

2023

ACTIVATIEPLAN BOULEVARD KRALINGEN



Inleiding

In dit activatieplan is het streven naar het bereiken van een specifiek doel voor Boulevard Kralingen. Strategieën en acties worden gedefinieerd om het gewenste resultaat in het gebied te behalen. Het plan fungeert als leidraad om een uitvoeringsprogramma te realiseren en de beoogde impact te implementeren. Samenwerking van de gouden driehoek (Gemeente, vastgoed, BIZ) en de wijkraad Kralingen is essentieel om de uitvoering te verwezenlijken en te borgen.

Aanleiding en ambitie	3
Visie en kernwaarden	4
2. Acties	5
2.1. Marketing acties, communicatie, & evenementen	5
2.1.a Marketing acties	5
2.1.b Beeldmerk	7
2.1.c Communicatie	8
2.2 Digitaal	9
2.2.a Website	9
2.2.a Social Media	9
2.3 Conclusie	10
3. Participatie en data	11
3.2 Data	12
4. Professionalisering en bestendigen van de BIZ Boulevard Kralingen	13
5. Buitenruimte	14
5.1 Afbakening	15
5.2 Vergroening en Groenvoorzieningen (Actie BIZ + gemeente)	16
5.3 Verbetering Entrees en Herkenbaarheid (Actie BIZ en gemeente)	16
5.5 Uitbreiding Terrassen en Verlichting	17
5.6 Herinrichting Frits Ruysstraat en de Goudse Rijweg (Actie gemeente)	18
5.7 Beveiliging en Verkeersveiligheid	18
5.8 Basis van de Buitenruimte	20
7. Implementatiefase en toewijzing van taken	24
8. Monitoring en evaluatie	25

Aanleiding en ambitie

"Onze missie bij Boulevard Kralingen is om een levendig en uniek wijkwinkelgebied te creëren, dat ondernemerschap aanmoedigt en een centrale ontmoetingsplaats is voor de gemeenschap. We willen een gevarieerd aanbod van winkels, horecagelegenheden en culturele activiteiten aanbieden. Ons streven is om de buitenruimte schoon, veilig en uitnodigend te houden, met de nadruk op sociale cohesie, duurzaamheid en innovatie. We willen een belangrijke economische speler worden en een aantrekkelijke bestemming voor ondernemers, bewoners en bezoekers."

De betrokkenheid van de lokale gemeenschap is een integraal onderdeel van de missie, waarbij de behoeften en wensen van de gemeenschap centraal staan bij het vormgeven van het gebied.

Uit diverse kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeken en gesprekken met ondernemers is gebleken dat het de Boulevard Kralingen ontbrak aan een duidelijke zichtbare vertaalde visie en missie in het winkelgebied. Ook een heldere identiteit voorzien van kernwaarden en ankerwaarden miste nog.

Gezamenlijk met de BIZ, ondernemers, vertegenwoordiging vanuit het vastgoed, woonstad en gesprekken met de wijkraadsleden Kralingen is er gewerkt aan bovenstaande punten wat resulteert in onderstaande visie waaruit een aantal punten onderbouwd zijn vanuit de opgestelde wijkvisie Kralingen 2023/2026. De visie beschrijft het gewenste toekomstbeeld van het gebied, de lange termijndoelen en de gewenste uitkomst. Het geeft een overkoepelend en inspirerend beeld van de beoogde resultaten. En loopt synchroon met de geformuleerde visie van de BIZ

De missie beschrijft de kernidentiteit en het doel van het gebied, het geeft antwoord op de vraag: "Wat doen we en waarom?" Het geeft aan welke waarde het gebied biedt aan bewoners, bezoekers, ondernemers en andere belanghebbenden. In het geval van Boulevard Kralingen wordt de missie geformuleerd als kernidentiteit en het doel van het winkelgebied beschreven. Boulevard Kralingen streeft ernaar om een bruisend en levendig wijkgericht winkelgebied te zijn dat bekend staat om haar ambachtelijke en creatieve ondernemers, diverse aanbod, dagelijkse boodschappen en een gastvrije sfeer, waar sociale cohesie ten behoeve van de leefbaarheid centraal staat. Waar bewoners en bezoekers graag samenkomen om te winkelen en te genieten van unieke producten en diensten.

Boulevard Kralingen staat voor uitdagingen die de aantrekkelijkheid en vitaliteit van het gebied beïnvloeden. De afgelopen jaren is het winkellandschap sterk veranderd door de groei van online winkelen en veranderende consumentenvoorkeuren. Deze veranderingen hebben geleid tot een afname van het aantal fysieke winkels, een toename van leegstand en een afname van bezoekersaantallen in het wijkwinkelgebied. Daarnaast heeft de COVID-19-pandemie een nog grotere impact gehad op de lokale economie, waardoor veel kleine ondernemers en winkeliers het moeilijk hebben gehad om het hoofd boven water te houden. Deze uitdagingen hebben geleid tot een afnemende gemeenschapsbinding, verminderde sociale interactie en een vermindering van de algehele leefbaarheid in de wijk.

Om de toekomstige levensvatbaarheid en vitaliteit van het wijkwinkelgebied te waarborgen, is het essentieel dat het opgestelde activatieplan gehanteerd wordt. Het doel van het activatieplan is om een strategisch kader te bieden dat gericht is op het transformeren van het wijkwinkelgebied tot een levendige, groene, duurzame en aantrekkelijke bestemming voor bewoners, bezoekers en ondernemers.

Het activatieplan zal zich richten op het stimuleren van lokale betrokkenheid, het professionaliseren en bestendigen van de BIZ en organisatie en de daaruit voortvloeiende activiteiten, het bevorderen van wijkgerichte acties en evenementen, het benutten van marketing en digitale technologieën om de winkelervaring te verbeteren en het creëren van een inclusieve en gastvrije omgeving voor alle gemeenschappen die het gebied bedienen.

Door middel van een samenhangende en gefaseerde aanpak wordt er aangestuurd op proactief samenwerken met stakeholders, waaronder lokale ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeenschapsorganisaties de wijkraad Kralingen en beleidsmakers, om het wijkwinkelgebied nieuw leven in te blazen en een positieve impact te hebben op de economie, de sociale cohesie en de levenskwaliteit in de wijk.

Dit activatieplan streeft ernaar om het wijkwinkelgebied te transformeren tot een bruisende, levendige en toekomstbestendige bestemming waar de gemeenschap eigenaarschap toont. “Alleen samen kom je verder. Voor een mooier Kralingen. Voor iedereen.” (Wijkvisie Kralingen 2023/2026)

Visie en kernwaarden

Boulevard Kralingen is een uitgestrekt BIZ-gebied waar de Frits Ruystraat, Weteringstraat en Goudserijweg een overgangsgebied vormen naar de kern van het wijkwinkelgebied, de Vlietlaan. Zij volgen o.a. succesvolle trends zoals blurring concepten, (beleveniseconomie) en zijn gericht op community building. Daarnaast is er een drogisterijfunctie en een goed vertegenwoordigde dienstverleningssector wenselijk in het gebied.

De strategie richt zich op duurzame samenwerking en ontwikkeling, waarbij de unieke identiteit en culturele rijkdom van Boulevard Kralingen worden gepositioneerd en tegelijkertijd innovatie en groei worden omarmd. Dit wordt bereikt door nauwe samenwerking met lokale ondernemers, vastgoedeigenaren, de gemeente en de gemeenschap, om zo ter verbetering van de sociale meerwaarde en leefbaarheid een gastvrije en levendige omgeving te creëren waarin mensen zich thuis voelen, elkaar ontmoeten en die aantrekkelijk is om te wonen, werken, verblijven, consumeren en te ondernemen. Deze visie omvat een inclusieve en levendige gemeenschap met een diverse en aantrekkelijke mix van activiteiten in het gebied.

Onderstaande kernwaarden vormen het fundament van Boulevard Kralingen en dragen bij aan de identiteit en definiëren het karakter van het gebied. De daaruit voortvloeiende verder te ontwikkelen merkwaarden zijn van bijzonder belang voor het succesvol blijven activeren van het gebied en het realiseren van de doelen uit deze opgestelde visie.

