

Promotie Ondernemers Binnenstad Dordrecht

Jaarplan 2019

1. Inleiding

De POBD is een vereniging van ondernemers, die met elkaar willen werken aan het stimuleren van het winkel- en horecabezoek aan de Dordtse binnenstad en het verhogen van de bestedingen in die binnenstad. Dat doet ze door activiteiten, evenementen, campagnes en projecten te initiëren, te (laten) organiseren en financieel te ondersteunen.

Een ondernemersfonds als basis

Door invoering van een reclamebelasting in 2015 genereert de Gemeente Dordrecht een inkomstenstroom ter grootte van ca €100.000 waarmee de activiteiten van de POBD worden gefinancierd. Daarnaast besteedde de gemeente de afgelopen jaren een budget van circa € 65.000 ten behoeve van het centrummanagement. Besloten is om beide bedragen bij elkaar te voegen en jaarlijkse ter beschikking te stellen aan de POBD. Die heeft hiermee een stevig werkbudget om haar doelen mee te kunnen realiseren. Deze afspraak om een specifieke belasting via de POBD in te zetten voor promotie van de Dordtse binnenstad is gemaakt voor een periode van vier jaar 2015 - 2018. Er zijn nieuwe plannen en ontwikkelingen waar zowel de gemeente Dordrecht als de POBD aan werken, maar die zijn nog niet helder uitgewerkt. Om de POBD in 2019 toch haar belangrijke werkzaamheden te kunnen laten continueren, heeft de gemeente Dordrecht aangegeven om voor dat jaar eenzelfde aanpak en budget voor te staan (ca € 165.000).

Rol van de POBD

De primaire rol van de POBD is om het ondernemersfonds te beheren en te besteden aan activiteiten die het bezoek aan en de besteding in het centrum bevorderen. Het concept van die activiteiten ontwikkelen de ondernemers zelf, of in samenspraak met andere partners. Bij deze rol hoort dat de POBD ook aanvullende financiële middelen kan verwerven.

Deze vorm van evenement-organisatie doet zich zowel voor bij activiteiten binnen de 4 deelgebieden als bij Binnenstadsbrede activiteiten. Het POBD-bestuur en/of de Werkgroepen zijn dan feitelijk de eigenaar van zo'n evenement.

Daarnaast ontwikkelde zich – op bescheiden schaal – een tweede rol. De POBD wordt gezien als een kenner en representant van de belangen en opvattingen van de gemeenschap van binnenstadondernemers. Die belangen en opvattingen zijn relevant bij de aanpak van bepaalde vraagstukken inzake de ontwikkeling van de Dordtse binnenstad. Diverse verzoeken om deel te nemen aan overlegplatforms, brainstormsessies en adviesraden zijn tot ons gekomen. Daarvan hebben we er een aantal aanvaard.

Concrete activiteiten

De POBD richt zich zowel op binnenstadsbrede activiteiten als op lokale initiatieven op het niveau van de vier deelgebieden of zelfs op straatniveau. Dat kunnen grotere of kleinschalige evenementen zijn, incidentele acties of langduriger projecten. Alles wat bijdraagt aan meer bezoek en meer besteding kan op de agenda komen.

De lokale activiteiten in de deelgebieden worden in de werkgroepen bedacht en uitgevoerd primair in afstemming met de ondernemers uit het betreffende gebied. Voor Binnenstadsbrede activiteiten wordt samenwerking gezocht met partners, zoals stichtingen die Dordtse evenementen organiseren, Dordrecht Marketing, evenementenbureaus en specifieke afdelingen van de gemeente.

Als representant van de ondernemersgemeenschap neemt de POBD in 2019 deel aan:

- Het Platform Binnenstadsontwikkeling.
- De Adviesraad voor de Detailhandel.
- De zorg voor veilig ondernemen (Werkgroep KVO).

2. Organisatie

Iedere ondernemer in het kernwinkelgebied die een aanslag voor de reclamebelasting ontvangt kan lid worden van de POBD. Het betreft dus niet alleen winkeliers maar ook ondernemers uit de horeca, dienstverlening en andere economische sectoren en branches.

