

JAARPLAN 2019

Stichting Centrum Management Delft

Over Stichting Centrum Management Delft

De SCMD is de Stichting Centrum Management Delft. Doel van de SCMD is het verbeteren van het economisch functioneren van de binnenstad van Delft. De nota 'Binnenstad Vitaal & Gastvrij' is hierbij richtinggevend.

SCMD heeft een eigen taak in de uitvoering van de nota Vitaal en Gastvrij: het selecteren en het laten uitvoeren van projecten die voor cofinanciering in aanmerking komen. Cofinanciering houdt in dat de gemeente aan de SCMD financiële middelen voor een project ter beschikking stelt onder de voorwaarde dat andere partijen, zoals het BOB, meefinancieren.

In de SCMD zijn partijen vertegenwoordigd die belangen hebben in de binnenstad. Naast de Gemeente Delft (o.a. de wethouder van Economie, Cultuur, Ruimtelijke Ordening) hebben in de SCMD-vertegenwoordigers zitting van ondernemers, bewoners, vastgoed, cultuur, detailhandel, horeca, TU Delft en VERA. De directeur van Delft Marketing en de gemeentelijk Binnenstadsmanager zijn adviseur van de SCMD. De brede vertegenwoordiging zorgt voor samenwerking, verbinding en draagvlak in de binnenstad!

De taak van de leden is om met de input van hun achterban een bijdrage te leveren aan de uitvoering van de nota Vitaal en Gastvrij. Een bijdrage die erop gericht is om Delft de meest vitale en gastvrije binnenstad van Nederland te laten zijn. De beste plek om te wonen, te werken en te bezoeken. Het best in vestigingsklimaat én in leefklimaat.

In 2017 is er gekozen voor een meer uitvoeringsgerichte structuur, met een Algemeen- en Dagelijks Bestuur.

Het AB hield dezelfde bezetting en richt zich met name op “strategische vraagstukken”, thema’s waar de SCMD haar rol als gevraagd en ongevraagd adviesorgaan vervult. Te denken valt aan het signaleren van ontwikkelingen (positief en negatief) en kansen, en het verstrekken van advies aan college en raad waar nodig.

Het DB bestaat uit 5 AB leden, die hands-on de uitvoeringsagenda van de SCMD sturen. De leden vervullen hun rol als DB lid onafhankelijk van achterban.

Het DB vergadert ten minste 8x per jaar, en brengt elk kwartaalverslag uit aan het AB. Het DB stuurt de Centrummanager aan, deze kan in deze nieuwe structuur gezien worden als de Bedrijfsleider die onder andere de uitvoeringsagenda handen en voeten geeft.

Rode draad

De hoofddoelstelling van de SCMD is en blijft het versterken van de economische vitaliteit van de Delftse Binnenstad door het verhogen van de bezoekersbeleving van onze binnenstad in kwaliteit en gastvrijheid. Dit moet resulteren in:

- Meer bezoekers
- Langere verblijfsduur
- Hogere gemiddelde besteding

2018 als aftrap van de nieuwe samenwerking

In 2017 hebben wij verregaande afspraken gemaakt met het BOB, en hebben wij naar aanleiding van de herijking van de nota Vitaal en Gastvrij belangrijke wijzigingen in de organisatie van de SCMD doorgevoerd.

Als sluitstuk van deze ontwikkelingen werd er ultimo 2017 een ambitieus jaarplan opgeleverd.

Op het moment van schrijven van dit Jaarplan 2019 is 2018 nog in volle gang, en is er een aantal projecten nog lopend, en moeten er enkele nog beginnen.

Vooruitlopend op het jaarverslag 2018 kunnen we wel stellen dat er hard gewerkt wordt aan het realiseren van de ambities in het jaarplan.

