

BIZ BINNENSTAD DEVENTER

Samen eigenaar worden van een gemeenschappelijk doel

**Businessplan
voor ondernemers**



INHOUD

1. INLEIDING	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Samenwerking middels de BIZ	3
1.3 De binnenstad als economisch hart van Deventer	4
1.4 Wat betekent dat financieel?	5
1.5 Het proces van de afgelopen maanden	6
1.6 De belangrijkste eigenschappen van de BIZ Deventer samengevat	7
1.7 Leeswijzer	7
2. BIZ-GEBIED	7
2.1 Totstandkoming afbakening BIZ-gebied	7
2.2 BIZ-gebied	7
3. AMBITIES EN DOELSTELLINGEN	11
4. MEERJARENPROGRAMMA BEDRIJVENINVESTERINGSZONE	14
4.1 Professioneel binnenstadsmanagement	14
4.2 Marketing, promotie en evenementen	16
4.3 Aankleding en uitstraling	19
4.4 Bereikbaarheid en parkeren	20
4.5 Visieontwikkeling, branchering en leegstand	22
5. UITWERKING JAARPROGRAMMA EN BEGROTING 2018	25
6. ORGANISATIE	28
7. COLOFON	29



HOOFDSTUK 1 INLEIDING

Deventer heeft één van de oudste binnensteden van Nederland. Als vroegere Hanzestad heeft het veel te bieden. Het is een stad met aantrekkelijke historische bebouwing, diverse bezienswaardigheden en culturele trekkers, goede winkel- en horecavoorzieningen en een groen buitengebied. Het is een prachtige plek die uitnodigt voor winkelen, verblijven, wonen en werken.

1.1 AANLEIDING

Een bezoek aan de binnenstad van Deventer is uitnodigend. Het prachtig monumentale centrum, gezellige oude straten en evenementen hebben een sterke aantrekkingskracht. Ook naar de toekomst toe is het van belang om Deventer aantrekkelijk te houden en de bezoeker te blijven verleiden. Sterker nog, een bezoek aan de binnenstad moet de voordelen van online shoppen uiteindelijk laten verbleken, zodat u als ondernemer, hier een goede boterham kunt verdienen. Dit is onlosmakelijk verbonden met investeren in de binnenstad, nu en in de toekomst. Stilstand betekent achteruitgang, zeker in een tijd waarin de omliggende steden hard aan de weg timmeren. Hiervoor zijn betrokkenheid en structurele financiële middelen nodig, afkomstig van ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente gezamenlijk. Samenwerking ligt hieraan ten grondslag, samen moeten wij eigenaar zijn van ons gemeenschappelijk doel!

1.2 SAMENWERKING MIDDELS DE BIZ

Met de Wet op de Bedrijveninvesteringszones (BIZ) wordt samenwerking en collectieve investering in de binnenstad voor de komende 5 jaar mogelijk gemaakt. Door middel van een BIZ gaan alle ondernemers in de binnenstad mee investeren in concrete projecten die ten goede komen aan het economisch functioneren van de binnenstad. De BIZ is dus een instrument van, voor en door ondernemers, waar u uiteindelijk de vruchten van plukt.

Naast een BIZ voor ondernemers, wordt er ook een BIZ voor vastgoedeigenaren opgezet. Dit betekent dat niet alleen ondernemers, maar ook vastgoedeigenaren structureel gaan meebetalen aan projecten en activiteiten in de binnenstad. Mocht u ondernemer en vastgoedeigenaar zijn in de binnenstad, dan geldt dat u in beide BIZ-en meefinanciert. U profiteert namelijk vanuit beide rollen.





Naast ondernemers en vastgoedeigenaren draagt ook de gemeente haar steentje bij. Zij is bereid een jaarlijkse investering in de binnenstad te doen, bovenop de BIZ-bijdrage van ondernemers en vastgoedeigenaren. Deze investering zal tweeledig zijn: een bijdrage in de operationele kosten van de organisatie en door een substantiële investering in de verbetering van de ruimtelijke kwaliteit van de pleinen en straten in de binnenstad. Door middel van nadere afspraken, die worden vastgelegd in een service level agreement (sla), blijven de algemene taken en verantwoordelijkheden om de openbare ruimte aantrekkelijk, schoon en veilig te houden tot de verplichting van gemeente Deventer behoren. Met de jaarlijkse bijdrage aan de BIZ-en laat de gemeente zien ook vanuit economisch oogpunt te willen investeren in de binnenstad.

1.3 DE BINNENSTAD ALS ECONOMISCH HART VAN DEVENTER

De BIZ is het instrument dat voor 5 jaar structureel zorgt voor inkomsten vanuit alle ondernemers en vastgoedeigenaren om te kunnen investeren in het versterken van het economisch functioneren van de binnenstad. Het doel daarachter is dat de Deventer binnenstad haar ambitie als economisch hart van de stad ook waar kan maken.

Een BIZ biedt veel kansen voor een binnenstad als Deventer. Door toenemende concurrentie van steden als Zwolle en Apeldoorn is het ook voor Deventer belangrijk zich nadrukkelijk te positioneren. Meerdere indicatoren laten een zorgelijke trend zien. Zo is het aantal bezoekers in vijf jaar tijd gedaald en het aantal leegstaande panden is meer dan verdubbeld (bron: plan van aanpak Deventer binnenstad, 2016). Ook zijn er trends en ontwikkelingen gaande waar Deventer een antwoord op moet vinden. Denk aan de toenemende concurrentie met internet, de vergrijzing van de consument en de toenemende integratie van andere functies in de binnenstad. Door samen te werken en samen te investeren in de binnenstad kan op deze trends en ontwikkelingen worden ingespeeld.

Voor de binnenstad is het belangrijkste doel de bewoner uit Deventer en de omliggende kernen te trekken. Logischerwijs hebben ondernemers daarin een ander belang dan vastgoedeigenaren of gemeente, maar uiteindelijk draait het om het gezamenlijk belang. Het aantrekkelijk en economisch sterk houden van Deventer vormt daarmee de gemeenschappelijke ambitie voor ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente samen. Het historische karakter, de vele lokale ondernemers, de sterke horeca en het diverse aanbod geven de binnenstad haar unieke kleur. De BIZ maakt het mogelijk om deze kwaliteiten verder uit te vergroten en middels gezamenlijke investeringen in bijvoorbeeld leegstand, openbare ruimte en promotie & marketing de aantrekkingskracht van Deventer voor bedrijven, bezoekers en bewoners te vergroten.



1.4 WAT BETEKENT DAT FINANCIIEEL?

Het mogelijk maken van de samenwerking en ambitie in de binnenstad vraagt een investering vanuit zowel ondernemers, vastgoedeigenaren als gemeente. Dat betekent dat er jaarlijks een bijdrage geïnd wordt van alle ondernemers en vastgoedeigenaren die positie hebben in het BIZ-gebied (zie hoofdstuk 2). De heffingsgrondslag voor de BIZ-bijdrage is op grond van de WOZ-waarde van het niet-woning deel. De heffing kan alleen worden gedaan indien uit een draagvlakmeting blijkt dat het grootste deel van de achterban positief is over de invoering van de BIZ.

- Er is sprake van voldoende draagvlak wanneer minimaal over 50% van de WOZ-objecten een stem is uitgebracht, waarvan minimaal tweederde van de stemmen voor invoering is. De voorstemmers dienen daarnaast meer WOZ-waarde te vertegenwoordigen dan de tegenstemmers.
- Op basis van voldoende draagvlak gaat iedere vastgoedeigenaar en ondernemer vervolgens per jaar per WOZ-object een bijdrage betalen volgens een getrappt tarief met een ondergrens van € 120,- en een bovengrens van € 720,-, afhankelijk van de WOZ-waarde van het pand.
- Kantoren, kantoren in bedrijfsverzamelgebouwen, opslag en distributie en praktijkruimten betalen een gehalveerd bedrag met een ondergrens van € 60,- en een bovengrens van € 360,-.
- In afwijking wordt bij de bepaling van de heffingsmaatstaf buiten aanmerking gelaten de vrijstellingen zoals opgenomen in de verordening BIZ vastgoed binnenstad Deventer
- Een ondernemer die tevens vastgoedeigenaar in een pand is, gaat via beide BIZ'en een bijdrage leveren.
- Bij wetgeving is vastgelegd dat de vereniging zelf zeggenschap krijgt over de besteding van de gelden, deze kunnen niet door de gemeente besteed worden.

In volgende tabel kunt u, op basis van de WOZ-waarde van uw pand(en), aflezen hoeveel u per jaar gaat bijdragen.

