

Programma - De gastvrije binnenstad

Platform Binnenstad Arnhem

Mei 2018



BINNENSTAD
ARNHEM

made in [Arnhem]

Inhoud

Inleiding:	3
Doel:	3
Stip op de horizon:	3
Aanleiding:	4
Waar komen we vandaan?	4
Onderzoeken - afgelopen 2 jaar:	5
<i>Mystery-review - januari, 2016:</i>	5
Bezoekfrequentie en redenen van bezoek:	5
Tevredenheid over indirecte en directe gastvrijheid:	6
Binnenstadsmonitor, 2016	7
Ontwikkeling bezoekersgedrag:	7
Grootste verbeterpunten:	7
Arnhemse Binnenstadsindex 2016.....	7
<i>Verkiezing Beste Binnenstad 2017-2019 / Juryrapport – september 2017</i>	7
Conclusie:	7
Model Gastvrijheid:	8
Infrastructuur	9
Infostructuur	9
Interpersoonlijk	9
Intrapersoonlijk	9
Driejarenplan.....	10
Keuze activiteiten.....	10
Samenwerking.....	11
Relatie met andere projecten.....	11
Jaar 1 - De basis op orde	12
Doelstellingen projecten + activiteiten.....	13
Planning activiteiten 2018.....	15
Verdeling kosten	15

Inleiding

Gastvrije binnensteden trekken meer bezoekers aan, zorgen dat mensen er vaker naartoe gaan, en dat ze er langer blijven. Hiermee realiseren we een aangename sfeer en meer bestedingen. Door de positieve indruk die mensen krijgen van de binnenstad, worden toeristen én bewoners op hun beurt ambassadeurs van de stad en zullen zij anderen stimuleren om deze te bezoeken of zelfs om er te gaan wonen. De extra bestedingen die hierdoor worden gedaan, hebben een directe positieve impact op de binnenstad. Detailhandel, horeca, het hotelwezen, cultuur en vrijetijdsvoorzieningen versterken elkaar hierin.

Zowel ondernemers als vastgoedeigenaren profiteren van een gezellige, florerende binnenstad. Daarnaast zijn bewoners een bepalende factor voor hoe een gebied door bezoekers wordt ervaren, maar ook de bewoners zelf moeten zich thuis en welkom voelen in het gebied waar zij wonen. Gastvrijheid is een ervaring die vooral wordt bepaald door gastheerschap (Hokkeling & De la Mar, 2012). Voor de komende periode willen we daarom naast het investeren in een fysieke gastvrije omgeving en informatievoorziening ook investeren in mensen. Met ondernemers, medewerkers, onderwijs en bewoners aan de slag om ons verder te ontwikkelen op het gebied van gastheerschap. Ook liggen hier kansen om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt te betrekken bij deze opgave. Samen maken we de binnenstad gastvrij, en daarmee aantrekkelijker en toekomstbestendig.

Het programma Gastvrijheid bestaat uit een driejarenplan. Voor elk jaar wordt een thema benoemd om hieraan de activiteiten te koppelen:

Jaar 1 / Thema: De basis op orde.

Jaar 2 / Thema: We verrassen de bezoekers.

Jaar 3 / Thema: Gastvrijheid zit in ons DNA.

Doel

Het verhogen van de gastvrijheid in de binnenstad van Arnhem. Het gaat hier om de gastvrijheid op straat én binnen de bedrijven.

Voor dit project willen we ons met name richten op zaken waar we al goed in zijn én waar we ons als Binnenstad Arnhem mee kunnen onderscheiden. Om echt het verschil te maken is de emotionele klantbeleving van doorslaggevend belang om zo een 9+ ervaring te creëren.

Stip op de horizon

'De verwachtingen overtreffen van de bezoeker!' Hierbij gaat het over de ontvangst van gasten door bedrijven, bewoners en gastheren/vrouwen, de kwaliteit van de openbare ruimte en het aanbod van winkels en horeca. Hiervoor is een basishouding nodig van alle betrokkenen (bewoners, ondernemers, medewerkers) om dat ook echt te willen doen vanuit een gevoel van verantwoordelijkheid en betrokkenheid bij onze bezoekers.

