

Gemeenteraad Roosendaal
Postbus 5000
4700KA Roosendaal

contactpersoon : Pascal Vermeulen
telefoonnummer : 14 0165
onderwerp : Raadsbrief inzake Samenwerkingsovereenkomst
doorontwikkeling Binnenstad Roosendaal

Roosendaal : 22-07-2021
ons zaaknummer : 359445
uw kenmerk :
bijlage(n) : 1 – Samenwerkings-
overeenkomst
doorontwikkeling
binnenstad Roosendaal
2 – Evaluatie Smart City
BV

Geachte dames en heren van de gemeenteraad,

Naar aanleiding van het rapport 'Roosendaal Gezonde Stad' werd in 2014 een Binnenstadsbestuur geformeerd met daarin vertegenwoordigers van alle stakeholders (bewoners, vastgoedeigenaren, horeca(KHN), retail (Collectief Roosendaal en Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal).

Midden 2018 werd de SmartCity Roosendaal B.V. opgericht, een destijds noodzakelijke juridische entiteit om o.a. de Roospas te implementeren. Deze SmartCity Roosendaal B.V. werd door het bureau BRO geëvalueerd, deze evaluatie werd toegelicht tijdens de raadsinformatiebijeenkomst op 14 april 2021. Het rapport is in bijlage 2 toegevoegd.

Deze evaluatie en de ambities voor de binnenstad vanuit de stakeholders hebben geleid tot een Samenwerkingsovereenkomst Doorontwikkeling Binnenstad Roosendaal (SOK, bijlage1).

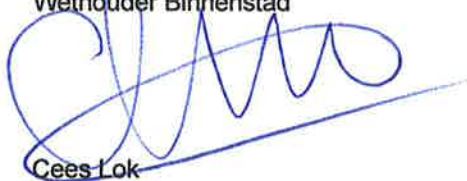
In deze SOK geven de partijen aan de SmartCity Roosendaal B.V. te willen omvormen naar een Roosendaal Binnenstad B.V.

Daarbij wordt op de volgende thema's samengewerkt :

- a) Vergroening en klimaatadaptie
- b) Stedelijke transformatie
- c) Bereikbaarheid
- d) Beleving door Cultuur
- e) Smart City (Loyalty-Roospas)
- f) Zero-emissie stadslogistiek
- g) Marketing en City-dressing
- h) Doorontwikkeling van de organisatie

Uw Raad wordt conform art. 169 lid 4 gemeentewet de mogelijkheid geboden om zijn wensen en bedenkingen ter kennis van het College te brengen voor 24 september 2021.

Hoogachtend,
Wethouder Binnenstad



Cees Lok

Concept Samenwerkingsovereenkomst Doorontwikkeling Binnenstad Roosendaal

20 mei 2021

1. Inleiding

In de binnenstad van Roosendaal werken, sinds 2014, de verschillende stakeholders: gemeente, ondernemers (winkeliers en horeca), vastgoedeigenaren en bewoners met elkaar samen om uitvoering te geven aan het plan 'Roosendaal Gezonde Stad' (2014, verder Plan Riek Bakker).

Dit plan gaf een antwoord aan de raadsmotie 'Een stad is meer dan steen' uit maart 2013.

Het vertrouwen tussen de stakeholders in de binnenstad werd hersteld door het vanuit de gemeente faciliteren van de binnenstadsorganisatie, onder leiding van een binnenstadsdirectie, met vertegenwoordiging van elk van de stakeholders in het bestuur.

Heden terugkijkend op een periode van meer dan vijf jaar kan gesteld worden dat een groot deel van de ambities in het plan Riek Bakker gerealiseerd werden, of in een fase van planvorming zitten. De tijd stond niet bepaald stil, Roosendaal stond ook niet stil. Het is goed nieuws dat dingen deels anders zijn gelopen dan in het plan beschreven, de strategie blijft echter overeind en zal overgenomen worden in de nieuwe visie voor ons centrum, heden met de werknaam 'Rondje Roosendaal'. Nog steeds blijft de ambitie ongewijzigd, een stadscentrum creëren dat grootser aanvoelt. Het kernwinkelgebied wordt daarbij compacter, vrijetijdsbesteding en cultuur worden daarbij nog belangrijker. De gemeente blijft, in samenwerking met de provincie, haar rol pakken in de ruimtelijke regie. Daarbij blijft het centrum prioriteit in de investeringen vanuit de verschillende beleidsterreinen.

Deze samenwerkingsovereenkomst heeft tot doel vast te leggen hoe we de komende jaren de thema's die spelen in de binnenstad met elkaar, vanuit de belangen van de diverse stakeholders, bij de kop kunnen pakken. De coronacrisis en de veranderende functie van binnensteden maakt intensieve samenwerking nog urgenter.

Reeds in mei en september 2019 werden in twee Co Design Sessies met een groep van circa 40 deelnemers nagedacht over de 'Doorontwikkeling van de Binnenstad Roosendaal', binnen de kaders van het bestaande plan 'Roosendaal Gezonde Stad'. Daarbij werden de inzichten uit de Stedelijke Agenda Brabantstad 2018 – 2022 benut. We herhalen daarom hier het quotum van Benjamin Barber uit deze agenda: "De toekomst is aan samenwerkende steden. Dáár zullen de oplossingen voor de grote maatschappelijke problemen vandaan moeten komen." "Om te kunnen floreren moeten de steden zich richten op samenwerking en netwerken, op creativiteit en innovatie."

Samenwerken dus, niet alleen tussen de stakeholders in de binnenstad maar ook met de blik naar andere steden. Als resultaat van de Co Design in 2019 kwamen de volgende acht thema's naar voren:

1. Vergroening en klimaatadaptatie
2. Stedelijke Transformatie
3. Bereikbaarheid
4. Beleven door Cultuur
5. Smart City
6. Zero-emissie stadslogistiek
7. Marketing en City-dressing
8. Doorontwikkeling van de organisatie

2. Samenhang doorontwikkeling van de binnenstad en de regionale positionering van Roosendaal

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 daarbij om te komen tot een sterke steden-as in de regio West-Brabant, waar het voorzieningenniveau op peil is en de bereikbaarheid verbeterd. Qua functies en voorzieningen wordt daarbij ook gekeken naar complementariteit. Deze opgave en de bijbehorende ambities zijn omschreven in de position paper Sterke Steden. In opdracht van een bestuurlijke kopgroep van vijf steden is, onder begeleiding van de regio West-Brabant, verkend waar de gezamenlijke agglomeratiekracht ligt en hoe elke stad onderling complementair daar een unieke bijdrage aan kan leveren. Voor Roosendaal wordt dit omschreven onder de titel 'Werkspoor' met opgaven in urban leisure en smart retail.

