



STEENWIJK
VESTINGSTAD

Meerjarenbeleidsplan

Periode 2022 - 2026

Stichting Steenwijk Vestingstad treedt namens de ondernemers in het centrum van Steenwijk op. Hiermee ontstaat een krachtige ondernemersvereniging die Steenwijk als Vestingstad op de kaart zet. De stichting streeft ernaar om meer bezoekers naar de stad te trekken en de bestaande consument in, een snel veranderende tijd waarin online shoppen een steeds grotere vlucht neemt, te behouden. Vanuit het collectief worden kennis, kunde en financiële middelen gebundeld zodat doelstellingen eerder en beter kunnen worden gerealiseerd.

Stichting Steenwijk Vestingstad draagt bij aan een duurzame lokale en regionale economie. Samen met de gemeente en stakeholders werkt de stichting aan meer lokale welvaart en welzijn.

DOELSTELLINGEN

Stichting Steenwijk Vestingstad heeft als statutair doel:

- Het versterken van het centrum van Steenwijk (hieronder valt de hele binnenstad, inclusief het Steenwijkerdiep) als plaatselijk en regionaal centrum op het gebied van de detailhandel, dienstverlening en horeca alsmede het positioneren van het centrum van Steenwijk. De Stichting wil dit doel bereiken via het uitvoeren van activiteiten die zijn gericht op het bevorderen van leefbaarheid, veiligheid, ruimtelijke kwaliteit of een ander mede publiek belang in de openbare ruimte.
- Het verbeteren van het vestiging- en verblijfsklimaat in het centrum van Steenwijk;
- Voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords.

Samen sterk

Belangrijke meerwaarde van de stichting is dat alle ondernemers in het centrum betrokken worden bij de uitvoering van de bovengenoemde doelstellingen. Alle ondernemers betalen mee en krijgen de mogelijkheid om, op indirecte wijze, mee te beslissen over de besteding van de middelen van de stichting. Daarnaast wordt door middel van de stichting de samenwerking onderling en de samenwerking met de gemeente gestructureerd en kan dit met meer samenhang en professionaliteit worden vormgegeven. Samen de verantwoordelijkheid nemen voor een verdere versterking van het centrum van Steenwijk en een herkenbare Vestingstad in de regio. Samen sterk!



SPEERPUNTEN 2022 – 2026

Om uitwerking te geven aan de hierboven genoemde doelstellingen is een aantal speerpunten benoemd waar Steenwijk Vestingstad zich de komende jaren mee wil gaan bezighouden. Hieronder worden deze verder uitgewerkt.

Versterken verzorgingsfunctie Steenwijk

Steenwijk heeft een regionale verzorgingsfunctie die moet worden behouden en worden versterkt. Afgelopen jaren is de 'Integrale visie op de binnenstad van Steenwijk' daarbij een belangrijke leidraad geweest. Voor komende jaren blijft de visie belangrijk en moet deze verder vorm worden gegeven en uitgevoerd worden. De zaken die nog niet zijn gerealiseerd moeten concreet worden gemaakt.

Samen met de gemeente Steenwijkerland wil de stichting bespreken hoe de Vestingstad compact en herkenbaar voor de consument kan blijven. Stedelijke herverkaveling is hierbij niet uitgesloten. Ingezet wordt op de hoofdas Oosterstraat, Markt en de Woldpromenade. Nieuwe winkelontwikkeling dient met name hier plaats te vinden. Bij het beleven van de Vestingstad is de Markt een centrale ontmoetingsplek.

Er zijn nieuwe uitdagingen als het gaat om de toepassing van nieuwe winkelconcepten en vernieuwingen in de retail. Vraag daarbij is: hoe kan de branchering (samenstelling, breedte en combinaties van het winkel- en horeca-aanbod) in het centrum worden versterkt? Voor de consument wordt shoppen steeds meer een beleving. Deze behoefte moet aansluiting krijgen in het winkelaanbod en de totaalbeleving in de binnenstad.

