

JAARPLAN 2018

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 hierin richtinggevend.

SCMD heeft een eigen taak in de uitvoering van de nota Vitaal en Gastvrij: het selecteren en laten uitvoeren van projecten die voor cofinanciering in aanmerking komen. Cofinanciering houdt in dat de gemeente aan de SCMD 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.

Nieuwe werkwijze

Nieuwe structuur: Dagelijks Bestuur / Algemeen Bestuur

2017 was voor de SCMD een transitiejaar.

Meerdere factoren, waaronder ontwikkelingen in de stad, de behoefte aan meer uitvoeringsgericht werken, ontwikkelingen in het BOB en besprekingen rond de herijking van de nota 'Binnenstad Vitaal & Gastvrij' vroegen om een meer daadkrachtige werkwijze.

Gekozen werd voor een AB/DB structuur.

Het AB houdt dezelfde bezetting en zal zich met name richten 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.

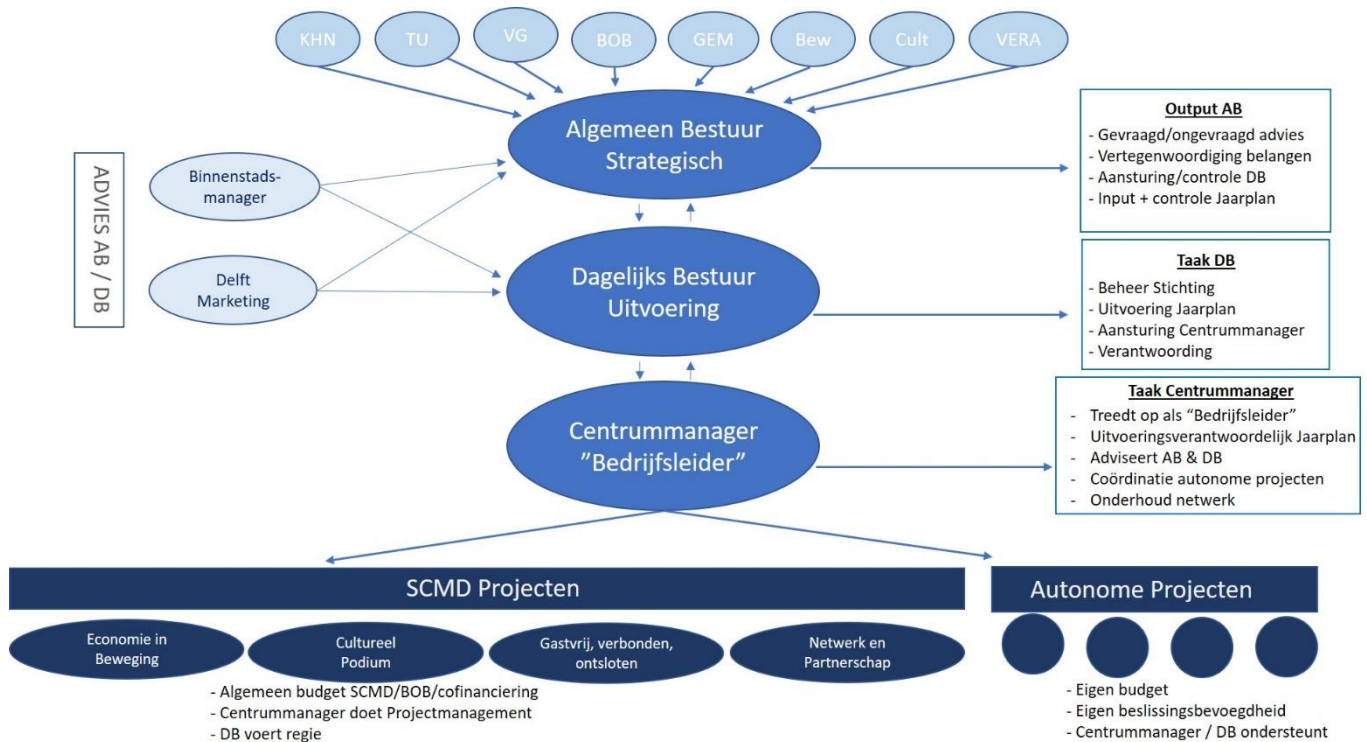
Het DB bestaat per ultimo 2017 uit:

