

Op weg naar de Slimme
Binnenstad Roosendaal

Roosendaal, januari 2018

Aanleiding

Smart City is een innovatieve ontwikkeling van de gehele stad. Deze landelijke visie biedt kansen om binnen dit kader de vertaalslag naar specifiek de binnenstad te maken. Zo ook in Roosendaal. Deze 'Slimme Binnenstad' is onderdeel van Smart City maar gaat specifiek over de binnenstad en haar stakeholders. Dit document is bedoeld om de keuzes, de besluiten het gelopen pad inzichtelijk te houden voor alle betrokkenen.

1. Smart city - de toekomst!

Smart City, wat is dat eigenlijk? En hoe geef je daar invulling aan? Geen twee steden zijn hetzelfde. De noden en uitdagingen zijn in elke stad anders dus elke stad zal haar eigen invulling geven aan het begrip 'slimme stad'.

Roosendaal wordt Smart City!

Roosendaal heeft de ambitie om Smart City te zijn. Er wordt hard gewerkt aan uitwerking en realisatie. Wij menen dat een Slimme Stad NU nodig is. We verkennen de voorwaarden voor succes en willen met u delen waar we nu staan in het traject in Roosendaal. Wij geloven dat samen meer is dan alleen en vinden het belangrijk dat we delen in kennis om binnensteden te blijven laten floreren.

Wij gaan voor innovatie

Er zijn allerlei ontwikkelingen die interessant zijn voor middelgrote steden. Het digitale instrumentarium is uitgebreid, de connectiviteit is enorm en het verzamelen en gebruik van big-data om relevanter te kunnen zijn is binnen handbereik. Al deze ontwikkelingen lopen, maar worden – op dit moment nog – niet of deels geïmplementeerd waardoor de innovatiesprong te klein is en de aansluiting met de ontwikkeling van de bezoeker/consument mist. Dit kan worden versneld met hulp van de Provincie.

Onze definitie van 'slimme stad'

Een slimme stad, of 'Smart City', werkt samen, innoveert en is duurzaam. Een Smart City moet een goede plek zijn om te werken, te ondernemen en te wonen met een zo efficiënt mogelijke inzet van middelen.

Slimme stad - Roosendaal

Een slimme stad zet in op de volgende onderdelen:

- Gemak; Roosendaal wil inzetten op services voor haar bezoekers.
- Klant; Inzicht in de klant die Roosendaal bezoekt is essentieel om in de toekomst relevant te kunnen zijn/blijven.
- Infrastructuur; Infrastructuur maakt het mogelijk om digitale toepassingen te integreren.

De urgentie om als stad digitaal te ontwikkelen is hoog. Doen we dat nu niet dan missen we aansluiting op de toekomstbestendigheid.

Ambities zijn:

- Relevanter/interessanter zijn voor consumenten, bewoners en ondernemers (vraag gestuurd)
- Focus op gezamenlijke identiteit en profiel
- Informatie voor en over de klant verzamelen
- Toegevoegde waarde bieden aan stakeholders door de vertaling van de klantgegevens
- Nieuwe ondernemers aantrekken, zich laten vestigen en faciliteren van ondernemerskansen.

Daarvoor is inzicht nodig!

Waar nieuwe technologie het mogelijk maakt om op een nieuwe manier (potentiele) bezoekers te binden, boeien en terug te laten komen is nieuwe technologie zonder stabiele infrastructuur en een passende organisatie zinloos. Om relevant te kunnen zijn voor de bezoeker van Roosendaal, de klant, zijn er een aantal zaken essentieel.

- Organisatie; Die koers bepaalt en beheer heeft over alle ontwikkelingen in de Slimme Binnenstad Roosendaal
- Technologie; Die het mogelijk maakt om ambities zoals Gemak en Service mogelijk te maken en om klantgegevens te verzamelen en interpreteren.
- Infrastructuur; Een goede infrastructuur zoals Wifi die het mogelijk maakt de techniek goed toe te passen.

