



Binnenstadsontwikkeling

Dordrecht

Convenant

Verbindingen maken
Dordrecht 2014-2018





Inhoudsopgave

1.	Inleiding	4
2.	Terugblik 2010 - 2014	5
3.	Vertrekpunt nieuw convenant	10
4.	Samenbindende visie	11
5.	Ambitieuze binnenstad	13
6.	Doelstellingen en activiteiten	14
7.	Verbeteren samenwerking tussen partijen	16
	Tabel Indicatieve toedeling activiteiten naar sectoren	19
	Ondertekening	21

1. Inleiding

In 2010 hebben de binnenstadspartijen die zijn vertegenwoordigd in Platform Binnenstadsmanagement een convenant “Versterking Binnenstad” gesloten. De convenantpartijen waren de Stichting Centrummanagement Dordrecht (SCD), de Dordrechtse Ondernemersvereniging (DOV), de Centrale Vereniging Ambulante Handel (CVAH), Koninklijke Horeca Nederland/ afdeling Drechtsteden (KHN), de gezamenlijke culturele partijen, Dordrecht Marketing en de gemeente Dordrecht. Later is daar de Vereniging Commercieel Onroerend goed binnenstad Dordrecht (VCOD) bijgekomen.

Het convenant was het startpunt voor deze georganiseerde partijen om meer dan voorheen vanuit een gezamenlijk perspectief samen te werken aan de verbetering van de economische positie van de binnenstad, elk vanuit een eigen rol en verantwoordelijkheid. De werkingsperiode van het convenant eindigt eind 2014.

Het convenant bevat(te) een groot aantal thema's en opgaven voor de binnenstad, waaronder de aanpak openbare ruimte, extra publiekstrekkende evenementen, promotie, bereikbaarheid, enz. Per opgave zijn de bestaande en gewenste situatie beschreven met een toedeling van de verantwoordelijkheden voor de uitvoering. Belangrijk is dat het Platform functioneert onder leiding van een onafhankelijk voorzitter en de gemeente als één van de partijen in een gelijkwaardige rol deelneemt aan het overleg.

Sluitstuk van het aflopende convenant is het onderzoek naar de mogelijkheid van de invoering van een Ondernemersfonds voor de binnenstad, constaterende dat, zonder het vergroten van het financieel draagvlak en betrokkenheid van winkeliers, gezamenlijke activiteiten niet of onvoldoende tot uitvoering kunnen komen. Voor de invoering van een Ondernemersfonds is door het Platform een voorstel gedaan aan het gemeentebestuur, met als doel om per 1 januari 2015 op basis van de invoering van reclamebelasting tot de oprichting te komen.

Los van een mogelijke nieuwe organisatie rondom het Ondernemersfonds, die een nieuw en stevig

fundament kan vormen voor onderlinge samenwerking tussen ondernemers in het kernwinkelgebied, blijft het van belang dat de binnenstadpartijen in gesprek met elkaar blijven over de toekomstrichting en de strategische lange termijn opgaven voor de binnenstad. Dit vanuit het bewustzijn dat de binnenstad door de aard van de zaak nooit “af” is. Veranderingen in bijvoorbeeld koopgedrag en bezoekmotief van consumenten en nieuwe ontwikkelingen als internetverkoop vragen zowel van individuele ondernemers als van de partijen continu om vernieuwing en aanpassing. Alleen die binnensteden die in staat zijn om mee te bewegen met deze veranderende (markt)omstandigheden, zijn de binnensteden van de toekomst. De partijen zijn zich er dan ook van bewust dat alleen door samenwerking de binnenstad in staat is zich te blijven ontwikkelen.

De partijen willen zich dan ook graag met een nieuwe convenant committeren aan een gezamenlijke inzet op de binnenstad in de collegeperiode 2014 - 2018. Als centraal thema is daarbij gekozen voor “verbindingen maken” zowel tussen ondernemers en belanghebbenden uit verschillende sectoren onderling als tussen gebieden en straten. Door verbindingen te maken zullen de effectiviteit van de gerealiseerde en nog te realiseren verbeteringen toenemen, alsmede de efficiency van de inspanningen. Ook wordt daarmee aangegeven dat de ontwikkeling van de binnenstad een gezamenlijke opgave is van alle betrokken partijen. Het nieuwe convenant is daarmee ook weer nadrukkelijk een dynamisch document.



2. Terugblik 2010 - 2014

In 2010 is het initiatief genomen voor de samenwerking tussen partijen in de binnenstad hetgeen is bezegeld met de ondertekening van het convenant “Versterking binnenstad 2010 – 2014”. De samenwerking tussen de partijen volgt na een periode van 10 à 15 jaar waarbij aan de hand van het Binnenstadsplan uit 1996 hard gewerkt is aan de verbetering van de economische positie van de binnenstad, met als afronding de oplevering van het Achterom-Bagijnhof in 2013.

Deze inzet van alle partijen in de binnenstad laat zich over een periode van 10 jaar ook terugzien in de structurele groei van zowel het “reguliere” weekbezoek als het toeristisch bezoek aan de binnenstad. Naast de verbetering van het winkelaanbod en de groei van de horeca (zowel in aantal als in kwaliteit) speelt ook de toename van het evenementenaanbod een belangrijke rol om bezoekers naar de binnenstad te (blijven) trekken en ook te verleiden tot het brengen van herhalingsbezoek. Dordrecht heeft dan ook als doelstelling om structureel een positie in de top van evenementensteden in Nederland te blijven in nemen.

