

Themabijeenkomst Identiteit & Beleving 24 augustus 2022

Project Versterking Vitaliteit (binnen)stad Wijk bij Duurstede

Op weg naar een visie en plan van aanpak voor alle winkelgebieden in Wijk bij Duurstede
In Wijk bij Duurstede werken ondernemers en de gemeente aan een gezamenlijke aanpak om de vitaliteit en de aantrekkelijkheid van de stad te versterken. Het doel is om, met elkaar, het meeste uit de binnenstad én de andere dorps- en wijkwinkelcentra in de gemeente te halen voor al haar gebruikers.

Op basis van interviews met ondernemers en onder andere een koopstromenonderzoek, passantentelling en bezoekersonderzoek is data verzameld over de positie van (kernen en winkelgebieden) Wijk bij Duurstede. Deze informatie vormt de basis voor een aantal thematische werksessies voor en door ondernemers. De tweede themabijeenkomst over Identiteit & Beleving is bijgewoond door 12 personen.

Manoli Martin-Cumañas Romero, regisseur binnenstad Culemborg is ervaringsdeskundig op het gebied van onderlinge samenwerking in binnenstad. Zij nam de aanwezigen mee in het proces dat de binnenstad van Culemborg heeft doorlopen om de eigen identiteit vast te stellen (binnenstad CLMBRG) en hoe zij zich op de kaart zetten. Ook gaf zij aansprekende voorbeelden van andere binnensteden (pagina 2).

Vervolgens gingen de deelnemers in twee groepen uiteen en bogen zich over:

- Wat kenmerkt Wijk bij Duurstede en wat willen we zijn?
- Voor wie willen we dat zijn?
- Hoe zetten we Wijk bij Duurstede op de kaart? (pagina 3).

Hoe we verder gaan staat op pagina 4.





Mensen maken samen de stad!

Een kijkje in de keuken van binnenstad Culemborg

Het merk CLMBRG

Aanpak:

- Kom-in-actie traject onder begeleiding van DNWS (De Nieuwe Winkel Straat)
- Samenwerking stimuleren: voor en door elkaar
- Optuigen professionele organisatie
- Onder andere: concretiseren Story & Shop: helderheid over het verhaal dat zij willen vertellen/positionering en aantrekkelijke en gastvrije entrees en verbindingen.

Next step:

- Laden in kennis, houding en gedrag
- Mens centraal in marketing: ondernemers in beeld gebracht
- Het Merk als kompas: ondersteunen voor (nieuwe) ondernemers
- De gouden driehoek centraal: Gemeente, Vereniging van vastgoedeigenaren en het Gilde van ondernemers (retail, horeca, cultuur en andere dienstverleners)
- Diverse werkgroepen werken aan thema's *Aantrekkelijke binnenstad, Sfeer en beleving, Leegstand en Compacte binnenstad.*

*Voor wie zijn we er?
Wie niet kiest is een grijze muis*

Geslaagde voorbeelden identiteit: Beesel Drakendorp



Merk als kompas... Deventer



Geslaagde voorbeelden identiteit: Peeldorp Meijel



Merk als kompas...Delft



Identiteit gebruiken in marketing, promotie en in de openbare ruimte



Bron: bezoekersonderzoek mei 2022

Wat kenmerkt Wijk bij Duurstede?

Woorden of kernwaarden die Wijk bij Duurstede typeren

Bourgondisch, klein, knus, sfeervol, gezelligheid, oude stad, historie, compact, trots, ambacht en Dorestad.

Ons 'verhaal', wat vergroot onze aantrekkingskracht?

- Kwaliteit en service.
- Contact, fysieke plekken hebben de toekomst als daar (meer) beleving is.
- 'Wijk is leuk' ervaren en het 'zijn'.
- Al het kleine hebben we al, een beleving aan koppelen.
- De Molen en het Kasteel zijn publiekstrekkers.
- Het Kasteel is de op-twee-na meest geboekte trouwlocatie van Nederland, wie weet dat?
- De Peperstraat!
- Meer inspelen op het gevoel en trotsheid op de stad.



Wijk bij Duurstede
KLEINE STAD, GROTE GESCHIEDENIS

Voor wie willen we dat zijn?

Doelgroepen

- Grootste winst zit in onze eigen inwoners, hen vooral betrekken.
- Jongeren, zij zijn opgegroeid in Wijk en komen weer terug of willen dat.
- Nieuwe generatie: kinderen.

Wie moet/kan Wijk bij Duurstede promoten?

- Delen is vermenigvuldigen: door middel van onderlinge samenwerking bereiken we meer.
- De ambassadeurs zijn eigen inwoners, winkels in de binnenstad trekken bijvoorbeeld de meeste omzet van de inwoners die daar wonen.
- De ondernemers: oprichten van een Gilde (op de manier van Culemborg)

Grootste uitdagingen

- Samenwerking, elkaar gunnen
- Langdurig: continu en consistent
- Financiering: structureel en geen losse budgetten
- Regisseren, coördineren, aanjagen

Randvoorwaarden

- Parkeren (geen blauwe schijf)
- Routes markeren (voetstapjes, parapluutjes, etc.)
- Gratis wifi in de hele binnenstad, dan is het ook mogelijk om een app te ontwikkelen die de bezoeker door de stad en omgeving leidt met aanbiedingen en aandachtstrekkers

Kans:
1000 jaar kermis
in 2023!



