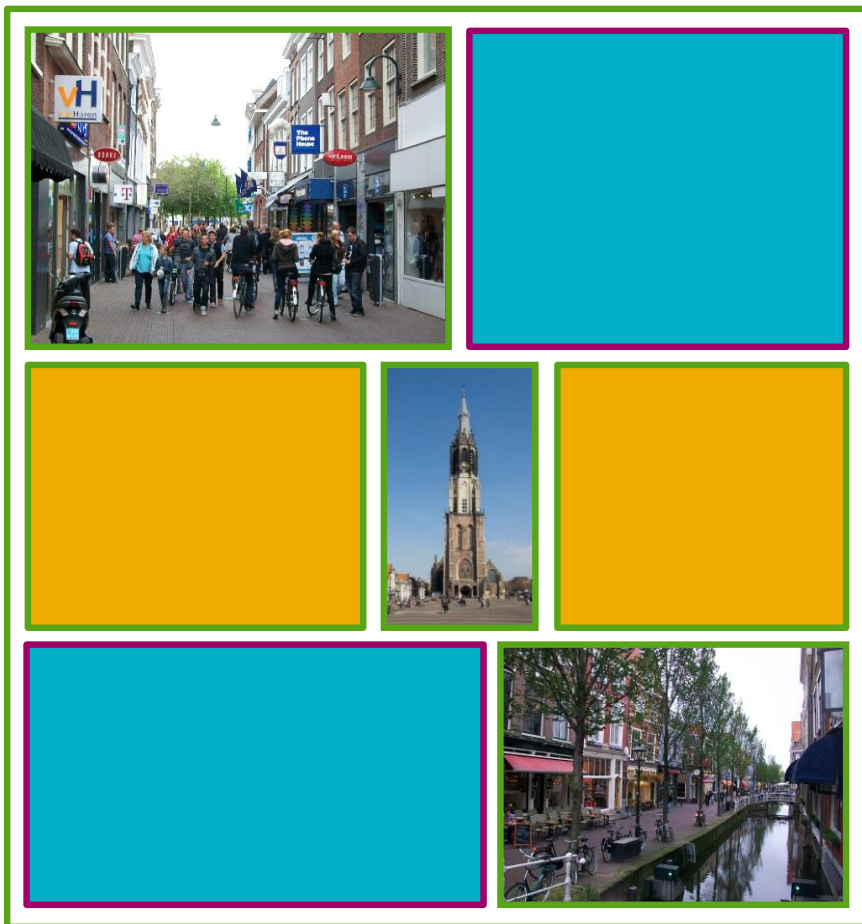


Actieprogramma voor de Delftse binnenstad

Eindrapport, 17 mei 2019



Roots Beleidsadvies

In opdracht van Bestuurlijk Overleg Binnenstad (BOB) Delft

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
1. Aanleiding en doelstelling	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Doelstelling	5
2. Actieprogramma voor de Delftse binnenstad	6
2.1 Proces van het opstellen	6
2.2 Prioriteitstelling in acties	6
2.3 Uitwerking van de acties	8
2.3.1 Versterken promotie richting inwoners regio	9
2.3.2 Lobby voor (meer) gastvrije handhaving	11
2.3.3 Meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD	13
2.3.4 Gerichte aanpak evenementen	14
2.3.5 Vergroten aantrekkelijkheid binnenstad	16
3. Organisatie en financiering	18
4. Slotbeschouwing	21
Bijlagen	23
A: Bronnen	23
B: Deelnemers interviews	26
C: Respons enquête	27
Colofon	29

Voorwoord

Medio 2014 is de Stichting Bestuurlijk Overleg Binnenstad (BOB) opgericht om middels de gelden uit het Ondernemersfonds Delft de gemeenschappelijke belangen van ondernemers in de Delftse binnenstad te behartigen. Het doel van het BOB is een optimaal ondernemersklimaat voor de detailhandel en horeca in de binnenstad. Om dit doel te realiseren, kan het BOB zelf projecten initiëren, invloed nemen bij organisaties waarin zij zitting heeft (Stichting Centrum Management Delft (SCMD) en het nieuwe Platform Toerisme Delft) en lobby voeren bij de gemeente Delft.

In de binnenstad bestaan veel ideeën om de doelen van het BOB te bereiken. Belangrijk is om een prioriteitstelling in die ideeën aan te brengen die past bij de behoeften van ondernemers in de stad. Het BOB heeft daarom aan Roots gevraagd om een actieprogramma op te stellen met acties die 1) bijdragen aan een bredere doelstelling dan die van individuele ondernemers alleen, 2) kunnen rekenen op een breed draagvlak en 3) het ondernemersklimaat in de binnenstad stimuleren. Het actieprogramma bevat een advies dat door het BOB kan worden gebruikt in haar activiteiten om de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad te versterken en de verdien capaciteit te vergroten.

Dit laatste is erg gewenst. Hoewel de Delftse binnenstad er in principe goed voor staat, maakt zij een transitie door. Mede gedreven door algemene trends en ontwikkelingen in (historische) binnensteden neemt het aantal horecaondernemingen in de Delftse binnenstad toe en daalt het aantal winkels. Daarnaast weet de binnenstad steeds moeilijker de regionale bezoeker te binden. Steeds vaker kiezen inwoners uit de regio voor Rotterdam en Den Haag.

Delft heeft het 'geluk' dat de dalende bestedingen door de regionale bezoeker worden gecompenseerd door de groei van bestedingen door toeristen. Tegelijkertijd is het goed om te realiseren dat niet iedereen van die groei profiteert. Vooral ondernemers in de minder op toerisme gerichte detailhandel kampen met dalende bezoekersaantallen en omzetten.

Met het actieprogramma dat wij hebben opgesteld kan het BOB een concrete bijdrage leveren aan het versterken van de bezoekersfunctie en het vergroten van de verdien capaciteit. In het programma ligt de focus op het versterken van de regionale promotie, meer gastvrije handhaving, een gerichte aanpak van evenementen en het vergroten van de aantrekkelijkheid. Overkoepelend adviseren wij om meer te communiceren over de activiteiten van het BOB (en het SCMD) om draagvlak bij de achterban te vergroten en de toekomstige inzet van het BOB (en het SCMD) te optimaliseren.

Graag willen wij op deze plaats de begeleidingsgroep bedanken die ons bij de totstandkoming van het actieprogramma heeft begeleid. Daarnaast willen wij alle ondernemers bedanken die middels hun medewerking aan interviews en/of de enquête hebben bijgedragen aan de inhoud van het programma.

Wij hopen dat met de uitvoering van het actieprogramma de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad wordt versterkt en de verdien capaciteit wordt vergroot. Wij wensen het BOB in elk geval veel succes met de uitvoering van de acties die in het programma zijn opgenomen!

Mei 2019
Roots Beleidsadvies

Samenvatting

Aanleiding en doelstelling

Het Bestuurlijk Overleg Binnenstad (BOB) Delft wil graag de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad versterken en de verdien capaciteit vergroten. Daartoe kan het BOB zelf projecten initiëren, invloed nemen bij organisaties waarin zij zitting heeft (SCMD en Platform Toerisme Delft) en lobby voeren bij de gemeente Delft.

In de binnenstad bestaan veel ideeën om de genoemde twee doelstellingen van het BOB te bereiken. Belangrijk is om een prioriteitstelling in die ideeën aan te brengen die past bij de behoeften van ondernemers in de stad. Het BOB heeft daarom aan Roots gevraagd om een actieprogramma op te stellen met acties die 1) bijdragen aan een bredere doelstelling dan die van individuele ondernemers alleen, 2) kunnen rekenen op een breed draagvlak en 3) het ondernemersklimaat in de binnenstad stimuleren. Het actieprogramma bevat een advies dat door het BOB kan worden gebruikt in haar activiteiten om de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad te versterken en de verdien capaciteit te vergroten.

Totstandkoming van het actieprogramma

Qua doelstellingen sluit het actieprogramma direct aan op de doelstellingen zoals het SCMD en de gemeente Delft die ten aanzien van de binnenstad hanteren (zie nota 'Vitaal en Gastvrij'). Om acties te identificeren die de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad versterken en de verdien capaciteit vergroten, is Roots met verschillende stakeholders in de binnenstad in gesprek gegaan. Uit de gesprekken met in totaal 30 binnenstadsondernemers en overige belanghebbenden zijn 32 acties gedestilleerd die – volgens de geïnterviewden – de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad kunnen versterken en de verdien capaciteit kunnen vergroten. Met een enquête is het draagvlak voor de uitvoering van deze 32 acties bij ondernemers in de binnenstad gepeild. Ook zijn met de enquête aanvullende acties geïdentificeerd.

Prioriteitstelling in acties en aanvullende uitwerking

Uit de enquête is gebleken dat de ondernemers veel belang hechten aan het versterken van de promotie naar inwoners van de regio, meer gastvrije handhaving en meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD. Ook hebben de ondernemers diverse ideeën over evenementen in de binnenstad en het vergroten van de aantrekkelijkheid. De genoemde vijf acties zijn in het actieprogramma uitgewerkt in een mogelijke planning, organisatie en financiering.

Organisatie en financiering

Het actieprogramma bevat derhalve een concreet advies voor de uitvoering van acties. Het lijkt logisch om het eigen budget primair te besteden aan het verbeteren van de communicatie over de activiteiten van het BOB (en het SCMD). In samenwerking met het SCMD en het Platform Toerisme Delft (PTD) kan gewerkt worden aan het versterken van de promotie naar inwoners van de regio. De acties met betrekking tot handhaving en aantrekkelijkheid vormen een goede agenda voor de lobby richting de gemeente. Deze lobby kan gevoerd worden vanuit het BOB en/of de organisaties waarin het BOB zitting heeft (SCMD en PTD). Voor de evenementen is het belangrijk om het inzicht in het functioneren van evenementen te vergroten. Op basis van dit inzicht kan gericht(er) in evenementen worden geïnvesteerd, waarbij de investeringen kunnen plaatsvinden d.m.v. kleinschalige bijdragen uit het BOB zelf en/of het SCMD, PTD en de gemeente.

1. Aanleiding en doelstelling

1.1 Aanleiding

In januari 2011 is het Ondernemersfonds Delft opgericht. Sindsdien worden in Delft via een opslag op de OZB van niet-woningen middelen verworven om bij te dragen aan de samenwerking tussen bedrijven, instellingen en overheid in de stad en de economische ontwikkeling van Delft.