Ook is de afgelopen jaren fors geïnvesteerd in ons cultureel aanbod. De heropening van het Dordrecht Museum, de opening van de The Movies en het Energiehuis zijn daarbij in de afgelopen jaren belangrijke mijlpalen geweest. Samen met de vernieuwing en de recente heropening van Schouwburg Kunstrmin, de realisatie van een nieuwe bioscoop op de Stadswerven, de opening van het Nationaal Onderwijsmuseum en de invulling van het



Hofkwartier zorgt dat ervoor dat de binnenstad in de nabije toekomst voldoende interessant blijft voor (herhalings)bezoek, zowel voor de eigen inwoners als die uit de regio en daarbuiten. Ook particuliere initiatieven zoals het Patriciërshuis, The Movies en de diverse galeriën en monumenten die de binnenstad rijk is, dragen hier zeker aan bij. Het totaalaanbod van cultuur en erfgoed in combinatie met de aanwezigheid van winkels en horeca maakt de Dordtse binnenstad dan ook uniek ten opzichte van vele andere steden in Nederland en dat aan de overige centra in de regio. Uit meerdere onderzoeken, o.a. van de Rabobank, blijkt dat juist binnensteden met een grote “belevingswaarde” en een compleet aanbod de beste toekomst hebben.

In de context van voornoemde ontwikkelingen is door de partijen, vertegenwoordigd in het Platform, een aantal concrete initiatieven genomen. Hieronder volgt op hoofdlijnen een opsomming van deze activiteiten:

Branchering binnenstad

Een van de eerste acties van het Platform betrof de opzet en vaststelling van het brancheringsplan voor de binnenstad. In het brancheringsplan staan de functies detailhandel, aangevuld met (dag)horeca, dienstverlening centraal. Op basis van de karakteristieken van de straten en gebieden in de binnenstad zijn gebiedsprofielen opgesteld. Bij de gebiedsprofielen wordt ingegaan op de kansen voor andere functies en elementen die het onderscheidende vermogen versterken.



Het brancheringsplan is een instrument om met en tussen eigenaren van commercieel vastgoed in de binnenstad in gesprek te gaan over de invulling van beschikbaar aanbod in de binnenstad en de daarbij passende huurprijzen en acquisitiestrategie.

Organiseren betrokkenheid commercieel vastgoedeigenaren

Vanuit het belang van de betrokkenheid van commercieel vastgoedeigenaren is in 2010 door het Platform Binnenstadsmanagement het initiatief genomen om een samenwerking tussen eigenaren vorm te geven. Dit heeft geresulteerd in de oprichting van de Vereniging Commercieel Onroerend goed binnenstad Dordrecht (VCOD). Inmiddels telt de vereniging zo'n 25 leden, die tezamen meer dan de helft van het commercieel vastgoed in het kernwinkelgebied vertegenwoordigen. De VCOD is een belangrijke, zo niet de belangrijkste, gesprekspartner om te komen tot afspraken over branchering, ingroei- en omzet-gerelateerde huurprijzen en de aanpak van leegstand op het niveau van de binnenstad als totaal. Juist dit laatste aspect, een gedeelde visie op de totale binnenstad als ware het één winkelcentrum met één aansturing, is van groot belang. Dit gemeenschappelijk beeld zal langzaam maar zeker onder de commercieel vastgoedeigenaren moeten ontstaan. Immers de individuele vastgoedeigenaar is voor het laten renderen van het eigen vastgoed sterk afhankelijk van de keuzes van andere eigenaren. In die zin is lering te trekken uit de branchering en de strikte kwaliteitshandhaving van de reguliere weekmarkt op het Statenplein/ Sarisgang.



Ondanks ruim 160 marktkraamplaatsen en 60 marktkraamhouders, met een sterk uiteenlopend aanbod, slaagt men er in de kwaliteit van het aanbod te waarborgen, door middel van strikte branchering, een regionale verordening waarin de spelregels zijn vastgelegd (met gelijke uitgangspunten voor alle gemeenten en marktkooplieden), uniforme openingstijden en kwaliteitsnormen ten aanzien van de marktkramen (bijvoorbeeld schone zeilen). Uiteindelijk leidt dit er ook toe dat de markt elke week weer compleet is. De Dordtse markt is meerdere malen uitgeroepen tot beste markt van Nederland.

Verbinding kernwinkelgebied en historisch havengebied

Op basis van plannen van de Dordtse architect Lugten is door het Platform gesproken over de mogelijkheden om het kernwinkelgebied voor bezoekers beter te verbinden met het historisch havengebied. Het Platform heeft de verbinding tijdens verschillende bijeenkomsten geagendeerd. Het voorstel om de haalbaarheid van een aantrekkelijke verbinding tussen kernwinkelgebied en het oude havengebied te onderzoeken, is door het college overgenomen in het Politiek Akkoord en zal moeten resulteren in een concreet voorstel voor aanpassing van de openbare ruimte en het aangrenzende vastgoed. De convenantpartijen zullen in de toekomst graag hun bijdragen willen blijven leveren aan de uitwerking van de verschillende mogelijkheden.



