



toekomstplan **TILBURGSE LINTEN** 2018 - 2022

Sterke samenwerking aan de basis
voor toekomstbestendige, bedrijvige Linten

WINKELLINTEN

**KORVEL
BESTERD**





Beste lezer,

Voor u ligt het Meerjarenplan van de Stichting Tilburgse Linten Korvel en Besterd. Deze stichting vertegenwoordigt alle ondernemers en eigenaren van de winkellinten Korvel en Besterd. De ondernemers zijn georganiseerd in de ondernemersvereniging Korvel Vooruit en ondernemersvereniging de Besterd. De eigenaren zijn georganiseerd in de BIZ Korvel en de BIZ Besterd. Samen werken wij aan levendige en economisch vitale winkelstraten.

Dit Meerjarenplan is ons koersdocument voor de komende 4 jaar.

Wij danken alle bestuursleden, vrijwilligers en betrokkenen voor hun inzet.

Namens de Stichting Tilburgse Linten Korvel en Besterd,

Jan Aartsen,
voorzitter.

WINKELLINTEN
KORVEL
BESTERD

De bestuursleden van Korvel Vooruit, ondernemersvereniging Besterd, BIZ Korvel, BIZ Besterd en de Stichting Tilburgse Linten, de lintenmanager en ondersteuners.

Van links naar rechts,
van de voorste rij naar de achterste rij:
Peerke Hessels, Toine van Gastel, Saskia Nieuwesteeg, Esther van den Hoek
Sander Pijnenburg, Frank Jacobs, Arno van Kerckhoven, Hans van Berkel, Peter de Jongh en Jenneke de Roij
Jaap de Groot, Ron van Gestel, Berrie Peek, Joost de Beer, Bas van Tilburg en Dagmar Ebbeling
Henk de Graaf, Bart van den Elsen, Rolph Adriaansen, Wesley Raghoobar, Marc Reinieren en Marcel Jans (niet op de foto Jan Aartsen).



Jan Aartsen, voorzitter.

1 Toekomstplan Tilburgse Linten 2018 - 2022

Sterke samenwerking aan de basis voor toekomstbestendige, bedrijvige Linten

De Tilburgse Linten, d'n Besterd en Korvel, hebben een verhaal te vertellen. Met succes werken betrokken partijen al 7 jaar samen onder de vlag van Stichting Tilburgse Linten. Door een structurele aanpak en investering, zowel financieel als met inzet en creativiteit van betrokkenen, zijn de gebieden uit een dal geklommen. Met succes is de leegstand bestreden en zijn de veiligheid en de uitstraling aanzienlijk verbeterd. Er staat een stevig fundament voor de samenwerking. Een mooie basis om de komende jaren op voort te bouwen.

Blijvende inzet nodig

Blijvende inzet is hard nodig. Als de aandacht verslapt dreigen de gebieden af te glijden wat van negatieve invloed is op de leefbaarheid en de toegangspoort-functie tot de binnenstad. Daarbij is er behoefte aan een nieuwe stip op de horizon, met als doel de energie en betrokkenheid van menskracht vast te houden en te vergroten, en gericht samen te werken aan de zaken die het verschil maken. Het voorliggende Toekomstplan voorziet hierin. Naast het op orde houden van de basis, liggen er kansen om de inrichting en uitstraling van de linten te verbeteren en om de eigen sfeer en het DNA van de gebieden uit te dragen.

Manifest als uitgangspunt

Voor beide bedrijvige linten is een manifest opgesteld. Daarin staat de eigenheid en potentie van beide gebieden verwoord, waar de partijen samen op in willen zetten. De volledige teksten zijn opgenomen op pagina 5 en 6. Kort samengevat:

- **Korvel** is de kleurrijke toegangspoort van Tilburg, levendig, eigenzinnig en groen. Op Korvel zie, beleef en proef je de hele wereld.
- **D'n Besterd** blinkt uit in vakmanschap, aandacht, meesterschap. Een authentieke dorpsstraat in een modern stadscentrum.

De bedrijvige linten staan daarin niet op zich. Als twee sterke armen van de Tilburgse binnenstad ambiëren de linten hun samenwerking voort te zetten, met aandacht voor hun eigen uniciteit.

Focus op unieke identiteit linten

De linten hebben de ambitie voor de komende 5 jaar om hun unieke identiteit zichtbaar te versterken: in de communicatie richting consument, bij het aantrekken van nieuwe ondernemers, maar ook in de inrichting en uitstraling op straatniveau. Alle betrokkenen vertellen hetzelfde verhaal en dragen bij aan een zichtbare beleving van het manifest.



Besterdplein



Korvelseweg



Winkelgebied Besterd



Winkelgebied Korvel

Hoe gaan we dat doen?

Om de ambitie te bereiken is collectieve financiering en een sterke samenwerking tussen de stakeholders onderling en betrokken partijen van essentieel belang. De 7 thema's waar de linten aan werken vormen de kapstok. Om de onderlinge samenhang van de thema's te verduidelijken en een beeld te geven aan welke 'knoppen' gedraaid kan worden zijn de thema's uiteengezet in een matrix. Vervolgens zijn de thema's uitgewerkt in concrete projecten, met de aangewezen trekker(s) en een voorstel voor monitoring. Zo krijgt de verdeling van verantwoordelijkheden en taken binnen de organisatie van het Lintenmanagement vorm.

Samen naar Beste Binnenstad 2019

De gemeente Tilburg voert een actief retailbeleid. In 2016 is de Retail Agenda opgesteld gericht op de toekomstbestendigheid van de Tilburgse winkelstructuur. Er is een actief Binnenstadsmanagement Tilburg wat o.a. werkt met een BID-book voor de binnenstad en het versterken van de deelgebieden 'Tilburg stad met kleur'. De linten zijn hierin een belangrijk sfeergebied, met een eigen invulling, kleur en uitstraling. Tilburg heeft de ambitie uitgesproken om Beste Binnenstad te worden in 2019, waarin de bedrijvige linten als toegangspoorten naar de binnenstad een unieke positie innemen.

Verantwoordelijkheid

Met voorliggend toekomstplan 2018-2022 nemen de Tilburgse linten hun verantwoordelijkheid om deze ambities mee waar te maken. Continuering van het Lintenmanagement past binnen de ontwikkelingen in de stad en is noodzakelijk om de binnenstadsbrede en gebiedsgerichte ambities te realiseren. Om het kwaliteitsniveau van het Lintenmanagement naar de toekomst toe hoog te houden is een professionele organisatie en structurele financiering nodig. Samenwerking van de betrokken stakeholders staat hierbij aan de basis, zoals ook uitgewerkt in het voorliggende toekomstplan.

Leeswijzer

Achtereenvolgens komen per hoofdstuk de volgende onderwerpen aan de orde:

- korte terugblik en SWOT analyse;
- ambitie voor de linten: stip op de horizon;
- matrix onderlinge samenhang thema's;
- projectenvoorstel naar thema;
- advies voor organisatie en financiering.



BID-book Tilburg

D'n Besterd is d'n Besterd.

Een goed bereikbaar, veelzijdig winkelgebied, waar je aan de klink van de deur kunt parkeren bij een van de meer dan honderd zaken. Een winkelcentrum met een open dak, een straat, een plein, een lint, een toegangsweg: een winkelgebied waar sinds jaar en dag bedrijvigheid heerst, waar winkeliers uit passie het beste aanbieden wat in hun mogelijkheden ligt.

De Besterd is een verzameling laagdrempelige speciaalzaken, waar iedere klant volop aandacht krijgt. Geen poespas, geen eendagsvliegen. Vertrouwdheid, rust, eerlijkheid, daar gaat het om. Vakmanschap, meesterschap, aandachtzaamheid. Ook al ben je er nog nooit geweest, je voelt je er onmiddellijk thuis. D'n Besterd is een grote familie, waar iedereen welkom is. Winkels zijn broers en zussen die graag naar elkaar verwijzen.

Op D'n Besterd kom je voor de betere boodschap, voor je moeilijke vraag, voor de persoonlijke aandacht. Alles is beter op de Besterd. Een authentieke dorpsstraat in een modern stadscentrum, waar vind je dat nog?

D'n Besterd is d'n Besterd.



Korvel

Op Korvel zie, beleef en proef je de hele wereld. Korvel is de kleurrijke toegangspoort van Tilburg, levendig en groen. Winkeliers, ondernemers, huishoudens, ouderen, jongeren, armeren, rijkeren uit de hele wereld zijn op Korvel neergestreken en vieren op alle mogelijke manieren het kleurrijke feest van de diversiteit. Samen op Korvel.