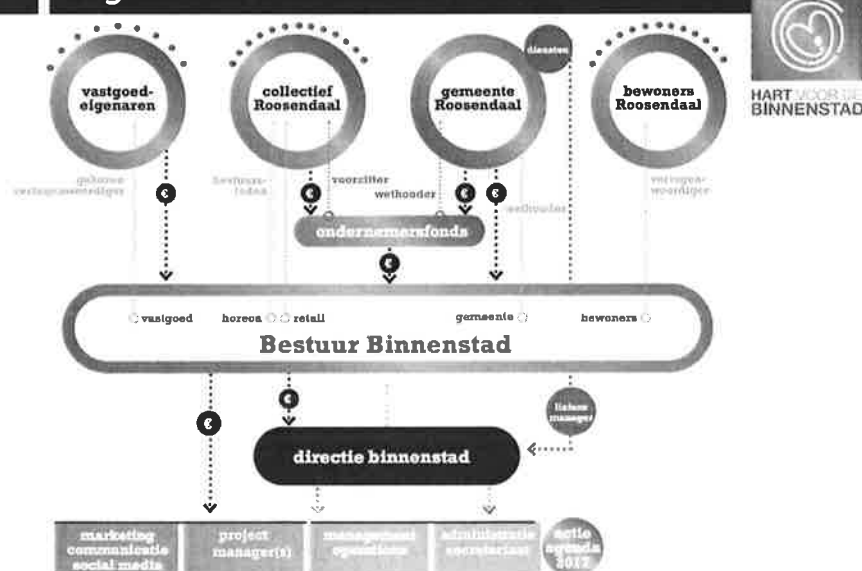
Een andere kijk op de stad

Samantha van Rooij, Hart voor de binnenstad Roosendaal:

“Met Smart City werken wij aan de ontwikkeling van een daadwerkelijke slimme binnenstad. De betekenis van de binnenstad verandert. Een ‘slimme’ binnenstad kan zich aanpassen aan al die ontwikkelingen. De slimme binnenstad wordt compacter in omvang, maar krijgt ook meer uitstraling. Door de toepassing van technologie wordt er slimmer gebruik gemaakt van de kennis die er bestaat over de binnenstad en over wat er op bepaalde momenten in de binnenstad gebeurt. Hierdoor wordt het leuker om in de binnenstad te zijn.

De slimme binnenstad stimuleert nieuw ondernemerschap en een nieuw soort bedrijvigheid. Het vestigingsklimaat wordt verbeterd door de digitale ontwikkeling in de Roosendaalse binnenstad, dat nieuwe mogelijkheden biedt voor ondernemers, consumenten, bewoners, vastgoedeigenaren en gemeente. Hiermee wordt de binnenstad van Roosendaal een proeftuin, die nieuw economisch elan aantrekt. Deze innovatie is ook van groot belang voor Roosendaal als geheel. De binnenstad van Roosendaal is één van de grootste werkgevers. Om deze arbeidsplaatsen te behouden en zelfs verder te laten groeien is deze digitale ontwikkeling een belangrijke randvoorwaarde”. [Zie figuur hieronder voor de organisatie van de binnenstad Roosendaal 2017]

Organisatie binnenstad Roosendaal 2017



2. Wie zijn de partners?

Om de ambities in de binnenstad van Roosendaal mogelijk te maken is het essentieel dat er wordt samengewerkt en dat er gezamenlijk wordt geïnvesteerd door de stakeholders van de Roosendaalse binnenstad. Gemeente, vastgoed en ondernemers hebben allen een groot belang in het goed functioneren van de binnenstad; florerend en aantrekkelijk centrum, rendement op vastgoed en voldoende verdien capaciteit.

Naast dat de stakeholders de koers bepalen zijn er partners nodig om de ambities mogelijk te maken.

De partners in dit project zijn:

- Binnenstadsbestuur – Het orgaan van Gemeente Roosendaal, Pandeigenaren en ondernemersvereniging. Nu nog een overlegstructuur. Voor de slimme binnenstad zal zij zich moeten uitontwikkelen naar de toekomstig eindverantwoordelijke en beheerder van de slimme binnenstad.
- Binnenstadsdirectie – als regisseur voor de slimme binnenstad die alle facetten van de binnenstad Roosendaal in ogenschouw houdt
- Gemeente Roosendaal – voor infrastructuur (Living Lab) en mede stimulator voor ontwikkeling en Smart City met de partners: ZIUT/Spie, I-sago, Het LUX Lab.
- CCV – de aanbieder van het loyaliteitsinstrument én de partij die onder licentie van de Nederlandse Bank de tegoeden kan administreren en op een derdenrekening kan beheren (in opdracht van de binnenstads-organisatie in Roosendaal)
- IPParking – aanbieder van parkeergemak en technische implementatie van Loyalty met parkeren
- Red Banana – Aanbieder van online strategie en online platform Roosendaal 24 (R24)
- Ik Ondernem! B.V. – als projectmanager en regisseur voor dit onderdeel van Smart City namens Roosendaal
- Parkeerbedrijf – als beheerder van de parkeervoorzieningen en als uitvoerder van helpdesk en 'balie in opdracht van de binnenstads-organisatie in Roosendaal
- Provincie Noord Brabant – mede stimulator van deze ontwikkeling

