

2030



Binnenstad Programma

Vitalisering Binnenstad



Identiteit stad Oldenzaal



Oldenzaal
de Glimlach
van Twente

Oldenzaal
Promotie

Inleiding

Oldenzaal behoeft bij velen geen introductie en staat dit mooie stedke in de regio bekend om zijn bourgondische kijk op het leven. Toch is dat vaak een reflectie van het verleden en zien we feitelijk een stad die last heeft van de vele veranderingen die er de afgelopen jaren hebben plaatsgevonden, momenteel plaatsvinden en ons nog te wachten staan. Dit zijn trends en ontwikkelingen welke we landelijk terugzien, maar waar we in Oldenzaal harder de gevolgen van ervaren (zie cijfers 2019, Ambitieplan 2030). Daarbij nog eens twee jaar corona. We konden ons eindelijk opmaken voor herstel van deze stad, maar er liggen weer nieuwe, wellicht grotere bedreigingen op de loer.

De wereldwijde inflatie en nu de oorlog in de Oekraïne, brengen grote onzekerheden met zich mee. Kosten van inkoop producten en energie liggen vele malen hoger, koopkracht daalt en de reserves van winkeliers zijn op. Laat staan de motivatie en inspiratie om te ondernemen. Ook zijn de publieke voorzieningen en straatinrichtingen gedateerd. Deze vertalen niet langer de stad die we zijn en moeten worden. Onze identiteit waait meerdere kanten op. **Er is actie nodig!**

Kijkende naar omliggende gemeentes, zien we dat daar flink wordt geïnvesteerd in aanpassingen om tegemoet te komen aan de veranderende stad. Oldenzaal loopt daarin achter en past dat helemaal niet bij het ondernemende en culturele karakter van deze stad. Wel liggen er voldoende plannen en initiatieven om mee aan de slag te gaan. Er staat een duidelijke stadsstructuur, stakeholders organiseren zich binnen de Stadsnoabers en hebben we met Oldenzaal Promotie een professionele basis gecreëerd. Oldenzaal heeft meer te bieden dan omliggende dorpen en steden. Zijn wij uniek in ons stadsportfolio en nog veel belangrijker, zijn we super gemotiveerd om stappen te gaan nemen.

In 2021 hebben we met politiek en ondernemers gesproken over de ambities voor de binnenstad en liggen er duidelijke doelstellingen opgeschreven in het Ambitieplan 2030. Hierbij is ook nagedacht over hoe we dit moeten organiseren en is in de nieuwe stadstructuur een uitkomst van geleerde lessen van eerdere processen. Samen met de stakeholders in deze stad (ondernemers, cultuur, vastgoed, horeca, evenementen en centrummanagement) is nagedacht over wat er de komende tijd belangrijk is. Dit hebben we op hoofdlijnen opgeschreven in dit Binnenstad programma. Het is een organisch document, welke programma we binnen het samenwerkingsorgaan de Stadsnoabers in detail gaan uitwerken en via de bijbehorende stadsstructuur samen uitvoeren!

Hiervoor zijn alleen wel middelen, mandaat en consensus nodig. We vragen de Oldenzaalse raad om een strategische opdracht en om met een substantiële, meerjarige (2030) financiële bijdrage de basis te leggen voor dit programma.

Zonder deze financiële grondslag zal het herstel simpelweg niet lukken!

De basis is gelegd, plannen zijn gemaakt en nu is het tijd om tot actie te komen.

Namens de SOBO, vastgoed, cultuur, horeca, evenementen en Oldenzaal Promotie,

Jeff van den Biggelaar

Directeur-bestuurder Oldenzaal Promotie / Centrummanager

Ambitie

We hebben allemaal onze wensen en belangen, maar er is één ding wat ons nu verbindt: een gezamenlijke ambitie. Gek genoeg hebben we in Oldenzaal er nog nooit eerder samen zo naar gekeken en brengt onze ambitie de verbinding als aanzet tot mooie nieuwe ontwikkelingen.

De functionele kant van onze ambitie is: méér betalende, terugkerende en dus tevreden bezoekers aantrekken, voor economische stabiliteit en groei. Maar er is ook een emotionele kant: de manier waarop bezoekers Oldenzaal beleven. Het gevoel dat blijft hangen na een bezoek. Dat is niet tastbaar, maar minstens zo belangrijk als een mooie entree naar de stad of een duidelijke bewegwijzering. Oldenzaal staat bekend als gastvrij en klantvriendelijk. Daarmee vervullen we de behoefte van consumenten en kunnen we ons (nog beter) gaan onderscheiden. Een bezoek aan Oldenzaal is een prikkeling van de zintuigen. Hier kun je nog echt voelen, zien, ruiken en proeven. We zijn de gemoedelijke tegenhanger van de drukke steden of het anonieme internet. **Oftewel: rondklikken op internet is wel handig, maar het is niet gezellig. Elke klik legt een product in je winkelmand, maar je krijgt géén mooie herinnering aan een fijn dagje shoppen.** Dat hebben wij als klantvriendelijke stad wél volop te bieden. Bij ons voelt de klant zich gezien, want wij hebben aandacht en nemen de tijd.

