



DOETINCHEM

Het bruisende groene hart van de Achterhoek.

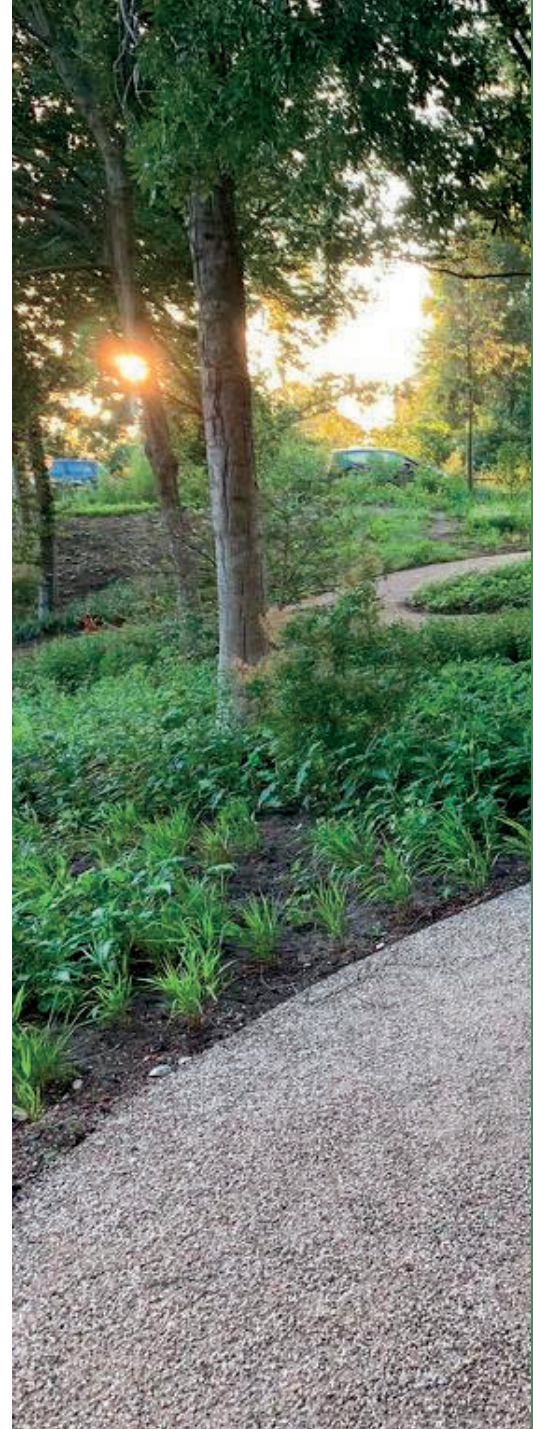
VOORWOORD

Het bruisende vitale groene hart van de Achterhoek. Met de allure van een stadstuin...

In 2022 heeft de gemeente Doetinchem een prijs gewonnen voor het meeste groen per inwoner. Deze prijs is een opsteker maar geeft ook verplichtingen en ambitie. Hoe vertalen we dit naar de binnenstad: groen, bruisend en het hart van de Achterhoek?

En hoe groeit het Binnenstadbedrijf door naar een citymarketing organisatie?

In dit document geeft de horeca, de retail en het vastgoed haar visitekaartje af met haar visie op de vraagstelling.



INHOUD

Dit visie document is opgesteld door de belangenverenigingen van vastgoed, retail en horeca uit de binnenstad van Doetinchem.

