ 21.855	€ 22.510
3.9 Verplaatsen, Brancheren en leegstand	€ 10.000	€ 10.300	€ 10.609	€ 10.927	€ 11.255
Onvoorzien	€ 2.150	€ 2.215	€ 2.281	€ 2.349	€ 2.420
TOTALE UITGAVEN	**€ 110.050**	**€ 113.352**	**€ 116.752**	**€ 120.255**	**€ 123.862**

5. GEMEENTELIJKE BELASTING

In de meerjarenbegroting hebben we voorzichtige ramingen gemaakt met een inflatiecorrectie van gemiddeld 3% op de uitgaven. Deze correctie heeft dus betrekking op de kostenkant, niet op de hoogte van de reclameheffing zelf.

We gaan uit van het behoud van het aantal ondernemers (geen teruggang) en daarmee van het bijbehorende inkomen. We beseffen dat de werkelijke inkomsten per jaar kunnen verschillen. Mochten deze lager uitvallen, dan wordt dit verwerkt in de uitgaven.

5.1 RECLAMEBELASTING

De reclamebelasting wordt momenteel geheven per onroerende zaak binnen het afgebakende centrumgebied waarop één of meerdere reclameobjecten zijn aangebracht of geplaatst. De heffing vindt nu plaats naar een vast bedrag per onroerende zaak, ongeacht de oppervlakte van de openbare aankondiging. In de gemeente Oosterbeek bedraagt dit vaste tarief momenteel € 382,- per pand.

Met dit programma stellen we voor dat deze verdeling eerlijker wordt opgezet. Immers voor een kleinere winkel is deze last groter dan voor grotere bedrijven. Vanaf 2026 stellen we een heffing op basis van WOZ-waarde voor.

Voorstel WOZ-waarde als basis:
De heffing baseren op de WOZ-waarde van het pand, met een percentage van **0,33%**, een **minimum van € 382,-** en een **maximum van € 2.500.** Het mimim bedrag is gelijk aan de reclameheffing van 2025.

- Panden met een WOZ-waarde tot € 115.758,- betalen het minimum van € 382,-.
- Panden met een WOZ-waarde van € 757.576,- of meer betalen het maximum van € 2.500,-.

Inning en betaling:

- De inning kan plaatsvinden via automatische incasso, verspreid over meerdere termijnen, zodat ondernemers niet in één keer een groot bedrag hoeven te voldoen.
- Uitgangspunt is de situatie per 1 januari van het betreffende belastingjaar. Indien op die datum sprake is van feitelijk gebruik door een huurder of gebruiker, wordt de heffing opgelegd aan deze huurder/gebruiker. Indien op 1 januari geen huurder of gebruiker aanwezig is, wordt de heffing in rekening gebracht bij de eigenaar van het pand.
- Ondernemers kunnen bezwaar maken tegen de waarde van de WOZ via het WOZ-loket.

Deze systematiek zorgt voor een evenredige bijdrage, passend bij de waarde van het vastgoed, en combineert een transparante berekening met een praktische en veilige inning, zodat het draagvlak groot blijft en de uitvoering voor alle partijen goed beheersbaar is.

5.2 RECLAMEHEFFINGSGEBIED

De reclamebelasting geldt dus alleen voor ondernemers die gevestigd zijn binnen het aangewezen reclameheffingsgebied. Op een bijbehorende plattegrond is te zien welke straten, panden en zones binnen dit gebied vallen. Hiermee wordt de reclamebelasting doelgericht en eerlijk toegepast.

Ondernemers die gevestigd zijn buiten het aangewezen gebied kunnen gedurende het eerste jaar op vrijwillige basis bijdragen aan de reclamebelasting en deelnemen aan de daarmee gefinancierde activiteiten. Na afloop van dit eerste jaar zal worden beoordeeld of er aanleiding bestaat het heffingsgebied uit te breiden.

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

- Alleen ondernemers binnen het reclameheffingsgebied betalen de reclamebelasting;
- De opbrengsten rechtstreeks worden ingezet in ditzelfde gebied;
- De lasten en baten eerlijk verdeeld worden, met zichtbare meerwaarde voor de omgeving.

Het beoogd reclameheffingsgebied is groter dan voorgaande jaren. Dit is bewust zo gekozen omdat er heel veel onderwerpen zijn waar we de ondernemers in dit grotere gebied bij nodig hebben. Alleen samen krijgen we een gezond Oosterbeek, waar het voor iedere ondernemer in het gehele gebied goed ondernemen is. Omdat OO zich in wil zetten in het realiseren van de doelen in het ambitiedocument, wil zij zich ook kunnen inzetten voor de ondernemers die willen herhuisvesten. In het compacte centrum en daarbuiten.

Ook zet OO zich in om in alle delen, ook de randen, de sfeer, de marketing én de activiteiten zichtbaar te maken. Dat neemt niet weg dat evenementen zich blijven focussen op het compacte centrum. Dat wordt gecompenseerd in de bijdrage, immers eenzelfde pand heeft in het hart een grotere WOZ-waarde (en daarmee hogere bijdrage aan reclamefnonds) dan aan de randen, waardoor de bijdrage van de ondernemers aan de randen ook navenant kleiner is.



5.3 STRAATNAMEN

Utrechtseweg even nummers binnen de komgrens (nummers 28 t/m 272)

Utrechtseweg oneven nummers binnen de komgrens (nummers 27 t/m 245)

Weverstraat oneven 1 t/m 91

Weverstraat even 2 t/m 78

Pastoor Bruggemanlaan 1 en 33

Raadhuisplein 1 en 2

Lebretweg 1

Pietersbergseweg nummer 10 en 14

Paasberg nummer 2

Stationsweg 2 en 6

Poststraat 2

Plein 1946 1t/m 3

Van Toulon van der Koogweg 2 t/m 18

Jacobaweg 3 en 30

Wilhelminastraat 4 en 6

Molenweg 1 en 3

Veritasweg 1 en 5

Annastraat 2

Reuvensweg 2

Prins Hendrikstraat 1

Cornelis Koningstraat 2

Postpad 1

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 OO voor een centrum dat leeft, verrast en verbindt. Een plek waar bewoners zich thuis voelen, bezoekers graag verblijven en ondernemers kunnen bloeien.

Het reclameheffingsgebied speelt daarin een belangrijke rol. Door collectieve middelen op te halen via een eerlijke, transparante bijdrage gebaseerd op zichtbare reclame-uitingen en WOZ-waarde 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 binnen de gouden driehoek 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



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