Op Korvel weet je: hier is de stad, dit is de wereld. Geen bekrompen vooroordelen, hier is iedereen welkom, hier voelt iedereen zich thuis. Vroeger marcheerden hier Napoleons soldaten, vroeger wandelden hier Vincent van Gogh en zijn vrienden, vroeger waren hier textielateliers, rookten hier de schoorstenen van kleine fabriekjes en liepen hier minderbroeders op hun blote voeten, prevelend denkend aan het hogere. En nu? Nu is die levendige, wereldse, kom-maar, doe-maar, probeer-meer sfeer nog steeds zichtbaar. Hier klopt het hart, hier voel je de emotie.

Doe mee! Kom korvelen! Op Korvel is van alles te doen, te zien, te horen, te proeven, te ervaren en uit te proberen. Dit is het eigenzinnige centrum van Tilburg, waar alles kan en waar iedereen welkom is.

Wonen, werken, winkelen, ondernemen, uitrusten, eten, drinken, gezelligheid.

Kom op Korvel!



2 Korte terugblik

Tilburgse linten voorbeeldfunctie

Wat de Tilburgse linten de afgelopen jaren hebben bereikt is een voorbeeld voor andere winkelgebieden, zowel in Tilburg als daarbuiten. De betrokken stakeholders investeren structureel, zowel financieel als in mankracht, met zichtbare verbetering als resultaat. Deze structurele samenwerking binnen het Lintenmanagement is blijvend van belang. Nu het economische tij weer meezit lijkt de urgentie tot gezamenlijke investering minder groot. Niets is minder waar, wat de betrokken partijen zich op de Tilburgse linten goed realiseren. Verslappen van de aandacht heeft directe gevolgen voor de leefbaarheid en basisvoorwaarden van schoon, heel en veilig. Daarbij blijft samenwerking essentieel om te voldoen aan de toenemende vraag van de consument naar beleving en persoonlijke aandacht. De rol van de lintenmanager als spin in het web tussen betrokken stakeholders en aanjager van vernieuwende projecten is van onschatbare waarde voor de toekomstbestendigheid van de bedrijvige linten.

Lintenmanagement

Alvorens de blik op de toekomst te richten staan we kort stil bij de fasen van ontwikkeling en wat er de afgelopen jaren is gerealiseerd:

- In de periode **2008–2010** bevinden de linten zich in een neerwaartse spiraal. De straten worden geconfronteerd met toenemende leegstand en verloedering. Deels een landelijke trend als gevolg van schaalvergroting, veranderend consumentengedrag en de opkomst van e-commerce. Deels ook te verklaren door lokale ontwikkelingen met een veranderende bevolkingssamenstelling in de buurten. Betrokken ondernemers en eigenaren uit de buurt luiden de noodklok.
- Vanaf medio **2010** tot **2013** start het Lintenmanagement met revitalisering van beide aanloopgebieden. Doelstelling: in gezamenlijkheid een structurele verbetering realiseren van het economisch functioneren van beide linten. Eerst is ingezet op de 'quick wins': structurele financiering door ondernemers o.b.v. reclamebelasting, terugdringen van de leegstand, uitvoering van het communicatieplan en versterking van evenementen.
- De gezamenlijke aanpak maakt een einde aan de negatieve spiraal, maar intensiveren van de aanpak blijkt noodzakelijk, mede door de economische crisis en veranderend consumentengedrag. In de periode **2014–2017** is het Lintenmanagement verder uitgebouwd. Doelstelling: het stimuleren van het economisch functioneren van de linten als veilige en aantrekkelijke gebieden met een diversiteit aan functies en een aangenaam leef-, verblijf-, vestigings- en investeringsklimaat voor ondernemers én bewoners. Naast de structurele financiering door ondernemers is een eigenaren BIZ gerealiseerd. Het Lintenmanagement kent een stevig fundament van structurele investering in middelen, inzet en creativiteit van ondernemers, eigenaren en gemeente, in samenwerking met bewoners, culturele en maatschappelijke organisaties.

Doorbouwen op een stevig fundament

De komende jaren kan doorgebouwd worden op een stevig fundament en wordt de gezamenlijke aandacht van binnen (interne communicatie) meer naar buiten verplaatst. Met als doel de linten sterker te vermarkten richting consument, (ver)nieuwe(nde) ondernemers aan te trekken en de uitstraling van de linten te verbeteren.

STERK

- + Uniek zelfstandig aanbod
- + Mix van boodschappen, recreatief en doelgerichte bedrijvigheid
- + Buurt verzorgend en overstijgend
- + Goede bereikbaarheid en parkeren
- + Sterke samenwerking ondernemers, eigenaren en gemeente
- + Historisch en werelds karakter Korvel
- + Sterke buurtbinding en warenmarkt als wekelijkse trekker op d'n Besterd

ZWAK

- Langgerektheid van de linten
- Matige verbinding KWG - Korvel
- Ontsluiting stationsgebied d'n Besterd
- Onopvallende entrees van de linten
- Onderhoudsniveau openbare ruimte
- Groen beperkt ontsloten
- Verblijfsmogelijkheden
- Uitstraling individuele panden
- Wisselende inzet en betrokkenheid van ondernemers bij de gezamenlijke aanpak en ontwikkeling van de linten

KANSEN

- Uitdragen manifest on- en offline
- Besterd HUB en Korvelse Kerk
- Markeren van entrees, welkom!
- Versterken kwaliteit ondernemerschap en gastvrijheid
- Actieve acquisitie op basis van gebiedsprofielen, aantrekken nieuwe concepten 'blurring' horeca (verblijf)
- Accenten in deelgebieden
- Aanhaken op de binnenstad en ambitie voor Beste Binnenstad
- Vergroenen straat, betere ontsluiting van verborgen groen en duurzaamheid
- Samenwerking met bewoners, culturele en maatschappelijke organisaties
- Cross-overs met de warenmarkt

BEDREIGINGEN

- Terugval in betrokkenheid en inzet van ondernemers, eigenaren en aandacht gemeente hebben een direct negatief effect op de leefbaarheid tot gevolg
- Verslappen aandacht voor de basis schoon, heel en veilig
- Grilligheid en onvoorspelbaarheid consumentengedrag met toenemende mobiliteit en populariteit van online-shoppen

Marketing, promotie en communicatie

- Website, social media, huisstijl, manifest per gebied, vlogger
- Startpakket voor nieuwe ondernemers en eigenaren
- Communicatie onderling per whatsapp
- Maandelijkse nieuwsbrieven, advertenties online en offline
- Banieren Besterd, 4 wekelijkse berichten over Korvel en Besterd op Facebook.

Evenementen en activiteiten

- Kleinschalige evenementen in de vier seizoenen: Spaaracties, ballonnenacties, etalagewedstrijd, Smakelijke Besterd, Van Gogh evenementjes, Heel Korvel Kookt etc.
- Grote evenementen Korvel: Koningsdag en Ronde van Korvel.
- Grote evenementen Besterd: Ronde van de Besterd, Heel Besterd Bakt.

Sfeer en uitstraling

- Sfeerverlichting, hanging baskets, boomtuinen
- Beeldkwaliteitsplan Buro013
- Verbeterplan openbare ruimte Buro013 - 'Place-making'
- Duurzaamheid: Zonneproject, Benchmark Energieverbruik

Gastheerschap en ondernemerschap

- Delen van kennis en ervaring in thema cafés & borrel
- Kennisbijeenkomsten
- ALV 1 keer per jaar
- Uitgebreid startpakket voor ondernemers en eigenaren
- Locatiescan KvK
- Quick-scan IMK
- Mentorteam

Vastgoed, branchering en leegstand

- Eigenarensprekuren
- Brancheringsplan
- Actieve acquisitie
- Beeldkwaliteitsplan eigenaren Korvel en Besterd
- Business HUB Besterd - Plan Korvelse Kerk
- Advies eigenaren bij opknappen pand
- Van Gogh route Korvel
- Ontsluiten groene gebieden aan en rondom Korvel
- Aansluiten bij de binnenstad met projecten

Parkeren en bereikbaarheid

- Stop & Shop optimaliseren gemak

Schoon, heel en veiligheid

- Maandelijks bezoek ondernemers samen met de gemeente voor betrokkenheid
- Integrale handhavingsactie door de gemeente
- Huisregels Korvel en Besterd
- Schouwen en overleg met politie en gemeente over schoon, heel, veilig

3 Ambitie: stip op de horizon

Eigen verhaal

Korvel en d'n Besterd hebben ieder een eigen verhaal te vertellen en trekken daarin samen op. In de afgelopen jaren is er gewerkt op basis van een meer algemene ambitie, gericht op het economisch functioneren als veilige en aantrekkelijke bedrijvige linten. Zonder de basisvoorwaarden voor een aangenaam leef-, verblijf- en investeringsklimaat uit het oog te verliezen, richten de linten zich komende jaren sterker op hun onderscheidend vermogen. Met meer focus op (externe) communicatie van het eigen, aantrekkelijke profiel en de unieke positie als toegangspoorten tot de binnenstad.