- Living Lab “Aanpak Leegstand is in volle gang,
- De SCMD werkt nu samen met Delft Marketing voor het programmaonderdeel Push op Promotie, dit in combinatie met het project “De Gouden Eeuw”,
- De voorbereidingen voor de “Donkere Dagen van Delft zijn aan de gang, en er zijn plannen voor een werkgroep die de toekomst voor DDVD gaat bedenken en monitoren
- Samen met de Gemeente hebben we afspraken met partijen als Rotterdam Festivals en Evenementenbureau Den Haag ter voorbereiding van een traject dat moet resulteren in een breed gedragen visie op evenementen in Delft,
- Het project Zichtbaarheid Techniek is voortgezet met de Technieketalages als succesvol afgerond speerpunt,
- De uitvoering van “De Rode Loper” komt steeds meer in zicht, onze architect werkt nu samen met de Gemeente aan een definitief ontwerp,
- De ondernemers op de Markt nemen een architect in de hand om sfeerimpressies te maken van de “markt van de toekomst”, die als aanjager voor een gezamenlijk project zullen fungeren,
- Delft Verbindt heeft twee succesvolle evenementen achter de rug, de door SCMD getrokken Zomerbarbecue trok een 400-tal bezoekers en fungeerde als het podium waarop de nieuwe wethouder economie zich kon voorstellen aan de Delftse ondernemers,
- Er werd een Community Manager aangesteld, die sinds augustus de binnenstad doorkruist om alle ondernemers te spreken en te bewegen om meer samenwerking te zoeken,
- Blue Sunday organiseerde een aantal succesvolle events, wist de aansluiting met de achterban te behouden en tekende een nieuwe sponsorovereenkomst met Rabobank.

2018 kent ook zijn uitdagingen.

Zo loopt er een discussie met de Belastingdienst, over de vraag of de SCMD wel of niet als onderneming voor de BTW gezien mag worden. Omwille van de impact die een negatieve uitkomst voor de beschikbare middelen zou hebben, kunnen wij daarom dit jaar niet investeren in een tweede editie van de Kerstmarkt.

Ook gaf Centrummanager Tom De Weerd in mei te kennen per 1 januari 2019 te stoppen met zijn werkzaamheden als Centrummanager. Het proces naar het vinden en aanstellen van een geschikte vervanger kostte tijd en energie die daarmee niet aan andere projecten besteed kon worden.

De balans opmakend verwachten wij 2018 met positieve resultaten af te sluiten, maar zien wij ook dat een aantal van onze ambities en projecten zich niet laat beperken tot een kalenderjaar. Daarom kiezen wij ervoor dat het Jaarplan 2019 een logisch vervolg is op het Jaarplan 2018 geaccentueerd door dezelfde structuur en indeling te hanteren. In 2019 willen we zowel lopende projecten voortzetten als nieuwe projecten oppakken.

Vanzelfsprekend gebruiken wij begin 2019 de evaluatie van 2018 als leidraad om Jaarplan 2019 nog aan te scherpen

2019: Consolideren, uitvoeren en nieuwe kansen uitwerken

Na de wijzigingen in de structuur en de werkwijze van de SCMD in 2017 en 2018 kan het Bestuur zich in 2019 volledig richten op het uitvoeren van de nota Vitaal en Gastvrij. In de huidige structuur is het Bestuur goed ingericht om snel grote stappen te zetten in de uitvoering van projecten die al langer op eenieders verlanglijst staan zonder dat de aandacht voor het afronden van lopende projecten zal verslappen.

Tegelijkertijd hebben we te maken met enkele, niet onbelangrijke, nieuwe omstandigheden. Een nieuw coalitieakkoord, een nieuw Bestuursprogramma en een vernieuwd College van B&W brengen nieuwe ideeën, plannen en accenten in het beleid voor de Binnenstad met zich mee.

Verder start in het nieuwe jaar ook een nieuwe Centrummanager, en de Community Manager is pas half 2018 van start gegaan.

Naast de praktische uitvoering van een aantal projecten gaan we ook extra aandacht besteden aan strategische en actuele thema's. Dit doen we vooral door het voeren van gesprekken op strategisch niveau en het geven van ongevroegd en gevraagd advies.

Voor de binnenstad gaat het bijvoorbeeld om de volgende thema's: fiets parkeren, de plaats van de auto in de Binnenstad, de toekomst van het Agathaplein en het Museum Prinsenhof, de uitvoering van de Toeristische Visie, het beleid en de visie op het gebied van evenementen, de toekomst van de Donkere Dagen van Delft, ...