Al deze partners werken intensief samen om de ambities te realiseren, ieder in zijn eigen kracht en expertise.

3. Dus wat gaan we doen?

Roosendaal heeft zich uitgesproken in Slimme Stad Roosendaal (onderdeel van Smart City), om een proeftuin te worden voor toegepaste digitale technologie in steden. Hiermee speelt Roosendaal in op het gebruik van de Smartphone en daarmee gepaard gaande veranderingen in het gedrag van de consument. Zie voor meer informatie: 'Toekomstvisie Roosendaal 2020' en 'Smart Retail City Roosendaal'. De ambitie om slimme stad te willen zijn heeft geresulteerd in de afbakening van de volgende pijlers. De 'Slimme binnenstad' is het antwoord op de urgentie dat met name middelgrote steden moeten werken aan relevantie voor haar klanten. Dus waar zet de binnenstad van Roosendaal op in?

Pijler 1 - Gemak

(Smart)Parking (i.c.m. Loyaliteit); Doel van Loyalty & Parkeren is dat de loyale klant voor minder – tot gratis- kan parkeren. Het verhogen van de servicegraad (gemak) en het verlagen van de 'dissatisfier' van parkeren. Je spaart tegoed als je loyaler bent. Naast het parkeertegoed wordt technologie ingezet om de afhandeling van parkeren (kaartje, automaat, etc.) uit de klantreis te halen. In en uitrijden op kenteken, zonder gedoe.

Pijler 2 - Klant

Platform Roosendaal 24; een collectief online platform. Dat de (potentiele) bezoeker op afstand bereikt en al het goede dat Roosendaal te bieden heeft kan vermarkten.

Een loyaliteitsprogramma; Het uitgangspunt van Loyalty is de binding van de klant aan een winkelgebied, vanuit wat relevant is en wat geaccepteerd wordt door zowel acceptant (ondernemer) als gebruiker (consument). Een belangrijk instrument voor het verkrijgen van hoogwaardige, actuele klantinformatie waardoor de binnenstad keuzes kan maken in aanbod, evenementen, branchering, bereikbaarheid, positionering om relevanter te zijn.

Pijler 3- Infrastructuur

'Living Lab Roosendaal (LLR)'; Op de Nieuwe Markt en de Cityring, test de gemeente samen met partners in een PPS constructie slimme innovaties in de praktijk. Innovaties die bewoners, bezoekers en consumenten uiteindelijk gemak en service gaan bieden.

LoRa; In Nederland hebben we als eerste land ter wereld een nationaal netwerk voor de internetcommunicatie van apparaten; het LoRa netwerk. Ziet ontwikkelde de LoRa TeleController om lichtmasten én andere objecten informatie te laten ontvangen en versturen via dit LoRa netwerk. Roosendaal heeft gekozen om alle verlichtingsobjecten die na 1 jan 2016 worden vervangen, te voorzien van dit systeem. Dit betekent dat we op den duur een dekkende infrastructuur van LoRa hebben in Roosendaal, waarmee we naast de besturing op lampniveau ook de mogelijkheid hebben om sensoren te koppelen met beperkte datacommunicatie (Machine to Machine). Denk bijvoorbeeld aan de vuilnisbakken, en de hondentoiletten die een seintje geven als ze geleegd moeten worden, of de plantenbakken die zich melden als ze water nodig hebben. Allemaal via de LoRa TeleController. Dit zorgt voor energie- (door het dimmen van de openbare verlichting daar waar mogelijk) en kosten-besparingen (door efficiëntere beheerprocessen) en verhoogt boven alles de kwaliteit van de openbare ruimte.

