

# JAARPLAN 2019



*De binnenstad, 'de Huiskamer ...InDeventer!' waar de bezoeker telkens weer wordt verrast, geïnspireerd en een 'echt' Welkom ervaart.*

*De binnenstad van Deventer is een plek in transitie waar trotse ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente integraal samenwerken aan een onderscheidende stad waar ruimte wordt gemaakt voor creatief en duurzaam ondernemerschap. Dit draagt bij aan het versterken van de totaalbeleving van het MERK Deventer binnenstad.*

13 oktober 2018 In 2019 gaan wij op integrale wijze denken en doen richting de bezoeker van de binnenstad van Deventer. In alles wat wij gaan doen staat de totaalbeleving van onze binnenstad centraal. De waardering voor onze binnenstad wordt niet bepaald door een specifieke winkel of horecagelegenheid maar door de integrale beleving van het bezoek. Deze beleving begint thuis op de bank en eindigt ook weer thuis op de bank! Voor de invulling van de totaalbeleving is de visie binnenstad 2018 op het ruimtelijk gebruik van de binnenstad een belangrijke leidraad.

Om ons echt te kunnen onderscheiden van onze concurrenten (Zwolle, Arnhem, Apeldoorn, Zutphen, Bol.com, Batavia Stad, Havenkwartier, winkelcentrum Flora, etc.) moeten we als sterk collectief van ondernemers en vastgoedeigenaren ervoor zorgen dat onze 'gasten' zich in onze binnenstad welkom voelen en in positieve zin verrast worden. In dit kader worden de volgende doelen in 2019 opgepakt:

- Gezamenlijk komen tot een creatief concept (MERK Deventer binnenstad) waarmee de binnenstad 'in de markt' wordt gezet en de deelgebieden herkenbaar en zichtbaar worden, in woord en beeld op radio, TV, HAH, online en in de openbare ruimte.

- De inwoners van de regio Deventer laten ervaren dat er altijd iets gebeurd in "de huiskamer van Deventer"
- Vanuit SDBM ondersteuning geven aan initiatieven van publieke- en private partijen met als doel ervoor te zorgen dat de initiatieven sterk bijdragen aan het verbeteren van de kwaliteitservaring van onze binnenstad met betrekking tot de inrichting en uitstraling.
- Parkeren en de bereikbaarheid van onze stad gaat het WELKOM "dragen" van de binnenstad Deventer.
- Door de implementatie van de Visie binnenstad 2018 wordt er volop ruimte gegeven worden aan initiatieven m.b.t. de functies winkelen, horeca, werken, wonen ontstaat er een inspirerende omgeving voor de bezoeker.
- Ondernemers, overheid en bewoners zijn samen verantwoordelijk voor de leefbaarheid van de binnenstad. Vanuit SDBM zullen wij in dit kader overleg initiëren met ons partners in de stad.

Om bovenstaande doelen te kunnen realiseren moet er 2019 gewerkt worden aan het verbreden, professionaliseren en organiseren van continuïteit van de SDBM-organisatie op lange termijn. Daarnaast is het van belang dat door middel van het opzetten van goede communicatielijnen en het verder uitbouwen van de netwerken op straat- en stadsdeelniveau, de samenwerking en betrokkenheid van ondernemers en vastgoedeigenaren in de binnenstad verder gaat toenemen.

In de volgende hoofdstukken worden de doelstellingen nader uitgewerkt met betrekking tot de thema's:

- Organisatie en samenwerking
- Marketing, promotie en evenementen
- Inrichting en uitstraling
- Bereikbaarheid en parkeren
- Transformatie, branchering en leegstand

## Organisatie en samenwerking

In 2018 is de eerste stevige basis gelegd voor de binnenstadorganisatie. In 2019 zullen er vervolg stappen worden gezet om de organisatie verder te verbreden, te professionaliseren en de continuïteit van de SDBM-organisatie te borgen op lange termijn. Daarnaast is het van belang dat door middel van het opzetten van goede communicatielijnen en het verder uitbouwen van de netwerken op straat- en stadsdeelniveau, de samenwerking en betrokkenheid van ondernemers en vastgoedeigenaren in de binnenstad wordt geoptimaliseerd.

Om de bovenstaande doelen te bereiken worden de volgende stappen gezet m.b.t. organisatie en samenwerking:

### Organisatie:

Om de kennis en de slagkracht van SDBM te vergroten worden er themagroepen geformeerd. Per themagroep is er een expert (specialist), daarnaast wordt iedere themagroep aangevuld met ondernemers en vastgoedeigenaren en indien gewenst met een vertegenwoordiging vanuit de gemeente. De expert is een externe kracht. Door meer externe krachten in te zetten wordt de expertise en de slagkracht binnen SDBM

substantieel groter en neemt de kwetsbaarheid van de organisatie af. De themagroepen kunnen initiatieven in de binnenstad voor vastgoedeigenaren en ondernemers initiëren en faciliteren. Het secretariaat zal de themagroepen ondersteunen en tevens de verbinding leggen richting de straatambassadeurs.