REGULIERE BIZ-BIJDRAGE			GEHALVEERDE BIZ-BIJDRAGE		
WOZ-waarde Van	Tot	Bijdrage per jaar	WOZ-waarde Van	Tot	Bijdrage per jaar
€ 1,-	€ 100.000,-	€ 120,-	€ 1,-	€ 100.000,-	€ 60,-
€ 100.000,-	€ 200.000,-	€ 240,-	€ 100.000,-	€ 200.000,-	€ 120,-
€ 200.000,-	€ 300.000,-	€ 360,-	€ 200.000,-	€ 300.000,-	€ 180,-
€ 300.000,-	€ 400.000,-	€ 480,-	€ 300.000,-	€ 400.000,-	€ 240,-
€ 400.000,-	€ 500.000,-	€ 600,-	€ 400.000,-	€ 500.000,-	€ 300,-
€ 500.000,-	>	€ 720,-	€ 500.000,-	>	€ 360,-



De ondernemers bepalen zelf het activiteitenprogramma dat wordt gefinancierd vanuit de BIZ. Dit gaat via het gratis lidmaatschap van de Vereniging Deventer Binnenstad Ondernemers (SDBO). De ALV van de vereniging stelt de begroting voor het komende jaar vast en jaarlijks legt het bestuur rekening en verantwoording af over de uitgaven voor de invoering van de activiteiten in het voorgaande jaar. Tevens kunt u als bijdrageplichtige kosteloos kennisnemen van de begroting, de rekening en de verantwoording.

Mocht u tevens vastgoedeigenaar zijn, dan kunt u via het gratis lidmaatschap van de VCOD (Vereniging van Commercieel Onroerend goed binnenstad Deventer) invloed uitoefenen.

1.5 HET PROCES VAN DE AFGELOPEN MAANDEN

Bovenstaande is tot stand gekomen op basis van een intensief proces geïnitieerd in het voorjaar van 2016 vanuit de Stichting Deventer Binnenstad Management (SDBM). Dit initiatief vanuit SDBM heeft geleid tot een nieuwe slagvaardige professionele binnenstadsorganisatie van en voor ondernemers en vastgoedeigenaren. Zij heeft de veelheid aan onderzoeken, rapportages en ideeën vanuit de stad samengevat in het plan van aanpak Deventer Binnenstad met als titel: **Samen eigenaar worden van een gemeenschappelijk doel**. Hierin zijn een duidelijke ambitie, doelstellingen en projecten geformuleerd. De belangrijkste pijler onder deze projecten betreft het introduceren van een ondernemers- en vastgoedfonds, waardoor deze samenwerkingspartijen een sterke positie en verantwoordelijkheid kunnen verkrijgen in de binnenstad.

Een kerngroep met vertegenwoordigers van ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente is begin 2017 gestart en de afgelopen maanden druk bezig geweest om de contouren van het BIZ-project vorm te geven. In maart en april 2017 is aan de hand van een bijeenkomst onder ondernemers en vastgoedeigenaren gepeild of er draagvlak is voor het verder voorbereiden van een BIZ. Op basis van een positieve uitkomst zijn, in samenwerking met een groep van ondernemers en vastgoedeigenaren, en gemeente Deventer, de contouren van het BIZ-plan verder uitgewerkt. De punten welke door ondernemers en vastgoedeigenaren in de verschillende bijeenkomsten naar voren zijn gebracht hebben als basis gediend voor het BIZ-plan. In november 2017 wordt er een draagvlakmeting georganiseerd, om formeel te peilen of er voldoende draagvlak is voor invoering van een BIZ voor vastgoedeigenaren en ondernemers. Middels een informatiepakket worden de ondernemers en vastgoedeigenaren hierover tijdig geïnformeerd. Uitgaande van voldoende draagvlak, wordt de BIZ per 1 januari 2018 ingevoerd.



1.6 DE BELANGRIJKSTE EIGENSCHAPPEN VAN DE BIZ DEVENTER SAMENGEVAT

- Voor de binnenstad worden twee bedrijveninvesteringszones opgericht: een voor de ondernemers en een voor de vastgoedeigenaren. De investeringszones zijn geografisch gelijk aan elkaar.
- De gemeente Deventer is bereid eveneens een jaarlijkse investering in de binnenstad te doen, bovenop de BIZ-bijdrage van ondernemers en vastgoedeigenaren. Naast een bijdrage vanuit de gemeente wordt er ook gestreefd naar een intensieve samenwerking met de stadsbeweging vanuit de Provincie Overijssel.
- Beide BIZ'en werken vanuit dezelfde ambitie, maar vanuit eigen organisaties met andere accenten en prioriteiten in het projecten- en activiteitenprogramma.
- Met de BIZ kunnen activiteiten gefinancierd worden in de Deventer binnenstad die vanuit de wet op de bedrijveninvesteringszones geformuleerd zijn als activiteiten in de openbare ruimte, die gericht zijn op het bevorderen van de economische ontwikkeling, ruimtelijke kwaliteit, de leefbaarheid en/of veiligheid. Hieronder worden ook internet gerelateerde activiteiten verstaan. De basis verantwoordelijkheid blijft hierin onderdeel van de gemeentelijke taken. Dit wordt vastgelegd in een SLA. De vereniging krijgt zeggenschap over de besteding van de gelden, dit is niet aan de gemeente.
- De heffingsgrondslag voor de BIZ-bijdrage is de op de voet van hoofdstuk IV van de Wet waardering onroerende zaken (WOZ-waarde) voor de onroerende zaak vastgestelde waarde. De BIZ komt er alleen wanneer er aantoonbaar draagvlak is bij de bijdrageplichtigen.
- De BIZ wordt opgericht voor een duur van 5 jaar. In het vijfde jaar wordt de BIZ geëvalueerd en dient opnieuw het draagvlak te worden aangetoond om de BIZ te verlengen.

1.7 LEESWIJZER

In de volgende hoofdstukken komen achtereenvolgens de volgende onderdelen van de BIZ aan bod:

- Het heffingsgebied.
- De ambities en doelstellingen van de BIZ.
- Een meerjarenplan met een beschrijving van het projectenprogramma.
- Het jaarprogramma en begroting voor 2018.
- De organisatie- en financieringsstructuur.

HOOFDSTUK 2 BIZ GEBIED

2.1 TOTSTANDKOMING AFBAKENING BIZ-GEBIED

Het BIZ-gebied is een afgebakend en aaneengesloten gebied in de binnenstad van Deventer, waarbinnen alle ondernemers en vastgoedeigenaren van niet-woningen gezamenlijk gaan investeren. De BIZ wordt niet voor de gehele binnenstad ingevoerd. Voor de afbakening van dit gebied is gekeken naar:

- De publieksgerichte functies die in de binnenstad gelegen zijn en direct of indirect rendement krijgen van de projecten en activiteiten die in het kader van de BIZ worden opgepakt.
- Daarnaast moet het BIZ-gebied ruimtelijk gezien logisch zijn. Bovendien moet de afbakening aansluiten bij de doelstellingen van de BIZ.

Het BIZ-gebied voor de binnenstad is afgebakend tot het centrumgebied waar de detailhandel, horeca en cultuur is geclusterd, samen met de aanloopstraten van waaruit bronpunten (parkeergarages en station) gelegen zijn.

2.2 BIZ-GEBIED

Het BIZ-gebied loopt van de T.C. Gibsonstraat en de Nieuwstraat naar Achter de Broederen tot de 'korte' Smedenstraat richting Op de Keizer, naar de Keizerstraat, de Walstraat tot aan de Bokkingshang, de Kleine Overstraat, Grote Poot en Grote Kerkhof, door tot aan de Nieuwe Markt en de Stromarkt. Binnen dit gebied is er sprake van een hoge concentratie van publieksgerichte voorzieningen met een sterke onderlinge samenwerking.

In het BIZ-gebied zijn de Smedenstraat (vanaf Achter de Broederen tot aan de Nieuwstraat) en de Boreel niet meegenomen.

- In de Smedenstraat (het gedeelte vanaf Achter de Broederen tot aan de Nieuwstraat) verdwijnen vanuit natuurlijk verloop steeds meer publieksgerichte functies, met als gevolg dat de concentratie van publieksgerichte functies omlaag gaat. Daarnaast wordt, vanuit beleidsmatig keuzes, wonen en werken meer en meer gestimuleerd in dit gebied.
- De Boreel is een op zichzelf functionerend gebied met grootschalige functies en een eigen investeringsagenda. Deze wordt niet meegenomen in het BIZ-gebied, omdat partijen daar al een collectieve bijdrage aan gezamenlijke marketing- en promotie-