Al deze thema's vragen om een breed gesprek.

Door de brede vertegenwoordiging binnen de SCMD zijn wij bij uitstek de partij om dat gesprek met de Stakeholders aan te gaan, en daar waar consensus gevonden wordt concrete plannen uit te werken en uit te voeren.

Daarom behelst dit Jaarplan zowel concreet uit te voeren projecten als ideeën/thema's die wij verder willen uitwerken.

Uitvoering van concrete projecten is primair de verantwoordelijkheid van het Dagelijks Bestuur en valt binnen het takenpakket van de Centrum- en Community Manager.

Het Algemeen Bestuur is verantwoordelijk voor het oppakken van strategische vraagstukken, daarbij bijgestaan door haar adviseurs (Delft Marketing, Gemeente Delft) en natuurlijk ook door de Centrummanager.

Het is onze doelstelling om grote vorderingen te maken samen met de stakeholders waardoor zo veel mogelijk van deze strategische thema's vertaald kunnen worden naar concrete actiepunten en projecten in het Jaarplan 2020.

Jaarplan 2019 per programmalijn

Inhoudsopgave:

1) Economie in Beweging

1.1) Aanpak Leegstand	p 5
1.2) Push op Promotie	p 5
1.3) Versterken (aanbod & kwaliteit) Evenementen	p 6

2) Cultureel Podium

2.1) Versterking Sector	p 8
2.2) Gouden Eeuw	p 8

3) Gastvrij, Verbonden, Ontsloten

3.1) Kwaliteit Openbare Ruimte	p 9
3.2) WIFI/ EDUROAM	p 10
3.3) Bereikbaarheid	p 10

4) Netwerk en Partnerschap

4.1) Verhogen Organisatiegraad	p 11
4.2) Netwerk	p 11
4.3) Centrum- en Community management	p 11

5) Analyse en Prognose

5.1) Monitoring	p 13
-----------------	------

1) Economie in Beweging

1.1) Aanpak Leegstand (Uitvoering)

Living Lab Delft loopt door in 2019 en momenteel wordt er in overleg met INretail gekeken hoe we de juiste formules naar Delft kunnen krijgen. Het gaat om formules die passen bij de doelgroep en de positie van de binnenstad. Vanuit INretail wordt aangegeven dat de retail het landelijk erg zwaar heeft ondanks de positieve economische geluiden. Het werven van ondernemers voor de Delftse binnenstad blijkt moeilijker dan gedacht en INretail heeft zich daarop verkeken. In 2019 hopen we met een aangepaste manier van werven meer bereidwillige ondernemers te vinden die de stap durven te maken om een (nieuwe) vestiging te openen in Delft.

Daarnaast is in 2018 het contact met de lokale BOG makelaars versterkt, waardoor deze nog beter bekend zijn met de uitgangswaarden van het SCMD en nu gericht zoeken naar de juiste formule op de juiste plek. Uiteraard hangt dat wel af van de bereidwilligheid van de eigenaren, maar ook die zijn zich steeds vaker bewust van de meerwaarde van de juiste formule op de juiste plek.

1.2) Push op promotie

Strategisch/ Uitvoering:

Wij zien nog steeds dat een extra impuls in marketinginspanningen richting de lokale- en regionale bezoeker hoognodig is. Delft scoort erg goed op landelijk en internationaal niveau (toeristen). De eigen inwoner en de potentiële bezoeker uit de regio kiest nog steeds veel te vaak voor de ons omringende steden.

Dat resulteert erin dat de toeristische instellingen en zaken (retail en horeca) in Delft een gunstige markt vinden, terwijl een groot aantal ondernemers, met name in de minder op toerisme gerichte detailhandel (kleding, levensmiddelen, elektronica, ...) nog steeds te kampen heeft met bezoekersaantallen (en vooral conversies) die niet passen bij een economie die nu al enkele jaren gezonde groei laat zien.

Daarnaast zien wij kansen in het betrekken van studenten en expats bij de binnenstad.