Het realiseren van de opgaven uit Sterke Steden noodzaakt een gebiedsgerichte aanpak van het centrumgebied Roosendaal, wat wordt vorm gegeven in het plan 'Rondje Roosendaal', in samenwerking met de provincie en alle betrokken stakeholders.

De potentie van de westflank in de Sterke Stedenrij heeft er ook toe geleid dat Roosendaal en Bergen op Zoom als vierde stedelijke regio zijn benoemd binnen de provincie Noord-Brabant. In dat kader wordt een Ontwikkelplan West-Brabant-West vorm gegeven dat mede zal leiden tot een regionale investeringsagenda (RIA) West-Brabant-West.

Het spreekt voor zich dat de binnenstad van Roosendaal een hoofdrol speelt in deze verstedelijkingsopgave. Een veelzijdige binnenstad met een sterke commercieel hart, een aangenaam woon- en werkklimaat en een stationsomgeving met een hoge economische en maatschappelijke waarde is van grote waarde voor Roosendaal. Het 'Rondje Roosendaal' wordt een planuitwerking waar de ambities op het gebied van duurzaam wonen, voorzieningen en bereikbaarheid optimaal met elkaar worden verweven. Daar is een goede samenwerking voor nodig en deze is reeds geruime tijd aanwezig in Roosendaal. De transformatie van de Dr. Brabersstraat is op dat vlak een voorloper van wat komen gaat, Rondje Roosendaal is de voortzetting van een Roosendaalse stedelijke transformatie die reeds op onderdelen bijna in uitvoering is.

3. Evaluatie Smart City B.V.

Uit de evaluatie van de Smart City B.V. door BRO einde 2020-begin 2021 blijkt dat de samenwerking in het binnenstadsbestuur en de samenwerking binnen de B.V. via een raad van commissarissen vaak inhoudelijk overlappen. De samenwerking is reeds dermate doorontwikkeld dat de samenwerkende partijen van mening zijn dat met een effectievere en efficiëntere inzet van middelen, verdere professionalisering en een meer eenduidige samenwerking de huidige informele samenwerking kan worden versterkt. Hiertoe wordt nu deze voorliggende samenwerkingsintentieovereenkomst opgesteld, om de huidige SmartCity Roosendaal BV te verbreden naar een Binnenstad Roosendaal BV, waarbij partijen (waaronder de provincie op termijn) op meerdere thema's bijdragen: in kennis, netwerk en geld.

De naam en doelstelling van SmartCity Roosendaal BV wordt hiertoe formeel aangepast. De huidige informele samenwerking en het toetreden van de Stichting Cultuur verbindt Roosendaal en de Stichting City Marketingbureau Roosendaal als adviserend lid in de Raad van Commissarissen van SmartCity Roosendaal BV wordt hiermee geformaliseerd.

Concept Samenwerkingsovereenkomst Doorontwikkeling Binnenstad Roosendaal

1. Gemeente Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "de Gemeente";
2. Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "SPWR";
3. Vereniging Collectief Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "de VCR";
4. Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "KHN";
5. Vereniging van Vastgoedeigenaren Compacte Binnenstad Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "Vastgoedeigenaren";
6. Stichting Bewonersplatform Centrum Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "Bewonersplatform";
7. Stichting Cultuur Verbindt Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "SCVR";
8. SmartCity Roosendaal B.V., [.....], hierna te noemen: "de Vennootschap";
9. Stichting City Marketingbureau Roosendaal, [.....], hierna te noemen: "RCM".

De ondergetekenden [2] tot en met [4] hierna gezamenlijk te noemen: "Ondernemers";

De ondergetekenden 1 tot en met 9 hierna gezamenlijk te noemen: "Partijen" en ieder afzonderlijk te noemen: "Partij";

Overwegende.

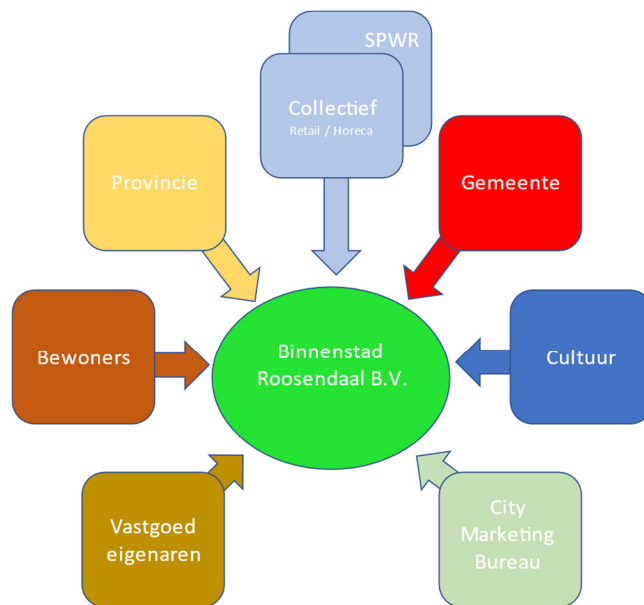
- Dat de Gemeente, de Ondernemers, de Vastgoedeigenaren en het Bewonersplatform sinds mei 2018 in het verband van de Vennootschap onder de noemer 'SmartCity Roosendaal BV' effectief samenwerken met als doel het gezamenlijk ontplooiën van activiteiten, waarbij technologie in brede zin wordt ingezet als middel om de (binnen)stad van Roosendaal te versterken en aantrekkelijker te maken voor consumenten, bewoners, ondernemers en commercieel vastgoedeigenaren;
- Dat deze Partijen inmiddels eveneens op andere gebieden dan middels inzet van technologie, informeel samenwerken om de (binnen)stad van Roosendaal te versterken en aantrekkelijker te maken voor consumenten, bewoners, ondernemers en commercieel vastgoedeigenaren;
- Dat deze Partijen van mening zijn en ook verwachten dat met een effectievere en efficiëntere inzet van middelen, verdere professionalisering en een meer eenduidige aansturing, deze informele samenwerking kan worden versterkt;
- Dat om die reden deze Partijen ook deze informele samenwerking willen onderbrengen in de formele samenwerking in het verband van de Vennootschap en deze formele samenwerking derhalve willen verbreden;
- Dat de provincie bij beschikking van 31 januari 2018 een eerste subsidie van € 101.250,- en bij beschikking van 2 juli 2019 een tweede subsidie van € 598.622,- heeft verstrekt aan de gemeente Roosendaal voor de financiering van de activiteiten die door de samenwerking in het verband van de Vennootschap onder de noemer 'SmartCity Roosendaal BV' worden ontplooid;