De middelen van het Ondernemersfonds Delft worden gebiedsgericht ingezet. Dit betekent dat ondernemers in een gebied zelf kunnen beschikken over hun inleg mits zij goed zijn georganiseerd. In de Delftse binnenstad worden de middelen beheerd door de Stichting Bestuurlijk Overleg Binnenstad (BOB). Het bestuur van de stichting wordt gevormd door afgevaardigden van de winkelgebieden, de detailhandel en de horeca (Koninklijke Horeca Nederland Delft e.o.).

Het doel van het BOB is een optimaal ondernemersklimaat voor de detailhandel en horeca in de Delftse binnenstad. Om dit doel te realiseren, kan het BOB zelf projecten initiëren, invloed nemen bij organisaties waarin zij zitting heeft (Stichting Centrum Management Delft (SCMD) en het nieuwe Platform Toerisme Delft (PTD)) en lobby voeren bij de gemeente Delft.

In de huidige praktijk wordt ongeveer de helft van het budget van het BOB ingezet als cofinanciering van het SCMD, een kwart voor (het onderhoud aan) de sfeerverlichting in de binnenstad en een kwart voor overige projecten en -coördinatie. Binnen die kaders is de ruimte om nieuwe initiatieven te initiëren beperkt.

Tegelijkertijd heeft het BOB een belangrijke stem in het SCMD en het PTD en is zij een belangrijke gesprekspartner van de gemeente Delft. Vanuit die 'rollen' kan het BOB ook zonder extra middelen acties ondernemen om het ondernemersklimaat in de Delftse binnenstad te stimuleren.

Het BOB heeft aan Roots Beleidsadvies gevraagd een actieprogramma op te stellen als leidraad voor haar activiteiten en daarbij extra aandacht te besteden aan organisatie en financiering. Wordt de huidige inzet van middelen gedragen door de ondernemers die het BOB vertegenwoordigt? Waar moet volgens die ondernemers de prioriteit in uitvoering liggen? Roots is daarbij gevraagd om projecten te identificeren die 1) bijdragen aan een bredere doelstelling dan die van individuele ondernemers alleen, 2) kunnen rekenen op een breed draagvlak en 3) het ondernemersklimaat in de binnenstad stimuleren.

1.2 Doelstelling

In overleg met de begeleidingsgroep van het actieprogramma, is gekozen om de doelstelling van het actieprogramma direct te laten aansluiten op de doelstelling van de gemeentelijke binnenstadsnota 'Vitaal en Gastvrij' (2012, herijkt in 2018) en de activiteiten van het SCMD. Dit betekent dat het actieprogramma zich richt op het versterken van de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad en daarmee het vergroten van de verdien capaciteit van de stad: meer bezoekers die langer blijven, hogere bestedingen en een hogere waardering.

2. Actieprogramma voor de Delftse binnenstad

2.1 Proces van het opstellen

Roots Beleidsadvies is de afgelopen maanden met diverse stakeholders in gesprek gegaan en heeft met behulp van een enquête gepeild welke acties de ondernemers uit de Delftse binnenstad nodig achten voor het versterken van de bezoekersfunctie en het vergroten van de verdiencapaciteit.

Na het vaststellen van de genoemde twee doelstellingen is in de eerste plaats gesproken met diverse stakeholders uit de binnenstad. Doel van die *gesprekken* was *om acties te identificeren* die konden bijdragen aan het realiseren van de doelstelling van het actieprogramma. In bijlage B is een overzicht opgenomen van de 30 ondernemers en andere belanghebbenden uit de binnenstad die op deze wijze een bijdrage aan het actieprogramma hebben geleverd.

Vervolgens is in overleg met de begeleidingsgroep van het actieprogramma een longlist van mogelijke acties vastgesteld om voor te leggen aan de ondernemers in de binnenstad. Dit laatste vond plaats middels een enquête die op 12 maart 2019 via Chainels en per email onder ondernemers in de Delftse binnenstad is verspreid. Op 22 en 28 maart is (digitaal) gerappelleerd om de respons te verhogen.

De *enquête* was bedoeld *om het draagvlak voor de uitvoering van acties te peilen*. De respons op de enquête bedroeg uiteindelijk 74. Daarmee heeft 16% van de Chainels-gebruikers in de Delftse binnenstad de enquête ingevuld. Daarbij was sprake van een goede mix van winkeliers, horecaondernemers en overige belanghebbenden. In het noordelijke- en middengedeelte van de binnenstad was de respons op de enquête relatief hoog; in het zuiden relatief laag (zie ook Bijlage C).

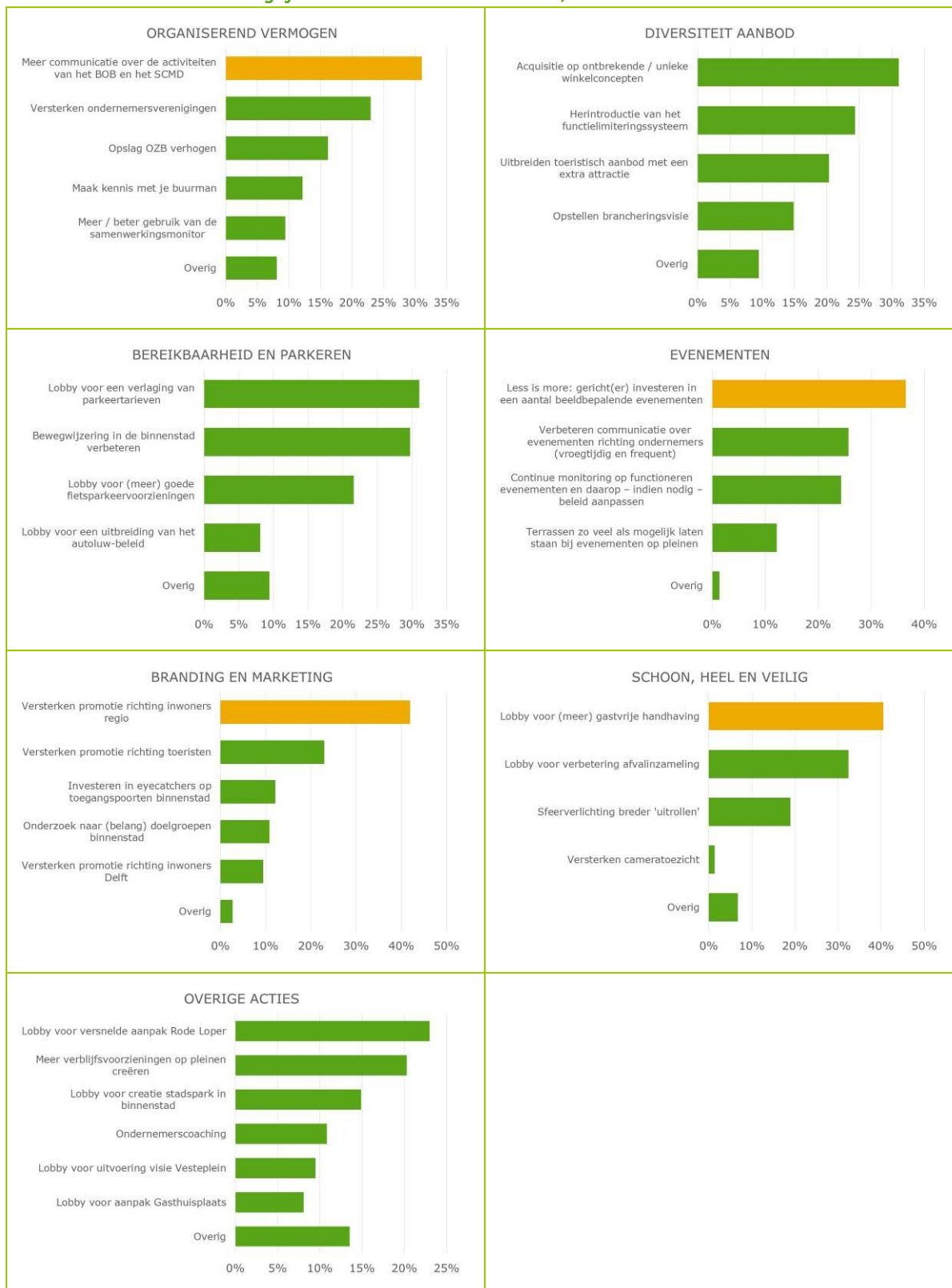
2.2 Prioriteitstelling in acties

In de enquête is ondernemers uit de binnenstad gevraagd om van een lijst van 32 mogelijke acties aan te geven welke acties zij het belangrijkste vonden. De acties waren daarbij geclusterd naar thema. Op die manier konden de ondernemers per thema aangegeven welke acties zij het belangrijkste vonden.¹

De resultaten van de enquête zijn op de volgende pagina samengevat. De thema's zijn daarbij geordend naar het belang dat daaraan in de interviews is gehecht. Het organiserend vermogen bleek in die gesprekken dus een belangrijk thema, het thema 'schoon, heel en veilig' relatief gezien iets minder. Dat betekent overigens niet dat schoon, heel en veilig door ondernemers onbelangrijk werd gevonden, maar dat hierover bij de geïnterviewde ondernemers en belanghebbenden meer eensgezindheid was over de opgaven en mogelijke oplossingen. Iets dat overigens ook uit de enquête is af te leiden.

¹ De ondernemers kregen tevens de gelegenheid om de lijst aan te vullen met acties die in hun ogen ontbraken. Van die gelegenheid hebben 23 ondernemers gebruik gemaakt. In Bijlage C is een overzicht opgenomen van de door deze ondernemers voorgestelde acties.

Figuur 2.1: Belangrijkste resultaten enquête per thema (% ondernemers dat bij het thema de betreffende actie als belangrijkste om uit te voeren aanmerkte)



Bron: Roots Beleidsadvies o.b.v. enquête Delftse binnenstad, 2019

In de figuren zijn diverse acties oranje gemarkeerd. Deze acties werden door een bovengemiddeld aantal ondernemers aangemerkt als belangrijk om uit te voeren. Het percentage ondernemers dat deze acties als "belangrijk om uit te voeren" aangemarkeerde, lag tenminste 10% hoger dan in het geval de enquête *at random* zou zijn ingevuld (excl. de optie om zelf ideeën aan te dragen).

Op de enquête is een verdiepende analyse uitgevoerd op de achtergrond van de respondenten. Daarbij is vooral gekeken of er verschillen bestonden tussen de antwoorden van respectievelijk winkeliers, horecaondernemers en overige belanghebbenden. Hieruit bleek dat de volgende drie acties er in positieve zin uitsprongen en konden rekenen op een breed draagvlak:

1. Versterken promotie richting inwoners regio
2. Lobby voor (meer) gastvrije handhaving
3. Meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD.