Gebruik Statenplein voor Kerstbaan

Al geruime tijd wordt in Dordrecht gesproken over het gebruik van het Statenplein voor evenementen. In het convenant is met de Centrale Vereniging voor Ambulante Handel (CVAH) afgesproken om de haalbaarheid van incidentele marktverplaatsing te onderzoeken. Dit tegen de achtergrond dat evenementen, zeker als zij een landelijke uitstraling hebben, van grote betekenis zijn om bezoekers naar de binnenstad te trekken. Het Statenplein zou hiervoor, door de omvang en de ligging, een geschikt plein kunnen zijn. Tegelijkertijd is ook de weekmarkt op vrijdag en zaterdag op het Statenplein van grote economische betekenis voor de binnenstad met eveneens een spin-off naar omliggende winkels en de horeca. Daarnaast speelt nog de vraag van de horeca om tot een uitbreiding van terrassen te komen op het Statenplein (en andere locaties), wat ten koste zou gaan van de ruimte en daarmee de verdiencapaciteit van de weekmarkt. Kortom, er spelen diverse belangen, die ieder voor zich een belangrijke economische waarde voor de binnenstad vertegenwoordigen. Een strikte afweging of keuze tussen de markt, horeca en evenementen en de afzonderlijke waarden die ze vertegenwoordigen voor de binnenstad, is dan ook lastig te maken. Ook niet door de partijen in het Platform Binnenstadsmanagement. Voorgesteld is dan ook om te kijken hoe in goed onderling overleg evenementen en de weekmarkt gecombineerd kunnen worden. De organisatie van de Kerstbaan op het Statenplein is daar het resultaat van.



De binnenstadspartijen willen dit evenement in de toekomst graag een plek blijven geven op het Statenplein en daar waar nodig is de ambulante handel bereid om incidenteel een stap terug te doen wanneer zich een eenmalig evenement aandient met nationale uitstraling. Indien zich een initiatief aandient zullen de mogelijkheden op dat moment tussen de betrokken partijen (organisator, gemeente, Dordrecht Marketing en Stadsmarkten) afgewogen worden.

Verruiming openingstijden winkels

In het licht van veranderend consumentengedrag en verschuiving van bezoekmomenten is in 2012 op initiatief van het Platform een discussieavond georganiseerd over de winkeltijdenopenstelling in de binnenstad. Daarbij ging het niet alleen om de verruiming van de opening op zondag, maar eveneens over de bereidheid van winkeliers tot verlenging van de openingstijden na half 6 in de avond. Dit vanuit de verandering in tijdspatronen onder consumenten met behoefte om na werktijd nog te kunnen winkelen. In 2014 is de verruiming van de openingstijden op zondag mogelijk gemaakt. Over de verruiming van de openingstijden op andere dagen wordt nog steeds gesproken. Wettelijk (op basis van de winkeltijdenverordening) is dit mogelijk maar het initiatief en draagvlak hiervoor moeten liggen bij de ondernemers. Alleen wanneer een groot aantal ondernemers hiertoe besluit, is er voldoende massa om dit in te voeren.

Verruiming functiemogelijkheden aanloopstraten

Samen met de Vereniging Commercieel Onroerend goed binnenstad Dordrecht (VCOD) is door de partijen in het Platform in 2013 het voorstel gedaan voor functieverruiming in enkele delen van de binnenstad. Dit tegen de achtergrond dat er sprake is van een afnemende vraag naar winkelmeters en gestreefd moet worden naar een compact kernwinkelgebied. Tegelijkertijd dienen zich voor de aanloopstraten nieuwe functies en doelgroepen aan die een bijdrage kunnen leveren aan het economische functioneren van de binnenstad.

Denk daarbij aan ZZP huisvesting, nieuwe dienstverleningsfuncties, gemengde horeca/winkel-concepten, ateliers, etc. waar ook het bestaande aanbod profijt van heeft.

Dit voorstel van de partijen in het Platform is in het derde kwartaal van 2014 door het gemeentebestuur meegenomen in de herziening van het bestemmingsplan Historische Binnenstad.

Inrichting openbare ruimte

Het op orde hebben van de openbare ruimte (de basis op orde) is samen met de uitstraling van het vastgoed één van de belangrijkste basisvoorwaarden voor het economisch kunnen laten renderen van de binnenstad. Eigenaren en gebruikers laten hun investeringsbeslissing vaak afhangen van de uitstraling en kwaliteit van de openbare ruimte. Een goed voorbeeld daarvan is de renovatie van het Lindershuis (met de vestiging van de Sting) en de beslissing die daaraan vooraf is gegaan voor de aanpak van de openbare ruimte door de gemeente. De aanpak van de ruimte en op orde brengen van het Achterom-Bagijnhof (op A1 niveau) heeft er uiteindelijk mede toe geleid dat de investeringen in het Lindershuis door de eigenaar in een stroomversnelling terecht zijn gekomen. Binnen een voor Dordrecht ontwikkeld handschrift wordt overigens al geruime tijd gewerkt aan het versterken van de identiteit van de stad door een hoogwaardige inrichting van de openbare ruimte. De kwaliteit zit, naast een bijzondere inrichting van pleinen en plekken, in het aanbrengen van samenhang tussen alle delen van de stad. Een belangrijke schakel tussen de woongebieden en het winkelhart, tussen verleden en toekomst, is het recent ingerichte Bagijnhof.