Boulevard Kralingen is:

Smaakvol: Benadrukt de variatie aan dagelijkse boodschappen die hand in hand gaan met een sfeervolle mix van smaken. Geniet van de vriendelijke atmosfeer en lokale lekkernijen."

Verbonden: Onderstreept de sterke gemeenschapsgeest en brengt het gevoel van een hechte, vriendelijke gemeenschap over, waar mensen elkaar kennen en begroeten. En Reflecteert de

interculturele aspecten van het wijkwinkelgebied, waar mensen van verschillende achtergronden samenkomen.

Creatief: Legt de nadruk op de aanwezigheid van creatieve ondernemers en de unieke mix van winkels en voorzieningen.

Deze waarden samen creëren het verhaal van Boulevard Kralingen:

“Boulevard Kralingen is smaakvol en verbonden, waar dagelijkse boodschappen samenkomen met een rijke ervaring aan diverse delicatessen uit alle windstreken. Onze gemeenschap wordt versterkt door creatieve ondernemers die het gebied een unieke en fijne sfeer geven. Welkom in ons levendige thuis, waar je niet alleen komt voor je boodschappen, een heerlijk hapje en drankje maar ook het gemeenschapsgevoel dat ons kenmerk en de belevenis van creatieve makers in het gebiedt”

2. Acties

**Per actie staan welke partijen de gewenste actie moeten oppakken en op welk termijn dit te realiseren is. In paragraaf 7.1 Actietabel staan alle benoemde acties en staat er omschreven welke partijen de gewenste actie moeten oppakken en of dit een quick win, midden of lange termijn actie is.*

2.1. Marketing acties, communicatie, & evenementen

Uit de uitgevoerde scan, de gevoerde gesprekken met ondernemers en de diverse schouwen in het gebied komt naar voren dat de huidige uitspraak "vier straten, vier smaken" zonder verdere duiding de segregatie tussen de straten benadrukt, en niet de samenhang van het gebied. Daarnaast ontbreekt een duidelijke fysieke routing en is er sprake van een ongewenste klantreis in het gebied, wat het voor bezoekers lastig maakt om zich te oriënteren en de gewenste ervaring op te doen.

Om deze uitdagingen aan te pakken, is het van cruciaal belang om Boulevard Kralingen een duidelijke profilering te geven. Dit zal worden gerealiseerd door vanuit de visie de missie* en kernwaarden van het gebied de marketingstrategie vast te stellen. Hierbij wordt een stip op de horizon gezet, waarbij de identiteit van Boulevard Kralingen zowel fysiek als online wordt uitgedragen.

2.1.a Marketing acties

Marketing en promotie zijn essentiële disciplines die van cruciaal belang zijn voor het succes van Boulevard Kralingen als een bloeiend en veerkrachtig wijkwinkelgebied. Deze disciplines spelen een sleutelrol bij het positioneren en verbinden van het gebied, de diverse functies en activiteiten met de doelgroepen, zoals bewoners, bezoekers en ondernemers. Om de beoogde doelen van Boulevard Kralingen te realiseren, zijn strategische planning en marktonderzoek van groot belang. Hierbij wordt gefocust op het ontwikkelen van waardevolle proposities die aansluiten op de behoeften van de klanten en de lokale gemeenschap en gebaseerd op de kern en ankerwaarden van het gebied.

De marketingstrategie van Boulevard Kralingen zal gericht zijn op het positioneren van het gebied als een toonaangevend wijkwinkelgebied met diverse functies, een gevarieerd aanbod. Er zal specifieke aandacht zijn voor het promoten van de creatieve/makers industrie, het benutten van succesvolle trends zoals blurring concepten en het stimuleren van community building. Door nauw samen te werken met

lokale ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeenschapsorganisaties zal de marketingstrategie gericht zijn op het vergroten van de sociale meerwaarde en leefbaarheid van het gebied.

Daarnaast zal de promotie-inspanning zich richten op het vergroten van de zichtbaarheid en aantrekkingskracht van Boulevard Kralingen. Dit zal worden bereikt door het organiseren van een scala aan diverse evenementen en activiteiten, zoals culturele festivals, ambachtelijke markten, muziekoptredens, modeshows en culinaire proeverijen. Een doeltreffende communicatiestrategie zal worden ingezet om deze evenementen ruim van tevoren te promoten via onlinekanalen, social media, nieuwsbrieven en fysieke promotiematerialen. Na elk evenement zullen de resultaten worden geëvalueerd en feedback van bezoekers en deelnemers worden verzameld om de evenementen continu te verbeteren en beter aan te laten sluiten bij de wensen van het publiek.

Uitvoerbare acties gebaseerd op de kernwaarden van het gebied:

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Ambachtelijke Workshops: Organiseer regelmatig workshops waar lokale creatieve makers die hun vaardigheden delen met het publiek. Bijvoorbeeld, een cursus naaien in het naaiatelier van de baby en kindwinkel, een cursus pizza's bakken bij de authentieke Pizzabakker, Of een workshop in sieraden maken bij de juwelier.

Ambachtelijke Markt: Houd periodieke ambachtelijke markten waar lokale ondernemers hun handgemaakte producten kunnen verkopen.

Culturele Evenementen: Organiseer culturele evenementen die de diversiteit van de gemeenschap weerspiegelen, zoals een jaarlijks multicultureel festival in samenwerking met stichting ULU met muziek, dans en gerechten uit verschillende culturen. Internationale Food Tours: Zet food tours op die de diverse eetgelegenheden en gerechten van de wijk benadrukken.

Klanttevredenheidsonderzoeken: Voer regelmatig enquêtes uit onder klanten om hun behoeften en verwachtingen te begrijpen en verbeteringen aan te brengen op basis van de feedback.

Klantwaarderingprogramma: Start een loyaliteitsprogramma waarbij klanten beloningen kunnen verdienen voor herhaalde aankopen. Het implementeren van een duidelijke routing en klantreis zowel fysiek als online zal de bezoekerservaring verbeteren en ervoor zorgen dat bezoekers gemakkelijk kunnen navigeren door het gebied en alle unieke aspecten ervan kunnen ontdekken.

Selectief Ondernemerschap: Houd een strenge selectieprocedure voor ondernemers die zich willen vestigen in Boulevard Kralingen om ervoor te zorgen dat ze voldoen aan de kwaliteitsnormen van het gebied.

Onderhoudsinitiatieven: Zorg voor regelmatig onderhoud en verbeteringen aan de openbare ruimte, zoals straatverlichting, groenvoorzieningen en trottoirs.

Lokale Evenementen: Organiseer evenementen die de gemeenschap samenbrengen, zoals buurtbarbecues, buurtpicknicks in het aangrenzende park, of filmavonden op het parkeerplein bij de Weteringstraat.

Gastvrije Training: Bied lokale ondernemers training in klantenservice en gastvrijheid om de algehele ervaring van bezoekers te verbeteren.

*Wat betreft de eerste actie die de BIZ zou moeten ondernemen, het samenstellen van een werkgroep om de uitvoering van deze acties en de overkoepelende marketing- en promotiestrategie te coördineren, zou een goede eerste stap zijn. De werkgroep kan vervolgens de specifieke acties bepalen, zoals de organisatie van evenementen en workshops die aansluiten bij de kernwaarden en identiteit van Boulevard Kralingen.

2.1.b Beeldmerk

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Voor het beeldmerk van Boulevard Kralingen wordt een nieuw ontwerp geadviseerd. De huidige layout van het beeldmerk past niet bij de kern en ankerwaarden van het gebied. Het nieuwe beeldmerken omvat de volgende kenmerken:

Iconisch symbool: Het beeldmerk bevat een icoon dat de unieke eigenschappen en ankerwaarden van Boulevard Kralingen vertegenwoordigt. Dit symbool kan bijvoorbeeld geïnspireerd zijn op de vernieuwde kenmerkende architectuur van het gebied, creatief ondernemerschap, en de bruisende sfeer van de winkelstraat.