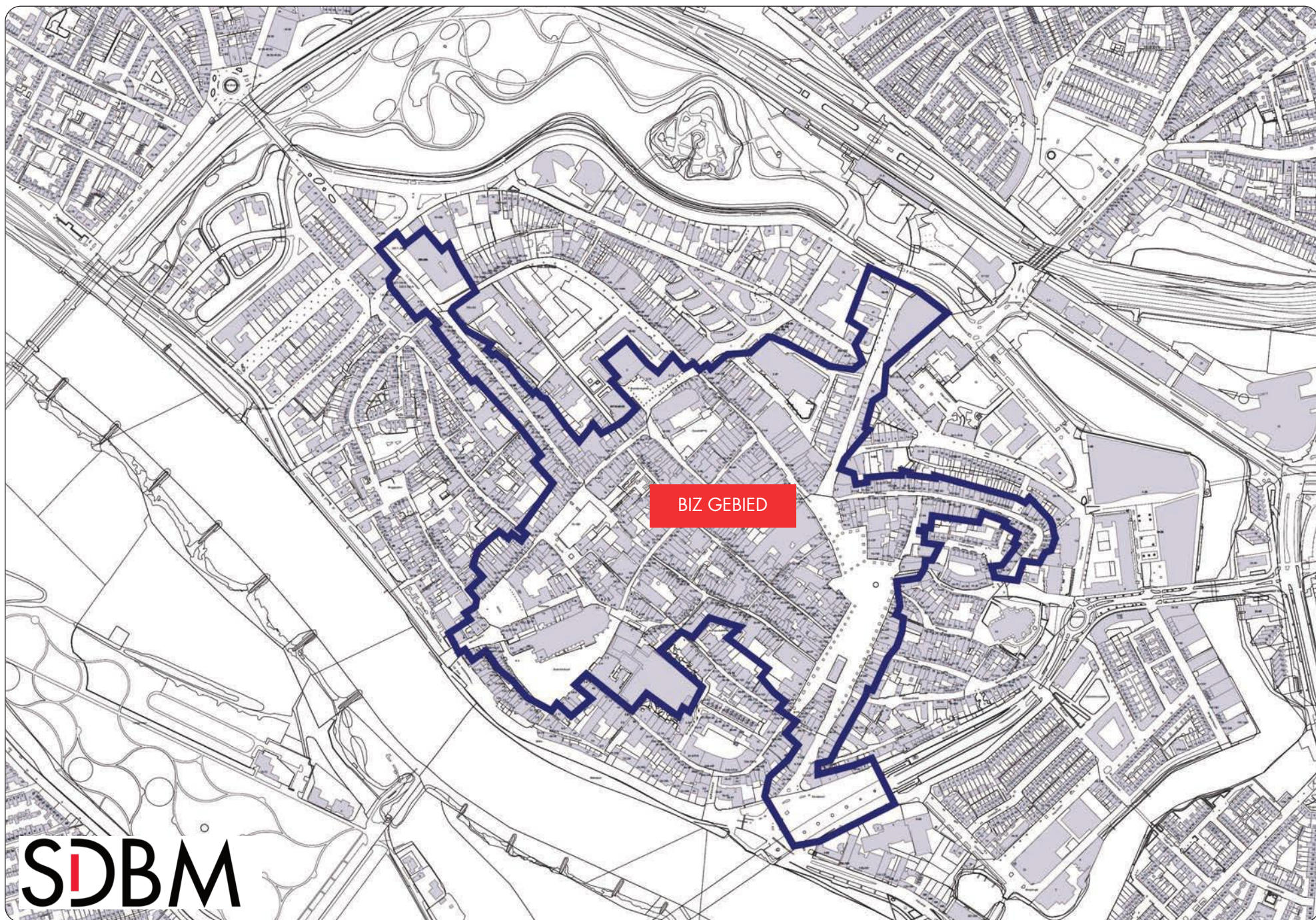


activiteiten hebben vastgelegd. Zij zijn nadrukkelijk als partner betrokken, hetgeen zich tevens kan vertalen in een jaarlijkse bijdrage vanuit de Boreel voor de activiteiten die zowel in het belang zijn van de binnenstad als de Boreel.

In totaal bevinden zich in het BIZ-gebied 621 heffingsobjecten. Van zowel de eigenaren als de gebruikers (ondernemers) van de objecten wordt jaarlijks een BIZ-bijdrage geheven. Dat betekent dat eigenaren die tevens gebruiker (ondernemer) zijn aan zowel de ondernemers BIZ als aan de vastgoed BIZ bijdragen, aangezien zij ook vanuit beide posities voordelen ondervinden. In totaal gaat het dus om 1242 heffingsobjecten waarvan een BIZ-bijdrage-heffing plaatsvindt. Dat is pas samenwerken!

Op de volgende pagina is het heffingsgebied van de BIZ weergegeven en de samenwerking met het gebied Boreel.





SDBM

HOOFDSTUK 3 AMBITIES EN DOELSTELLINGEN

Ambitie

Voor de bedrijveninvesteringszone (BIZ) is de volgende centrale ambitie geformuleerd.

Het vergroten van de economische vitaliteit en de aantrekkingskracht van de binnenstad van Deventer, door middel van een sterke, structurele samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente. De samenwerking streeft ernaar dat het voor de veeleisende, moderne consument bruist in onze binnenstad en dat hij er graag komt, of hij nu uit Deventer komt of niet. Wat wij met elkaar willen bereiken, is dat er meer bezoekers naar de binnenstad komen en dat ze daar langer verblijven. Wij richten ons met name op consumenten uit Deventer en omgeving, voor wie de stad een onderscheidend winkel- en horeca-aanbod heeft en gezellig, gastvrij en goed bereikbaar is.

Doelstellingen

Om bovenstaande ambitie te verwezenlijken, wordt concreet ingezet op een aantal doelstellingen. De doelstellingen richten zich enerzijds op inhoudelijke thema's die in het economisch belang zijn van de binnenstad en anderzijds op het verbeteren van de samenwerking. Samenwerking wordt hierbij als hefboom en voorwaarde gezien om inhoudelijke doelstellingen versneld van de grond te krijgen.

Accenten in de BIZ voor ondernemers en vastgoedeigenaren

Hoewel vanuit de BIZ ondernemers en de BIZ vastgoed dezelfde ambitie en doelstellingen worden nagestreefd om zo tot een optimale synergie te komen onder de vlag van de SDBM, zijn er wel duidelijke accentverschillen in de mate waarin beide BIZ'en op de korte termijn gaan investeren op thema's. Zo focust de BIZ ondernemers zich sterker op thema's en activiteiten die geënt zijn op het trekken van meer bezoekers en het genereren van meer omzet. Dit komt terug in marketing en promotie, evenementen en het ondersteunen van straatinitiatieven. De BIZ vastgoed focust op thema's en activiteiten die als direct of indirect effect hebben om meer rendement op het vastgoed te genereren. Vanuit deze focus geven zij prioriteit aan de strategische ontwikkeling van de binnenstad, bereikbaarheids- en parkeervraagstukken en actieve acquisitie en aanpak vastgoed. Deze accenten





hebben een sterke weerslag op de invulling van het projectenprogramma en de begroting voor het jaar 2018 (zie hoofdstuk 4 en 5). Voor de periode erna (2019 en verder) kunnen de BIZ-besturen uiteraard hun focus verleggen in thema's en projecten.

Samenwerkingsdoelstellingen

1. Een **sterke, effectieve binnenstadsorganisatie (SDBM)** waarin ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente op basis van gelijkwaardigheid samenwerken aan een gemeenschappelijke visie, strategie en uitvoeringsprogramma voor de binnenstad. Het achterliggende doel is beter en intensiever contact tussen partijen waardoor initiatieven sneller van de grond komen, problemen worden voorkomen of vroegtijdig worden opgelost, kennis en budgetten worden gebundeld en eenduidig naar buiten wordt getreden (communicatie).
2. Het bouwen aan een **sterk collectief van ondernemers en vastgoedeigenaren**, met als doel het verbeteren van de onderlinge samenwerkingsbereidheid, de participatiegraad voor collectieve doeleinden (organiserend vermogen) en het draagvlak en het behartigen van de gemeenschappelijke belangen.
3. **Structurele gesprekspartner voor de gemeente, regio en provincie** met als doel een sterkere lobby te kunnen voeren voor thema's en het ophalen van funding die in het belang zijn van de economische vitaliteit van de binnenstad. Denk aan thema's en funding gericht op bereikbaarheid, parkeren, wet- en regelgeving en flankerend beleid in andere winkelgebieden.

Inhoudelijke doelstellingen

1. Een gezamenlijke **ruimtelijk-functionele visie** ontwikkelen en uitvoeren onder de vlag van de Stichting Deventer Binnenstadsmanagement (SDBM), gericht op het versterken van het aanbod, het terugdringen van leegstand en de profilering / versterking van deelgebieden met aandacht voor de functies winkelen, horeca, werken en wonen.
2. Het ontwikkelen, coördineren en uitvoeren van een **marketing- en promotiestrategie** richting potentiële bezoekers en bedrijven, waarin het merk van de binnenstad lokaal en (boven)regionaal eenduidig en sterker geprofileerd wordt, zowel on- als offline.
3. Door ontwikkelen van het middelgrote en kleinschalige **evenementenaanbod** door een centraal beheer van de evenementenkalender, bestaande evenementen te verbeteren, nieuwe (kleinere) evenementen te stimuleren en te zorgen voor een optimale afstemming, coördinatie, communicatie en profilering van het evenementenprogramma vanuit een eenduidige Deventer huisstijl, met als doel de verblijfsduur van de consument in de binnenstad te verlengen en er economisch een groter profijt uit te hebben.
4. De **aantrekkelijkheid** van de binnenstad bevorderen door te investeren in aankleding, uitstraling, en sfeer.
5. Het verbeteren van de **bereikbaarheid** van de binnenstad en de **vindbaarheid van functies** in de binnenstad, door het versterken van de routing en het **parkeer- en fietsbeleid** bezoekersvriendelijk maken.