Daarom is het onze ambitie dat elke bezoeker die sfeer ervaart:

Met Oldenzaal heb je een echte klik

Van Buiten naar Binnen

Onder de bezoekers scharen we onze inwoners, omwonenden en toeristen overal vandaan. Realisatie van onze doelen begint thuis al online en vervolgens op de invalswegen naar het centrum. Makkelijk navigeren is hierbij belangrijk en dat is niet altijd goed geregeld. Online moeten we opboksen tegen vele websites, welke met grotere budgetten prominent op het beeldscherm verschijnen. Stap je in de auto, op de fiets of ga je lopend, dan zal opvallen dat we geen systeem hebben in het naar de stad (of winkelcentra, meubel branche, Hulsbeek) geleiden van onze bezoekers.

Ben je dan uiteindelijk met je auto of motor op één van onze parkeerplekken aangekomen, begint de afbreuk aan het gevoel van klantvriendelijkheid door de starheid van onze parkeerautomaten. Ben je met de fiets gekomen, dan is het zoeken naar de bewaakte fietsstalling en een plek waar je kunt 'stekkeren'. Oldenzaal is een echte winkelstad en moet het struinen door de straten veilig zijn. Het past dan niet dat voertuigen de hele dag door de stad rijden of dat we geen snelheidslimiet hebben. Inrijtijden verscherpen en toezicht op snelheid vergroten. Het zijn nog maar een paar opsommingen van de manco's die de bezoekers ervaren.

In de optimalisatie van de klantenreis liggen veel kansen en tevens kunnen we deze op korte termijn realiseren. Bij alles wat we moeten doen, kijken we vanuit het perspectief van de bezoeker. We maken keuzes en laten zien dat we in Oldenzaal the place to stay zijn geworden! Onze bezoekers hebben na een bezoek, de gelegenheid gehad om alle straten/winkelcentra te vinden en genoten van de horeca of cultuur. In Oldenzaal ben je echt te gast. **Wat een fijne en gezellige stad!**

Oldenzaal biedt beleving

Ken je dat gevoel van dat je ergens graag weer eens naartoe wilt? Dat gevoel willen we bij de mensen creëren tijdens en na een bezoek aan ons winkelcentrum.

Maar waar zit 'm dat dan in en hoe krijgen we dat voor elkaar? Er is geen eenduidig antwoord, want het ligt aan het geheel der dingen. In de basis benoemen we de doelstelling dat Oldenzaal de meest gastvrije en klantvriendelijke stad van Twente moet worden. Dat uitent we in onze houding en gedrag. Om deze te beïnvloeden geven we inzicht via data (getallen en kwalitatief onderzoek) en bieden we trainingen aan. Naast onze eigen houding & gedragingen, wordt de klantbeleving ook beïnvloedt door diverse omgevingsfactoren. Wat ervaren onze bezoekers in de openbare ruimte? Ziet men de historie, ervaart men comfort en krijg je een echte glimlach van rondlopen in de binnenstad? Nu nog onvoldoende! Winkelpuien van de tachtiger jaren, gedateerd straatmeubilair, 11 bomen.. en het is geen geheel.

We willen onze straten inrichten naar de aard van de straat. Is de Steenstraat bijvoorbeeld een echt smaakstraatje geworden? Geef dan ruimte aan groene terrassen, kort parkeren om iets af te halen en pas de rijrichting aan. Om te benadrukken dat we een winkelstad zijn, kiezen we voor het comfort van de bezoekers en niet voor het gemak van de vele voertuigen in de straten. De binnenstad wordt voorzien van veel groene elementen, passende verlichting, uitnodigend straatmeubilair, gevels die onze historie tonen en objecten voor jeugdigen om te spelen. Op weg in Oldenzaal betekent dat we onze historie tonen, maar vooral dat we nieuw elan introduceren om weer nieuwe geschiedenis te schrijven.

Oldenzaal wordt bij velen gekend om haar horeca gelegenheden. Door heel de stad vind je prachtige zaken, welke vele bezoekers trekken. Het horecaplein op de Grote Markt is hierbij een centrale plek, die Oldenzaal karakteriseert. Extra aandacht voor de aankleding, verlichting en gezamenlijke inrichting zal het geheel tot zijn recht laten komen. De horeca wil graag eerder en beter betrokken worden bij plannen en ontwikkelingen. Deze branche staat voor hospitality en kunnen we daar allemaal gebruik van maken.