Duurzaam Wifi; Wifi is een onderdeel van het totaal pakket dat Roosendaal wilt realiseren om interessant te zijn voor bezoek. Wifi is een katalysator in service, gemak en als een van de digitale infrastructuren kan via Wifi

de klantinformatie verrijkt worden met looproutes, locatie gebaseerde verblijfstijd, druktebeelden en bronpunten.

In onderstaande figuur zijn alle elementen van bovenstaande pijlers geschakeerd.



Uitgelicht Loyalty i.c.m. parkeren

Binnen de ambitie 'Gemak en services' werkt Roosendaal aan de realisatie van een loyaliteitsprogramma in combinatie met parkeren en de infrastructuur Wifi. Maar hoe ziet dat er dan uit? Om een en ander duidelijk te maken zijn hieronder 2 klantreizen uitgewerkt voor Roosendaal.

- De Klant; Hoe ervaart de klant het Loyalty programma i.c.m. parkeren
- De Ondernemer; Hoe werkt dit voor de ondernemer?

De Klant

Parkeren is noodzakelijk kwaad maar nu kunnen terugkerende klanten beloond worden voor hun bezoek door super gemakkelijk en zonder gedoe te parkeren. In plaats van een kaartje trekken, een rij bij de automaat, geen kleingeld of kaartje zoek kan zij nu binnen rijden en uitrijden op kenteken. Geen kaartje meer en niet meer langs de automaat, gewoon met automatische afschrijving betalen (zoals Parkmobile/Yellowbrick op dit moment). Wel is het registreren bij Roosendaal 24 (consumentenwebsite) verplicht.

De klant registreert zich door zijn/haar gegevens achter te laten. In ruil daarvoor kan zij (parkeer)tegoed sparen en meedoen aan leuke acties om prijzen te winnen die de ondernemers en de binnenstad beschikbaar stellen. Gratis voor de klant betekent dat een ander de rekening betaald. In dit geval waar parkeertegoed in meegenomen is, betekent het dat de ondernemers parkeertegoed 'cadeau' doen aan hun klant bij een aankoop of bezoek.

Hiermee stimuleert de ondernemer langer verblijf, gastvrijheid, een glimlach en binding. Dit komt de bestedingen ten goede (langer verblijf en retourbezoek).



Ondernemers bepalen zelf hoe veel punten en lootjes gespaard kunnen worden en wat past bij het product en doorloop van klanten. Een juwelier heeft bijvoorbeeld minder klanten, maar wel klanten die relatief grote uitgaven doen en een bakker heeft relatief veel klanten die kleine aankopen doen. Bij start is enige hulp voor de ondernemers bij het vinden van rekenmodellen en leuke deals van belang.

Niet meer in de rij staan om te betalen, maar zo uit kunnen rijden! Het gevoel van service en 'mijn stad' is groot. Bovenstaand klantreis is die van de bezoeker van Roosendaal. Er zijn ook vormen beschikbaar die automatische incasso niet nodig maken, afhankelijk van de klant die hiervoor kiest.

Om dit voor de bezoekers van Roosendaal mogelijk te maken is een pakket aan instrumenten nodig die goed beheert en doorontwikkeld kan worden. De data is eigendom van Roosendaal en de privacy moet op het hoogste niveau geborgd zijn, zoals bij bijvoorbeeld pinbetalingen of creditcard gegevens. Hierbij wordt rekening gehouden met de Wet Bescherming Persoonsgegevens.



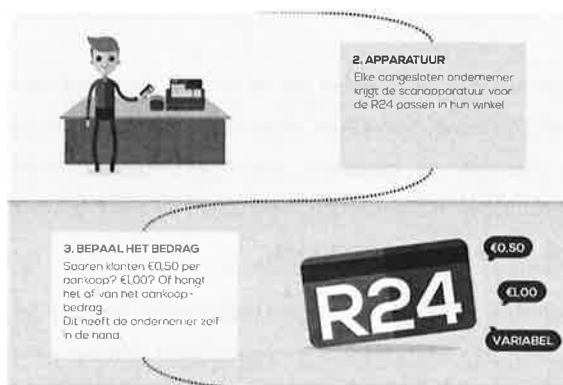
De ondernemer

R24 is het collectief vermarkten van het winkelgebied met de aangesloten ondernemers. R24 bestaat uit een website, een dashboard, het Loyalty programma en marketing en reclame (collectief en individueel). De ondernemer kan inloggen op zijn/haar dashboard om het online 'plekje' op de website te beheren en heeft in zijn/haar winkel een i-pad en promotiemateriaal voor klanten om de pas te scannen.