Meefinstrumenten

De ontwikkeling van het economisch functioneren en de aantrekkelijkheid van de binnenstad kan in kaart gebracht worden door de consumentenbestedingen (lokaal en (boven)regionaal), de bezoekersaantallen, de verblijfsduur van consumenten en de vestiging van nieuwe ondernemers te monitoren. Meetinstrumenten hiervoor zijn ontwikkeling van koopstromen d.m.v. pintransacties, passantentellingen en ondernemers- en bezoekersenquêtes. Van belang is dat bij de start van de BIZ een nulmeting plaatsvindt en dat er jaarlijks metingen worden uitgevoerd zodat de ontwikkeling gemonitord kan worden. Daarnaast is het van belang dat er per thema KPI's geformuleerd worden om doelstellingen meetbaar te maken. Dat betekent dat de metingen moeten worden afgestemd op de geformuleerde KPI's.



HOOFDSTUK 4 MEERJARENPROGRAMMA BEDRIJVENINVESTERINGSZONE

In dit hoofdstuk zijn de thema's uitgewerkt waar de BIZ ondernemers zich de komende jaren op gaat richten. De thema's sluiten aan op de ambitie en doelstellingen, zoals uitgewerkt in het vorige hoofdstuk. De thema's zijn:

- Professioneel binnenstadsmanagement
- Marketing, promotie en evenementen
- Aankleding en uitstraling
- Bereikbaarheid en parkeren
- Visieontwikkeling, branchering en leegstand

Per thema is de visie en deelactiviteiten opgenomen, die de ondernemers de komende jaren kunnen oppakken. Benadrukt wordt dat de Vereniging BIZ ondernemers, die samengesteld is uit alle gebruikers uit het BIZ-gebied, jaarlijks bepaalt waar de BIZ-gelden aan besteed worden. Middels bijeenkomsten krijgen ondernemers inspraak in de activiteiten die gekozen worden. Tevens is de onderlinge afstemming van de BIZ ondernemers en de BIZ-eigenaren essentieel. Voor 2018 is reeds een concreet jaarplan uitgewerkt in hoofdstuk 5.

Per project is er een 'KPI' opgenomen. Dit is een 'Kritieke Prestatie Indicator'. Hiermee kunnen de prestaties van de BIZ gemeten worden.

4.1 PROFESSIONEEL BINNENSTADSMANAGEMENT

Voor ondernemers is de BIZ het middel om zich te verenigen en de samenwerking te versterken, niet alleen tussen de verschillende "bloedgroepen" onderling maar ook binnenstadsbreed. Het is de manier om de handen ineen te slaan en een samenwerkingsklimaat van de grond te krijgen. Een goede samenwerking tussen ondernemers onderling is daarbij voorwaarde, maar net zo belangrijk vormt de samenwerking met de vastgoedeigenaren en gemeente. Een sterk, effectief binnenstadsmanagement als koepel, waarin





deze drie partijen op strategisch, tactisch en operationeel niveau samenwerken, wordt hierbij als voorwaarde gezien. Vanuit zowel de BIZ ondernemers als de BIZ vastgoed wordt er geïnvesteerd in uitvoeringskracht onder de vlag van het binnenstadsmanagement (SDBM), die namens de collectieven van vastgoedeigenaren en ondernemers de lobby voert en tevens onderwerpen agendeert bij o.a. gemeente, provincie en het collectief van vastgoedeigenaren. Uiteindelijk is het doel om samen stappen te maken die ten goede komen aan de binnenstad en waar “de ondernemer” van profiteert. Naast het continueren van professioneel binnenstadsmanagement kunnen de volgende projecten worden opgepakt om de samenwerking op binnenstadsniveau te versterken.

Project: topositie van de binnenstad versterken

KPI: Toename van de bezoekers en bestedingen in de binnenstad, zowel in de dagelijkse- als in de niet-dagelijkse artikelensector als de horeca.

De topositie van de binnenstad binnen de detailhandel- en horecastructuur van de gemeente Deventer en de regio waarborgen en versterken. Dat betekent dat de eigen kracht van de Deventer binnenstad versterkt dient te worden en dat ontwikkelingen elders de positie van de binnenstad niet mogen ondermijnen. Een goed beleid in de Deventer binnenstad en een flankerend beleid in andere gebieden is hierbij essentieel. Vanuit het SDBM wordt er lokaal en regionaal gemonitord welke nieuwe plannen en initiatieven er ontstaan en of er eventueel aanpassingen in bestemmingsplannen worden voorbereid (denk aan nieuwe detailhandelsontwikkelingen, brancheverbreding in de periferie etc.). Indien dit het geval is, zal in samenwerking met vastgoedeigenaren en ondernemers beoordeeld worden in hoeverre dergelijke ontwikkelingen effect hebben op de positie van de binnenstad en of het noodzakelijk is hiertegen te ageren.

Daarnaast is het van belang dat naast het niet-dagelijks aanbod ook het dagelijks aanbod in de binnenstad wordt versterkt. Momenteel is de omvang hiervan ondermaats. Dagelijks aanbod is essentieel om de aantrekkingskracht voor de eigen inwoners te behouden.

Project: stimuleren en realiseren van initiatieven per deelgebied door ondernemers

KPI: In minimaal 50% van de deelgebieden van de binnenstad is een centraal aanspreekpunt / organisatie in het leven geroepen van waaruit initiatieven worden gecoördineerd.

Niet alleen het ondersteunen van binnenstadsbrede initiatieven worden door de ondernemers onderschreven, ook het ondersteunen van initiatieven per deelgebied. Kwaliteiten van



de deelgebieden kunnen hiermee worden uitgelicht om zo de gebiedsprofilering te versterken en de binnenstad als geheel naar een hoger niveau te tillen. Dit betekent dat een deel van de budgetten vanuit de BIZ beschikbaar zijn om initiatieven in deelgebieden te ondersteunen (20% van het totaalbudget). Ondernemers mogen zelf initiatieven aandragen, die getoetst worden door het bestuur van de ondernemers vereniging en SDBM. Activiteiten waaraan gedacht kan worden, zijn:

- Projecten en acties die de gebiedsprofilering ondersteunen
- Themaversiering / aankleding per deelgebied
- Evenementen per deelgebied
- Collectieve aanpak van uitstallingen of reclame-uitingen
- Activiteiten die de samenwerking op deelgebiedsniveau versterken

4.2 MARKETING, PROMOTIE EN EVENEMENTEN

Om het centrum van Deventer nog meer op de kaart te zetten en daarmee ook de lokale, regionale- en toeristische bezoeker te verleiden is het zaak om in te zetten op structurele en actieve marketing en promotie en een sterk evenementenaanbod. Hierbij is het van belang dat allereerst een duidelijke marketingstrategie opgezet wordt vanuit een centrale regie en coördinatie, in nauwe samenwerking met de VVV, de culturele sector, ondernemers en vastgoedeigenaren. Dit dient vervolgens tot concrete promotie activiteiten en het versterken van het evenementenaanbod te leiden. Daarbij ligt de focus niet zozeer op evenementen alla het Dickens festival, maar meer om ook de kleinere evenementen op te pakken en dit slimmer te combineren met bijvoorbeeld koopzondagen. Tevens is het de uitdaging om bestaande en een eventuele uitbreiding van activiteiten meer kenbaar te maken bij zowel het lokale als regionale publiek.

Project: gezamenlijke marketingstrategie "Deventer binnenstad"

KPI: Uitgewerkt marketingplan in 2019, met concrete acties waarmee het "dna" en "merk" van Deventer binnenstad kunnen worden uitgerold.

Om de binnenstad nog sterker op de kaart te zetten en daarmee meer bezoekers van binnen en buiten Deventer te trekken, is het zaak de binnenstad structureel en actief te promoten vanuit een gezamenlijke marketingstrategie voor de binnenstad met een centrale coördinatie. Dit vormt tevens de koepel om ook met name het kleinschalige activiteiten- en evenementenaanbod te versterken. Een samenwerking hierin tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, de VVV-organisatie en de culturele sector is sterk wenselijk. Het zwaartepunt in dergelijke activiteiten ligt bij ondernemers die een direct belang hebben bij het aantrekken van (nieuwe) bezoekers.

Bij de marketingstrategie is het van belang vooral te kijken naar hetgeen Deventer haar



eigen kleur geeft én tegelijkertijd onderscheidt van steden in de regio. Ook de profilering van deelgebieden speelt hierin een rol. Enerzijds kan inzicht verkregen worden in waarom bepaalde doelgroepen zich aangetrokken voelen tot het centrum van Deventer en hoe deze doelgroepen het best bereikt kunnen worden. Anderzijds kan vooral gekeken worden naar hetgeen de binnenstad en haar deelgebieden onderscheidt en karakteriseert. De uitkomsten kunnen vertaald worden in profielen, merkwaarden en een centrale boodschap, maar ook naar een on- en offline promotiestrategie. Storytelling kan hierbij een effectief middel zijn, die in communicatie en marketinguitingen terugkomt. Ook het inzetten van rolmodellen kan een slimme tactiek zijn. Zowel bekende Deventenaren als straatambassadeurs kunnen de binnenstad en de deelgebieden verder op de kaart zetten. Ook bloggen, vloggen en op andere wijze schrijven over elkaar kan positief werken in de beeldvorming. Er wordt gefocust op middelgrote en kleinschalige evenementen, bij voorkeur gekoppeld aan koopmomenten zoals koopzondagen en de piekmomenten door het jaar heen zoals Sint, Kerst en Pasen. Tevens is er aandacht voor evenementen voor jongeren.