Deze drie acties werden niet alleen door een bovengemiddeld aantal ondernemers aangemerkt als belangrijk om uit te voeren; ook merkten de drie onderscheiden groepen ondernemers deze actie als belangrijk aan.

Dit gold niet voor de actie 'Less is more: gericht(er) investeren in een aantal beeldbepalende evenementen'. Hoewel deze actie door een grote groep winkeliers en overige belanghebbenden als belangrijk werd aangemerkt, werd dit door horecaondernemers niet gedaan. Horecaondernemers gaven juist aan het belangrijk te vinden dat er continu op het functioneren van evenementen wordt gemonitord om daarop – indien nodig – het beleid aan te passen. In overleg met de begeleidingsgroep zijn daarom de genoemde twee acties gegroepeerd naar de actie 'gerichte aanpak evenementen'.

Daarnaast is een aantal overige breed gedragen acties gegroepeerd naar de actie 'Vergroten aantrekkelijkheid binnenstad'. Het gaat hierbij om de acquisitie op ontbrekende / unieke winkelconcepten, de lobby voor een verlaging van de parkeertarieven en de lobby voor een versnelde aanpak van de Rode Loper.

2.3 Uitwerking van de acties

Het BOB heeft Roots Beleidsadvies gevraagd om voor vijf acties een aanvullend advies ten aanzien van de mogelijke uitvoering (incl. kosten en financiering) uit te werken.

In overleg met de begeleidingsgroep is gekozen voor de volgende vijf acties:

- ✓ Versterken promotie richting inwoners regio
- ✓ Lobby voor (meer) gastvrije handhaving
- ✓ Meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD;
- ✓ Gerichte aanpak evenementen; en
- ✓ Vergroten aantrekkelijkheid binnenstad.

De resultaten van deze uitwerking zijn in de volgende sub-paragrafen opgenomen. Deze uitwerking dient nadrukkelijk als een advies van Roots aan het BOB te worden gelezen. Het bestuur van het BOB kan uiteindelijk besluiten tot een andere invulling van acties en/of planning van de uitvoering.

2.3.1 Versterken promotie richting inwoners regio

Actiepunt: Versterken promotie richting inwoners regio	
Omschrijving	<p>Uit het recente koopstromenonderzoek (2018) blijkt dat de bestedingen in de Delftse binnenstad per saldo toenemen. In de periode 2016–2018 zijn de bestedingen met 0,3% toegenomen. Deze toename is te danken aan meer bestedingen van inwoners (+1,1%), maar vooral aan meer bestedingen van toeristen (+7,3%). De bestedingen van bezoekers uit de regio zijn de afgelopen jaren juist afgenomen (-5,2%).</p> <p>In het recente jaarplan van het SCMD (2019) wordt geconstateerd dat een extra impuls in marketinginspanningen richting de lokale en regionale bezoeker hoognodig is. Het jaarplan 2019 wijst op goede scores op landelijk en internationaal niveau, maar geeft ook aan dat de eigen inwoner en de potentiële bezoeker uit de regio nog (te) vaak kiest voor omliggende steden.</p> <p>Een deel van de achterblijvende bestedingen van inwoners uit de regio kan worden verklaard uit een gebrek aan gerichte marketing naar deze doelgroep. In de afgelopen jaren was de marketing vanuit Delft Marketing vooral gericht op de toerist c.q. (inter)nationale bezoeker. Voor het verzorgen van de promotie richting de regionale bezoeker had Delft Marketing geen opdracht.</p> <p>In het afgelopen jaar zijn hiervoor eerste stappen gezet in de samenwerking tussen SCMD en Delft Marketing. Het SCMD beoordeelt Delft Marketing ook als de partij bij uitstek om de lokale en regionale promotie een impuls te geven. Tegelijkertijd geeft zij in haar jaarplan aan dat voor die impuls nog extra middelen (naast BOB/OFD) nodig zijn.</p> <p>In het jaarplan geeft het SCMD aan op verschillende niveaus Delft Marketing te willen versterken: door inhoudelijke adviezen t.a.v. lokale en regionale klanten, door ondersteuning bij het verkrijgen van investeringen voor het uitbreiden van werkzaamheden en door samen met het BOB te investeren in regionale activiteiten gekoppeld aan het themajaar 'De Gouden Eeuw'.</p> <p>De actie 'versterken promotie richting inwoners regio' beoogt nog een stap verder te gaan. Bij deze actie gaat het om het ontwikkelen van een visie op hoe de regionale bezoeker weer naar de Delftse binnenstad kan worden getrokken, gevolgd door een structurele versterking van de promotie naar deze doelgroep.</p>
Trekker	BOB
Betrokkenen	SCMD en Delft Marketing, maar ook Platform Toerisme Delft (PTD) en Gemeente Delft
Planning / uitvoering	<ul style="list-style-type: none"> <p><i>2019-Q2 en 2019-Q3:</i> Voor een gerichte inzet van middelen is het goed om eerst te verkennen wat er nu precies vanuit het SCMD gebeurt om de regionale promotie een impuls te geven. Idem geldt voor het PTD: welke acties zullen/kunnen vanuit dit nieuwe platform worden ondernomen om de regionale bezoeker weer meer naar de Delftse binnenstad te trekken?</p> <p>Het verdient aanbeveling om in de verkenning de nadruk te leggen op de lessen die kunnen worden geleerd. Welke inspanningen worden al gepleegd en wat zijn daarvan de resultaten? Bij welke acties is een extra financiële impuls gewenst en welke acties worden niet ondernomen vanwege een gebrek aan middelen?</p> <p>Het verdient aanbeveling om op basis van de uitkomsten van de verkenning als BOB, SCMD en Delft Marketing een visie te ontwikkelen op hoe de promotie richting inwoners van de regio het best kan worden versterkt. Mogelijk ook in de vorm van een businesscase om individuele ondernemers, PTD, gemeente en/of fondsen te interesseren een bijdrage aan het versterken van de promotie te leveren.</p> <p><i>2019-Q4:</i> Op het moment dat er een goede visie op het versterken van de promotie richting inwoners van de regio ligt, kunnen voor de uitvoering ook (aanvullende) middelen worden gevonden en/of gereserveerd. In het vierde kwartaal zal de begroting van het BOB en het SCMD voor 2020 worden gemaakt. Het verdient aanbeveling om daarin duidelijk te maken welke impulsen aan regionale promotie worden gegeven en daarbij - indien mogelijk - ook een aantal prestatie-indicatoren</p>

	<p>op te nemen. Die vormen dan een basis voor de financiering van maatregelen in de regionale promotie in de komende jaren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>2020 e.v.</i>: Meten van de inzet en op basis daarvan bijsturen in promotieactiviteiten c.q. het beschikbaar stellen van budget.
Prioriteit ondernemers	<p>Zeer hoog, bij het thema 'branding en marketing' merkte 42% van de ondernemers in de binnenstad deze actie aan als belangrijk om uit te voeren.</p>
Samenhang met...	<p>Versterken promotie richting inwoners, versterken promotie richting toeristen, onderzoek naar (belang) doelgroepen binnenstad en evt. meer/beter gebruik van de samenwerkingsmonitor en continue monitoring op functioneren evenementen. Ook is het belangrijk om over de resultaten van deze actie te communiceren, ofwel er bestaat ook samenhang met de actie 'Meer communicatie over de activiteiten vanuit het BOB en het SCMD' (zie 2.3.3).</p>
Beoogd resultaat	<p>Toename van bestedingen door bezoekers uit de regio.</p>
Kosten	<p>De kosten van de uitvoering van deze actie zijn op voorhand moeilijk aan te geven en hangen voor een belangrijk deel af van het ambitieniveau van het BOB.</p> <p>In elk geval kan een belangrijk deel van de aanvangswerkzaamheden (zie activiteiten 2019) kostenneutraal worden uitgevoerd. De verkenning kan immers plaatsvinden vanuit de continue dialoog tussen respectievelijk het BOB en het SCMD en het BOB en het PTD. Voor het opzetten van een businesscase voor de promotie is extra ondersteuning mogelijk gewenst. Deze inzet kan zich echter terugverdienen vanuit de promotie, waardoor de inzet beperkt blijft tot het beschikbaar stellen van startkapitaal.</p> <p>Bij de uitvoering vanaf 2020 gaat het vooral om het creëren/vormen van slimme allianties tussen het BOB, SCMD, PTD, Delft Marketing en de gemeente. Mogelijk dat vanuit het BOB een (klein) extra budget beschikbaar kan worden gesteld om de promotie naar inwoners van de regio te versterken. De hoge prioriteit die door ondernemers aan de uitvoering van deze actie is toegekend, zou dat in elk geval legitimeren.</p>
Financiering	<p>Voor wat betreft de bijdrage van het BOB: vanuit het Ondernemersfonds Delft.</p>