Geïnspireerd kleurenschema: Het kleurenpalet van het beeldmerk is afgeleid van de omgeving en de identiteit van Boulevard Kralingen. Het kan warme en uitnodigende tinten bevatten die de gezelligheid en gastvrijheid van het gebied benadrukken.

Passend lettertype: Het lettertype wordt zorgvuldig gekozen om de uitstraling van het beeldmerk te versterken. Hierbij kan een eigentijds en stijlvol lettertype worden gebruikt dat de dynamiek en moderniteit van Boulevard Kralingen weerspiegelt.

Consistente merkstijl: Het beeldmerk wordt ontwikkeld met aandacht voor consistentie, zodat het gemakkelijk herkenbaar is op alle communicatiekanalen, zowel online als offline. Dit omvat onder andere het gebruik van het beeldmerk op de website, sociale media, drukwerk, bewegwijzering en andere marketingmaterialen.

Het doel van een beeldmerk is om Boulevard Kralingen een krachtig visueel symbool te geven dat de kernwaarden en identiteit van het merk effectief communiceert. Het zal dienen als een herkenbaar symbool dat klanten en bezoekers inspireert en aantrekt om de unieke ervaringen en mogelijkheden van Boulevard Kralingen te ontdekken. Met een sterk en onderscheidend beeldmerk kunnen we de merkwaarde van Boulevard Kralingen vergroten en een blijvende indruk achterlaten bij ons publiek.

2.1.c Communicatie

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Een doeltreffende communicatiestrategie is van cruciaal belang om de betrokkenheid en verbondenheid met Boulevard Kralingen te bevorderen. Door helder te communiceren over de visie, doelen en activiteiten, wordt vertrouwen en enthousiasme gecreëerd bij alle belanghebbenden. Dit resulteert in een actieve deelname aan evenementen, een grotere betrokkenheid van de lokale gemeenschap en een positieve reputatie van het gebied. Bovendien legt effectieve communicatie de basis voor vruchtbare samenwerkingen, waardoor Boulevard Kralingen gezamenlijk tot bloei kan komen en een aantrekkelijke bestemming blijft voor bezoekers en ondernemers.

Communicatie naar ondernemers: Het waarborgen van goede communicatie naar ondernemers binnen een BIZ-gebied is van vitaal belang om een sterke samenwerking en betrokkenheid te bevorderen. Om dit te bereiken voor Boulevard Kralingen, worden de volgende essentiële stappen geïmplementeerd:

Duidelijke communicatiestrategie: Er wordt een heldere communicatiestrategie ontwikkeld die is afgestemd op de behoeften en verwachtingen van de ondernemers. Er wordt bepaald welke kanalen het meest effectief zijn om met hen te communiceren, zoals e-mail, nieuwsbrieven, sociale media, fysieke bijeenkomsten, of een specifiek online platform zoals intern communicatieplatform Chainels.

Persoonlijk contact: De meest effectieve manier van communiceren in Boulevard Kralingen betreft persoonlijk contact. Er wordt geïnvesteerd in persoonlijk contact met ondernemers door regelmatig bij hen langs te gaan, hen te ontmoeten tijdens BIZ-borrels of avonden, en open te staan voor een-op-een gesprekken. Dit geeft hen het gevoel dat hun stem wordt gehoord en gewaardeerd.

Regelmatige nieuwsbrieven: De BIZ verstuurd regelmatig nieuwsbrieven naar ondernemers met relevante updates, aankondigingen, evenementen en andere belangrijke informatie over de BIZ-activiteiten. Hierbij wordt gezorgd dat de nieuwsbrief helder en beknopt is en de belangrijkste boodschappen overbrengt.

Interactieve communicatiekanalen: Er worden interactieve kanalen geboden waar ondernemers hun feedback, ideeën en zorgen kunnen delen. Dit kan bijvoorbeeld via Chainels, een online platform waarin informatie en updates over Boulevard Kralingen gedeeld kunnen worden. Ook kunnen ondernemers met dit platform vragen stellen aan het bestuur.

Transparantie: Er wordt transparantie betracht over de besluitvormingsprocessen, financiële zaken en andere belangrijke kwesties die van invloed zijn op de ondernemers. Open communicatie bevordert vertrouwen en betrokkenheid.

Door een uitgebreide en effectieve communicatiestrategie te implementeren, wordt ervoor gezorgd dat ondernemers in het BIZ-gebied goed geïnformeerd zijn, betrokken worden en actief deelnemen aan de gezamenlijke inspanningen om het gebied te versterken. Op deze manier wordt er gebouwd aan een sterke en levendig ondernemersklimaat in Boulevard Kralingen.

2.2 Digitaal

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

2.2.a Website

De vernieuwde website van Boulevard Kralingen wordt zorgvuldig ontworpen om bezoekers een aantrekkelijke online-ervaring te bieden. De huidige moet worden aangepast op de geformuleerde ankerwaarden.

Homepage: De homepage straalt een warm welkom uit en communiceert in de ankerwaarden van het gebied. In plaats van een technische uitleg over wat een BIZ is, wordt er op de website een inspirerend statement geplaatst. Dit statement vat de kernwaarden van Boulevard Kralingen samen en geeft bezoekers een betekenisvolle indruk van de visie en sfeer van het gebied.

Ondernemersverhalen: Een belangrijk element op de homepage zijn boeiende verhalen over de ondernemers van Boulevard Kralingen. Deze verhalen belichten de passie en persoonlijke touch van de ondernemers, waardoor bezoekers een diepere connectie voelen met het gebied.

Klantbeleving: Bij de aanpak van de website staat de klant centraal. Het streven is om bezoekers het gevoel te geven dat de website speciaal voor hen is ontworpen en hen uit te nodigen om de charme en veelzijdigheid van het winkelgebied te ontdekken. Om de klantbeleving te benadrukken, worden enthousiaste klantbelevingen op de website gedeeld. Dit voegt sociale bewijskracht toe en stimuleert bezoekers om de bijzondere ervaringen van anderen te delen. Door deze aanpak wordt beoogd om de online-ervaring van Boulevard Kralingen te optimaliseren en bezoekers enthousiast te maken voor dit unieke winkelgebied. De website fungeert als een waardevol platform om de kernwaarden van Boulevard Kralingen over te brengen en de betrokkenheid van bezoekers te vergroten. Zie bijv. het voorbeeld van boulevardzuid.com, denieuwebinnenweg.nl

2.2.a Social Media

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Om de online aanwezigheid van Boulevard Kralingen te versterken en actiever te zijn op social media, worden de volgende actiepunten geïmplementeerd:

Community Management: Een ervaren community manager wordt aangesteld om de social mediakanalen van Boulevard Kralingen te beheren. Deze persoon zal verantwoordelijk zijn voor het creëren van een levendige en boeiende online community.

Social Media Strategie: De community manager zal een social mediastrategie opstellen gebaseerd op de kern en ankerwaarden. De contentkalender wordt opgesteld met regelmatige en gevarieerde

berichten. Dit omvat updates over evenementen, aanbiedingen, nieuws van ondernemers en andere relevante content.

Content Creatie: Om een constante stroom van aantrekkelijke content te waarborgen, zal de community manager ondernemers persoonlijk bezoeken om foto's en verhalen te verzamelen die kunnen worden gedeeld op de social mediakanalen van Boulevard Kralingen.

Interactie en Engagement: De community manager zal actief reageren op volgers, vragen beantwoorden en positieve gesprekken stimuleren. Dit bevordert betrokkenheid en klantloyaliteit.

Cross-over verkeer: Om meer verkeer tussen de website en social mediakanalen te genereren, worden duidelijke links geplaatst op de website en op de nader te bepalen kanalen. Op social media wordt ook regelmatig verwezen naar de website. **De crossmediale aanpak.**

Meten van Resultaten: Statistieken en analyses worden bijgehouden om de groei en effectiviteit van de onlineactiviteiten te meten. Hierdoor kan de strategie voortdurend worden verbeterd en bijgestuurd indien nodig.