M.b.t. de volgende thema's worden er groepen geformeerd:

- Marketing en promotie en evenementen
- Bereikbaarheid en parkeren
- Transformatie, branchering en leegstand

Door het verbreden van de organisatie kan het management zich meer richten op de hoofdlijnen, met als speerpunten voor 2019:

- Implementatie van de omgevingsvisie
- Gezamenlijke belangenbehartiging op gemeentelijk- en provinciaal niveau
- Cofinanciering realiseren op projecten
- Gemeente helpen responsiever te zijn om kansen sneller op te pakken (o.a. volgend op vertrek regiemanager binnenstad)
- De markt en de kermis een meer integraal onderdeel laten vormen van de totaalbeleving binnenstad
- Implementatie projectplan bereikbaarheid en parkeren

- Betrokkenheid van ondernemers en vastgoedeigenaren verbeteren

In 2018 is er een groot beroep gedaan op de tijdsinzet van bestuursleden. Ook in 2019 zal weer een beroep worden gedaan op de kostbare tijd van bestuursleden. In dit kader zullen de leden van de verenigingen een besluit moeten nemen over het instellen van een financiële vergoeding voor bestuursleden.

### Samenwerking

Effectieve samenwerking kan niet zonder efficiënte communicatie. Om dit te bereiken gaat SDBM in 2019 het Chainels platform inzetten. Chainels brengt alle betrokken partijen in directe verbinding met elkaar, creëert een nieuwe manier van werken en houdt iedereen altijd en overal bij betrokken. Het geavanceerde Chainels platform maakt het mogelijk om met een enkele muisklik alle betrokken partijen te bereiken. Het platform deelt snel nieuws en successen, waarschuwingen of evenementen en biedt ondernemers en vastgoedeigenaren een forum voor kennisuitwisseling en overleg. Het platform geeft inzicht in de binnenstad op basis van actuele data. Chainels draagt bij aan het laten toenemen van de betrokkenheid en tevredenheid van de leden. Vanuit het secretariaat zal de regie plaatsvinden met betrekking tot het platform.

Naast het opzetten van goede communicatielijnen is het organiseren van een goede overlegstructuur op straat- en stadsdeelniveau ook een speerpunt voor 2019. In 2018 zijn er straat ambassadeurs benoemd. Via die ambassadeurs zal er in 2019 een nauwere samenwerking worden opgezet op straat- en stadsdeelniveau om initiatieven uit de stad op te halen en te realiseren. Hierbij moeten zowel ondernemers als vastgoedeigenaren betrokken worden. 2x per jaar zal er een aparte bijeenkomst voor de ambassadeurs worden georganiseerd.

In 2018 is er een start gemaakt met het werven van leden voor de verenigingen van ondernemers en vastgoedeigenaren. Echter eind 2018 zijn er nog maar een beperkt aantal leden aangesloten. Voor 2019 is het een speerpunt om zoveel mogelijk ondernemers en vastgoedeigenaren aan te sluiten. Hiervoor zullen extra uren bij het secretariaat worden ingezet. Ook zal er extra aandacht zijn voor ondernemers welke starten in de binnenstad, zij krijgen een bij het starten van hun activiteit een warm welkom en ontvangen informatie over de binnenstad organisatie en worden ingeschreven als lid van VDBO en/of de VCOD.

## **Marketing & Promotie - Evenementen**

### **Marketing en promotie**

#### **Branding Deventer binnenstad**

Er moet een eenduidig logo met Pay-off komen voor Deventer. (Referentie: "Er gaat niets boven Groningen", "Den Haag bruisende stad aan het strand", etc.). Dit moet breed uitgedragen gaan worden zodat het herkenbaar en duidelijk is dat alle partijen zich op een eenduidige wijze inspannen om de bezoeker zich welkom te laten voelen. In dit kader heeft de Stichting Deventer Binnenstadsmanagement het doel om in 2019 te komen tot een gezamenlijk creatief concept (MERK Deventer binnenstad) waarmee de binnenstad 'in de markt gezet' kan worden en de deelgebieden herkenbaar en zichtbaar worden, in woord en beeld en in de openbare ruimte.