Titus, de Romein



Katla uit Birka



Zwarte Robert, de herbergier



Rorik, graaf van Dorestad



David van Bourgondië, bisschop

Hoe zetten we Wijk bij Duurstede op de kaart?

Is het bestaande beeldmerk en zijn de verhalenvertellers nog bruikbaar?

- Beeldmerk is nog prima te gebruiken, maar focus op één van de figuren. Keuze voor de Viking (dat is Rorik!).
- Dorestad en de Viking zijn één op één met elkaar verbonden. Dit (beter) benutten. De Viking als verhalenverteller en stadsbewaker die overal terugkomt.

De beleving vergroten

- Koopavonden en openingstijden op elkaar afstemmen
- Eerste zondag van de maand nieuw leven inbrengen, bijvoorbeeld thema
- We willen/moeten een overkill van het beeldmerk creëren (net zoals in Culemborg). willen we tasjes, stickers, etalagestickers, bierviltjes, banieren (bij de ingang van Wijk en in de binnenstad zelf), muurschilderingen (om het verhaal van Wijk te vertellen), vlaggen (voor in de Peperstraat bijvoorbeeld) en andere Vikingproducten.
 - We willen ondernemers hiermee faciliteren.
 - Op deze manier willen we het verhaal van Wijk bij Duurstede vertellen.
 - De Strakke Hand is een bedrijf dat muurschilderingen kan zetten (in de binnenstad, Cothen, Langbroek en de twee winkelcentra!).
- Het welkomstasje willen we aanpassen. We maken een nieuwe ronde langs ondernemers.
- Ontwikkelen gezamenlijke folders met ondernemers (hoe het vroeger ook ging). Deze vervolgens verspreiden in de regio en bij havens.
- Iconen van de stad promoten via social media.

Combinaties voor de beleving

- Arrangementen horeca-overnachtingen
- Ondernemers en evenementen



LANGBROEKERDIJK



MOLEN RIJN EN LEK



MAZIIK



KASTEEL SANDENBURG



KROMMERIJNSTREEK



STADSHAVEN



MARKT



HOOGSTAMBOOMGAARD COTHEN

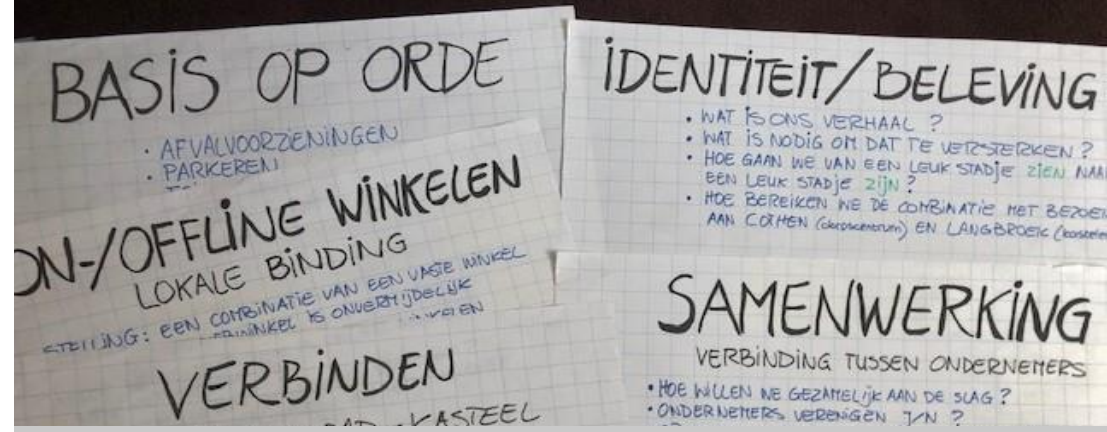


BRINK



KASTEEL DUURSTED E

DE MOOISTE PLEKKEN VAN WIJK BIJ DUURSTED E, COTHEN EN LANGBROEK
DOOR DE OGEN VAN ONZE INWONERS



Hoe verder?

De uitkomsten van de themabijeenkomsten worden meegenomen in de gezamenlijke visie en plan van aanpak voor versterking van de vitaliteit van Wijk bij Duurstede. Deze wordt opgesteld nadat nog een aantal andere thema's samen met ondernemers verkend zijn:

1. Basis op Orde

Informatie en input vergaren over afvalvoorzieningen, parkeren, toiletten, bewegwijzering, etc.

→ 29 augustus 14.30-16.30 u Raadzaal Huis vd Gemeente

2. Verbinding Binnenstad-Haven-Kasteel

Hoe verbeteren/vernieuwen en stimuleren we looproutes?

→ dinsdag 13 september 19.00-21.30 u De Wijkse Graanshuur (onder de molen in Wijk bij Duurstede)

3. Samenwerking

Hoe willen we gezamenlijk aan de slag?

→ dinsdag 20 september 19.00-21.30 u De Grote Kerk aan de Markt in Wijk bij Duurstede

Houd e-mail in de gaten, uitnodigingen volgen!

Quick wins

Actie op korte termijn

In de eerstvolgende nieuwsbrief plaatsen we een oproep voor:

- Het foldertje met alle winkeliers en horeca in beeld.
- Kortingsbonnen voor in het tasje voor nieuwe bewoners.