Met deze acties wordt beoogd om de online aanwezigheid van Boulevard Kralingen te versterken, een grotere interactie met het publiek te creëren en meer verkeer tussen de website en social mediakanalen te genereren. Hiermee wordt de zichtbaarheid en betrokkenheid van Boulevard Kralingen binnen de community vergroot en worden de kansen voor succesvolle online marketing en promotie bevorderd.

2.3 Conclusie

Met als doel om de acties van Boulevard Kralingen te optimaliseren en de aantrekkelijkheid voor het publiek te vergroten, worden de volgende actiepunten geïmplementeerd:

Jaarplan en Programmering: Er wordt een gedetailleerd jaarplan en programmering opgesteld, nauw aansluitend bij de positionering en identiteit van het gebied. Hierbij wordt ook een jaar vooruitgekeken, zodat succesvolle acties hergeprogrammeerd kunnen worden en voortgebouwd kan worden op eerdere successen.

Samenwerking met andere partijen: Er wordt nauw samengewerkt met andere partijen in de omgeving om synergie te creëren en een breed scala aan evenementen en acties te organiseren. Deze samenwerking zorgt voor een gevarieerd aanbod dat aansluit bij verschillende doelgroepen.

Betrokkenheid van de ondernemers en lokale gemeenschap: Welzijnsorganisaties en buurtverenigingen worden actief betrokken bij de evenementen om de betrokkenheid van de lokale gemeenschap te vergroten. Dit creëert een gevoel van samenhang en draagvlak binnen de buurt.

"Welkom Terug" Evenement: Er wordt een speciaal "Welkom Terug" evenement georganiseerd om de heropening van Boulevard Kralingen te vieren na een periode van sluiting of beperkingen. Dit evenement benadrukt de positieve sfeer en hernieuwde energie van het gebied en nodigt het publiek uit om weer volop te genieten van alles wat Boulevard Kralingen te bieden heeft.

Diversiteit aan Evenementen: Er wordt gezorgd voor een gevarieerde reeks evenementen, zoals culturele festivals, ambachtelijke markten, muziekoctredens, modeshows en culinaire proeverijen. En ondernemersactiviteiten zoals EHBO, Social media workshops, ondernemersontbijt, nieuwjaars borrel. Een breed scala aan activiteiten spreekt verschillende interesses en doelgroepen aan.

Communicatie en Promotie: Er wordt een doeltreffende communicatiestrategie geïmplementeerd om de evenementen ruim van tevoren te promoten. Onlinekanalen, social media, nieuwsbrieven en fysieke promotiematerialen worden ingezet om de bekendheid van de evenementen te vergroten.

Evaluatie en Feedback: Na elk evenement worden de resultaten geëvalueerd en feedback verzameld van bezoekers en deelnemers. Deze waardevolle input stelt ons in staat om de evenementen continu te verbeteren en beter aan te laten sluiten bij de wensen van het publiek.

Met deze acties wordt gestreefd om de evenementen van Boulevard Kralingen te optimaliseren en een bruisende, levendige sfeer te creëren in het gebied met positieve herinneringen. Door samenwerking, betrokkenheid van de lokale gemeenschap en een gevarieerd aanbod van activiteiten wordt beoogd om bezoekers en bewoners aan te trekken en het succes van Boulevard Kralingen verder te bevorderen.

3. Participatie en data

Wie: BIZ, vastgoed, bewoners, gemeente

Termijn: middellange termijn

3.1 gecontinueerde ondernemers en gebiedsactivatie

Gecontinueerde ondernemersactivatie en betrokkenheid van de lokale gemeenschap speelt een essentiële rol bij het vormgeven van de identiteit van Boulevard Kralingen. Door de ondernemersactivatie en de participatie van de gemeenschap bij het proces, worden waardevolle inzichten verkregen en wordt ervoor gezorgd dat de identiteit van het gebied naadloos aansluit bij de behoeften en wensen van de gebruikers van het gebied.

Hier zijn enkele acties die kunnen worden ondernomen om participatie en betrokkenheid van de lokale gemeenschap en ondernemersactivatie te bevorderen in het kader van het vormgeven van de identiteit van Boulevard Kralingen:

Ondernemersbijeenkomsten: Organiseer regelmatige bijeenkomsten waar lokale ondernemers samenkomen om ideeën uit te wisselen, feedback te geven en samen te werken aan gezamenlijke projecten.

Gemeenschapsbijeenkomsten: Houd openbare bijeenkomsten waar leden van de gemeenschap hun inzichten, behoeften en suggesties kunnen delen met betrekking tot de ontwikkeling van Boulevard Kralingen.

Online Platform: Creëer via de online platforms, zoals de website of sociale mediagroepen, waar ondernemers en gemeenschapsleden kunnen communiceren en informatie kunnen delen over lopende projecten en initiatieven.

Co-creatieprojecten: Stimuleer gezamenlijke projecten waar lokale ondernemers en de gemeenschap samenwerken om nieuwe ideeën en activiteiten te ontwikkelen die de identiteit van het gebied versterken.

Focusgroepen en enquêtes: Organiseer focusgroepen en voer enquêtes uit om feedback te verzamelen over specifieke onderwerpen, zoals gewenste winkel- en horecavoorzieningen, evenementen, of de algemene sfeer.

Buurtevenementen: Organiseer regelmatig buurtgerichte evenementen, zoals straatfeesten of markten, om de gemeenschap en ondernemers dichterbij elkaar te brengen.

Feedbackmechanismen: Stel duidelijke mechanismen in voor het verzamelen, evalueren en reageren op feedback van ondernemers en gemeenschapsleden.

Participatiewerkgroep: Richt een participatiewerkgroep op die verantwoordelijk is voor het coördineren en bevorderen van participatie-initiatieven en projecten.

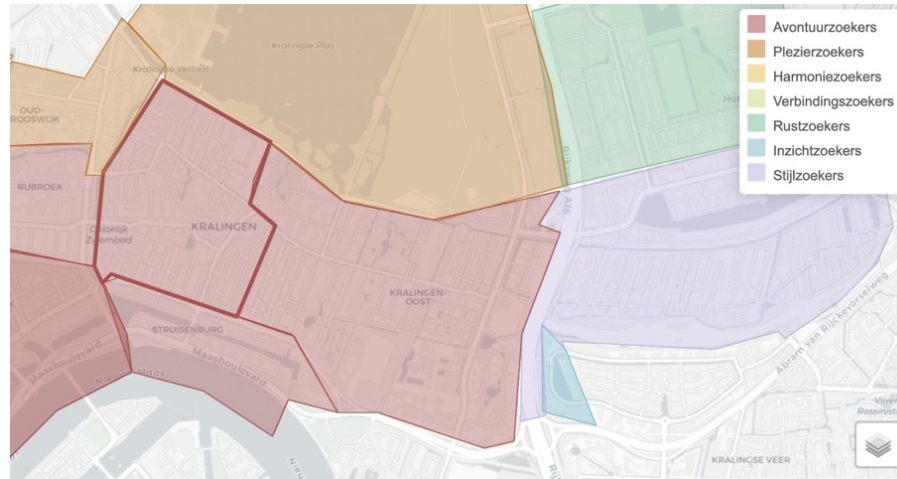
Educatie en Workshops: Bied educatieve programma's en workshops aan voor zowel ondernemers als de gemeenschap om hen bewust te maken van de identiteitsvorming van Boulevard Kralingen en hoe ze kunnen bijdragen.

3.2 Data

Aanschaf dataplatform:

Verdieping en het gebruik van data wordt toegepast om het gebied beter in kaart te brengen. Ook wordt data ingezet om te kunnen sturen en evalueren. Door het uitvoeren van een uitgebreid Koopstromenonderzoek inzicht krijgen in de populariteit van het wijkwinkelgebied en de reisbereidheid van consumenten voor specifieke producten en diensten. Daarnaast kan er een gedetailleerd klantprofiel opstellen voor het winkelgebied met behulp van tools zoals Leefstijlvinder of Locatus-Disc, of door gebruik te maken van gegevens van Argaleo. Deze aanpak stelt ons in staat om diepgaande informatie te verzamelen over het winkelgebied en de lokale gemeenschap, waardoor we een beter begrip krijgen van de verschillende doelgroepen en hun voorkeuren. Daarnaast creëert data duurzame inzichten waarbij er effectief gemeten kan worden op de beoogde KPI's.