Ondernemers en vastgoedeigenaren van de binnenstad hebben in het proces om te komen tot een nieuwe integrale binnenstadvisie met elkaar een aantal ambities uitgesproken:

- 1. Deventer is hét voorzieningencentrum voor Deventer en randgemeenten voor:**
  - a. Niet-dagelijks aanbod van winkels en diensten - 'doorsnee'

- b. Ontmoeting, cultuur en vermaak (horeca) – ‘huis-kamer’
- 2. **Deventer is een toeristisch-recreatieve attractie voor Nederland:**
  - a. Historische ambiance, snuffelwinkeltjes, cultuur (musea)
  - b. Verblijven, evenementen, eten/drinken (horeca) – ‘bijzonder’
- 3. **Deventer heeft een onderscheidend woon- en werkmilieu**
  - a. Historische ambiance, ‘verstilde’ stedelijkheid, en uitstekende voorzieningen
  - b. Woon-werkmilieu voor studenten, yuppen, dinky’s, pensionado’s, etc.

Het profiel van de binnenstad in deze visie is grofweg: meer dan een winkelcentrum, historie & sfeer, imago van een leuk dagje uit, cultuurstad, evenementenstad. In bovenstaande ambities ‘klinken’ de volgende waarden door: ‘doorsnee’, ‘huis-kamer’ en ‘bijzonder’. Dit profiel is nog vrij algemeen en de vraag is wat de binnenstad van Deventer echt onderscheidt van die van bijvoorbeeld Zwolle of Apeldoorn. Op de volgende vragen gaan wij met elkaar antwoord geven:

- Welk verhaal vertellen we over de binnenstad van Deventer?

- Waarom zouden mensen hier moeten komen winkelen, uit eten gaan of komen wonen?
- Waarvoor moet je in het Bergkwartier zijn en waarvoor juist in het kernwinkelgebied?

Het is zaak om de ruimtelijke visie door te vertalen naar een aantrekkelijk profiel dat kan worden vermarkt richting de gewenste doelgroepen. Daarbij is het belangrijk om aan te sluiten op het MERK Deventer, dat onlangs door VVV Deventer in samenwerking met een brede groep stakeholders is geformuleerd.

Grofweg kan onze vraag om een onderscheidend profiel van de binnenstad Deventer gesplitst worden in een aantal deelvragen:

### 1. Wat is het profiel van de binnenstad Deventer?

- Passend bij het merk Deventer (Hoe laden we het merk Deventer in de binnenstad?)
- Onderscheidend van de concurrerende binnensteden (Zutphen, Apeldoorn, Almelo, Zwolle)
- Passend bij de doelgroepen; enerzijds de bewoner uit het verzorgingsgebied (300.000+) voor boodschappen en vrijetijdsbesteding, en anderzijds de toeristische bezoeker voor een dagje of weekend uit.

## 2. Hoe geven we de verschillende deelgebieden in de binnenstad een eigen 'smoel'?

- Welke gebieden onderscheiden we?
- Wat is profiel per gebied (voortbordurend op BRO-rapport en de persona's)
- Hoe zijn de gebieden complementair aan elkaar?

## 3. Hoe maken we de binnenstad van Deventer en haar deelgebieden zichtbaar en beleefbaar?

- Hoe communiceren we over de binnenstad in 'woord en beeld'?
- Hoe maken we de deelgebieden zichtbaar in 'woord en beeld'?
- Hoe maken we de deelgebieden zichtbaar en leefbaar op straat en in de openbare ruimte? (o.a.: wayfinding en versterken entrees)
- Wat is onze marketing- en communicatiestrategie?
- Welke marketingmiddelen zetten we in?

Een duidelijk profiel en aantrekkelijk verhaal dat gezamenlijk verteld wordt helpt om de binnenstad bekender te maken en geeft richting aan toekomstige projecten en initiatieven die de binnenstad verbeteren. Dat moet leiden tot:

- Meer bezoekers
- Hogere bestedingen
- Langere verblijfsduur
- Betere beoordeling van bezoekers en ondernemers

Als wij met elkaar het onderscheidende profiel van onze binnenstad hebben bepaald kunnen wij onder andere aan de slag gaan met de volgende punten welke benoemd zijn vanuit het bestuur van VCOD en VDBO:

- Duidelijke routes in de stad ontwerpen welke toegespitst zijn op de diverse doelgroepen, persona's. Denk bijvoorbeeld aan:  
Culinaire persona: Meer promotie vanaf de diverse plekken (en zelfs een tour opzetten) van Deventer Mosterd, Deventer Bier (Davo) en Deventer Koek (Bussink).  
Culturele persona: langs musea, stadhuis, bibliotheek en Geert Grotehuis, stadwandeling en galerieën (historische route, unieke winkeltjes route enz.)
- De binnenstad gaan profileren als kunststad. Culturele initiatieven moeten net zo goed gestimuleerd worden als bijvoorbeeld evenementen. Het doel is om cultuur- en kunstliefhebbers te interesseren voor de reeds bestaande plekken (Bergkwartier, mooie panden op de Brink en in het centrum, maar ook galerieën en musea, duurzame gebouwen als stadhuis en bibliotheek, theater, bioscoop en filmhuis)