1. SLUIT JE AAN
De ondernemer sluit zich aan op R24. Als R24-deelnemer betaalt de ondernemer contributie en ontvangt daarvoor de juiste apparatuur, de passen en ondersteuning.

De ondernemer bepaalt zelf het aantal te sparen punten, dit is afhankelijk van de hoogte van de aankoop en de bezoekfrequentie. Op deze manier kan de ondernemer zelf 'spelen' met leuke deals voor haar klanten; de ondernemer onderneemt.



2. APPARATUUR
Elke aangesloten ondernemer krijgt de scanapparatuur voor de R24 passen in hun winkel.

3. BEPAAL HET BEDRAG
Sparen klanten €0,50 per aankoop? €1,00? Of hangt het af van het aankoopbedrag. Dit heeft de ondernemer zelf in de hand.

Klanten kunnen via de ondernemers een pas bemachtigen, zij zijn dus tevens afgiftepunt voor nieuwe kaarthouders.



4. R24 PAS
De ondernemer vraagt elke klant naar de R24-pas. Van bestaande pashouders wordt de R24-pas gescand en nieuwe pashouders krijgen een pas met uitleg over het gebruik ervan.

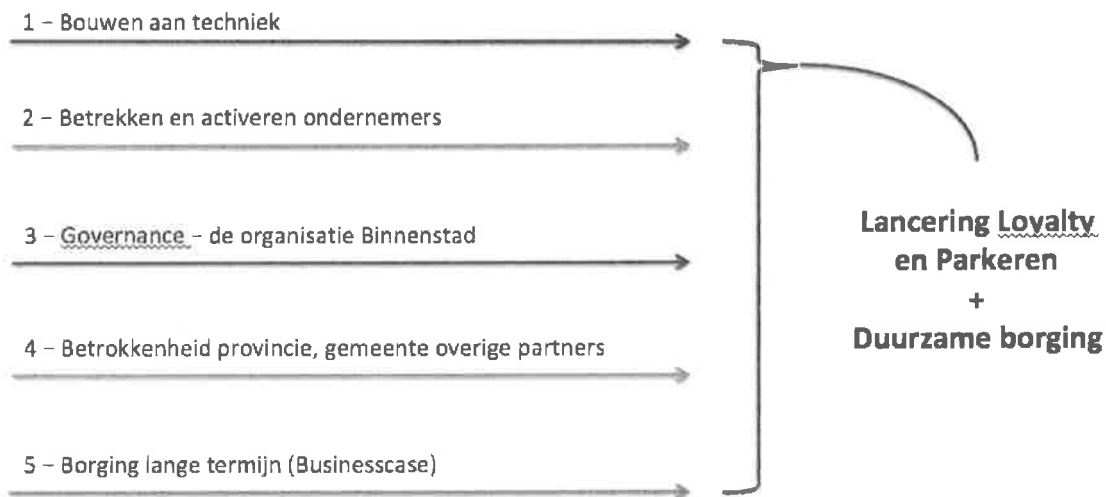
5. BETALEN
Op een vast moment per maand krijgt de ondernemer een R24-factuur met een automatische incasso om het uitgegeven parkeertergoed te betalen.

Om bovenstaande mogelijk te maken zijn er een aantal zaken nog essentieel om goed in te regelen:

- Beheersorganisatie (juridische entiteit)
- Juridische borging en contracten partners
- Borging Wet Bescherming Persoonsgegevens (Per 25 mei 2018 is de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG))
- Borging van de data
- Financiën, geldstromen, systemen
- Werving en contracten deelnemers (ondernemers)
- Werving en registratie klanten (consumenten)

4. Verder op 5 lijnen

Om dit allemaal mogelijk te maken bouwt de binnenstad Roosendaal verder op 5 lijnen zoals hieronder afgebeeld. Per lijn zullen we aangeven waar we staan en wat de volgende stap is.



Bron: Ik Ondernem! B.V. 2017

1 - Bouwen aan techniek

Resultaat tot nu toe

De technische partijen die betrokken zijn, ieder vanuit eigen expertise, hebben in het voortraject intensief meegedacht en gewerkt aan verkenning, afbakening en opbouw voor realisatie.