- Peter Ruysch: Voorzitter
- David Lansen: Secretaris
- Margot Nicolaes: Penningmeester
- Kees Koreneef
- Rogier Camijn

Het DB vergadert ten minste 8x per jaar, en brengt tevens elk kwartaal verslag 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.

Het organigram van de SCMD ziet er in de nieuwe structuur als volgt uit:



Sinds 2017 zijn er enkele “Autonome Projecten” in de structuur van de SCMD opgenomen. Dit zijn projecten die we belangrijk vinden, waar we een rol in vervullen (veelal door ondersteuning bij uitvoering en financiering), en die baat hebben bij de structuur (incl financiële afhandeling) die de SCMD biedt.

Samenwerking BOB

Door gezamenlijke successen in het verleden, culminerend in een gezamenlijke aanpak van een 11-tal projecten in 2017 heeft het BOB besloten de samenwerking met de SCMD te intensiveren. Dat vertaalt zich in een structurele bijdrage aan het integrale Jaarplan van de SCMD, zowel in projecten, co-creatie als in cofinanciering.

Door het kapitaal (menselijk en financieel) te bundelen kunnen beide organisaties daardoor een uitgebreidere uitvoeringsagenda opzetten, en de vitaliteit van onze binnenstad sterker ondersteunen.

In het opstellen van dit jaarplan is dan ook rekening gehouden met een aantal uitgangspunten die BOB heeft meegegeven.

Speerpunten “belangenbehartiging”, “communicatie”, “Organiseren ondernemers”, “leegstand”, “doelgroepenonderzoek” en “DDVD & Lichtjesavond” worden in dit jaarplan integraal vertaald naar een gezamenlijke uitvoeringsaanpak.

In die uitvoering wordt de functie van Centrummanager aangevuld met een nieuwe Community Manager. Deze beide functies worden binnen alle projecten ingezet om de uitvoering en communicatie handen en voeten te geven.

Hiermee maken we in 2018 de stap naar een toekomstbetendig Centrummanagement.

Thematisch werken

De SCMD zal zich in de uitvoering gaan richten op specifieke thema's binnen de programmalijnen van de nota 'Binnenstad Vitaal & Gastvrij'

Om de impact te meten zal er een monitoringtool opgezet worden, dit in samenwerking met Platform Toerisme en de Samenwerkingsmonitor.

In dit Jaarplan benoemen we 11 thema's onder de verschillende Programmalijnen van de nota. Per thema benoemen we zowel de te behandelen strategische vraagstukken als de concrete uitvoeringsprojecten die we binnen dat thema willen initiëren of verderzetten. In enkele gevallen is de ambitie om nog in 2018 de vertaling te maken van strategisch vraagstuk naar concreet project.

Rode draad

De hoofddoelstelling van de SCMD is 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

De projecten in dit Jaarplan zijn allen geselecteerd op basis van onze overtuiging dat ze bijdragen aan 1 of meer van deze factoren

Jaarplan 2018 per programmalijn

Inhoudsopgave:

1) Economie in Beweging

1.1) Living Lab Aanpak Leegstand	p5
1.2) Push op Promotie	p5
1.3) Versterken (aanbod) Evenementen	p6

2) Cultureel Podium

2.1) Versterking Sector	p8
2.2) Zichtbaarheid Techniek	p8
2.3) Gouden Eeuw	p8

3) Gastvrij, Verbonden, Ontsloten

3.1) Kwaliteit Openbare Ruimte	p9
3.2) WIFI / EDUROAM	p10
3.3) Bereikbaarheid	p10

