



Nieuwe Markt, Roosendaal

Samenwerking Roosendaal voorwaarde voor meerwaarde binnenstad

Participatie brengt binnenstad weer tot leven

Roosendaal lijkt exemplarisch voor de problemen in middelgrote steden. Maar er waait een frisse wind. Vastgoedeigenaren, gemeente, horeca, retail en bewoners hebben hun krachten gebundeld om de binnenstad te vitaliseren en toekomstbestendig te maken. Met een door de gemeenteraad aangenomen visie voor de binnenstad als blauwdruk en de aansturing vanuit het Bestuur Binnenstad wordt hard gewerkt aan het keren van het tij. ‘Het geloof in perspectief is er evenals het commitment van alle betrokken partijen. Deze pijlers zijn cruciaal voor succes.’

Rob Weiss, directeur van Ik Ondernem! en

onder meer initiatiefnemer en projectleider van het platform De Nieuwe Winkelstraat, assetmanager winkelbeleggingen Marcel de Vries van Syntrus Achmea Vastgoed en Samantha van Rooij, vanuit Stractact een van de directieleden van de binnenstadsorganisatie Roosendaal, zijn het roerend met elkaar eens: vernieuwing is pas mogelijk als alle partijen doordrongen zijn van het gezamenlijke belang en vanuit dat besef hun commitment in de praktijk willen en durven brengen.

MOTIVEREN EN ENTHOUSIASMEREN

‘Er is veel tijd en energie gestoken in het bewerkstelligen van daadwerkelijke betrokkenheid bij alle partijen’, stelt Van Rooij. Vanuit Stractact, dat zich richt op het faciliteren van marktpartijen en overheden bij het bepalen en implementeren van nieuwe (vastgoed)strategieën, is Van Rooij sinds begin 2015 als directielid van de binnenstadsorganisatie een van de drijvende krachten achter het vernieuwingsproces in Roosendaal.

‘Om die betrokkenheid te concretiseren en te vertalen in de praktijk is de binnenstadsorganisatie opgericht. In het bestuur van deze organisatie hebben zowel vastgoedeigenaren, horeca, retail, als gemeente en bewoners zitting. Vanuit dit orgaan worden projecten geïnitieerd en uitgevoerd.’

‘Het continu met elkaar in gesprek zijn, zorgen dat iedereen het gezamenlijke belang blijft zien, duidelijk en helder zijn over mogelijkheden

maar ook onmogelijkheden, elkaar motiveren en enthousiasmeren: cruciaal als je vernieuwingen daadwerkelijk in de praktijk wilt brengen. ‘

AANTREKKELIJK

Het participatieve traject is in Roosendaal in 2013 van start gegaan onder leiding van landschapsarchitect en stedenbouwkundige Riek Bakker, door de gemeente Roosendaal ingehuurd om de binnenstad weer aantrekkelijk te maken.

‘Het zware weer waar de binnenstad zich in bevond, de leegstand en het ontbreken van motieven om de binnenstad te bezoeken, werden door de gemeente in een vroeg stadium onderkend’, stelt Rob Weiss van Ik Onderneem!, een projectbureau dat winkelgebieden, strategisch, helpt professionaliseren en het onafhankelijke platform De Nieuwe Winkelstraat. Dit platform richt zich als kennis- en netwerkcentrum op de toekomstbestendigheid van Nederlandse winkelgebieden.

‘Tot 2007 was er sprake van een ontzettend grote expansiedrift’, vervolgt hij. ‘De crisis heeft daar een fikse streep door gehaald. Met name middelgrote steden als Roosendaal hebben daar de rekening voor betaald. Stabiele huurders bleven weg, de investeringsbereidheid nam fors af. Simpelweg omdat het risico voor beleggers te groot was.’

De Vries van Syntrus Achmea Vastgoed beaamt dit. Als eigenaar van onder meer het voormalige V&D-pand in Roosendaal benadrukt hij wat het doel van Syntrus Achmea als vastgoedeigenaar is. ‘Investeren in winkelvastgoed moeten voor ons goede, solide beleggingen zijn als basis voor ons pensioenfonds. Er moet sprake zijn van continuïteit. In met name de middelgrote steden is de loop en daarmee de continuïteit eruit. Huurders vallen om, leegstand is het gevolg en dat leidt ook weer tot verminderende consumentenstromen. Daarmee zitten veel binnen-

.....
*‘We ontwikkelen voor het
 gezamenlijk belang,
 maar kijken ook naar wat er
 nodig is per deelgebied’*