- CCV; Loyaliteitsprogramma en de technische ondersteuning hiervan
- IP Parking; Parkeren, services, gemak
- Parkeerbedrijf Roosendaal; Exploitant parkeren
- Red Banana; website en platform Roosendaal 24, marketing en advertising
- Verbinding met Living Lab Roosendaal, LoRa, ZIUT/Spie, I-sago, Het LUX Lab.

Bovenstaande partners werken samen onder strategische leiding van het Binnenstadsbestuur en zullen in de volgende fase onder contract staan van de Binnenstads B.V. (Hieronder uitgewerkt). Met uitzondering van de partners LLR, ZIUT/Spie, I-sago, Het LUX Lab.

De volgende stap

De volgende stap in de techniek is het onderling afstemmen van de verschillende systemen zodat het naadloos in elkaar doorloopt en de interne en externe klant de ervaring heeft van één systeem. De voorbereidingen hiervoor zijn al getroffen en iedere partij heeft ofwel nog ontwikkelwerk ingepland (software etc.) ofwel verkent of en op welke manier de systemen met elkaar kunnen 'communiceren'. De borging van de onderlinge

samenwerking is in contracten opgenomen en vormen straks één contractpartij die door de Binnenstads B.V. worden aangegaan.

2- Betrekken en activeren ondernemers

Resultaat tot nu toe

De ondernemers zijn het kloppend hart van het centrum en maken het succes van het loyaliteitsprogramma. Zij kunnen de lokale kracht laten zien en door middel van leuke acties, deals en ambassadeurschap Roosendaal echt laten leven voor de bezoekers.

De invulling van een Loyalty programma kent vele mogelijkheden. In gesprekken met een klein comité ondernemers zijn de verschillende keuzes voorgelegd en afgebakend tot een pakket dat ze zijner tijd. wordt voorgelegd aan 'de rest' van de ondernemers in Roosendaal. Een klein comité ondernemers is vervolgens op excursie gegaan naar St. Truiden (België) waar al een Loyalty programma loopt met dezelfde techniek. Ondernemers konden zo ervaren wat wel en niet werkt en zij konden vragen stellen aan ondernemers die hier aan meedoen. De reacties waren overwegend positief, maar er is tegelijkertijd nog aandacht nodig voor het verdienmodel. Ondernemers hebben hulp nodig bij het goed inzetten van het systeem en bij het vinden van rekenmodellen.

Binnenstadsbestuur Roosendaal heeft mede daarom ook de ambitie uitgesproken voor een 'ondernemerscoach' een nieuwe rol in het binnenstads-team die de verbinder moet zijn tussen ondernemers, ondernemers moet helpen met inzet van nieuwe media en die zich inzet voor de activatie van het Loyalty systeem.

De volgende stap

Ondernemerscoach; Het succes van Loyalty moet komen uit deelname van ondernemers in Roosendaal. Hoe meer ondernemers mee doen en hoe actiever het systeem wordt gebruikt hoe meer de klant Loyalty zal ervaren. De volgende stap is het werven van ondernemers die willen deelnemen aan het systeem. Om dit te realiseren zal er een 'ondernemerscoach' worden geworven. De ambitie is om deze coach in december 2017 al operationeel te hebben. De ondernemerscoach krijgt bij start de opdracht om 25 tot 50 deelnemers te werven voor lancering in maart 2018.

Abonnement en contract; Er wordt op dit moment een contract opgesteld voor de ondernemers. De inhoud hiervan is afgestemd en getoetst op wensen en vragen van ondernemers.

3 - Governance - de organisatie Binnenstad

Resultaat tot nu toe

De beheersorganisatie moet er komen. Dat betekent wel een nieuwe juridische entiteit, zeker een complexe. Voor de 'Binnenstads B.V. Roosendaal' is daarom verkent welke mogelijkheden er zijn om een organisatie op te richten waarbij alle stakeholders in Roosendaal zijn vertegenwoordigd maar waarbij er geen sprake is van vrijblijvendheid. Dat betekent een organisatie waarbij er echt aandeelhouderschap is van alle stakeholders en gezamenlijke investeringskracht. Om die reden zijn er verkennende gesprekken geweest met een notaris om de (on)mogelijkheden van een juridische entiteit te onderzoeken. Dit is bij voorkeur een coöperatie omdat dit een rechtsvorm is waarin de stakeholders in een binnenstad ook als aandeelhouder (dat wil zeggen mee investeren en mee besturen) kunnen worden aangemerkt.