Met dit visie document willen we toelichten hoe we de leefbaarheid kunnen versterken met als doel: **een bruisende binnenstad**. Onze visie hierop is weergegeven aan de hand van de volgende onderwerpen:

04 & 05

Het DNA van Doetinchem

06 & 07

Ontmoeten en beleven in de stadskwartieren

08

Neerzetten van sfeer en geschiedenis laten zien

09

Betrekken Oude IJssel

10

Optimale bereikbaarheid, domein van de voetganger, gratis verblijven

11

Verbetering openbare ruimte

12

Veilig uitgaan! Opening en sluitingstijden

13

Focus doelgroepen

14

Evenementen

15

Citymarketing en toerisme

16

Bruisende binnenstad

17

Rol Binnenstadbedrijf

Het DNA van Doetinchem

VOORAF

Doetinchem is de centrumgemeente van De Achterhoek en er ligt uit dien hoofde een belangrijke opdracht voor Doetinchem. Als centrum van de Achterhoek komen in Doetinchem een aantal belangrijke functies samen zoals cultuur, recreatie, uitgaan, onderwijs, welzijn, sport en winkelen. Doetinchem als stad heeft een regiofunctie die iets toevoegt aan haar omgeving. De inwoners van de regio zijn veelal georiënteerd op Doetinchem. **Doetinchem is als centrumgemeente verplicht om inhoud te geven aan die regiofunctie.**

DNA VAN DE ACHTERHOEK

Regio's worden voor een groot deel gevormd door geografische, historische en economische factoren. Dit in combinatie met de talenten van haar inwoners en ondernemers die door hun activiteiten inhoud geven aan wat er in de regio gebeurt. DNA staat in dit kader voor de "De Natuurlijke Aard" van de regio. De mix van dit alles geeft waarden die de gemeenschap typeren.

De belangrijkste elementen van het Achterhoekse DNA zijn:

- Betrokkenheid bij elkaar ("naoberschap"). Dit komt tot uiting in de vele kermissen in de dorpen, de hoge graad van lidmaatschap van verenigingen, en goed bezochte evenementen. Daar waar iets te beleven is wordt meegedaan;
- Achterhoekse gemoedelijkheid. Je maakt je niet over alles druk!;
- "Dicht" bij de natuur. Een groene omgeving doet iets met mensen;
- Bescheidenheid. Doeners die zich niet op de borst slaan als iets lukt;
- Eigenzinnig. We doen het op onze eigen wijze!

DNA



Het DNA van Doetinchem

POSITIE DOETINCHEM

De Achterhoek is een belangrijk toeristisch gebied, dat door velen van buiten de Achterhoek wordt bezocht. Doetinchem met haar regiofunctie "kan" een belangrijke trekker zijn en kan de regio gezicht geven. De binnenstad speelt hierbij een cruciale rol als het kloppende hart van de stad, waar bewoners en bezoekers samenkomen om te winkelen, te ontspannen en te genieten van culturele en recreatieve activiteiten. Om de (binnen)stad van Doetinchem verder te ontwikkelen en te versterken is focus nodig, financiële middelen en keuzes maken. Deze ontwikkeling is mede van belang om De Achterhoek als interessante regio voor wonen en werken te profileren.

De stad heeft een rijke geschiedenis die teruggaat tot de middeleeuwen, wat jammer genoeg slechts beperkt zichtbaar is in de oude gebouwen en monumenten. De profilering van de stad op landelijk niveau komt, van haar omgeving, van voetbalclub De Graafschap die een trouwe en gepassioneerde fanbase heeft, van volleybalclub Orion, het Amphion etcetera. Doetinchem ligt in een mooie natuurlijke omgeving met veel groen en natuurgebieden. Het landschap rondom de stad biedt mogelijkheden voor outdoor-activiteiten zoals wandelen, fietsen en paardrijden.

VAN DNA NAAR POSITIONERING (datgene dat aandacht krijgt gaat bloeien)

Het DNA van de Achterhoek en Doetinchem wil je graag laten terugkomen dan wel komt terug en is zichtbaar in de binnenstad.

