

# Meerjarenvisie

## Roosendaal Binnenstad B.V.

### 2023 - 2026

## 1. Inleiding

### Terugblik en stand van zaken

In 2014 heeft de gemeenteraad de visie 'Roosendaal gezonde stad' aangenomen. Hierin is de ontwikkelvisie op de binnenstad van Roosendaal vastgelegd. Inmiddels is deze visie grotendeels uitgevoerd en geactualiseerd in het ontwikkelplan Rondje Roosendaal. In 2014 is er voor de binnenstad een informele samenwerkingsorganisatie met daarin een vertegenwoordiging van de gemeente, de ondernemers de vastgoedeigenaren en de bewoners, inmiddels aangevuld met cultuur en citymarketing. Het doel van deze samenwerking is om de lokale en regionale positie van de binnenstad te versterken.

In 2018 is formeel Smartcity Roosendaal B.V. opgericht, met als doel o.a. het loyaliteitsplatform ROOS24 op te zetten. Het succes van ROOS24 heeft de samenwerking in de binnenstad in een versnelling gebracht. Met ROOS24 als vliegwiel is er de afgelopen jaren intensief samengewerkt op verschillende thema's om de binnenstad te versterken. De partijen in de binnenstad staan nu voor de opgave om de verbreding van de doelstellingen ook te formaliseren en de uitvoering van de projecten meerjarig structureel te verankeren. Dit is ook één van de belangrijkste aanbevelingen uit de evaluatie van de Smartcity B.V.. De samenwerkende binnenstadspartijen hebben dit omarmd en vastgelegd in een samenwerkingsovereenkomst. Samenvoeging tot Binnenstad Roosendaal BV.

In 2022 is het Ontwikkelplan Rondje Roosendaal opgesteld. Dit plan is de opvolger van "Roosendaal Gezonde Stad" en vormt het beleids- en Ontwikkelkader voor de doorontwikkeling van de binnenstad. Het Ontwikkelplan Rondje Roosendaal vormt tevens de basis voor een samenwerkingsagenda met de provincie Noord-Brabant.

### De uitdaging

De uitdagingen voor de Roosendaalse binnenstad zijn groot. Daar waar voorheen winkelen de boventoon voerde, wordt de binnenstad steeds meer een plek waar je wilt verblijven. Leisure, wonen en werken krijgen een steeds belangrijkere rol in binnensteden. Ook de klimaatopgave (vergroening en hittestress) en de veranderende mobiliteitsbehoefte vragen om een integrale aanpak. Om de consument blijvend te binden, is een goede omni-channelstrategie van groot belang. Hiervoor is een stevige organisatie nodig die verbindt, initieert en inspireert. Dit vraagt een gezamenlijke stip op de horizon en een stevig projectenprogramma. Een professionele organisatie is hiervoor noodzakelijk.

### Het Meerjarenprogramma

In voorliggend plan worden de ambities en opgaven geschetst waar de binnenstad de komende 5 jaar voor staat. De samenwerking wordt opgepakt door de 'Organisatie Binnenstad'. Hierin zijn de gemeente, Collectief Roosendaal, Vereniging van vastgoedeigenaren, KHN afdeling Roosendaal, Cultuur Cluster Roosendaal, Citymarketing Roosendaal en Stichting Bewonersplatform Centrum Roosendaal vertegenwoordigd. Het Bestuur Binnenstad bepaalt de strategie en Bureau Binnenstad stuurt op tactisch niveau en voert uit. In dit Meerjarenprogramma zijn de ambities en doelstellingen van de samenwerking geduid. Op thema niveau wordt aangegeven wat de rol is van de diverse partijen om in de komende jaren de binnenstad van Roosendaal in brede zin te versterken.

### Het regionale beleidskader

Voor de regionale positionering van Roosendaal is de Samenwerkingsagenda tussen de regio West-Brabant (RWB) en de provincie Noord-Brabant (PNB) richtinggevend. Binnen deze Samenwerkingsagenda staan twee begrippen centraal, te weten; innovatiekracht en agglomeratiekracht. De opgave is om te komen tot een sterke steden-as in de regio West-Brabant, waar het voorzieningenniveau op peil is en de bereikbaarheid wordt verbeterd. De functies en voorzieningen moeten waar mogelijk complementair zijn.

Deze opgave en de bijbehorende ambities zijn omschreven in de position paper Sterke Steden. Voor Roosendaal wordt dit omschreven onder de titel 'Werkspoor' met opgaven in urban leisure en smart retail. Een veelzijdige binnenstad met een

sterk commercieel hart, een aangenaam woon- en werkklimaat en een stationsomgeving met een hoge economische en maatschappelijke waarde. Het realiseren van de opgaven uit Sterke Steden noodzaakt een gebiedsgerichte aanpak van het centrumgebied Roosendaal. Deze wordt vormgegeven in het plan 'Rondje Roosendaal', in samenwerking met de provincie en alle betrokken stakeholders. Het 'Rondje Roosendaal' is een planuitwerking waar de ambities op het gebied van duurzaam wonen, voorzieningen en bereikbaarheid optimaal met elkaar worden verweven. Rondje Roosendaal is de voortzetting van een Roosendaalse stedelijke transformatie die op onderdelen al in uitvoering is.

## Het lokale beleidskader

### Ambitie akkoord

Op 19 mei 2022 is door het nieuwe college van burgemeester en wethouders het ambitie akkoord gepresenteerd voor de komende bestuursperiode. Roosendaal zet in op een sterke groei van haar gemeente. De potentie is groot nu West-Brabant-West de vierde stedelijke regio is in Brabant. Roosendaal is de voortrekker. De komende tijd wordt er hard gewerkt om Roosendaal te laten groeien van de huidige 77.000 inwoners naar meer dan 100.000 inwoners. Het voorzieningenniveau wordt hier al op aangepast, zodat we in 2040 een gemeente zijn met meer dan 100.000 inwoners en met winkels, onderwijs, recreatiemogelijkheden, evenementen, culturele voorzieningen en bedrijvigheid, waar ook de omliggende gemeenten met plezier gebruik van maken.