De volgende stap

De juridische entiteit moet nu verder worden uitgewerkt en uiteindelijk notarieel vastgelegd worden. Daarvoor moeten alle stakeholders vertegenwoordigd kunnen deelnemen. Dus ondernemersvertegenwoordiging, vastgoedvertegenwoordiging en gemeente.

(Beheers-)Organisatie

Los van instrumentarium is het hebben van een beheersorganisatie om alle ontwikkelingen te borgen onderdeel van de ambities in de binnenstad van Roosendaal en onlosmakelijk verbonden aan de lange termijn borging en het succes van de losse elementen. Alle elementen samen zorgen voor relevantie. Een binnenstad is immers het bezoeken waard omdat het gezamenlijke aanbod er is. Waar tot op heden samengewerkt werd op basis van vrijwilligheid en informatie-uitwisseling, is nu een professionele samenwerking nodig die niet vrijblijvend is en goed aangestuurd wordt door de lokale stakeholders. Een uitvoeringsorganisatie die bij machte is contracten te sluiten en alle big-data te kunnen verwerken en vertalen naar nieuwe toepassingen. Die in staat is om de binnenstad bedrijfsmatig te runnen en zorgt voor een renderend centrum voor zowel overheid, als pandeigenaren als ondernemers.

De beheersorganisatie is noodzakelijk voor het beheer van:

- De businesscase 'Slimme binnenstad Roosendaal';
- (Technische) partners en contracten;
- Klantgegevens (ondernemers interne klant, consumenten externe klant);
- Vertalen van klantgegevens voor de stakeholders zodat men weet waarop te focussen;
- Beheer van geldstromen.

Businesscase

De beheersorganisatie is verantwoordelijk voor het beheren van de businesscase van het bedrijf binnenstad Roosendaal. Dat houdt in dat het bedrijf gerund moet worden (strategie, koers, uitvoering en bijsturing) zodat er voldoende rendement is voor de stakeholders en zodat de afgesproken ambities worden vertaald naar projecten. De wereld blijft in rap tempo veranderen en de Roosendaalse binnenstad moet blijven mee bewegen en door ontwikkelen. Er moet dus aan de 'knoppen' gedraaid worden in de businesscase zodat de juiste koers gevaren kan worden.

Contracten

De beheersorganisatie sluit contracten af met de partners en beheert deze. De beheersorganisatie is de juridische entiteit die het mogelijk maakt opdrachtgever en opdrachtnemer te zijn. Dat betekent dat de Binnenstads B.V. straks contracten heeft met de technische aanbieders zoals CCV en IP parking. Maar ook met Red Banana en eventuele andere partners die in de toekomst een goede aanvulling zijn voor de binnenstad.

Beheer van geldstromen

Het realiseren van een loyaliteitsprogramma brengt verschillende geldstromen met zich mee die goed geborgd moeten worden, juridisch en met oog voor de interne en externe klant (ondernemers, consumenten, partners).

Abonnementsgelden: Deelnemende ondernemers betalen een maandelijkse bijdrage om gebruik te maken van het loyaliteitssysteem i.c.m. parkeergemak. De beheersorganisatie sluit contracten af met de ondernemers en int de abonnementsgelden. De abonnementen zijn bij start afgestemd en moeten meerwaarde bieden aan de deelnemende ondernemers.

Tegoed van klanten (Stichting Derdengelden): Naast deelnemende ondernemers zijn er deelnemende klanten/consumenten. Zij zijn lid geworden van het loyaliteitssysteem en kunnen tegoeden sparen. Deze tegoeden hebben hun waarde in euro's en moeten beheerd worden via een 'Stichting derdengelden' een juridische entiteit die het mogelijk maakt geld te 'stallen' en uit te keren aan diegene die er recht op heeft (parkeerbedrijf, ondernemer). Deze stichting is de 'portemonnee' van het systeem en beheert daarmee inkomend en uitgaand geld (bijvoorbeeld de spaartegoeden, die geld vertegenwoordigen).