- Dat partijen naast deze financiële inbreng door de provincie ook belang hechten aan een nauwe betrokkenheid bij en daarmee een inhoudelijke inbreng van de provincie in deze samenwerking waarmee invulling kan worden gegeven aan de door de provincie bij de verlening van de tweede subsidie gestelde voorwaarde van wederkerigheid. De provincie heeft aangegeven de uitwerking en afweging van verdere provinciale participatie mee te nemen in de Binnenstad BV/ SmartCity Roosendaal BV en de transformatie van het oude centrum samen te nemen, dit gebeurt in het 'Rondje Roosendaal'. In 2021 komt uitsluitsel over deze participatie en daarmee de bijdrage van de provincie aan de binnenstadsaanpak.
- Dat tenslotte partijen er ook belang aan hechten dat het cultureel veld een inbreng heeft in deze samenwerking en dat met een betrokkenheid van SCVR hieraan invulling kan worden gegeven;
- Dat partijen er eveneens belang aan hechten dat de marketing van activiteiten in de binnenstad wordt afgestemd met marketingactiviteiten van de gemeente Roosendaal en dat met de betrokkenheid van de Stichting City Markeringbureau Roosendaal in de onderneming hieraan invulling kan worden gegeven.
- Dat de partijen een plan van aanpak voor de uitvoering van de verbrede samenwerking hebben opgesteld. Deze aanpak richt zich op een aantal thema's. Op basis van voortschrijdend inzicht kunnen thema's toegevoegd of weggelaten worden, wanneer dit bijdraagt aan de gezamenlijke ambities;
- Dat partijen met deze overeenkomst op zichzelf geen bevoegdheden of financiële middelen beogen over te dragen maar daarover wel in de verdere uitwerking van de samenwerking op projectniveau afspraken (kunnen) maken;
- Dat partijen gezien deze overwegingen de navolgende afspraken willen maken:

Komen het volgende overeen:

1. Doel

- 1.1 Partijen beogen met deze overeenkomst een kader te scheppen voor de verbreding van de samenwerking in het verband van de Vennootschap om de (binnen)stad van Roosendaal te versterken en aantrekkelijker te maken voor consumenten, bewoners, ondernemers en commercieel vastgoedeigenaren, waarbij ook het brede belang van cultuur en de inbreng vanuit de Provincie een plaats krijgt. Zie onderstaande afbeelding:



- Met de verbreding van de samenwerking in het verband van de Vennootschap beogen Partijen: Efficiënte en effectievere inzet van middelen;
- Verdere professionalisering van de uitvoeringsorganisatie en opdrachtverstrekking aan de (onder)aannemers en partners;
- Betere aansturing en samenwerking van het team in de uitvoeringsorganisatie

om zodoende de uitvoering van de doorontwikkeling van de binnenstad van Roosendaal als bedoeld in lid 1 te optimaliseren.

2. Statutenwijziging en aangaan samenwerkingsovereenkomst

Partijen realiseren zich dat voor een verdere formele samenwerking zowel de naam als statutaire doelstelling van SmartCity Roosendaal BV moeten worden gewijzigd naar Roosendaal Binnenstad BV. Daarbij wordt de doelstelling verbreed naar een samenwerking die erop gericht is om de binnenstad van Roosendaal te versterken en aantrekkelijker te maken voor consumenten, bewoners, ondernemers en commercieel vastgoedeigenaren, waarbij ook het brede belang van cultuur een plaats krijgt.

Stichting Cultuur Verbindt Roosendaal en Stichting Citymarketingbureau Roosendaal krijgen net als de Stichting Bewonersplatform Centrum Roosendaal een adviserende stem in de raad van commissarissen.

3. Uitvoering

3.1 Partijen hanteren voor de uitvoering van de verbrede samenwerking als bedoeld in artikel 1 het Plan van Aanpak. Overeenkomstig het Plan van Aanpak vindt de uitvoering van de verbrede samenwerking plaats via de volgende thema's c.q. projecten:

- a. Vergroening en klimaatadaptatie
- b. Stedelijke Transformatie
- c. Bereikbaarheid
- d. Beleving door Cultuur
- e. Smart City
- f. Zero-emissie stadslogistiek
- g. Marketing en City-dressing
- h. Doorontwikkeling van de organisatie

3.2 In afstemming met de overige Partijen formuleert het bestuur van de Vennootschap per thema c.q. project een voorstel voor de aanpak daarvan, hierna te noemen: "een Projectvoorstel". Een Projectvoorstel geeft in ieder geval inzicht in de volgende onderwerpen:

- Wat Partijen met het project willen bereiken
- Welke begroting van kosten en opbrengsten voor het project geldt en welke financiële middelen daarvoor beschikbaar zijn
- Hoe de organisatie voor de uitvoering van het project is ingericht en welke rol partijen daarbij vervullen (coördinatie, opdrachtgeverschap etc.)
- Welke planning voor de uitvoering van het project geldt
- Projectvoorstellen worden nauwgezet afgestemd met het Rondje Roosendaal

3.3 Het bestuur van de Vennootschap legt een aldus geformuleerd Projectvoorstel ter vaststelling voor aan de raad van commissarissen van de Vennootschap. Vaststelling van een Projectvoorstel vindt plaats onder het voorbehoud van de benodigde goedkeuring door het daartoe bevoegde (bestuurs)orgaan van de betreffende Partij.

3.4 De Vennootschap zorgt voor de ondersteuning van de uitvoering van een project overeenkomstig het vastgestelde Projectvoorstel naast een eventuele andere rol bij de uitvoering van het project overeenkomstig het vastgestelde Projectvoorstel.

3.5 Naast de vaststelling van de Projectvoorstellen draagt de raad van commissarissen zorg voor de bewaking van de samenhang tussen de verschillende projecten en het toezicht op de voortgang van de uitvoering van de projecten en het bereiken van de geformuleerde doelen. De raad van commissarissen van de Vennootschap komt hiertoe minimaal 8 keer per jaar bijeen. Het bestuur van de Vennootschap brengt hiertoe 1 keer per kwartaal een rapportage uit met de stand van zaken per project tegen de achtergrond van het Plan van Aanpak en de vastgestelde Projectvoorstellen aan de raad van commissarissen van de Vennootschap.

3.6 Om de uit een vastgesteld Projectvoorstel voortvloeiende taken en verantwoordelijkheden in verband met een aan hem daarin toegekende rol te kunnen uitvoeren zal een Partij gedurende de uitvoering van het betreffende project voldoende menskracht ter beschikking stellen.

- 3.7 Om de uit deze overeenkomst voortvloeiende taken en verantwoordelijkheden bij de uitvoering van de verbrede samenwerking te kunnen uitvoeren stelt de directie jaarlijks een organisatieplan voor.

4. Financiën

Voor ieder project binnen de genoemde thema's in het plan van aanpak zal een gezamenlijke projectbegroting worden gemaakt in de verdere uitvoering. De partijen zoals genoemd in de deze overeenkomst zullen naar gelang hun belang en draagkracht een financiële bijdrage leveren.