Genoemd worden:

- Breed winkelbestand in een compact centrum, waarbij karakteristieke lokale en regionaal getinte winkels, maar ook de woonfunctie ondervertegenwoordigd zijn. Er is geen echte trekker die er bovenuit steekt;
- Goede dag- en avond horeca. De Grutstraat is in de loop van de jaren een begrip geworden;
- Veel evenementen die bezoekers trekken. Het lukt goed om twee wekelijks wel een activiteit te organiseren;
- Het gastvrije karakter staat onder druk door criminaliteit, veel verkeer in de binnenstad, weinig parkeerruimte voor fietsen etc.;
- De vertaling van groene regio naar groene en duurzame stad is onvoldoende zichtbaar. Klimaatadaptatie is voor alle toekomstige gebruikers van de binnenstad van belang;
- Het regio eigene is onvoldoende zichtbaar in de stad. Denk aan bepaalde oude en nieuwe industrieën;
- Geen publiekstrekker. Er is niet iets waarvoor "men" naar Doetinchem komt. Hier zou meer aansluiting met de regio gezocht kunnen worden die wel veel mensen trekt. Ook zouden bepaalde elementen die wel in de stad aanwezig zijn verder kunnen worden ontwikkeld (kerk, kazematten, aansluiting bij De Oude Ijssel).

Vanuit ons DNA en positionering, maar ook vanuit de dagelijkse problemen op de werkvloer worden aan aantal aanbevelingen gedaan.



DNA

Ontmoeten en beleven in de Stadskwartieren

Het voorstel is om de stad op te delen in stadskwartieren met het logo van 'LKKR Doetinchem' in verschillende kleuren.

HAMBURGERKWARTIER

KENMERKEN

- Hamburgerstraat

Met name groot winkelbedrijven, nadruk op vergroenen, schaduwplekken creëren door bijvoorbeeld groene overkapping over de straat, geen fietsen, domein van de voetganger, overkapping Lunchroom Picknick weg en een fietsenstalling aan de rand.

- Simonsplein

Van place to buy naar place to be. Plein om te verblijven, te lunchen of gewoon op de bankjes te verpozen. Simonsplein uit laten groeien als terrassenplein overdag met kleinschalige evenementen. Optimaliseren van daghoreca. Vergroening; vooral rond de kerk groen maken.

Ter inspiratie: bekijk het project in Dordrecht eens met vrijdagsplein groen: (auto's eruit, groen erin) of Apeldoorn waar de hele binnenstad stadspark is geworden...

Terrassenplein, speelgelegenheid kids, kleinschalige evenementen waarbij terrassen kunnen blijven staan, zaterdagmarkt en kleine (streek)markten, gratis zitplekken.

Goede routing:

Catharinastraat / Boliestraat / Waterstraat / Grutstraat / Heezenstraatjes.

De Catharinakerk krijgt een commerciële functie: horeca, retail, boekhandel en kleine evenementen en tentoonstellingen.

Kerk voorzien van glazen doorgang van Grutstraat naar de Bakker Bart. Speelmogelijkheden en kunst moeten vaste plaats krijgen op het plein. Denk aan Aardvarken in Arnhem. Historie laten zien op het plein.

Ontmoeten en beleven in de Stadskwartieren

Het voorstel is om de stad op te delen in stadskwartieren met het logo van 'LKKR Doetinchem' in verschillende kleuren.

CULTUURKWARTIER

- Culturele loper naar de binnenstad
- Historie beleven (postkantoor)
- Culturele huiskamer van Doetinchem
- Luxere winkels

MOLENKWARTIER

- Groene loper naar de stad
- Mode, aandacht voor service
- Sterke diversiteit
- Daghoreca
- Wonen aan randen (ook bgg)
- Voorkeur lokale ondernemers
- Historie beleven

HEEZENKWARTIER

- Heezenstraatjes bevorderen
- Vers en groen winkels
- Stadssupermarkt met vers en groen
- Stop & Go in de buurt

VEENTJES, DR. HUBER NOODTSTRAAT EN TERBORGSEWEG

- Geen nieuwe winkels.
- Terborgseweg:
 - alleen horeca to go
 - Terborgseweg: rode + groene loper naar de stad. Kazematten laten zien
 - Dienstverleningsbedrijven of detailhandel kort bezoek (bijvoorbeeld bloemen)