### Ontwikkelplan Rondje Roosendaal

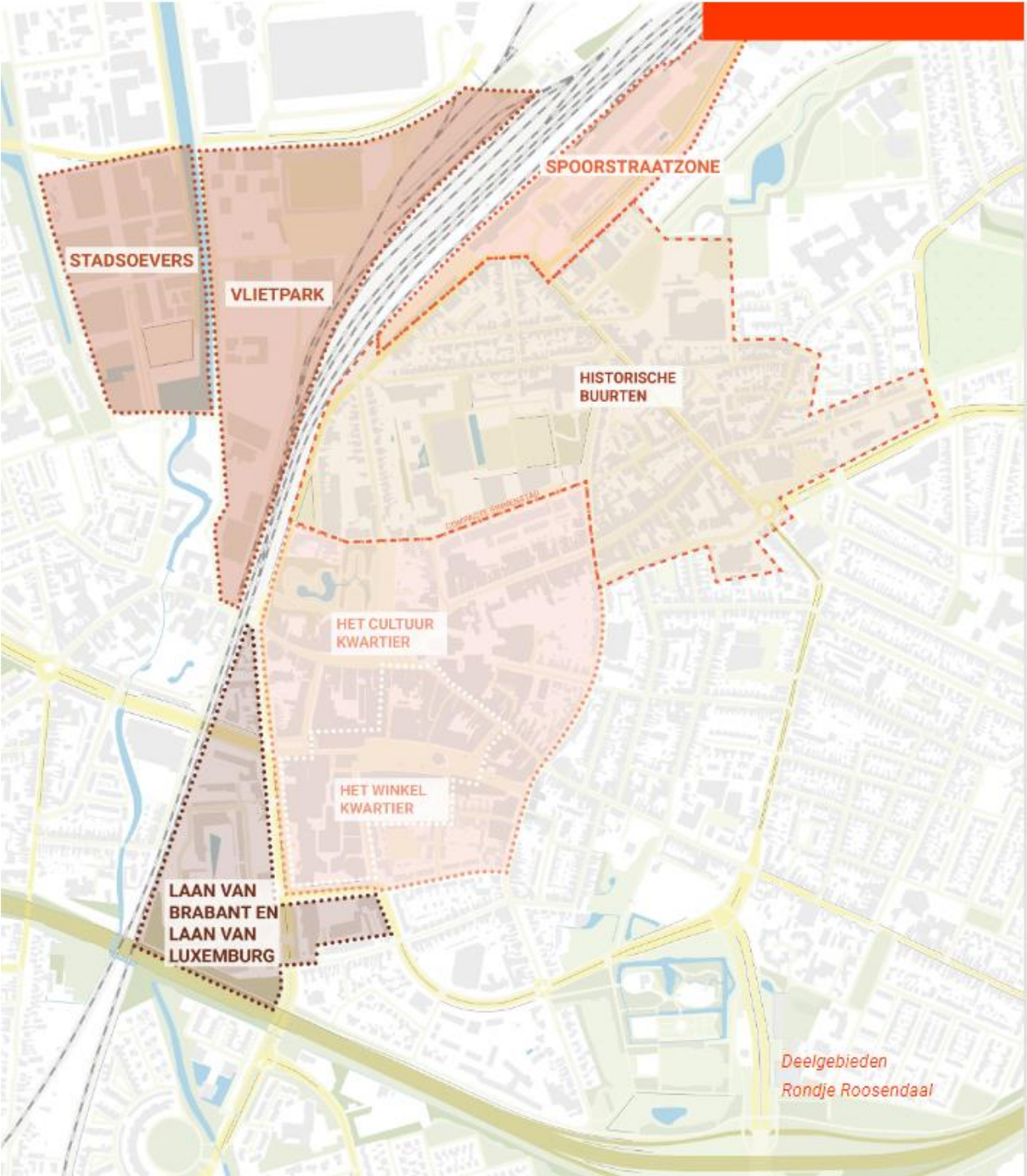
Het Ontwikkelplan Rondje Roosendaal vormt de visie en het ontwikkelkader voor de ontwikkeling van de binnenstad. We voorzien de komende jaren 3 grote transformaties. Er staat de binnenstad van Roosendaal de komende jaren een grote opgave van veranderingen te wachten met als resultaat dat het een plek wordt waar het winkelen, wonen en beleven van die plek voor alle inwoners en bezoekers van Roosendaal van meerwaarde zal zijn.

1. De transformatie van "place to buy" naar "place to be and meet"  
Dit gaat niet alleen over het compacter maken van het winkelgebied, maar over het bieden van nieuw perspectief. Om consumenten van binnen en buiten de stad naar de Roosendaalse commerciële compacte binnenstad te trekken zal de binnenstad zich steeds sterker ontwikkelen als huiskamer van de stad. De kwaliteit van het verblijf, het aanbod van winkels, voorzieningen, evenementen en de openbare ruimte bepalen in hoge mate de aantrekkelijkheid en toekomst van de compacte commerciële binnenstad.
2. De transformatie van autostad naar woonstad  
Er komt steeds meer nadruk te liggen op een toename van de woonfunctie in de binnenstad. Daarmee ontstaat een grotere maatschappelijke behoefte aan een leefbare binnenstad met een breed aanbod van voorzieningen. In het participatietraject hebben de bewoners van de binnenstad duidelijk aangegeven dat zij in hun eigen binnenstad meer ruimte voor wonen en verblijven willen hebben.
3. De transformatie van stenen stad naar groene stad  
Deze transformatie komt voort uit ontwikkelingen op het gebied van milieu- en duurzaamheid. Klimaatadaptatie en hittestress zijn belangrijke aandachtspunten. Vergroening van de binnenstad is noodzakelijk. Maar er zijn ook ontwikkelingen die van grote waarde zijn voor de leefbaarheid in de binnenstad. De stadstuin van Hasselt is daar een sprekend voorbeeld van.