In 2018 hebben wij de eerste stappen gezet in de samenwerking met Delft Marketing. In onze ogen is Delft Marketing bij uitstek de partij om lokale- en regionale promotie een impuls te geven mits zij daarvoor ook over de juiste middelen (personeel & financiën) beschikken. Daarvoor moet er nog steeds extra financieringsbereidheid bij gemeente, ondernemers, ondernemersverenigingen en de cultuursector gevonden worden (naast BOB/OFD)

Wij willen Delft Marketing versterken.

SCMD wil dit op verschillende niveaus doen: inhoudelijke adviezen ten aanzien van de lokale en de regionale klanten en ondersteuning bij het verkrijgen van investeringen voor het uitbreiden van werkzaamheden. De community manager zal hier ook een actieve rol in spelen o.a. gouden eeuw

Tegelijkertijd investeren wij samen met BOB in gerichte inspanningen van Delft Marketing om de lokale/regionale bezoeker te bereiken. Gezien het belang van het Themajaar De Gouden Eeuw voor de stad zijn de door ons ondersteunde regionale activiteiten dan ook gekoppeld aan dit Themajaar

Delftpas:

De Delftpas kan een uitstekende tool zijn om lokale en regionale bezoekers te binden aan de stad. Deze combipas (Rotterdam en ca 10 naburige gemeentes incl. Delft) biedt de bezoeker in het bezit van de pas korting op evenementen, entreekaartjes en aanbiedingen in retail en horeca.

Wij zien dat van de ca 750 aanbiedingen er slechts ca 40 in Delft zijn waarvan slechts een paar horecabedrijven.

In 2019 willen wij door een sensibiliseringscampagne meer Delftse ondernemers bewegen om acties te voeren via de Delftpas (minimaal verdubbeling). Daarna heeft het zin om ook de Delftse inwoner en de regionale bezoeker te wijzen op de voordelen van deze pas.

Op deze manier stimuleren we de inwoner om meer activiteiten in eigen stad te ontplooiën.

Blue Sunday:

Blue Sunday weet nog steeds ondernemers te bewegen om samen events neer te zetten die de bezoeker naar de binnenstad van Delft trekken.

Vanuit de SCMD zijn we sinds de start (2015) betrokken bij dit initiatief, en anno 2018 kunnen we zeggen dat zondagopening in Delft de nieuwe norm is geworden.

Om deze reden blijft SCMD Blue Sunday ondersteunen.

Dat doen we met de inzet van de Centrummanager op strategisch vlak, met ondersteuning op financieel en administratief vlak (Blue Sunday is een autonome werkgroep binnen de SCMD, financiën lopen door onze rekening en worden door ons geadmistreerd).

De Community Manager heeft als opdracht om het aantal deelnemende ondernemers te laten groeien tot ten minste 80 voor het eind van 2019. In 2019 wil de SCMD wel de samenwerking en afstemming met BS intensiveren, gezien de gezamenlijke belangen is hier toegevoegde waarde te behalen.

1.3) Versterken (aanbod & kwaliteit) evenementen

Strategisch:

Delft heeft behoefte aan een duidelijke en actuele visie op het gebied van Evenementen. In onze ogen moet de betrokkenen in Delft gezamenlijk in samenwerking met de gemeente bepalen welk type evenement gewenst is aan de hand van doelgroep bepaling, kwaliteitsniveau, frequentie en ambities, en een gepaste focus op de lokale en regionale bezoeker.

Onze eerste prioriteit is het opstellen van deze visie, het oprichten van een Adviesorgaan (cfr. Rotterdam Festivals), en het opnemen van een bindend advies van dit orgaan in het evenementenbeleid van de Gemeente Delft. Dit traject trekken wij samen met- en wordt geregisseerd door de Gemeente Delft.

Na voorbereidend onderzoek in 2018 willen wij in 2019 een werkgroep samenstellen om een breed gedragen evenementenvisie op te stellen, en vervolgens de eerste stappen zetten om een adviesorgaan op te zetten.