Project: centrale rol voor “local heroes”

KPI: Gecoördineerde marketingacties vanuit de couleur locale, die resulteren in een toename van de bestedingen van de consument.

De binnenstad wordt gekenmerkt door sterk lokaal ondernemerschap, diversiteit en couleur locale. Deze ondernemers kunnen elkaar versterken door een kopgroep van lokale helden te organiseren. Zij kunnen de merkwaarden van Deventer (goede service, persoonlijke benadering, specialisme) omarmen en naar buiten brengen. Vanuit deze samenwerking kan een gezamenlijke strategie worden opgezet naar klanten, dat zich bijvoorbeeld uit in acties, arrangementen, marketing en evenementen. Doelstelling is het gezamenlijk verwennen en ontzorgen van klanten en het bereik vergroten, door gezamenlijke marketing en het delen van klantinformatie. Denk bijvoorbeeld aan thema VIP-avonden te organiseren gericht op specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld mannen of vrouwen), het ontwikkelen van duo-deals (bijvoorbeeld een lunch gecombineerd met beautybehandeling of stylingadvies), gezamenlijke facebookacties etc. Vanwege de onderscheidende horeca in Deventer kunnen er mooie verbanden gelegd worden tussen horeca en retail. Denk aan het serveren van hapjes in combinatie met winkelen of de samenwerking tussen een kookwinkel en een vooraanstaand restaurant.

Project: binnenstadsbrede (social) media

KPI: Actuele online informatie van nieuwsfeiten uit de binnenstad zijn 24 uur per dag beschikbaar voor de bezoeker, ondernemer, eigenaar en inwoner

Het opzetten van een sterke online offline profilering speelt een belangrijke rol in het verleiden van lokale en regionale bezoekers. Zo kan de vindbaarheid voor een bezoek aan de binnenstad worden vergroot. Voor de binnenstad is al een mooie website beschikbaar die duidelijke thema's zoals winkelen, eten en drinken, slapen etc. uitlicht. Ook de vindbaarheid van deze site is goed te noemen. Dit kan worden versterkt door een binnenstadsbrede sociale media aanpak op te zetten. Hiervoor is ondersteuning en aansluiting bij bestaande online en offline informatie voornamelijk. Hieronder zijn een aantal voorbeelden opgenomen die als deelprojecten kunnen worden opgepakt:

- Het introduceren van een applicatie met plattegronden en informatie over de binnenstad (afgestemd op de website van Deventer);
 - Op de website en applicatie kunnen profielroutes per consumentgroep worden toegevoegd, waarin voor hen de ideale route, straten en winkels worden aangegeven op het gebied van bijvoorbeeld mode, restaurants en cultuur.
 - Tevens kunnen actualiteiten en sterke punten van Deventer worden uitgelicht.
- Opzetten van een binnenstadsbrede Facebook- en Instagrampagina vanuit de binnenstad, gevoed door ondernemers.
- Het verbinden van mensen die bereid zijn te vloggen en bloggen over de binnenstad.
- Het ondersteunen van ondernemers bij de inzet van social media.
- Versterken samenwerking met Deventer RTV.

Project: opzetten van een pakkend en slimmer activiteiten en evenementenprogramma

KPI: Gecoördineerd binnenstadsbreed evenementenprogramma, dat wordt gedragen vanuit een samenwerking van ondernemers, eigenaren en gemeente.

Deventer beschikt reeds over een sterk evenementenaanbod, waarvan sommige een sterke bovenregionale aantrekkingskracht hebben (o.a. Dickens Festival en Deventer op stelten). Voor de komende jaren ligt de focus vooral op het initiëren van kleinere evenementen, tevens meer sfeer te creëren op koopmomenten en de doelgroep jongeren meer te boeien en binden. Evenementen hebben als achterliggend doel het realiseren van

omzet en de conversie van extra bezoekers naar extra kopers. Om het evenementenprogramma te optimaliseren, wordt gefocust op de volgende zaken:

- Vanuit de VVV/SDBM/gemeente wordt er een centrale regie gevoerd op het evenementenaanbod. Dit betekent dat SDBM samen met de binnenstadpartners oog houdt voor een juiste spreiding, coördinatie en afstemming van de evenementen in de binnenstad over het jaar. Vanuit de BIZ wordt de jaarronde evenementenagenda gecoördineerd gecommuniceerd en vermarkt.
- Het evenementenprogramma wordt doorgelicht op bijdrage aan de centrale marketing- en promotiestrategie SDBM: zijn de evenementen ondersteunend hieraan wordt er voldoende georganiseerd voor de beoogde doelgroepen en is er jaarrond sprake van een goede spreiding? Enkel evenementen die ondersteunend zijn aan de centrale marketing- en promotiestrategie SDBM worden mogelijk financieel ondersteund met een bijdrage vanuit de BIZ. Daarbij wordt uiteraard getoetst in hoeverre nieuwe evenementen ook een positieve bijdrage leveren aan de commerciële doelstellingen van de ondernemers in de binnenstad.
- De focus in de versterking van het evenementenaanbod ligt op de kleine en middelgrote evenementen (binding van Deventernaren en de regio) en de koppeling van koopzondagen aan evenementen met een meer seizoensgerichte of thematische insteek, die vertaald wordt in acties, ludieke eyecatchers of andere uitingen. Ideeën zijn bijvoorbeeld ambachtelijke markten met producten uit de regio, een oldtimerevent in de binnenstad, introductie van 'De Nacht van Deventer' of een waardige aftrap van de salesperiode met de organisatie van de 'Deventer Dolle Dagen' of 'Black Friday'. Zo wordt een bezoek voor de consument aantrekkelijker gemaakt. Dit hoeft niet alleen in Deventer zelf te worden gedaan, hierin kan ook de samenwerking worden gezocht met bijvoorbeeld Hanzesteden Marketing, door bijvoorbeeld de Hanzenenachten te introduceren.
- Meer culturele activiteiten en evenementen gericht op jongeren, om hen meer te binden aan de stad. De ambitie zou kunnen zijn om minimaal een keer per maand in de gemeente een evenement, festival of activiteit aan te bieden van (boven)regionale allure. Dit kan gaan om culturele evenementen, festivals, sportevenementen, enzovoort. Samenwerking met jongeren uit de regio en Deventer (festivals) kan hierbij worden opgezocht om tot iets te komen dat deze doelgroep ook daadwerkelijk boeit.



4.3 AANKLEDING EN UITSTRALING

Deventer heeft vanuit haar historie een binnenstad die erg aantrekkelijk is. De historische uitstraling van het gebied vanuit de architectuur van de bestaande bebouwing in combinatie met de bestrating en de opzet van het gebied zorgen hiervoor. Dit positieve beeld kan bij de bezoeker nog meer uitvergroot worden door bewuste looproutes in de stad te creëren en stimuleren. Daarnaast kan er nog een slag gemaakt worden in de attractiviteit door te investeren in de publieke ruimte. Denk daarbij aan vergroening, aankleding, en verlichting. Een belangrijk accent ligt hierbij ook op het aanpakken van binnenstads- en straatentrees. Natuurlijk hebben niet alleen de ondernemers hier belang bij, ook de vastgoedeigenaren en gemeente hebben hier profijt van. Daarom wordt co-financiering als uitgangspunt gehanteerd, waarbij de gemeente verantwoordelijk blijft voor 'de basis op orde'. Dit wordt vastgelegd in de samenwerkingsovereenkomst met de gemeente. Hierbinnen vormt 'schoon, heel en veilig', een belangrijk aandachtspunt.

Project: aanpak binnenstad- en straatentrees

KPI: Herkenbare stadsentrees die zorgen voor meer herkenningspunten en routing in de binnenstad. In 2022 zijn alle entrees aangepakt en herkenbaar.

De bezoekersgroepen benaderen de binnenstad vanuit verschillende entrees met diverse typen vervoerswijzen. Deze entrees vormen belangrijke visitekaartjes voor de binnenstad. Voor de binnenstad zijn de volgende entrees aan te duiden:

- Keizerstraat
- De Boreel
- T.C. Gibsonstraat en Nieuwstraat
- Nieuwe Markt en Grote Kerkhof
- Op de Keizer en Smidsgang
- Zandpoort
- Singelstraat en Sijzenbaan
- Smedenstraat en Achter de Broeders

Investeren in de routing naar, de herkenbaarheid en de uitstraling van deze binnenstad entrees vormt een belangrijk aandachtspunt, evenals het verbeteren van schakelpunten in routes van de stad. Vanuit de profielen op deelgebiedsniveau kan gekozen worden voor een herkenning van de entrees en het verbeteren van deze schakelpunten, zodat ze aansluiten bij de profilering en zorgen voor een markante uitstraling of een leuke twist in het gebied. Naast de focus op de binnenstad entrees zou het investeren in de zichtbaarheid en de uitno-

digendheid van de verschillende straatentrees van toegevoegde waarde zijn. Een voorbeeld hiervan zijn de entrees van de Grote en Kleine Overstraat, Spijkerboorsteeg vanaf de Brink. Vanaf de Brink is niet zichtbaar dat je hier een winkelstraat inloopt. Zowel investeren in het opschonen van de straten (containers, fietsen etc.) als de uitstraling, de herkenbaarheid als straat en de zichtbaarheid van het aanbod helpen hierbij. Ook hier speelt de routing weer een belangrijke rol, maar tevens zou een eye-catcher bij deze entrees toegevoegd kunnen worden, waardoor de straten en de loop er naartoe beter opvallen.