De achterstand die afgelopen jaren is opgelopen in het specialistische aanbod moet komende jaren worden ingehaald door het aantrekken van ambachtelijke winkels en -concepten. 'Nieuwe ambachtelijkheid' wordt (her)gewaardeerd door de consument en inmiddels verschijnt steeds vaker de groenteboer, kaas- of kleermaker en de taartenbakker weer terug in de winkelstraat. Ook succesvolle initiatieven met een mix van horeca, winkel en marktkraam zorgen voor meer beleving bij de consument. 'Blurring' moet ook in Steenwijk mogelijk zijn en de ruimte krijgen die nodig is.

Leegstand in binnensteden is een landelijk probleem. Ook in Steenwijk is dat het geval. Dit vraagstuk vraagt om een systematische aanpak in nauwe samenwerking met vastgoedeigenaren, gemeente en ondernemers. Een hechtere samenwerking met vastgoedeigenaren moet komende jaren van de grond komen zodat ook de gesprekken over de structurele invulling van de leegstaande panden geconcretiseerd worden. Er moet een korte termijn oplossing komen die er met name op is gericht om beleving in de winkelstraat te behouden. Denk daarbij aan inrichten en bestickering van lege etalages.

Het bestuur van de stichting wil meewerken aan een geleidelijke functieverandering in de binnenstad als dit de verzorgingsfunctie van de Vestingstad kan versterken. Deze 'stedelijke' transformatie' hoeft geen bedreiging voor ondernemers te zijn maar kan als een kans voor toekomstbestendig ondernemen worden gezien.

De financiële middelen van de stichting zijn te beperkt om op professionele wijze handen en voeten te geven aan de bovenstaande speerpunten. Daarom wil de stichting de strategische samenwerking met de gemeente continueren. Daarnaast is het belangrijk dat de provincie Overijssel de versterking en herstructurering van winkelgebieden actief worden gefaciliteerd. Samen met de gemeente wil de stichting zich sterk maken om Steenwijk (provincieel en landelijk) te positioneren als centrumgebied waaraan prioriteit moet worden gegeven.



Marketing, promotie en evenementen

Afgelopen jaren zijn er grote stappen gemaakt betreft de profilering en positionering van Steenwijk Vestingstad. De stichting wil dit voor komende jaren continueren en verder uitbouwen. De toeristische potentie van de historische binnenstad van Steenwijk is belangrijk. In 2022 wordt vanuit het leaderproject ingezet op productontwikkeling, promotie en informatievoorziening. Zaak is om dat in de jaren daarna te borgen en verder uit te nutten. Dit kan gefaciliteerd worden door:

- Steenwijk profileert zich als een aantrekkelijke bestemming voor een cultureel dagje-uit. De verhalen van Steenwijk zijn dragers hiervoor. De onderscheidende parels van Steenwijk Vestingstad:
 - De Spaanse belegering en Steenwijks Ontzet
Johan van den Kornput, 80 jarige oorlog, stadswallen en grachten. Naast Alkmaar en Leiden 1 van de 3 in Nederland (Ontzet).
 - Art Nouveau architectuur
Tromp Meesters, Park en Villa Rams Woerthe
 - Het ontstaan van Steenwijk op het hoge land
Natuur als achtertuin, stenen
 - Hildo Krop
Beeldbepalend voor Amsterdam

Al deze verhalen bieden volop kansen. Het is daarom van grote waarde om aansluiting te zoeken bij het museumproject dat komende jaren op het programma staat. De banden met o..a. Steenwijks Ontzet en de Scutterie van Sint Clemens worden verstevigd met als doel om elkaar te versterken, activiteiten en evenementen op elkaar af te stemmen en invulling te geven aan beleving in de binnenstad. Samen de verhalen van Steenwijk zichtbaar maken.