HAVENKWARTIER EN WATERSTRAAT

- Waterstraat entree centrum
- Publieksvriendelijke en veilige verbinding (Waterstraat en IJsselkade)
- Gaswal is verblijfsgebied
- Wonen aan de rand
- Bezoekfunctie bijvoorbeeld planetarium
- Aanlegsteiger voor bootjes, haven
- Outdoor activiteiten
- Speelgelegenheid
- Vertoeven met gratis zitplaatsen
- Fietsenstalling
- Grote evenementen op de Bleek & Stadhuisplein

GRUITPOORTKWARTIER

- Grutstraat
- Avondhoreca in de Grutstraat
- Restaurantstraat en uitgaan
- Geen to go restaurants
- Wonen aan de rand BBG en boven
- Kleine evenementen aan het Joop Sarsplein zoals modeshows en tapwedstrijden
- Beeldkwaliteit overdag verbeteren
- Historie beleven
- Terrassen, natuurlijke uitstraling en groen
- Hanging baskets

NEERZETTEN VAN DE SFEER EN GESCHIEDENIS

De Horeca is bij voorkeur gevestigd in de Grutstraat, in de Waterstraat en aan het Simonsplein. Winkels bij voorkeur in de daaromheen liggende gebieden in de binnenstad. Terborgseweg bij voorkeur take-away en afhaalproducten.

Alleen kleine winkels aan de Terborgseweg met een to go functie zoals een bloemist of fietsenmaker.

Buitengebied

Geen detailhandel en grote horeca met een groot verzorgingsgebied. Wel detailhandel of horeca met een wijkfunctie.

Behoud van historisch erfgoed

Doetinchem heeft een rijke geschiedenis en een beperkt aantal historische gebouwen die de charme van de binnenstad mede bepalen. Het is essentieel om dit erfgoed te behouden en te beschermen. Renovatie- en restauratie programma's moeten worden geïmplementeerd om ervoor te zorgen dat historische gebouwen in goede staat verkeren en hun oorspronkelijke schoonheid behouden. Daarnaast is het project gestart onder de vleugels van de BBD en Stadsmuseum om de geschiedenis van de historische panden zichtbaar te maken.



Cultuur en geschiedenis

- Betrekken bij centrum
- Activiteiten van Amphion Cultuurbedrijf visueel maken richting de kwartieren
- Historie / gevel aankleding
- Veemarkt historie beleven
- Culturele broedplaats in de stad
- Selfie plekken



BETREKKEN OUDE IJSSEL MET DE BINNENSTAD

De binnenstad van Doetinchem is deels gebouwd op de oevers van de Oude IJssel. De rivier heeft een prominente plaats in het stadsbeeld en vormt een schilderachtig decor met zijn waterwegen, bruggen en groene oevers. Het heeft bijgedragen aan de charme en de aantrekkelijkheid van de binnenstad.

De Oude IJssel heeft ook een historische betekenis voor Doetinchem. Het was oorspronkelijk een belangrijke handelsroute en speelde een rol in de industriële ontwikkeling van de stad. Langs de rivier waren vroeger diverse industriële bedrijven gevestigd, zoals molens en fabrieken. Hoewel de industriële activiteiten zijn verminderd, herinneren historische gebouwen en monumenten langs de rivieroever aan deze rijke geschiedenis. Deze geschiedenis terug laten komen in de stad en belemmeringen tussen rivier en binnenstad weghalen/verwijderen. Weg alsnog ondergronds aanleggen en parklandschap creëren.