Project: vergroening van de binnenstad

KPI: Meer groen in de binnenstad, dat tot uiting komt in een hogere beoordeling van de verblijfswaarde door de consument

De binnenstad heeft anno 2017 nog veelal een stenige uitstraling. Her en der zijn er groene plekken te vinden, maar overall is de groenbeleving te beperkt. Een extra slag hierin zal ervoor zorgen dat de uitstraling en beleving aanzienlijk verbeterd wordt. Ook gezien de verstedelijking alleen maar toeneemt, speelt de betekenis van groen een steeds grotere rol. Bijkomstigheid is dat het tevens voordelen oplevert voor een betere afwatering (bij zware regenval), zorgt voor beperking van hittestress (bij warm weer) en de luchtkwaliteit, maar ook bijdraagt aan de biodiversiteit in de stad. Investeren in bijvoorbeeld groene gevels of geveltuinen, maar ook groene daken, groene bogen en het vergroenen van pleinen en entrees levert snel zichtbare resultaten. Pleinen en passages zouden hierbij extra aandacht kunnen krijgen. Tevens zou het openstellen van binnentuinen (zoals de Stadshof bij de Grote Overstraat) een enorme bijdrage kunnen leveren aan de beleving in de binnenstad. Ook het integreren van water kan een sterke impuls geven aan (deel)gebieden, denk daarbij aan het aanleggen van waterspeelplekken of watertappunten in de binnenstad.

Project: verbeteren sfeer verhogende maatregelen

KPI: Verbetering van de verlichting, dat tot uiting komt in een hogere beoordeling van de verblijfswaarde door de consument

Aanvullend op het basistakenpakket van de gemeente, kunnen ondernemers en vastgoedeigenaren zorgen voor sfeerverhoging in de binnenstad. Vergroening is één, zoals hierboven al uitgewerkt, maar ook met aankleding, verlichting en straatmeubilair

wordt hieraan een goede bijdrage geleverd. De volgende projecten zouden hiervoor opgestart kunnen worden:

- Themagerichte versiering aanbrengen (stadsbreed, per deelgebied of straat);
- Voorjaar of najaar versiering aanbrengen (stadsbreed, per deelgebied of straat);
- Het uitwerken van een aanlichtingsplan voor de binnenstad. Dit kan bestaan uit:
 - Toevoegen van accentverlichting van bepaalde punten, waarbij historische of waardevolle panden worden aangelicht (bijvoorbeeld Broederenkerk, Stadhuis en Cultuurdriehoek). Hiervoor is een aanlichtingsplan vanuit gemeente Deventer beschikbaar wat als uitgangspunt kan dienen.
 - Toevoegen van sfeerverlichting (stadsbreed, per deelgebied of straat). Het sfeerverlichtingsgebied dient in ieder geval uitgebreid te worden naar Broederenplein, Broederenkerk, oude postkantoor, Nieuwstraat en Stromarkt. In de uitstraling en uitingen van verlichting kan aansluiting gevonden worden bij de gebiedsprofielen.
 - Verlichtingsduur verlengen (eerder aan en later uit).
- Toevoegen van straatmeubilair dat past binnen de historische uitstraling van de binnenstad en zorgt voor meer ontmoeting op plaatsen waar dat is gewenst, denk hierbij aan het toevoegen van speeltoestellen of interactieve (installaties) met projecties.

4.4 BEREIKBAARHEID EN PARKEREN

De bereikbaarheid, de routing naar de binnenstad, de vindbaarheid van deelgebieden en het parkeren in de binnenstad zijn thema's die in Deventer actueel zijn. Vanuit ondernemers staat vooral het thema betaalbare parkeervoorzieningen in de nabijheid van de bestemming hoog op de agenda. Door o.a. het verhogen van de tarieven, het invoeren van het avondtarief en het laten verdwijnen van parkeerplaatsen (o.a. Grote Kerkhof) is parkeren een belangrijke 'dissatisfactor' voor bezoekers, wat negatieve effecten heeft op de economische vitaliteit van de binnenstad.

Project: verbeteren van de bereikbaarheid en het auto- en fietsparkeerbeleid bezoekersvriendelijk maken

KPI: Verbetering rapportcijfer waardering bereikbaarheid en nieuw auto- en fietsparkeerbeleidsplan

Maatregelen op het gebied van bereikbaarheid zijn noodzakelijk om het economisch klimaat in de binnenstad te verbeteren. In Deventer staat dit thema momenteel ter discussie. Uitgangspunt vanuit gemeente Deventer is het verkeersluw maken van de binnenstad als onderdeel van 'Bericht aan de Stad'. De afname van de bereikbaarheid



per auto is te veel doorgeslagen. Dat heeft de stad in (de ogen van de ondernemers en vastgoedeigenaren) te veel klanten uit de (directe) omgeving gekost. Voor het terugwinnen van deze groep – ook voor korte boodschappen – dient parkeren in de nabijheid mogelijk te zijn en deze mogelijkheid dient goed gecommuniceerd te zijn. Daarnaast is het van belang dat de stad fietsvriendelijker wordt. Het mogelijk maken van fietsverkeer in de Nieuwstraat is hier een mooi voorbeeld van.

Bereikbaarheid hangt logischerwijs ook samen met parkeren. Ook het parkeerbeleid in de binnenstad is een thema dat sterke aandacht verdient op de agenda. De tarieven zijn niet klantvriendelijk en op diverse locaties worden of zijn parkeerplaatsen opgeheven, waardoor klanten wegblijven en de parkeerdruk toeneemt. Ook meer (bewaakte) fietsenstallingen dichtbij de winkels en horecavoorzieningen, om zo de verrommeling op straat tegen te gaan is een aandachtspunt. Ondernemers pleiten net als de vastgoedeigenaren voor een nieuw parkeerbeleidsplan dat dienstbaar is aan de economische vitaliteit van de stad, gericht op een goede beschikbaarheid en bereikbaarheid van parkeerlocaties in alle delen van de binnenstad, tegen een redelijk tarief, zowel voor auto als fiets, in samenhang voor bezoekers, bewoners en werkenden.

Concrete aandachtspunten zijn o.a.:

- Het vergroten van de parkeercapaciteit o.a. aan de noord- en westzijde van het centrum;
- Het verbeteren van de routing naar en de informatie van parkeerlocaties;
- Het behoud van de Brinkgarage;
- Het niet verder afknippen van de centrumring;
- Het differentiëren van tarieven waaronder het afschaffen van flitsparkeren en betaald parkeren in de avond en het mogelijk maken van P+R locaties zoals gratis parkeren op de Worp;
- Het (her)introduceren van de bewaakte fietsenstallingen, onder andere op het Lamme van Diesplein;
- Een fietsenstalling op de Zandpoort, Centrumgarage en in de omgeving van de bibliotheek Stromarkt;
- Het weghalen van fietsenrekken op de Keizerstraat;
- Oplaadpunten bij bewaakte fietsenstallingen;
- Wanneer het fietsparkeren op orde is gebracht, is het van belang een mentaliteitscampagne te voeren om wildparkeren tegen te gaan en zwerf fietsen te verwijderen.



Project: routing en vindbaarheid van deelgebieden

KPI: Ondernemers in het totale BIZ-gebied ontvangen meer nieuwe bezoekers

De routing en vindbaarheid van deelgebieden in de binnenstad verdient aandacht. Dit komt doordat de binnenstad voor een onbekende bezoeker moeilijk leesbaar is. Er is onvoldoende sprake van een logische routing, deelgebieden zijn matig aangesloten op elkaar en de diverse bijzondere sfeergebieden van Deventer zijn beperkt vindbaar en zichtbaar. Vanuit de BIZ ondernemers kunnen projecten gefinancierd worden die dit verbeteren, mits publiek-private financiering het uitgangspunt is. Voorstellen hiervoor zijn:

- Het introduceren van binnenstadsplattegronden, zowel fysiek als digitaal, waarop trekkers, bronpunten en sfeergebieden zijn verbeeld. Deze plattegronden worden o.a. bij bronpunten (station, parkeergarages) en centrale locaties in het centrum geplaatst en zijn ook verkrijgbaar bij winkels en horecavoorzieningen in de stad.
- De vindbaarheid van de specifieke winkels vergroten, door te investeren in digitale ondersteuning hiervan (website, app). Dat vraagt eveneens om een vorm van commerciële bewegwijzering waardoor het voor de consument helder is welke winkel met welk assortiment hij op welke locatie kan vinden. Zo weet de consument beter naar welke locatie hij wil gaan en wat er te vinden is. Dit bevordert de doorbloeding van de binnenstad.
- Het verbeteren en attractiever maken van de bewegwijzering in de binnenstad. Ook duidelijke bewegwijzering bij de uitgang van de parkeergarages en het station.
- De ruimtelijke zichtrelaties en verbindingen van straten verbeteren.