5. Looptijd en evaluatie

- 5.1 Deze overeenkomst wordt aangegaan voor onbepaalde tijd.
- 5.2. Jaarlijks, voor het eerst medio 2022, evalueren Partijen de uitvoering van deze overeenkomst.

6. Beëindiging

- 6.1 Onverminderd de gevolgen die de wet verbindt aan een tekortkoming in de nakoming van verplichtingen uit deze overeenkomst eindigt deze overeenkomst van rechtswege [of: kan (zijn deelname aan) deze overeenkomst met onmiddellijke ingang door een Partij worden beëindigd zonder rechterlijke tussenkomst door middel van een schriftelijke mededeling aan de andere Partijen] indien:
- a. bij een Partij sprake is van een (aanvraag tot) surseance van betaling of faillissement of executoriaal beslag op zijn goederen van een (rechts)persoon wordt gelegd of indien deze Partij anderszins onderwerp wordt van daarmee gelijkstaande procedures ingevolge bepalingen van vergelijkbare wetgeving (insolventie);
 - b. de subsidiebeschikking(en) als bedoeld in artikel 4 word(t)(en) ingetrokken dan wel in een gerechtelijke procedure word(t)(en) geschorst of vernietigd;
 - c. Partijen gezamenlijk hebben vastgesteld dat de doelen van hun samenwerking niet (verder) kunnen worden voltooid;
- 6.2 Ingeval van beëindiging van deze overeenkomst zijn Partijen [of: is de beëindigende Partij] aan de andere Partijen geen vergoeding verschuldigd in verband met deze beëindiging tenzij het in vervulling gaan van een voorwaarde voor beëindiging het gevolg is van opzet of grove schuld aan de zijde van een Partij in welk geval die Partij gehouden is de rechtstreeks uit zijn handelwijze voortvloeiende kosten en schade van de andere Partijen te vergoeden voor zover deze kosten en schade redelijk en aantoonbaar zijn. Beëindiging van deze overeenkomst laat onverlet de verplichting tot nakoming van de verplichtingen die tot moment van beëindiging uit deze overeenkomst zijn ontstaan.

7. Publiekrechtelijke verplichtingen

- 7.1 Het gestelde in de overeenkomst laat onverlet de taken en bevoegdheden en de daaruit voortvloeiende verplichtingen en verantwoordelijkheden van (de bestuursorganen van) de Gemeente in het kader van de Wet ruimtelijke ordening en andere wet- en regelgeving, waaronder die betreffende staatssteun, en de daaruit voortvloeiende (ruimtelijke) kaders van toepassing op of betrekking hebbende op deze overeenkomst.
- 7.2 De andere Partijen kunnen de Gemeente niet aansprakelijk houden voor enige tekortkoming in de nakoming van hun verplichtingen uit deze overeenkomst indien de tekortkoming voortvloeit uit handelen of nalaten van (een bestuursorgaan van) de Gemeente waartoe deze op grond van de in lid 1 bedoelde taken en bevoegdheden en de daaruit voortvloeiende verplichtingen en verantwoordelijkheden is gehouden.

8. Nietigheid/vernietigbaarheid

- 8.1 Indien enige bepaling uit deze overeenkomst onverbindend is, dan blijven de andere bepalingen uit deze overeenkomst van kracht. Partijen zullen in verband met de onverbindende bepaling(en) een vervangende regeling treffen zodanig dat de inhoud van deze overeenkomst zoveel mogelijk hetzelfde blijft.

9. Onvoorziene omstandigheden

- 9.1 Indien zich omstandigheden voordoen die bij het aangaan van deze overeenkomst niet waren voorzien en die een ongewijzigde voortzetting van deze overeenkomst niet rechtvaardigen, treden Partijen in overleg over wijziging van de overeenkomst.
- 9.2 Partijen plegen overleg, gericht op het bereiken van overeenstemming, om een vervangende regeling te treffen, waaraan op zodanige wijze inhoud wordt gegeven dat de strekking van het desbetreffende voorschrift van deze overeenkomst zoveel mogelijk in stand blijft.

10. Aanvulling en/of wijziging van de Overeenkomst

- 10.1 Deze overeenkomst kan alleen met schriftelijke instemming van alle Partijen worden gewijzigd.
- 10.2 Een Partij kan de andere Partijen schriftelijk verzoeken deze overeenkomst te wijzigen. Partijen treden binnen 2 (zegge: twee) weken na een dergelijk verzoek in overleg over wijziging van deze overeenkomst.
- 10.3 De wijziging van deze overeenkomst behoeft schriftelijke toestemming van beide Partijen. De wijziging en de verklaring van toestemming wordt in afschrift als bijlage aan de overeenkomst gehecht.

11. Geschillen

- 11.1 Alle geschillen die tussen Partijen uit deze overeenkomst voortvloeien of daarmee verband houden, waaronder de geschillen die slechts door één Partij als zodanig worden beschouwd, zullen zoveel mogelijk door middel van goed overleg tot een oplossing worden gebracht.
- 11.2 Indien Partijen niet tot een oplossing komen zullen de geschillen worden beslecht door de bevoegde rechter van de rechtbank Zeeland-West-Brabant.

Aldus overeengekomen te Roosendaal d.d.

Datum:

Naam:

Gemeente Roosendaal

Datum:

Naam:

Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal

Datum:

Naam:

Vereniging Collectief Roosendaal

Datum:

Naam:

Koninklijke Horeca Nederland,
Afdeling Roosendaal

Datum:

Naam:

Vereniging van Vastgoedeigenaren
Compacte Binnenstad Roosendaal

Datum:

Naam:

Stichting Bewonersplatform Centrum Roosendaal

Datum:

Naam:

Stichting Cultuur Verbindt Roosendaal

Datum:

Naam:

Stichting Citymarketingbureau Roosendaal

Uitwerking van de thema's

Per thema wordt hieronder een doorkijk gegeven en een trekker benoemd. Niet alle thema's worden getrokken

Vergroening en klimaatadaptatie

De ambitie is om te komen tot 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.

In de programmabegroting van de gemeente Roosendaal zijn voor 2022 de volgende doelstellingen opgenomen :

rapportcijfer bezoekers binnenstad 7,0

rapportcijfer inwoners over sfeer en gezelligheid binnenstad 6,5

rapportcijfer ondernemers over sfeer en gezelligheid in de binnenstad 6,5

Middels de beleidsnotitie 'Roosendaal natuurstad' heeft dit college de ambitie uitgesproken om 15% meer groen gerealiseerd te hebben in 2025 t.o.v. 2018.