OPTIMALE BEREIKBAARHEID, DOMEIN VAN DE VOETGANGER EN GRATIS VERBLIJVEN

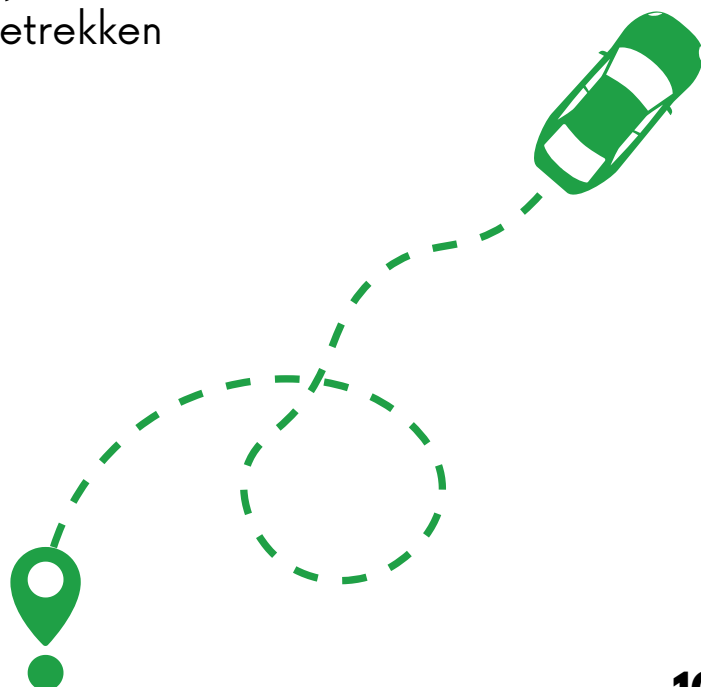
Duurzaamheid en bereikbaarheid:

Het bevorderen van duurzaamheid en het verminderen van autoverkeer zijn belangrijke aspecten van een moderne binnenstad.

Fietsvriendelijke infrastructuur, goede openbaar vervoer verbindingen en voldoende parkeergelegenheid aan de rand van de binnenstad kunnen mensen aanmoedigen om te kiezen voor duurzame vervoersopties.

Mobiliteit

- Parkeren dubbele functie (voor zowel bezoeker als bewoner)
- Mobiliteitshub (met venstertijden)
- Rondweg (zie infrastructuur en betrekken Oude IJssel)



VERBETERING OPENBARE RUIMTE: VAN PLACE TO BUY NAAR PLACE TO BE.

Verbetering van de openbare ruimte: een aantrekkelijke en goed ontworpen openbare ruimte is van vitaal belang voor een levendige binnenstad. Er moeten inspanningen worden geleverd om straten en pleinen te herontwerpen, met aandacht voor voetgangers vriendelijke voorzieningen, groene ruimtes, bankjes en fietsenstallingen. Het creëren van een aangename en veilige omgeving moedigt mensen aan om meer tijd door te brengen in de binnenstad.



VEILIG UITGAAN EN OPENINGS&SLUITINGSTIJDEN

Veilig uitgaan

Uitgaanspubliek moet veilig kunnen uitgaan. Dit vraagt om een integrale aanpak van politie, handhaving en overheid. Hierover is halfjaarlijks overleg met de betrokken instanties.

Kernpunten:

- Zichtbaarheid BOA's vergroten
- Cameratoezicht in de stad

Opening en sluitijden

- **Café/kroeg**

Om mee te kunnen blijven gaan met de huidige ontwikkeling en groei van de omgeving zijn vrije sluitingstijden van zondag t/m donderdag essentieel (Eventueel een pilot voorstel)
Sluitingstijden vrijdag t/m zaterdag 02:00 uur daarna geen bezoekers meer toelaten en om 04:30 uur gesloten.

- **Nacht Horeca**

Toegang vrijdag t/m zaterdag 2:00 uur , daarna geen bezoekers meer toelaten. 4:30 uur zaak gesloten. Terrassen afsluiten maar nog wel kunnen gebruiken na 2:00 uur.