4) Netwerk en Partnerschap

4.1) Verhogen Organisatiegraad	p11
4.2) Netwerk	p11
4.3) Centrum- en Community management	p11

5) Analyse en Prognose

5.1) Monitoring	p12
-----------------	-----

1) Economie in Beweging

1.1) Aanpak Leegstand (Uitvoering)

De inspanningen van de afgelopen jaren binnen dit Living Lab zien wij per ultimo 2017 beloond met landelijk het laagste leegstandspercentage voor een binnenstad. (ca 3,9%)

Wij zien in de praktijk dat er bijna uitsluitend sprake is van frictieleegstand. Een zaak sluit, verhuurd, of verdwijnt om een andere reden, en het pand wordt binnen enkel enkele maanden door een nieuw concept gevuld.

In 2018 gaan wij nog sterker inzetten op onze strategie om actief te werven onder aansprekende innovatieve Retail concepten, om deze tijdelijke leegstand telkens te benutten als kans om het aanbod in Delft te versterken (op kwaliteit en diversiteit). Op deze manier zijn wij ervan overtuigd dat we een gunstig vestigingsklimaat zullen behouden en daarmee ook de lage leegstand kunnen vasthouden.

Om interessante concepten beter op het vizier te krijgen zullen we gaan samenwerken met InRetail, met adviseurs doorheen het hele land heeft deze partij de unieke positie om interessante concepten voor Delft aan te wijzen en ons in contact te brengen met de ondernemers achter die formules.

1.2) Push op promotie

Strategisch / Uitvoering:

Wij zien 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 potentiële bezoeker vanuit 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 hebben met bezoekersaantallen die niet passen bij een economie die nu al enkele jaren gezonde groei laat zien.

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

Strategisch:

In 2017 hebben wij gebrainstormd met Delft Marketing, op basis daarvan denken wij dat dit bij uitstek de partij is om lokale- en regionale promotie een impuls te geven mits zij daarvoor ook over de juiste middelen (personeel & financiën) kunnen beschikken. Daarvoor moet er ook extra financieringsbereidheid bij gemeente, ondernemers, ondernemersverenigingen en de cultuursector gevonden worden (naast BOB/OFD)

Wij willen Delft Marketing Versterken.

SCMD zal zich hierin op inhoud (locaal / regionaal) adviserend opstellen.

Ook aan de met het uitbreiden van werkzaamheden gekoppelde investering zullen wij bijdragen.

Vervolgens zullen wij adviserend optreden bij het bepalen van de resultaatafspraken voor wat betreft de extra inspanningen die Delft Marketing in dit kader zal gaan leveren.

Uitvoering:

- Extra stadspromotie via Delft Marketing:
De SCMD zal zich zowel op het gebied van financiering en het zoeken naar cofinanciering als op het gebied van samenwerking (inzet Centrummanager en Community Manager, zie hoofdstuk Netwerk en Partnerschap) committeren aan een push op stadspromotie in Delft en de regio.

Hiertoe zal er toegewerkt worden naar een nauwere samenwerking tussen SCMD en Delft Marketing.

Vanuit de brede uitvraag Jaarplan zijn er een groot aantal ideeën voor stadspromotie ontvangen die in de loop van 2018 verder onderzocht en uitgevoerd dienen te worden.

- Blue Sunday:
In 2017 heeft Blue Sunday een mooie stap in professionalisering kunnen maken door in nauwe samenwerking met de SCMD aan te haken op diverse evenementen (Delft Serveert, Elite Model Look, Technieketalages, DDVD) en om financiering te krijgen via de gemeente (Prestatiesubsidie) en sponsoring vanuit Rabobank.
In 2018 ondersteunen wij Blue Sunday met de inzet van de Centrummanager en de Community Manager, onze ambitie is om Blue Sunday structureel te verstevigen en te laten verdubbelen in aantal deelnemers.
Tevens willen wij Blue Sunday ondersteunen door het koppelen van de Blue Sunday leden aan een aantal projecten en evenementen in 2018, waardoor zij van voordelen mogen genieten die niet leden niet hebben. Dit om ervoor te zorgen dat meer bedrijven zich aanmelden als lid van Blue Sunday.

