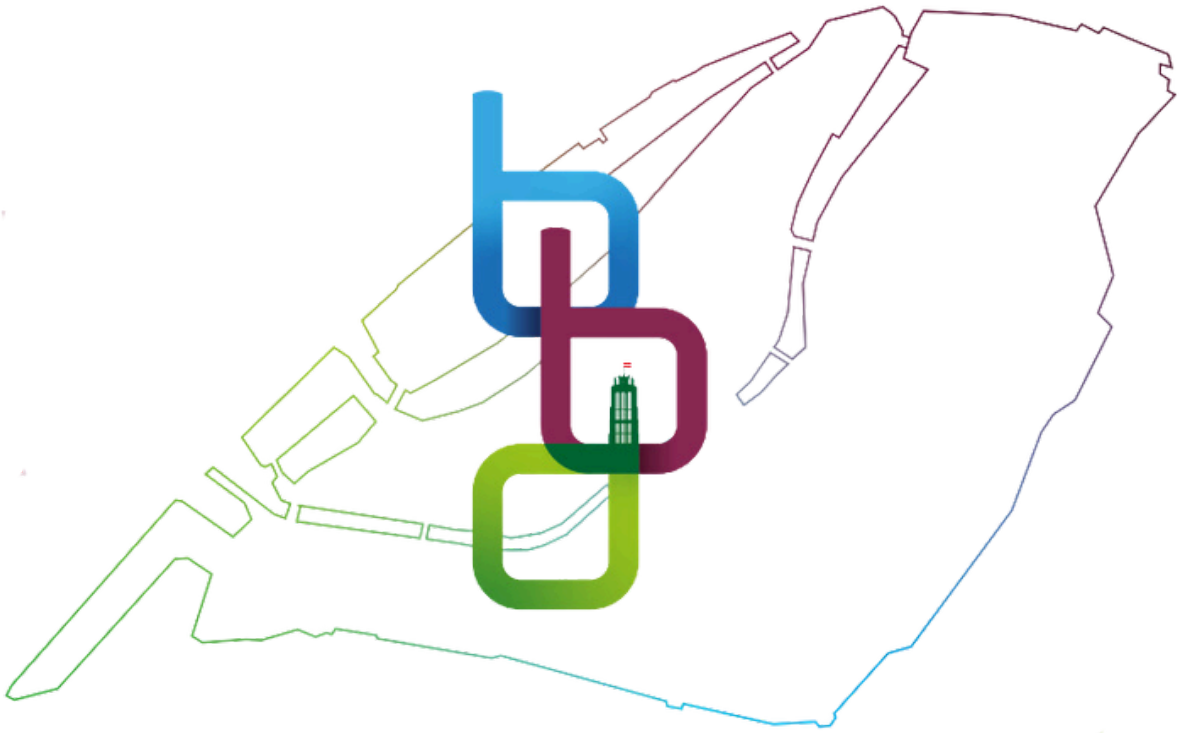
Jaarplan Binnenstadsbedrijf Dordrecht 2026

Samen werken aan een sterke binnenstad.



Voorwoord

We kijken terug op een mooi 2025, vol waardevolle projecten en mooie resultaten. Tegelijkertijd biedt 2026 nieuwe kansen om de binnenstad verder te versterken en een positieve beleving voor iedereen te creëren. Met dit jaarplan willen wij richting geven, samenwerking stimuleren en verantwoording afleggen over onze activiteiten en doelen.

Voor 2026 is het jaarplan vernieuwd: in plaats van per programmagroep werken we nu met vier hoofdthema's. Zo creëren we meer samenhang, overzicht en zichtbare impact.

Namens het bestuur van het Binnenstadsbedrijf Dordrecht en het team, veel leesplezier!

Remco Gravendijk & Merel Meuleman

Team Binnenstadsbedrijf Dordrecht

Het Binnenstadsbedrijf

Vanuit diverse partijen wordt er gewerkt aan de ontwikkeling en versterking van de binnenstad van Dordrecht. De stichting Binnenstadsbedrijf Dordrecht (BBD) structureert deze ontwikkelingen/investeringen en zorgt ervoor dat ze elkaar versterken.

Gezamenlijke ambitie

Samen met ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en andere partijen in de binnenstad werken we aan een centrum waar verbinding, vernieuwing en duurzaamheid centraal staan.