Van links af:
Samantha
van Rooij,
Marcel de Vries
en Rob Weiss

steden in een vicieuze cirkel. In Roosendaal proberen we die met vereende krachten te doorbreken. ‘

SLAG OF STOOT

Met een door de gemeenteraad onderschreven visie van Riek Bakker voor de komende dertig jaar, werd een eerste stap gezet in het doorbreken van die vicieuze cirkel. Niet zonder slag of stoot. Bakker wist door de oorspronkelijk scepsis en weerstand, bij met name ondernemers, heen te breken. Bakker was ervan overtuigd dat er aan de horizon een groen, gezellig en levendig centrum van Roosendaal leeft.

Van Rooij, die het stokje van Bakker heeft overgenomen: ‘Bakker wist met haar visie en de wijze waarop zij het presenteerde richting alle betrokkenen het geloof terug te krijgen dat er wel degelijk mogelijkheden voor de binnenstad zijn. De overtuiging dat de binnenstad van Roosendaal wel een toekomst, een gezonde toe-

komst heeft, wortelde bij alle partijen. Het maakte veel energie los. Bakker’s visie is de basis waarop wij voortborduren. Belangrijk was en is het kanaliseren van al die energie. Dat hebben we onder andere gedaan door het opzetten van een organisatiestructuur in de vorm van de binnenstadsorganisatie, die ervoor zorgt dat alle betrokken partijen ook echt betrokken zijn en blijven.’

HART VOOR DE BINNENSTAD

De projecten die moeten leiden tot een energieke en aantrekkelijke binnenstad worden onder de noemer Hart voor de binnenstad geïnitieerd. Van Rooij: ‘Voor elk jaar stellen we gezamenlijk een actieagenda op. Daarbij kijken we onder meer naar marketing en promotie, naar het beleid van de gemeente, naar projecten met betrekking tot ontwikkelingen voor ondernemers, naar pilots, naar samenwerking en organisatie en naar ontwikkelingen met betrekking tot vastgoed.’

‘We ontwikkelen dus voor het gezamenlijk belang, maar kijken ook naar wat er nodig is per deelgebied om uiteindelijk bij dat belang uit te kunnen komen. Niet alles wat we doen is meteen ook zichtbaar. Dat frustriert partijen soms, maar er gebeurt ontzettend veel achter de schermen. We zijn onder andere continu bezig met het DNA van de stad en proberen dat te concretiseren en vertalen naar uiteindelijk projecten.’

Met het DNA van de stad doelt Van Rooij op wat de binnenstad van Roosendaal uniek maakt. ‘Je moet kiezen voor een duidelijke positionering, kijken naar waar we goed in zijn en wat we kunnen bieden. Je kunt je alleen maar onderscheiden als je de kwaliteiten van een stad uitvergroot. Voor Roosendaal kom je op andere kwaliteiten uit dan voor bijvoorbeeld Bergen op Zoom. De kernwaarden

van Roosendaal vallen onder het thema *service & shop*, een van de vijf thema's van de Nieuwe Winkelstraat. 'Het aanbod is breed, de parkeervoorzieningen uitgebreid en de horecavoorzieningen uitstekend op orde. We willen consumenten dus op basis van gemak, service en aanbod trekken. Dat vertalen we dus naar concrete acties.'

CONCRETE RESULTATEN

Ondanks dat een groot deel van de activiteiten niet meteen zichtbaar is, zijn er inmiddels ook tastbare aanpassingen uitgevoerd. Zo is eind 2016 de Nieuwe Markt opgeleverd, is er gestart met de aanleg van de Centrumring, zijn de winkels nu elke zondag open en zijn er verschillende pop-up stores geopend in de Dokter Brabersstraat.

'Je kunt panden leeg laten staan als je ze niet op de gebruikelijke basis kunt verhuren, maar je kan ze ook op een andere manier invullen', stelt De Vries. 'Een straat met leegstand is niet aantrekkelijk. Consumenten blijven daar weg. Door leegstaande panden in te vullen met bedrijven die je normaal niet in het straatbeeld ziet, breng je weer leven en daarmee mensen in de straat.'