De verdere uitwerking volgt 4 principes:



Van belang voor de binnenstad is dat het Ontwikkelplan Rondje Roosendaal de binnenstad van Roosendaal onderverdeeld in een Winkelkwartier en een Cultuurkwartier. De 2 gebieden zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden maar hebben apart een eigen karakteristiek. Het Ontwikkelplan beschrijft de visie op de 2 gebieden en wijst tevens verschillende sleutelprojecten aan.



Gebiedsindeling Rondje Roosendaal

## 2. Ambitie en doelstellingen

### De ambitie

Het is de ambitie van de samenwerkende partijen in de binnenstad van Roosendaal om de lokale en regionale positie van de binnenstad te versterken door te investeren in het verbreden van de functie, het verbeteren van verblijfs- en vestigingsklimaat en het verhogen van de attractiviteit van de binnenstad.

Over vijf jaar staat de binnenstad van Roosendaal lokaal en regionaal bekend als dé etalage van de stad met betrekking tot winkelen, uitgaan, cultuur en verblijven. Van place to buy naar place to be en meet. Door de positionering van het merk en het gebied weten bewoners en bezoekers de binnenstad te waarderen als de huiskamer van de stad.

Ondernemers, eigenaren, gemeente en cultuur zorgen zelf, maar ook samen, voor een aantrekkelijke propositie en een aansprekend programma door het jaar heen. Het aanbod is afgestemd op de doelgroepen en is in staat om zich flexibel aan te passen aan trends en ontwikkelingen in de markt.

Het resultaat van de inspanningen is een nog passender aanbod, wat leidt tot meer en trouwe bezoekers die langer verblijven, meer besteden en vaker terugkomen. Dit draagt bij aan een kwalitatief hoog voorzieningsniveau waarmee de attractiviteit van de stad toeneemt.

### Doelstellingen

Om de ambitie te bereiken, worden de volgende concrete doelstellingen nagestreefd. Vanuit de doelstellingen zijn de thema's benoemd waarop het Meerjarenprogramma zich de komende jaren gaat richten:

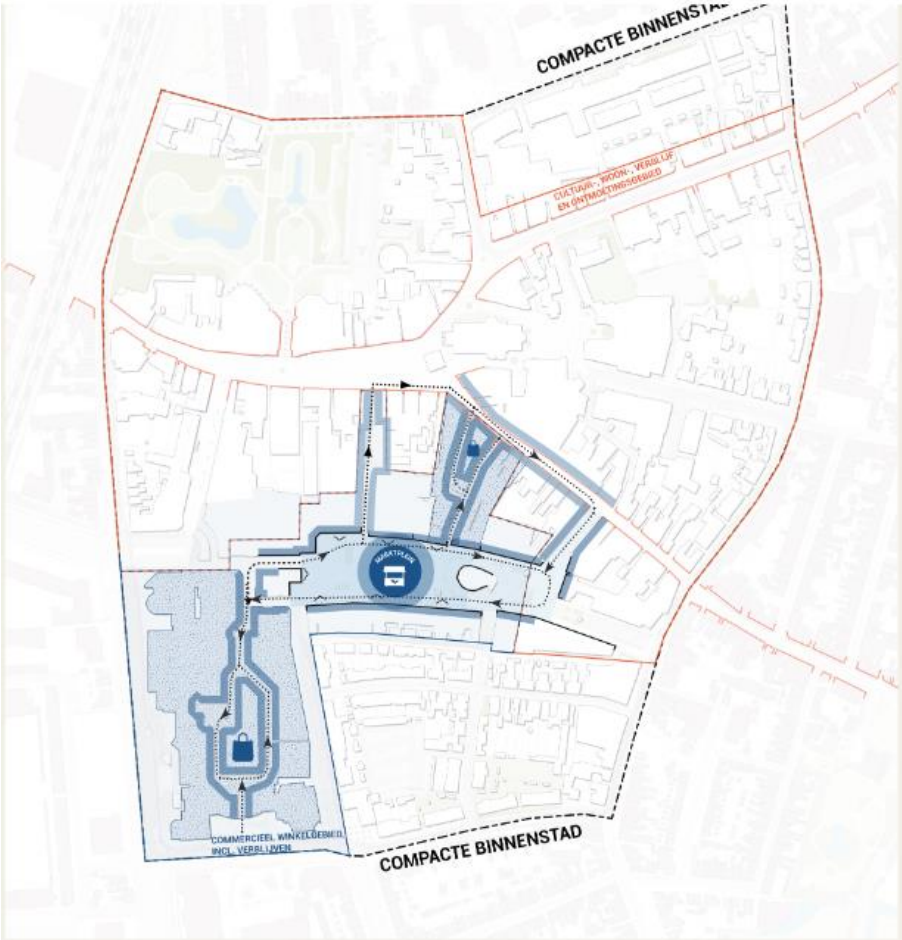
Een binnenstad:

- die beter in staat is om de klimaateffecten op te vangen. Een stad die groener is en waarvan de openbare ruimte door de bezoekers en bewoners hoger wordt gewaardeerd.
- waarin het prettig wonen, werken en recreëren is.
- Met een gezond ondernemersklimaat.
- die goed en laagdrempelig bereikbaar is met alle vervoersmodaliteiten.
- met voldoende stallingsaanbod voor auto's, fietsen en overige voertuigen.
- waar het bezoek aan de stad wordt veraangenaamd door de verzorgde uniforme aankleding en uitstraling van de binnenstad.
- waar het aantal bezoekers aan cultuur- en leisurfuncties toeneemt en waarin deze steeds meer gebruik maken van andere functies in de binnenstad.
- met een sterk cultureel- en leisure profiel om belevingswaarde en verblijfsduur te verhogen.
- met een herkenbaar en aantrekkelijk profiel voor de huidige en toekomstige doelgroepen, passend bij die van de stad.
- waar alle gebruikers zich welkom voelen en bezoekers langer verblijven.
- met een loyaliteitssysteem dat gewaardeerd wordt door bezoekers en ondernemers en bijdraagt aan combinatie- en herhaalbezoek.
- die bijdraagt aan de gemeentelijk ambitie om in 2050 klimaatneutraal te zijn.
- met een efficiënte, flexibele en slagvaardige organisatie die partijen verbindt, ondersteunt en ontzorgt.