Ambitie: branding van de gebiedsprofielen

De bedrijvige linten zetten in op het vermarkten van de eigen gebiedsprofielen, zowel richting consument uit de buurt en regio, als nieuwe ondernemers. Alle betrokkenen (ondernemers, eigenaren, gemeente, bewoners, culturele/maatschappelijke organisaties) vertellen hetzelfde verhaal zoals verwoord in het manifest.

Hieruit zijn de volgende kernwaarden te benoemen die de boodschap kernachtig weergeven om te gebruiken in de verdere uitwerking naar thema's en toetsing van projecten:

- **Korvel** verrast met: werelds aanbod, diversiteit, eigenzinnigheid, groen en historie.
- **D'n Besterd** blinkt uit in: vakmanschap, aandachtzaamheid en meesterschap, een authentieke dorpsstraat in een modern stadscentrum.

Door gezamenlijk het manifest uit te dragen en bij alles wat wordt ondernomen in te zetten op de kernwaarden gaat het toekomstbeeld steeds meer leven met een zichtbaar resultaat.

Intensieve samenwerking vormt basisvoorwaarde

Een basisvoorwaarde om de ambitie te bereiken is een voortgaande, intensieve samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente. Een professionele uitvoeringsorganisatie in de vorm van Lintenmanagement is nodig om door te bouwen op het stevige fundament dat in de afgelopen 7 jaar is gerealiseerd. Voor sterkere verankering van de gebiedsprofielen is verbreding van de samenwerkende partners met bewoners, als ook culturele en maatschappelijke organisaties wenselijk. Evenals de samenwerking met de binnenstad om de bijzondere positie als toegangspoorten van de toekomstige beste binnenstad invulling te geven.

Structurele financiering betrokken stakeholders

Kwalitatief Lintenmanagement valt of staat met voldoende structurele middelen. Zonder continuering van tenminste het beschikbare budget van het afgelopen jaar zakt het niveau terug naar slechts de basis op orde, waarmee de linten zich niet onderscheiden en de kans op een ongewenste terugval in het functioneren voor handen ligt. Commitment van de stakeholders naar de toekomst toe in samenwerking én financiering is de sleutel tot succes.

4 Thema's en projecten

Zeven thema's als kapstok

Het uitvoeringsprogramma van de linten is opgebouwd rond een zevental thema's die als kapstok dienen voor de verdere uitwerking van de ambitie. Doorbouwen op de gerealiseerde basis geeft een stevige uitgangspositie. Het gaat erom focus aan te brengen in de thema's en daarin afspraken te maken met de betrokken partijen wie wat oppakt. Onderstaand is de onderlinge samenhang tussen de thema's geduid en is de doelstelling per thema geformuleerd voor de komende 5 jaar.

Thema's in perspectief

De diverse thema's zijn in onderstaande matrix tegen elkaar afgezet:

- De horizontale as geeft weer in hoeverre een thema behoort tot het op orde houden van de basis (linker kwadranten 1 en 2) of dat het bijdraagt aan de unieke waarden van het gebied (rechter kwadranten 3 en 4).
- De verticale as geeft weer in hoeverre het thema meer functioneel (bovenste kwadranten 1 en 3) of ruimtelijk (onderste kwadranten 2 en 4) van aard is.

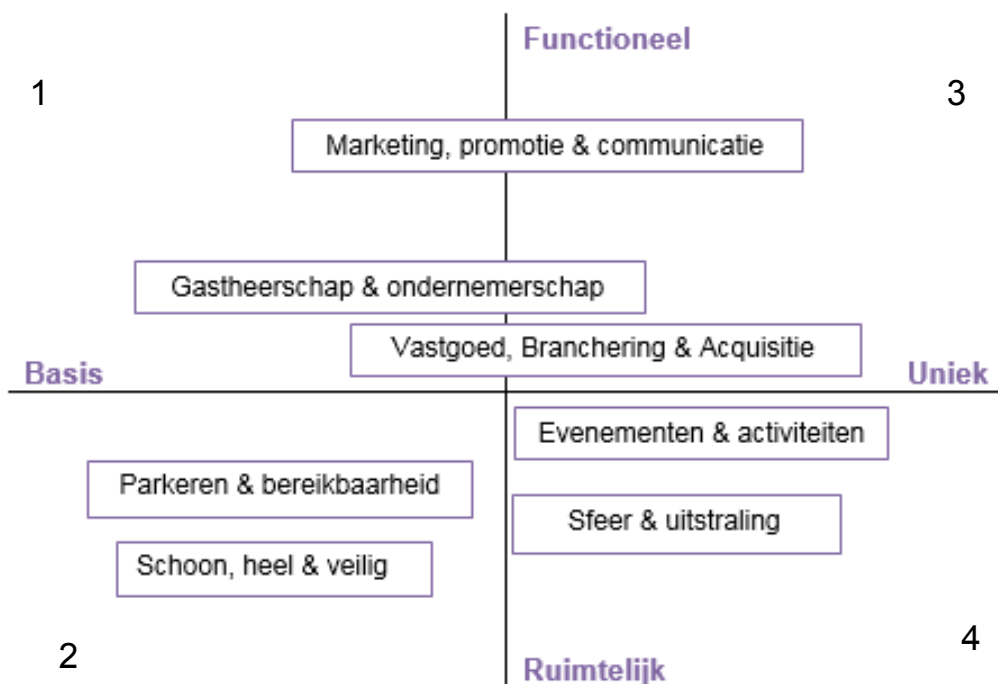
Aansluitend bij de ambitie ligt de focus voor de komende jaren meer op de rechter-kwadranten 3 en 4 om de unieke waarden van de gebieden zichtbaar te versterken, zonder daarbij de basiswaarden uit het oog te verliezen.

THEMA	ONDERLINGE SAMENHANG THEMA'S	DOELSTELLING KOMENDE 5 JAAR
1. Marketing, promotie & communicatie	Voor de ambitie van beide linten is dit thema van onschatbare waarde. De basis staat en wordt verder uitgebouwd naar het vermarkten van de unieke gebiedsprofielen. Communicatie verdient extra aandacht. Er wordt nog te weinig gecommuniceerd over de eigenheid van de gebieden (externe communicatie), maar ook de resultaten die bereikt worden (interne communicatie) om zo de betrokken ondernemers en eigenaren te informeren en enthousiasmeren over de ontwikkelingsrichting.	Uitdragen van het manifest van de bedrijvige linten naar buiten, zodat alle Tilburgers en bezoekers uit de regio over 3-5 jaar minstens twee kwaliteiten per lint benoemen. Optimaliseringsslag in de interne communicatie met ondernemers en vastgoedeigenaren over de activiteiten en de voortgang.
2. Evenementen & activiteiten	Dit thema geeft reuring en kleur aan de gebieden en de nodige attentiewaarde wat belangrijk is in relatie tot het thema marketing, promotie en communicatie.	Enkele grotere evenementen per jaar per gebied aangevuld met ludieke activiteiten per seizoen die het manifest uitdragen en binding met de buurt versterken.
3. Sfeer & uitstraling	Een belangrijk thema voor de linten om de uitgewerkte gebiedsprofielen zichtbaar te maken in het straatbeeld, bovenop de basis van schoon, heel en veilig. Vergroening, het verbeteren van de verblijfskwaliteit, gevelverbetering en het verbeteren van de uitstraling van de entrees hebben hierbij prioriteit.	Verblijven en verleiden met inrichting, kleur, over 5 jaar zichtbaar meer groen, magenta en verblijfskwaliteit in het straatbeeld.
4. Vastgoed, branchering & acquisitie	Een belangrijk thema voor de komende jaren om de gebiedsprofielen uit te werken en te vermarkten. Hier komen de ruimtelijke en functionele component direct samen.	Vermarkten van de linten, aantrekken van (ver) nieuw(ende) ondernemers aansluitend bij de gebiedsprofielen, zoals verwoord in het manifest.
5. Gastheerschap & ondernemerschap	Voor beide bedrijvige linten een blijvend punt van aandacht om het beschreven toekomstbeeld van de linten aan te laten sluiten bij de beleving van de bezoeker.	Inzet op de menselijke maat, service en kwaliteit van individueel naar collectief gastheerschap.
6. Parkeren & bereikbaarheid	Voor de linten zijn gemakkelijke parkeermogelijkheden en een goede bereikbaarheid een essentiële basisvoorwaarde voor vitaliteit en bedrijvigheid.	Een optimaliseringsslag om gemak te bevorderen.
7. Schoon, heel & veilig	Het thema schoon, heel en veilig blijft een basisvoorwaarde voor de leefbaarheid en een gezond ondernemersklimaat.	De basisvoorwaarden voor succesvol ondernemen, verblijven en verleiden zijn op orde.