Bestuur

Het bestuur van de POBD bestaat momenteel uit 5 leden: Arien van Pelt (voorzitter), Bert Braanker (penningmeester) en Ad Kasius, Joyce van den Heuvel en Ruud Stellaard namens de Werkgroepen.

De voorzitter vertegenwoordigt de POBD in het overleg met externe partijen en stuurt op een goede samenwerking en afstemming binnen de vereniging. De overige bestuurders zijn elk de aanjager van een werkgroep in één van de vier deelgebieden. Het bestuur wordt tot eind 2018 secretariaeel ondersteund door Corrie van der Kleij. Op dit moment loopt er een sollicitatieprocedure voor haar vervanging

Werkgroepen

Het kernwinkelgebied is opgedeeld in vier deelgebieden die ieder een eigen werkgroep hebben. Deze worden gevormd door ondernemers uit het gebied, eventueel aangevuld met vrijwilligers van buiten. De werkgroepen opereren zelfstandig, maar zijn wel verankerd met het bestuur waar de afstemming op hoofdlijnen plaatsvindt.

ALV

Alle leden van de vereniging vormen tezamen de Algemene Leden Vergadering. Dit is uiteindelijk het hoogste besluitvormende orgaan binnen de vereniging. Ze stelt jaarlijks het jaarplan + de begroting vast en geeft daarmee het bestuur een kader waarbinnen deze kan functioneren. Het bestuur legt één maal per jaar verantwoording af aan de ALV voor haar gevoerde beleid en de besteding van de middelen. Dit betreft zowel de Binnenstadsbrede activiteiten als de activiteiten binnen de vier deelgebieden. Ook tussentijds kan het bestuur belangrijke voorstellen of besluiten voorleggen aan de ALV. Tenslotte benoemt de ALV de leden van het bestuur en schorst of ontslaat dezen, mocht dat nodig zijn.

Geen overhead

De organisatie kent behalve wat algemene kosten geen kosten voor overhead. De bestuurders doen hun werk onbezoldigd en er is geen vaste uitvoeringsorganisatie. Alle benodigde capaciteit wordt ingehuurd waar en wanneer nodig.

Relatie met gemeente

De POBD is een vereniging die zelfstandig opereert in het ontwikkelen van activiteiten en het besteden van middelen. De gemeente is de partij die de reclamebelasting int. Zij maakt de ontvangen gelden na aftrek van de gemaakte inningskosten over naar de POBD. Aan deze uitbetaling is een uitvoeringsovereenkomst gekoppeld waarin de POBD jaarlijks (door middel van dit jaarplan + begroting) aangeeft hoe zij de ontvangen gelden wil gaan besteden in dat jaar.

3. Uitvoeringsprogramma op hoofdlijnen

3.1 Algemeen en incidenteel

Een klein deel van het budget wordt gereserveerd voor algemene kosten, zoals het voeren van de secretariaat, de administratie en het verzorgen van de communicatie (intern en extern). Daarnaast is er een bedrag nodig om onvoorziene kosten of incidentele kansen te kunnen financieren.

3.2 Samenwerken met sterke evenementen

Er is een aantal evenementen dat al sinds jaren succesvol de Dordtse binnenstad op de kaart zet. Denk aan o.a. Dordt in Stoom, het muziekfestival Big Rivers en de Kerstmarkt. Deze evenementen trekken veel publiek. Ze werden in het verleden al ondersteund door de SCD en werkten al vaak samen met (groepen van) binnenstadsondernemers.

De POBD vindt dat deze evenementen veel bijdragen aan het stimuleren van bezoek en besteding. Daarom verdienen ze ook steun en aandacht. Maar we kunnen niet, vanuit onze beperkte middelen, alles wat goed is ondersteunen. Voor 2019 gaat de POBD enkele van deze evenementen opnieuw co-financieren.

Daarbij wordt gewerkt aan een sterkere verbinding tussen het evenement en de belangen van de binnenstadondernemers. Samen willen we de potentie van deze evenementen tot meer bezoek en meer besteding doorontwikkelen.