Delighted Customers

- Blijven loyaal aan de (binnen)stad, ze blijven zelfs loyaal wanneer het moeilijk wordt.
- Vertellen aan gemiddeld 17 tot 20 anderen welke geweldige ervaring ze hebben opgedaan.

- Belonen je direct met positieve feedback en geven je dus waardevolle informatie.
- Willen zich graag identificeren met de stad.
- Geven je (emotioneel) krediet wanneer er moeilijkheden zijn.

Aanleiding

Het belang van een florerende binnenstad reikt veel verder dan alleen het bedrijfsresultaat van de bedrijven, ondernemers en culturele instellingen. Een goed bezochte en gewaardeerde binnenstad werkt als een magneet voor de stad als geheel. Die binnenstad zorgt voor duizenden banen ¹ en biedt ruimte voor sociale contacten. Een vitaal winkelcentrum is een voorwaarde voor een vitale wijk en een vitale economie.

Arnhem heeft van oudsher een belangrijke centrale functie voor de regio. Maar deze rol is ontegenzeggelijk kleiner geworden. Aan de bezoeker 'van buiten' zal harder dan voorheen getrokken moeten worden. Want er is meer concurrentie, minder tijd, meer keuze, meer mogelijkheden, minder vaste patronen, meer behoefte aan 'iets bijzonders', Om die vitaliteit van de binnenstad niet te laten eroderen en juist te versterken, zal dus stevig ingezet moeten worden op bezoekers uit de 'schil' rondom Arnhem, met behoud van de kwaliteiten voor de bezoeker van dichtbij.

Want wat maakt deze stad nou onderscheidend ten opzichte van vergelijkbare steden?

Waar komen we vandaan?

In 2015 is de volgende hoofddoelstelling in het ondernemersplan van PBA geformuleerd: Arnhem weer terug in de top 10 van meest aantrekkelijke binnensteden!! Ondertussen zijn we in 2017 de op een na beste binnenstad geworden. *Het programma Gastvrijheid zal een belangrijke bijdrage moeten leveren om een plek in de top 3 te kunnen handhaven en het streven om op de eerste plek te eindigen.*

Met het bereiken van de titel 'Beste binnenstad' worden onderstaande ambities waargemaakt:

- 1) Meer bezoekers
- 2) Retourbezoek en 'klant'loyaliteit
- 3) Langere verblijfstijd
- 4) Hogere bestedingen
- 5) Hogere waardering
- 6) Positieve berichtgeving

¹ Circa 17.000 directe banen.

Onderzoeken - afgelopen 2 jaar

Mystery-review - januari, 2016

Verbeterpunten - Algemeen

1. Welkomstborden entree stad zichtbaar maken of verwijderen
2. Bewegwijzering voetgangers vanaf het station verbeteren
3. Bereikbaarheid en parkeren van fietsen verbeteren (overlast fietsen)
4. Kauwgom en graffiti verwijderen (schoonhouden gaat verder dan je eigen drempel)
5. Meer groen toevoegen in het straatbeeld

Verbeterpunten - Ondernemer

1. Proactieve begroeting in de winkels
2. Oprechte open interesse in klant
3. Ambassadeur van de stad
4. Leegstand een andere uitstraling geven

Samen verantwoordelijkheid nemen en leuke dingen verzinnen!

Onderzoek Gastvrijheid van de binnenstad van Arnhem / HAN – Minor, december 2016

Bij dit onderzoek is uitgegaan van de veronderstelling dat gastvrijheid een essentieel onderdeel is van de performance van een binnenstad. Hierbij is gekozen voor een brede definitie van het begrip gastvrijheid; er is zowel gekeken naar klantcontact in winkels en horeca als naar factoren zoals aanbod van winkels en horeca, voorzieningen, parkeerbeleid, hygiëne, veiligheid en groen in de stad.

Het onderzoek is kwantitatief uitgevoerd onder 268 inwoners van Arnhem; hoe ervaren zij de gastvrijheid van hun eigen binnenstad?

Bezoekfrequentie en redenen van bezoek

Bijna de helft van de respondenten (48,8%) bezoekt de binnenstad van Arnhem minstens eenmaal per week. Voor 30,2% geldt dat zij minstens eenmaal per maand in de binnenstad te vinden zijn en ruim 20% komt slechts één of enkele keren per jaar in de binnenstad.