De gecombineerde aanpak van het Koopstromenonderzoek, het opstellen van een klantprofiel en de betrokkenheid van de lokale gemeenschap zal resulteren in een nauwkeurige in kaart brengen van Boulevard Kralingen en de ontwikkeling van een sterke en unieke identiteit voor het wijkwinkelgebied. Dit zal op zijn beurt bijdragen aan een succesvolle activering van het gebied en het verwezenlijken van de gestelde doelen en visie.



**Deze avontuurlijke en creatieve recreanten zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling.
(Bron: Leefstijlvinder.nl)

Deze acties kunnen helpen bij het activeren en betrekken van de lokale gemeenschap en ondernemers, waardoor waardevolle inzichten worden verkregen en de identiteit van Boulevard Kralingen nauw aansluit bij de behoeften en wensen van de gebruikers van het gebied.

4. Professionalisering en bestendigen van de BIZ Boulevard Kralingen

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Het bestendigen, versterken en professionaliseren van de BIZ Boulevard Kralingen is van essentieel belang voor de ontwikkeling van het gebied. Om dit te realiseren, worden de volgende actiepunten voorgesteld, passend bij de visie en missie van het gebied:

Creëren van Bewustzijn: Het is van groot belang dat alle leden van de BIZ het belang van een goed functionerende organisatie inzien. Door bewustwording en erkenning te creëren bij de leden, wordt draagvlak versterkt.

Vormen van een Stuurgroep: Organiseer een stuurgroep met het bestuur van de BIZ en vertegenwoordigers van gemeentelijke diensten zoals Schone Stad, Stadsbeheer, directie Veiligheid en de wijkagent. Deze samenwerking zorgt voor een geïntegreerde aanpak en effectieve communicatie.

Regelmatische Meetings met BIZ-leden: Houd jaarlijks minstens 4 meetings met de BIZ-leden, zoals ontbijtsessies en ondernemersborrels, om hen betrokken te houden bij de ontwikkelingen. Zo wordt voorkomen dat besluitvorming buiten hen om plaatsvindt.

Actief Werven van Leden en Stakeholders: Zorg ervoor dat ondernemers en stakeholders regelmatig worden opgeroepen om het bestuur en/of werkgroepen te versterken. Een solide basis voor samenwerking en besluitvorming is hierdoor gewaarborgd. Benoem een BIZ-coördinator om deze taak op zich te nemen.

Werken met Werkgroepen: Werk met werkgroepen per onderwerp/ pijler, zodat de werklust verdeeld wordt en er meer borging is van de activiteiten.

Professionele Coördinatie: Door de inzet van een BIZ-coördinator kan de samenwerking en effectiviteit van de activiteiten op Boulevard Kralingen worden versterkt. De coördinator zorgt voor een gestructureerde aanpak, een betere monitoring van voortgang en resultaten, en de mogelijkheid tot bijsturing en viering van successen. De BIZ-coördinator is tevens gezicht en aanspreekpunt van de winkelstraat en biedt ondersteuning aan de gevestigde ondernemers.

Heldere Taakverdeling en Verantwoordelijkheden: Binnen de BIZ-organisatie zijn heldere taakverdeling en verantwoordelijkheden geformuleerd. De BIZ-coördinator speelt hierbij een centrale rol in de coördinatie en samenwerking tussen alle betrokken partijen.

Met deze professionele aanpak is het streven om de BIZ Boulevard Kralingen te versterken en te laten bloeien en de zichtbaarheid bij de achterban te vergroten. Samenwerking en coördinatie worden geoptimaliseerd, waardoor de activiteiten effectief uitgevoerd worden en de voortgang nauwgezet gevolgd wordt. Dit leidt tot een succesvolle ontwikkeling, een Boulevard Kralingen waarin ondernemers en stakeholders zich gehoord en betrokken voelen.

5. Buitenruimte

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Samenwerking gouden driehoek

Beeldkwaliteitsplan

Een nieuw Beeldkwaliteitsplan voor Boulevard Kralingen is van belang om de visuele identiteit en samenhang van het gebied te waarborgen. Het doel is om ervoor te zorgen dat de gebouwen in harmonie zijn met hun omgeving en bijdragen aan de gewenste uitstraling en karakter. Dit plan, opgesteld door stedenbouwkundige instanties, gemeenten of andere betrokken partijen, fungeert als leidraad voor architecten, ontwikkelaars en eigenaren bij het ontwerpen en renoveren en/of transformeren van panden.

Om een versterkte uitstraling van eenheid in het wijkwinkelgebied te realiseren, moet het beeldkwaliteitsplan worden (her)ontwikkeld. Hierbij dient speciale aandacht te worden besteed aan de geveluitstraling van het gebied, zodat er meer eenheid ontstaat binnen het winkelgebied en een visuele samenhang wordt gecreëerd. Daarnaast is het wenselijk dat de Boulevard Kralingen wordt vergroend en verduurzaamd. Het is wenselijk de aanwezigheid van groen in het gebied te vergroten, wat bijdraagt aan een prettigere leefomgeving en een aantrekkelijke uitstraling. Denk hierbij aan het aanleggen van groene gevels, het plaatsen van meer planten en bomen langs de boulevard en het creëren van groene pleintjes of rustpunten voor bezoekers. En het vergroenen van het gebied kan ook bijdragen aan het verbeteren van de luchtkwaliteit, het verminderen van hittestress en het bevorderen van biodiversiteit. Het biedt bovendien kansen voor duurzame initiatieven en samenwerking met lokale ondernemers en organisaties.

Met een vernieuwd Beeldkwaliteitsplan en de inzet op vergroening en verduurzaming van Boulevard Kralingen, willen we niet alleen een aantrekkelijke en bruisende omgeving creëren voor bewoners, ondernemers en bezoekers, maar ook bijdragen aan een duurzame en groene toekomst voor het gebied. Dit moet uitvoerig met de gemeente besproken worden.

5.1 Afbakening

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente

Termijn: Quickwin / korte termijn

Bij het vaststellen van de identiteit van Boulevard Kralingen is het belangrijk om niet alleen naar de juridische en fysieke grenzen te kijken, zoals bepaald in het BIZ-gebied en bestaande uit de Frits Ruysstraat, Weteringstraat, Goudserijweg en Vlietlaan, maar ook naar de beleving van het gebied. In de gebiedskoers van de gemeente Rotterdam staat het gebied anders aangeduid dan opgenomen in het BIZ-gebied.

Om het gebied "Boulevard Kralingen" nauwkeurig te bepalen, is het essentieel om samen met de stakeholders te bepalen welke gebieden daarbij moeten worden opgenomen of getransformeerd. Hierbij wordt ook onderscheid gemaakt tussen het kerngebied en eventuele overgangs- en/of zwerfgebieden.

In de context van stedenbouw en gebiedsontwikkeling verwijst een "zwerfgebied" naar een gebied dat niet duidelijk tot een bepaald geheel behoort. Het is een gebied dat zich in een tussenpositie bevindt en niet expliciet wordt gedefinieerd als onderdeel van een specifieke wijk, buurt, of functioneel gebied.

Zwerfgebieden kunnen ontstaan door verschillende redenen, zoals veranderingen in de stedelijke ontwikkeling, grenzen die niet duidelijk zijn vastgesteld, of omdat het gebied een overgangsgebied is tussen twee of meer duidelijk afgebakende gebieden.

In het geval van Boulevard Kralingen zou een zwerfgebied bijvoorbeeld een deel van het gebied kunnen zijn dat niet goed past in de definitie van de kern van het winkelgebied (Boulevard Kralingen), maar ook niet duidelijk onderdeel is van een aangrenzende wijk of buurt. Deze zwerfgebieden kunnen een specifieke aandacht vereisen om te bepalen hoe ze in de ontwikkeling van het gebied moeten worden meegenomen of getransformeerd om een samenhangend geheel te creëren.