- In samenwerking met de VVV Deventer Hanzestad/Hanzeverband meer integreren
- In samenwerking met VVV omgeving Deventer, IJssel en achterland meer verbinden, zodat je kwaliteit van leven beter benadrukt

### Evenementen

#### *“Er gebeurt altijd iets in de stad”*

Bezoekers waarderen de “kleine” initiatieven in de binnenstad. Hier gaan we in 2019 zwaarder op inzetten zodat de binnenstad nog meer een plek wordt om te verblijven en om vermaakt te worden. Als een inwoner zichzelf de vraag stelt: ‘Ik wil iets leuks doen, waar kan ik naar toe?’, dan moet de binnenstad (De huiskamer van Deventer) het logische antwoord zijn. We moeten de bezoekers van het centrum verrassen met kleinschalige en wellicht onverwachte initiatieven (muziek, braderie, boerenmarkt, proeverij, stand up, living statues etc). Door dit soort guerrilla marketing achtige activiteiten krijgt de bezoeker het idee dat hij vaker moet komen, om niets te missen.

Om bovenstaand doel te kunnen realiseren en niet geheel afhankelijk te moeten zijn van de vrijwillige inzet van ondernemers heeft SDBM in 2018 de eerste stappen gezet om te

komen tot een professionele evenementen organisatie (thema-groep) binnen SDBM. In dit verband zal er ook meer samen-gewerkt gaan worden met de VVV-evenementen organisatie en mogelijk het onderwijs. De themagroep is zowel verantwoordelijk voor de organisatie als het vermarkten van de evenementen. Daar waar mogelijk wordt er nauw samenwerkt met de evenementen organisatie binnen de VVV. De evenementen organisatie SDBM initieert en coördineert evenementen en komt ook met voorstellen m.b.t. de thema’s van de koopzondagen. Deze thema’s van de koopzondagen moeten vooraf bekend zijn, zodat ondernemers hier ook op in kunnen spelen.

Voor 2019 staan de volgende evenementen al op de agenda:

- 3 maart Zondag mode dag
- 27 april Koningsdag
- 7 juli Deventer op Stelten
- 4 augustus Boekenmarkt
- 6 oktober Zondag mode dag
- 3 november Deventer levende etalages
- 22 november Shopping Night by light
- 1 december Sinterklaas



## Inrichting en uitstraling

In 2019 worden er vanuit de gemeente grote projecten in de openbare ruimte opgepakt. De Keizerstraat en de Stromarkt worden opnieuw ingericht en er wordt een aanvang gemaakt met het vernieuwen van de verlichting in de straten en op de pleinen in de binnenstad. Naast de primaire functie van de verlichting gaat de nieuwe verlichting met name bijdragen aan het verhogen van de belevingswaarde en de duurzaamheid van binnenstadstad. In bovenstaande processen zal SDBM actief deelnemen als gesprekspartner en belangenvertegenwoordiger van ondernemers en vastgoedeigenaren.

Vanuit vastgoedeigenaren c.q. projectontwikkelaars zullen er in 2019 een groot aantal vastgoed ontwikkelingen worden opgepakt. SDBM zal de vastgoedeigenaren daar waar gewenst ondersteunen. De volgende projecten zijn in ontwikkeling voor 2019:

- Herontwikkeling van:
  - Proosdijpassage
  - Hegius gebouw Nieuwe Markt
  - Oude Bibliotheek Brink
  - UWV/ Supermarkt Gibsonstraat
  - Lange Bisschopstraat hoek Sandrasteeg
  - Brink 90 (Kantongerecht)

- Broederenplein

Naast bovengenoemde initiatieven zal SDBM zich ook gaan inzetten om de belangrijke verbinding van de centrumgarage naar het kernwinkelgebied, de Smidsgang, een sterke kwaliteit impuls te geven. Deze verbinding is een van belangrijkste entrees naar de binnenstad.

Bovenstaande initiatieven van publieke en private partijen zullen sterk bijdragen aan het verbeteren van de kwaliteitservaring van onze binnenstad.