Het zit in onze Cultuur

Cultuur is dat wat de Oldenzalers schept en bindt! Een florierende stad wordt gekenmerkt door een bloeiende culturele sector. Eén die vanuit onze gedeelde ambitie gaat bijdragen aan de gezamenlijke doelstellingen in onze binnenstad. Laten we de bezoekers uitdagen om meer gebruik te maken van onze culturele voorzieningen, maar laten we ook zorgen dat cultuur zich ontwikkelt naar de vraag van morgen! De culturele instellingen hebben, bij de totstandkoming van dit document, samen hun ambitie opgeschreven. Op hoofdlijnen dragen zij via volgende onderwerpen bij aan onze ambities:

- 1. Toegang voor iedereen*
- 2. Culturele voorzieningen als basis*
- 3. Cultuur als integraal onderdeel*
- 4. Samenwerking als sleutel*

De culturele instellingen zijn aangesloten bij de Stadsnoabers en sluit hun vraag voor meerjarige financiële subsidie aan bij die van dit Binnenstad Programma.

Onze evenementen vormen ook een belangrijk onderdeel van het imago van Oldenzaal. Begin 2022 is gestart met het vernieuwen van het evenementenbeleid. Doel is dat onze evenementen kwalitatief blijven verbeteren, we meer evenementen krijgen die (nieuwe) bezoekers trekt én dat alle evenementen een positieve bijdrage leveren aan de identiteit van Oldenzaal! Een voorzichtige samenwerking wordt georganiseerd vanuit het Centraal Adviesorgaan voor Festivals & Evenementen (CAFE sinds 2020).

Boeskool, Carnaval, Ballooning, gemeente en Oldenzaal Promotie vormen nu samen de leden, maar willen we dit CAFE het platform maken voor evenementen in Oldenzaal. Dit collectief deelt haar kennis, maakt plannen ter verbetering evenementen, stimuleert nieuwkomers en zal in de toekomst mogelijk uitvoering geven aan het evenementenbeleid! Hopelijk is er dan weer een onderdeel van de stadstructuur georganiseerd!

Hier wil je gevestigd zijn

Onze winkeliers, horeca ondernemers en marktkooplui zijn het gezicht van onze stad. Daar moeten we zuinig op zijn en verdienen zij enig comfort bij het ondernemen. Tijdens het Binnenstad Debat van drie maart bleek maar weer eens dat er tussen de politiek en ondernemers een te grote afstand is. Natuurlijk zullen we verschillen houden tussen wenselijk en haalbaar, maar laten we wel beginnen om vanuit onze gezamenlijke ambities toenadering te vinden. Binnen het stadhuis werken ambtenaren aan een integrale werkwijze welke de processen voor inwoners en ondernemers moeten vereenvoudigen. Niet langer meer 'Nee', omdat het beleid er ligt, maar 'we gaan samen kijken wat haalbaar is', wordt de maatstaf.

De Stichting Ondernemersbelang Binnenstad Oldenzaal (SOBO) heeft tegenwoordig meer focus op het behartigen van de belangen van de ondernemers en organiseert hiervoor hoor en wederhoor. Vanuit deze kennis zit SOBO in de Stadsnoabers en maakt zij (samen met Oldenzaal Promotie) onderdeel uit van de operationele kant van deze structuur.

Uiteindelijk moet dit op korte termijn leiden naar een welkom ondernemersklimaat in een stad met potentie! Op basis van deze potentie komen dan ook de vastgoed ondernemers om de hoek kijken. Want in de driehoek van gemeente, ondernemers en vastgoed, zijn zij onmisbaar in het proces ter verbetering van onze binnenstad. Hun belang wordt vaak alleen maar zakelijk genoemd, maar is het belangrijk om dat te doorbreken. Vastgoed ondernemers hebben de meeste veranderingen ervaren in de stad. Winkels werden woningen, huurprijzen zijn gedaald, energie labels veranderen en is de leegstand nog steeds te hoog.

Bij uitstek is dit een partij welke nauw betrokken moet zijn bij de plannen ter verbetering van de stad. Het verbeteren van de samenwerking loopt. Zo organiseren we bijeenkomsten en is er maandelijks een nieuwsbrief. Middelen ter verbetering van winkelpuien en straatinrichting, zal hen zeker bewegen om aan tafel te komen en verder samen op te trekken.