5.2 Vergroening en Groenvoorzieningen (Actie BIZ + gemeente)

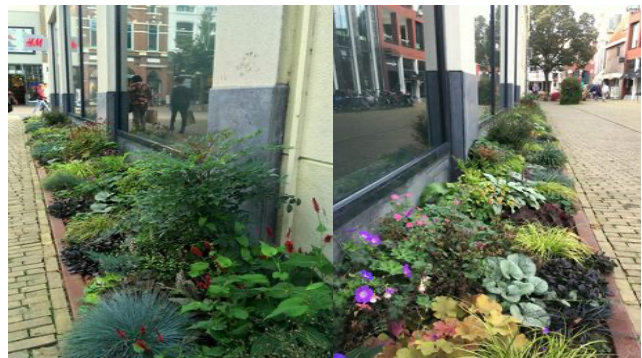
Wie: BIZ, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: Lange termijn

Om de visie en missie van Boulevard Kralingen te versterken en te verbeteren, zijn er diverse actiepunten om het gebied aantrekkelijker, groener en veiliger te maken:

Plantenbakken: Plaats plantenbakken en creëer groenvoorzieningen om de buitenruimte aantrekkelijker te maken en een groen karakter te versterken. Zorg voor adoptanten of regel het onderhoud van deze groenvoorzieningen.

Geveltuintjes: Overweeg het aanleggen van geveltuintjes om het groene karakter van het gebied te benadrukken. Organiseer gezamenlijke initiatieven, bijvoorbeeld tijdens het NK Tegelwippen, en zoek samenwerking met instanties zoals het HRO (stedenbouw) om dit te realiseren.



5.3 Verbetering Entrees en Herkenbaarheid (Actie BIZ en gemeente)

Wie: BIZ, gemeente

Termijn: Lange termijn

Routing: Verbeter de herkenbaarheid van de entrees van de winkelstraten door middel van opvallende belettering of verlichting. Zorg voor duidelijke bebording en vlaggen om de routing in het gebied te markeren en de herkenbaarheid te vergroten. Beplak ramen van leegstaande panden met verwijzingen naar Boulevard Kralingen om de identiteit van het gebied zowel fysiek als online te benadrukken. Creëer een tapijt van groen en routing dat doorgetrokken wordt naar de Frits Ruysstraat om een samenhangend geheel te creëren.



5.5 Uitbreiding Terrassen en Verlichting

Wie: BIZ

Termijn: Middellange termijn

Ruimte: Realiseer meer terrasruimte (vergunningen) om een levendiger en uitnodigend beeld te creëren voor publiek. Zorg voor voldoende ruimte om uitstallingen, terrassen en evenementen te faciliteren. Een aantrekkelijke buitenruimte met mogelijkheden voor ondernemers om hun producten of diensten te presenteren en evenementen te organiseren, draagt bij aan de levendigheid en diversiteit van Boulevard Kralingen.

Sfeerverlichting: Zorg voor permanente sfeerverlichting in de bomen aan de Frits Ruysstraat, vergelijkbaar met de Lusthofstraat, om een gezellige sfeer te creëren en bezoekers naar de entrees van het winkelgebied te leiden.



Sfeerimpressie Frits Ruysstraat



Voorbeeld Witte de With straat



5.6 Herinrichting Frits Ruysstraat en de Goudse Rijweg (Actie gemeente)

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: langetermijn

Herinrichting: Realiseer laden en lossen vakken om dubbel parkeren te voorkomen. Creëer parkeervakken aan beide kanten van de straat om de parkeergelegenheid te vergroten en in- en uitstappen eenvoudiger en veiliger te maken. Maak van de trottoirs uitnodigende wandelpromenades met bankjes en bloembakken. Richt fietsparkeerplekken in, gecombineerd met groenvoorzieningen, om het aantal fietsnietjes te verminderen en de buitenruimte te verbeteren. Overweeg een samenwerking met fietsmakers om één prominente plaats uit te breiden met een 'pompstation'.

Om de veiligheid te verbeteren en het racen van auto's tegen te gaan, wordt voorgesteld om de Goudse Rijweg te herinrichten. Het invoeren van eenrichtingsverkeer met behulp van strategisch geplaatste plantenbakken kan bijdragen aan het verlagen van de snelheid van het verkeer en zorgen voor een veiligere omgeving voor voetgangers en fietsers. Hierdoor ontstaat er ook meer ruimte voor groenvoorzieningen en een aantrekkelijk straatbeeld.

Naast het herinrichten van de Goudse Rijweg, kan de herinrichting worden benut om meer ruimte te creëren voor fietsers en voetgangers. Het aanleggen van fietspaden en voetgangerspromenades met bankjes en bloembakken draagt bij aan een gastvrije en aantrekkelijke omgeving. Hierdoor worden bewoners en bezoekers gestimuleerd om te voet of met de fiets het gebied te verkennen, wat de duurzaamheid en leefbaarheid van Boulevard Kralingen bevordert.

"De herinrichting van de Goudse Rijweg is een lange termijn actie, het inventariseren is een eerste stap en biedt ons een kans om samen te werken met stedenbouwkundige instanties en de gemeente om een samenhangend ontwerp te onderzoeken. Dit ontwerp zou idealiter de visie en missie van Boulevard Kralingen kunnen versterken en een aantrekkelijke en veilige omgeving creëren waarin de groene identiteit en levendigheid van het gebied tot uiting komen. Hoewel we beseffen dat herinrichting geen korte-termijnactie is, willen we graag een schouw uitvoeren om te kijken of er 'laaghangend fruit' is dat we kunnen aanpakken in de openbare ruimte. We zijn ook van plan om nauw samen te werken met de relevante instanties, waaronder de wijkmanager, om ervoor te zorgen dat onze doelstellingen haalbaar en in lijn zijn met de realiteit van de situatie."

5.7 Beveiliging en Verkeersveiligheid

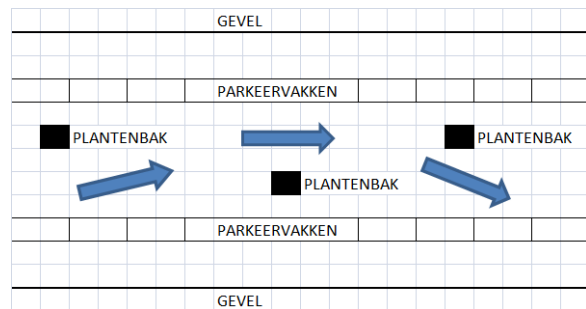
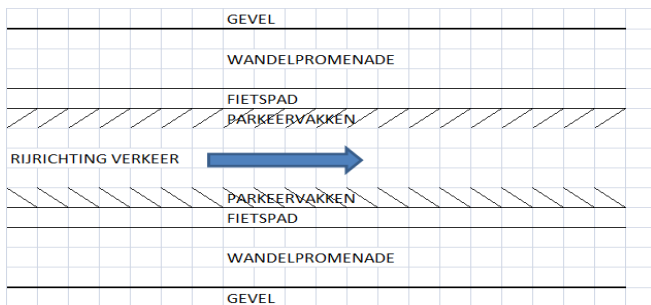
Wie: BIZ, gemeente, bewoners

Termijn: Middellange/ lange termijn

Beveiliging: Uit gesprekken met de ondernemers uit het gebied en de BIZ is gebleken dat er nog een grote zorg is op het gebied van veiligheid. Ondernemers wensen camerabewaking in de straten ter preventie van inbraak en criminaliteit. Schakel een beveiligingsbedrijf in dat in de avond en nacht regelmatig en zichtbaar surveilleert.



Verkeersveiligheid: Pak de verkeersveiligheid aan door de auto als 'gast' te behandelen. Overweeg het gebruik van klinkers en vergroening om de snelheid te verlagen en de straten veiliger te maken. Maak op korte termijn de Frits Ruysstraat eenrichtingsverkeer en voorzie deze van snelheidsbeperkende objecten, zoals **plantenbakken**.