Naast bovenstaande grote projecten zal vanuit SDBM extra prioriteit worden geven aan de volgende punten:

- Aandacht voor schoon, heel en veilig. Met name zal bij de gemeente aandacht en actie worden gevraagd voor de aanpak van het zwerfafval en zwerffietsen
- Oversteek station naar Singelstraat verbeteren
- Vergroening winkelstraten
- De uitstraling, het onderhoud en schilderwerk van de panden blijkt in het onderbewustzijn van de bezoeker vaak doorslaggevend. Er zijn verschillende panden die eigenlijk een 'armoedige' uitstraling hebben. Dit straalt af op het imago van de totale binnenstad en levert ruis op. Vanuit SDBM zullen wij met vastgoedeigenaren in gesprek gaan

hoe wij eventueel gezamenlijk tot een aanpak kunnen komen m.b.t. het verbeteren van het aanzicht van panden.

- Bronpunten (Brink-Grote Kerkhof-Stromarkt) dienen extra goed verzorgd en onderhouden te worden. Dit zijn ijkpunten voor de bezoeker aan de binnenstad.
- Markering van de entrees/ deelgebieden van de stad. In de Walstraat is dit reeds van toepassing en kan dienen als voorbeeld.

### Servicewinkel

Om het serviceniveau aan de bezoeker van de stad verder te verhogen is een servicepunt in de binnenstad wenselijk in nauwe samenwerking met de VVV. Vanuit dit servicepunt kunnen onder andere de volgende services worden verleend:

- Informatie en servicebalie met info over de winkels, restaurants en hotels etc.
- Informatie over cultuur en musea
- Inpakservice voor cadeaus in December. Echt uniek inpakken, met Deventer papier, nog mooier dan bij de Douglas. Met een kaartje erbij: "de Sint of Kerstman is zelf actief op zoek gegaan voor jou, naar een persoonlijk cadeau in de gezellige binnenstad Deventer"  
- informatie 'start je winkel in Deventer'
- Opslagservice voor boodschappen

- Informatie over opstappunten 'Tour Deventer binnenstad'
- Informatie en instructie over gebruiksvriendelijke parkeer-app die in heel Deventer werkt
- Schone en ruime toiletten met betaalsysteem zoals bij benzinestations (muntjes en betaalpas)
- Verkoop van Deventer MERK-producten (branding binnenstad Deventer)

De servicewinkel kan uitstekend gecombineerd worden met de plannen welke worden ontwikkeld m.b.t. een bewaakte fietsenstalling onder de panden waar thans Costes en H&M gevestigd zijn of in combinatie met de huidige bewaakte fietsenstalling op het Lamme van Deseplein.

### Hoe groener, hoe beter

In stedelijke gebieden is de groene ruimte en water vaak een schaars goed. Groen in de stad verdwijnt, bijvoorbeeld door nieuwe woningen, het verharderen van pleinen met steen of cement en het bouwen van bedrijventerreinen. Maar ook steeds meer mensen betegelen hun tuinen. Groen en water in de stad is heel belangrijk voor de klimaatbestendigheid van de stad en de leefbaarheid voor de inwoners. In de afgelopen jaren van recessie hebben veel gemeenten bezuinigd op het gemeentelijk groen. Vanuit SDBM zal er extra aandacht zijn voor het terugbrengen van groen en water in de binnenstad.

## Bereikbaarheid en parkeren

Bereikbaarheid en parkeren “draagt” het WELKOM van de binnenstad Deventer. Met dit uitgangspunt heeft de werkgroep Bereikbaarheid en Parkeren een notitie geschreven. Deze notitie wordt in oktober/november 2018 besproken en vastgesteld in het bestuur VCOD en VDBO. De inleiding van bovenstaande notitie is vermeld in het jaarplan 2019. De definitieve versie van de notitie zal op een later moment als bijlage worden opgenomen in het jaarplan.

### **Inleiding notitie Bereikbaarheid en Parkeren:**

Bij alle maatregelen met betrekking tot dit onderwerp staat gastvrijheid hoog in het vaandel. Een goede organisatie van en adequate maatregelen met betrekking tot dit onderwerp dragen sterk bij aan de economische vitaliteit, de doorbloeding van de binnenstad en de beleving. Een optimale bereikbaarheid is de “rode loper” naar de binnenstad. De weg naar de binnenstad moet simpel, helder en klantvriendelijk zijn. In de binnenstad aangekomen moet de consument een servicegericht en gastvrij welkom ervaren en eenvoudig zijn weg kunnen vinden. Dit is de meetlat waarlangs wij willen meten in de binnenstad van Deventer. Deze visie betekent in algemene zin:

- Genoeg parkeercapaciteit voor de bezoeker van fiets of auto

- Parkeerlocaties zijn schoon, heel en veilig
- Parkeerlocaties zijn service- en klantgericht
- Locaties zijn evenwichtig verdeeld en dichtbij bestemming
- Het parkeerproduct is simpel (eenvoudig te snappen)
- Het tarief is gastvrij
- Communicatie m.b.t. parkeerlocaties en tariefstelling is helder en duidelijk, d.m.v. duidelijke digitale informatie en goede verwijzing op straat

Investerings in maatregelen met betrekking tot parkeren en bereikbaarheid dienen het WELKOM en worden gezien als een investering in het merk Deventer binnenstad en niet als een op zichzelf staand verdienmodel.