### Gebiedsafbakening

Het werkgebied is primair de compacte binnenstad met aandacht voor de invloedssfeer van de complete binnenstad daaromheen. Het plan voor Rondje Roosendaal gaat ook over de gebieden daaromheen, zoals het station, het oude centrum. Daar ligt niet de verantwoordelijkheid van de binnenstad organisatie. Deze werkt vooral aan het cultuurkwartier en winkelkwartier zoals benoemd in het Rondje Roosendaal.





Compacte Binnenstad



Cultuurkwartier

Winkelkwartier

### 3. Thema's

In dit hoofdstuk worden de thema's omschreven waar de organisatie de komende jaren op in gaat zetten. Per thema zijn de doelstelling en de KPI's bepaald waaraan getoetst wordt of deze ook daadwerkelijk bereikt worden. Tevens is helder gemaakt per thema wat de rol en de participatiegraad is van de Organisatie Binnenstad. Dit is hieronder nader uitgewerkt. Het meerjarenplan wordt jaarlijks geconcretiseerd in een werkagenda die wordt opgesteld door Bureau Binnenstad.

#### Participatiegraad Organisatie Binnenstad

Informeren	Trekker en stakeholders wisselen ervaringen uit en informeren elkaar. Trekker bepaalt zelf de agenda. Betrokkenen hebben geen inbreng in beleid.
Raadplegen	Trekker bepaalt in hoge mate zelf de agenda. De stakeholders zijn gesprekspartners bij de ontwikkeling van beleid. Trekker verbindt zich niet aan de resultaten van de gesprekken.
Adviseren	Trekker treedt in overleg met stakeholders waarbij samen de agenda wordt opgesteld en betrokkenen de gelegenheid hebben om problemen aan te dragen en oplossingen te formuleren. Hier verbindt trekker zich in principe aan de resultaten, maar kan bij de uiteindelijke besluitvorming onder motivering hiervan afwijken.
Samenwerken	Trekker werkt samen met stakeholders aan behalen resultaten/oplossingen voor problemen waar alle partijen zich in kunnen vinden. Samen opstellen van een agenda. M.b.t. beleidsontwikkeling verbinden partijen zich aan deze oplossingen met betrekking tot de uiteindelijke besluitvorming onder voorbehoud van politieke haalbaarheid.

#### Rol Bureau Binnenstad

Projectmanagement	Voeren van projectmanagement.
Coördinerend	Activeren en samenbrengen betrokken partijen, vertegenwoordigen private partijen, bewaken voortgang samenwerking.
Verbindend	Ondersteunen betrokkenheid van stakeholders en vertegenwoordigen private partijen.

### 3.1 Stedelijke Transformatie

In Rondje Roosendaal wordt stevig ingezet op stedelijke transformatie van de binnenstad en de randen daarom heen. Daar waar we investeren, houden we rekening met groei. Er komen veel woningen bij. De binnenstad van Roosendaal streeft naar een sterk voorzieningenaanbod voor de inwoners en de directe regio. Een voorzieningenniveau die past bij de toekomstige schaal. Gestreefd wordt naar een branchering die aansluit bij de behoeften van de doelgroep. Een multifunctioneel aanbod vormt de toekomst, waarin detailhandel, horeca, cultuur, werken, wonen en maatschappelijke voorzieningen een aantrekkelijke mix vormen. Een mix die mee kan meebewegen op de ontwikkelingen in de markt, door flexibel te zijn in programmering en in ruimtegebruik. Dat vraagt een helder beleidskader en een flexibel bestemmingsplan. Hierin wordt gezocht naar een balans om enerzijds initiatieven te faciliteren, maar tegelijkertijd wel regie te voeren op het begeleiden van functies naar de gewenste locatie. Daarnaast creëren we meer diversiteit in onze lokale economie, met ruimte voor meer kennisintensieve ondernemingen en startups die daaraan verbonden zijn. Een nieuw bestemmingsplan kan bijdragen om meer regie te krijgen om gewenste ontwikkelingen mogelijk te maken en om ongewenste ontwikkelingen tegen te gaan. Daarbij zullen we steeds bezien of we voldoende ruimte hebben voor de commerciële functies. Een bepaalde frictielegstand is nodig om (onverwachte) kansen te benutten of trekkers naar Roosendaal te halen. De vereniging van Vastgoedeigenaren Compacte Binnenstad Roosendaal heeft door STEC groep een rapport op laten stellen dat richting geeft aan nadere uitwerking van de transformatieopgave. De op te richten BIZ eigenaren gebruikt dit rapport als basis voor haar meerjarenprogramma.

#### Doelstellingen

- Een aantrekkelijke binnenstad waarin het prettig wonen, werken en recreëren is.

#### KPI's

- De winkel- en horecafuncties in het niet-compacte deel van de binnenstad verplaatsen zich naar het compacte deel van de binnenstad.
- Winkel- en horeca-functies zonder wijkfunctie buiten de binnenstad verplaatsen zich naar het compacte deel van de binnenstad.
- De leegstand in het compacte en niet-compacte deel van de binnenstad neemt af. De ambitie is het terugdringen van de leegstand tot het gemiddelde niveau van de middelgrote steden.
- De balans tussen de functies in de compacte binnenstad neemt toe, ofwel een betere functiemix.
- Het economisch functioneren van het aanbod in de compacte binnenstad neemt toe.

**Trekker:** Gemeente Roosendaal i.s.m. de provincie

**Participatiegraad:** Samenwerken. De gemeente werkt samen met stakeholders aan het behalen van de resultaten en oplossingen.

**Rol Bureau Binnenstad:** Verbinden.

### 3.2 Vergroening en klimaatadaptatie

Groen en blauw dragen in hoge mate bij aan een positieve ervaring van de bezoekers en bewoners van de binnenstad. De bewoners willen graag in een groene leefomgeving wonen. Vergroening bevordert de leefbaarheid. Daarnaast verlengt het de verblijfsduur, wat van belang is voor het ondernemersklimaat in de binnenstad. Vergroening levert een positieve bijdrage aan de landelijk gestelde klimaatdoelstellingen.