Uitvoering:

De SCMD zal zich richten op enkele projecten die specifieke manco's in het aanbod opvullen.

- Donkere Dagen van Delft:
Terwijl steden als Rotterdam en Antwerpen de stad moeten afsluiten voor autoverkeer door enorme drukte in de kerstperiode zien en horen wij dat Delft nog steeds achterloopt op dit vlak.
Daarom willen wij ook in 2019 inzetten op het versterken van “De Donkere Dagen van Delft”.
Naast een werkgroep met stakeholders verantwoordelijk voor een kwalitatief en kwantitatief sterk programma in 2019 willen wij een werkgroep inzetten die zich zal buigen over de lage termijnstrategie en -visie voor de Donkere Dagen van Delft.
Hiervoor zoeken wij de samenwerking met het Toeristisch Platform.

Wij ondersteunen ook in 2019 een sterke marketingcampagne met dezelfde herkenbare uitstraling als in de voorafgaande jaren. Doordat het merk “DDVD” steeds beter herkend wordt verwachten wij jaarlijks toenemende bezoekersaantallen, door een sterk aanbod (incl. kerstmarkt en schaatsbaan op de markt) verwachten wij een relatief lange verblijfsduur en bestedingspatroon passend bij de decembermaand

(bovengemiddeld hoog).

Met de evenementenorganisatoren willen we werken aan een gecombineerd aanbod voor sponsors (sponsors ondersteunen de gehele DDVD i.p.v. 1 evenement) waardoor grotere sponsors aangetrokken kunnen worden.

- Kerstmarkt:

In 2019 pikken we opnieuw aan op het in 2017 ingezette pad om jaarlijks een kwalitatief hoogwaardige, en bij Delft passende Kerstmarkt neer te zetten. In 2019 willen we de eerste stappen naar verzelfstandiging van dit evenement zetten. De ambitie is om van de Delftse Kerstmarkt de meest aansprekende van de regio te maken, Delft heeft alles in zich om Kerststad nr. 1 in de regio te worden.

- Ondersteuning evenementen:

Vanuit de samenwerking met BOB zullen wij een aantal evenementen ondersteunen. Dit zullen we telkens doen via een mogelijke garantstelling, waardoor de organisator in een vroeg stadium zekerheid heeft over de financiën waardoor de voorbereiding tijdig kan beginnen. Aan een dergelijke garantstelling koppelen wij middels een inspanningsverplichting de verwachting dat de organisator middels een sterk commercieel plan nieuwe sponsors aan zich weet te verbinden. Ultiem doel is om zo veel mogelijk Evenementen op deze manier te helpen om financieel gezond te worden, zodat de middelen van de SCMD en het BOB ingezet kunnen worden voor structurele verbeteringen aan de infrastructuur in de stad.

2) Cultureel Podium

2.1) Versterking Culturele Sector

Na eerste stappen in 2018 willen wij in 2019 helpen aan de totstandkoming van 1 gemeenschappelijke gesprekstafel voor de brede Culturele sector.

Vanuit onze behoefte voor een gestructureerde aanpak van communicatie willen wij samen met Delft Marketing werken aan een inzichtelijke en bruikbare Uitagenda voor Delft, waarin de voor onze bezoeker meest relevante Culturele en ondernemersevents uitgelicht worden.

Daarnaast willen wij de samenwerking tussen cultuur en ondernemers versterken, dit door een aantal evenementen aan te wijzen die wij actief willen ondersteunen, en waarvoor we actief aansturen op samenwerking met lokale ondernemers (koppeling met Blue Sunday zal vaak voor de hand liggend zijn)

Waar mogelijk zullen wij ook evenementen financieel ondersteunen, waarbij wij er wel voor waken niet te financieren wanneer er ook een subsidie vanuit de Gemeente wordt verstrekt, omdat er dan sprake van dubbele subsidiëring is.

De SCMD zal ondersteuning bieden aan een aantal nieuwe initiatieven, in de startfase wanneer nodig ook met een financiële inspanning.

Ten slotte zijn wij ervan overtuigd dat de cultuursector versterkt kan worden door intensievere samenwerking met de ondernemers in de stad, en vice versa.