Graffiti aanpak

Tot slot mag in het kader van de gemeenschappelijke resultaten van de collectieve aanpak de geïntensiverende aanpak van graffiti niet onbenoemd blijven. Een stad die schoon en heel is draagt bij de aan de belevingswaarde onder bezoekers. Door de gemeente Dordrecht is in de afgelopen convenantperiode extra ingezet op de bestrijding van graffiti. Een van de maatregelen is dat ondernemers in de binnenstad een contract kunnen afsluiten voor graffiti-bestrijding. Op dit moment hebben zo'n 200 ondernemers een dergelijk contract afgesloten. Onze inzet is dat dit aantal in de komende jaren verder uitgebreid wordt.

Keurmerk Veilig Ondernemen

Onder begeleiding van het Centrum voor criminaliteitspreventie en veiligheid (CCV) zijn ondernemers, gemeente, politie en brandweer in 2013 van start gegaan met een plan van aanpak om samen de veiligheid van de binnenstad te verbeteren. Om tot goede afspraken te komen zijn onder andere enquêtes gehouden onder de ondernemers en de bezoekers van het winkelgebied. Ook is een schouwronde gelopen door deskundigen om te beoordelen welke technische verbeteringen mogelijk zijn. De afspraken over de wijze waarop deze samenwerking in de toekomst voortgezet wordt, zijn vastgelegd in een convenant dat is ondertekend door alle betrokken partijen. Dit heeft geleid tot de uitreiking van de eerste ster voor de binnenstad van Dordrecht voor het behalen van het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) in november 2014.



3. Vertrekpunt nieuw convenant

De binnenstad van Dordrecht bevindt zich op niet al te grote afstand van steden met een bovenregionale aantrekkingskracht zoals Rotterdam en Breda. Daarnaast wordt de binnenstad omgeven door water. Het water maakt de binnenstad onderscheidend, maar werkt tevens als een barrière in de kooporiëntatie van omliggende gemeenten met een eigen winkelapparaat. Hoewel het bezoek over een periode van 10 jaar structureel is toegenomen, blijft de koopkrachtbinding momenteel nog achter bij die van andere vergelijkbare regionale centrumsteden in Nederland. Het is dus zaak om extra aandacht te besteden aan promotie van de binnenstad als koopcentrum van de regio met een ten opzichte van de overige centra onderscheidend en compleet winkelaanbod.

Ondanks het feit dat de positie van de binnenstad in de afgelopen 10 jaar, zoals gezegd, sterk is verbeterd, is als gevolg van ingrijpende wijzigingen op de detailhandelsmarkt de leegstand in de afgelopen jaren toegenomen. Eigenlijk volgt Dordrecht daarin de landelijke trend. Deze leegstand is vooral in een aantal delen van de binnenstad terug te vinden. Met name in die gebieden, zoals de Voorstraat midden,

waar door eigenaren niet of nauwelijks geïnvesteerd wordt in het vastgoed neemt de kwaliteit van het winkelaanbod af en de leegstand toe. De verwachting is dat zonder betrokkenheid van eigenaren en een gemeenschappelijk perspectief op de straat, nieuwe investeringen zullen uitblijven. De Vriesestraat is daarentegen een succesvol voorbeeld van hoe door samenwerking tussen ondernemers en eigenaren de positie van een straat sterk kan verbeteren.

De focus in de binnenstad, zowel van gemeente, winkeliers, horeca en commercieel vastgoedeigenaren, moet veranderen. Niet het aanbod van vastgoed maar de vraag van de eindgebruiker staat daarbij meer dan voorheen centraal. Alleen indien sprake is van een duidelijke marktvraag met ruimte voor nieuwe functies, zal er opnieuw geïnvesteerd worden. Recente initiatieven en ontwikkelingen in de binnenstad, waaronder naast de Vriesestraat ook meer recent in de Voorstraat west, laten ook zien dat dit mogelijk is. De uitstraling van het vastgoed en de investeringsbereidheid van bestaande en nieuwe eigenaren spelen daarbij een zeer belangrijke rol.



4. Samenbindende visie

Hoewel de grote investeringen voor de binnenstad, met name in de culturele voorzieningen, de buitenruimte en inrichting zijn gedaan of aanbesteed, blijven ook de komende jaren investeringen en activiteiten nodig om hier als ondernemers in de binnenstad profijt van te kunnen hebben. Het accent zal daarbij liggen op het benutten en renderend maken van de gedane investeringen en inspanningen en het invullen van de ontbrekende schakels, zoals de verbinding tussen havengebied, Voorstraathaven en het kernwinkelgebied, de aanpak van de Visbrug e.o., de verbinding tussen Stadswerven en de binnenstad, de fysieke en programmatische verbinding tussen culturele instellingen, etc. Gemeente, ondernemers en andere belanghebbende partijen trekken daarbij samen op en zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor het economisch functioneren van de binnenstad. De gemeente heeft naast haar beleidsmatige inzet, ook via de eigen vastgoedportefeuille en de acquisitie-aanpak instrumenten om te sturen op gewenste ontwikkelingen. Bij de herontwikkeling van de gemeentelijke panden wordt dan ook gekeken naar die functies die het grootste maatschappelijk-economisch rendement voor de binnenstad als totaal opleveren. De partijen zullen zich naast de (deel)belangen van hun eigen sector of achterban zo maximaal mogelijk inspannen voor de binnenstad als totaal. Alle partijen spreken de gezamenlijke ambitie uit om binnen een periode van 4 jaar de beste binnenstad van Nederland te worden. Deze ambitie bindt de gezamenlijke partijen.