Het pilotproject vergroening en klimaatadaptie 'de ster van Roosendaal' wordt benut als start waarbij de opgedane expertise wordt toegepast op een aantal plekken met hittestress, we denken hier bijvoorbeeld aan:

1. Tussen de Markten
2. Raadhuisstraat: - gevels en openbare ruimte
3. Nieuwe Markt:
 - Gevels
 - Entree Parkeergarage
4. Cultuurplein
5. Parkeergarage Roselaar / Wereldhave
6. Dr. Brabersstraat – wordt meegenomen in de herontwikkeling van V&D en Roselaarplein

Trekker: Gemeente i.s.m. provincie, vastgoedeigenaren en ondernemers.

Planning

2021
<ol style="list-style-type: none">1. Ster van Roosendaal (aanleg)2. Tussen de Markten3. Entree Parkeergarage Nieuwe Markt4. Gevel Parkeergarage / Roselaar
Nieuwe Markt gevels
2022
<ol style="list-style-type: none">1. Dr. Brabersstraat2. Binnentuin voormalig V&D pand3. Cultuurplein

Stedelijke transformatie

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

Reeds in het plan 'Roosendaal Gezonde Stad' is gekozen voor een binnenstad die compacter wordt, maar grootser aanvoelt. Dit betekent het concentreren van winkelfuncties en horeca in het kernwinkelgebied en daarbuiten de transformatie naar wonen en werken faciliteren.

In 2021 is de gemeente in samenwerking met de provincie Noord-Brabant gestart met Rondje Roosendaal, een visie op de ruimtelijk-economische ontwikkeling van het centrum van Roosendaal dat ook het plangebied van 'Roosendaal Gezonde Stad' omvat.

Concrete doelen worden tijdens deze opgave vormgegeven.

Trekkers: Gemeente en provincie.

Bereikbaarheid

Ambitie: De binnenstad is goed en laagdrempelig bereikbaar met alle vervoersmodaliteiten. Bezoekers kunnen eenvoudig hun weg vinden.

Doelen :

- Er is voldoende stallingsaanbod voor auto's, fietsen en overige voertuigen voor de bezoekers van de binnenstad.
- Bezoekers beoordelen de bereikbaarheid van de binnenstad in 2022 met een 7,0.

In 2019 werd de 'centrumring' rondom de compacte binnenstad opgeleverd. Vervolgens wordt **de toegang tot de autoluwe binnenstad gedigitaliseerd** met als doel afscheid te nemen van fysieke pasjes. Dit maakt een scherpere en permanente handhaving mogelijk die de overlast moet terugdringen van vervoersbewegingen in de autoluwe zone van de binnenstad na 11.00 uur. Naar de toekomst toe wordt onderzocht hoe voertuigen geweerd kunnen worden op basis van hun milieuklasse om uiterlijk in 2030 een zero-emissie zone in te stellen.

Om de binnenstad bereikbaar te houden voor toeleveranciers buiten de vensteruren of met een voertuig dat niet aan de gewenste milieunormen voldoet wordt een **logistieke hub** onderzocht. Deze kan ook goederen bundelen en is wellicht ook inzetbaar als pick-up locatie.

Een slimme distributie en routing draagt bij aan een gezonde en rustige binnenstad wat het wooncomfort 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.

Trekkers: Gemeente en provincie i.s.m. ondernemers

Beleving door Cultuur

Ambitie: Het vergroten van de aantrekkingskracht van de binnenstad door het versterken van culturele waarde als bezoekmotief. Het vergroten van de aantrekkingskracht van de culturele instellingen voor bezoekers van de binnenstad met een ander bezoekmotief.

De afgelopen periode is ingezet op een gunstig klimaat waarin cultuur het beste tot bloei kan komen door een podium te bieden voor culturele verbinding, samenwerking en vernieuwing.

Zo wordt er nu bijvoorbeeld geïnvesteerd in de professionele cultuurmaker, zij kunnen fundamentele bijdragen leveren aan de ontwikkeling en vernieuwing van de Roosendaalse cultuursector en samenleving als ze hierin een positie krijgen. Het resultaat is er: de gemeente Roosendaal is aantrekkelijker voor (jonge) culturele makers en kunstenaars keren ook terug naar de stad om hier projecten op te zetten.

De volgende stap: matchen van de ambities/doelstellingen van de binnenstad met die van cultuur. Waarbij tegelijkertijd doorgepakt wordt op culturele kansen die er nu liggen. Zo zijn er bijvoorbeeld kansen voor een groter artistiek hoogwaardig cultureel evenement als theaterfestival op de grens waarbij de binnenstad het decor van theater kan zijn. En kan het verhaal van Roosendaal op creatieve wijze via storytelling gebracht worden.

Trekkers: Stichting Cultuur Verbindt Roosendaal en Stichting Citymarketingbureau Roosendaal

SmartCity

SmartCity bestaat uit SmartCity Loyalty (trekker Binnenstad Roosendaal B.V.) en SmartCity Living Lab (trekker Gemeente Roosendaal)

SmartCity Loyalty

Ambitie:

Roosendaal heeft een toonaangevend loyaliteitssysteem dat gebruik maakt van de meest actuele technieken waarbij zowel ondernemers als consumenten meerwaarde ervaren in het participeren. Verder is het de ambitie het loyaliteitssysteem verder te ontwikkelen tot een systeem waarmee bezoekers kennis kunnen nemen van de (verborgen) waarden van de stad. Denk daarbij aan groen, erfgoed, cultuur en mobiliteit. De verkregen data kunnen worden gebruikt voor monitoring en sturing.

Doelen

- Maandelijks dashboard waarmee partijen en bestuur adequaat worden geïnformeerd en wordt gebruikt voor monitoring en sturing
- Partijen delen omzetindexen t.b.v. dashboard en opstellen KPI
- Er wordt gewerkt met KPI's voor o.a. bezoekersaantallen, herhalingsbezoek, omzetontwikkeling, verblijfsduur, enz.
- ROOS24 heeft een dekkende businesscase, met mogelijk externe financieringsbron(en)
- ROOS24 app kent de volgende functionaliteiten
 - Location Based Services, gamification, data verwerken, digitale cadeaupas etc.
- beoordeling gastvrijheid / bereikbaarheid / aantrekkelijkheid ROOS24 heeft
 - 100 deelnemende ondernemers (is nu 60)
 - 35.000 pas/app houders (is nu 18.000)
 - 250.000 transacties per jaar (is nu 135.000)
 - De gespaarde punten met de Roospas/Roosapp / jaar stijgt met 100% t.o.v. 2019
- Er wordt voor € 200.000 per jaar aan RoosCadeaukaarten gekocht
- De marketing voor ROOS24 wordt uitgevoerd door Binnenstad Roosendaal B.V met de bovenstaande doelstellingen.