De visie m.b.t. bereikbaarheid en parkeren sluit aan bij de door SDBM vastgestelde binnenstad visie 2018 en de daar geformuleerde ambities en klantgroepen. Voor deze groepen dient bereikbaarheid te voet, per openbaar vervoer, fietst en auto op orde en gastvrij te zijn. In de werkgroep bereikbaarheid en parkeren is in 2018 een matrix model uitgewerkt. De matrix geeft aan op welke gebied m.b.t. parkeren en bereikbaarheid actie vereist zijn en of er nieuw beleid ontwikkeld dient te worden.

## Transformatie, branchering en leegstand

### Transformatie

In 2018 is de binnenstadvisie tot stand gekomen. Deze visie is een belangrijk uitgangspunt voor de transformatie en de invulling van beschikbare panden in de binnenstad. In 2019 zal de visie binnenstad worden vertaald naar de verschillende deelgebieden. Deze vertaling zal ook doorgevoerd worden op basis van het nog vast te stellen DNA per deelgebied.

In de uitwerking van de transformatie-opgave zullen nadrukkelijk de verschillende functies in de binnenstad worden opgenomen (werken, wonen, winkelen en horeca) en de impact van deze transformatie op vastgoed. In de transformatie opdracht moet ook aandacht zijn voor verdichten van bewoning door middel van wonen achter- en boven winkels. Het project Stads- hof zal in dit kader ondersteund worden.

De transformatieopgave moet in samenwerking met alle stakeholders in de binnenstad worden opgepakt onder regie van SDBM. Bij deze opgave kunnen partners uit de binnenstad betrokken worden zoals: Stichting Wonen boven winkels en NV Bergkwartier. Ook de betrokkenheid van de gemeente is van groot belang in dit proces. Vanuit de verschillende organisaties binnen SDBM zullen de vastgoedeigenaren ook gestimuleerd moeten worden om tot transformatie van hun vastgoed over te

gaan. In dit kader is het bevorderen van contacten en samenwerking tussen eigenaren van belang. Onderzocht zal worden of het mogelijk is om te komen tot een fonds voor transformatie projecten in de binnenstad.

### Branchering en leegstand

In 2018 is voor de invulling van beschikbare panden en het optimaliseren van de branchering in de binnenstad een acquisitiemanager ingezet. Heeft bij aanvang van de opdracht van de acquisitiemanager de nadruk vooral gelegen op inventariseren en bij elkaar brengen van vraag en aanbod, zal bij het vervolg van de opdracht in 2019 zal de aandacht meer verschuiven naar het leggen en managen van verbindingen tussen de verschillende partijen in de binnenstad. De rol van acquisitiemanager krijgt daarmee een bredere inhoud en meer een regiefunctie op de volgende onderdelen c.q. locaties in de binnenstad:

- **Kwartiermaker.** M.b.t. het Broederenplein (en mogelijk andere locaties waar vanuit de versterking van de binnenstad een herontwikkeling wenselijk is) zal de acquisitiemanager meer de rol van procesmanager vertolken. Er zullen contacten worden gelegd met de directies van de belangrijkste vastgoedeigenaren in dat gebied om te inventariseren welke belangen zij hebben en hoe zij hun rol in de herontwikkeling van dit gebied

zien. Er zal worden gewerkt aan het opzetten van een goede overlegstructuur met deze stakeholders met als doel de herontwikkeling van het gebied aan te jagen en te versnellen.