In dit kader spreken de partijen af:

- Blijvend te werken aan het versterken van de aantrekkelijkheid van de binnenstad en het naar buiten toe uitdragen van die aantrekkelijkheid.
- Te blijven werken aan de effectiviteit en efficiency van hun aanpak en inspanningen, zowel afzonderlijk als in onderlinge samenwerking. Daarbij wordt kritisch gekeken naar bestaande overlegstructuren die ooit opgezet zijn vanuit een bepaald doel, maar door nieuwe ontwikkeling en een veranderende dynamiek in de binnenstad minder effectief en efficiënt zijn.
- In de gezamenlijke aanpak zoveel mogelijk benaderen van het Kernwinkelgebied alsof het een winkelcentrum van één eigenaar is met een centrale overkoepelende aansturing als uitgangspunt.



5. Ambitieuze binnenstad

De ambitie van Dordrecht is onderscheidend te zijn en het centrum te zijn voor de Drechtsteden. De binnenstad is daarbij het visitekaartje van Dordrecht. Het winkel-, horeca- en voorzieningenaanbod dienen daarbij primair te voorzien in de verzorging van inwoners van de stad en de regio.

De onderscheidende culturele voorzieningen en evenementen zorgen voor een landelijke uitstraling. De openbare ruimte is van hoge kwaliteit. Niet alleen voor de inwoners van Dordrecht en de regio, maar ook voor de dagtoerist is Dordrecht een stad die veel te bieden heeft. De stad heeft veel mogelijkheden om zich te positioneren als een stad die een bezoek meer dan waard is. De ambitie is dan ook om binnen een termijn van 4 jaar uitgeroepen te worden tot “beste binnenstad” van Nederland.

De ambitie die het huidige college van burgemeester en wethouders heeft uitgesproken in het Politiek Akkoord is het zijn van één van de beste binnensteden van Nederland. Daarbij zijn twee zaken van belang:

- Allereerst dient deze politieke ambitie ook gedragen wordt door de binnenstadspartners. Dat is zondermeer het geval. De convenant partners leggen de lat zelfs nog hoger. Zij gaan voor de eerste plaats.

- Daarnaast dient men voortdurend stil te staan bij de vraag aan welke kenmerken de binnenstad moet voldoen om aan die ambitie te kunnen beantwoorden, waarbij dit niet iets is dat uit een andere stad gekopieerd kan worden.

Bij het geven van invulling aan deze ambitie is het van belang dicht bij de karakteristieke kenmerken van onze binnenstad en onze identiteit te blijven.

Uit meerdere onderzoeken is gebleken dat historische steden met een groot en gevarieerd culturaanbod de beste toekomstmogelijkheden hebben. Dordrecht heeft juist op het gebied van historie en cultuur veel onderscheidend aanbod. Daar horen de passende voorzieningen bij om een toeristische trekpleister te zijn.

Ook de invulling als regionaal winkelhart zal verder moeten worden ontwikkeld. Daarbij hoort naast de aanwezige “couleur locale” (geeft onderscheidend profiel) nadrukkelijk ook het aanbod van landelijke modiefilialen en ketens in de binnenstad aangevuld met een goed horeca-aanbod. Juist de combinatie van beide segmenten met de eerder genoemde factoren maken een stad sterk en toekomstbestendig.



6. Doelstellingen en activiteiten

De samenhangende ambitie die hierboven is geschetst, worden als volgt geconcretiseerd in doelstellingen en activiteiten:

Doelstellingen

- **Versterken en zichtbaar maken van water als kenmerk van Dordrecht.**

De aanwezigheid van het water maakt de binnenstad van Dordrecht onderscheidend van die van vele andere binnensteden. Het water kan daarbij beter beleefbaar / zichtbaar worden gemaakt. Initiatieven zoals die van Imbarcazione Barone met nieuwe op- en afstapplekken dragen daar maximaal aan bij.

Ook de Visbrug is een centraal gelegen locatie en onderdeel van de winkelroute waar in combinatie met horecaontwikkeling en een op- en uitstapplek voor rondvaarten het water beter beleefbaar kan worden gemaakt. Vanuit het Programma Levendige Binnenstad is het initiatief genomen kansrijke locaties in beeld te brengen en marktpartijen te faciliteren die deze kansen willen verzilveren. Ook vanuit de Waterdriehoek zijn inmiddels diverse initiatieven opgestart om de verbindingen tussen de binnenstad, de Biesbosch en Kinderdijk op aantrekkelijke wijze via het water te realiseren.

- **Verbinden van Stadswerven met de binnenstad**

Met Villa Augustus, het Energiehuis en de komst van een bioscoop is de zuidzijde van de Stadswerven een plek met een uitgebreid voorzieningenpakket. Jaarlijks zullen deze functies tezamen meer dan een miljoen bezoekers trekken uit Dordrecht, de regio en daarbuiten. De opgave is om te kijken op welke wijze we deze plek op een aantrekkelijke wijze met verschillende vervoersmogelijkheden, ook over het water, kunnen verbinden met de historische binnenstad.