Trekker: Binnenstad Roosendaal BV

SmartCity Living Lab Roosendaal

Voor de doorontwikkeling van het Living lab Roosendaal hebben we de volgende ambitie:

- Het meten van de omgevingskwaliteit (temperatuur, neerslag, luchtvochtigheid, fijnstof).
- Verbeteren bereikbaarheid en mobiliteit: groene zones en intelligente stoplichten.
- Parkeren: bezoekers begeleiden naar vrije parkeerplaats via navigatie apps (link met routing).
- Regelen van openbare verlichting afhankelijk van weer, tijd of gebeurtenissen.
- Smart beheer: experimenten meten en beheren openbare ruimte (bijv. grondwaterpeil, waterpeil, (riool)waterkwaliteit of toestand van de wegen).

Trekker: Gemeente Roosendaal

Zero-emissie stadslogistiek

Ambitie: Een slimme en milieuvriendelijke distributie en routing draagt bij aan een gezonde, rustige en gastvrije binnenstad wat het wooncomfort en de belevingswaarde verhoogt. De binnenstad van Roosendaal wordt Zero-emissie bevoorraad, waarbij wij aansluiten bij de ontwikkelingen vanuit de Rijksoverheid.

Doelen:

- Binnenstad is alleen toegankelijk voor bevoorrading met zero emissie voertuigen

In navolging van het Klimaatakkoord vanuit de Rijksoverheid is het streven in Roosendaal om de uitstoot van CO₂, fijnstof en stikstof zoveel mogelijk te reduceren.

Trekker : Gemeente

Marketing en City-dressing

Ambitie: De binnenstad van Roosendaal, integraal onderdeel van de stad Roosendaal, krijgt een herkenbaar en aantrekkelijk profiel voor de huidige en toekomstige doelgroepen. Het bezoek aan de stad wordt veraangenaamd door de verzorgde uniforme aankleding en uitstraling van de binnenstad. Alle activiteiten tezamen moeten zorgen voor meer bezoekers aan de stad.

Citybranding

De Binnenstad Roosendaal B.V. gebruikt de gezamenlijke huisstijl van het merk Roosendaal om uniformiteit en herkenbaarheid te creëren samen met de andere gebruikers met als doel het imago van Roosendaal te versterken.

De branding van de binnenstad in zijn totaliteit vormt onderdeel van de marketing en branding van de gehele stad, en is onderdeel van de strategie Citymarketing. Deze wordt in samenspraak met de Binnenstad uitgevoerd.

Citydressing

Voor een aantrekkelijke binnenstad worden sfeerverhogende elementen ingezet. De citydressing van de binnenstad bestaat uit hanging baskets, sfeerverlichting, aankleding leegstaande panden en de banieren/vlaggen

De Binnenstad Roosendaal B.V. draagt, in afstemming met de werkgroep Citydressing, zorg voor deze zaken met uitzondering van:

- 30 masten en bijbehorende banieren. Deze worden gecoördineerd door RCM.
- Bewegwijzering. Deze wordt verzorgd door de gemeente.

Evenementen

Evenementen dragen bij aan een beleefbare stad. Het trekt (extra) bezoekers en de verblijfstijd wordt hiermee verlengd. De Binnenstad Roosendaal B.V./Collectief faciliteert en organiseert indien nodig evenementen en activiteiten in de binnenstad.

Daarnaast stimuleert RCM o.a. i.o.m. de Binnenstad Roosendaal B.V. nieuw aanbod om meer bezoekersdoelgroepen aan de stad te verbinden.

Daarnaast worden sterevenementen ingezet die bijdragen aan het beeldbepalende karakter voor de stad, die zorgen voor groei naar een toekomstbestendig en duurzaam evenement voor Roosendaal en inzetten op jonge ondernemers en bewoners.

Marketing en Promotie van de binnenstad

De marketing van de binnenstad valt verder uiteen in meerdere onderdelen: making (aanbod) en promotie (actiematig)

De promotie (van de ondernemers) in de binnenstad wordt, in opdracht van Collectief Roosendaal, verzorgd door Binnenstad Roosendaal B.V. en onder andere gecommuniceerd via de kanalen van RCM.

Doorontwikkeling organisatie Binnenstad Roosendaal B.V.

Ambitie: Een efficiënte, flexibele en slagvaardige organisatie die partijen verbindt ondersteunt en ontzorgt. Gekoppeld aan de gezamenlijke ambities en de actualiteit.

In de afgelopen 5 jaar hebben we als netwerkorganisatie al goed met elkaar samengewerkt. Daarnaast is er sinds mei 2018 een aparte B.V. opgezet door de verschillende stakeholders in de binnenstad ten behoeve van SmartCity projecten. Het voornemen is om deze SmartCity Roosendaal B.V. te verbreden naar een Binnenstad Roosendaal B.V. met als belangrijkste doelstellingen:

- Efficiënte en effectievere inzet van middelen
- Verdere professionalisering van de uitvoeringsorganisatie en opdrachtverstrekking aan de onderaannemers en partners
- Meer eenduidige samenwerking waarbij partijen op meerdere thema's bijdragen: in kennis, netwerk en geld
- Betere aansturing en samenwerking van het team in de uitvoeringsorganisatie

Trekker: Bureau Binnenstad i.s.m. Partijen

Evaluatie Smartcity Roosendaal

Gemeente Roosendaal

<Status>



titel rapport
**Evaluatie Smartcity
Roosendaal**

datum
2 december 2020

projectnummer
P0355

opdrachtgever
Gemeente Roosendaal

BRO
Projectleider
RvL
Projectteam
NvG

bron Kaft
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl



*“Het doel van wetten is niet om af te schaffen of te beperken,
maar om vrijheid te behouden en te vergroten.”*
John Locke

Inhoudsopgave

1 Inleiding en aanpak	3
2 Conclusie evaluatie	5
2.1 Belang en tevredenheid Smartcity	5
2.2 Doorontwikkeling Smartcity	5
2.3 Effectiviteit	5
2.4 Communicatie met achterban	5
2.5 Communicatie met partners	5
2.6 Projecten Smartcity	5
2.7 Monitoring reorganiseren	6
3 Interne organisatie	7
3.1 Opbouw interne organisatie	7
3.2 Functioneren interne processen	7
3.3 Aanbevelingen interne processen	8
4 Externe organisatie	10
4.1 Opbouw externe organisatie	10
4.2 Functioneren externe processen	10
4.3 Aanbevelingen externe processen	11
5 Resultaten Smartcity	12
5.1 Projecten Smartcity	12
5.2 Functioneren Smartcity projecten	12
5.3 Aanbevelingen Smartcity projecten	14
Bijlage 1: Analyseresultaten enquête Smartcity B.V.	16
Respons	16
Resultaten	16
Samenwerking met Smartcity	16
Projecten Smartcity	17
Tevredenheid projecten	17
Conclusie	19

1 Inleiding en aanpak

Aanleiding

Smartcity Roosendaal B.V. (Smartcity) is al enkele jaren actief en vormt het operationele en strategische binnenstadsbestuur op de 'smartcity' thema's voor de binnenstad van Roosendaal. In opdracht van de gemeente Roosendaal heeft BRO een objectieve evaluatie uitgevoerd van Smartcity Roosendaal B.V., zowel op inhoud als proces. Het resultaat van de evaluatie is vastgelegd in dit rapport.