2.3.2 Lobby voor (meer) gastvrije handhaving

Actiepunt: Lobby voor (meer) gastvrije handhaving	
Omschrijving	<p>Schoon, heel en veilig vormen de basis voor de gastvrije binnenstad die Delft wil zijn. De evaluatie van de nota Vitaal en Gastvrij (2017) was op dit punt kritisch en concludeerde o.a. dat de openbare ruimte in de Delftse binnenstad niet op orde was. Eén-op-één werd de relatie gelegd met de bezuinigingen die in de jaren daarvoor op het beheer van de openbare ruimte waren gepleegd. De evaluatie vormde voor de gemeente Delft aanleiding om binnen de diverse beleidsvelden de krachten te bundelen om de openbare ruimte aan te pakken.</p> <p>In de interviews die ten behoeve van dit actieprogramma zijn afgenomen, zijn er relatief weinig ideeën/acties aangedragen om de algemene kwaliteit van de openbare ruimte te verhogen. In algemene zin bestaat de wens om het onderhoudsniveau te verhogen naar niveau A zoals ook enkelen expliciet in de enquête hebben aangegeven. Maar het aanpakken van een aantal specifieke ergernissen werd op het gebied van 'schoon, heel en veilig' belangrijker gevonden dan het verhogen van het algemene onderhoudsniveau. Het ging dan vooral om een lobby voor een verbetering van de afvalinzameling en een lobby voor (meer) gastvrije handhaving.</p> <p>De lobby voor (meer) gastvrije handhaving werd in de enquête door veel ondernemers als belangrijk om uit te voeren aangemerkt. Hoewel uit de enquête zelf moeilijk kan worden afgeleid welke redenen hieraan ten grondslag liggen, geven de interviews hiervan een indicatie. In de interviews hebben diverse ondernemers zich uitgesproken over de toon van handhaving bij foutparkeren (auto) en het gebrek aan handhaving op fietsparkeren en (snel)fietsers in voetgangersgebied. Dit lijken op voorhand dan ook de belangrijkste aandachtspunten voor wat betreft de lobby voor (meer) gastvrije handhaving.</p>
Trekker	BOB
Betrokkenen	SCMD, Platform Toerisme Delft (PTD) en Gemeente Delft en evt. OFD
Planning / uitvoering	<ul style="list-style-type: none"> • <i>2019-Q2 en 2019-Q3</i>: Voor een effectieve lobby en een gerichte inzet van middelen is het goed om eerst te verkennen welke zorgen/aandachtspunten ondernemers in de Delftse binnenstad op het punt van handhaving hebben. Bij deze actie bevelen wij het BOB daarom aan om eerst het gesprek met de achterban aan te gaan. Dit kan door het agenderen van (meer) gastvrije handhaving in vergaderingen van het BOB (en het SCMD), een ledenraadpleging via Channels en/of het organiseren van een bijeenkomst over (meer) gastvrije handhaving in de binnenstad. Interessant om te verkennen is of eventuele opgaven met betrekking tot handhaving ook in andere delen van Delft leven. Dit zou een stadsbrede aanpak kunnen legitimeren. In elk geval dient de verkenning de basis te zijn voor een gericht plan van aanpak voor (meer) gastvrije handhaving in de (binnen)stad. Het verdient aanbeveling om in dit plan de samenhang te zoeken met de activiteiten die door Hospitality in Progress in opdracht van het PTD worden uitgevoerd om een impuls te geven aan Gastvrij Delft. Daarnaast verdient het aanbeveling om in dit stadium contact te zoeken met de gemeente (ambtelijke organisatie) om te verkennen welke activiteiten (al) worden ontplooid voor een (meer) gastvrije handhaving in de (binnen)stad. Op die manier wordt duidelijk waar eventueel een extra impuls nodig is en kan worden afgewogen waarop de lobby zich zowel inhoudelijk als procesmatig moet richten. • <i>2019-Q4 e.v.</i>: Uitvoering lobby op basis van het opgestelde plan van aanpak voor (meer) gastvrije handhaving in de (binnen)stad.
Prioriteit ondernemers	Zeer hoog, bij het thema 'schoon, heel en veilig' merkte 41% van de ondernemers in de binnenstad deze actie aan als belangrijk om uit te voeren.

Samenhang met...	Lobby voor een verbetering van de afvalinzameling en een lobby voor (meer) goede fietsparkeervoorzieningen en evt. een lobby voor een uitbreiding van het autoluw-beleid en gebiedsgerichte investeringen in de binnenstad (Rode Loper, Vesteplein, Gasthuisplaats). Ook is het belangrijk om over de voortgang/resultaten van de actie te communiceren, ofwel er bestaat ook samenhang met de actie 'Meer communicatie over de activiteiten vanuit het BOB en het SCMD' (zie 2.3.3).
Beoogd resultaat	Gastvrije handhaving en positieve(re) beoordeling van de openbare ruimte en gastvrijheid van de Delftse binnenstad door bezoekers.
Kosten	Nihil. Op het moment dat het BOB ervoor kiest om op dit thema een bijeenkomst voor haar achterban te organiseren, zijn daaraan kosten voor locatie en catering verbonden. Anders kan deze actie budgetneutraal worden uitgevoerd.
Financiering	Vanuit het Ondernemersfonds Delft.

2.3.3 Meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD

Actiepunten: Meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD	
Omschrijving	<p>In de diverse gesprekken die ten behoeve van dit actieprogramma hebben plaatsgevonden, is gesproken over het organiserend vermogen van de Delftse binnenstad. Uit de gesprekken kan worden geconcludeerd dat de organisatiestructuur van de binnenstad op papier weliswaar goed is, maar dat er in de praktijk veel punten voor verbetering vatbaar zijn. Het gaat daarbij om het versterken van de diverse winkeliersverenigingen als (eerste) vertegenwoordigers van de ondernemers in de binnenstad, maar ook om het verbinden van de individuele winkeliers en horecaondernemers enerzijds en het BOB en het SCMD als (ultieme) belangenvertegenwoordigers anderzijds.</p> <p>Het is voor de dagelijkse vertegenwoordigers van het BOB (voorzitter) en SCMD (centrum- en community-manager) vrijwel onmogelijk om met alle individuele ondernemers in de binnenstad afzonderlijk contact te onderhouden. Wel is het mogelijk om te zorgen voor een goede informatievoorziening over de activiteiten die vanuit het BOB en het SCMD plaatsvinden. Nu is het voor de ondernemers 'op straat' vaak onduidelijk wat met de middelen uit het Ondernemersfonds gebeurt. Met behulp van meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD kan dit inzicht worden vergroot en de betrokkenheid bij activiteiten toenemen.</p>
Trekker	BOB
Betrokkenen	SCMD
Planning / uitvoering	<ul style="list-style-type: none"> 2019-Q2 e.v.: In feite kan de uitvoering van deze actie direct beginnen. Het gaat bij deze actie immers vooral om een andere 'mindset'; een mindset waarin het belangrijk is om over de voortgang in projecten te communiceren en geboekte resultaten te delen. De vorm waarin de communicatie plaatsvindt, is echter nog een punt van aandacht. Het is voor te stellen dat de communicatie over voortgang en resultaten een standaardonderdeel van de projectorganisatie bij projecten van het BOB en het SCMD wordt. Maar wellicht is het handiger om de structuur van het jaarplan van het SCMD (conform programmalijnen Vitaal & Gastvrij) en/of de acties zoals die in dit actieprogramma zijn benoemd (aangevuld met structurele acties zoals de sfeerverlichting en de hanging baskets) gemeengoed te maken bij de achterban en daarop periodiek (bijvoorbeeld 1x per maand of 1x per kwartaal) de voortgang te communiceren. Het verdient in elk geval aanbeveling om als BOB en SCMD een gezamenlijk besluit over de vorm van de communicatie te nemen. <p>De communicatie kan vervolgens primair via Channels plaatsvinden. Dit medium wordt steeds beter gebruikt en geldt als het belangrijkste communicatiemiddel voor ondernemers in de binnenstad. Ter vergroting van de herkenbaarheid van berichten verdient het aanbeveling om altijd met eenzelfde lay-out en (deel)titels te communiceren. Dan is het voor de achterban ook duidelijk wanneer over de voortgang in projecten wordt gecommuniceerd. Voordeel daarvan is ook dat structureel op de effectiviteit van de communicatie kan worden gemonitord en dat de communicatie op basis van de resultaten van die monitoring kan worden geoptimaliseerd.</p>
Prioriteit ondernemers	Hoog, bij het voor ondernemers zo belangrijke thema 'organiserend vermogen' merkte 31% van de ondernemers in de binnenstad deze actie aan als belangrijk om uit te voeren.
Samenhang met...	Versterken ondernemersverenigingen, maak kennis met je buurman, meer / beter gebruik van de samenwerkingsmonitor en alle acties die vanuit het BOB en het SCMD worden uitgevoerd om de bezoekersfunctie van de binnenstad te versterken en de verdien capaciteit te vergroten.
Beoogd resultaat	Een grotere organisatiekracht van ondernemers in de Delftse binnenstad en meer draagvlak voor en betrokkenheid bij de uitvoering van activiteiten door het BOB en het SCMD.
Kosten	Nihil.
Financiering	Vanuit het Ondernemersfonds Delft.

2.3.4 Gerichte aanpak evenementen

Actiepunten: Gerichte aanpak evenementen	
Omschrijving	<p>Deze actie vormt de bundeling van de acties 'Less is more: gericht(er) investeren in een aantal beeldbepalende evenementen' en 'Continue monitoring functioneren evenementen en daarop – indien nodig – beleid aanpassen' die door respectievelijk winkeliers & overige belanghebbenden en horecaondernemers bij het thema 'evenementen' als zeer belangrijk om uit te voeren werden aangemerkt.</p> <p>In de gesprekken die in het kader van dit actieprogramma hebben plaatsgevonden, werd duidelijk dat er over (de meerwaarde van) evenementen in de binnenstad verschillend wordt gedacht. Sommige ondernemers vinden dat er in de binnenstad te veel kleine evenementen plaatsvinden en dat dit ten koste gaat van het bereik van grote evenementen. Deze ondernemers zouden graag het aantal evenementen verminderen. Dit geldt zeker voor ondernemers die van één of meerdere evenementen hinder ondervinden. Andere ondernemers gaven juist aan van de vele kleine evenementen te profiteren, vooral omdat kleinere evenementen voor combinatiebezoek zorgen. Die ondernemers wijzen op het feit dat grote evenementen zelfstandig bezoek genereren en niet voor elk (type) ondernemer interessant zijn. Deze ondernemers zouden graag zien dat er wat minder in grote, beeldbepalende evenementen wordt geïnvesteerd en dat vrijkomende middelen worden ingezet voor kleine(re) evenementen die (wel) combinatiebezoek genereren.</p> <p>Feit is dat de meningen van ondernemers vaak op individuele belangen en/of emotie zijn gebaseerd. Het overkoepelende resultaat van evenementen voor alle ondernemers in de binnenstad is vaak niet duidelijk. Vooral horecaondernemers zouden graag meer inzicht in het functioneren van evenementen krijgen.</p> <p>Bij de actie 'gerichte aanpak evenementen' gaat het in de eerste plaats om het monitoren op het functioneren van evenementen om vervolgens ook gericht(er) in een aantal beeldbepalende evenementen te (kunnen) investeren.</p>
Trekker	BOB
Betrokkenen	Evenementenorganisatoren, SCMD en Gemeente Delft en evt. Platform Toerisme Delft
Planning / uitvoering	<ul style="list-style-type: none"> 2019-Q2 t/m 2019-Q4: Voor wat betreft de uitvoering van deze actie kan voor een belangrijk deel worden aangesloten op de activiteiten van het SCMD om (het aanbod en de kwaliteit van) evenementen te versterken. Belangrijk is om op korte termijn een impuls te geven aan de monitoring van het functioneren van evenementen. De samenwerkingsmonitor (SMW) kan daarvoor een middel zijn, maar mogelijk moet er breder in monitoring worden geïnvesteerd. Daarbij kan gedacht worden aan nauwkeurige bezoekerstellingen op basis van Wifi en Bluetooth die op dagbasis en per deelgebied kunnen worden uitgelezen en waaruit druktebeelden en de 'customer journey' zijn af te leiden. <p>In het jaarplan 2019 van het SCMD is de ontwikkeling van een monitoringstool opgenomen. Mogelijk dat deze tool het gewenste inzicht kan verschaffen. Met de in het jaarplan genoemde indicatoren (bezoekersaantallen, verblijfsduur, gemiddelde bestedingen gekoppeld aan leegstand, bezoekerswaardering en doel van bezoek) kan het functioneren van evenementen in elk geval in beeld worden gebracht, zeker als deze indicatoren op dagbasis in beeld worden gebracht en worden uitgesplitst naar locatie.</p> <p>Het verdient aanbeveling om in het tweede en derde kwartaal van 2019 te verkennen in hoeverre met de ontwikkeling zijnde monitoringstool het functioneren van evenementen daadwerkelijk kan worden gemonitord. Voor te stellen is dat aanvullende investeringen nodig zijn om op Key Performance Indicators (KPI's) van evenementen – per deelgebied – het gewenste inzicht te verkrijgen. Het is goed om die KPI's eind 2019 in beeld te hebben, zodat als onderdeel van de activiteiten van het BOB en het SCMD begin 2020 in concrete monitoringsinstrumenten kan worden geïnvesteerd. 2020 e.v.: Vervolgens is het goed om een jaar het functioneren van evenementen te monitoren. Op basis daarvan wordt duidelijk(er) welke meerwaarde (bepaalde) eve- </p>