- **Winkels**

Aansluiting zoeken met horeca en wanneer mensen vrije tijd hebben om te winkelen. Uitgangspunt afschaffen koopavond en open tot 19:00 uur op woensdag, donderdag, vrijdag. Zondag winkelenstelling, streven naar tenminste 80% open.



FOCUS DOELGROEPEN

Doelgroep identificatie

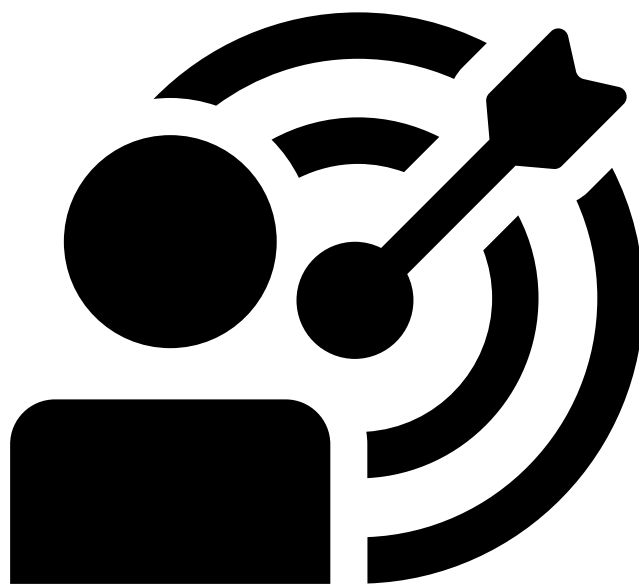
Identificeren en begrijpen van de doelgroep(en) voor de marketinginspanningen van de stad. Dit kunnen toeristen, bedrijven, investeerders, studenten, gepensioneerden of specifieke industriële sectoren zijn.

Marktonderzoek

Marktonderzoek uitvoeren om gegevens en inzichten te verzamelen over de sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen van de stad. Deze informatie helpt bij het ontwikkelen van effectieve marketingstrategieën en -campagnes.

Jongeren

De stad moet aantrekkelijk worden voor jongeren, evenementen, wonen in de stad, campus.



EVENEMENTEN

Culturele en sportevenementen: het organiseren of ondersteunen van culturele, artistieke en sportevenementen die de unieke cultuur, het erfgoed en de levensstijl van de stad onder de aandacht brengen. Deze evenementen trekken bezoekers, media-aandacht en dragen bij aan het algehele stadsimago.

- Vergunningen voor grotere evenementen hebben in de toekomst een looptijd van 3 jaar. Hierin worden de kaders aangegeven. Elk jaar volstaat daarna een melding
- Een loket voor evenementen
- Voor kleinschalige evenementen zoals een draaimolen op het plein of live muziek op de terrassen met daarbij lichte of geen versterking volstaat in de toekomst een melding. Een bedrijf mag hiervan 6 x in het jaar gebruik maken (strippenkaart)
- Simonsplein: kleinschalige evenementen waarbij terrassen kunnen blijven staan. Wel moet er een duidelijke bewegwijzering/route komen naar de winkelstraten. Grotere evenementen bij het gemeentehuis en op de Bleek



CITYMARKETING EN TOERISME

Als de basis van het Binnenstadbedrijf goed staat dan verder groeien naar een citymarketing organisatie. Deze doelstelling willen we realiseren binnen 2 jaar.

Aandachtspunten

- Vergroenen
- Groene overkapping winkelstraten
- Water in de stad
- Wonen in de stad

Public relations en mediarelaties: samenwerken met de media en influencers om positieve publiciteit te genereren en de zichtbaarheid van de stad te vergroten.

Persberichten, mediabezoeken en mediapartnerschappen kunnen helpen bij het vormgeven van het verhaal van de stad en het aantrekken van media-aandacht. Bezoekerservaring en -services: Zorgen voor een positieve ervaring voor bezoekers door middel van bezoekersinformatiecentra, bewegwijzering, netheid, veiligheidsmaatregelen en efficiënte transportsystemen. Mond-tot-mondreclame van tevreden bezoekers draagt bij aan de reputatie van de stad.