Degenen die dagelijks, wekelijks of maandelijks in de binnenstad komen, geven diverse redenen voor hun bezoek. De hoofdreden is 'Winkelen', gevolgd door horeca-activiteiten zoals uit eten en stappen.

Aan degenen die één of enkele keren per jaar de binnenstad bezoeken, is gevraagd waarom zij dat niet vaker doen. De belangrijkste argumenten daarbij waren dat zij Arnhem druk en ongezellig vinden, te slecht ter been zijn of gewoonweg geen interesse hebben om in de binnenstad te zijn. Opvallend was dat een voorkeur voor online shoppen en/of argumentatie rondom parkeren nauwelijks werd genoemd.

Tevredenheid over indirecte en directe gastvrijheid

Aan de respondenten werden elf aspecten voorgelegd die een relatie met gastvrijheid hebben. Over elk aspect konden zij aangeven hoe tevreden ze daarover waren. Het minst tevreden was men over de parkeervoorzieningen van de binnenstad. Navraag leerde dat dit te maken had met drukte en kosten. Ook was men relatief ontevreden over de groenvoorzieningen en het gevoel van veiligheid. Het meest tevreden zijn de respondenten over de diversiteit van horeca in de Arnhemse binnenstad.

Aan respondenten is ook gevraagd welke aspecten ze het meest belangrijk vinden bij een binnenstad. Men mocht er drie van de elf aankruisen. Het meest gekozen werden winkeldiversiteit (152x), horecadiversiteit (135x), vriendelijkheid van personeel (103x) en gevoel van veiligheid (95x). Het minst belangrijk is volgens de respondenten de persoonlijke aandacht (17x) en de manier waarop ze worden aangesproken (24x) en de groenvoorziening (35x). Nadat het belang van elk aspect was gemeten, werd gevraagd welk aspect in de Arnhemse binnenstad het meest aan de verwachtingen voldoet. Hier wordt veelvuldig gekozen voor de diversiteit van winkels (30,8%) en horeca (29,3%). Er is ook gevraagd welk aspect het minst aan de verwachtingen voldoet. Hier 'scoren' vooral de parkeervoorzieningen (27,1%) en de groenvoorzieningen (16,8%).

Van de aspecten die men het belangrijkste vindt bij een binnenstad (winkeldiversiteit, horecadiversiteit, vriendelijkheid en een gevoel van veiligheid) scoort het veiligheidsgevoel in Arnhem het laagst.

Tot slot werd men uitgenodigd om een advies te geven rondom de binnenstad. In totaal maakten 89 respondenten daar gebruik van. De meeste adviezen (17) hadden betrekking op het parkeerbeleid; creëer meer parkeerplekken en verlaag het tarief. Ook was er relatief veel vraag naar meer ('leukere') winkels, meer activiteiten (leven in de brouwerij), meer groen in de binnenstad, meer toezicht, meer plaatsen om even te zitten en in algemene zin het verzoek om de stad gezelliger te maken.



Binnenstadsmonitor, 2016

Ontwikkeling bezoekersgedrag

- Gemiddelde bezoekduur neemt toe.
- Bezoekfrequentie neemt af.
- Trend: combinatiebezoek neemt toe.
- Meest gestegen in beoordeling: Bereikbaarheid OV, Horeca, Fietsstallingsmogelijkheden, Cultuur, Veiligheid en Schoon/netjes.

Grootste verbeterpunten

- Leegstand
- Parkeren
- Meer variatie en kwaliteit in winkelaanbod
- Inrichting openbare ruimte

Arnhemse Binnenstadsindex 2016

	2013	2014	2015	2016
STADSKWALITEIT	99.9	101.1	101.7	102.2
VERDIENVERMOGEN	100.1	103.3	109.2	132.3
BEREIKBAARHEID	99	99.5	115.8	127.6
VESTIGINGSKLIMAAT	102.2	106.3	102.2	99.7
ARBEIDSMARKT	96.9	94.3	95.9	97.8
TOTAALSCORE (incl. WEGING)	100.1	101.3	107.2	115.7

Score 2016: 115.7

Verkiezing Beste Binnenstad 2017-2019 / Juryrapport – september 2017

Gastvrijheid

Arnhem scoort hoog op het gebied van gastvrijheid. De gemaakte keuzes zijn in lijn met de visie van de stad en dit zorgt voor een samenhangend, kloppend beeld. De gastvrijheid komt naar voren in het dashboard, de huiskamer, een goede guest journey en een mooie website. Gastvrijheid mag daarentegen wel specifiek benoemd worden in het bidbook.