Context en historie

In 2014 heeft de gemeenteraad de visie 'Roosendaal gezonde stad' van Riek Bakker aangenomen. Hierin is de ontwikkelvisie op de binnenstad van Roosendaal vastgelegd. Sinds de vaststelling van deze visie bestaat er voor de binnenstad een informele samenwerkingsorganisatie met daarin een vertegenwoordiging van de gemeente, de ondernemers de vastgoedeigenaren en de bewoners. In deze samenwerking staan brede en integrale thema's centraal, zoals het werken naar een compacte binnenstad, ontwikkeling van parkeerbeleid, versterken samenwerking tussen verschillende partijen en het verbinden van particuliere investeringsinitiatieven met gemeentelijke projecten.

Op 18 mei 2018 is formeel Smartcity Roosendaal B.V. opgericht, met als doel enkele onderdelen van de visie 'Roosendaal gezonde stad' van Riek Bakker uit te voeren (in de vorm van projecten). Het bestuur van de informele samenwerkingsorganisatie komt grotendeels overeen met de Raad van Commissarissen van Smartcity Roosendaal B.V. Formeel zijn hetqua organisatie, doelen, projecten en geldstromen aparte organisaties. In de praktijk zijn de informele samenwerkingsorganisatie van de binnenstad en de formele Smart-

city Roosendaal B.V. echter steeds meer met elkaar verweven. In deze evaluatie staat uitsluitend Smartcity Roosendaal B.V. centraal, maar in de aanbevelingen is rekening gehouden met de praktische werkwijze en verwevenheid van de formele en informele organisatie.

Doelen, aandachtsgebieden en projecten smartcity

In de oprichtingsakte staan voor Smartcity Roosendaal B.V. de volgende doelen van de vennootschap beschreven:

- a) Het gezamenlijk ontplooiën van activiteiten, waarbij **technologie** in brede zin wordt ingezet als middel om de (binnen) stad Roosendaal te versterken en aantrekkelijker te maken voor consumenten, bewoners, ondernemers en commercieel vastgoedeigenaren.
- b) Het **samenwerken** met, het deelnemen in, het overnemen van en het voeren van bestuur over andere vennootschappen, rechtspersonen en ondernemingen, waarbij het uitgesloten is dat de vennootschap registergoederen verkrijgt.

Op basis van de website (www.hartvoordebinnenstad.nl) zijn binnen smartcity de volgende aandachtsgebieden benoemd:

- Smart Retail;
- Smart Data;
- Smart Infra;
- Smart Ondernemen;
- Smart Beheer.

Aan de bovenstaande aandachtsgebieden zijn (momenteel) diverse projecten gekoppeld:

- Roospas;
- Monitoring (Smartcity dashboard);
- App;
- Wifi;
- Collectief Roosendaal (online ROOS24, avonden).

Onderzoeksthema's

In de evaluatie staan een viertal onderzoeksthema's centraal:

1. **Functioneren interne organisatie:** We beschrijven hoe de interne organisatie opereert, intern communiceert en besluiten neemt. Onder de interne organisatie verstaan we de Smartcity B.V. We beschrijven op welke wijze het bestuur van Smartcity sturing geeft aan de financiën en de resultaten. In onze bevindingen geven we aan wat momenteel goed gaat en wat beter kan. Hiervoor doen we concrete aanbevelingen die ook de informele samenwerkingsorganisatie raken.
2. **Functioneren externe organisatie:** We beschrijven hoe Smartcity B.V. samenwerkt met externe partijen. Dit betreft enerzijds het proces en de communicatie en anderzijds de inhoud (wat levert het op?). In onze bevindingen geven we aan wat momenteel goed gaat en wat beter kan. Hiervoor doen we concrete aanbevelingen.
3. **Doelstellingen/resultaten en activiteiten:** Binnen dit onderzoeksthema geven we antwoord op de volgende deelvragen:
 - Welke innovaties heeft Smartcity gebracht voor de binnenstad?
 - Hoe effectief zijn de activiteiten die Smartcity tot nu toe heeft uitgevoerd? En wat zijn de resultaten?
 - Wat is de toegevoegde waarde van Smartcity voor de binnenstad?
 - Wat is de toegevoegde waarde van de verschillende projecten van Smartcity voor de binnenstad?
 - Hoe zorgt Smartcity voor draagvlak bij ondernemers, eigenaren, bewoners en gemeente? Hoe beoordelen deze partijen de projecten van Smartcity?

Onderzoeksmethodiek

Inzicht in de onderzoeksthema's is verkregen op basis van de volgende onderzoeksmethodieken:

- **Deskresearch:** BRO heeft toegang gekregen tot alle interne stukken van Smartcity B.V., zoals verslagen, begrotingen, jaarrapporten, beleidsdocumenten, etc. Deze documenten zijn geanalyseerd.
- **Interviews:** In totaal zijn door BRO circa 22 mensen geïnterviewd die betrokken zijn (geweest) bij Smartcity Roosendaal B.V. In verband met de privacy zijn de identiteiten van deze personen niet kenbaar gemaakt en zijn de resultaten van de interviews geanonimiseerd. Met de selectie van de interviews is rekening gehouden met een brede vertegenwoordiging van diverse partijen en belanghebbenden met daarin:
 - De gemeente (ambtelijk en bestuurlijk)
 - Het bestuur van Smartcity
 - Medewerkers van Smartcity
 - Datapartners en –leveranciers van Smartcity
 - Ondernemers van de binnenstad
 - Vastgoedeigenaren van de binnenstad
 - Overige betrokkenen (zoals Citymarketing, VVV en Parkeerbeheer).
- **Enquêtes:** Door middel van een enquête onder alle ondernemers en vastgoedeigenaren van de binnenstad van Roosendaal is de visie, mening en tevredenheid ten aanzien van Smartcity en haar projecten van deze doelgroepen gepeild. De resultaten zijn opgenomen in bijlage 1. De enquête heeft geresulteerd in een respons van 63 valide enquêtes. Dit is 29% van de totaal aangeschreven contacten (populatie).