Meerjarenplan

Dit jaarplan is onderdeel van het visiedocument ‘Slijpen aan een Diamant’, waarin de unieke waarde van de Dordtse binnenstad centraal staat. Net zoals een diamant zorgvuldig wordt bewerkt om zijn pracht en kracht te onthullen, werken wij stap voor stap aan het versterken en verfraaien van onze binnenstad. Het programma richt zich op drie strategische hoofddoelstellingen die ons de komende jaren richting geven. Voor verdieping op de gezamenlijke thema's en de hoofddoelstelling kunt u het document Slijpen aan een Diamant raadplegen (bron: Slijpen aan een diamant: Meerjarenplan 2021 - 2026, 2021)

Gastvrij & Beleving

Het creëren van een gastvrij verblijfsklimaat in de binnenstad van Dordrecht voor binnenstadsbewoners, bezoekers uit de eigen stad, de regio en de (inter)nationale toerist/ recreant.

Smart City

Slimme, technologische mogelijkheden worden ingezet om de aantrekkelijkheid van de binnenstad voor de consument, bewoner, vastgoedeigenaar en ondernemer te vergroten.

Toekomstige Invulling

Binnenstad van Dordrecht ontwikkelt zich tot een interessant en compact centrum met een sterke afname van de leegstand.

De samenwerking

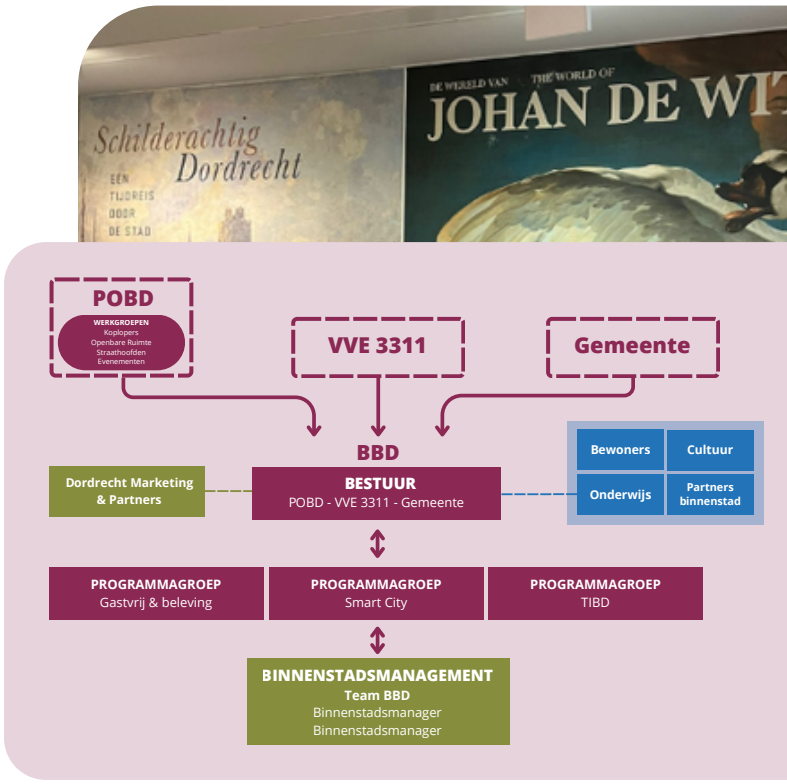
In het BBD werken de drie partijen (POBD, VVE3311 en gemeente Dordrecht) op gelijkwaardige basis samen. De realisatie is in handen van het 2-koppige Binnenstadsteam.

Promotie Ondernemers Binnenstad Dordrecht (POBD)
De POBD is een vereniging die als doel heeft het bevorderen en vergroten van het financieel en economisch draagvlak voor gezamenlijke activiteiten van ondernemers in het aangesloten winkelgebied alsmede het behartigen van de belangen van ondernemers in dit winkelgebied.

Vereniging van Vastgoedeigenaren 3311 (VVE3311)
De VVE3311 vertegenwoordigt vastgoedeigenaren en speelt een cruciale rol in het versterken van het vastgoedklimaat. Samen met het Binnenstadsbedrijf Dordrecht zet de VVE3311 zich in voor duurzame investeringen, het aanpakken van leegstand en het verbeteren van de aantrekkelijkheid van panden.