Voor de vergroening van de binnenstad van Roosendaal is al een begin gemaakt met de vergroening van o.a. tussen de Markten, entree van de parkeergarage Nieuwe Markt en de verbinding Nieuwe Markt met Raadhuisstraat (Jan Snelstraat). Dit wordt de komende tijd verder uitgebouwd. Op korte termijn worden het Cultuurplein, de binnentuin van het voormalig V&D pand en de Dr. Brabersstraat aangepakt. Theater De Kring gaat de eerste stappen zetten om het gebouw klimaatbestendig te maken.

In het kader van Rondje Roosendaal worden er een aantal proeftuinen gestart, waar groen en klimaatadaptatie een belangrijke pijler zijn. Voor de compacte binnenstad zijn dat de Raadhuisstraat, Domineestraat/Bloemenmarkt. Met Rondje Roosendaal en Roosendaal Natuurstad zal naast de proeftuin, een structurele vergroening van de binnenstad worden opgepakt.

Vergroeningsprojecten in de openbare ruimte zijn primair de verantwoordelijkheid van de gemeente. Daar waar vergroening van privaat eigendom kansen biedt om de vergroeningsambitie te versterken, zal de organisatie zich inspannen om partijen te verbinden en de coördinatie op te pakken om te komen tot een geïntegreerde aanpak. Denk bijvoorbeeld aan gevels, (dak)tuinen, bloembakken en overspanningen met groen.

### Doelstellingen

- een binnenstad die beter in staat is om de klimaateffecten op te vangen. Een stad die groener is en waarvan de openbare ruimte door de bezoekers en bewoners hoger wordt gewaardeerd.

### KPI's

- 15% meer groen in 2025 t.o.v. 2018
- De gevoelstemperatuur van bezoekers en bewoners in de binnenstad (hittestress) is gedaald
- Bezoekers beoordelen de openbare ruimte van de binnenstad met een hoger rapportcijfer dan het jaar daarvoor

**Trekker:** Gemeente Roosendaal.

**Participatiegraad:** Raadplegen op de projecten in de openbare ruimte. Samenwerken op projecten waar publiek en privaat domein elkaar raken.

**Rol Bureau Binnenstad:** Coördineren en verbinden.

### 3.3 Gastvrijheid, bereikbaarheid & routing

Gastvrijheid en de beleving daarvan wordt een steeds belangrijker thema in het werken aan een aantrekkelijke binnenstad. Of het nu gaat om bezoekers aan onze binnenstad, bewoners, ondernemers en eigenaren, voor allen willen wij gastvrij zijn. Met name de behoefte van bezoekers aan de binnenstad om daar anderen te ontmoeten draagt bij aan de toenemende behoefte aan gastvrijheid. De 4 G's: Gemak, Genot, Gewin en Geruststelling moeten het uitgangspunt zijn voor in alle stadia van de customer journey. Dit gaat onder andere van een uitnodigende en laagdrempelige website tot bewegwijzering, onderhoud openbare ruimte als ook services en diensten. Wij onderschrijven het ambitie akkoord vanuit het College waarin wordt gestreefd naar een zichtbaar hoger beheer- en onderhoudsniveau om de leefbaarheid en het veiligheidsniveau te verbeteren.

In 2023 wordt door de gemeente een werkprogramma kwaliteitsslag openbaar gebied gemaakt. Hierin nemen we de resultaten van de schouw mee en gaan we in overleg met bewoners, vastgoedeigenaren en ondernemers over het beheer en onderhoud van de openbare ruimte waarbij andere partijen meer regie, eigenaarschap en verantwoordelijkheden krijgen.

De bereikbaarheid in de binnenstad van Roosendaal is goed. Uitgangspunt voor de toekomst blijft dat alle gebruikers van de binnenstad gastvrij, snel en veilig op de plek kunnen komen waar ze willen of moeten zijn. De bewegwijzering naar de bronpunten in de binnenstad, maar ook de bewegwijzering in de binnenstad is een aandachtspunt. De deelgebieden kunnen nog sterker met elkaar verbonden worden, waardoor er duidelijke looproutes in de binnenstad ontstaan en de doorbloeding wordt verbeterd. Naast de bewegwijzering wordt met Rondje Roosendaal beoogd om het netwerk van het winkelkwartier en cultuurkwartier nog meer met elkaar te versterken, zodat gebieden logisch aan elkaar worden verbonden en wordt ingezet op een eigen identiteit voor elk gebied. Ook dat zal bijdragen aan de beleving van de routing en gastvrijheid van de binnenstad.

Deze grote veranderingen in de binnenstad vragen ook om een nieuw mobiliteitsplan, waarin de bereikbaarheid en parkeren voor alle doelgroepen en alle vervoersmiddelen goed geborgd zijn.

### Doelstellingen

- een binnenstad waar alle gebruikers zich welkom voelen
- een binnenstad die goed en laagdrempelig bereikbaar is met alle vervoersmodaliteiten.
- een binnenstad met voldoende stallingsaanbod voor auto's, fietsen en overige voertuigen.
- een binnenstad waar de openingstijden zoveel mogelijk zijn afgestemd

### KPI's

- Bereikbaarheid: 2026
  - bezoekers beoordelen de AUTO bereikbaarheid 7,5 (2019: 6,6 / 2021: 7,2)
  - bezoekers beoordelen de FIETS bereikbaarheid 8,5 (2019: 8,3 / 2021: 8,3)
  - bezoekers beoordelen de OV bereikbaarheid 7,8 (2019: 7,3 / 2021: 7,5)
- Gastvrijheid:
  - bezoekers beoordelen de SFEER 7,2 (2019: 6,8)
  - bezoekers beoordelen de VERZORGDHEID 7,5 (2019: 7,1)
  - bezoekers beoordelen de GASTVRIJHEID 7,5 (2019: x,x)