- **Werken aan een aantrekkelijke buitenruimte en verblijfsklimaat (van bestrating, uitstraling winkelpuilen, gevelreclame tot winkeluitstallingen)**

Uitgangspunt moet zijn dat de basis van de binnenstad op orde moet zijn en blijven. Dat betekent dat de openbare ruimte en de uitstraling van het vastgoed van een kwalitatief hoogwaardig niveau moeten zijn.

De gemeente zal de openbare ruimte van de Visbrug e.o. komende jaren aanpakken. Het aanbod van winkels en vastgoed zal hierop aan moeten sluiten. Aangezien de gemeente niet gaat over de kwaliteit van de uitstraling van panden en etalages zullen eigenaren en winkeliers elkaar ook meer hierop moeten aanspreken. Het Platform ziet hierin voor zichzelf een aanjagende en verbindende rol.

- **Toevoeging / acquisitie winkels, met name in het mode en luxe segment (ook landelijke ketens)**

Uit diverse analyses komt naar voren dat Dordrecht gemiddeld genomen relatief weinig winkels heeft in het mode en luxe segment. De consumenten verwachten echter bij een bezoek aan de binnenstad een compleet aanbod te krijgen. Eigenaren en makelaars zetten zich dan ook in om deze ontbrekende segmenten aan te trekken.

- **Actief werken aan het behoud van het gevarieerde 'couleur-locale'-aanbod**

Het grote aanbod van couleur locale, met name buiten het kernwinkelgebied om, maakt het Dordtse binnenstadaanbod uniek ten opzichte van dat van andere binnensteden. Om deze onderscheidenheid te behouden is het belangrijk dat vastgoedeigenaren door middel van aantrekkelijke huurprijzen, ingroei-huren ook ruimte geven aan (startende) ondernemers met een nieuw en onderscheidend aanbod.

- **Verbinden van partijen**

De binnenstad kent meer dan 700 ondernemers, die ieder op een eigen manier met een eigen product of dienst een bijdrage leveren aan de verlevendiging van de totale binnenstad. Een deel van deze ondernemers (winkeliers, horeca, cultuur ondernemers) is actief in een winkeliersvereniging of een ander organisatieverband van de binnenstad. Deze organisaties hebben een gemeenschappelijk belang of doel. Het is belangrijk dat deze structuren op straatniveau blijven bestaan, echter denken wij dat het belangrijk is om ook op het totaal van de binnenstad meer met elkaar samen te werken.

De meerwaarde van de binnenstad zit daarbij in combinatie van cultuurhistorie, horeca, winkeliers, evenementen en ambulante handel.

Een onder-nemersfonds met een nieuwe structuur voor het kernwinkelgebied kan daarbij helpen. Echter ook zonder ondernemersfonds is samenwerking op het totaal van de binnenstad essentieel. Alleen dan kunnen we de concurrentie aan met andere steden en het internetaanbod.

- **Verbeteren imago bereikbaarheid**

Het imago van een beperkte bereikbaarheid van de binnenstad is een terugkerend onderwerp. Door de historische ontwikkeling van de binnenstad vanaf de rivieren is de binnenstad excentrisch gelegen ten opzichte van de Dordtse wijken, echter is de binnenstad feitelijk zowel per auto, fiets en openbaar vervoer, zeker in vergelijking tot vele andere steden, prima bereikbaar. Niet alleen voor inwoners uit Dordrecht, maar ook vanuit de regio en daarbuiten. Onze inzet is dan ook het imago van bereikbaarheid onder de potentiële bezoekers te verbeteren. Hiervoor zullen we samen met Dordrecht Marketing een campagne-aanpak uitwerken. Het gevoel om welkom te zijn in Dordrecht zou bijvoorbeeld gesteund kunnen worden door op twee parkeerterreinen aan de westzijde (Weeskinderendijk) en de oostzijde (Energiehuis) tegen geringe vergoeding te parkeren en op vertoon van het parkeerbewijs op een pendelbus te kunnen stappen die langs de binnenstad van het ene naar het andere parkeerterrein rijdt.

- **Een duurzame binnenstad**

In 2012 is het initiatief genomen voor een duurzame distributie van de binnenstad. Hiervoor is in samenwerking met Binnenstadsservice Nederland, de voormalige Stichting Centrummanagement Dordrecht en de gemeente door fietskoerier Groot Verzet uit Dordrecht Binnenstadsservice Dordrecht opgericht. Het initiatief gaat uit van het idee om als winkeliers collectief de bevoorrading te organiseren. Leveranciers lossen hun goederen bij één centraal magazijn nabij de binnenstad, waarna vervolgens in één keer alle leveringen van verschillende leveranciers bij de aangesloten winkeliers worden bezorgd. Hierdoor hoeft de winkelier maar één keer zijn levering af te handelen, hoeft de winkelier geen extra "dure" winkelmeters te gebruiken voor opslag en neemt het aantal vervoersbewegingen in de binnenstad af.

Op dit moment is het nog slechts een beperkt aantal ondernemers in de binnenstad die de voordelen hiervan inziet en van de diensten van Binnenstadsservice Dordrecht gebruik maakt.