1.3) Versterken (aanbod) evenementen

Strategisch:

Delft heeft behoefte aan een duidelijke visie op het gebied van Evenementen.

In onze ogen moet Delft bepalen welk type evenement gewenst is in de stad aan de hand van doelgroep bepaling, kwaliteitsniveau en ambities, en een gepaste focus op de lokale en regionale bezoeker.

Onze eerste prioriteit voor 2018 is het opstellen van deze visie, het oprichten van een Adviesorgaan (cfr Rotterdam Festivals), en het opnemen van een bindend advies van dit orgaan binnen het evenementenbeleid van de Gemeente Delft.

Welke functieprofielen er passen bij dit adviesorgaan dient met stakeholders afgestemd te worden.

Uitvoering:

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

- Elite Model Look:
Na een succesvolle eerste editie in 2017 willen wij in 2018 opnieuw een castingdag in Delft aantrekken. Dit evenement hebben we in 2017 voor het eerst naar Delft gehaald om Delft ook als modestad op de kaart te zetten.
Na een succesvolle eerste editie willen we dit evenement ook in 2018 aan de stad binden, bij voorkeur met een landelijk prominentere rol.
Hiermee willen we meer funshoppers aantrekken, die bijdragen aan een hogere gemiddelde besteding.
- 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 2018 inzetten op het versterken van "De Donkere Dagen van Delft".
Vanaf begin 2018 zullen wij een werkgroep met stakeholders formeren die verantwoordelijk wordt voor een kwalitatief en kwantitatief sterk programma, ondersteund met 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 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 2018 gaan we verder op het in 2017 ingezette pad om een jaarlijkse kwalitatief hoogwaardige- en bij Delft passende Kerstmarkt neer te zetten, in 2018 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 nr1 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 Sector

In het verleden is het lastig gebleken om de culturele sector te verenigen.

De reden waarom dit minder eenvoudig is als bij de overige AB-achterbannen is dat de sector bestaat uit partijen met een veel diverser aanbod en zeer verschillende businesscases, van amateurgezelschap tot Museum Prinsenhof.

Toch beogen wij in 2019 te komen tot 1 tafel waaraan deze diverse partijen goed vertegenwoordigd zijn.

Binnen onze totaalaanpak op het gebied 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 samenwerking tussen cultuur en ondernemers versterken, dit door een aantal evenementen aan te wijzen die wij actief willen ondersteunen, en die we actief willen laten samenwerken 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 zullen waken niet te financieren wanneer er ook een subsidie vanuit de Gemeente wordt verstrekt, omdat er dan sprake van dubbele subsidiëring zou zijn.

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

Zo willen we in 2018 meewerken aan de oprichting van Poppodium Delft en aan het ontwikkelen van een nieuwe kunstroute door de stad.

2.2) Zichtbaarheid Techniek

De SCMD wil na pilotjaar 2017 blijven inzetten op het permanent zichtbaar maken van Techniek in de Delftse Binnenstad.

Dit door voortgezette steun aan Gemeente / TU Delft – project “Zichtbaarheid Techniek” middels inzet van de Centrummanager, en door het ondersteunen van IFOT door via de Centrummanager het stadsnetwerk actief in te zetten.

Specifiek project “Technieketalages” zal tot uitvoering komen in 2018.

Na uitgebreide voorbereiding in 2017 zullen er begin 2018 stukken uit de TU-collectie verschijnen in een 30-tal winketalages (bestaande winkels) in de Delftse Binnenstad.