### Gastvrijheid



**Trekker:** Organisatie Binnenstad / Citymarketing

**Participatiegraad:** Raadplegen.

**Rol Bureau Binnenstad:** Verbinden.

#### **Bereikbaarheid en Routing**

**Trekker:** Gemeente Roosendaal.

**Participatiegraad:** Raadplegen.

**Rol Bureau Binnenstad:** Verbinden.

### **3.4 Beleving door Cultuur en Leisure in de binnenstad**

In een tijd waarin de positie van binnensteden aan het veranderen is en het aanbod van voorzieningen en programmering in belang toeneemt voor het economisch functioneren, spelen cultuur en leisure een belangrijke rol in de aantrekkingskracht van de binnenstad. De uitdaging is om meer wisselwerking en combinatiebezoek op gang te brengen tussen cultuur, winkelen en leisure zodat er wederzijds meer profijt ontstaat. Dit geldt voor de binnenstad zelf maar ook voor de uitwisseling met de leisurelocaties buiten de binnenstad. Op deze manier wordt de sterke culturele- en de groeiende leisure sector verbonden aan de totale ambities van de binnenstad. Tegelijkertijd wordt er doorgepak op kansen die er nu liggen. Denk hierbij aan gezamenlijke programmering, loyaliteitsprogramma's (ROOS24), marketing, festivals en arrangementen.

#### **Doelstellingen**

- Een binnenstad waar het aantal bezoekers aan cultuur- en leisurefuncties toeneemt en waarin deze steeds meer gebruik maken van andere functies in de binnenstad.
- Een binnenstad met een sterk cultureel- en leisure profiel om belevingswaarde en verblijfsduur te verhogen.

#### **KPI's**

- Minimaal 3 cultuur / leisure gerelateerde evenementen per jaar
- Minimaal 6 uitingen waarin cultuur en/of leisure gezamenlijk centraal staan
- Het cultureel aanbod neemt toe. Groei naar 15 culturele attracties. (2021: 11)
- Het bezoekmotief van bezoekers aan de binnenstad is meer gedifferentieerd, waarbij sprake is van een toename in culturele en leisure bezoekmotieven

**Trekker:** Stichting Cultuur Verbindt Roosendaal en Stichting Citymarketingbureau Roosendaal

**Participatiegraad:** Samenwerken.

**Rol Bureau Binnenstad:** Verbinden.

### **3.5 ROOS24**

Om de binding met de binnenstad te vergroten en combinatiebezoek te stimuleren is in september 2018 het loyaliteitsprogramma ROOS24 geïntroduceerd. Dit loyaliteitsprogramma is een samenwerking tussen de gemeente Roosendaal, ondernemers en vastgoedeigenaren. ROOS24 is recent uitgebreid met de (digitale) Roos Cadeaukaart. Een lokale cadeaukaart die goed aansluit bij de roep om meer lokaal te winkelen en daarmee ondernemers te ondersteunen. Naast de Roospas en Roos Cadeaukaart wordt het online platform en de social media kanalen van ROOS24 verder ontwikkeld. Dit is een belangrijk informatiekanal voor frequente bezoekers aan de binnenstad.

In 2020 is de ROOSapp ontwikkeld. Deze app heeft als doel om de consumenten nog sterker te binden aan de binnenstad en haar ondernemers. De app biedt veel meer mogelijkheden dan de fysieke pas. Consumenten krijgen direct overzicht in gespaarde punten, cadeaukaarten en een volledige beschrijving van de deelnemende ondernemers. Er zijn ook 'Roos-deals' ontwikkeld waarin de ondernemers aantrekkelijk aanbod kunnen aanbieden aan de gebruikers van de app. Er liggen nog grote kansen om combinatiebezoek tussen de ondernemers onderling maar ook met andere sectoren (cultuur) te bevorderen en de online beleving van de binnenstad vorm te geven met 'gamification' en 'routes'. Het loyaliteitsstelsel vormt een mooi vehicle om met deze thema's op te pakken.

#### Doelstellingen

- Bezoekers en ondernemers beoordelen het loyaliteitssysteem positief en jaarlijks steeds beter.
- Het loyaliteitssysteem levert een grote bijdrage aan het realiseren van meer combinatiebezoek tussen verschillende sectoren (detailhandel, horeca, cultuur en leisure).

#### KPI's

- Het aantal combinatiebezoeken als gevolg van het loyaliteitssysteem neemt toe.
- Minimaal 50% van de ondernemers in de binnenstad neemt deel aan het loyaliteitsprogramma
- Het aantal ROOSmembers stijgt jaarlijks 10%.
- Van de pashouders heeft minimaal 50% de ROOSapp geïnstalleerd.
- Het aantal cadeaukaarten in omloop stijgt jaarlijks met 10%
- De data van de app leveren voldoende inzicht de KPI's te monitoren.
- In 2026 is het loyaliteitsprogramma financieel selfsupporting

**Trekker:** Organisatie Binnenstad

**Participatiegraad:** Raadplegen.

**Rol Bureau Binnenstad:** Projectmanagement

### 3.6 Stadslogistiek en zero-emissie

Slimme distributie draagt bij aan een gezonde en rustige binnenstad wat het wooncomfort, verblijfsklimaat en de belevingswaarde verhoogt. Dit is randvoorwaarde om een succesvolle binnenstedelijke transformatie te laten slagen waar wonen in evenwicht is met werken, winkelen en recreëren. Met een toename van de woonfunctie en de logistieke bewegingen van thuisbezorging in de stad neemt de druk op de binnenstad alleen maar toe. Enerzijds is het de uitdaging om groot en vervuilend gemotoriseerd verkeer te weren uit de stad. Anderzijds brengt dat meer vervoersbewegingen met zich mee van kleine, schone oplossingen zoals elektrisch vervoer en bakfiets. In Rondje Roosendaal wordt voorzien in zogenaamde hubs. Deze hubs kunnen worden ingezet om de stadslogistiek veiliger en schoner te organiseren. Zodra deze hubs zijn gerealiseerd, kan hiermee ervaring worden opgedaan. Samen met ondernemers en vervoerders zal de komende jaren worden geformuleerd wat de ambities zijn voor zero emissie en hoe hier invulling aan gegeven zal worden. Ondernemers die nieuwe bedrijfswagens willen aanschaffen, worden gewezen op de subsidiemogelijkheden voor schoon vervoer. Er wordt een haalbaarheidsonderzoek gedaan naar zero emissie in 2023. Hier worden de verschillende stakeholders bij betrokken

#### Doelstellingen

- Een binnenstad die bijdraagt aan de gemeentelijk ambitie om in 2050 klimaatneutraal te zijn.

