

Boost NU de Binnenstad Stimuleringspakket Centrum & stad Oldenzaal

Geachte Raad,

Uit al onze gesprekken en tijdens de bijeenkomsten komt duidelijk het belang naar voren voor het aantrekkelijker maken van onze binnenstad. De economische functie voor de hele stad is duidelijk, de promotie waarde van een gezellig centrum behoeft geen uitleg en kennen we allen de urgentie om Oldenzaal weer stevig op de kaart te zetten.

Na twee jaar corona krabbelen de ondernemers voorzichtig weer op, maar met de huidige inflatie is dat voor velen simpelweg niet mogelijk. We weten dat er nog veel meer onzekerheid op ons afkomt. Dit zal (en heeft) gevolgen voor de koopkracht en het koopgedrag. Ook de consument is veranderd en is de inflatie in menig huishoudboekje goed merkbaar. Er wordt nu nog redelijk besteed door de consument, maar daalt het consumentenvertrouwen snel. Verwachtingen zijn dan dat vanaf het derde kwartaal de consument minder gaat uitgeven.



(bron: [CBS](#)).

Minder vertrouwen betekent dus lagere bestedingen. Om de omzet te stabiliseren, moeten we dus meer bezoekers naar de stad krijgen om hier hun geld uit te geven. Maar stabilisatie is niet genoeg. We moeten groeien om winkels te behouden, reserves te kweken, energie op te doen en vertrouwen te kweken. Vertrouwen dat Oldenzaal echt de gezelligste winkel- en horecastad van Twente is!

Nu die Boost!

De komende tijd wordt de koers gekozen voor de komende vier jaar en langer. Hopelijk betekent dit dat er in 2023 middelen en mandaat komen om vanuit strategie snel naar acties te gaan. Op korte en lange termijn gaat dit positieve effecten op onze stad hebben. De stadsstructuur staat ervoor, organisaties zijn ingericht en plannen liggen klaar.

Maar dat is 2023 en duurt nog een half jaar. We hebben juist nu een stevige impuls nodig om Oldenzaal veel beter op de kaart te zetten. Voor de stappen die we moeten nemen en de ambities die we willen halen, is het aanwezige budget niet toereikend. Hiermee is het bereik beperkt tot binnen de gemeente. Ook kunnen we geen krachtig signaal versturen, welke direct bij de mensen opvalt. We hebben meer nodig om echt goed en sneller op het vizier te komen van potentiële én bestaande consumenten.

Daarvoor vragen we vanuit SOBO, Horeca, Cultuur en Oldenzaal Promotie om per direct een stimuleringsbudget beschikbaar te stellen. Hiermee gaan we aan de slag om klaarliggende campagnes groots te starten, in de zomer/najaar & met de feestdagen de stad prachtig aan te kleden, veel meer vertier te organiseren, ondernemers ontwikkelingstrajecten op te starten en nog veel meer.

Veel van deze kansen en mogelijkheden moeten we nu laten liggen omwille van het beschikbare geld. We zitten zeker niet stil, maar maken we gewoon andere, behapbare keuzes. In de omliggende steden wordt stevig ingezet op het stimuleren van de bezoekersstromen en het verbeteren van de stad. Ongetwijfeld gaan wij dat ook doen, maar kan dat niet wachten tot 2023!

We hebben de (binnen) stad booster nu nodig!

Verzoek

Om Oldenzaal echt op de kaart te zetten en het verschil te maken met andere steden, is er behoefte aan een incidentele subsidie van € 288.000,- Hieronder leggen we uit wat we ermee gaan doen.

Wil de Raad deze subsidie verlenen?

Uitwerking Boost Budget

Stimulans bestaande activiteiten

- Alle koopzondagen Oldenzaal laten bruisen. Muziek, vermaak en altijd een bijpassend evenement op het Plechelmusplein en door de straten. Naast meer bezoekers, zal het ondernemers ook stimuleren om wel open te gaan.
- Extra activatie en communicatie koopavonden.
- Warenmarkt beter profileren en organiseren.
De oudste markt van Twente moeten we meer benutten als publiekstrekker.
 - o Aankleding markt verbeteren.
 - o Begeleid traject opstarten om markt te revitaliseren.
 - o Promotie campagne in regio.
 - o Specifieke Duitsland campagne.
- De Oldenzaalse cadeaubon breder onder aandacht brengen. Iedere verkochte bon is direct een impuls voor de lokale ondernemers. Met extra gelden kunnen we deze bon ook digitaliseren, wat weer voor meer omzet gaat zorgen.
- Gewoon meer algemene Oldenzaal campagnes kunnen inzetten. Dit ter verbetering naamsbekendheid en ontwikkeling imago.
 - o Spaaracties vergroten
 - o Busreclames
 - o Addwords campagne
 - o Steden benadering