	<p>nementen voor de ondernemers in de stad hebben. Het is goed om daarbij oog te hebben voor de context waarbinnen evenementen plaatsvinden, zoals bijvoorbeeld het weer, de bereikbaarheid van (deelgebieden van) de stad, de betrokkenheid van ondernemers etc. Op die manier kunnen de uitkomsten van de monitoring ook daadwerkelijk als basis dienen voor (aanpassingen in) het beleid, zowel vanuit het BOB (welke evenementen worden wel/niet financieel ondersteund) als vanuit de gemeente.</p>
Prioriteit ondernemers	<p>Bovengemiddeld. Bij het thema 'evenementen' merkte 36% van de ondernemers in de binnenstad de actie 'Less is more: gericht(er) investeren in een aantal beeldbepalende evenementen' aan als belangrijk om uit te voeren en 24% 'Continue monitoring op het functioneren van evenementen en daarop – indien nodig – het beleid aanpassen'. Bij de eerste actie ging het vooral om winkeliers en overige belanghebbenden, bij de tweede vooral om horecaondernemers. Vandaar dat beide acties zijn gebundeld en zijn vertaald in de actie 'gerichte aanpak evenementen'.</p>
Samenhang met...	<p>Meer / beter gebruik van de samenwerkingsmonitor, verbeteren communicatie over evenementen richting ondernemers (vroegtijdig en frequent) en evt. terrassen zo veel als mogelijk laten staan bij evenementen op pleinen en versterken promotie richting resp. inwoners Delft, inwoners regio en toeristen. Ook is het belangrijk om over de resultaten van deze actie te communiceren, ofwel er bestaat ook samenhang met de actie 'Meer communicatie over de activiteiten vanuit het BOB en het SCMD'.</p>
Beoogd resultaat	<p>Door middel van evenementen de bezoekersfunctie van de binnenstad versterken en de verdien capaciteit vergroten.</p>
Kosten	<p>De kosten van de uitvoering van deze actie zijn op voorhand moeilijk aan te geven en hangen voor een belangrijk deel af van het ambitieniveau van het BOB. In elk geval kan een belangrijk deel van de aanvangswerkzaamheden (zie activiteiten 2019) kostenneutraal worden uitgevoerd. De verkenning kan immers plaatsvinden vanuit de continue dialoog tussen het BOB, het SCMD, het PTD en de gemeente Delft. Mogelijk dat op basis van de verkenning wordt geconcludeerd dat extra investeringen in monitoringsinstrumenten gewenst zijn om het functioneren van evenementen in beeld te brengen. Zo ja, verdient het aanbeveling om met het SCMD, de gemeente Delft en evt. het PTD te bepalen wie welke investeringen voor haar rekening neemt. Voor alle organisaties is meer inzicht in het functioneren van de binnenstad immers belangrijk. Ook verdient het aanbeveling om evenementenorganisaties te consulteren op de informatie die zij voor de monitoring beschikbaar kunnen stellen. Het beschikbaar stellen van informatie zou zelfs een criterium voor financiële bijdrage aan evenementen kunnen zijn. Vanaf 2021 zouden de uitkomsten van de monitoring de basis kunnen vormen voor gerichte(re) investeringen in evenementen in de binnenstad. Het BOB kan op basis van de resultaten van monitoring in elk geval bijdragen aan evenementen optimaliseren en legitimeren naar haar achterban.</p>
Financiering	<p>Vanuit het Ondernemersfonds Delft.</p>

2.3.5 Vergroten aantrekkelijkheid binnenstad

Actiepunten: Vergroten aantrekkelijkheid binnenstad	
Omschrijving	Deze actie betreft een verzameling van de door ondernemers gewenste acquisitie op ontbrekende / unieke winkelconcepten, lobby voor een verlaging van parkeertarieven en lobby voor een versnelde aanpak van de Rode Loper. Deze breed gedragen acties hebben in belangrijke mate een lobbykarakter en zouden de agenda kunnen zijn voor resp. het overleg met vastgoedeigenaren (acquisitie) en gemeente (parkeertarieven en Rode Loper).
Trekker	BOB
Betrokkenen	SCMD, vastgoedeigenaren, Gemeente Delft en evt. Platform Toerisme Delft
Planning / uitvoering	<ul style="list-style-type: none"> <p>2019-Q2 en 2019-Q3: Het vergroten van de aantrekkelijkheid van de binnenstad kan een actie zijn die continu op de agenda van het BOB staat. De enquête die in het kader van het actieprogramma is uitgevoerd, geeft aanleiding om onder dit 'kopje' in eerste instantie de focus te leggen op de acquisitie van winkelconcepten, de verlaging van parkeertarieven en de aanpak van de Rode Loper. In een later stadium kan de aandacht echter wellicht verschuiven.</p> <p>In eerste instantie verdient het in elk geval aanbeveling om voor de genoemde drie acties verkennende werkzaamheden uit te voeren. Bij <i>acquisitie</i> gaat het dan om het achterhalen van de (brancherings)visie van vastgoedeigenaren en de activiteiten die vastgoedeigenaren ondernemen om ontbrekende / unieke winkelconcepten naar de binnenstad te trekken. Mogelijk dat zij daarbij ook ondersteuning vanuit het BOB kunnen gebruiken. Het is in ieder geval goed om dit te verkennen.</p> <p>Bij de <i>parkeertarieven</i> gaat het om zowel het verkennen van de (on)mogelijkheden bij gemeente als de ideeën van ondernemers in de binnenstad / uit andere steden om het parkeren in de binnenstad aantrekkelijker te maken voor bezoekers. Op basis daarvan kan een gerichte lobby worden gevoerd.</p> <p>Bij de <i>Rode Loper</i> tenslotte gaat het vooral om het nagaan van de oorzaak van de huidige stagnatie in planvorming. Mogelijk dat de beantwoording van de recent door Stadsbelangen Delft gestelde schriftelijke vragen aan het College van B&W hierin inzicht geeft. In elk geval wordt de versnelde aanpak van de Rode Loper ook bij het SCMD een hoge prioriteit toegekend. Het verdient daarom aanbeveling om de lobby voor de aanpak van de Rode Loper goed met het SCMD af te stemmen.</p> <p>2019-Q4 e.v.: Op basis van de activiteiten in het tweede en derde kwartaal van 2019 wordt duidelijk welke activiteiten vanuit het BOB kunnen worden ontplooid om resp. unieke / ontbrekende winkelconcepten naar Delft te trekken, de parkeertarieven te verlagen en de Rode Loper te realiseren.</p> <p>Ook is dan duidelijk hoeveel tijd dit in de lobby vanuit het BOB in beslag neemt. Op basis daarvan kan worden besloten om de aandacht te verleggen naar andere in dit actieprogramma opgenomen acties om de aantrekkelijkheid van de binnenstad te vergroten, zoals het verbeteren van de afvalinzameling, het verbeteren van de bewegwijzering, het breder uitrollen van de sfeerverlichting, het creëren van meer verblijfsvoorzieningen op pleinen, het creëren van een stadspark, het uitvoeren van de visie Vesteplein en de aanpak van de Gasthuisplaats.</p> <p>De hiervoor genoemde acties kunnen allen op hun eigen manier bijdragen aan de aantrekkelijkheid van de Delftse binnenstad. Waar het verbeteren van de afvalinzameling en het verbeteren van de bewegwijzering onder alle groepen ondernemers op draagvlak kan rekenen, kennen een aantal acties een specifieke doelgroep. De uitvoering van de visie Vesteplein is hiervan een voorbeeld. Deze actie is in de enquête door meer dan de helft van de ondernemers uit het zuidelijke deel van de binnenstad aangemerkt als belangrijk om uit te voeren. Ook het creëren van verblijfsvoorzieningen werd logischerwijs vooral door ondernemers aan pleinen als belangrijk om uit te voeren aangemerkt.</p>

Prioriteit ondernemers	Bovengemiddeld. Acquisitie op ontbrekende / unieke winkelconcepten werd bij het thema 'diversiteit aanbod' door 31% van de ondernemers aangemerkt als belangrijk om uit te voeren. Hetzelfde gold voor een lobby voor een verlaging van parkeertarieven bij het thema 'bereikbaarheid en parkeren'. Bij de overige acties merkte 23% van de ondernemers de lobby voor een versnelde aanpak van de Rode Loper aan als belangrijk om uit te voeren.
Samenhang met...	Eventueel het verbeteren van de afvalinzameling, het verbeteren van de bewegwijzering in de binnenstad, het breder uitrollen van sfeerverlichting, het creëren van meer verblijfsvoorzieningen op pleinen, de creatie van een stadspark, de uitvoering van de visie Vesteplein en de aanpak van de Gasthuisplaats. Ook is het belangrijk om over de resultaten van deze actie te communiceren, ofwel er bestaat ook samenhang met de actie 'Meer communicatie over de activiteiten vanuit het BOB en het SCMD'.
Beoogd resultaat	Door middel van het vergroten van de aantrekkelijkheid de bezoekersfunctie van de binnenstad versterken en de verdien capaciteit vergroten.
Kosten	Nihil. De genoemde activiteiten kunnen plaatsvinden vanuit de activiteiten die het BOB structureel onderneemt c.q. de afstemming met partners.
Financiering	Voor wat betreft de bijdrage van het BOB: vanuit het Ondernemersfonds Delft.