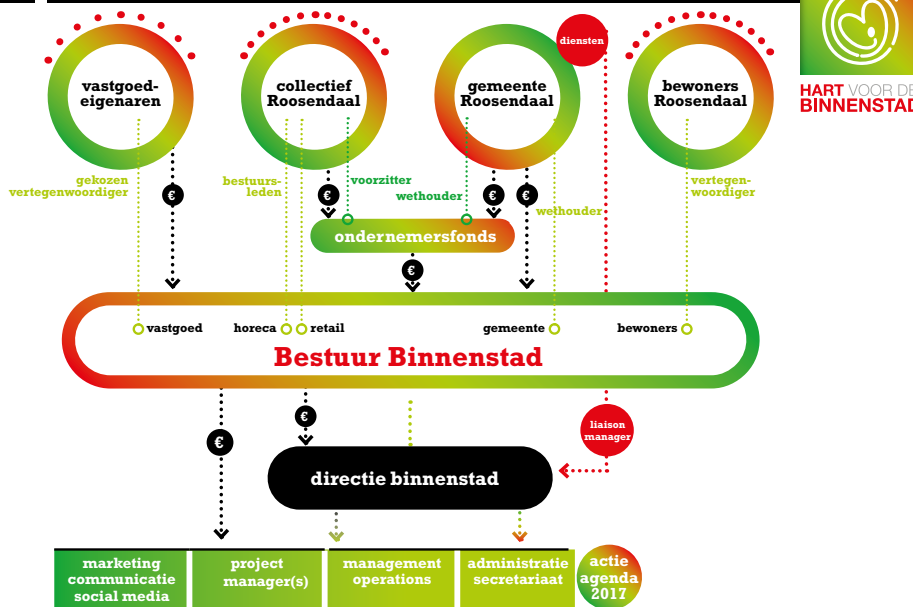
'Vandaar dat wij ervoor gekozen hebben om in een aantal panden veelal kleine startende of internetbedrijven tegen aangepaste voorwaarden de kans te geven hun activiteiten in een fysiek pand aan de man te brengen. Zo geef je hen de kans iets nieuws te proberen en breng je de loop terug in een straat.'

LOOP IN DE STRAAT

Dat niet alle ondernemers staan te springen als er in hun straat pop-up stores worden geopend, is volgens de Vries evident. 'Ondernemers zien dat in eerste instantie misschien als een bedreiging voor hun eigen zaak. Uiteindelijk zien ze dat er weer meer loop in de straat komt, waar ook zij baat bij hebben.'

Weiss vult aan dat aanpassingen van alle partijen inherent zijn aan het zich verbinden aan het gezamenlijke

Organisatie binnenstad Roosendaal 2017



belang. 'Dat is soms even slikken. Ik kan me heel goed voorstellen dat je als ondernemer aanvankelijk flink

'Met loyaltyparkeren gaan we bezoek belonen'

baalt als er tegenover je een ondernemer komt, die tegen voordeligere voorwaarden daar mag zitten dan jij. Dat is het eigenbelang, dat altijd eerst te kop opsteekt.'

'Ondernemers zijn sowieso erg geneigd om te kijken naar wat iets hen op korte termijn oplevert. Investeren en daar niet meteen iets voor terugzien, is lastig. Het kost best wat overtuigingskracht om partijen in te laten zien dat vernieuwingen niet altijd meteen iets opleveren, maar het soms tijd kost.'

LOYALTYPARKEREN

Flexibiliteit is dus een voorwaarde voor alle partijen om tot een gezamenlijk succes te komen. Dat het soms niet meteen tastbare resultaat door alle stakeholders uiteindelijk

wel wordt gezien, wordt geïllustreerd door een project op het gebied van loyaltyparkeren, dat in een vergevorderd stadium is en naar verwachting rond de kerst operationeel zal zijn.

Weiss: 'Kort uitgelegd houdt dit in dat de slagboom van de parkeergarage zonder het trekken van een kaartje opengaat als je binnenrijdt. Tijdens het verblijf en door je aankopen en bezoek aan alles wat de binnenstad biedt, spaar je parkeertegoed. Na het verblijf in Roosendaal stap je in je auto en gaat de slagboom ook weer zonder ticket open.'

'Uiteindelijk krijgt de consument maandelijks een digitale 'rekening' voor het parkeren. Daarin staat dan bijvoorbeeld dat iemand drie keer heeft geparkeerd en eigenlijk 15 euro zou moeten betalen, maar dat hij door de bestedingen die hij die maand in Roosendaal heeft gedaan 20 euro heeft gespaard en een positief saldo van 5 euro heeft opgebouwd. Daarmee nodigen we hem dan uit voor een volgend bezoek.'