#### KPI's

- Reductie van de uitstoot van CO<sub>2</sub>, fijnstof en stikstof.
- In 2025 minstens één oplossing voor stadsdistributie die operationeel is

**Trekker:** Gemeente Roosendaal.

**Participatiegraad:** Samenwerken.

**Rol Bureau Binnenstad:** Coördineren.

### 3.7 Marketing, city-dressing en evenementen

De kwaliteiten van de binnenstad kunnen sterker neergezet worden om zo de aantrekkingskracht, herkenbaarheid en het imago van de binnenstad verder te verbeteren. Hiervoor worden de instrumenten van marketing, citydressing en evenementen ingezet. Deze instrumenten worden samen met Roosendaal Citymarketingbureau gecoördineerd en uitgevoerd. Roosendaal Citymarketingbureau is leidend in de brandingstrategie van de hele stad waar de binnenstad een onderdeel van is. De promotie van de binnenstad wordt, in opdracht van Collectief Roosendaal, verzorgd door Bureau Binnenstad. Hierbij worden o.a. ook de kanalen gebruikt van Roosendaal Citymarketingbureau. De specifieke promotie van het platform ROOS24 ligt ook in handen van Bureau Binnenstad.

In lijn met de branding worden sfeer verhogende elementen ingezet zoals hanging baskets, sfeerverlichting, aankleding leegstaande panden en de banieren/vlaggen.

Roosendaal staat bekend om haar vele aansprekende evenementen en het goed georganiseerde verenigingsleven, waarvoor de binnenstad veelvuldig het podium en decor vormt. Deze evenementen dragen bij aan meer beleving, (extra) bezoekers en verblijfstijd, maar bovenal aan sociale cohesie. Dit versterkt de binnenstad als huiskamer van de stad.

#### Doelstellingen

- een binnenstad met een herkenbaar en aantrekkelijk profiel voor de huidige en toekomstige doelgroepen, passend bij die van de stad. Het vermarkten van de veranderende functie van de binnenstad als aantrekkelijke ontmoetings- en verblijfslocatie.
- een binnenstad waar het bezoek aan de stad wordt veraangenaamd door de verzorgde uniforme aankleding en uitstraling van de binnenstad.

#### KPI's

- De binnenstad van Roosendaal wordt jaarlijks meer bezocht door lokale en regionale bezoekers.
- De binnenstad is aantrekkelijk voor een bredere en meer diverse doelgroep. Uitgangspunt is een binnenstad voor iedereen! Functiemix volgt benchmark Locatus
- De identiteit en het profiel van de binnenstad (het merk) is duidelijk en wordt steeds beter herkend.