- **Transitie ondersteuning.** Vanuit de visie die is ontwikkeld voor de toekomst van de binnenstad, zal voor verschillende deelgebieden die een meer gedifferentieerde functiemenging gaan krijgen in kaart worden gebracht welke kansen er zijn om de levendigheid op zo kort mogelijk termijn te vergroten. Welke nieuwe functies zijn er passend in de toekomst, welke panden zijn daarvoor thans al beschikbaar, wie zijn de eigenaren, welke stappen moeten worden genomen om tot resultaten te komen etc. In dit kader zijn ook gewenste verplaatsingen van functies van- en naar gebieden niet uitgesloten en wellicht zelfs wenselijk.
- **Leegstandbeheer.** Met VPS-leegstandbeheer zal worden gekeken naar tijdelijke invulling voor leegstaande panden. Contacten zijn reeds gelegd. VPS beheert o.a. het voormalige Geertruiden ziekenhuis (De Geertruidentuin) aan de Fesevurstraat in Deventer. Daar huren veel kleine ondernemingen op tijdelijke basis een ruimte. De Geertruidentuin zal binnen afzienbare tijd

worden verbouwd tot appartementen. Een groot deel van deze ondernemingen zou wellicht ook een goede tijdelijke invulling kunnen zijn van thans beschikbare winkelpanden in de binnenstad van Deventer. De acquisitiemanager zal in overleg met VPS de verbindingen leggen tussen mogelijke kandidaten en pandeigenaren.

- **Begeleiding starters en zoekers.** De acquisitiemanager zal (startende) ondernemers die zich aanmelden via de site "start je winkel in Deventer" gaan begeleiden bij het beantwoorden van hun vragen en het eventueel vinden en huren van een winkelpand. Een goede afstemming tussen acquisitiemanagement en gemeente is hierbij cruciaal. De acquisitiemanager gaat de samenwerking met de gemeente op dit vlak verder vormgeven en intensiveren. Het voorstel is dat SDBM en gemeente-informatie uitwisselen over kandidaten die via SDBM of via gemeente bekend zijn en dat zij deze kandidaten gezamenlijk begeleiden. Vorm en inhoud van deze samenwerking is ter nadere uitwerking.
- **Verhuur coördinatie.** Een belangrijk deel van het werk van de acquisitiemanager zal blijven bestaan uit het actief benaderen van nieuwe winkelformules voor de binnenstad van Deventer. Daartoe zal de acquisitielijst

een elementaire tool blijven. Deze wordt dan ook doorlopend geactualiseerd en waar nodig na-gebeld. De afstemming met de makelaars die panden in de verhuur hebben in de binnenstad wordt geïntensiveerd. De acquisitiemanager zal namens de SDBM proberen een regulier verhuuroverleg op te zetten met de makelaars. Ultieme doel is om met elkaar tot meer afstemming te komen en de belangen meer te stroomlijnen, zodat er effectiever en efficiënter kan worden samengewerkt. Het volledig en open delen van informatie m.b.t. prospects en leads zal lastig blijven en moeilijk van de grond te krijgen zijn, vanwege de individuele bedrijfseconomische belangen van partijen. Wellicht dat door onderlinge financiële afspraken, zoals delen van provisies, toch meer openheid valt te realiseren, hetgeen de verhuur van alle panden ten goede zou komen. Vorm en inhoud van deze samenwerking is ter nadere uitwerking.

### **Overleg-communicatie**

Tot op heden is er binnen de SDBM een tweewekelijks overleg tussen acquisitiemanager en binnenstadmanager waarin voortgang van de acquisitie en overige relevante zaken onderling worden afgestemd. Tot op heden heeft dat goed gefunctioneerd en dat overleg zal voor uitwisseling van informatie ook zeker gehandhaafd moeten blijven. Maar naar

de toekomst toe is het ook belangrijk dat de werkzaamheden van het acquisitiemanagement en de tussentijdse resultaten met grotere regelmaat en met een grotere groep worden gedeeld. Vanaf 2019 wordt er dan ook per kwartaal een voortgangsrapportage opgesteld conform een nader vorm te geven format, waarin de in dit PvA genoemde werkzaamheden 2019 puntsgewijs aan de orde komen. Deze rapportage wordt per mail aan het bestuur van de VCOD gestuurd of (indien zich die mogelijkheid voordoet) persoonlijk gepresenteerd op een bestuursvergadering of ALV van de vereniging. In de nieuwsbrieven van de SDBM wordt een korte samenvatting van deze rapportage opgenomen.

Verder zullen zoals hiervoor reeds benoemd de volgende overlegstructuren gehandhaafd blijven of nieuw worden ingesteld:

- Intern overleg SDBM
- Verhuuroverleg makelaars.
- Ontwikkeloverleg Broederenplein.
- Acquisitieoverleg gemeente.
- Leegstandsbeheer VPS.