Daarom zullen wij ons richten op het verbinden van beide sectoren, middels inzet van de Centrum- en Community Manager en de intensivering van de communicatie op dat vlak.

2.2) Gouden Eeuw

Het Stadsprogramma Vermeer heeft ons in 2016 laten zien dat we middels goede samenwerking in staat zijn mooie resultaten te boeken op heel korte termijn.

Ook in 2018 zijn er onder Delft Marketing dergelijke samenwerkingen ontstaan binnen het Gouden Eeuw project.

We zetten ons graag in voor het samenbrengen van partijen in het Gouden Eeuw-jaar.

De Community Manager zal hierin een grote rol krijgen, zij zorgt voor de SCMD voor de verbinding met individuele ondernemers en zal deze enthousiasmeren om aan te haken bij verschillende projecten.

De SCMD blijft het Gouden Eeuw project via Delft Marketing financieel binnen programmalijs Economie in Beweging / Push op Promotie steunen. Het Gouden Eeuw jaar wordt zo het vliegwiel voor een duurzame samenwerking tussen SCMD/ BOB en Delft Marketing voor het versterken van de promotie naar de eigen inwoner en de regio.

3) Gastvrij, Verbonden en Ontsloten

3.1) Kwaliteit Openbare Ruimte

De gastvrijheid van de stad is 1 op 1 verbonden met de aanblik en het gebruiksgemak wat een stad qua openbare ruimte te bieden heeft.

Het verder werken aan substantiële verbeteringen van de infrastructuur blijft daarom een speerpunt voor de SCMD.

Prioriteit heeft afronding van project “De Rode Loper”, de herontwikkeling van het traject Binnenwatersloot – Peperstraat – Oude Langendijk.

Onze ambitie is om in 2019 deze SCMD wens gerealiseerd te zien.

In 2019 richten we werkgroepen op naar het model van de werkgroep “De Rode Loper” om soortgelijke herontwikkelingen op andere plaatsen te entameren en te realiseren.

Op dit moment zien wij 4 locaties die behoefte hebben aan een dergelijke voorbereiding:

- **Nieuwe Langendijk:**
Stakeholders op de Nieuwe Langendijk hebben aangegeven graag een traject aan te vangen met het oog op de herontwikkeling van de Nieuwe Langendijk, waarbij de Rode Loper (Binnenwatersloot tot Blauwe Hart) wordt doorgetrokken tot de Koepoortplaats. Hierdoor ontstaat er een duidelijk herkenbare route dwars door de binnenstad. Gezien het gewijzigde gebruik van de Nieuwe Langendijk door het werven van touringcars zien wij zeker ruimte om middels herontwikkeling deze straat beter aan te passen aan het nieuwe gebruik (grote groepen wandelende toeristen).
- **Vesteplein:**
Ondernemers en culturele instellingen aan het Veste- en Bastiaansplein hebben reeds goede stappen gezet om het Vesteplein te transformeren tot Delfts eigen Cultuurplein. Wij zullen dit project op verzoek van de werkgroep rondom het Vesteplein ondersteunen met inzet van de Centrum- of Community Manager.
- **Markt:**
Ondernemers op de markt werken samen met de SCMD aan een integraal plan van aanpak om een aantal thema's en aspecten (beeldkwaliteitsplan, op- en afbouw terrassen, evenementen) te verbeteren om zo tot een optimale beleving van dit plein te komen.
In 2019 willen we samen met alle stakeholders komen tot een plan wat in co-creatie en cofinanciering uitvoering kan krijgen in 2019-2020.
- **Brabantse Turfmarkt:**
We willen een beeldkwaliteitsplan opstellen voor de Brabantse Turfmarkt, om deze middels een investering in zonneschermen, reclame-uitingen en andere beeldbepalende elementen de Brabantse Turfmarkt een eenduidige “ouderwets gastvrije” uitstraling te geven. Ook het fietsparkeerprobleem en de huidige verlichting behoeft de nodige aandacht in dit gebied.
In 2019 zullen wij dit idee samen met initiatiefneemster Ingrid Maria Meijer verfijnen en omzetten in een uit te voeren plan.