Focus van betrokken partijen

In het lintenmanagement werken de betrokken partijen samen aan versterking van de bedrijvige linten. Ieder heeft daarin een focus vanuit achtergrond en expertise. De matrix geeft een indruk van deze focus en de thema's die daarbij horen:

1. Basis functioneel gaat over het op orde hebben van het vastgoed, de invulling, het ondernemerschap en de samenwerking tussen eigenaren en ondernemers.
2. Basis ruimtelijk is gericht op de openbare ruimte wat in de basis de verantwoordelijkheid is van de gemeente.
3. Uniek functioneel bevat de initiatieven die de eigenheid op gebiedsniveau benadrukken waarin vooral eigenaren en ondernemers samenwerken.
4. Uniek ruimtelijk bevat de thema's met een vertaling naar het straatniveau en de openbare ruimte, dat gaat verder dan de basis en gaat vooral om initiatieven gericht op sfeer, uitstraling en beleving. De ondernemers en eigenaren nemen het voortouw en werken in de realisatie samen met de gemeente.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branching & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

MARKETING, PROMOTIE & COMMUNICATIE

Doelstelling: uitdragen van het manifest van de bedrijvige linten naar buiten, zodat alle Tilburgers en bezoekers uit de regio over 3-5 jaar minstens twee kwaliteiten per lint benoemen.

Optimaliseringsslag in de interne communicatie met ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente over de activiteiten en de voortgang.

Projectenvoorstel:

Bestaande projecten verder uitbouwen:

- **Extern:** vertellen en uitdragen van het manifest van de linten online via de website, social media en vlogger. Benadrukken van de kernwaarden per gebied via de reeds bestaande communicatiekanalen.
- **Intern:** structureel blijven communiceren over de activiteiten en resultaten van het lintenmanagement om alle eigenaren en ondernemers te enthousiasmeren en mee te nemen in de ontwikkeling van de linten.
- Bij iedere vorm van communicatie worden de kernwaarden uit het manifest benadrukt, juist ook in de interne communicatie. Hoe sluiten de projecten aan bij het wereldse aanbod, diversiteit, eigenzinnigheid, groen en historie op Korvel? En hoe zit dat voor D'n Besterd op gebied van vakmanschap, aandacht, meesterschap en authentieke dorpsstraat in een modern stadscentrum? Door herhaling gaat het manifest steeds meer leven.

Nieuwe projecten ontwikkelen:

- **Chainels:** een online platform speciaal ontwikkeld voor communicatie van betrokken partijen in een gebied, zowel onderling (intranet) als naar buiten (website). Binnen Chainels wordt alle relevante informatie van betrokken partijen op één plek verzameld. Achter de schermen kan onderscheid gemaakt worden naar thema, voor wie wat interessant is, en wie wat kan zien of bewerken. Bij de website hoort een app die een seintje geeft zodra er iets is gepost. Op het systeem zijn ook contactpersonen van de politie en gemeente aan te haken, om direct te kunnen communiceren over onderwerpen als veiligheid of bereikbaarheid. In de Tilburgse binnenstad wordt Chainels met succes gebruikt. Nader onderzoek naar de mogelijkheden van Chainels en eventuele aansluiting bij Chainels van de binnenstad is aan te raden om de interne communicatie te optimaliseren.
- **Beeldmerk per lint:** ontwikkeling van een sterk beeldmerk per lint als vertaling van het manifest om te gebruiken in alle communicatie, extern en intern, en zo het eigen verhaal van de linten verder te vermarkten.
- **De linten een gezicht geven:** door ondernemers- en bezoekersprofielen te ontwikkelen in een herkenbaar linten-format die vervolgens worden gedeeld via de social media van alle ondernemers en eigenaren voor een direct multiplier-effect. In de profielen wordt keer op keer een koppeling gemaakt met het manifest, om zo de eigenheid van de linten in te kleuren.
- **Promotiemateriaal:** gezamenlijk promotiemateriaal ontwikkelen waarbij het manifest en ontwikkelde beeldmerk worden verwerkt, bijvoorbeeld in een ansichtkaart voor bezoekers om mee te nemen en te versturen naar bekenden, een duurzame boodschappentas, een sticker, inpakpapier, stempel, sleutelhanger, promotieboekje, etc. Ook een promotiefilmpje die het manifest koppelt aan de gebieden is van waarde richting consument én aantrekken van nieuwe ondernemers, zie bijvoorbeeld het filmpje van de Bloemerstraat in Nijmegen waarin ondernemers zich voorstellen en uitleggen waarom zij in de Bloemerstraat zitten om bezoekers en potentiële ondernemers nieuwsgierig te maken en te enthousiasmeren.

THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branching & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

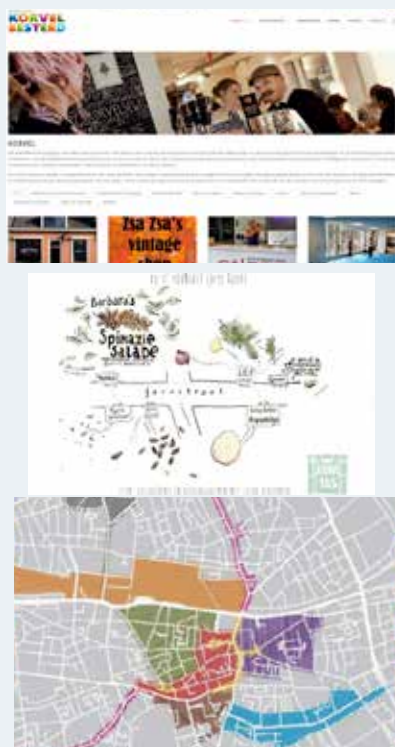
7. Schoon, heel & veilig

- **Inzet lokale en regionale media:** opzoeken van de lokale en regionale media om het verhaal van de linten te vertellen en daarin continuïteit ontwikkelen met bv een blog of column van de linten op de facebookpagina van de gemeente of de website van de binnenstad.
- **Besterd:** een 100% D'n Besterd Bak en Buurtboek met geheime recepten van deelnemers aan Heel Besterd Bakt, adresjes in de buurt waar de ingrediënten te kopen, geheime buurtplekjes, profielen van betrokken ondernemers en bewoners, ontwikkeling van d'n Besterd HUB waar het manifest zichtbaar is (zie thema 4) en wandelingen door de buurt, waaronder aandacht voor de koppeling en promotie van de Spoorzone etc. Een knipoog naar de 100% boekjes voor stedentrips.
- **Korvel:** een 100% Op Korvel Kook, Knutsel en Kijkboek/ Kom Korvelen met de beste adresjes, geheime buurtplekjes, profielen van betrokken ondernemers en bewoners, ontwikkeling van de Korvelse Kerk waar het manifest zichtbaar is (zie thema 4) en wandelroutes waaronder de kunstroute "In het spoor van Vincent van Gogh" etc.

Trekker: de lintenmanager coördineert de gezamenlijke marketing, promotie en communicatie en stemt in de uitvoering af met ondernemers en eigenaren, voor beide partijen is vermarkten van de linten van belang. Als sfeergebied van de binnenstad wordt waar mogelijk aangehaakt bij ontwikkelingen op binnenstedelijk niveau.

Monitoring: bezoekersenquête over circa 3-5 jaar om de doelstelling te meten, bij voorkeur in samenwerking met de binnenstad.

Sfeerimpressie marketing, promotie & communicatie



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branding & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

EVENEMENTEN & ACTIVITEITEN

Doelstelling: enkele grotere evenementen per jaar aangevuld met ludieke activiteiten per seizoen die het manifest uitdragen en binding met de buurt versterken.

Projectenvoorstel:

Bestaande projecten verder uitbouwen:

- **Evenementen:** Heel Besterd Bakt, Wielerronde D'n Besterd en Korvel, Koningsdag de Korvel, Heel Korvel Kookt
Voorstel Heel Korvel Kookt meer laten aansluiten bij de identiteit van Korvel met een wereldse keuken: Korvel Kookt Werelds of de Korvelse Wereldkeuken, referentie hierbij is de jaarlijkse Food Night in de Javastraat in Amsterdam.
- **Activiteiten in de seizoenen:** etalages lauwen Korvel, Besterd smakelijke decembermaand, spaar & krasacties.
- **Binding met de buurt:** organiseren van buurt BBQ's, ontbijt of borrels om de binding met de buurt te versterken.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branding & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

Nieuwe projecten ontwikkelen:

- **Feestelijke lancering manifest & beeldmerk:** voor communicatie en promotie van het manifest en beeldmerk wordt een feestelijke lancering georganiseerd voor de buurt, wellicht te combineren met opening van de Korvelse Kerk en promotie van de Besterd HUB, om zo de samenwerking van de stakeholders in de buurt te bekrachtigen.
- **Etalages als 'openluchtmuseum':** wat fysieke bedrijven in een gebied onderscheidend maakt van online-shoppen zijn onder andere de etalages. Deze kunnen in de linten nog meer worden ingezet als een 'openluchtmuseum' met passende thema's zoals wereldse 'Street Art' op Korvel of met verhalen uit de buurt op d'n Besterd of door in de buurt een wedstrijd te organiseren om het manifest op creatieve wijze in één beeld te vangen met een foto, schilderij of collage en die tentoon te stellen in de etalages. Op het gebied van Street Art is het kernwinkelgebied van plan een evenement te organiseren in de zomer, wat voor de linten interessant is om op aan te haken. Recentelijk heeft de Haarlemmerbuurt in Amsterdam een groep kunstenaars etalages laten beschilderen wat door verschillende media werd opgepikt en wat weer attentiewaarde voor de buurt heeft opgeleverd.
- **Pool van ondernemers die ludieke acties ontwikkelen:** door met verschillende ludieke acties van ondernemers aan te sluiten bij de kernwaarden uit het manifest kan de aandacht worden gevraagd. Dat kan in de vorm van spaar- of krasacties, loterijen, proeverijen zolang er steeds weer wordt ingespeeld op de eigenheid van het gebied. Hoog Catherijne had bijvoorbeeld onlangs een ludieke actie met een vijftal 'shop boys' die dames gingen helpen bij het shoppen, advies en complimenten gaven en de boodschappen tilden. In het Zeeheldenkwartier in Den Haag organiseren ondernemers allerlei activiteiten van Instagram workshops tot interieur advies, slinger-breien, stekjes-ruil of het maken van je eigen knuffel, zie ter inspiratie www.zeeheldenkwartier.com Op creatieve manieren kunnen bezoekers worden verrast en verleid om naast hun vaste adresjes ook eens andere ondernemers binnen de linten te bezoeken. Voor d'n Besterd is daarbij de combinatie met de warenmarkt interessant. De Besterd HUB en Korvelse Kerk (thema 4) kunnen een rol vervullen als 'huiskamer' en plek voor nieuwe ideeën.
- **Input maatschappelijke en culturele organisaties:** ontwikkelen van structurele activiteiten in de buurt die passen bij de kernwaarden en door maatschappelijke of culturele organisaties kunnen worden opgepakt.

Trekker: ondernemers nemen hierin het voortouw samen met bewoners en maatschappelijke of culturele organisaties, de lintenmanager stemt af met passende evenementen in de binnenstad.

Monitoring: opstellen van een evenementenkalender als onderdeel van het jaarprogramma.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branching & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

SFEER & UITSTRALING

Doelstelling: verblijven en verleiden met kleur, over 3-5 jaar zichtbaar meer groen, magenta en verblijfskwaliteit in het straatbeeld.

Projectenvoorstel:

Bestaande projecten verder uitbouwen:

- **Sfeerverlichting:** voorstel om de entrees van de gebieden te markeren met de naam in lichtgevende letters, voorbeelden in Utrecht en Amsterdam.
- **Boomtuinen:** verwerken van bijvoorbeeld het beeldmerk als brandmerk in het hout rond van de boomtuin en blijvende aandacht voor het groen op ooghoogte om de straat aantrekkelijker te maken.
- **'Tilburg stad met kleur':** naambordjes ophangen, toevoegen selfie-T-pleisterplek (relatie placemaking), stoeptegels verwerken in de straten voor een vloeiende en herkenbare overgang van het kernwinkelgebied.
- **Banners in d'n Besterd:** vernieuwen van de banners in d'n Besterd passend bij de eigen identiteit én in lijn met Tilburg stad met kleur.
- **Beeldkwaliteitsplan:** nader uitwerken van visuele voorbeelden van gevelverbeteringen om hiermee de betrokken partijen te verleiden de beeldkwaliteit te verbeteren. Hierin spelen de eigenaren een belangrijke rol als het gaat om meer constructieve aanpassingen en onderhoud op pandniveau. Aan de ondernemers de taak om reclame-uitingen, aankleding van etalages en uitstallingen aantrekkelijk te maken. Hiervoor wordt een toolkit ontwikkeld om eigenaren en ondernemers te adviseren. Met een gezamenlijke aanpak krijgt de beeldkwaliteit van de linten een impuls.
- **'Placemaking-plan' Buro013:** nader uitwerking geven aan de aansprekende voorstellen voor placemaking. Verschillende voorstellen uit het plan van Buro013 voegen groen en verblijfskwaliteit toe, evenals sfeer met aanlichting van panden, verlichting in de straat evenals kleurelementen en routing. Op verschillende punten op de linten gezellige, groene verblijfsplekken creëren met een Tilburgse T-selfie of solar bank om je telefoon op te laden in combinatie met een watertappunt. Ook hiervoor geldt bij de uitwerking het manifest te gebruiken.
- **Ontsluiten en aansluiten groen:** beter ontsluiten en aansluiten van het aanwezige openbare groen m.n. op Korvel, als onderdeel van het Placemaking-plan uit te werken.
- **Duurzaamheid:** het Zonneproject en de benchmark energieverbruik verder uitvoeren en zichtbaar maken in de straat wat door de ondernemers en eigenaren wordt ondernomen op gebied van duurzaamheid.
- **Lobby onderhoudsniveau:** met de gemeente afspraken maken over verhogen van het onderhoudsniveau van de linten als toegangspoorten van de binnenstad.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branching & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

Nieuwe projecten ontwikkelen:

- **Groen menukaart:** om de straat letterlijk te vergroenen wordt een menukaart ontwikkeld waarbij ondernemers, eigenaren en bewoners met 50% cofinanciering van de gemeente een groen 'element' kunnen kopen, bv een gevel tuin, een bloem of groenbak, groenelementen aan de gevel etc.
- **Markeren entrees:** voor herkenbaarheid van de gebieden als toegangspoort naar de binnenstad mogelijkheden onderzoeken om de entrees alle seizoenen te markeren en de bezoeker welkom te heten.
- **Lantaarnpalen deels in magenta:** voor herkenbaarheid van het gebied en een eenduidige uitstraling onderzoeken of het mogelijk is om de lantaarnpalen deels in magenta te sealen.
- **Gevelbankjes:** mogelijkheden voor gezamenlijke gevelbankjes onderzoeken om verblijfskwaliteit en sfeer toe te voegen, waarbij gekozen wordt voor één type bank die door de gemeente worden geplaatst voor eenduidige uitstraling en door ondernemers/eigenaren/bewoners worden onderhouden en ingezet voor extra sfeer.
- **Besterd:** aandacht voor de koppeling met de Spoorzone en input voor de herinrichting van d'n Besterd bij de ontwikkeling van de plannen en uitwerking van het ontwerp.

Trekker: de lintenmanager coördineert de uitwerking en stemt af met ondernemers en eigenaren, voor beide partijen is dit thema van onschatbare waarde voor het functioneren van de linten. In de uitvoering waar het aanpassingen aan de openbare ruimte betreft wordt nauw samengewerkt met de gemeente.

Monitoring: 0-meting straatbeeld Korvel en d'n Besterd met foto's op ankerpunten en na 3-5 jaar opnieuw fotograferen om de ontwikkeling weer te geven.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branchering & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

VASTGOED, BRANCHERING & ACQUISITIE

Doelstelling: vermarkten van de linten, aantrekken van (ver)nieuw(ende) ondernemers aansluitend bij de gebiedsprofielen.

Projectenvoorstel:

Bestaande projecten verder uitbouwen:

- **Relocatie:** vanuit de branchering en accenten van functies in de gebieden onderzoeken welke mogelijkheden er zijn voor relocatie om zo de aantrekkelijkheid te versterken.
- **Starterspakket nieuwe ondernemers:** met onder meer een locatiescan van de Kamer van Koophandel, een quick-scan door het MKB, contact met het mentorteam, de huisregels en een bos bloemen om ondernemers welkom te heten.
- **Eigenarenspreekuur:** in samenwerking met de gemeente wordt deze service aangeboden om vragen van ondernemers over vergunningen en wat wel/niet mag te beantwoorden.
- **Besterd HUB:** een ruimte die als 'huiskamer' van d'n Besterd is ingericht, met flexibele werkplekken, waar nieuwe ondernemers hun product kunnen aanbieden, informatie te vinden is over de buurt, evenementen en activiteiten worden (mede)georganiseerd en leenfietsen worden aangeboden. Een plek om elkaar te ontmoeten en als broedplaats voor nieuwe ideeën om het manifest zichtbaar te maken, ook letterlijk met bv een projectie op de muur.
- **Korvelse Kerk:** voor dit historische gebouw is een uniek concept ontwikkeld met expositie van het stadsmuseum gemengd met verschillende, multiculturele ondernemers. De Korvelse Kerk biedt als plek van betekenis kansen om het manifest zichtbaar te maken en wereldse ideeën vorm te geven.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branching & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

Nieuwe projecten ontwikkelen:

- **Actieve acquisitie:** op basis van een brancheringsplan en het manifest per lint een duidelijk beeld ontwikkelen wat er mist, zodat dit gecommuniceerd kan worden naar potentiële ondernemers via een inspiratie muur online en offline (HUB Besterd/ Korvelse Kerk). Aandacht voor aantrekken van 'blurring' concepten in combinatie met horeca voor versterking van de verblijfskwaliteit. Mogelijkheden onderzoeken om samen te werken met de binnenstad, waarbij de bedrijvige linten als 'kraamkamer' kunnen fungeren voor startende ondernemers, die kunnen doorgroeien naar een plek in het kern-winkelgebied. En contacten leggen met onderwijsinstellingen voor begeleiding van potentiële nieuwe ondernemers (relatie springplank-winkel).
- **Bijeenkomsten match (nieuwe) ondernemers met leegstand:** de bedrijvige linten als broedplaats voor nieuwe concepten, kwaliteitsaanbod, werelds aanbod dat tijdens bijeenkomsten wordt gepresenteerd waarbij (nieuwe) ondernemers elkaar kunnen ontmoeten en gekoppeld kunnen worden aan leegstaand vastgoed, bijvoorbeeld met een 'speeddate' ronde of Pecha Kucha pitch.
- **Springplank-winkel voor startende ondernemers:** per lint kan ruimte beschikbaar gemaakt worden als springplank-winkel waar startende ondernemers voor een periode van 6 tot 12 maanden de mogelijkheid krijgen om hun formule uit te proberen alvorens door te schuiven naar een permanente locatie. Voor invulling en vormgeving mogelijk samenwerken met onderwijsinstellingen.
- **Accenten in branching:** kansen pakken om in de gebieden accenten te leggen qua branching zodat het voor de bezoeker gemakkelijk wordt om boodschappen te combineren.

Trekker: de vastgoedeigenaren nemen het voortouw waar het gaat om nieuwe ondernemers te matchen dan wel zittende ondernemers te verplaatsen naar passend beschikbaar vastgoed, ondernemers hebben de lead in de ontwikkeling van d'n Besterd HUB en Korvelse Kerk, waarbij de lintenmanager betrokken is bij de onderlinge afstemming.

Monitoring: overzicht van de branching en het aantal leegstaande panden nu om te vergelijken over 3-5 jaar.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branching & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

GASTHEERSCHAP & ONDERNEMERSCHAP

Doelstelling: inzet op de menselijke maat, service en kwaliteit van individueel naar collectief gastheerschap.

Projectenvoorstel:

Bestaande projecten verder uitbouwen:

- **Lintencafés:** enkele kennisbijeenkomsten voor ondernemers afgewisseld met een netwerkborrel voor 'teambuilding' binnen de gebieden
Thema kenniscafé: een workshop over het gebruik van social media en google profielen aansluitend bij marketing, promotie en communicatie.
Thema kenniscafé: een lintencafé over gastheerschap, een belangrijk onderwerp dat ook aandacht krijgt van het Platform Nieuwe Winkelstraat die een toolkit ontwikkelen, wat voor beide linten interessante tips kan bevatten om te delen.
- **Algemene Ledenvergadering:** presentatie van de stand van zaken waar gezamenlijk aan wordt gewerkt en wat er is gerealiseerd.
- **Starterspakket:** voor nieuwe ondernemers en eigenaren is een uitgebreid starterspakket ontwikkeld (zie thema 1) dat aangevuld wordt met het manifest en het toekomstplan van de Tilburgse Linten om zo ook nieuwe leden mee te nemen in de ontwikkeling.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branching & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

Nieuwe projecten ontwikkelen:

- **Coaching en kruisbestuiving ondernemers onderling:** voor verbetering van de bedrijfsvoering en service kan coaching worden aangeboden. Vorm te geven door een groep van ondernemers jong/oud ervaren/minder ervaren die van elkaar kunnen leren of door het aanbieden van een coach van buiten die meekijkt en adviseert over mogelijke optimalisering.
- **Pool van ondernemers inzet op gastvrijheid:** gekoppeld aan thema 2 kan met gezamenlijke ludieke acties en activiteiten worden ingezet op gastvrijheid en ondernemerschap, zoals op gezette tijden iets extra's bieden van een proeverij, opmaak sessie tot hondenbrokjes, auto-wasservice tijdens het shoppen, hulp bij het dragen van de boodschappen, een host bij de ingang die klanten welkom heet of complimentjes uitdeelt etc. om de beleving van gastvrijheid te bevorderen.
- **Toevoegen aanvullende services:** onderzoeken van extra services om de gastvrijheid van de linten te verhogen, denk aan gezamenlijke bezorgservice, watertappunten, een verzorgd openbaar toilet of toiletservice bij ondernemers, oplaadplekken voor telefoon, leenfietsen (o.a. HUB Besterd).

Trekker: de lintenmanager coördineert en stemt voor de planning en inhoud van de bijeenkomsten en activiteiten af met ondernemers en eigenaren. Voor toevoegen van aanvullende services in de openbare ruimte wordt de gemeente betrokken voor plaatsing, waarbij ondernemers/eigenaren/bewoners een rol kunnen vervullen in beheer.

Monitoring: de doelstelling kan gemeten worden door een bezoekersonderzoek, bij voorkeur met de binnenstad, of inzet van mystery shoppers om de beleving van gastvrijheid in de gebieden te meten.



THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branding & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

PARKEREN EN BEREIKBAARHEID

Doelstelling: optimaliseringsslag om gemak te bevorderen.

Projectenvoorstel:

Bestaande projecten uitbouwen:

- **Belang van tweerichtingsverkeer en gemakkelijk parkeren benadrukken:** tweerichtingsverkeer en gemakkelijk parkeren is van onschatbare waarde voor het functioneren van de bedrijvige linten. Landelijk is er een tendens dat de auto steeds meer geweerd wordt uit winkelgebieden, wat een overduidelijk effect heeft op het economisch functioneren. Zo blijkt uit onderzoek van Strabo, marktleider op gebied van passanten- en bezoekersonderzoeken, dat het aandeel van autobezoekers in de winkelomzet 60% bedraagt. Wat een gemiddelde is van 31 winkelcentra en winkelgebieden waar Strabo van 2012-2014 onderzoek deed*. Vaak gebruikte beweringen dat 'het bezoek per auto er niet zo toe doet' of dat 'parkeren niet zo belangrijk is', zijn pertinent niet waar. Goede bereikbaarheid en parkeervoorzieningen zijn van essentieel belang voor het goed functioneren van winkelgebieden. Dat belang is in de afgelopen jaren niet minder geworden. Voor de bedrijvige linten geldt goede bereikbaarheid en parkeervoorzieningen in extra mate. Dit zijn nadrukkelijk geen gewone winkelgebieden, maar juist een bijzondere mix van functies en bedrijvigheid. Verkeersbewegingen van verschillende modaliteiten leveren essentiële reuring en levendigheid. Het belang van parkeren en bereikbaarheid blijft een punt van aandacht richting gemeente, met name ook bij de uitwerking van de herinrichtingsplannen voor d'n Besterd.
- **Lobby 1 parkeerregime:** als lobby richting de gemeente wordt ingezet op 1 parkeerregime voor beide linten.
- **Besterd:** bij d'n Besterd HUB komen leenfietsen waarmee bezoekers gemakkelijk vanaf d'n Besterd de stad kunnen verkennen, én er wordt input geleverd voor het herinrichtingsplan dat voor 2020 op de planning staat om de sfeer, uitstraling en bereikbaarheid te optimaliseren.
- **Korvel:** wens om het betaald parkeren op een aantal plekken uit te breiden.

* Bron: Strabo, Het gigantische belang van het aandeel parkeren in de winkelomzet, 2014

Trekker: de lintenmanager stemt af met ondernemers en eigenaren en voert de lobby richting de gemeente. Voor beide stakeholders is deze basiskwaliteit van de linten van belang om te optimaliseren. De gemeente is met name verantwoordelijk voor de uitwerking en uitvoering wat betreft verkeer en inrichting van de openbare ruimte.

Monitoring: beoordeling van de bereikbaarheid en het parkeren door bezoekers is te meten in een bezoekers-enquête, bij voorkeur in samenwerking met de binnenstad.

THEMA

1. Marketing, promotie & communicatie

2. Evenementen & activiteiten

3. Sfeer & uitstraling

4. Vastgoed, branding & acquisitie

5. Gastheerschap & ondernemerschap

6. Parkeren & bereikbaarheid

7. Schoon, heel & veilig

SCHOON HEEL & VEILIG

Doelstelling: de basisvoorwaarden voor succesvol ondernemen, verblijven en verleiden zijn op orde.