Daarvoor zijn de ideeën als volgt:

- Met de **Intocht van Sinterklaas** zoeken we naar nieuwe elementen in het concept, waarmee de Sinterklaasinkopen in het eigen kernwinkelgebied in de periode tot 5 december worden gestimuleerd.
- Met de **Kerstmarkt** zoeken naar innovaties in het concept met meer inbreng van de ondernemers. Nu heel veel andere steden ook steeds meer met Kerstmarkten pronken, is Dordrecht toe aan nieuwe stappen om haar voorhoedepositie in Nederland te behouden/versterken. Tevens werken we aan een overtuigender draagvlak voor de markt binnen de lokale ondernemersgemeenschap. Onze goede samenwerkingsrelatie met Dordrecht Marketing geeft vertrouwen dat we hierin iets kunnen gaan betekenen.

In deze samenwerking wil de POBD een forse bijdrage in menskracht investeren in ruil voor een invulling van enkele evenementen, die beter aansluit op de doelen van de POBD. De keuze is om een select aantal evenementen stevig te ondersteunen in plaats van vele evenementen een klein beetje support te bieden.

3.3 Drie eigen evenementen

Dordt Pakt Uit is het feestelijke evenement in het voorjaar (mei), waarin de variatie in de Dordtse middenstand en horeca zich presenteert aan het publiek. Ondernemers verwennen het winkelend publiek met extra's. Aangevuld met muziek- en straattheateracts, die het publiek vermaken en de sfeer verhogen. Voor de POBD is dit festival een mooie gelegenheid om in eigen regie steeds weer nieuwe dingen uit te proberen.

Dordt Smult is een evenement waarin met name de Dordtse horeca en foodsector zich in juni, aan het begin van het terrassenseizoen kan presenteren. Ook horecazaken zijn lid van de POBD en krijgen met een festival vol food & drinks een eigen etalage. Dit gebeurt in goede samenwerking met de lokale afdeling van KHN.

Dordt Fit is een eendaagse happening waarin een gezonde leefstijl centraal staat. Ondernemers die dit thema omarmen tonen zich in al hun veelzijdigheid. Sportactiviteiten vullen het kernwinkelgebied. In overleg met de sportraad en diverse sportclubs is gekozen voor de maand september om de ledenwerving van sportverenigingen maximaal te kunnen faciliteren

3.4 Digitalisering

In 2017 heeft het POBD-bestuur meer kennis genomen van nieuwe ontwikkelingen in de retail. Programma's als **De Nieuwe Winkelstraat** maken duidelijk dat succesvolle detailhandel steeds meer een combinatie gaat worden van fysiek winkelen en internet + nieuwe media. Het grootwinkelbedrijf heeft doorgaans eigen strategieën om op deze ontwikkeling in te spelen. Maar dat geldt veel minder voor lokale ondernemers. Daarom wil de POBD in 2019 verder gaan als aanjager van een zoektocht naar hoe we voor de hele ondernemersgemeenschap in de binnenstad de kansen die internet biedt, beter leren te benutten.

Eén van de instrumenten die hierbij in beeld is, is de telling van passanten. Als je dankzij wifi-technologie beter weet hoeveel mensen wanneer voor je winkel langs lopen, kun je daar op inspelen met nieuwe vormen van presentatie en actie. Daarom bestaat er het partnership van de POBD met de gemeente om een nauwkeurig systeem van passantentelling te onderhouden en hierover te communiceren: **Locatus**. Begin 2018 zijn de metingen gestart en wordt er gezocht naar toepassingsgebieden voor deze nieuwe informatie.

3.5 Sfeerverlichting

In 2017 heeft de POBD in samenwerking met de gemeente Dordrecht een nieuwe **winter-sfeerverlichting** voor het kernwinkelgebied gerealiseerd. We hebben de verantwoordelijkheid op ons genomen om het beheer te verzorgen van deze voorziening. Dat doen we dus ook in 2019. De POBD is in overleg met aangrenzende winkelgebieden over uitbreidingsmogelijkheden van de sfeerverlichting.