We schreeuwen het van de daken

Niks is menselijker dan de neiging tot klagen en de negatieve zijde het meest te belichten. We hebben allemaal onze constatering gedaan, welke nu de kennis bieden om herstel in te zetten en groei te bewerkstelligen. We stoppen met mopperen en gaan we vooral vertellen wat we in Oldenzaal allemaal voor moois hebben en krijgen. Ook daar is het hele Binnenstad programma voor bedoelt, namelijk om vanuit toekomstgerichte visie en plannen positivisme te krijgen. **In Oldenzaal daar gebeurt het.**

Alles wat we gaan doen en ondernemen, draagt bij aan hoe er naar deze stad gekeken wordt. We moeten ons echt steviger gaan positioneren en profileren. Een identiteit benoemen kost energie en vraagt om consensus. Daarvoor dient dit Binnenstad programma. Om van deze identiteit bij onze bezoekers het gewenste imago te krijgen, vraagt echter ook om betere communicatie, promotie en aansprekende acties. Deze taak ligt voornamelijk bij Oldenzaal Promotie en werkt deze stichting vanuit vier rollen aan deze stevige opdracht. Het is nog maar twee jaar geleden dat Oldenzaal Promotie deze opdracht heeft gekregen en waren dat ook nog eens corona jaren. Toch hebben ze al laten zien waartoe zij in staat zijn en hebben de stakeholders hun vertrouwen geuit. De stichting zelf is druk doende om zich beter te organiseren en verder te professionaliseren in hun werkprocessen. Afgaande op de verrichte werkzaamheden en campagnes, komt de nuchtere constatering dat er meer middelen en financiën nodig zijn om Oldenzaal te promoten bij alle bezoekers. Graag zouden we dan ook zien dat tot 2030 de subsidies voor stads marketing, toerist marketing, binnenstad promotie (ook evenementen) en centrummanagement worden verdubbeld. Mogelijke inkomsten vanuit reclame houdende middelen dienen daarbij als extra's en niet als aftrek van subsidie.

Borging voor de toekomst

Weg met de individuele plannen en projecten! Dit is geen activistische oproep, maar een constatering van eerder gemaakte fouten. Als we het karakter van Oldenzaal willen behouden, dan moeten we werken vanuit eenzelfde ambitie en bijbehorende plannen. Ook geen achterkamer overleggen meer of planmakerij vanuit een gesloten groep. Alle ontwikkelingen voor de Binnenstad worden gezien, gehoord en getoetst door de Stadsnoabers. Bij onderwerpen waar ook de belangen van inwoners tellen, richten we binnen de werkgroepen (Infra-Beleving-Ondernemen) een participatieplatform in en maken inwoners onderdeel uit van het proces.

De stadsnoabers brengen uiteindelijk een advies uit aan het college, welke na een positief advies ter besluitvorming voorligt aan de Raad. Dit samengevat heet de stadsstructuur en garandeert dit een breed gedragen systeem voor de toekomst. Het vraagt echter wel daadkracht en eensgezindheid van alle betrokkenen. Ook moeten we ons beseffen dat toekomstige besluiten om aanpassingen en begrip vragen. Daarom is consensus over de urgentie en het belang van dit programma van wezenlijk belang. Het college heeft in 2021 besloten dat zij deze stadsstructuur steunen en wordt er hard gewerkt aan het verder inrichten hiervan. Zonder een mandaat en de middelen, kan deze structuur en dit programma echter niet slagen.

Daarbij vraagt onze binnenstad problematiek om een langdurige en kapitaalkrachtige impuls. Hierover zijn we met elkaar al geruime tijd in gesprek en zijn we het over de urgentie allemaal eens. Vraag wie er dan de knip moeten trekken, zouden we liefst beantwoorden met dat alle stakeholders hierin moeten investeren. Alleen zijn de meeste ondernemers de komende jaren hiertoe niet in staat en zal hen alleen tijd en mankracht gevraagd kunnen worden. Net zoals in omliggende steden, is het de gemeente welke we vragen om zeker tot 2030 met een stevige financiële injectie de stad weer in haar gewenste vorm te krijgen. Nieuw beleid kan dan samen met geplande taken, het verschil maken in Oldenzaal!

Laten we snel beginnen!

Kader

Het beleidsmatige kader voor dit Binnenstad programma wordt gevormd door de onderstaande documenten/lopende beleidstrajecten

- *Detailhandel structuur visie*
- *Mobiliteit beleidsplan*
- *Ambitieplan 2030*
- *Boost je binnenstad*

Vooraf gesprekken, overleggen, observaties en opgedane inzichten zijn de basis voor dit document. Verder is er gebruik gemaakt van de beschikbare data uit eerdere koopstromenonderzoeken, vitaliteitsbenchmark (I&O), binnenstadsmonitor en InRetail gegevens.

Stadsstructuur Oldenzaal