Projectenvoorstel:

Bestaande projecten uitbouwen:

- **Integrale handhavingsactie:** jaarlijks voert de gemeente per gebied in samenwerking met vooral de eigenaren een integrale handhavingsactie uit wat ook naar de toekomst wenselijk blijft om de veiligheid te borgen en monitoren.
- **Maandelijks bezoek ondernemers:** de lintenmanager en gemeente bezoeken maandelijks 5 ondernemers per lint om kennis te maken en de betrokkenheid te versterken.
- **Starterspakket:** ook op het gebied van schoon, heel en veilig is het starterspakket voor nieuwe ondernemers en eigenaren met ondermeer de huisregels van belang.
- **Veiligheidstrainingen:** als onderdeel van het keurmerk veilig ondernemen in samenwerking met de kamer van koophandel aan ondernemers en personeel de gelegenheid bieden om veiligheidstrainingen te volgen.
- **Secret scan:** waarbij bedrijven door professionals worden gescand op hun veiligheid.

Nieuwe projecten ontwikkelen:

- **Innovatie in bedrijven:** door bij te blijven bij de laatste ontwikkelingen de veiligheid in bedrijven bevorderen, bijvoorbeeld door automatiseren van betaling met cash wat meer en meer wordt toegepast, waardoor er niet meer gewerkt wordt met een kassa en toch met cash betaald kan worden. Ook alleen pinnen wordt in toenemende mate gebruikt om veiligheid te bevorderen of digitaal betalen via een app, zoals bij MUNCH in de Beethovenstraat waar gewerkt wordt met de tikkie app.
- **Bij hoger onderhoudsniveau, schoonmaakactie met de buurt:** wanneer het onderhoudsniveau van de openbare ruimte door de gemeente wordt verhoogd kunnen ondernemers, eigenaren en betrokken bewoners een extra schoonmaakactie met de buurt, om zo ook de binding met de buurt te versterken.

Trekker: de lintenmanager stemt activiteiten en projecten af met ondernemers, eigenaren en de gemeente. Dit thema is voor alle betrokken partijen een basisvoorwaarde voor goed functioneren van de linten, waarbij de gemeente verantwoordelijk is voor het onderhoudsniveau van de openbare ruimte en de veiligheid.

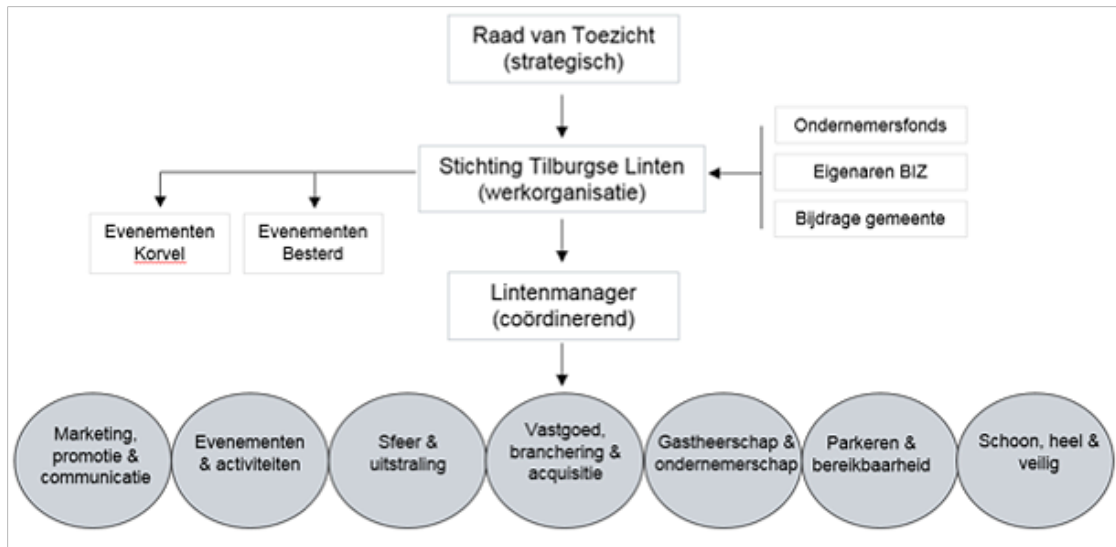
Monitoring: op gezette tijden handhaven en schouwen met gemeente en politie, dit geeft tevens een beeld van de ontwikkeling in de tijd.



5 Organisatie & Financiering

Organisatiestructuur

De organisatiestructuur zoals die de afgelopen jaren gefunctioneerd heeft blijft gehandhaafd waarbij de eigenaren met de recent gerealiseerde eigenaren BIZ zijn toegevoegd. De organisatie ziet er als volgt uit:



Bestuur

Er is gekozen voor samenwerking van beide linten in de Stichting Tilburgse Linten met een bestuur bestaande uit ondernemers én eigenaren uit beide gebieden. Het bestuur 'zet de koers uit' met een activiteitenprogramma en bijbehorende begroting. Het bestuur legt jaarlijks verantwoording af aan de gemeente en aan haar achterban voor de besteding van de beschikbare middelen.

Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht heeft tot taak integraal toezicht te houden op het beleid van het bestuur en toe te zien op de algemene gang van zaken binnen de stichting. De raad treedt daarnaast raadgevend op naar het bestuur.

Werkgroepen

De uitvoering vindt plaats onder regie van 7 werkgroepen. De werkgroepen staan veelal onder leiding van een bestuurslid namens eigenaren of ondernemers, aangevuld met per thema betrokken ondernemers, eigenaren, ambtenaren of andere partijen zoals de Kamer van Koophandel, bewoners, maatschappelijke- of culturele organisaties. Zo vindt optimale afstemming plaats binnen de organisatie en de werkgroepen zijn zoveel mogelijk zelfsturend wat betreft de uitvoering. De grotere evenementen worden aanvullend georganiseerd door vrijwilligers die onder de vlag van de winkeliersvereniging veel werk verzetten. Ten opzichte van voorgaande jaren wordt de werkgroep vastgoed, branchering en acquisitie toegevoegd, met daarin een prominente rol voor de vastgoedeigenaren.

Lintenmanager

De lintenmanager is de verbindingspersoon tussen bestuur en werkgroepen, de persoon waar de strategische en uitvoerende lijnen samenkomen. De lintenmanager zet in op vernieuwing, helpt de werkgroepen waar nodig op weg en adviseert het bestuur in haar besluitvorming. De lintenmanager is een echte bruggenbouwer en geeft als 'spin in het web' zowel vorm aan de interne samenwerking als ook de verbindingen naar buiten.

Professioneel lintenmanagement

Om de ambitie voor de komende jaren te halen en de gebiedsprofielen zoals verwoord in het manifest zichtbaar te maken is een professionele organisatie met voldoende en passende capaciteit nodig. De lintenmanager kan als verbindingspersoon tussen bestuur en werkgroepen niet als een 'schaap met vijf poten' alle taken op zich nemen. Met name op gebied van marketing, promotie en communicatie is structurele en professionele inzet nodig. Een gezamenlijke website en sociale media hebben alleen toegevoegde waarde als deze up-to-date worden gehouden met aansprekende teksten en beelden, dat geldt ook voor een deel van de interne communicatie en afstemming.

Financiering

De Stichting Tilburgse Linten wordt gefinancierd vanuit drie betrokken partijen: de ondernemers, de eigenaren én de gemeente. Een aansprekend voorbeeld waarin de stakeholders niet alleen met tijd en creativiteit investeren in verbetering van de leefbaarheid en het ondernemersklimaat, maar ook financieel bijdragen aan het gezamenlijke belang. De financiering van de gemeente vanuit het Detailhandelsfonds bestaat uit cofinanciering van projecten, waarmee de organisatiekracht wordt ondersteund. De financiering uit het Detailhandelsfonds staat echter op de tocht. Naar de toekomst toe blijft betrokkenheid van de gemeente en financiële ondersteuning noodzakelijk. Met alleen de budgetten namens de eigenaren en ondernemers kan het lintenmanagement niet het kwaliteitsniveau behalen dat wordt neergezet en naar de toekomst geambieerd. Voor organisatie en uitvoering van projecten blijft organisatiekracht nodig. Enerzijds om de basis op orde te houden en daarbovenop in te zetten op vernieuwing en realisatie van de unieke waarden. In de begroting is een verdeling van de organisatiekracht naar de verschillende thema's inzichtelijk gemaakt. Zonder financiële bijdrage vanuit de gemeente dreigt het Lintenmanagement af te brokkelen en daarmee de samenwerking waar zo hard aan is gewerkt.

Commitment in structurele financiering

Voor professioneel lintenmanagement met ruimte voor vernieuwende projecten en optimalisering in de organisatie is naar de toekomst toe ten minste hetzelfde budget nodig van circa €180.000 per jaar. Voor de activiteiten van het lintenmanagement zijn per thema de kosten geraamd verdeeld naar financiering namens ondernemers en eigenaren, met daarbij de verdeling van de organisatiekracht voor het aanjagen, afstemmen en lobbyen om vooruitgang te boeken. In de begroting is ervan uitgegaan dat de kosten voor organisatiekracht verwerkt in de projecten door de gemeente wordt ge-cofinancierd. Naar thema zijn de bestaande en nieuwe projecten uitgewerkt in hoofdstuk 4, met in de bijlage een overzicht van de belangrijkste nieuwe projecten en betrokken stakeholders.