5.8 Basis van de Buitenruimte

Wie: biz, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: quick wins, middel en lange termijn

Basis op orde: Zorg ervoor dat de basis van de buitenruimte op orde is, met aandacht voor schoon, heel en veilige straten en straatmeubilair en goed onderhouden trottoirs. Een verzorgde omgeving draagt bij aan de aantrekkelijkheid van Boulevard Kralingen voor bezoekers en ondernemers.

Fiets parkeren: Reguleer het toenemende fiets parkeren in het gebied om de buitenruimte overzichtelijk en veilig te houden. Overweeg oplossingen zoals het verplaatsen en clusteren van fietsnietjes, het benutten van bestaande fietsenstallingen of het samenwerken met fietsmakers voor een uitgebreid fiets parkeren met mogelijkheid voor onderhoud. Zoals een fiets pompstation.



Bijv. Fiets pompstation & Service Boulevard Kralingen

Gezamenlijke containerplek: Streven naar een gezamenlijke containerplek om het straatbeeld te verbeteren en een opgeruimde uitstraling te bevorderen.

Inrichting: Op het groenplantsoen op de hoek Vlietlaan/Weteringstraat, dat nu slecht onderhouden is en veel straatvuil vasthoudt, overweeg een muziekkapel/podium te plaatsen. Dit is een levende wens van ondernemers en kan kunst, muziek en andere kleine voorstellingen mogelijk maken, waardoor meer publiek wordt aangetrokken.



Voorbeeld: Peijnackerplein Rotterdam Noord

Kindervoorzieningen: Creëer daarnaast kinderspeelplaatsen in het gebied om gezinnen en kinderen aan te trekken. Een kindvriendelijke omgeving met speelvoorzieningen draagt bij aan een gezinsvriendelijke uitstraling van Boulevard Kralingen en verhoogt de aantrekkingskracht voor bezoekers met kinderen. Door deze aanvullende actiepunten op te nemen, streven we ernaar om Boulevard Kralingen een levendig, groen, kindvriendelijk en aantrekkelijk gebied te maken waar bezoekers, ondernemers en bewoners graag samenkomen en genieten van een bruisende omgeving. Dit zal bijdragen aan het versterken van de identiteit en aantrekkingskracht van Boulevard Kralingen binnen de gemeenschap en daarbuiten.



6. Branchering

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente

Termijn: middellange, lange termijn

Branchering speelt een cruciale rol in het versterken van de identiteit van Boulevard Kralingen. Het betekent het invullen van (leegstaande) panden op basis van de visie en het gewenste aanbod in het gebied. Om dit te bereiken, is het oprichten van een brancheringsteam met de betrokkenheid van de BIZ, ondernemers en vastgoedpartijen van essentieel belang. Opmerkelijk is dat Woonstad, als grootste vastgoedpartij in het wijkwinkelgebied, momenteel al een bijdrage levert aan de branchering.

Met de nieuwe beeldkwaliteitsplannen als leidraad kan de brancheringcommissie sturen bij de invulling van de panden. Het is van groot belang weloverwogen keuzes te maken bij het eventueel transformeren van panden en het selecteren van verschillende functies en activiteiten, zodat ze perfect aansluiten op de unieke identiteit van het gebied. Een gevarieerd aanbod van functies, met specifieke aandacht voor het stimuleren van de creatieve/makers industrie en het benadrukken van ambachtelijke ondernemers, zal bijdragen aan een aantrekkelijke mix van activiteiten die goed passen bij de sfeer en uitstraling van Boulevard Kralingen.

Een logische en harmonieuze branchering van de gebieden zorgt ervoor dat functies elkaar kunnen versterken en dat er synergie ontstaat tussen de verschillende ondernemingen. Dit resulteert in een diverse en boeiende winkelervaring voor bezoekers. Bovendien draagt een weloverwogen branchering bij aan het voorkomen van leegstand en de eventuele vestiging van ongewenste ondernemers, wat kan leiden tot ondermijning van de gewenste identiteit van het gebied.

Door te focussen op een branchering die aansluit bij de identiteit van Boulevard Kralingen en zorgvuldig te selecteren welke functies een plek krijgen, creëren we een levendig en aantrekkelijk winkelgebied dat mensen uitnodigt om te komen, te ontdekken en te genieten van de unieke sfeer en activiteiten die Boulevard Kralingen te bieden heeft. Een branchering specialist kan helpen bij het opstellen van een brancheringplan en het aantrekken van nieuwe ondernemers. Het ontwikkelen van een breed gedragen brancheringvisie stuurt aan op een gezonde, vitale mix van functies die elkaar versterken.

Concrete acties die passen bij het thema "Branchering" en de samenwerking tussen de BIZ en vastgoedeigenaren om de identiteit van Boulevard Kralingen te versterken:

Brancheringsteam oprichten:

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: Quickwin / korte termijn

Stel een brancheringcommissie of -team samen bestaande uit vertegenwoordigers van de BIZ, lokale ondernemers, vastgoedeigenaren en wellicht gemeenschapsleden. Deze groep kan verantwoordelijk zijn voor het beoordelen en plannen van de brancheringstrategie.

Identiteit en visie bepalen:

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Definieer een duidelijke identiteit en visie voor Boulevard Kralingen, waarin de kernwaarden, doelstellingen en gewenste sfeer van het gebied worden uiteengezet.

Beeldkwaliteitsplan ontwikkelen: Werk aan een beeldkwaliteitsplan dat richtlijnen biedt voor de invulling van panden, inclusief ontwerp- en esthetische aspecten die aansluiten bij de gewenste identiteit van het gebied.

Brancheringsrichtlijnen opstellen:

Wie: BIZ, vastgoed, bewoners

Termijn: Quickwin / korte termijn

Formuleer richtlijnen voor de branchering, waarin specifieke doelstellingen en criteria voor ondernemers en vastgoedeigenaren worden vastgelegd.

Leegstandsbeheer: Ontwikkel strategieën voor het beheer van leegstand, zoals het tijdelijk invullen van leegstaande panden met pop-upwinkels, kunsttentoonstellingen of culturele evenementen.

Samenwerking stimuleren:

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: Quickwin / korte termijn

Bevorder de samenwerking tussen vastgoedeigenaren en ondernemers om gemeenschappelijke doelen en de gewenste branchering te realiseren.

Promotie van specifieke functies: Benadruk de promotie van specifieke functies die de identiteit versterken, zoals de creatieve/makers industrie en ambachtelijke ondernemers, door middel van gerichte marketinginspanningen.

Monitoring en evaluatie:

Wie: BIZ, gemeente

Termijn: Quickwin / korte termijn

Zet een systeem op om de voortgang van de branchering en de effecten op de identiteit van het gebied te monitoren. Evalueer regelmatig de behaalde resultaten en pas de strategie indien nodig aan.

Advies en ondersteuning:

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Werk samen met brancheringspecialisten of externe adviseurs om expertise en begeleiding te bieden bij het ontwikkelen en implementeren van de brancheringsstrategie.

Betrek de gemeenschap: Organiseer bijeenkomsten of enquêtes om de input van de lokale gemeenschap te verzamelen en te integreren in de brancheringsbeslissingen.

Deze acties kunnen helpen bij het creëren van een goed doordachte brancheringsstrategie die aansluit bij de identiteit en doelstellingen van Boulevard Kralingen, waardoor het gebied aantrekkelijker wordt voor zowel ondernemers als bezoekers.