Deze locaties zullen worden opgenomen in een te ontwikkelen techniekroute door de stad, die naast de etalages ook een aantal voor de TU belangrijke gebouwen en locaties zal omhelzen.

Delft marketing is verantwoordelijk voor een online en offline route die beschikbaar zal worden gesteld aan bezoekers via onder andere de VVV en de beschikbare online-kanalen (o.a. delft.com)

2.3) 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.

Daarom zetten wij ons graag in voor het samenbrengen van partijen ter voorbereiding op het Gouden Eeuw-jaar in 2019.

Hiervoor zullen zowel de Centrummanager als de Community Manager een rol krijgen.

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 te bieden heeft.

In de afgelopen jaren is er sprake geweest van verrommeling van de binnenstad.

Wij zijn verheugd dat de Gemeente extra financiële inspanningen gaat leveren op het gebied van het onderhoud van de openbare ruimte. Wij zien een groot belang in het aanpakken van de verouderde bestrating, verlichting, bewegwijzering en vuilopvang door het gehele centrum.

Wij willen op onze beurt werken aan substantiële verbeteringen aan de infrastructuur.

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

Onze ambitie is om in 2018 deze wens gerealiseerd te zien.

Voor 2018 betekent dit zorg dragen voor de uitvoering van het project met aanvang 1^{ste} of 2^{de} kwartaal en in samenwerking met de gemeente.

Afhankelijk van de keuze die de gemeente daarin maakt kan de SCMD via een Right to Challenge opdrachtgever voor de werkzaamheden worden.

Wij zullen mits de uitvoering in 2018 plaatsvindt een cofinanciering opzetten met vastgoedeigenaren en ondernemers op dit traject, waarbij de ambitie is om een bedrag tussen de € 50.000 en € 150.000 op te halen.

In 2018 zullen we ook werkgroepen opzetten naar het model van werkgroep “De Rode Loper” die voorbereidend werk zullen verrichten om soortgelijke herontwikkelingen op andere plaatsen te realiseren.

Op dit moment zien wij 5 locaties die behoefte hebben aan een dergelijke voorbereiding:

- Kloksteeg:
Deze steeg is een notoire graffiti plaats. De muren worden ontsiert door tags, onsamenhangende schilderijen en foute teksten.
Volgens het model van de Bonte Ossteeg willen wij hier een Wall-artist de steeg laten omtoveren tot een steeg waar toeristen zichzelf in laten fotograferen.
In de loop van 2018 willen wij van concept via goedgekeurd ontwerp naar uitvoering gaan, waarbij het van belang is dat er een nanocoating aangebracht wordt waardoor de investering minimaal 6 jaar rendement levert.
- Nieuwe Langendijk:
stakeholders op de Nieuwe Langendijk hebben aangegeven graag een dergelijk traject aan te vangen met het oog op de herontwikkeling van de Nieuwe Langendijk in lijn met de Rode Loper, om zo tot 1 herkenbaar geheel te komen van de Poort van Delft (Binnenwaterslot) tot de touringcarparkeerplaats bij het Hampshire Hotel. Gezien het gewijzigde gebruik van de Nieuwe Langendijk door het weren 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 op het Veste- en Bastiaansplein hebben reeds geïnvesteerd in de visualisatie van een aantal mogelijkheden om met name het Vesteplein te transformeren tot Delfts eigen Cultuurplein.
Wij willen deze plannen verder concretiseren in samenwerking met de gemeente om in de komende jaren met een integrale aanpak (fietsersproblematiek, verkeersproblematiek, ...) te komen tot een gedegen plan van aanpak.