- Samenwerking met Stichting Weerribben-Wieden staat hoog op de agenda. Stichting Weerribben-Wieden heeft de ambitie om de komende drie jaar uit te groeien tot een van Nederlands vooraanstaande (inter)nationale parkiconen. Steenwijk Vestingstad kan hier maximaal van profiteren als zij aansluit bij de ontwikkelingen die er zijn en de marketingstrategie die wordt gekozen. Als culturele bestemming en winkelstad is de Vestingstad een belangrijke schakel om het meerdaags toerisme te bevorderen in de gemeente Steenwijkerland. De Vestingstad, als centraal middelpunt tussen het Nationaal Park Weerribben-Wieden en de Koloniën van Weldadigheid (UNESCO Werelderfgoed) moet hiervan kunnen profiteren.
- Een sterk evenementen- en activiteitenprogramma in samenwerking met alle betrokken initiatiefnemers in het centrum is van belang. Doel daarbij is dat er voor de consument het hele jaar door wat te beleven is. De evenementen en activiteiten sluiten aan bij de marketingstrategie en per activiteit wordt bepaald welke doelgroep wordt bediend. Aan de hand hiervan wordt bepaald hoe de doelgroep wordt benaderd. Uniformiteit en consistentie is uitgangspunt.
- Er is ruimte voor nieuwe centrum-brede evenementen die aansluiten op de marketingstrategie om Steenwijk nog meer op de kaart zetten.
- Er wordt voortdurend gezocht naar de inzet van de juiste communicatiemiddelen. Zowel online- als offline. Daarnaast worden innovatieve vormen van het benaderen van de consument ingezet. Doelgroepen zijn de inwoners, consument uit de regio en de bezoekers aan het gebied. Digitale informatiezuilen, website(s), social-media en de APP Weerribben-Wieden moeten voortdurend worden ingezet om Steenwijk onder de aandacht te brengen. Innovatie gaat snel. Vanuit het

collectief met Stichting Weerribben-Wieden kan Steenwijk hiervan profiteren en aansluiten bij de plannen die er zijn voor de regio.

- Bij het toekennen van gelden uit het ondernemersfonds van Steenwijk Vestingstad wordt steeds getoetst of dit past bij de doelstellingen. Ook dienen de gelden op professionele wijze worden besteed. Hoofdlijnen zijn:
 - Is er sprake van een uitgewerkt planvoorstel met een onderbouwde begroting?
 - Is er sprake van een collectief van ondernemers dat het plan indient?
 - Is er sprake van een economische impuls voor het centrum van Steenwijk die past binnen de doelstellingen voor het meerjarenbeleid van de stichting?
 - Leidt het plan tot meer bezoekers naar het centrum van Steenwijk?
 - Zijn de resultaten meetbaar?



Sfeervolle, groene, schone en veilige Vestingstad

Om de beleving door de consument te vergroten, wordt er door de stichting ingezet op meer sfeermaatregelen en groen in de Vestingstad. Denk daarbij aan verlichting en versiering.

Een schoon en veilig centrumgebied met minimale overlast draagt ook bij aan de sfeer in de stad. Dit is primair een verantwoordelijkheid van de gemeente, maar de stichting wil hierin de samenwerking met de gemeente continueren en hierin een bijdrage leveren.

Maatregelen die de sfeer verhogen:

- Sfeerverlichting in het hele centrumgebied.
- Versiering van de winkelstraten.
- Extra voorzieningen aankleding centrum (bijv. vlaggen en/of banieren).

- Extra groen in de stad door bloembakken en meer groen.
- Samenwerking met de weekmarkt intensiveren. De markt levert een belangrijke bijdragen aan de levendigheid van het centrum.
- 2x per jaar een gezamenlijke centrumschouw.
- Nadenken over rustpunten voor senioren.
- Nadenken over innovatieve ontwikkelingen – smart-mobility.
- Samenwerking ondernemers, gemeente, politie en brandweer in het kader van het Keurmerk Veilig Ondernemen).

Daarnaast is het voor het centrum van Steenwijk van groot belang dat de bereikbaarheid in de toekomst goed blijft. Steenwijk onderscheidt zich doordat de consument gratis kan parkeren. Dit heeft een positieve invloed op het koopgedrag. Steenwijk Vestingstad maakt zich er hard voor dat dit wordt gehandhaafd. Fietzers en scootmobielers in de binnenstad zijn voor sommige ondernemers en bezoekers een 'doorn in het oog'. Dit verdient komende jaren aandacht.



Innovatie en ondernemerschap

De retailsector maakt grote veranderingen door:

- **Demografische veranderingen**
Vergrijzing, verkleuring, groei van eenpersoonshuishoudens, verschuiving naar steden en de groei van belangrijke kopersgroepen van de toekomst.
- **Technologische ontwikkelingen**
Zoals kunstmatige intelligentie, virtual reality, augmented reality, robots en smartphones.