## Tools en marketing

- **Nieuwsbrief.** Om de stad Deventer met regelmaat op het netvlies van potentiële nieuwe winkelformules en ondernemers te krijgen en te houden zal een periodieke nieuwsbrief als mailing aan alle partijen van de acquisitielijst verstuurd worden. De nieuwsbrief zal een aantal actuele kerndata omvatten waaronder de laatste passanten aantallen, verhuur resultaten, nieuw geopende vestigingen en een interview met een enthousiaste ondernemer. Hierin dient ook een link te worden gemaakt naar de website “start je winkel in Deventer”.
- **Acquisiteur als eerste aanspreekpunt.** De acquireur zal op de website “start je winkel in Deventer” als contactpersoon (voor vragen m.b.t. huren van panden) voor geïnteresseerde ondernemers vermeld gaan worden. Marthijn Koorenhof (accountmanager binnenstad Gemeente Deventer) zal vermeld worden voor vragen m.b.t. vergunningen. Er zal een optie op de website komen voor welke vragen een “zoeker” bij wie terecht kan.
- **Eigen zoekmachine.** De pandenbank op “start je winkel in Deventer” linkt nu rechtstreeks door naar de listing van de betreffende makelaar op Funda. Het zou voor de advisering aan zoekers en het verkrijgen van een goed beeld van de “zoekersmarkt” door SDBM, beter

zijn om van de SDBM site meer een eigen zoekmachine te maken, zodat vanuit een eigen database (gevuld vanuit Funda) een vergelijk kan worden geboden voor een zoeker die een bepaald pand zoekt op basis van een aantal basis criteria, zoals locatie, afmeting, prijs en vergelijkbare winkels/branches, of typologie van een winkelgebied/-straat. Zoekers die in meerder panden geïnteresseerd zijn kunnen dan een afspraak maken met de acquireur van SDBM, zodat zij breder geadviseerd kunnen worden over de passende mogelijkheden. Indien een “zoeker” direct een bezichtiging van een pand wenst, zou een directe link met de verhuurder mogelijk moeten zijn, zodat pandeigenaren ook een beter beeld krijgen van de interesse in hun panden. Uiteraard kan een directe doorlink naar de makelaars dan alsnog gehandhaafd blijven. Doel is een beter beeld te krijgen van zoekbewegingen in de markt.

- **Franchisemarkt.** Veel ketens werken met franchisers. Vaak is de vraag van een franchiser het startpunt voor een keten om zich ergens te willen vestigen. Er dient te worden onderzocht of het zinvol is om een franchisemarkt in Deventer te organiseren waar franchisenemers en franchisegevers elkaar kunnen ontmoeten en waar gemeente en SDBM aanwezig zijn om direct allerhande vragen inzake vestiging in Deventer te kunnen beantwoorden, of daarover een

presentatie te geven. Hiertoe zal door de acquisiteur contact worden gelegd met overkoepelende franchiseorganisaties, om te onderzoeken of een dergelijk initiatief een zinvolle bijdrage kan leveren bij het aantrekken van nieuwe winkels in Deventer.

- **Visualisaties.** In het kader van de visieontwikkeling en de nieuwe functiemix die dat voor delen van de binnenstad met zich mee zal brengen, is het zinvol om van enkele van dergelijke gebieden een visualisatie te hebben. Dit als onderlegger voor gesprekken met eigenaren, kopers, huurders, ontwikkelaars etc.

Naast de transformatie opdracht en de invulling van beschikbare panden in de binnenstad zal ook aandacht worden gegeven aan de volgende onderwerpen:

- Afstemming (retail)functies stads/gemeente breed
- Opleiding, coaching en bevorderen van ondernemerschap en bevorderen bedrijfsopvolging nieuwe (duurzame) ondernemersaanwas
- Klimaat adaptief maken van de binnenstad
- Aanpakken leegstaande panden c.q. uitstraling panden achterkant Smedenstraat (tegenover centrumgarage)
- Camouflage leegstand

In het kader van transformatie, branchering en aanpak leegstand is afstemming vanuit ondernemers met de gemeente cruciaal. Vanuit deze optiek zal SDBM met de gemeente in gesprek gaan om te komen tot een loket waar ondernemers en vastgoedeigenaren worden ondersteund t.a.v. deze onderwerpen.

### **Ondersteunen ondernemers**

Doelstelling is het ondersteunen en toekomstbestendig maken van ondernemers. Daarmee kan leegstand bestreden worden maar ook toekomstige leegstand in kaart gebracht respectievelijk voorkomen worden. De doelgroepen om te ondersteunen middels dit programma zijn:

- Starters
- Bedrijfsopvolgers inclusief familiebedrijven
- Doorstarters

We proberen ondernemerschap te bevorderen bij retailers door kennis te verspreiden maar ook aan persoonlijke ontwikkeling te werken. Door betere ondernemers in de stad te hebben, zal de stad -naast omgevingsverbeteringen- beter floreren en alle inspanningen van SDBM op andere gebieden in goede aarde vallen en effectiever benut worden.