- Markt:
Ondernemers op de markt werken samen met de SCMD aan een integraal plan van aanpak waarin een aantal thema's (beeldkwaliteitsplan, op- en afbouw terrassen, evenementen) verbeterd moeten worden om tot een optimale beleving van dit plein te komen.
Ook hierin willen we in 2018 met alle stakeholders komen tot een plan wat in co-creatie en cofinanciering uitvoering kan krijgen in 2018-20189.
- Brabantse Turfmarkt:
Vanuit de brede uitvraag voor dit Jaarplan ontvingen wij een aansprekend idee om de beeldkwaliteitsplan op te stellen voor de Brabantse Turfmarkt en om vervolgens 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 2018 zullen wij dit idee samen met initiatiefneemster Ingrid Maria Meijer verfijnen tot een nog in 2018 uit te voeren plan.

3.2 WIFI / Eduroam /Smart City

Na de uitrol van WIFI op de pleinen in 2015 willen wij het netwerk in 2018 uitbreiden naar alle bezoekersgebieden in de gehele binnenstad.

Deze uitbreiding willen we realiseren door gebruik te maken van een Europese subsidie.

De EU trekt in de periode 2017-2019 voor WiFi4EU een bedrag van 120 miljoen euro uit.

Daarmee subsidieert ze de installatie van geavanceerde wifi-apparatuur op centrale locaties.

Vanzelfsprekend willen we EDUROAM hier integraal aan koppelen (3/4 van het gebruik op de pleinen behelst Eduroam).

Vervolgens zullen wij ons richten op Smart City toepassingen die we aan het netwerk kunnen koppelen, te beginnen met passantentellingen (zie hoofdstuk 5: Monitoring)

3.3) Bereikbaarheid

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

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 2018 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
- Bebording tbv de parkeergarages
- Vaste haltes voor Delft City Shuttle
- Betere zichtbaarheid voor de Canal Hopper

4) Netwerk en Partnerschap

4.1) Versterking Achterbannen

De SCMD maakt een professionaliseringsslag door.

Deze professionalisering kan alleen leiden tot optimale resultaten als de SCMD ook daadwerkelijk voldoende draagvlak heeft in de achterbannen, daarom willen wij daar structureel aan gaan werken.

De SCMD zal zijn leden vragen om hun achterban te informeren en motiveren en om eenduidige 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 welk resultaat de genomen stappen hebben gehad, en worden er ambities voor 2019 geformuleerd.

4.2) Netwerk

De SCMD bestaat bij gratie van een sterk netwerk.

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

- Chainels:
Hoewel Chainels beneden verwachting presteert is het op dit moment het enige communicatieplatform voor de Delftse Ondernemer.
Gezien het (Re-)organiseren van diversen partijen in de binnenstad en het daaraan koppelen van 1 communicatieplatform zullen wij in 2018 Chainels voorlopig nog blijven ondersteunen.
Tegelijkertijd zullen wij het functioneren van Chainels evalueren, en op basis daarvan voor 2019 de keuze maken om aanpassingen aan het bestaande systeem te maken waardoor het zijn doel wel bereikt, óf kiezen voor een nieuw communicatieplatform. 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:
Na een succesvol startjaar voor Delft Verbindt (3 succesvolle events, meer dan verdubbeling van het aantal bezoekers aan de Zomerbarbecue) verbinden wij ons ook in 2018 aan dit initiatief, wat een uitstekend vehikel is om het netwerk binnenstad te verbinden aan het bredere stadsnetwerk.

4.3) Centrummanager / Community Manager

De afgelopen 3 jaar heeft de Centrummanagersfunctie haar rol gevonden in Delft.

Na het opbouwen van het netwerk in 2015 konden in 2016 en 2017 successen geboekt worden.

Door de steeds strategischer wordende rol en het onvoldoende functioneren van Chainels is er een behoefte ontstaan om de individuele ondernemer beter te bereiken,

- 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.
- Community Manager
Wij zullen een Community Manager aanstellen om een betere verbinding met de ondernemers te krijgen. Deze Community Manager heeft als core-business om ondernemers te bezoekers en hen mee te nemen 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, zelfs via het actief promoten van ander Delfts aanbod bij de eigen klanten.

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 2018 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 2018 financieel 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.