Onze ambitie blijft om de binnenstad aantrekkelijker te maken voor winkelend publiek, toeristen, ondernemers en haar bewoners. Wij willen dan ook het goederentransport van en naar de winkels in de binnenstad verminderen en milieuvriendelijker te maken. Daarbij passen begrippen als schoner, stiller en veilig. Uiteindelijk komt dit ten goede van de economische vitaliteit van de binnenstad. Naast uitbreiding van Binnenstadsservice Dordrecht op een of meerdere locaties willen wij ook andere winkeliers verleiden om over te gaan tot gezamenlijke bevoorrading. In de promotie en communicatie is het dan ook belangrijk om aan te geven wat dit voor de individuele winkelier aan kostenbesparing kan opleveren.

Daarnaast vragen we de gemeente om vanuit het mobiliteit- en duurzaamheidsbeleid samen met de binnenstadspartijen een concrete doch realistische doelstelling te formuleren in het zichtbaar terugdringen van het aantal vervoersbewegingen die samenhangen met de bevoorrading in de binnenstad. Daarvoor is nodig om allereerst meer inzicht krijgen in de huidige en toekomstige vervoersstromen in de binnenstad, waarbij ook rekening wordt gehouden met bijvoorbeeld de opkomst van internet-afhaalpunten in het centrum en andere ontwikkelingen, ook op mobiliteitsgebied. Vervolgens willen we kijken hoe deze stromen efficiënter zijn te organiseren als ware het één winkelcentrum, om vervolgens met winkeliers en leveranciers afspraken maken over de uitbreiding van het distributiesysteem in de binnenstad met duurzaam (elektrisch) vrachtvervoer.

Activiteiten

Om deze doelen te bereiken richten de partijen zich onder meer op de volgende acties:

- In het convenant KVO Binnenstad dat in 2014 is ondertekend, is vastgelegd dat betrokken partijen de samenwerking blijven voortzetten om hiermee de veiligheid in de binnenstad te waarborgen c.q. te verbeteren. Hieraan gekoppeld is een aantal acties benoemd die de komende periode worden uitgevoerd met als doel om binnen 2 jaar na uitreiking van de eerste ster ook een tweede ster van het KVO te behalen.
- Inzet voor realisatie van het door de partijen gewenste Ondernemersfonds per 1 januari 2015.
- Het verbeteren van (de uitstraling van) de Grote markt en omgeving, verbinden van het havengebied met kernwinkelgebied, verbeteren kruispunt Voorstraat midden/Visbrug.
- Wonen boven winkels stimuleren, met name in ‘couleur locale-gebieden’ (samenwerking met woningcorporaties en andere vastgoedeigenaren) waarmee de levendigheid en economische draagkracht van panden/vastgoed vergroot wordt.
- Opzet van een pandenbank als instrument om eigenaren en makelaars meer te sturen op de branchering bij de acquisitie van nieuwe winkels en horeca.



- Samen met de gemeente uitwerken van een pakket van maatregelen gericht op de aanpak van leegstand.
- Aanpak en handhaving uitstallingsbeleid ten behoeve van een aantrekkelijke buitenruimte. Winkeliers en eigenaren nemen hier ook hun verantwoordelijkheid en spreken elkaar, indien nodig, ook op aan.
- Toevoegen van extra faciliteiten aan bestaande horeca concentratiepunten, ter versterking van de kwaliteit en beleving (terrasverwarming enz.).
- Vergroten van het aantal hotelbedden in en nabij de binnenstad, bijvoorbeeld door één of twee aansprekende stadshotels.
- Het onderzoek van de mogelijkheid om parkeren in de binnenstad na winkelsluiting gratis of tegen gereduceerd tarief mogelijk te maken om hiermee het horecabezzoek in de avonden te stimuleren.
- Winkeltijden verlengen, mede om de samenhang met horecabezzoek te versterken. De verlenging van de tijden moet vanuit het collectief van winkeliers worden opgepakt worden.
- Het evalueren en op basis daarvan aanpassen, verbeteren en versterken van de huidige routes en routestructuren, inclusief informatie daarover en bewegwijzering. Met aandacht voor relevante (nieuwe) kansrijke thema's en gebruik van data (Smart City).
- Promotie van de bereikbaarheid binnenstad.
- Het beleidsmatig inbedden van themamarkten, met een specifiek aanbod gericht op nieuwe doelgroepen, ook met het oog op het voorkomen van ongewenste concurrentievervalsing ten opzichte van de reguliere weekmarkt.
- Versterken cultuur door nieuwe routes en arrangementen horeca e.a.