De indicatoren waarop bovenstaande beoordeling is gebaseerd zijn opgevraagd bij de jury en worden toegevoegd zodra deze bekend zijn.

Conclusie

De meeste onderzoeken zijn in 2016 uitgevoerd. Ondertussen hebben ontwikkelingen plaatsgevonden (zoals een verbeterde economische situatie) en zijn diverse zaken zijn aangepakt zoals activiteiten op het gebied van schoon, heel, veilig.

Gastvrijheid is een breed begrip. Uit de uitkomsten blijkt ook dat een groot aantal aspecten worden genoemd in het kader van gastvrijheid.

Model Gastvrijheid

Om het begrip Gastvrijheid te definiëren is een model gehanteerd dat de HAN studenten in een eerder onderzoek over Gastvrijheid hebben gebruikt.

In het model hebben Goudriaan en van der Milt (2014) verschillende factoren verwerkt, namelijk de basisfactoren, dit zijn de factoren waarover een stad standaard moet beschikken om überhaupt stadsgastvrijheid te kunnen creëren, de prestatiefactoren, zijn factoren waarna de bezoeker naar op zoek is. De laatste factoren zijn de WOW-factoren, dit zijn de factoren die in de smaak vallen bij de bezoekers, maar waaraan zij zelf nog niet hebben gedacht. De basisfactoren vallen onder de infrastructuur, de prestatie indicatoren vallen onder infostructuur en interpersoonlijk. WOW-factoren kunnen onder alle vier de kwadranten vallen. Voorbeelden van WOW-factoren zijn; persoonlijke aandacht op maat, extra service, VIP behandeling en verrassingselementen.

Deze factoren hebben ze onder verschillende kwadranten geschaard namelijk aan de ene kant de kwadranten infra- en infostructuur, waaronder de factoren vallen met betrekking tot de ruimte van de stad en de andere factoren die de stad zelf kan beïnvloeden. Aan de andere kant hebben ze de kwadranten inter- en intrapersoonlijk. Hier vallen factoren onder die betrekking hebben op contact tussen de bezoeker en verschillende aanbieders in de stad.

Model – Gastvrije beleving van de stad



Vier dimensies - model gastvrije beleving van de stad

Infrastructuur

Het kwadrant infrastructuur betreft de basisfunctionaliteiten die een stad moet bezitten voordat gastvrijheid kan worden ervaren. Het betreffen de aspecten die bezoekers simpelweg verwachten als ze in een stad zijn. Wanneer deze voorzieningen niet aanwezig of op orde zijn, zal er geen gevoel van gastvrijheid kunnen worden ervaren.

Infostructuur

De infostructuur omvat de wijze waarop een stad omgaat met het verstrekken van informatie aan de bezoeker en welke instrumenten worden ingezet om dit te realiseren. Verder omvat de infostructuur de wijze waarop de bezoeker zich in een stad kan oriënteren en of er middels (digitale) informatievoorziening naar wordt gestreefd de juiste informatie te verstrekken.

Interpersoonlijk

Het interpersoonlijke kwadrant omvat de interactie tussen de gast en gastheer in de stad, waarbij iedere ontmoeting gelijk staat aan een 'moment of truth'. De persoonlijke contactmomenten in een stad dragen bij aan de beleving van de bezoeker en maken het verschil in de gastvrijheidsbeleving. Om deze reden betreft de interactie een belangrijk element in de service uitwisseling.