- Zomerprogramma
 - o Alle woensdagen overdag kinderactiviteiten en 's avonds muziek op horecaplein
 - o Adverteren op vakantiesites (ANWB, Zoover, tripadvisor, social deal ed)
 - o Grotere inzet om toeristen in omliggende recreatieparken te informeren
- Aanschaf concrete data sets om meer bezoekersinformatie te krijgen
- Oldenzaal Online
 - o Optimaliseren huidige web domeinen
 - o Verbeteren vindbaarheid
 - o Backend development uitbesteden
 - o Shopinoldenzaal.nl inrichten en activeren
- Feestdagen grootster oppakken:
 - o Straten sfeervoller aankleden
 - o Sinterklaas periode grootser oppakken, incl. intocht en randprogramma
 - o Flink uitpakken met Oldenzaal in Kerstsfeer
 - Grote en aansprekende kerstmarkt (aankleding, animatie etc.)
 - Doorlopend entertainment programma
 - Meer lichtobjecten en versieringen
 - o Grote, euregionale promotie campagne voor feestdagen
- Tijdens de stillere dagen en maanden (maandag tm woensdag & januari tm maart) bedenken we een ludiek idee om meer bezoekers in Oldenzaal te ontvangen.

Ondernemers Support & Ontwikkeling

Bij veel ondernemers liggen vragen op gebied van online, social media, positionering ed. Hier kunnen we via externe adviseurs hulp aanbieden. Ook gaan we ondernemers helpen met hun winkel uitstraling en verbeteren klantvriendelijkheid & gastvrijheid. Dit doen we door workshops en bieden mysterie shoppers een spiegel voor de ondernemers.

- o Workshops
- o Training
- o Mystery shoppers
- o Data rapportages

De Duitse Doelgroep

Met Euregio willen we doelgroep gerichte campagnes gaan voeren in omliggende Duitse steden. Naast de reguliere media invulling, gaan we fysiek promoten in Duitse centra. Onze huidige samenwerking met de Duitse collega's gebruiken we om snel en effectief bereik te creëren.

Oldenzaal met een klap op de kaart zetten

We zijn al enige tijd in voorbereiding met een geheel nieuwe Glimlach campagne. Deze bestaat niet uit de geijkte slogan, maar laat juist de mens zien die Oldenzaal zo bijzonder maakt. Naast het vergroten van de trots van onze inwoners, laten we in de wijde omgeving zien waar Oldenzaal voor staat. Vanuit de kernwaarden gastvrij, authentiek en verbindend maken we fris beeldmateriaal, video's en hebben we zelfs al een Oldenzaals lied ('Hier ben ik op mijn plek').

De nieuwe Glimlach campagne willen we solide en heel krachtig uitvoeren.

- Groter bereik in Twente
- Online media inzetten
- I.p.v. paar weken, nu inzetten voor langere periode (juni/juli) en ook terugkerend (september/oktober)
- Aansluiten op cultuurcampagne (september)



(concepten: design bureau Nieuwe Weide)

Krachtige impuls stads promotie

Met meer budget kunnen we algemene Oldenzaal campagnes effectiever inzetten. Hiermee verbeteren we onze positionering, identiteit en ontwikkelen we het imago. We bouwen versneld verder aan de kracht van ons merk Oldenzaal. Hierbij zetten we in op onze vijf van onze krachten, t.w.:

1. De gezelligste Horecastad
Extra aankleding, muzikale omlijsting Grote Markt,
2. Groene stad: Hulsbeek, onze parken en omliggende natuur
3. Meubelstad Oldenzaal
Een gezamenlijke campagne van alle meubelbedrijven. Een welkome stimulans om ook de onderlinge samenwerking te verbeteren.
4. De leukste Winkelstad
Hartelijke gastvrijheid, aandacht voor jou en gewoon Genieten! Ieder moment van de dag.
5. Historische stad
Historie geeft kleur en betekenis. Reden om te bezoeken en voor velen betekent het thuiskomen.

Stimulans bestaande activiteiten		
	Koopzondagen	€ 10.000
	Koopavonden	€ 10.000
	warenmarkt	€ 15.000
	cadeaubon	€ 18.000
	Algemene Boost	€ 45.000
	Zomerprogramma	€ 15.000
	Data	€ 17.500
	Online	€ 25.000
	Feestdagen	€ 17.500
Oldenzaal op de kaart		
	Glimlach campagne	€ 50.000
Duitsland campagne		€ 45.000
Ondernemers Support & Ontwikkeling		€ 20.000
		€ 288.000