3.6 In de deelgebieden

In de vier deelgebieden worden specifieke promotie-activiteiten gerealiseerd. De helft van het POBD-activiteitenbudget wordt hiervoor bestemd. Tot op het niveau van individuele straten kunnen (groepen) ondernemers gezamenlijk plannen maken en uitvoeren om meer bezoek en besteding naar hun deel van de binnenstad te halen.

Deze activiteiten zijn veelal kleinschalig van aard en worden op een kortere termijn (van 4 weken tot 3 maanden van te voren) onder regie van de werkgroepen georganiseerd. Een alomvattende kalender voor 2019 is daarom slechts globaal aanwezig.

De **Werkgroep 1, Voorstraat West & Grote Spuistraat** kiest een paar activiteiten als speerpunt:

Duurzame aankleding van de straat is in onderzoek, naast de terugkerende groenvoorziening. Korte acties met Moeder- en Vaderdag, een Buitenspeeldag en een muzikale verrassing vormen de grote lijnen. Integratie van alle media, inclusief de outcome van de passantentelling, moeten de uitstraling van dit deelgebied verder vergroten.

De **Werkgroep 2, Vriesestraat-Voorstraat Midden** zet haar inzet voor een aantrekkelijk straatbeeld met rode lopers, vlaggen etc. door.

Versterking van het netwerk van ondernemers krijgt veel aandacht: borrel organiseren, nieuwe winkeliers bezoeken, nieuwsbrieven opstellen en distribueren, de Facebookpagina beheren en dergelijke.

Diverse eendaagse acties staan gepland in het voorjaar, naast een afsluitend evenement in de kerstmaand.

De **Werkgroep 3, Drievriendenhof-Statenplein-Scheffersplein-Voorstraat Augustijn** kiest enkele speerpunten:

Voor het Scheffersplein zijn dat **muzikale buitenevenementen**, die werking van de terrassen versterken.

In Voorstraat Augustijn zal in juni en **Kunstplein** worden gehouden. Daarnaast is er in augustus een Landenweekend gepland; dit jaar is dat Italië. Verder vragen eerder gerealiseerde toevoegingen aan het straatbeeld, zoals vlaggen, rode lopers en plantenbakken om beheer.

Voor activiteiten in dit werkgebied wordt goed samen gewerkt met CBRE, de beheerorganisatie voor de winkelpassage Drievriendenhof en de grote winkelpanden rond het Statenplein/Kolfstraat.

De **Werkgroep 4, Bagijnhof-Achterom-Visstraat-Sarisgang** kiest een paar binnenstadbrede activiteiten als speerpunt. Zij dragen bij aan de totale kosten die vanuit het bestuur hiervoor gemaakt worden.

3.7 Ontwikkeling

Voor ontwikkeling en vernieuwing van promotie-activiteiten staat de POBD altijd open. De consument wil immers steeds weer iets nieuws ervaren. Dat maakt vernieuwing tot een voorwaarde voor herhalingsbezoek. Organisaties en individuen met nieuwe ideeën zijn altijd welkom. Ze kunnen zich melden bij het POBD-bestuur.

In dit kader verdient ook vermelding een recente ontwikkeling binnen de gemeentelijke organisatie. Nog meer wil de gemeente Dordrecht inzetten op **co-creatie en gedeelde verantwoordelijkheid** als het gaat om de ontwikkeling van de Dordtse binnenstad. Dat betekent concreet dat de POBD gevraagd wordt om samen met andere partijen een actievare rol te nemen in het formuleren en kiezen van beleid en het participeren in de uitvoering van dat beleid. Meer invloed dus om de ontwikkeling van de binnenstad naar eigen inzichten vorm te geven. Maar bij meer invloed hoort ook meer verantwoordelijkheid durven dragen voor gemaakte keuzes.

Om zo'n intensievere rol te kunnen spelen zal de interactie met de leden van de vereniging ook intensiever moeten worden. Als je invloed wil, moet je ook draagvlak kunnen creëren voor beleidsvoorstellen en moet je plannen kunnen uitvoeren als ze worden gehonoreerd. Dat betekent dat de relatie met onze achterban niet meer zo vrijblijvend kan zijn.