3. Organisatie en financiering

Actieprogramma als leidraad voor activiteiten BOB

In de uitvoering van het Actieprogramma voor de Delftse binnenstad ligt het initiatief bij het Bestuurlijk Overleg Binnenstad (BOB). Het verdient aanbeveling om het programma de komende jaren als leidraad te hanteren voor de activiteiten van het BOB. Het actieprogramma is immers tot stand gekomen met betrokkenheid van de ondernemers uit de binnenstad en de in het programma uitgewerkte acties kunnen rekenen op een breed draagvlak. Met de uitvoering van het actieprogramma levert het BOB bovendien een concrete bijdrage aan het versterken van de bezoekersfunctie van de binnenstad en het vergroten van de verdien capaciteit.

Met laatstgenoemde twee doelstellingen sluit het actieprogramma bewust aan op de doelstellingen die het SCMD en de gemeente Delft bij de ontwikkeling van de binnenstad hanteren. Uitvoering van de acties zal namelijk ook in belangrijke mate in afstemming met de genoemde partijen (moeten) gebeuren.

Draagvlak voor huidige inzet van middelen

Zoals in het inleidende hoofdstuk van dit actieprogramma is aangegeven, heeft het BOB aan Roots gevraagd om specifieke aandacht te besteden aan de organisatie en financiering van projecten. Een eerste vraag was of de huidige inzet van middelen door ondernemers uit de binnenstad gedragen werd. Een andere vraag was waar volgens de ondernemers de prioriteit in uitvoering moest liggen. Wij hebben de genoemde vragen steeds in de interviews aan de orde gesteld. Hoewel de reacties op de vragen verschilden, was de algemene opinie duidelijk: er bestond draagvlak voor de relatief grote financiële bijdragen van het BOB aan de activiteiten van het SCMD en de sfeerverlichting in de stad.

Aandachtspunt 1: Achterban wenst meer inzicht in de inzet van middelen

Tegelijkertijd kwamen er in de gesprekken diverse aandachtspunten naar voren. In het geval van de financiële bijdrage aan de activiteiten van het SCMD ging het dan vooral om het verduidelijken van wat er precies met de middelen gebeurt. De hoge prioriteit die in de enquête aan de actie 'meer communicatie over de activiteiten van het BOB en het SCMD' is toegekend, weerspiegelt dit ook. Daarnaast groeit met de professionalisering van het BOB en het SCMD – zoals in het jaarplan 2019 van het SCMD terecht wordt aangegeven – de vraag naar inzicht in resultaten van projecten. In die zin ligt er niet alleen een taak in de communicatie over activiteiten maar ook in het meten van resultaten. Op die manier kan de inzet vanuit het BOB en het SCMD in de toekomst verder worden geoptimaliseerd.

Aandachtspunt 2: Aanvullende middelen verwerven

Ook met betrekking tot de sfeerverlichting kwamen er aandachtspunten naar voren. Daarbij is het in de eerste plaats belangrijk om te constateren dat vrijwel niemand de omvang van het budget dat hieraan wordt besteed ter discussie stelde. In algemene zin was er juist waardering voor het feit dat het BOB hierin (veel) investeert. De discussie zat meer in het feit dat de sfeerverlichting alleen vanuit het BOB wordt gefinancierd en de omvang van het budget van het BOB in haar geheel.

Bij het eerste punt gaven een aantal ondernemers aan dat de toegevoegde waarde van sfeerverlichting dermate evident is dat financiering met vrijwillige bijdragen zou moeten kunnen worden gerealiseerd. De algemene opinie was echter dat daarmee

een stap terug in de tijd zou worden gezet; naar het moment dat er nog geen Ondernemersfonds Delft (OFD) was en initiatieven in de binnenstad werden geremd door zogenaamde *freeriders* en de weigering van goedwillende ondernemers om 'altijd' op te draaien voor collectieve investeringen in het ondernemersklimaat.

In de gesprekken bestond dan ook meer draagvlak voor het verhogen van de OZB-opslag. Vooral grotere ondernemers gaven aan graag meer te betalen aan OZB als dit ook ten goede kwam aan de slagkracht van het BOB en het SCMD. Ook in de enquête gaven diverse ondernemers aan graag de OZB-opslag verhoogd te zien; de actie werd zelfs door één op de zes ondernemers als belangrijk om uit te voeren aangemerkt om het organiserend vermogen in de binnenstad te versterken.

De vraag is echter of een verhoging van de OZB-opslag op korte termijn te realiseren is. Op korte termijn lijken andere financieringsbronnen meer haalbaar. Mogelijk dat er vanuit het Platform Toerisme Delft (PTD) een financiële bijdrage aan de sfeerverlichting kan worden geleverd. Of willen de diverse winkeliersverenigingen een financiële bijdrage aan (het onderhoud van) de sfeerverlichting leveren. Ook het verkennen van een bijdrage door andere ondernemersgebieden (zoals nu ook bij de Hanging Baskets gebeurt) en de gemeente Delft kan mogelijk waardevol zijn.

In elk geval zijn voor de uitvoering van de in dit actieprogramma opgenomen acties extra middelen gewenst. Hoewel veel van de aangegeven acties vanuit de huidige structuur (kosteloos) kunnen worden uitgevoerd, kunnen de effecten van de acties met extra middelen waarschijnlijk worden vergroot.

Advies toekomstige organisatie en financiering actieprogramma

In eerste instantie lijkt het logisch om het nog beschikbare budget van het BOB voor wat betreft de in dit actieprogramma aangegeven acties primair te besteden aan het verbeteren van de communicatie over de activiteiten van het BOB (en het SCMD). In samenwerking met het SCMD en het PTD kan gewerkt worden aan het versterken van de promotie naar inwoners van de regio. De acties met betrekking tot de handhaving en aantrekkelijkheid vormen een goede agenda voor de lobby richting de gemeente en kunnen in principe kostenneutraal worden uitgevoerd.

Voor de evenementen is het belangrijk om het inzicht in het functioneren van evenementen te vergroten. Op basis van dit inzicht kan gericht(er) in evenementen worden geïnvesteerd, waarbij de investeringen kunnen plaatsvinden door middel van kleinschalige bijdragen uit het BOB en/of het SCMD, PTD en/of de gemeente. Dit laatste kan wellicht worden gestimuleerd door middel van gerichte lobby door het BOB.

Op korte termijn verdient het echter aanbeveling om te investeren in monitoringsinstrumenten. Aangezien ook SCMD, PTD en gemeente behoefte hebben aan meer inzicht in het functioneren van de binnenstad, kunnen investeringen in dergelijke instrumenten waarschijnlijk gezamenlijk en/of vanuit de diverse kanalen worden gefinancierd. Wij adviseren dan ook nadrukkelijk om de behoefte aan monitoringsinstrumenten gezamenlijk met andere partijen te verkennen en te financieren.

Relatie met OFD, SCMD en PTD

De in het actieprogramma opgenomen acties kunnen primair vanuit het Ondernemersfonds Delft worden bekostigd. Doordat het BOB zitting neemt in het SCMD en het PTD en daaraan ook direct (SCMD) en/of indirect (SCMD en PTD) financiële bijdragen levert, kan zij invloed uitoefenen op de projecten die vanuit beide orga-

nisaties worden uitgevoerd. Vanuit die optiek liggen financiële bijdragen vanuit het SCMD en het PTD aan één of meerdere acties uit dit programma ook voor de hand.

Het verdient aanbeveling om directe financiële bijdragen vanuit het BOB zo veel als mogelijk als hefboom in te zetten. Ofwel, cofinanciering vanuit andere partijen voorwaardelijk te maken aan een financiële bijdrage van het BOB. Op die manier kan het doelbereik worden geoptimaliseerd.

Evaluatie eind 2020: wel/niet aanvullende acties uitwerken en behoeften peilen

Gegeven de looptijd van de in paragraaf 2.3 uitgewerkte acties, adviseren wij om eind 2020 de uitvoering van het actieprogramma te evalueren en als bestuur van het BOB te besluiten om wel/niet aanvullende (nog niet uitgewerkte) acties uit het actieprogramma uit te voeren en/of opnieuw de behoeften van ondernemers uit de binnenstad te peilen.

Het is goed om hierbij ook rekening te houden met de gemeentelijke ambitie om de binnenstadsnota te actualiseren. De eventuele update van het actieprogramma zou mogelijk parallel hieraan kunnen plaatsvinden. Het in elk geval verdient aanbeveling om met de gemeente af te stemmen of dit gewenst is en zo ja, welke input de gemeente graag van ondernemers voor de binnenstadsnota wenst. Dan kan hiermee in de actualisatie van het actieprogramma rekening worden gehouden.

De keuze om het actieprogramma al dan niet te actualiseren, hangt ook af van de fasering die in de uitvoering van acties wordt aangebracht. Op het moment dat er structureel ruimte in de begroting van het BOB ontstaat, ligt uitvoering van de acties met een iets lagere prioriteit bij de ondernemers uit de binnenstad en/of een nieuwe behoefteonderzoek in elk geval voor de hand.

4. Slotbeschouwing

Delftse binnenstad: meeste seinen op groen, maar ook in transitie

De Delftse binnenstad maakt een transitie door. Mede gedreven door algemene trends en ontwikkelingen in (historische) binnensteden neemt het aantal horeca-ondernemingen toe en daalt het aantal winkels. Daarnaast weet de binnenstad steeds moeilijker de regionale bezoeker aan zich te binden. Steeds vaker kiezen inwoners uit de regio voor Rotterdam en Den Haag.

Hoewel deze afname van bestedingen in Delft wordt gecompenseerd door de groei van bestedingen door toeristen, profiteert daarvan niet iedereen. Vooral winkeliers in de minder op toerisme gerichte detailhandel (kleding, sport & spel, elektronica) kampen met dalende bezoekersaantallen en omzetten.

Tegelijkertijd is de leegstand in de Delftse binnenstad laag, stijgt de gemiddelde waardering van bezoekers en groeit de werkgelegenheid. Dit laatste is niet alleen het gevolg van een groei van de horeca, maar komt ook door een toename van het aantal ZZP'ers en de groei van ICT-diensten, zakelijke dienstverlening en persoonlijke diensten (bijv. kappers, schoonheidssalons, zonnestudio's, etc.).

Actieprogramma voor de Delftse binnenstad om de bezoekersfunctie te versterken en de verdien capaciteit te vergroten

De uitgangspositie lijkt dan ook goed. Tegelijkertijd wordt de concurrentie om de gunsten van de consument steeds groter en lijkt de Delftse binnenstad na een periode van veel investeringsdynamiek (Spoorzone) op dit moment vooral geplaagd te worden door uitstel van investeringen.