#### Marketing binnenstad en Roos24

**Trekker:** Organisatie Binnenstad.

**Participatiegraad:** Samenwerken.

**Rol Bureau Binnenstad:** Projectmanagement.

#### Citydressing

**Trekker:** Organisatie Binnenstad.

**Participatiegraad:** Samenwerken.

**Rol Bureau Binnenstad:** Projectmanagement.

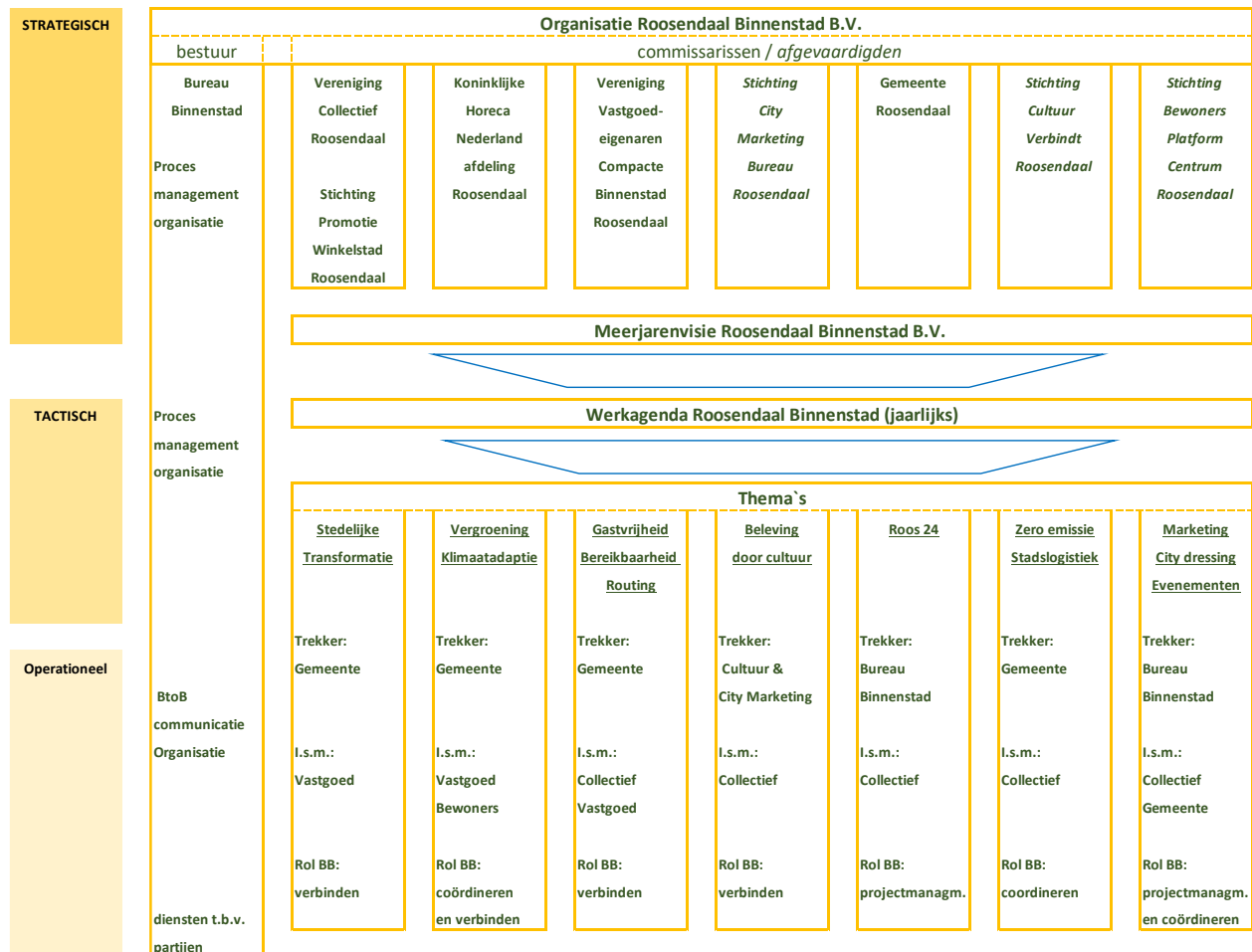
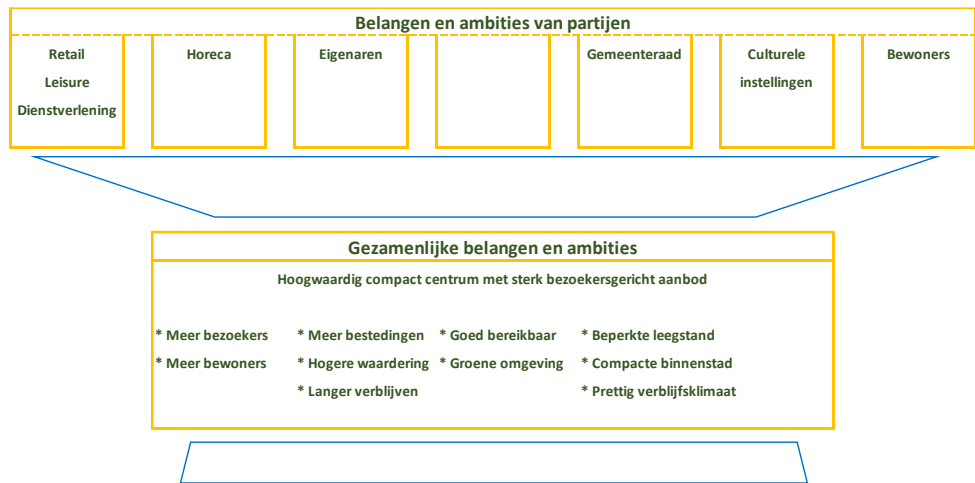
#### Evenementen

**Trekker:** Organisatie Binnenstad.

**Participatiegraad:** Samenwerken.

**Rol Bureau Binnenstad:** Coördineren.

## 4. Organisatie



De bovenstaande organogram geeft inzicht in de uitgangspunten, de organisatie, de thema's en de taken van dit unieke samenwerkingsverband in de binnenstad van Roosendaal. Als organisatievorm is gekozen voor een B.V. met aandeelhouders en een Raad van Commissarissen (RvC) met afgevaardigden vanuit diverse organisaties.

Redenerend vanuit de individuele belangen van de diverse partners zijn de gezamenlijke ambities en doelstellingen verwoord. Deze zijn vertaald naar een gethematiseerd programma, waarbij per thema trekkers en betrokken partijen zijn benoemd. Daar waar Bureau Binnenstad als trekker is benoemd, is de rol projectmanager en leading in de uitrol en financiering van dit thema. Daar waar Bureau Binnenstad verbindend of coördinerend is, zijn andere partijen in de lead met hun eigen bevoegdheden, verantwoordelijkheden en financiering.

Samenvattend bestaat de organisatie van Roosendaal Binnenstad B.V. uit:

- Raad van Commissarissen en afgevaardigden, samengesteld vanuit de georganiseerde partijen in de binnenstad, zijnde: Gemeente Roosendaal, Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal, Vereniging Collectief Roosendaal, Koninklijke Horeca Nederland afdeling Roosendaal, Vereniging van Vastgoedeigenaren Compacte Binnenstad Roosendaal, Stichting Bewonersplatform Centrum Roosendaal, Stichting Cultuur Verbindt Roosendaal en Stichting City Marketingbureau Roosendaal. De rol van de RvC is het bepalen van de strategische koers en het bewaken van de voortgang en het toezicht op de financiën.
- Het bestuur van Roosendaal Binnenstad B.V.
- Bureau Binnenstad, onder dagelijkse aansturing van de directie van Bureau Binnenstad (bestuur van Roosendaal Binnenstad BV), is namens Roosendaal Binnenstad B.V. verantwoordelijk voor de integrale ontwikkeling en aanpak van de binnenstad. Zij bewaken de voortgang op de gezamenlijk ambitie. Zij regisseren, coördineren, initiëren, zorgen voor kennisontwikkeling op gebied van binnenstadsmanagement, bewaken en jagen de gezamenlijke projecten aan. Bureau Binnenstad fungeert als onafhankelijk aanspreekpunt en katalysator voor ontwikkelingen in de binnenstad. De werkzaamheden van Bureau Binnenstad bestaan grotendeels uit de volgende onderdelen:
  - Procesmanagement van de publiek-private samenwerking
  - Programmamanagement van het Meerjarenplan conform toegekende rollen per thema en een Werkplan per jaar.
  - Op basis van opdracht procesmanagement en/of projectmanagement van de private partijen.
  - Verzorgen B-to-B-communicatie over de PPS, projecten, resultaten en voortgang