Intrapersoonlijk

Het intrapersoonlijke kwadrant is van binnenuit gericht. Het zijn de processen vanuit de bezoeker die bepalen hoe hij denkt, op welke wijze hij zich gedraagt en wat hij voelt. Echter verschilt de perceptie en beleving van de stad per persoon, waardoor stadsgastvrijheid sterk afhankelijk is van de subjectieve interpretatie en ervaringen. Door te weten wat de bezoeker wil en in te spelen op de wensen en behoeften, kunnen gastheren momenten voorkomen die de bezoekers niet gezind zijn. Hierdoor zijn zij in staat een optimaal niveau van gastvrijheid aan te bieden en bezoekers WOW-momenten te laten beleven.

Driejarenplan

Om een daadwerkelijke verandering te realiseren is een programma van 3 jaar ontwikkeld. Voor elk jaar wordt een thema benoemd om hieraan de activiteiten te koppelen.

Jaar 1 / Thema: De basis op orde.

Jaar 2 / Thema: We verrassen de bezoekers.

Jaar 3 / Thema: Gastvrijheid zit in ons DNA.

Om te kunnen monitoren wat de ontwikkelingen zijn starten we met een nulmeting. Hierbij willen we optimaal benutten van de informatie die al beschikbaar is en zo mogelijk gebruik maken van de inzet van studenten. Gedurende de loop van dit programma wordt deze meting elk jaar opnieuw uitgevoerd om de effecten het programma Gastvrijheid te monitoren.

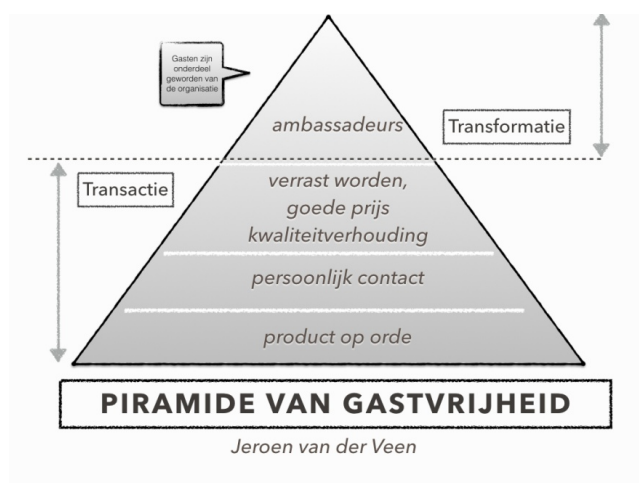
Het jaarprogramma voor het tweede en derde jaar wordt op basis van de metingen samengesteld. Hierbij is de verkiezing voor de Beste Binnenstad leidend. Het is dan ook van belang om de goed beoordeelde criteria te handhaven en de verbeterpunten te handhaven. Deze criteria zullen vanuit het programma Gastvrijheid gemonitord worden.

Keuze activiteiten

De juiste activiteiten, die de beste resultaten bewerkstelligen op het gebied van Gastvrijheid, zijn gekozen op basis van:

1. Eerdere onderzoeken.
2. Het juryrapport van de verkiezing beste binnenstad.
3. Het uitgangspunt dat eerst de basis (infrastructuur) op orde moet zijn, voordat verder gebouwd kan worden. Zie ook onderstaand model.
4. Activiteiten die bijdragen aan een 9+ ervaring*.
5. Overleg met de werkgroep Innovatie & Collectief, Gemeente Arnhem en het team Stadsregie.

(*zie onderstaand model: Bij de Piramide van gastvrijheid is tot het stippellijntje een 8. Boven het stippellijntje is 8-10. Dit willen we als doel stellen.)



Samenwerking

Dit programma vormt een samenwerking tussen Platform Binnenstad Arnhem, de stakeholders CCA, KHN, HORA, CNA, VECA, bewoners, RBT-KAN en de gemeente Arnhem. Afhankelijk van de activiteit zal bepaald worden wie verantwoordelijk is voor dit onderdeel en de projectleiding op zich neemt.

Relatie met andere projecten

In de uitvoeringsagenda zijn meerdere projecten opgenomen die een relatie hebben met het programma Gastvrijheid. Zo is parkeren & bereikbaarheid een belangrijk project en een basisvoorwaarde voor de gastvrijheid van de binnenstad. Maar ook de marketing die een belangrijke bijdrage levert aan de infrastructuur van Gastvrijheid.