- **Nieuw klantgedrag**

Denk hierbij aan 24/7 winkelen via alle kanalen, online oriëntatie, meer keuze maar minder tijd, de moedigheid en toenemende machtspositie van de consument.

De stichting zet in op het stimuleren van innovatief ondernemerschap. Voor de toekomst is creatief ondernemerschap, klantgerichtheid, expertise en service van levensbelang om klanten te verleiden naar de stad te komen en ze vast te houden. Uniek en onderscheidend zijn belangrijke kernwaarden. Door het aanbieden van inspiratie-avonden en workshops helpt de stichting de retailondernemers hierbij.

De combinatie van online en offline kan meerwaarde bieden. Er wordt onderzocht of Steenwijk Vestingstad een online-platform op kan zetten of aan kan haken bij een bestaand initiatief. Het collectief van de ondernemers en de vindbaar en zichtbaarheid staan hierbij voorop. Ook het opzetten van een spaarsysteem om de loyaliteit van de consument te vergroten wordt onderzocht.

Inzetten op data moet komende jaren zeker gebeuren. Door gebruik te maken van data kan het koopgedrag en de smaakvoorkeuren van de consument gemakkelijk worden achterhaald waardoor de ondernemer nog beter kan inspelen op de wensen van de klant. Het is een kans om hierbij aan te sluiten bij het smart-mobility project van de gemeente Steenwijkerland.



ORGANISATIE

Het bestuur van de Stichting Steenwijk Vestingstad bestaat uit ondernemers uit het centrum van Steenwijk. De stichting werkt nauw samen met de horeca en detailhandel in het centrum van Steenwijk. Zij is belangenbehartiger, aanspreekpunt en ondersteunt bij de organisatie en uitvoering van activiteiten en evenementen. Indien wenselijk wordt samengewerkt met andere partijen.

Het bestuur van de Stichting stelt het meerjarenbeleid en de begroting van de stichting vast en stuurt op hoofdlijnen. Vanuit een aantal vooraf benoemde werkgebieden wordt er jaarlijks een actieplan opgesteld dat door het bestuur in overleg met een aantal werkgroepen wordt uitgevoerd.

Het bestuur van de Stichting overlegt periodiek met het gemeentebestuur over de ontwikkelingen in het centrum en de uitvoering op hoofdlijnen van het meerjarenbeleidplan.

Om aan de uitvoering van de werkgebieden handen en voeten te geven, zijn diverse werkgroepen actief. In deze werkgroepen zitten vertegenwoordigers van de ondernemers, eventueel aangevuld met vakspecialisten vanuit gemeente en andere strategische partners.

De werkgroepen zijn ingesteld aan de hand van de volgende thema's:

- de werkgroep promotie
- de werkgroep evenementen (grotere evenementen zoals Sinterklaas en de Vestingfeesten)
- de werkgroep activiteiten (verkoopstimulerende activiteiten)

Taken werkgroepen

De werkgroepen bereiden de uitwerking en uitvoering van de omschreven speerpunten in het meerjarenbeleidsplan voor. Zij dienen deze uitwerking en activiteiten ter goedkeuring in bij het bestuur van de stichting. In deze werkgroepen hebben ondernemers vanuit het centrum zitting, die meebetalen aan het ondernemersfonds van de stichting.

De werkgroepen activiteiten en evenementen en promotie hebben als taak het opstellen van een samenhangend activiteiten- en evenementenprogramma met bijbehorende begroting en marketingaanpak. Dit samenhangende programma wordt zo nodig met de gemeente afgestemd en daarna via de werkgroepen ter goedkeuring voorgelegd aan het bestuur van de stichting.

Door het bestuur van de stichting worden de plannen getoetst aan de afgesproken marketingstrategie voor Steenwijk Vestingstad en de vooraf vastgestelde criteria (zoals hierboven eerder omschreven), waarna door het bestuur van de stichting budget beschikbaar gesteld wordt passend binnen de afgesproken kaders.

FINANCIËEL

De financiële positie van Stichting Steenwijk Vestingstad is door de BIZ solide en stabiel. Dankzij de BIZ als ondernemersfonds kan continuïteit gegarandeerd worden. Met een jaarlijks ondernemersfonds van circa € 140.000,-. Deze gelden worden vijf jaar lang geïnvesteerd in het centrum van Steenwijk.