De huidige feestverlichting heeft naar verwachting een resterende levensduur van 2 tot 3 jaar. Graag staan wij BOB bij in een traject om te komen tot een integrale financiële dekking en organisatie. De Centrummanager speelt een adviserende en verbindende rol.

Bij voorkeur zien wij in de toekomst innovatieve sfeerverlichting, gedragen door BOB, ondernemers, TU Delft en andere stakeholders.

We onderzoeken daarnaast samen met de stakeholders manieren om de aanblik van de stad verder te verbeteren. Daarbij denken we aan:

- Verwijderen van sigarettenpeuken uit het straatbeeld door aangepast schoonmaakmateriaal (peukenzuiger) of ingegraven “peukenputjes”
- Stimuleren van groen in de stad (verticaal en horizontaal)
- Stimuleren van verwijdering van graffiti.
- Stimuleren van verbeteren oude/monumentale stadsstoepen

In 2019 willen we deze aspecten aankaarten bij de gemeente Delft met het oog op mogelijke realisatie in 2020.

3.2 WIFI/ Eduroam /Smart City

Na de uitrol van WIFI op de pleinen in 2015 willen wij het netwerk in 2019 uitbreiden naar alle bezoekersgebieden in de gehele binnenstad.

Dit betekent wel een grote financiële uitdaging. Maar er zijn ook een aantal praktische vragen.

Het WIFI netwerk kan namelijk uitgerust worden met een scala aan smart-city toepassingen. In 2019 willen wij hierover samen met diverse partijen keuzes maken en een uitvoerings- en dekkingsplan opstellen.

3.3) Bereikbaarheid

Met de werkzaamheden aan de St- Sebastiaansbrug in 2019 is onze opgave de bezoeker zo goed mogelijk wegwijs te maken in Delft.

Wij zullen het project nauwgezet volgen en ondernemers in het Zuidpoort gebied ondersteunen waar nodig en mogelijk.

Ook de veranderingen rond de Phoenixstraat en wijzigingen in verkeersstromen in “De Rode Loper” hebben een impact op de routes die onze bezoekers gewend zijn.

Wij zullen in 2019 gevraagd en ongevraagd advies geven over deze thematiek.

Wij zullen ons hierbij richten op:

- Concurrerende parkeertarieven
- Bebording in en rond het centrum
- Bebording van voetgangersroutes met specifieke aandacht voor toeristen
- Bebording t.b.v. de parkeergarages
- Vaste haltes voor Delft City Shuttle
- Betere zichtbaarheid voor de Canal Hopper
- Gastvrij beleid voor onbewust foutparkeren door bezoekers (1^e keer waarschuwing)

4) Netwerk en Partnerschap

4.1) Versterking Achterbannen

De SCMD zal zijn leden vragen om hun achterban te informeren en te motiveren om eendrachtig achter het jaarplan van de SCMD te gaan staan. Het jaarplan is een weerspiegeling van de aangeleverde input van alle AB leden en zal daarom breed en actief gedragen moeten worden door de AB leden en hun achterban. Tussentijds en op het einde van het jaar wordt geëvalueerd welke resultaten behaald zijn. Dit moet de opstap zijn voor het formuleren van de ambities voor 2020.

Een doorlopende ambitie van de SCMD is het uitbreiden van het netwerk en de achterbannen. Bijzondere aandacht is daarbij van het aan mekaar koppelen van culturele en toeristische instellingen en de Ondernemers en andere stakeholders in de stad.

4.2) Netwerk

De SCMD bestaat bij gratie van een sterk en goed functionerend netwerk.

In de afgelopen jaren is dat netwerk gegroeid en versterkt door inspanningen van het bestuur en de inzet van de Centrummanager.