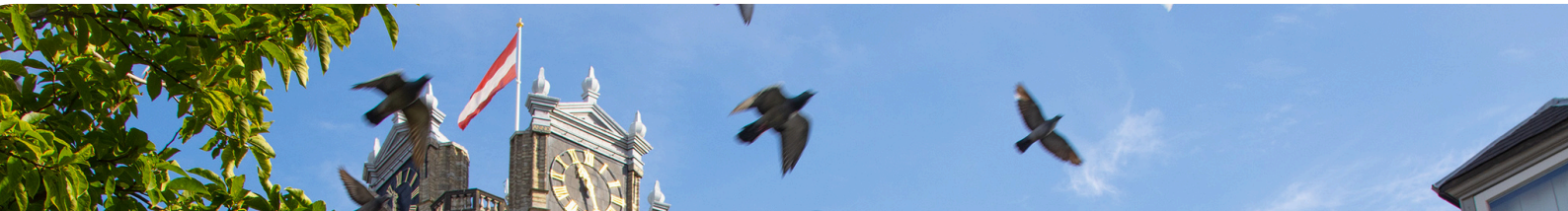
Gemeente Dordrecht
De Gemeente Dordrecht behartigt het algemene belang, zodanig dat het voor veel doelgroepen interessant is en blijft om in de binnenstad te wonen, te verblijven en te bezoeken. Dat doet de gemeente met speciale aandacht voor de belevingswaarde en de openbare ruimte.

Dordrecht Marketing & Partners (DM&P)
Marketing & Partners is strategisch adviseur van het bestuur en verantwoordelijk voor marketing en promotie van de stad.



Partners in de binnenstad
We hebben vaste overleggen met bewoners en culturele instellingen, die met hun betrokkenheid en initiatieven bijdragen aan een levendige en leefbare binnenstad. Hun input is van grote waarde, en we blijven investeren in deze samenwerking om de binnenstad verder te versterken.

MARKETING
BBD en DM&P stellen beiden eenzelfde bedrag beschikbaar voor een gezamenlijk budget voor marketing van de binnenstad. Er worden afspraken gemaakt over inzet en besteding daarvan. DM&P voert daarnaast op basis van haar taak en rol nog diverse campagnes en activiteiten uit die direct of indirect bijdragen aan de binnenstad. Diverse programma's zitten gekoppeld aan Marketing acties.



De vier hoofdthema's voor 2026

Samenwerking en servicegericht

Een levendige en onderscheidende stad

Promoten binnenstad

Een toegankelijke, veilige en schone stad

Waarom vier hoofdthema's?
In 2026 koppelen we alle activiteiten aan vier hoofdthema's. Zo creëren we overzicht, samenhang en zichtbare impact, met concrete doelen en meetpunten per thema.

Levendige en aantrekkelijke stad

Een levendige en onderscheidende binnenstad is de kern van een stad die bezoekers, bewoners en ondernemers blijft aantrekken. Levendigheid ontstaat door een combinatie van diverse functies, activiteiten en ontmoetingsplekken: winkels, horeca, cultuur, evenementen en openbare ruimte moeten elkaar versterken en een samenhangend geheel vormen. Een onderscheidende binnenstad biedt daarnaast unieke ervaringen die niet elders te vinden zijn, waardoor de stad zich profileert en concurrentievoordeel behoudt ten opzichte van andere steden of winkelgebieden.

Kweekvijver

Met het project Kweekvijver Binnenstad stimuleren we vernieuwing, creativiteit en ondernemerschap in de kern. Door leegstaande panden tijdelijk beschikbaar te stellen voor pop-ups, startende ondernemers en creatieve initiatieven, creëren we ruimte voor experiment en nieuwe energie in de binnenstad. Dit project biedt kansen aan talenten en draagt bij aan een dynamische en aantrekkelijke beleving.

In Q4 2026 is het project Kweekvijver Binnenstad operationeel, met ten minste 1 tijdelijke invulling (zoals pop-up of creatieve concept) gerealiseerd in een leegstaand pand.

Kweekvijver Binnenstad is het creëren van een plek waar nieuw ondernemerschap kan ontstaan in leegstaande panden, waarbij initiatiefnemers worden begeleid in het proces van tijdelijke invulling en groei.