4.5 VISIEONTWIKKELING, BRANCHERING EN LEEGSTAND

Project: samenwerking in visie op de binnenstad

KPI: Vastgestelde visie door gemeente, ondernemers en vastgoed in 2019

Onder de koepel van SDBM dient in 2018 een visie uitgewerkt te worden op de ruimtelijk-functionele ontwikkeling van de binnenstad. Uitgangspunt is een gedragen visie door gemeente, ondernemers en pandeigenaren. Van belang is dat dit snel opgepakt wordt omdat dit een belangrijk kader vormt voor de uitwerking van een aantal andere projecten. Uitgangspunt is dat ondernemers in een vroegtijdig stadium met partijen van gedachten kunnen wisselen over de keuzes die gemaakt worden, maar tevens staat het inzichtelijk maken van de investeringen van de komende jaren in de binnenstad centraal.



Er dient een collectief standpunt te worden ingenomen over de volgende zaken:

- Afbakening van de binnenstad, het kernwinkelgebied, bepaling van de (afbakening van de) gebiedsprofielen en de potentiële ontwikkelingslocaties.
- Kansrijke functieversterkingsmogelijkheden (branches en formules). Hierin wordt gestreefd naar een combinatie van de door de consument gewenste ketens en kleinschalig vernieuwend aanbod (retail en horeca), maar ook andersoortige functies (wonen, gezondheidszorg, bedrijvigheid etc.).

Op basis van de visie wordt een concreet uitvoeringsprogramma uitgewerkt waar met instrumenten van gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren uitvoering aan wordt gegeven. Essentieel hierin is dat de visie goed verankerd wordt in het bestemmingsplan. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de visie niet bedoeld is als dwingend sturingskader, maar meer als een verleidingsinstrument om de juiste ontwikkeling naar de juiste locatie te leiden.

Project: actieve acquisitie

KPI: De leegstand in de totale binnenstad is in 2022 structureel lager dan nu
 In 2022 is er sprake van een toenemende verdichting in de commerciële functies
 In 2022 is de diversiteit in branchering toegenomen

Voor de aantrekkingskracht van de binnenstad in zijn totaliteit, is het van groot belang dat het aanbod voldoet aan de consumentenwensen. Zo blijkt dat het aanbod aan kleding en mode in Deventer bijvoorbeeld achterblijft ten opzichte van referentiesteden. Wanneer belangrijke branches of formules ondervertegenwoordigd zijn of ontbreken, dan heeft dit gevolgen voor de totale aantrekkingskracht. Dit geldt ook voor het negatieve effect van leegstand. Een 'buurpand' wat leeg staat, is van invloed op het functioneren van de eigen zaak. Vanuit deze optiek is het van groot belang te werken aan aanbodversterking, leegstandsbestrijding en de weerbaarheid van gebieden te beoordelen. Aandachtsgebieden zijn Lange Bisschopstraat vanaf Proosdijpassage tot aan de Grote Kerkhof, Broederenplein en omgeving, Engestraat en omgeving. Doelstelling is een divers aanbod te waarborgen, een goede balans te bewaken tussen zelfstandige ondernemers en filiaalbedrijf en de leegstand terug te dringen. Om dit te bereiken, wordt er de komende jaren onder de vlag van de SDBM een professionele acquisiteur aangesteld met een sterk regionaal en landelijk netwerk.

Parallel hieraan dient het initiatiefteam gecontinueerd te worden, dat pandeigenaren en nieuwe (startende) ondernemers begeleidt bij het soepel doorlopen van vergunningentrajec-ten, transformatieopgaven en locatie-advies. Het team handelt binnen de kaders die voortkomen uit de ruimtelijk-functionele visie (zie eerder project onder 4.1). Doelstelling is o.a. de regeldruk vanuit de gemeente gevoelsmatig verlagen en versnelde invulling of transformatie van leegstaande panden.



Actieve acquisitie succesvol

Uit ervaringen in andere plaatsen blijkt, dat het actief investeren op acquisitie succesvol is in het aanpakken van leegstand. Van groot (Den Haag), middel (Gouda) tot klein (Bergeijk) zijn er succesvoorbeelden. Enerzijds zien we dat (buitenlandse) ketens niet altijd helder op het netvlies hebben hoe groot de aantrekkingskracht van een bepaalde plaats is en dat een acquisiteur dit op het netvlies kan brengen. Ook de lobby richting dergelijke spelers is hierin essentieel. Anderzijds zien we dat lokale ondernemers veelal belemmerd worden in wet- en regelgeving en hierdoor afhaken. Op beide vlakken kan een actieve acquisitiestrategie van meerwaarde zijn.



HOOFDSTUK 5 UITWERKING JAARPROGRAMMA EN BEGROTING 2018

In dit hoofdstuk is de begroting voor 2018 uitgewerkt. Zie pagina 26. De inkomsten en uitgaven worden toegelicht aan de hand van de begroting.

Naast een begroting voor de BIZ ondernemers worden de bedragen opgenomen die de vastgoedeigenaren vanuit de BIZ en de gemeente het komende jaar gaan investeren op collectieve projecten. Dit vormt de basis voor de begroting van de SDBM.

Inkomsten

Voor de BIZ-bijdrage voor ondernemers en vastgoedeigenaren zijn de volgende staffels vastgesteld, op basis van de WOZ-waarde. De inkomsten van de BIZ vastgoed zijn hoger dan de BIZ ondernemers als gevolg van leegstand. Indien er een pand leeg staat is er geen bijdrage in de ondernemers BIZ.

REGULIERE BIZ-BIJDRAGE			GEHALVEERDE BIZ-BIJDRAGE		
WOZ-waarde Van	Tot	Bijdrage per jaar	WOZ-waarde Van	Tot	Bijdrage per jaar
€ 1,-	€ 100.000,-	€ 120,-	€ 1,-	€ 100.000,-	€ 60,-
€ 100.000,-	€ 200.000,-	€ 240,-	€ 100.000,-	€ 200.000,-	€ 120,-
€ 200.000,-	€ 300.000,-	€ 360,-	€ 200.000,-	€ 300.000,-	€ 180,-
€ 300.000,-	€ 400.000,-	€ 480,-	€ 300.000,-	€ 400.000,-	€ 240,-
€ 400.000,-	€ 500.000,-	€ 600,-	€ 400.000,-	€ 500.000,-	€ 300,-
€ 500.000,-	>	€ 720,-	€ 500.000,-	>	€ 360,-



	Ondernemers	Vastgoed eigenaren	Gemeente Deventer	Totaal
Professioneel binnenstadsmanagement				
- Visie binnenstad	€ 6.000	€ 6.000	€ 6.000	€ 18.000
- Binnenstadsmanager	€ 24.000	€ 24.000	€ 24.000	€ 72.000
- Secretariële ondersteuning	€ 3.300	€ 3.300	€ 3.300	€ 9.900
- Bestuurskosten	€ 7.500	€ 7.500	€ 7.500	€ 22.500
- Organisatiekosten	€ 6.000	€ 6.000	€ 6.200	€ 18.200
- Perceptiekosten, 1,4%	€ 2.296	€ 2.687		€ 4.983
Sub-totaal	€ 49.096	€ 49.487	€ 47.000	€ 145.583
Marketing, promotie en evenementen				
- Activiteiten- en evenementenprogramma	€ 27.000	€ 15.000		€ 42.000
- Marketing Deventer binnenstad	€ 11.000	€ 10.000		€ 21.000
- (Social) media	€ 7.000			€ 7.000
- Project local heroes	€ 5.000			€ 5.000
Sub-totaal	€ 50.000	€ 25.000		€ 75.000
Inrichting en uitstraling				
- Initiatieven deelgebied	€ 32.000	€ 27.000		€ 59.000
- Aanpak binnenstads- en straatentrees	€ 5.000	€ 7.000		€ 12.000
- Vergroening binnenstad	€ 5.000	€ 5.000		€ 10.000
- Sfeerverhogende maatregelen	€ 5.000	€ 5.000		€ 10.000
Sub-totaal	€ 47.000	€ 44.000		€ 91.000
Bereikbaarheid en parkeren				
- Bereikbaarheidsonderzoek	€ 2.500	€ 12.000		€ 14.500
- Routing deelgebieden	€ 5.000	€ 12.000		€ 17.000
Sub-totaal	€ 7.500	€ 24.000		€ 31.500
Visieontwikkeling, branchering en leegstand				
- Acquisiteur	€ 5.000	€ 30.000		€ 35.000
- Leegstandsbestrijding	€ 5.384	€ 19.453		€ 24.837
Sub-totaal	€ 10.384	€ 49.453		€ 59.837
Totaal	€ 163.980	€ 191.940	€ 47.000	€ 402.920
Inkomsten BIZ	€ 163.980	€ 191.940	€ 47.000	€ 402.920

Uitgaven

In 2018 worden de volgende projecten opgepakt vanuit de BIZ ondernemers.