In dit projectplan zijn alleen die zaken opgenomen die ook vanuit het programma Gastvrijheid worden aangestuurd. Echter, het mag duidelijk zijn dat de uitvoering van andere projecten uit de uitvoeringsagenda essentieel voor de resultaten van de beleving van een gastvrije binnenstad.

	Projecten in relatie tot het programma Gastvrijheid
1.	Groenproject
2.	Stadsdistributie / verminderen van vervoersbewegingen
3.	Aankleding Binnenstad / Hanging baskets
4.	Fietsparkeerplaatsen fijnmaziger verdeeld
5.	Bereikbaarheid en parkeren auto's
6.	Aantrekkelijke evenementen



Jaar 1 - De basis op orde

Overzicht projecten + activiteiten

Dimensies	Projecten en activiteiten	Betrokken partijen	Projectleider
Nulmeting	Op basis van het juryrapport van de verkiezing Beste Binnenstad (mogelijk aangevuld met onderzoek door de HAN)	Gemeente Arnhem (GA) / PBA	Karin Jellema
1. Infrastructuur			
a. Uitstillingsbeleid / straatbeeld	In samenwerking met 1 á 2 instellingen aanbod van kwalitatieve stoepborden. Ondernemers kunnen met korting (Gemeente Arnhem) een bord aanschaffen. Onderzoek wetgeving/beleid aanpassen.	CCA / PBA / GA	Karin Jellema
b. Hygiëne – toiletten	Toiletstickers – Ondernemers kunnen sticker opplakken als bezoekers van de binnenstad gratis gebruik mogen maken van de WC.	GA / PBA / CCA / CNA / KHN	Karin Jellema
c. Aanbod/diversiteit -winkels en horeca	Actieve acquisitie / ontvangst filiaalbedrijven – open pandendag	GA / VECA / PBA / CCA / KHN	GA / Jorrit Roorda
d. Openingstijden	Dezelfde openingstijden stimuleren door informeren, marketing etc.	CCA / PBA	Karin Jellema
2. Interpersoonlijk			
e. RBT-KAN – ARA trainingen	Trainingsportal op maat voor Binnenstad Arnhem met gratis online gastvrijheidstrainingen	RBT-KAN / GA / PBA	Karin Jellema
f. Trainen en inzet van Hosts	Medewerkers van de fietsenstallingen, stadsstewards en extra gastheren/dames (o.a. ontvangst cruiseschepen en bij evenementen) trainingsprogramma Gastheerschap en goed begeleiden van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.	GA / Scalabor / Stichting BO / PBA	GA - ?
g. Bijeenkomsten in kader van gastvrijheid	Binnenstadsbijeenkomsten gericht op gastheerschap	PBA	Karin Jellema
h. Filiaalbedrijven – brochure	Overzicht activiteiten en visie Binnenstad Arnhem om deelname filiaalmanagers te ondersteunen	PBA / CCA	Karin Jellema
i. Verkiezing meest gastvrije bedrijf en straat binnenstad	Verkiezing van een straat en bedrijf	KHN / CCA / CNA / PBA	Karin Jellema
3. Infostructuur	XXXX		
4. Intrapersoonlijk	XXXX		