Ambassadeurschap

De afgelopen jaren zijn er diverse activiteiten georganiseerd om ondernemers en eigenaren actief te betrekken bij de binnenstad. Deze initiatieven hebben bijgedragen aan meer verbinding en betrokkenheid. Het doel is dat ondernemers en eigenaren zich niet alleen onderdeel voelen van de binnenstad, maar ook trots uitdragen en actief bijdragen aan haar uitstraling en ontwikkeling. In 2026 bouwen we hierop voort, maar voegen we ook een nieuw initiatief toe dat het ambassadeurschap verder versterkt.

In 2026 wordt het ambassadeurschap bij ondernemers versterkt door minimaal 1 nieuw initiatief dat hen betrekt bij de binnenstad.

Een nieuwe activiteit wordt opgezet die ondernemers actief betrekt bij de binnenstad en hen stimuleert om zich als ambassadeur in te zetten.

Sfeergebieden

Afgelopen jaar zijn door de programmagroep Gastvrij & Beleving vier verschillende sfeergebieden gedefinieerd en vastgesteld, elk met een eigen karakter en identiteit. Deze vormen het uitgangspunt om gerichter te werken aan de verdere ontwikkeling van de binnenstad. Door deze gebieden beter te profileren en hun aantrekkelijkheid, beleving en functiemix te versterken, willen we de binnenstad als geheel sterker en herkenbaarder maken. Het doel is om bezoekers beter te spreiden, de verblijfstijd te verlengen en de binnenstad aantrekkelijker te maken voor bewoners, ondernemers en toeristen.

Daarmee versterken we het imago van Dordrecht, stimuleren we de lokale economie en vergroten we de levendigheid van de stad.

In 2026 zijn de sfeergebieden, zoals vastgesteld in 2025, doorontwikkeld met een eigen herkenbare beleving en identiteit, zichtbaar voor bezoekers.

De sfeergebieden in de binnenstad krijgen een verder ontwikkelde, eigen identiteit en beleving, zodat bezoekers duidelijk kunnen zien en voelen wat elk gebied bijzonder maakt.

Versterken acquisitie

Op dit moment is de acquisitie versnipperd: er is geen eenduidig aanspreekpunt en ondernemers weten niet altijd waar ze terechtkunnen met ideeën of plannen voor vestiging in de binnenstad. Hierdoor gaan kansen verloren, duurt het traject van interesse tot realisatie langer en ontbreekt er soms een gezamenlijk beeld van de gewenste branchering en positionering. In 2026 pakken we dit structureel aan met de ontwikkeling van een centrale acquisitielandingsplek, zowel online als fysiek. Deze plek fungeert als hét startpunt voor ondernemers, vastgoedeigenaren en conceptaanbieders die zich in Dordrecht willen vestigen. Daarnaast wordt het acquisitieteam versterkt en werken we met een heldere communicatiestrategie om de binnenstad en het acquisitieteam actief te promoten als aantrekkelijke vestigingslocatie.

In Q2 2026 is een centrale acquisitielandingsplek (online én fysiek) actief voor ondernemers en conceptaanbieders, met een duidelijke communicatiestrategie en versterkt acquisitieteam.

De acquisitielandingsplek is een punt waar zowel landelijke als lokale partijen terechtkunnen met vragen of aanbod over de invulling.

Welkomstpakket

Startende ondernemers in Dordrecht vinden vaak lastig hun weg binnen het lokale netwerk en de beschikbare ondersteuning. Daarom lanceren we uiterlijk eind Q2 2026 een welkomstpakket voor nieuwe ondernemers. Dit pakket biedt praktische informatie over ondernemen in Dordrecht, belangrijke contactpersonen en een introductie tot het netwerk van het Binnenstadsbedrijf en haar partners.