Omgaan met data en persoonsgegevens

De data die het loyaliteitssysteem oplevert is zeer uitgebreid en complex en ontzettend waardevol. De regels op het gebied van de Wet Bescherming Persoonsgegevens (Per 25 mei 2018 is de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG)) zijn streng en moeten goed in de gaten gehouden worden. De beheersorganisatie zorgt voor de borging, en privacy maar ook voor het vertalen van de data naar relevantie voor de stakeholders.

4 – Betrokkenheid provincie, gemeente, overige partners

Resultaat tot nu toe

Na enkele gesprekken met de provincie werd duidelijk dat zij bereid waren om Roosendaal, en daarmee andere middelgrote steden, te helpen de innovaties te realiseren. Er was geen bestaand programma waarbinnen het project een subsidie aanvraag kon doen maar gezien de mogelijkheden die deze pilot Roosendaal biedt voor andere gemeenten in Noord Brabant is de verkenning gestart om 'Smart City' mee te financieren. Er is inmiddels toegezegd dat Roosendaal kan rekenen op financiële steun vanuit de Provincie.

Dit bestaat uit twee onderdelen:

1 – korte termijn ondersteuning. Een bijdrage waarbij Roosendaal de eerste zichtbare stappen kan zetten met parkeergemak en loyaliteit. Dit goed te borgen in een versterking en professionalisering van de Binnenstadsorganisatie Roosendaal en de learnings beschikbaar krijgen.

2 – een lange termijn (3 jaar) betrokkenheid waar bij de totale business case van ca. € 1,9 mln het mogelijk maakt om de totale ambitie van 'Slimme Binnenstad' Roosendaal aanpak (ook inclusief infrastructuur) te realiseren én daarmee Roosendaal als proeftuin voor innovaties in de slimme binnenstad te positioneren.

Roosendaal is niet de eerste en de enige stad die de urgentie voelt en de stappen zet richting Smart City. Voor de provincie is het van belang dat hetgeen ontwikkeld wordt in Roosendaal ook als voorbeeld kan dienen voor andere (Brabantse) gemeenten. Ook wil Roosendaal niet alleen afhankelijk zijn van wat zij kan ontwikkelen. Er is een sterke behoefte dat verschillende middelgrote steden proberen verschillende kansen op te pakken en technieken, toepassingen en beheersvormen opzet opdat gezamenlijk de beste toepassingen kunnen worden overgenomen.

Roosendaal zoekt (naast de uitdaging die er ligt) de samenwerking met de Provincie om het traject invullen. Dit past naadloos in bestaande ontwikkelingen die in de Provincie plaatsvinden, waaronder het koopstromenonderzoek op basis van Big-data, de pilot Open Data van platform De Nieuwe Winkelstraat, de ontwikkelingen waar Eindhoven op inzet met Smart Cities.

De volgende stap

De Provincie wordt intensief betrokken bij de stappen die Roosendaal zet. In gesprekken zal steeds gezocht worden naar hoe Roosendaal als voorbeeld kan dienen voor andere Brabantse gemeenten. Er is een Loyalty

stand die onder andere op gemeentelijke beurzen en symposia ingezet kan worden om informatie te geven over de mogelijkheden van een Slimme Binnenstad en die het Loyalty programma kan laten ervaren (o.a. Dag van de Stad 20 nov. en Slotconferentie, Samen Hart voor de Zaak 7 dec).

5 - Borging lange termijn (Businesscase)

Resultaat tot nu toe

Ter voorbereiding op het traject in Roosendaal is eerst een projectbegroting gemaakt en een risico analyse op de verschillende pijlers. Hieruit bleek dat Smart City Roosendaal haalbaar was. De sprongkracht is echter wel afhankelijk van de mate van betrokkenheid en (co-)financiering van de partners. De projectbegroting of businesscase is een eerste aanzet maar zal in de toekomst zeker beheerd en bijgestuurd moeten worden (zie ook beheersorganisatie en Binnenstads B.V.

De volgende stap

Samen met de Binnenstadsorganisatie zal er nu toegewerkt worden naar realisatie en lancering van het Loyaliteitsprogramma i.c.m. Parkeren en Wifi.

Afsluiting

Contact:

- Binnenstadsbestuur: Samantha van Rooij
- Gemeente Roosendaal: Annemarie Scheurwater
- Ik Onderneem!: Rob Weiss