4. Communicatie

Extern

In 2018 heeft de POBD weer veel effort en geld besteed aan promotiecampagnes. Niet alleen bij specifieke evenementen, maar in brede gevarieerde publiekscampagnes wordt promotie gemaakt voor de Dordtse binnenstad. Hiertoe is de goede samenwerking met Dordrecht Marketing verder uitgediept. Hun expertise is verbonden aan de POBD-inzet en budgetten van beide organisaties zijn gebundeld voor die campagnes. Afgelopen jaar is de regio Rijnmond als speerpunt succesvol opgepakt. Voor 2019 wordt gekeken naar acties in de Hoekse Waard en/of Noord Brabant.

Intern

De eigen communicatie van de POBD is primair intern gericht; op de eigen leden. De POBD wil de binnenstadsondernemers graag informeren en enthousiasmeren over het promotiewerk. Daarbij vergeten we niet om partners en andere stake-holders mee te nemen. Dat gebeurt voornamelijk via de website www.pobd.nl en E-mailings (nieuwsbrief, uitnodigingen, etc.). Daarnaast willen we **de website en digitale communicatie als medium voor enquêtes en discussies gaan gebruiken**, zodat we op eenvoudige wijze draagvlak kunnen peilen. De website is openbaar toegankelijk.

5. Begroting

De begroting voor 2019 is een begroting op hoofdlijnen, die de kaders bepaalt voor het programma. Kleine afwijkingen en verschuivingen kunnen zich voordoen. Grote afwijkingen zullen vooraf voorgelegd worden ter goedkeuring aan de vertegenwoordigers vanuit de werkgroepen.

Op basis van de nu bekende gegevens kan in 2019 een geschat bedrag van € 165.000,- worden besteed. Eind 2018 zullen de meeste werkgroepen een klein saldo in kas hebben waarmee ze de start van 2019 kunnen financieren. Het eindejaarsaldo van de POBD is echter nu nog onbekend. Tot slot heeft de Gemeente aangegeven dat er in de afgelopen jaren meer Reclamegelden zijn geïncasseerd dan tot dusver afgedragen is aan de POBD. Hiervoor is een bedrag van € 50.000 begroot.

Budgetverdeling

Een bedrag van € 34.000,- is nodig om de organisatiekosten te dekken. Daarnaast zijn er kosten voor de sfeerverlichting (€28.000), de digitalisering (website en passantentelling) (€ 8.000) en de samenwerking met Dordrecht Marketing op het gebied van promotiecampagnes (€ 20.000).

De helft van het resterende budget wordt verdeeld over de vier werkgroepen. Dit gebeurt op basis van een vaste verdeelsleutel.

6. Tot slot

Het jaar 2019 is het eerste jaar na de initiële reeks van 4 jaar om via de POBD te werken aan een aantrekkelijker binnenstad.

Bijlage: Begroting 2019

Inkomsten		
Reclamebelasting na correctie voor leegstand en perceptiekosten	€ 100.000	
Subsidie gemeente Dordrecht	€ 65.000	
Vordering BTW 2018	pm	
Overheveling uit begroting 2018	pm	
Extra opbrengst reclamegelden voorgaande jaren	€ 50.000	
Begroot besteedbaar	€ 215.000	
Uitgaven		
Ondersteuning	€ 34.000	
Sfeerverlichting	€ 23.000	
Digitalisering	€ 8.000	
Onvoorzien	€ 5.000	
Samenwerking Dordrecht Marketing	€ 20.000	
Te verdelen over werkgroepen	€ 62.500	
Binnenstadsbreed programma	€ 62.500	
Gespecificeerd naar evenementen		
Dordt Pakt Uit		€ 18.000
Dordt Smult		€ 18.000
Dordt Fit		€ 18.000
Externe Evenementen		
Intocht Sinterklaas		€ 4.000
Kerstmarkt		€ 3.000
Geplande uitgaven	€ 215.000	