Met de uitvoering van een actieprogramma wil het BOB concreet bijdragen aan het versterken van de bezoekersfunctie en het vergroten van de verdien capaciteit. In het onderhavige programma zijn vijf acties uitgewerkt die kunnen bijdragen aan het realiseren van die doelstellingen. Deze uitwerking dient nadrukkelijk als advies van Roots aan het BOB te worden gelezen. Het bestuur van het BOB kan besluiten tot een andere invulling van acties en/of planning van de uitvoering.

Leidraad voor de activiteiten van het BOB

Met het 'Actieprogramma voor de Delftse binnenstad' is in elk geval een mogelijke leidraad ontwikkeld voor de toekomstige activiteiten van het BOB om de economische ontwikkeling van de binnenstad te ondersteunen. Het actieprogramma is in nauw overleg met de ondernemers uit de binnenstad tot stand gekomen en de in het actieprogramma uitgewerkte acties kunnen rekenen op een breed draagvlak.

Het verdient aanbeveling om de resultaten van de uitvoering van acties duidelijk zichtbaar te maken voor zowel ondernemers uit de binnenstad als andere stakeholders in de stad. Hierdoor zal het actieprogramma meer gaan leven en kan het BOB haar invloed vergroten.

Periodiek peilen van behoeften

Hoewel het 'Actieprogramma voor de Delftse binnenstad' past bij de actuele wensen en behoeften van ondernemers in de binnenstad, kunnen die wensen en behoeften in de loop der tijd wijzigen. Het verdient dan ook aanbeveling om de behoeften van ondernemers uit de binnenstad periodiek te peilen.

Gegeven de looptijd van de in het actieprogramma uitgewerkte acties, adviseren wij om eind 2020 de uitvoering van het programma te evalueren en als bestuur van het BOB te besluiten om wel/niet aanvullende (nog niet uitgewerkte) acties uit het actieprogramma uit te voeren en/of opnieuw de behoeften van ondernemers uit de binnenstad te peilen.

Bijlagen

A: Bronnen

Beleidskader

- Gemeente Delft (2009), Visie openbare ruimte.
- Gemeente Delft (2009), Nota integraal evenementenmodel.
- Gemeente Delft (2010), Ruimtelijke Structuurvisie 'Ontmoetingen met Delft'.
- Gemeente Delft (2011), Update LVVP en Fietsactieplan.
- Gemeente Delft (2012), Nota Binnenstad 'Vitaal en gastvrij'.
- Gemeente Delft (2012), Nota Detailhandel Delft 2012-2020.
- Gemeente Delft (2012), Nota Groen Delft 2012-2020.
- Gemeente Delft (2013), Bestemmingsplan Binnenstad 2012.
- Gemeente Delft (2013), Kadernota Parkeerbeleid Delft 2013-2020.
- Gemeente Delft (2013), Strategische agenda Mobiliteit.
- Gemeente Delft (2014), Nota en beleidsregels autodelen.
- Gemeente Delft (2015), Uitvoeringsbeleid Terrassen 2015.
- Gemeente Delft (2016), Cultuurkader Delft 2019-2019; Focus op Cultuur.
- Gemeente Delft (2016), Visie Toerisme Delft 2017-2020.
- Gemeente Delft (2016), Woonvisie Delft 2016-2023.
- Gemeente Delft (2017), Bouwen aan een duurzaam Delft.
- Gemeente Delft (2017), Delftse Schouwgid.
- Gemeente Delft (2017), Kadernota 2017. Delft in balans.
- Gemeente Delft (2017), Nota Doorontwikkeling Evenementenbeleid.
- Gemeente Delft (2017), Stand van zaken gebiedsontwikkeling.
- Gemeente Delft (2017), Update Visie Toerisme Delft.
- Gemeente Delft (2017), Visie sport en bewegen 2017-2025.
- Gemeente Delft (2018), Bestuursprogramma 2018-2022.
- Gemeente Delft (2018), Coalitieakkoord Delft 2018-2022.
- Gemeente Delft (2018), Meerjarenprogramma Gebiedsontwikkeling 2018-2021.
- Gemeente Delft (2018), Herijking nota binnenstad vitaal en gastvrij.
- Gemeente Delft (2018), Nota Parkeernormen 2018.
- Gemeente Delft (2018), Ruimtelijk-economische visie Delft 2030.
- Gemeente Delft (2018), Update uitvoeringsplan Microbereikbaarheid 2018-2019.
- MRDH (2016), Agenda Detailhandel MRDH 2016-2021.
- MRDH (2018), Strategie werklocaties 2019-2030.
- Provincie Zuid-Holland (2012), Notitie detailhandel Zuid-Holland.
- Provincie Zuid-Holland (2017), Discussienota Detailhandel Zuid-Holland 2017.
- Provincie Zuid-Holland (2018), Visie Ruimte en Mobiliteit.

Trends en ontwikkelingen in binnensteden

- Bal, G. & P. Terhorst (2016), Succes- en faalfactoren voor de ontwikkeling van stadscentra.
- Bal, G. & P. Terhorst (in ontwikkeling), Ontdek een ander perspectief voor de binnenstad. Lessen op het gebied van identiteit, gastvrijheid en klantbeleving.
- Bureau Louter (2018), Wonen en werken in de Nederlandse binnensteden.
- DTNP (2015), Dynamiek door beleid.
- GfK (2016), Shopping Tomorrow. The future off shopping according to the consumer.
- INretail (2017), Retail richting 2030.
- IVBN & NRW (2016), Nieuwe richtlijnen voor succesvolle winkelgebieden.
- Locatus (2018), Hoe nu verder met de middelgrote stad?

- Mindlogyx Retail, NRW, IVBN en INretail (2018), Toolkit sociale meerwaarde.
- NRW (2017), Succesvolle transitie van winkelgebieden door regionale afstemming.
- PBL (2015), De veerkrachtige binnenstad.
- Platform31 (2014), Winkelgebied van de toekomst; Bouwstenen voor publiek-private samenwerking.
- Platform31 (2015), De binnenstad als buitenkans.
- Platform31 (2016), Experiment aangename aanloopstraten.
- Platform31 (2018), Avondstad. Hoe breng je de binnenstad 's avonds tot leven?
- Platform31 (2018), De nieuwe binnenstad. Toekomst van de binnenstad in een tijd van big data en circulaire economie.
- Q&A (2015), De invloed van vergrijzing op het winkellandschap.
- Roots Beleidsadvies en AnalyZus (2015), De nieuwe realiteit in de retail.
- Roots Beleidsadvies en Platform31 (2014), Quickscan kansen en knelpunten in Nederlandse winkelgebieden en binnensteden.
- Shopping Tomorrow (2018), Future Retail City Center.
- Vosjan, T. & A. Risselada (2018), Samen investeren in succesvolle winkelgebieden.
- Vosjan, T. & N. Haas (2019), Gastvrije binnensteden. Successen en lessen.
- Vosjan, T. & S. Ermerins, S. van der Linden, A. Kamphuis (2017), Instrumenten voor een succesvolle transitie van de winkelstructuur.
- Zwart, B.A.M. de & T.S. Pijs, N.B. Schram (2018), De Ondernemende Binnenstad. 5 Cahiers: De factor mens, Organisatiekracht, Onderscheidingskracht, Betaalbaarheid, Vitaliteit.

Feiten en cijfers

- CBS (2019), Statline.
- Detailhandel Nederland (2017), Kiezen voor het kloppend hart.
- DTNP (2017), Detailhandel Zuid-Holland.
- Gemeente Delft (2015), Statistisch Jaarboek 2015.
- Gemeente Delft (2019), Delft Buurtmonitor.
- I&O Research (2017), Randstad Koopstromenonderzoek 2016.
- I&O Research en DTNP (2019), Randstad Koopstromenonderzoek 2018.
- JLL (2017), Ranking Retail 2017.
- INretail (2018), Omzetkengetallen 2017 t.b.v. ruimtelijk economisch onderzoek.
- LISA (2019), Werkgelegenheidsregister.
- Locatus (2019), Basisregister verkooppunten.

Overig

- Adviesgroep 'Delft Herstelt' (2016), Delft, Parel in de Randstad.
- Bakkeren, A. & G. Bal (2006), Delft in 2020 – themastudie Kracht van Delft.
- Bal, G. (2007), Citymarketing in Delft – themastudie Kracht van Delft.
- Belangenverenigingen Binnenstad Noord, Belangenvereniging De Oude en De Nieuwe Delft en Belangenvereniging Zuidpoort (2018), Parkeerdrukmeting in de binnenstad van Delft 2017.
- BOB (2014), Statuten.
- BOB (2017), Input van ondernemers binnenstad voor uw partijprogramma voor de gemeenteraadsverkiezingen 2018.
- BOB (2018), Begroting BOB.
- BOB (2018), Jaarplan 2018 – werkgroepen structuur SCMD/BOB.
- BOB (2018), Verslagen vergaderingen 2018.
- BRO (2012), Weerbaarheidsanalyse binnenstad Delft.
- Butink, L. (2013), De aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als investeringsmilieu voor institutionele vastgoedbeleggers.

- Delftse Rekenkamer (2017), Openbare orde en veiligheid bij evenementen.
- Delftse Rekenkamer (2019), Rapport 'Niet wachten op klachten'; Onderzoek naar toezicht en handhaving in het fysieke domein.
- Gemeente Delft (2013), Verbeterplan 'rode loper' Nieuwe Langendijk.
- Gemeente Delft (2015), Evaluatie van het Delfts evenementenbeleid.
- Gemeente Delft (2017), Stand van zaken Rode Loper.
- Gemeente Delft (2018), Analyse restcapaciteit parkeren binnenstad Delft.
- Gemeente Delft (2018), Informatiebrief Mobiliteitsplan Delft 2040.
- Gemeente Delft (2018), Samenvatting mobiliteit, 5-meting 2018.
- Gemeente Delft en KuiperCompagnons (2018), Delft 2040. Ruimte voor keuzes. Impactanalyse verstedelijkingsopgave Delft.
- Gemeente Delft (2019), Vastgestelde Bedrijfsplan 2019-2022 Parkeren in Delft van ParkerenDelft BV.
- Gemeente Delft (2019), Evenementenkalender.
- Gemeenteraad Delft (2019), Motie toekomst Gasthuisplaats (aangenomen).
- MCK Architectuur (2016), De poort van Delft. Basisontwerp voor de herinrichting van de Poort van Delft: Binnenwatersloot, Oude Delft, Peperstraat, Koornmarkt, Oude Langendijk.
- MCK Architectuur (2018), Schetsontwerp Vesteplein. Ontwerp voor herinrichting en bestrating.
- Merk X architecten (2017), Ruimtelijke toekomstvisie Museum Prinsenhof Delft.
- Recreatie & Toerisme (2018), Strippenkaart voor samenwerking in Delft.
- Rho (2015), Ladderonderbouwing programma Van Leeuwenhoekkwartier Noord.
- Rho (2018), Ladderonderbouwing programma 'Nieuw Delft, zuidelijke velden'.
- Roots Beleidsadvies (2012), Actieprogramma voor de Delftse binnenstad.
- Roots Beleidsadvies (2014), Actieprogramma voor bedrijventerrein Schieoevers.
- Roots Beleidsadvies (2017), Actieprogramma Buitenhof Delft.
- Roots Beleidsadvies (2017), Actieprogramma Delftse Hout.
- Roots Beleidsadvies (2017), Actieprogramma Voorhof Delft.
- Roots Beleidsadvies (2018), Actieprogramma Tanthof Delft.
- SCMD (2018), Begroting Stichting Centrum Management Delft 2019.
- SCMD (2018), Jaarplan 2018.
- SCMD (2018), Jaarplan 2019.
- Stadsbelangen Delft (2019), Schriftelijke vragen over stand van zaken Rode Loper.
- Stadskracht (2018), Herijking Nota Binnenstad Vitaal en Gastvrij.
- Tiemstra, S. (2018), Een burgerinitiatief voor de Nieuwe Gasthuisplaats.
- Zaken Expert (2013), Adviesrapport Brancheringsaanpak Delftse Binnenstad 2014-2017.