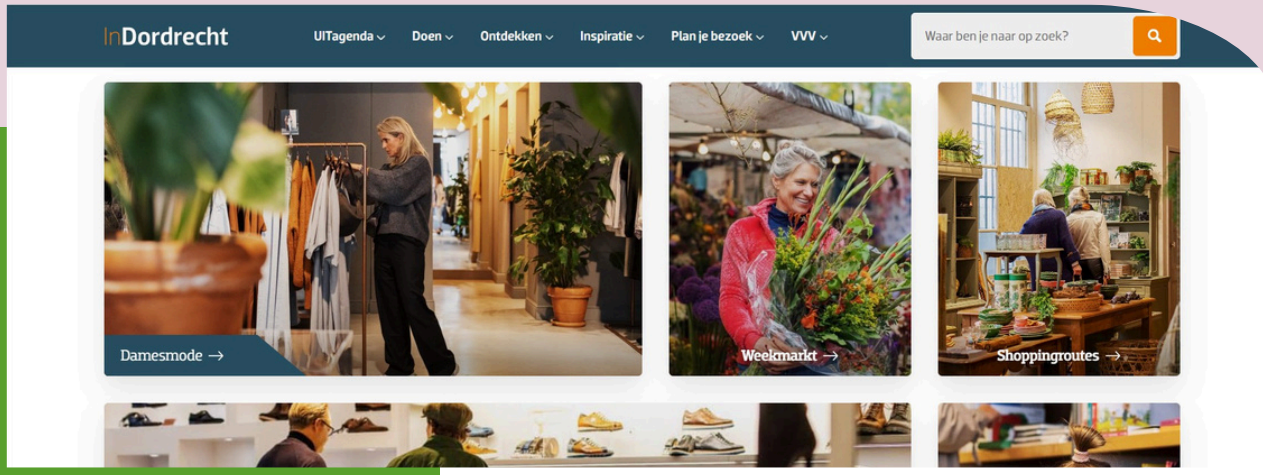
Ook bevat het inspirerende verhalen en tips van bestaande ondernemers om nieuwe ondernemers direct te verbinden met de ondernemers community.

Eind Q2 2026 is een fysiek welkomstpakket voor nieuwe ondernemers gelanceerd.

Het welkomstpakket ontvangen nieuwe ondernemers bij hun start en bevat informatie en hulpmiddelen om hen wegwijs te maken en te ondersteunen in de binnenstad.

Promoten binnenstad

De promotie van de Dordtse binnenstad vraagt om samenwerking, afstemming en een duidelijke rolverdeling. Dordrecht Marketing & Partners vervult als citymarketingorganisatie de regierol in de brede positionering van Dordrecht als stad gericht op bezoekers, bewoners en talent. We werken nauw samen met Dordrecht Marketing & Partners om de gezamenlijke boodschap te versterken, maar bewaken daarbij onze eigen focus: het ondersteunen en promoten van de ondernemers in de binnenstad.



Samenwerking Dordrecht Marketing & Partners

In het kader van het bestaande contract met Dordrecht Marketing & Partners onderzoeken we in 2026 de mogelijkheden voor gezamenlijke marketingcampagnes die specifiek gericht zijn op de promotie van de binnenstad op landelijk niveau. Om invulling te geven aan de behoefte van ondernemers, nemen we in onze jaaropdracht expliciet op dat deze campagnes moeten bijdragen aan de zichtbaarheid van het unieke aanbod van de binnenstad en dat ondernemers hier direct voordeel van ervaren.

In 2026 zetten we de samenwerking met Dordrecht Marketing voort, met minimaal 2 gezamenlijke activiteiten om de binnenstad landelijk te promoten.

Gezamenlijke promotiecampagnes zijn minimaal twee campagnes om de binnenstad breed onder de aandacht te brengen en landelijk te promoten.

Merk Dordrecht

Dordrecht Marketing heeft een nieuw merk voor de stad gelanceerd. Vanuit het Binnenstadsbedrijf willen we dit merk in 2026 toepassen op communicatie-uitingen en campagnes die te maken hebben met de binnenstad. Dit zorgt voor een consistente en herkenbare uitstraling, versterkt de merkidentiteit van Dordrecht en maakt de binnenstad aantrekkelijker en duidelijker herkenbaar voor bezoekers.

In 2026 past het Binnenstadsbedrijf het nieuwe merk van Dordrecht toe op alle binnenstadactiviteiten, zodat de communicatie consistent en herkenbaar is voor alle betrokken partijen.

Toepassing van het nieuwe merk van Dordrecht betekent dat het Binnenstadsbedrijf dit merk gebruikt in alle binnenstadactiviteiten, zodat de communicatie eenduidig, herkenbaar en consistent is voor iedereen.