Bijlage 1: De Linten in cijfers

Gebiedsafbakening van de bedrijvige linten:

- **D'n Besterd** bevat naast de Besterdring ook het Besterdplein, het NS-plein en de Molenbochtstraat tot aan de Koestraat (incl. Koestraat 89 en 91).
- **Korvel** bevat naast de Korvelseweg tevens de Oude Goirleseweg, Laarstraat, het Korvelplein, Observantenhof, het Sint Annaplein, het Lieve Vrouwenplein en de Zomerstraat. Het lint Korvelseweg vormt derhalve de verbinding van de Schouwburgring met de Ringbaan Zuid.

Direct verzorgingsgebied Korvel

Direct verzorgingsgebied D'n Besterd

Buurt	Inwonertal
Korvel	19.850
• Oerle	6.290
• Korvel	5.710
• Trouwlaan-Uitvindersbuurt	4.175
• Sint Anna	3.035
• Oude Dijk	640

Bron: CBS buurtgegevens 2017

Buurt	Inwonertal
D'n Besterd	16.920
• Besterd	1.730
• Theresia Oost	1.305
• Loven Zuid	1.265
• Loven Noord	1.365
• Spoorzone Noord	65
• Groeseind Hoefstraat	6.690
• Hoefstraat Noord	1.400
• Hoefstraat Zuid	1.630
• Padua	1.470

Bron: CBS buurtgegevens 2017

Aanbod naar hoofdbranche op Korvel en D'n Besterd

Hoofdbranche	Korvel		D'n Besterd***	
	Aantal	*WVO	Aantal	*WVO
Dagelijks	18	6.260	20	3.235
Mode & Luxe	9	629	23	2.706
Vrije Tijd	8	1.171	5	796
In/Om Huis	16	3.252	8	757
Detailh Overig	7	1.029	8	621
Leisure	23	1.277	29	2.172
Diensten**	25	0	38	0
ATM	3	0	3	0
Leegstand	7	1.335	8	692
Eindtotaal	116	14.953	142	10.979

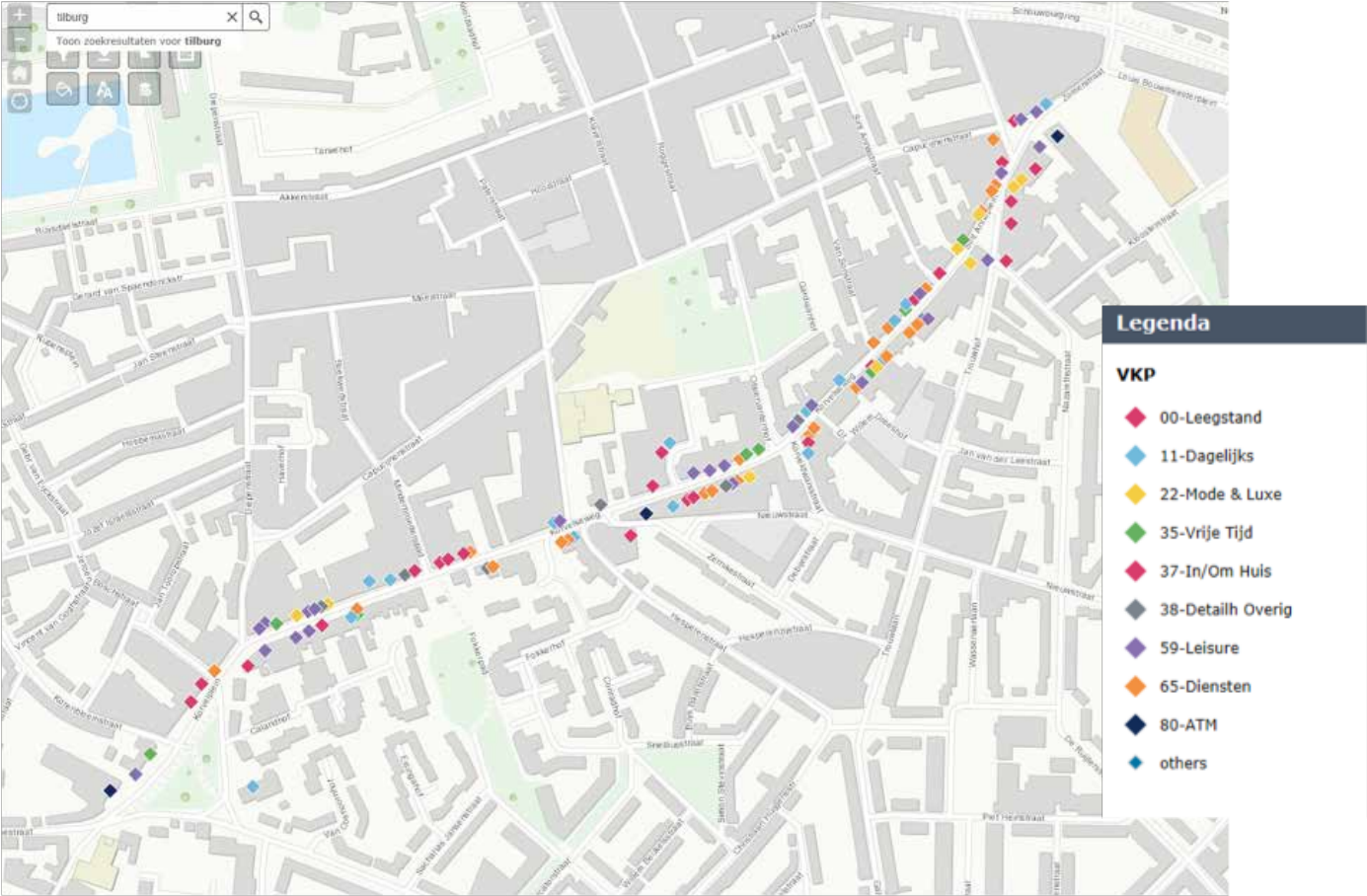
Bron: Locatus 2018

* WVO betekent winkelvloeroppervlak

** Voor Diensten geldt dat Locatus alleen de oppervlaktes opneemt van Ambachten (schoenmaker, kapper, schoonheidssalon etc.) voor Financiële en Particuliere Dienstverlening worden geen vierkante meters opgenomen, dit geeft een vertekend beeld en zodoende hebben wij de meters uit de tabel gehaald.

*** In de aanbodgegevens van Locatus voor D'n Besterd is de Koestraat ook opgenomen als onderdeel van D'n Besterd, zie kaart p. 28

Korvel: aanbod naar hoofdbranche



D'n Besterd: aanbod naar hoofdbranche



Bijlage 2: Nieuwe projecten per thema

		Ondernemers	Eigenaren	Gemeente
1. Marketing, promotie & communicatie	1. Chainels 2. Beeldmerk per lint 3. Ondernemers- en bezoekersprofielen 4. Promotiemateriaal 5. Promotiefilmpje 6. Een 100% D'n Besterd en 100% Op Korvel boek	X X X X X X	X X X X	X
2. Evenementen & activiteiten	1. Lancering Manifest & Beeldmerk in de buurt 2. Korvel etalageproject met 'street art' en wedstrijd manifest 3. Besterd etalageproject met buurtverhalen en wedstrijd manifest 4. Actiedag rond thema gastheerschap ontplooiën met ludieke activiteiten van ondernemers	X X X X	X X	
3. Sfeer & uitstraling	1. Plan 'Placemaking Buro013' uitvoeren: aansluiten en ontsluiten groen 2. Beeldkwaliteitsplan uitvoeren 3. Groen menukaart ontwikkelen 4. Gevelbankjes voor verblijfskwaliteit 5. Besterd Spoorzone en input herinrichting	X X X X	X X X X	X X X X X
5. Vastgoed, branchering & acquisitie	1. Brancheringsplan uitwerken tot inspiratiemuur 2. Actieve acquisitie online en offline o.b.v. inspiratiemuur 3. Matching bijeenkomst vastgoed en (nieuwe) ondernemers 4. Springplank-winkel voor startende ondernemers 5. Waar mogelijk brancheringsaccenten leggen in deelgebieden	 X	X X X X X	
4. Gastheerschap & ondernemerschap	1. Onderzoek aanvullende services als watertappunten, toilet-service, oplaadpunten 2. Coaching ondernemers onderling	 X	 X	X
6. Parkeren & bereikbaarheid	1. Lobby voor bereikbaarheid en 1 parkeerregime	X	X	
7. Schoon, heel & veiligheid	1. Bij hoger onderhoudsniveau een gezamenlijke schoonmaakactie voor- en najaar	X	X	X