7. Implementatiefase en toewijzing van taken

De implementatiefase van het activatieplan markeert een cruciale stap in het realiseren van de visie voor Boulevard Kralingen. Het solide strategisch kader en de geïdentificeerde impact leiden nu naar praktische actie. Tijdens deze fase wordt het activatieplan gedeeld met alle betrokken stakeholders, inclusief de gemeente, vastgoedeigenaren en de BIZ en het plannen van een gezamenlijke meeting wordt georganiseerd om het plan in detail te bespreken en de specifieke acties en projecten te identificeren die nodig zijn om de gezamenlijke doelen te bereiken. Een collaboratieve aanpak wordt gehanteerd bij het toewijzen van taken en verantwoordelijkheden aan de juiste partijen. De expertise, middelen en capaciteiten van elke betrokken stakeholder worden in overweging genomen bij deze toewijzing. Dit bevordert een gevoel van gedeeld eigenaarschap en verantwoordelijkheid voor het succes van het activatieplan. Het actief betrekken van alle betrokkenen bij hun toegewezen taken en het creëren van open communicatie zijn essentiële aspecten van dit proces. Hierdoor kunnen eventuele uitdagingen worden aangepakt en kunnen gezamenlijk oplossingen worden gevonden. Een transparant en flexibel proces stelt ons in staat om het activatieplan continu aan te passen en te verbeteren op basis van voortschrijdend inzicht. Het einddoel van deze fase is om een duidelijk overzicht te creëren van wie verantwoordelijk is voor elke actie en project in het activatieplan. Met deze gedefinieerde verantwoordelijkheden kunnen we een gestructureerde en gecoördineerde uitvoering van het plan verzekeren en ervoor zorgen dat alle inspanningen optimaal bijdragen aan de realisatie van de visie voor Boulevard Kralingen.

De gezamenlijke inspanning zal Boulevard Kralingen transformeren tot een kenbaar vitaal wijkwinkelgebied.

8. Monitoring en evaluatie

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: Quickwin / korte termijn

Een sterk monitoring- en evaluatiekader creëren is belangrijk om de effectiviteit en het succes van het activatieplan voor Boulevard Kralingen nauwkeurig te meten en verbeteren. Benadruk bij alle stakeholders het belang van monitoring en evaluatie van de activiteiten en projecten binnen Boulevard Kralingen. De BIZ-coördinator en ondersteuner dienen regelmatig de voortgang en resultaten van de activiteiten te monitoren en te evalueren. Zorgdragen voor duidelijke doelstellingen en meetbare indicatoren om de effectiviteit en impact van de activiteiten te beoordelen is een pré. Het stimuleren van een feedbackcultuur binnen de BIZ-organisatie en het aanmoedigen van de betrokkenheid van ondernemers en stakeholders bij de monitoring en evaluatie is wenselijk.

Tussentijdse evaluaties en rapportages:

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Zorg ervoor dat er regelmatig tussentijdse evaluaties plaatsvinden om de voortgang van de activiteiten te meten. Deze evaluaties kunnen op kwartaal- of halfjaarbasis plaatsvinden, afhankelijk van de aard van de activiteiten. De bevindingen van deze evaluaties moeten worden vastgelegd in rapportages, die worden gedeeld met alle stakeholders. Deze rapportages kunnen belangrijke inzichten bieden en helpen bij het nemen van beslissingen en het bijsturen van de strategie indien nodig.

Stakeholder feedback en betrokkenheid:

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: Quickwin / korte termijn

Betrek alle relevante stakeholders actief bij het evaluatieproces. Organiseer bijvoorbeeld periodieke bijeenkomsten, enquêtes of interviews om hun feedback te verzamelen over de impact van de activiteiten uit het activatieplan en om eventuele zorgen of suggesties aan te pakken. De inbreng van stakeholders is van cruciaal belang om de doeltreffendheid van het activatieplan te meten en te verbeteren.

Benchmarks en vergelijkingsgegevens:

Wie: BIZ, vastgoed

Termijn: Quickwin / korte termijn

Gebruik benchmarks en vergelijkingsgegevens om de prestaties van Boulevard Kralingen te beoordelen ten opzichte van vergelijkbare winkelgebieden. Dit kan helpen om te begrijpen hoe goed de activiteiten presteren in vergelijking met industriestandaarden en beste praktijken. Het kan ook waardevolle inzichten bieden over welke aspecten extra aandacht nodig hebben.

Budgetbewaking:

Wie: BIZ

Termijn: Quickwin / korte termijn

Houd de budgetbestedingen nauwlettend in de gaten en evalueer de kosteneffectiviteit van de verschillende activiteiten en projecten. Door de financiële aspecten te monitoren, kun je ervoor zorgen dat de middelen effectief worden ingezet en dat de gewenste resultaten worden behaald.

Flexibiliteit en aanpassingsvermogen:

Wie: BIZ, vastgoed, gemeente, bewoners

Termijn: lange termijn

Plan voldoende ruimte in voor aanpassingen en flexibiliteit in het monitoring- en evaluatieproces. Als bepaalde activiteiten niet de gewenste resultaten opleveren of als de omstandigheden veranderen, moet het activatieplan kunnen worden aangepast om de doelstellingen te blijven bereiken.

Communicatie en rapportage:

Wie: BIZ, gemeente

Termijn: Quickwin / korte termijn

Zorg voor transparante communicatie over de bevindingen van de monitoring en evaluatie aan alle belanghebbenden. Naast rapportages kunnen infographics, presentaties of andere visuele hulpmiddelen worden gebruikt om de resultaten gemakkelijker te begrijpen en te delen met een breder publiek.

“Een wijk waar het voor iedereen prettig wonen, werken, leven en recreëren is. Nu en in de toekomst. Dat doen we samen.” (Wijkvisie Kralingen 2023/2026)

8.1 Actietabel *Wat betreft de eerste actie die de BIZ zou moeten ondernemen, het samenstellen van een werkgroep om de uitvoering van deze acties en de overkoepelende marketing- en promotiestrategie te coördineren, zou een goede eerste stap zijn. De werkgroep kan vervolgens de specifieke acties bepalen, zoals de organisatie van evenementen en workshops die aansluiten bij de kernwaarden en identiteit van Boulevard Kralingen.

ACTIE	BIZ	Gemeente	Vastgoed	Bewoners	Korte termijn	Middellange termijn	Lange termijn
Marketing acties							
Marketing acties	x				x		
Beeldmerk	x				x		
Communicatie	x				x		
Website	x				x		
Social Media	x				x		
Jaarplan en Programmering	x				x		
Samenwerking met andere partijen	x	x	x	x	x		
Betrokkenheid van de ondernemers en lokale gemeenschap	x	x	x	x	x		
"Welkom Terug" Evenement	x		x	x		x	
Diversiteit aan Evenementen	x					x	
Communicatie en Promotie	x			x	x		
Participatie en data	x	x	x	x		x	

Gecontinueerde ondernemers en gebiedsactivatie	x		x	x	x		
Aanschaf dataplatform	x		x			x	
Professionalisering en bestendigen van de BIZ Boulevard Kralingen	x				x		
Buitenruimte							
Buitenruimte	x	x	x	x			x
Beedkwaliteitsplan	x				x		
Vergroening en Groenvoorzieningen	x	x	x	x	x		x
Verbetering Entrees en Herkenbaarheid	x	x					x
Uitbreiding Terrassen en Verlichting	x	x				x	
Herinrichting Frits Ruysstraat en de Goudse Rijweg	x	x	x	x			x

Beveiliging en Verkeersveiligheid	x	x		x		x	x
Basis van de Buitenruimte	x	x	x	x	x	x	x
Branchering							
Branchering	x		x	x			x
Brancheringsteam oprichten	x	x	x	x	x		
Identiteit bepalen	x				x		
Beeldkwaliteitsplan ontwikkelen	x				x		
Brancheringsrichtlijnen opstellen	x	x	x		x		
Leegstandsbeheer	x		x			x	
Samenwerking stimuleren	x	x	x	x	x		
Promotie van specifieke functies	x			x	x		
Monitoring en evaluatie							
Monitoring en evaluatie	x	x	x		x		
Advies en ondersteuning	x				x		

Betrek de gemeenschap	x	x	x	x	x		
Coördinatie/projectmanagement	x				x		
Tussentijdse evaluaties en rapportages	x				x		x
Stakeholder feedback en betrokkenheid	x	x	x	x	x		
Benchmarks en vergelijkingsgegevens	x	x			x		
Flexibiliteit en aanpassingsvermogen	x	x	x	x			x
Budgetbewaking	x				x		
Communicatie en rapportage	x	x			x		