DATA

Een technisch hoogstandje, waarbij heel wat data verzameld en gekoppeld moet worden. 'Inmiddels is de techniek rond en hebben we groen licht van alle betrokken partijen,

waaronder ondernemers, een loyaliteitsorganisatie, de gemeente en de eigenaar van de parkeergarage. Je voelt het enthousiasme inmiddels toenemen. Op het moment dat het over de financiering gaat, moet iedereen wel even slikken. Dat is altijd een punt. Ook voor de ondernemers, want ook van hen vergt het een investering.'

'We zijn heel helder als het gaat om het uiteindelijke resultaat in de kassa van de ondernemer. Dat wordt pas over een jaar of twee duidelijk. Daar zijn we heel eerlijk in. Dat het vertrouwen, het geloof en de overtuiging, en daarmee de bereidheid om te investeren er is, is een mooi voorbeeld van de gezamenlijkheid die je in Roosendaal proeft.'

Van Rooij legt de link naar het versterken van de kwaliteiten de stad. 'Als je het hebt over service en gemak, dan is parkeren daar een ontzettend belangrijk onderdeel van. Met het loyaltyparkeren onderstrepen we dat nog eens.'

'Een groep van 24 ondernemers, Roosendaal 24, is erg actief met een onlineplatform en social media', licht Van Rooij toe. 'Zij trekken op dit gebied de kar, want zij snappen dat daar voor Roosendaal een belangrijk stuk van de toekomst ligt.'

Weiss omschrijft de 24 als vooruitstrevend, nodig om iets op te starten en om anderen in beweging te krijgen en houden. 'We hebben in Roosendaal te maken met ruim

.....

'De manier waarop wij de samenwerking hebben gestructureerd kan door elke middelgrote stad worden overgenomen'

gesprekspartners onderkend. 'Maar we zullen er nooit echt zijn', stelt De Vries. 'De winkelvastgoedmarkt is altijd in beweging, wordt beïnvloed door economische, sociale en maatschappelijke ontwikkelingen. Wat we nu doe is het neerzetten van stevige kaders, waarmee we kunnen blijven anticiperen op ontwikkelingen.'

Hij gelooft niet dat de aanpak in Roosendaal één op één vertaald kan worden naar andere middelgrote steden. Weiss en Van Rooij zijn het met hem eens. Van Rooij: 'Elke stad heeft haar eigen talenten, kwaliteiten waar je mee aan de slag moet, die je moet versterken. Die verschillen per stad. Wat wel zo overgenomen zou kunnen worden door elke willekeurige middelgrote stad is de wijze waarop wij de samenwerking hebben georganiseerd en gestructureerd. Die samenwerking is een voorwaarde om meerwaarde te realiseren.'

PARTICIPATIEBEREIDHEID

Gevraagd naar de uitdagingen voor de toekomst, geeft Van Rooij aan dat de participatie van de landelijke winkelketens zeker een aandachtspunt is.

'Ook van hen hebben we flexibiliteit nodig. Met name als het gaat om mee te gaan in het uitdragen van de lokale positionering en acties. Aansturing gebeurt landelijk, waardoor er niet altijd ruimte is om aan te sluiten bij lokale initiatieven en uitingen. Willen we Roosendaal als eenheid profileren, dan hebben we ook beweging vanuit die bedrijven nodig.'

Een ander aandachtspunt is het hoog houden van de participatiebereid van alle partijen. Weiss: 'Nu waren er aantoonbare redenen voor iedereen om het tij te willen keren. Maar wat als het straks goed gaat, als de noodzaak voor vernieuwing verdwijnt? Daar moeten we alert op zijn. Want als de participatiebereidheid van een van de nu samenwerkende partijen wegvalt, is er geen draagvlak mee. Het succes van de binnenstad van Roosendaal, eigenlijk van iedere stad, staat of valt hiermee.' ←



ROOSENDAAL 24

Het verzamelen, koppelen en inzetten van data is een belangrijk onderdeel voor de vernieuwing van de binnenstad van Roosendaal. In de oorspronkelijke binnenstadvisie van Riek Bakker werd het toekomstige Roosendaal al neergezet als Smart Retail City. Onder de noemer Smart Retail Roosendaal wordt daar invulling aangegeven.

vierhonderd ondernemers. Je hebt Roosendaal 24 en een stuk of honderd ondernemers die bereid zijn om te volgen in wat wordt geïnitieerd. De overige ondernemers hebben vaak iets van 'eerst zien, dan geloven', maar ook hun betrokkenheid groeit'

BEWEGING

Dat Roosendaal nog lang niet is waar het wil zijn, wordt door alle drie de