Onderscheidend vermogen

Naast samenwerking met Dordrecht Marketing willen we vanuit het Binnenstadsbedrijf eigen initiatieven ontwikkelen die de unieke identiteit van de binnenstad benadrukken. Denk aan lokale promoties, campagnes of evenementen die ondernemers zichtbaar maken en bezoekers verrassen. Dit versterkt het onderscheidend vermogen van de binnenstad en vergroot de betrokkenheid van ondernemers bij hun eigen community.

In 2026 minimaal 2 eigen initiatieven die de unieke identiteit van de binnenstad benadrukken en ondernemers zichtbaar maken.

Eigen initiatieven die de unieke identiteit van de binnenstad laten zien en lokale ondernemers extra onder de aandacht brengen.

Een toegankelijke, veilige en schone binnenstad

We zetten in 2026 zowel in op zichtbare verbeteringen in de openbare ruimte als op structurele samenwerking met partners en ondernemers. Belangrijke samenwerkingsverbanden zoals het KVO (Keurmerk Veilig Ondernemen) en het PVO (Platform Veilig Ondernemen) zorgen voor een gezamenlijke aanpak van veiligheid en leefbaarheid in de binnenstad. Deze platforms maken het mogelijk om kennis, ervaringen en maatregelen te delen, knelpunten gezamenlijk op te lossen en preventieve acties effectief in te zetten.

Het doel is een binnenstad waarin bezoekers zich welkom en veilig voelen, ondernemers optimaal kunnen ondernemen, en Dordrecht zich profileert als een toegankelijke, veilige en gastvrije stad. Door voort te bouwen op bestaande samenwerkingen versterken we niet alleen de veiligheid en netheid, maar zorgen we ook voor een duurzaam en gestructureerd beheer van de binnenstad.

Schoon

De binnenstad heeft uitdagingen op het gebied van netheid. Vooral zwerf- en sigarettenafval zijn regelmatig zichtbaar op straat en in de openbare ruimte, wat de uitstraling van de stad beïnvloedt. Daarnaast is er vanuit ondernemers, met name in de horeca, behoefte aan duidelijke richtlijnen en ondersteuning rondom bedrijfsafval, zodat afvalstromen beter beheerd worden en overlast wordt beperkt. Binnen het KVO en Dordt Schoon wordt actief gekeken naar hoe we dit vraagstuk samen met ondernemers en partners kunnen aanpakken.

In 2026 worden minimaal 3 schoonmaakacties georganiseerd, gekoppeld aan Dordt Schoon.

Netheid in de binnenstad richt zich op het verminderen van zwerf- en sigarettenafval en het verbeteren van bedrijfsafvalbeheer, waarbij ondernemers duidelijke richtlijnen en ondersteuning krijgen en samen met partners wordt gekeken naar effectieve oplossingen.

Bewegwijzering

Om bezoekers gastvrij te verwelkomen zullen de aankomstlocaties als diverse routes naar en door de binnenstad aantrekkelijk moeten zijn. Dit door een goede en uitnodigende uitstraling wegbewijzering. Dit doel stond ook in het jaarplan van vorig jaar. Vanwege beperkte capaciteit is toen een begin gemaakt met de voorbereidingen, maar is nog niet tot daadwerkelijke implementatie van de bewegwijzering overgegaan. In 2026 willen we dit project echt realiseren en minimaal drie belangrijke aankomstlocaties voorzien van vernieuwde bewegwijzering.

In 2026 worden minimaal drie belangrijke aankomstlocaties in de binnenstad voorzien van vernieuwde en aantrekkelijke bewegwijzering.

Gastvrije aankomst locaties (station, waterbus, weeskinderendijk) en heldere wayfinding richting kernwinkelgebied.

Verlichte etalages

Veiligheid is essentieel om levendigheid te behouden en de stad aantrekkelijk te houden. Uit onderzoek en signalen vanuit de stad blijkt dat het gevoel van veiligheid een belangrijke rol speelt in hoe prettig mensen de binnenstad ervaren. Daarom is het de ambitie om in 2026 zichtbare veiligheidsmaatregelen te realiseren, in nauwe samenwerking met ondernemers en bewoners. Het doel is vooral het versterken van het veiligheidsgevoel bij bezoekers, zodat de binnenstad uitnodigend blijft, bezoekers langer verblijven, het imago van Dordrecht versterkt wordt en de stad een vitale en leefbare plek blijft voor iedereen.