7. Verbeteren samenwerking tussen partijen

Ook op organisatorisch vlak is op een aantal punten verbetering van de stroomlijning en samenhang mogelijk. De partijen in het Platform zetten zich in voor de volgende onderwerpen:

- Stroomlijnen overlegstructuren: welke organisaties houden zich bezig met een deelbelang van de binnenstad, waarvoor staat dat en is dat te bundelen? De partijen zetten zich in voor het ‘ontdubbelen’ en tegengaan c.q. terugdringen van ‘overleg-wildgroei’.
- Bij invoering Ondernemersfonds: behalen synergie in budgetinzet van de verschillende partijen, zonder daarmee aan individuele inspanningen of verantwoordelijkheden af te doen.
- Kernwinkelgebied zoveel mogelijk beheren alsof het een winkelcentrum van één eigenaar met een centrale overkoepelende aansturing betreft (zie Lijnbaanakkoord in Rotterdam).
- Binnenstadspartijen verbinden zich zichtbaar met grote evenementen (etalage inrichting e.d.), maar ook waar mogelijk met culturele voorzieningen.
- Gezamenlijke uitstraling/ promotie van koopzondagen en verlengde openingstijden.
- Versterken van de samenwerking tussen partijen op het gebied van marketing en promotie. Ook het vergroten van de betrokkenheid van



individuele ondernemers daarbij. Dit mede op basis van de gekozen merkwwaarden voor Dordrecht.

- Vroegtijdig betrekken van commerciële partners/ binnenstadspartijen bij culturele toevoegingen (Onderwijsmuseum, Het Hof, Atlas Nederlandse Gemeenten; zie mijlpalenprogramma tot 2020), met daarbij verwijzing vanuit culturele instellingen naar winkels/horeca en omgekeerd (naar het voorbeeld van de succesvolle Willem II tentoonstelling in het Dordrechts Museum).

In onderstaande matrix zijn de verschillende activiteiten benoemd, gerubriceerd naar thema, waar de komende jaren gezamenlijk door alle partijen in de binnenstad aan gewerkt zal worden. Per activiteit zijn daarbij de betrokken partijen of sectoren benoemd, waarbij het trekkerschap per activiteit en in de tijd kan verschillen en de verantwoordelijk niet louter is toe te wijzen aan slechts één van de partijen. Alle partijen maken zich sterk voor het realiseren van de ambitie beste binnenstad van Nederland!



Tabel Indicatieve toedeling activiteiten naar sectoren

Convenant 2014 - 2018 “Verbindingen maken “							
		Winkeliers (DOV)	Horeca (KHN)	Vastgoed (VCDD)	Culturele partijen	Dordrecht Marketing	Markthandel (CVAH)
	BESTE BINNENSTAD						
1	Aanpak openbare ruimte & verbinding						
	Aanpak openbare ruimte Visburg e.o.						
	Grote Markt e.o (verbinding kernwinkelegebied - havengebied)						
	Aanpak openbare ruimte Lindenstraat / Kromme Elleboog						
	Verbinding Stadswerven - Binnenstad						
	Handhaving uitstallingenbeleid						
	Seizoensverlichting						
	Graffit aanpak						
	Keurmerk Veilig Ondernemen						
2	Programmering & Mijlpalen						
	Evenementen en publieksactiviteiten (bv. “Dordt pakt uit”)						
	Mijlpalenprogrammering						
	Activiteiten weekmarkt						
	Themamarkten / pop up markets (inpassing in beleid)						
	Pilot winterterrassen Scheffersplein						
	Actieprogramma horeca (gastvrijheid)						
	Recreatief toeristische benutting binnenhavens/ infrastructuur						
	Programmering Kunstmin, Hofkwartier, Onderwijs, Museum						
	Nieuwe cultuurroutes en arrangement						
	Vereenvoudiging regelgeving						
3	Vastgoed & branchering						
	Leegstandsbeheer						
	Opzet pandenbank						
	Etal ageproject / pop up stores						
	Pilot herverkaveling Voorstraat Midden						
	Ingroei- en omzethuur / huurverlaging						
	Sturing op branchering						
	Nieuwe gebruikers / functies						
	Stimuleren couleur locale						
	Gemeentelijke vastgoedstrategie (sturing)						
	Stimuleringsregeling gevelverbetering / wonen boven winkels						
4	Promotie & acquisitie						
	Binnenstadspromotie (maggezien, campagnes, etc.)						
	Gezamenlijke culturele marketing						
	Promotie koopzondagen						
	Gezamenlijke campagnes / promotie						
	Acquisite stadshotel						
	Acquisitie nieuwe winkels (speerpunt mode & luxe/ketens)						
5	Bereikbaarheid & looproutes						
	Haalbaarheid gereduceerd parkeertarief na 18.00						
	Promotie bereikbaarheid binnenstad						
	Smart City (slim gebruik data)						
	Signing en routing						
	Uitbreiding stedelijk distributiesysteem						
6	Samenwerking & organisatie						
	Nieuwe structuur en financiering ondernemersfonds						
	Ontdubbelen overlegstructuren binnenstad						
	Gezamenlijke campagnes en activiteiten tussen sectoren						
	Samenwerking groot winkelbedrijven en couleur locale						

Ondertekening door:

Dhr. P. Honing
Namens Koninklijke Horeca Nederland (KHN)

Mw. A. Maagdenberg
Namens de Dordrechtse Ondernemersvereniging (DOV)

Dhr. P.J. Schoon
Namens de culturele partijen

Dhr. P.H. Sleeking
Namens de gemeente Dordrecht

Dhr. C.H.A.J. van Netten
Namens de Vereniging Commercieel Onroerend goed binnenstad Dordrecht (VCOD)

Dhr. G. Baaij
Namens de Stichting Dordrecht Marketing

Dhr. J. Stoel
Namens de Centrale Vereniging voor Ambulante Handel (CVAH)



Binnenstadsontwikkeling

Dordrecht