Doelstellingen projecten + activiteiten

Dimensies	Projecten en activiteiten	Doelstelling
Nulmeting	Op basis van het juryrapport van de verkiezing Beste Binnenstad (mogelijk aangevuld met onderzoek door de HAN)	Meetbaar maken van het huidige niveau van Gastvrijheid in Binnenstad Arnhem om de effecten van het programma te volgen. Vooraf aan start programma (sept.2018) klaar.
1. Infrastructuur		
a. Uitstallingsbeleid / straatbeeld	In samenwerking met 1 á 2 instellingen aanbod van kwalitatieve stoepborden. Ondernemers kunnen met korting (Gemeente Arnhem) een bord aanschaffen. Onderzoek wetgeving/beleid aanpassen.	Het straatbeeld verbeteren door de huidige vlaggen en klapborden te verminderen en vervangen door minimaal 20 kwalitatieve stoepborden.
b. Hygiëne – toiletten	Toiletstickers – Ondernemers kunnen sticker opplakken als bezoekers van de binnenstad gratis gebruik mogen maken van de WC.	323.000 passanten (2016) waarvan 5% gebruik maakt van de openbare toiletten. 20 stickers – 10x detailhandel/ 10x horeca
c. Aanbod/diversiteit -winkels en horeca	Actieve acquisitie / ontvangst filiaalbedrijven – open pandendag	Het acquisitieplan aanscherpen i.s.m. betrokken partijen. Landelijke retailers uitnodigen (open pandendag) tijdens landelijk event (FDFA).
d. Openingstijden	Dezelfde openingstijden stimuleren door informeren, marketing etc.	Meer winkels op dezelfde tijden open en afgestemd op het huidige winkelgedrag. Heldere communicatie hierover naar de bezoekers.
2. Interpersoonlijk		
e. RBT-KAN – ARA trainingen	Trainingsportal op maat voor Binnenstad Arnhem met gratis online gastvrijheidstrainingen	Winkeliers en horeca in de Arnhemse binnenstad worden gestimuleerd e-trainingen te volgen om hun toeristische kennis van de regio Arnhem te vergroten. Hiermee kunnen bezoekers beter en deskundiger worden geïnformeerd. Het streven is binnen een jaar minimaal 300 cursisten uit horeca en detailhandel op het platform als deelnemer te hebben geregistreerd."
f. Trainen en inzet van Hosts	Medewerkers van de fietsenstallingen, stadsstewards en extra gastheren/dames (o.a. ontvangst cruiseschepen en bij evenementen) trainingsprogramma Gastheerschap en goed begeleiden van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.	Bij de fietsenstallingen, bij parkeergarages, op de kade bij het aanmeren van de cruiseschepen, tijdens alle weekenden en extra inzet bij (6) evenementen in de binnenstad ontvangen gastheren/dames bezoekers op een pro-actieve en gastvrije wijze.
g. Bijeenkomsten in kader van gastvrijheid	Binnenstadsbijeenkomsten gericht op gastheerschap	Naast de geplande binnenstadsbijeenkomsten die ook inspelen op het thema gastvrijheid worden een kick-

		off en 3 extra bijeenkomsten georganiseerd die specifiek inspelen op onderdelen (zoals openingstijden) van gastvrijheid.
h. Filiaalbedrijven – brochure	Overzicht activiteiten en visie Binnenstad Arnhem om deelname filiaalmanagers te ondersteunen	De gastvrijheid / ambassadeurschap voor Binnenstad Arnhem bij filiaalbedrijven vergroten. Dit uit zich gedurende het eerste jaar in deelname aan evenementen (15 bedrijven per evenement) en deelname aan ARA trainingen door minimaal 50 medewerkers.
i. Verkiezing meest gastvrije bedrijf en straat binnenstad	Verkiezing van een straat en bedrijf	Bewustwording en vertaling in gedrag van gastvrijheid bij medewerkers, ondernemers en bewoners. Dit wordt ook gebruikt voor marketing en promotie Binnenstad Arnhem. Minimaal 25 organisaties en 6 straten nemen deel aan de verkiezing.

Planning activiteiten 2018

Activiteit	Augustus	September	Oktober	November	December	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September
Nulmeting														
Trainingsportal														
Format verkiezingen														
Toiletstickers														
Kick-off														
Bijeenkomsten														
Start gastheren en vrouwen														
Openingstijden														
Brochure filiaalbedrijven														
Uitstallingsbeleid														
Kick-off jaar 2														
Prijs meest gastvrije bedrijf														
Prijs meest gastvrije straat														

Verdeling kosten

Uitgangspunt is dat we het project voor drie jaar kunnen ontwikkelen en uitvoeren. Hiervoor is het essentieel dat financiering hierop afgestemd is. Dit zou moeten komen vanuit de betrokken partijen.

Dit zou een voorstel kunnen zijn:

1. Gemeente Arnhem	€ 10.000,-
2. Platform Binnenstad Arnhem (in-kind)	€ 7.500,-
3. Sponsor – Groot Arnhems bedrijf	€ 3.000,-
4. Ondernemersfonds	€ 10.000,-
Totaal per jaar	€ 30.500,-