- Chainels:
Chainels presteert in 2018 nog steeds ondermaats in de binnenstad.
Andere gebieden in Delft zien wel goede resultaten. Dit heeft geleid tot financiering via OFD Stadsbreed.
De Community Manager wordt verantwoordelijk voor het promoten van Chainels.
De resultaten worden gemeten in aantal deelnemers en in verhoging van de betrokkenheid van die deelnemers en de partijen die informatie delen via het platform (hulpdiensten, gemeente, Delft Marketing, ...)
Te zijner tijd zal het ondernemersplatform, in welke vorm dan ook, ook informatie over bezoekersstromen, omzetcijfers, bezoekersonderzoeken etc. moeten gaan tonen. (zie hoofdstuk 5, monitoring)
- Delft Verbindt:
Delft Verbindt kan zonder meer een succes genoemd worden.
Daarom verbinden wij ons ook in 2019 aan dit initiatief, wat een uitstekend vehikel is om het netwerk binnenstad te verbinden aan het bredere stadsnetwerk.

4.3) Centrummanager/ Community Manager

In de afgelopen 4 jaar is de rol en de functie van de Centrummanager duidelijk gegroeid. Na het opbouwen van het netwerk in 2015 konden in 2016, 2017 en 2018 successen geboekt worden.

Door de steeds strategischer wordende rol van de Centrummanager en het onvoldoende functioneren van Chainels is een Community Manager in 2018 aangenomen om de individuele ondernemer beter te bereiken.

De taken en de rollen van Centrummanager en Community Manager:

- Centrummanager
Door de omvang van het netwerk en de diversiteit aan thema's is de rol van de Centrummanager steeds meer verschoven naar het strategische vlak.
De Centrummanager is de Bedrijfsleider die zich per project omringt met geschikte mensen om in samenwerking resultaten te boeken. Veelal is dat in samenwerking met de ondernemers, gemeente en vastgoedeigenaren.
Deelprojecten van de Centrummanager zijn:
 - Afstemmen lobby
 - Externe Funding
 - Intensiveren samenwerking BOB
 - Evenementenvisie/ -beleid

- Lange termijnvisie DDVD
- Externe communicatie verbeteren

De nieuwe Centrummanager zal naast de uitvoering van het jaarplan ook de ruimte krijgen om zijn/haar netwerk in Delft op te bouwen, aangezien dit netwerk de basis van het succes is.

- Community Manager

De Community Manager heeft als corebusiness het bezoeken van ondernemers en hen meenemen in onze gezamenlijke (SCMD en BOB) visie op Delft. De Community manager werft actief ondernemers voor deelname aan projecten, evenementen, Blue Sunday, Samenwerkingsmonitor, Chainels en motiveert ondernemers om een actieve rol in het vermarkten van Delft te pakken, hetzij via het delen van Facebook berichten, hetzij via Blue Sunday en DM partnerships of zelfs via het actief promoten van ander Delfts aanbod bij de eigen klanten.

De Community Manager werkt aan de realisatie van concrete KPI's (verhogen aantal aanmeldingen Chainels, aantal leden Blue Sunday, deelnemers aan evenementen, aantal deelnemers Samenwerkingsmonitor ...)

5) Analyse en Prognose

5.1) Monitoring

Met het professionaliseren van BOB en SCMD groeit de vraag naar inzicht in resultaten. Daarom ontwikkelen wij in 2019 samen met Platform Toerisme een monitoringtool die ons inzicht zal verschaffen in een aantal Key Performance Indicators voor de binnenstad.

Denk hierbij aan de rode draad:

- Bezoekersaantallen
- Verblijfsduur
- Gemiddelde besteding

Gekoppeld aan:

- Leegstand
- Bezoekerswaardering
- Doel van bezoek

Al deze factoren willen wij in een handige tool combineren zodat het voor verschillende partijen (SCMD, Ondernemers, Culturele instellingen, gemeente) eenvoudig wordt om analyses te maken en te benchmarken.

Als wezenlijk onderdeel van de monitoringtool willen wij de Samenwerkingsmonitor in 2019 blijven ondersteunen en tegelijkertijd een traject met hen inzetten om de monitor duurzaam zelfstandig te maken. Ook willen we dat de SWM een bredere dekking krijgt onder ondernemers, en willen we culturele instellingen en de warenmarkt een eigen plaats geven binnen de monitor.