Professioneel binnenstadsmanagement

- Er wordt € 6.000,- gereserveerd voor het uitwerken van de ruimtelijk-functionele visie op de binnenstad. Dit wordt in samenwerking met vastgoedeigenaren en gemeente onder de vlag van de SDBM opgepakt.
- Er wordt € 24.000,- gereserveerd voor de inzet van een binnenstadsmanager onder de vlag van de SDBM. De binnenstadsmanager heeft een belangrijke rol in het initiëren en coördineren van de uitvoering van projecten en de lobby richting gemeente, regio en provincie. Tevens is er € 3.300,- gereserveerd voor secretariële ondersteuning van de binnenstadsmanager en de BIZ Ondernemers.
- Er wordt € 7.500,- gereserveerd voor bestuurskosten.
- Er wordt € 6.000,- gereserveerd voor organisatiekosten.
- Er wordt per jaar 1,4% aan perceptiekosten in rekening gebracht, € 2.296,- Dit zijn de kosten voor o.a. invordering van de BIZ.

Marketing, promotie en evenementen

- Er wordt € 27.000,- gereserveerd om te kunnen investeren in de coördinatie van het evenementenprogramma, het initiëren van kleinere evenementen, tevens meer sfeer te creëren op koopmomenten en de doelgroep jongeren meer te boeien en binden.
- Er wordt € 11.000,- gereserveerd om in samenwerking met gemeente en vastgoedeigenaren een marketingstrategie voor de Deventer binnenstad uit te rollen en tevens de eerste marketing- en promotieacties op te pakken.
- Om de marketing en promotie meer lading te geven, wordt er daarnaast € 7.000,- extra gereserveerd voor de inzet van social media.
- Er wordt € 5.000,- gereserveerd om met een kopgroep van lokale ondernemers (de koplopers) te gaan werken aan de merkwwaarden van Deventer (goede service, persoonlijke benadering, specialisme).

Inrichting en uitstraling

- Er wordt € 32.000,- gereserveerd voor initiatieven op deelgebiedsniveau. Hiervoor kan maximaal 20% van het budget per deelgebied worden ingezet. Denk aan collectieve investeringen op het gebied van het verbeteren van de vergroening, thematisering en aankleding, evenementen en activiteiten die de samenwerking versterken. De initiatieven dienen vanuit het deelgebied ingediend te worden.
- Er wordt € 5.000,- gereserveerd voor de aanpak van binnenstads- en straat-entrees en de schakelpunten in routes van de stad.

- Er wordt € 5.000,- gereserveerd voor de vergroening van de binnenstad. Denk aan groene gevels of geveltuinen, maar ook groene daken, groene bogen en het vergroenen van pleinen en passages.
- Er wordt € 5.000,- gereserveerd voor sfeerverhogende maatregelen, zoals accent verlichting op bepaalde punten, sfeerverlichting en straatmeubilair.

Bereikbaarheid en parkeren

- Om het onderwerp en de problemen omtrent bereikbaarheid nadrukkelijk te agenderen, is het noodzakelijk dat er een bereikbaarheidsonderzoek wordt uitgevoerd. Hiervoor is € 2.500,- gereserveerd.
- Er wordt € 5.000,- gereserveerd voor de routing en de vindbaarheid van deelgebieden, door bijvoorbeeld het aanpakken van de bewegwijzering en het introduceren van een aantrekkelijke (digitale) binnenstadsplattegrond.

Visieontwikkeling, branchering en leegstand

- Er wordt € 5.000,- gereserveerd voor het aanstellen van een acquisiteur die succesvol aan de slag gaat op het vlak van leegstandsbestrijding.
- Voor ondersteunende maatregelen op het gebied van leegstandsbestrijding (leegstandscamouflage) wordt tevens € 5.384,- gereserveerd.



HOOFDSTUK 6 ORGANISATIE

Oprichting Vereniging Deventer Binnenstad Ondernemers (VDBO)

In de zomer van 2017 wordt conform de wetgeving de Vereniging Deventer Binnenstad Ondernemers opgericht. Het statutaire doel van de vereniging is in overeenstemming met de activiteiten zoals beschreven in artikel 1 lid 2 van de wet op de bedrijveninvesteringszones. De vereniging wordt uitsluitend voor de uitvoering van de BIZ opgericht. Alle bijdrageplichtigen kunnen lid van deze vereniging. Dit wordt in het najaar geregeld tijdens de stemming voor het invoeren van de BIZ.

Jaarlijkse verantwoording

Het bestuur van de vereniging zorgt ervoor dat er jaarlijks door de algemene ledenvergadering een begroting wordt gefiatteerd voor de uitvoering van de activiteiten in het daaropvolgende jaar. In de praktijk zal het bestuur van de vereniging een voorstel doen voor het activiteitenprogramma + begroting voor het komende jaar. Deze worden ter goedkeuring voorgelegd aan de leden op de algemene ledenvergadering. Na het eerste jaar wordt jaarlijks aan de algemene ledenvergadering rekening en verantwoording afgelegd over de uitgaven voor de uitvoering van de activiteiten in het voorafgaande jaar. Ook zorgt de vereniging ervoor dat alle bijdrageplichtigen kosteloos kennis kunnen nemen van de begroting, de rekening en de verantwoording. De vereniging verschaft iedere bijdrageplichtige op zijn verzoek kosteloos inzage in specifieke uitgaven.

Duur en beëindiging

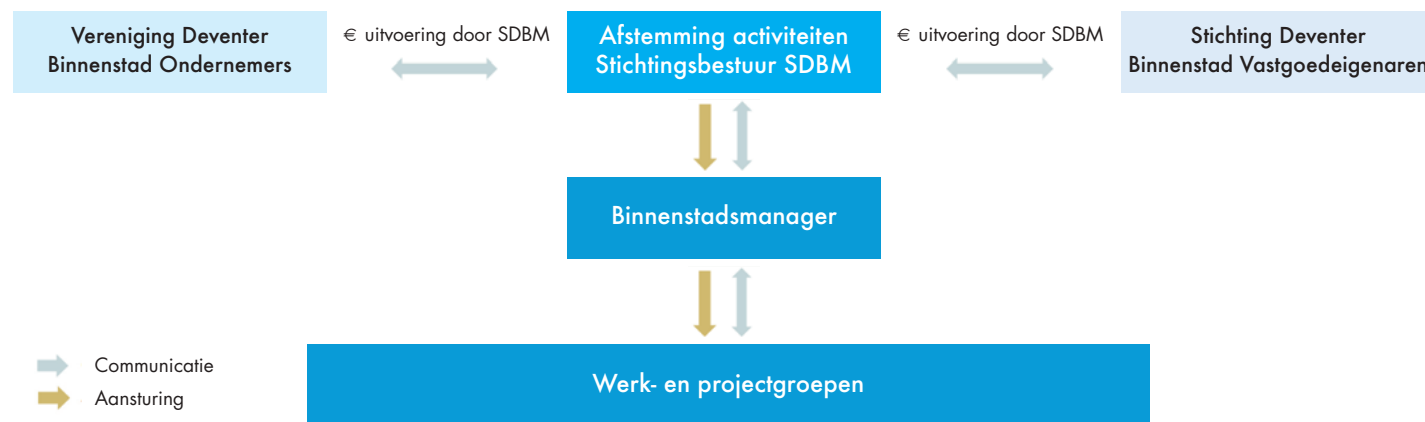
De BIZ en de Vereniging Deventer Binnenstad Ondernemers worden voor de initiële duur van 5 jaar opgezet. Jaarlijks evalueert de vereniging met de bijdrageplichtigen. Na 5 jaar vindt er een definitieve evaluatie plaats om te bekijken of de BIZ-doelstellingen zijn gerealiseerd en of er voldoende basis is om een nieuwe draagvlakmeting uit te voeren voor het continueren van de BIZ. In de uitvoeringsovereenkomst tussen Stichting Deventer Binnenstad Vastgoedeigenaren en gemeente Deventer zijn de afspraken over beëindiging vastgelegd.



Stichting SDBM en de relatie met de Vereniging Deventer Binnenstad Ondernemers

Als ondernemer staat u zelf aan het roer binnen de BIZ via de Vereniging Deventer Binnenstad Ondernemers. De vereniging beheert de BIZ-gelden en is formeel opdrachtgever voor de activiteiten die met de BIZ-gelden worden uitgevoerd. Om de activiteiten vanuit de BIZ ondernemers, de BIZ vastgoed en de coördinatie met overige stakeholders (gemeente / provincie / culturele sector) goed op elkaar af te stemmen treedt de Stichting Deventer Binnenstadsmanagement (SDBM) en de binnenstadsmanager als coördinerend orgaan op. Organisatorisch is de samenhang geborgd doordat er vertegenwoordigers vanuit de vereniging zullen worden afgevaardigd in het bestuur van de SDBM.

Onderstaand visualisatie samenwerking met de SDBM.



Dit businessplan is een uitgave van SDBM in samenwerking met de Vereniging Commercieel onroerend goed Deventer binnenstad (VCOD).

Dit businessplan is tot stand gekomen met medewerking van:

Advies	Nienke van Gerwen (BRO) Rian Vermeulen (BRO)
Projectcoördinatie	Peter Brouwer, binnenstadsmanger SDBM
Vormgeving	Allison grafische vormgeving Deventer
Fotografie	Gerard Dubois en Rob van der Laan

Voor meer informatie kunt u een mail sturen aan: stadsmanager@sdbm.nl

SAMEN EIGENAAR VAN EEN GEMEENSCHAPPELIJK DOEL