In 2026 worden zichtbare veiligheidsmaatregelen in de binnenstad gerealiseerd, zoals etalageverlichting, in samenwerking met ondernemers en bewoners, met als doel een veiliger gevoel bij bezoekers.

Versterking van de veiligheid in de binnenstad draait om het realiseren van zichtbare veiligheidsmaatregelen, zoals etalageverlichting, zodat bezoekers zich prettiger en veiliger voelen.

Verbeterde samenwerking en servicegerichtheid

In 2026 leggen we de focus op het verbeteren van gastvrijheid in de binnenstad, het versterken van de samenwerking rondom grotere evenementen en het formaliseren van samenwerking in belangrijke deelgebieden. Daarmee bouwen we verder aan een binnenstad die niet alleen schoon en aantrekkelijk is, maar ook warm, goed georganiseerd en toekomstgericht.

Hospitality-concept

In binnensteden spelen diverse vraagstukken rond openbare ruimte, zoals fiets parkeren, sanitair, afval en servicevoorzieningen voor bewoners, bezoekers en ondernemers. Veel van deze opgaven kunnen inpandig worden opgelost, maar structurele, integrale concepten hiervoor ontbreken nog.

Met het ontwikkelen van een hospitality-concept willen we onderzoeken hoe zulke functies gecombineerd kunnen worden in één duurzaam en rendabel vastgoedmodel. Het doel is om oplossingen te bieden voor overlast in de openbare ruimte, langdurige leegstand te verminderen en tegelijkertijd nieuwe servicefuncties toe te voegen die bijdragen aan een aantrekkelijke, goed functionerende binnenstad.

In Q4 2026 wordt een concrete hospitality-pilotlocatie gerealiseerd om een nieuw hospitality-concept in de binnenstad te testen.

Het hospitality-concept in de binnenstad richt zich op het combineren van functies zoals fietsparkeren, sanitair, afval en servicevoorzieningen in één model, getest op een concrete pilotlocatie om overlast te verminderen, leegstand in te vullen en nieuwe voorzieningen toe te voegen die de binnenstad gastvrijer maken.

Gebiedsprofielen

De afgelopen jaren hebben we vol ingezet op de aanpak van gebiedsprofielen in gebied 11A, waarbij we samen met ondernemers, eigenaren en de gemeente een structurele en gebiedsgerichte werkwijze hebben opgebouwd.

Vanuit de programmagroep TIBD zijn nu gebieden 11B en 11C als voorkeursgebieden benoemd voor verdere gebiedsgerichte ontwikkeling. In 2026 zetten we daarom de volgende stap door de samenwerking in deze gebieden te formaliseren, met duidelijke afspraken over overleg, rollen en gezamenlijke acties.

Intern onderzoeken we welk van de twee gebieden als eerste wordt opgepakt en welke aanpak daar het meest passend is.

In 2026 is de samenwerking in gebieden 11B en 11C geformaliseerd met concrete actieagenda per gebied.

Gebiedsgerichte ontwikkeling in de focusgebieden 11B en 11C van de GebiedID's.

Evenementen

Evenementen spelen een belangrijke rol in het aantrekken van bezoekers naar de binnenstad. Tegelijkertijd zien we dat bij sommige evenementen meer economische impact gewenst is, vooral wanneer het gaat om activiteiten waar het BBD zelf een financiële of organisatorische bijdrage aan levert.

Daarom stemmen we in 2026 vooraf de samenwerking met ondernemers af en evalueren we deze achteraf. Hiermee zorgen we voor een betere aansluiting van evenementen op de behoeften van ondernemers, een sterker gezamenlijk programma en meer rendement voor de binnenstad.

In 2026 wordt bij minimaal 5 evenementen (zoals Dordt Pakt Uit, Dordt In Stoom, Dordtse December Dagen) de samenwerking met ondernemers vooraf afgestemd en geëvalueerd.

Evenementensamenwerking zorgt ervoor dat de samenwerking met ondernemers vooraf wordt afgestemd en achteraf geëvalueerd, zodat de evenementen beter aansluiten bij hun behoeften en meer economische impact en rendement opleveren.