Citymarketing is een continu proces dat samenwerking vereist tussen ambtelijk apparaat, VVV, Achterhoek Toerisme, ondernemers, bewoners en andere belanghebbenden. Door de troeven en het onderscheidend vermogen van een stad effectief te promoten, kan citymarketing helpen economische groei te genereren, investeringen aan te trekken, werkgelegenheid te creëren en de algehele kwaliteit van leven voor inwoners te verbeteren.

Belang hechten aan professionele binnenstad organisatie. Om aan de ambitie van de gemeente om te groeien tot 70.000 inwoners te voldoen is een professionele invulling van de BBD een voorwaarde. Hiervoor is uitbreiding van de organisatie en met name op marketing vlak noodzakelijk. Plus samenwerking met VVV en Achterhoek Toerisme.

BRUISENDE BINNENSTAD! RECREATIE

Diversiteit in detailhandel en horeca: Een bloeiende binnenstad heeft een gevarieerd aanbod aan winkels, boetieks, restaurants en cafés. Het is belangrijk om lokale ondernemers te ondersteunen en te stimuleren om zich in de binnenstad te vestigen. Een mix van grote merken en unieke lokale winkels kan zorgen voor een aantrekkelijk winkelaanbod dat mensen uit de hele regio aantrekt. Hierop kan ook bestemmingen aansluiten.

Culturele en recreatieve activiteiten: De binnenstad moet een centrum zijn voor culturele evenementen en recreatieve activiteiten. Door regelmatig festivals, markten, concerten en kunsttentoonstellingen te organiseren, kan de binnenstad tot leven komen en een gevoel van gemeenschap bevorderen. Daarnaast moeten er voldoende groene ruimtes en parken zijn waar mensen kunnen ontspannen en genieten van de buitenlucht.

Recreatie

- Bootjes aanleggen aan de IJssel
- Fiets parkeergelegenheid
- Oplaadpunten voor de elektrische fiets
- Bankjes plaatsen voor vertoeven zonder consumptiegebruik
- Waterspeelplaats
- USP; kabelbaan over de Oude IJssel



ROL BINNENSTADBEDRIJF

Eigenaarschap

- Haar huidige taken worden uitgebreid met een evenementenloket waarvoor de gemeente een passende vergoeding geeft
- VVW samenvoegen met BBD, met kantoor Catharinakerk
- Marketing via slogan Lekker. Doetinchem

Stip op de horizon

Visie op de binnenstad met een tijdsspanne van 5 tot 10 jaar.

Samenwerking en participatie: Het ontwikkelen van de binnenstad moet een gezamenlijke inspanning zijn van de gemeente, ondernemers, vastgoed eigenaren, bewoners en andere belanghebbenden. De stip op de horizon heeft een tijdsspanne van 5 tot 10 jaar. Actieve betrokkenheid en participatie van alle belanghebbenden bij het vormgeven van de toekomst van de binnenstad is daarbij essentieel. Het Binnenstadbedrijf dient de belangen van alle partijen te coördineren en gezamenlijke doelen na te streven.

Door het implementeren van deze visie kan de binnenstad van Doetinchem een bruisende en aantrekkelijke plek worden, waar mensen graag samenkomen, wonen, werken en recreëren. Het behoud van ons beperkt historisch erfgoed, de verbetering van de openbare ruimte, een divers aanbod aan winkels en horecagelegenheden, culturele evenementen, duurzame mobiliteit en actieve participatie zijn de pijlers die de binnenstad tot een levendige en bloeiende hub maken.



BEDANKT

ONDERNEMERSVERENIGING



Doetinchem



Namens de
verenigingen van
de horeca, retail
en het vastgoed:
bedankt voor het
doornemen van
onze visie.