B: Deelnemers interviews

In het kader van het Actieprogramma voor de Delftse binnenstad zijn diverse ondernemers en overige belanghebbenden geïnterviewd om acties te identificeren die kunnen bijdragen aan het versterken van de bezoekersfunctie van de Delftse binnenstad en het vergroten van de verdien capaciteit.

In de onderstaande tabel is per stakeholder aangegeven welke organisatie hij/zij vertegenwoordigde en op welke dag het desbetreffende interview plaatsvond.

Geïnterviewde personen

Naam	Organisatie	Datum
Dhr. B. van Luin	Les Gateaux	4 februari 2019
Dhr. H. van Bodegom	Belangenvereniging Binnenstad Noord	4 februari 2019
Dhr. H. Weyers	Vermeer Centrum	4 februari 2019
Mevr. E. van Luin	Les Gateaux	4 februari 2019
Mevr. M. Haaksma	Instore Conceptstore	4 februari 2019
Dhr. F. van Winden	Stads-Koffyhuus	4 februari 2019
Dhr. H. Alghiwi	Eazie	4 februari 2019
Dhr. K. Bhugwansing	Foodlyft	4 februari 2019
Dhr. T. Noordenbos	Uit de kunst	4 februari 2019
Mevr. H. Huis	Café de Klomp	4 februari 2019
Mevr. K. Rompelman	Koffie Enzo	4 februari 2019
Dhr. D. Wijtman	Het Koningshuys	5 februari 2019
Dhr. J. Spierings	LEF Restaurant	5 februari 2019
Dhr. P. van Beurden	Barbaar	5 februari 2019
Mevr. J. van Leeuwen	Kobus Kuch	5 februari 2019
Dhr. Y. Sonneveld	No. 13	5 februari 2019
Mevr. K. Vollering	Groene Vingers	11 februari 2019
Dhr. G. Zevenbergen	Moodz	11 februari 2019
Dhr. H. van Bergen	Henk van Bergen Advies	11 februari 2019
Dhr. J. Broekhuizen	Sevenhills	11 februari 2019
Dhr. P. Ottens	Bul Super	11 februari 2019
Mevr. L. van den Dool	Pathé	11 februari 2019
Mevr. M. Nicolaes	OPEN	11 februari 2019
Dhr. K. Koreneef	Kobe Vastgoed	19 februari 2019
Mevr. S. Kooiman	SCMD	25 februari 2019
Dhr. E. Garretsen	WestCord Hotel Delft / PTD	8 maart 2019
Dhr. J. Cornelese	Café de Oude Jan / PTD	8 maart 2019
Dhr. A. Steendam	Steendam Herenmode	18 maart 2019
Dhr. H. van Dongen	Gemeente Delft	19 maart 2019
Dhr. H. Wensveen	Gemeente Delft	19 maart 2019
Dhr. M. Visser	Gemeente Delft	19 maart 2019

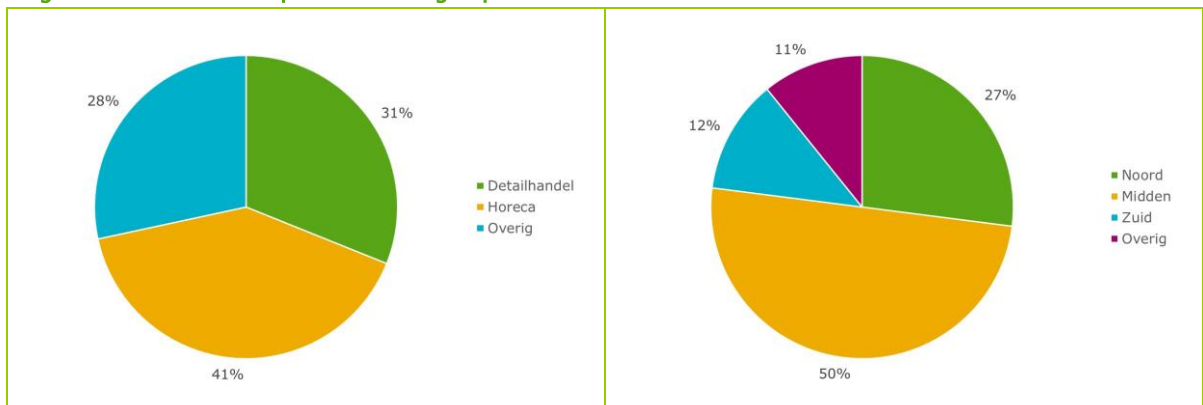
Roots Beleidsadvies is de diverse personen zeer erkentelijk voor de bijdrage die zij hebben geleverd aan de totstandkoming van het Actieprogramma voor de Delftse binnenstad.

C: Respons enquête

Op 12 maart 2019 is onder de ondernemers in de Delftse binnenstad een enquête verspreid om het draagvlak voor de uitvoering van acties te peilen. Deze enquête is verspreid onder de 475 gebruikers van Chainels (het digitale communicatieplatform van ondernemers in de Delftse binnenstad) en de 55 ondernemers die ook zijn benaderd voor deelname aan de interviews (direct per email). Op 22 en 28 maart is (digitaal) gerappelleerd om de respons te verhogen.

De respons op de enquête bedroeg uiteindelijk 74. Daarmee heeft 16% van de Chainels-gebruikers in de Delftse binnenstad de enquête ingevuld. Daarbij was sprake van een goede mix van winkeliers, horecaondernemers en overige belanghebbenden. In het noordelijke- en middengedeelte van de binnenstad was de respons op de enquête relatief hoog; in het zuiden relatief laag.

Figuur C.1: Overzicht respons naar doelgroep



Bron: Roots Beleidsadvies o.b.v. enquête Delftse binnenstad, 2019

In de enquête is ondernemers uit de binnenstad gevraagd om van een lijst van 32 mogelijke acties aan te geven welke acties zij het belangrijkste vonden. De acties waren daarbij geclusterd naar thema. Op die manier konden de ondernemers per thema aangegeven welke acties zij het belangrijkste vonden.

De ondernemers kregen tevens de gelegenheid om – per thema – extra acties aan te dragen die in hun ogen ontbraken. Van die gelegenheid hebben 23 ondernemers gebruik gemaakt. Een belangrijk deel van de 'extra' aangeleverde acties bedroegen in feite opmerkingen over de acties die bij het betreffende thema waren opgenomen. Hierbij werd in sommige opmerkingen de voorkeur voor uitvoering van meerdere van de opgenomen acties uitgesproken en in sommige opmerkingen de voorkeur voor de uitvoering van geen enkele van de aangegeven acties.

Het aantal opmerkingen dat daadwerkelijk een extra actie betrof, was derhalve beperkt. Op de volgende pagina is een overzicht opgenomen van de extra door ondernemers voorgestelde acties.

Figuur C.2: Extra door ondernemers aangedragen acties in de enquête per thema

Thema	Actie
Organiserend vermogen	Meer gebruik maken van Chainels
Diversiteit aanbod	Nieuwe ondernemers welkomspakket bieden en begeleiden in de stad
Diversiteit aanbod	Verbinden van ondernemers met culturele partners/initiatieven
Bereikbaarheid en parkeren	Extra parkeergelegenheid aan randen van de stad creëren en openbaar vervoer tussen die parkeervoorzieningen en de binnenstad stimuleren (2x)
Bereikbaarheid en parkeren	Gastvrij parkeerbeleid: (meer) bebording aanbrengen waar niet geparkeerd mag worden
Bereikbaarheid en parkeren	Lobby voor verbod voor vrachtwagens na 12 uur in de binnenstad
Bereikbaarheid en parkeren	Op straat, langs de grachten en op parkeerterreinen meer kort parkeren (betaald) mogelijk maken
Evenementen	Lobby voor verlaging kosten veiligheidseisen
Schoon, heel en veilig	Lobby voor meer vuilnisbakken
Schoon, heel en veilig	Mobikes en Swapfietsen uit de binnenstad weren
Schoon, heel en veilig	Uitvoering extra schoonmaakwerkzaamheden (2x)
Overige acties	Goede bezoekers meetpunten in de binnenstad realiseren
Overige acties	Historische paardentram steunen
Overige acties	Lobby voor meer aandacht richting de Klis
Overige acties	Ontwikkeling van digitale routeplanner en/of app van Delft voor gasten en inwoners

Bron: Roots Beleidsadvies o.b.v. enquête Delftse binnenstad, 2019

Colofon

Titel

Actieprogramma voor de Delftse binnenstad

Datum

Eindrapport, 17 mei 2019

Opgesteld door:

Roots Beleidsadvies

In opdracht van:

Stichting Bestuurlijk Overleg Binnenstad (BOB)

Contactadressen

Stichting BOB

www.delftbinnenstad.nl/ondernemers/

info@bobdelft.nl

Roots Beleidsadvies

Postbus 160

2280 AD Rijswijk ZH

www.rootsadvies.nl

info@rootsadvies.nl

© Roots Beleidsadvies, 2019

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze dan daaronder mede begrepen gehele of gedeeltelijke bewerking van het werk, zonder voorafgaande toestemming van Roots Beleidsadvies.

No part of this publication may be reproduced in any form by print, photo print, microfilm or any other means without written permission by Roots Beleidsadvies.