2 Conclusie evaluatie

2.1 Belang en tevredenheid Smartcity

Uit de enquête en interviews blijkt dat men het bestaan van één centrale en integrale binnenstadsorganisatie duidelijk onderstreept. Smartcity Roosendaal B.V. wordt veelal beschouwd als deze binnenstadsorganisatie, terwijl dit formeel specifiek is afgebakend op specifieke uitvoeringsthema's (digitalisering). Desalniettemin wordt Smartcity in algemene zin **positief beoordeeld** en is men **enthousiast over de samenwerking**. Het bestaan van Smartcity en de continuering hiervan wordt door alle belanghebbenden benadrukt.

2.2 Besluit continuering nodig

Zoals aangegeven is men tevreden over Smartcity Roosendaal B.V. en haar projecten. Een **doorontwikkeling is noodzakelijk** om bestaande projecten en acties verder te kunnen uitwerken en te effectueren. In de afspraken is een looptijd van circa 3 jaar sinds de oprichting in mei 2018 afgesproken. Dit betekent dat medio 2021 de financiering vanuit alle partijen formeel beëindigd. Indien begin 2021 geen besluit wordt genomen over het (in welke vorm dan ook) continueren van Smartcity Roosendaal B.V., eindigt de formele organisatie medio 2021. Dit scenario zal grote gevolgen hebben voor de samenwerking tussen belanghebbenden in en van de binnenstad en de diverse projecten, zoals de Roospas. Eerdere investeringen en ontwikkeltrajecten worden tenietgedaan. Op basis van de evaluatie is de nadrukkelijke aanbeveling om te **kieszen voor continuering van de financiering** voor de langere termijn. Hierdoor wordt het bestaan van een formele binnenstadsorganisatie voor de **langere termijn** geborgd en kan de gewenste doorontwikkeling van diverse bestaande projecten, zoals de Roospas, worden gecontinueerd.

2.3 Doorontwikkeling Smartcity

De formele organisatie van Smartcity Roosendaal B.V. met een bestuur (binnenstadsdirectie) en een Raad van Commissarissen is sinds de oprichting in 2018 door de jaren heen steeds meer verweven met een meer integrale (informele) besluitvoering over bredere doelen en thema's in de binnenstad. De oorzaak hiervan is de behoefte aan één centrale en integrale binnenstadsorganisatie. Met de (formele) participatie van alle betrokken stakeholders in de Raad van Commissarissen van Smartcity (ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, met bewoners als adviesorgaan), is dit besluitorgaan logischerwijs ook aan zet voor niet direct Smartcity gerelateerde thema's in de binnenstad. In feite is daarmee reeds sprake van een natuurlijke doorontwikkeling. Deze verbreding wordt als zeer positief ervaren en men ziet graag een verdere praktische en formele **doorontwikkeling naar één centrale en integrale binnenstadsorganisatie**.

2.4 Effectiviteit

De wijze waarop Smartcity Roosendaal B.V. **intern functioneert** wordt als **goed** ervaren. Er is sprake van een goede verdeling van de verschillende belanghebbenden in de Raad van Commissarissen en de binnenstadsdirectie wordt geprezen om de betrokkenheid. De **korte lijntjes, innovatie en daadkracht** van de organisatie worden gewaardeerd. Ook de algehele **samenwerking** binnen en buiten de formele organisatie wordt als zeer positief ervaren. Een aandachtspunt voor Smartcity is **effectiviteit**. Dragen de smartcity projecten voldoende bij aan de integrale doelstellingen voor de binnenstad? In het verlengde van de aanbeveling onder 2.3 om te komen tot één formele integrale binnenstadsorganisatie, wordt aanbevolen meer langjarige sturing te geven aan deze nieuwe formele binnenstadsorganisatie door middel van een **meerjarenplan** op te stellen met daarin meetbare doelen, uiteenzetting van projecten en financiering. In feite betreft dit

een integratie van de kaders van de formele Smartcity Roosendaal B.V. en de informele samenwerkingsorganisatie. Op deze manier kunnen smartcity-projecten binnen de algehele doelstellingen voor de binnenstad beter worden afgewogen.

2.5 Communicatie met achterban

Hoewel er tussen Smartcity en andere partijen veel en frequent wordt gecommuniceerd, blijken individuele ondernemers en vastgoedeigenaren niet altijd goed bereikt te worden. Dit is een gemiste kans. De aanbeveling is **frequenter en actief te communiceren** met deze achterban. De succesverhalen te delen en inzicht te geven in de voortgang van projecten. Daarbij dient aandacht te zijn voor de concrete resultaten. Ook de resultaten uit de monitoring kunnen frequenter en beter worden gecommuniceerd met de achterban. Een nieuwe formele integrale binnenstadsorganisatie draagt ook bij aan duidelijkheid onder verschillende achterbannen.

2.6 Communicatie met partners

Smartcity werkt samen met diverse leveranciers van (data)diensten en andere partners van de binnenstad. De communicatie wordt als positief ervaren, maar er zijn wel verbeterpunten te benoemen. **Duidelijkheid over de rol- en taakverdeling** is essentieel om effectief en efficiënt te kunnen werken. Smartcity kan hierin meer regie pakken. Een meerjarenplan kan hier bij helpen. Er bestaat enig overlap tussen partijen en partners, waardoor de investering van collectieve middelen niet altijd efficiënt wordt ingezet. Afbakening van formele samenwerkingen (in contracten, met taakverdeling) is belangrijk om overlap te voorkomen.

2.7 Projecten Smartcity

De projecten die Smartcity uitvoert (Roospas, Roos24, Living Lab, Smart City Dashboard en toekomstige app) worden wisselend beoordeeld en zijn wisselend effectief.

- De **Roospas** is bij belanghebbenden het meest bekend en wordt over het algemeen **positief beoordeeld**. Het succes van de Roospas is al concreet zichtbaar in transacties en zelfs het feit dat ook tijdens de Coronamaatregelen relatief veel loyaliteit blijft bestaan. Wel is verdere doorontwikkeling nodig om het gebruik onder ondernemers en bezoekers te vergroten. Dit blijft nu in ontwikkeling achter op de doelstelling, wat deels wordt verklaard door Corona. De aanbeveling is om de Roospas meer tijd te geven om te kunnen doorontwikkelen. Verdere investering in tijd, geld en participatie is nodig om de Roospas nog succesvoller te maken.
- **Het online platform voor ondernemers** wordt als positief ervaren. Een goede communicatie tussen partijen wordt als essentieel ervaren. Aandachtspunt is een eenduidige uitstraling en goede communicatie. Hier dient actief naar gehandeld te worden.
- De overige projecten (**Living Lab, Smart City Dashboard en de toekomstige app**) zijn minder bekend bij ondernemers en vastgoedeigenaren. Vanuit andere partners van de binnenstad wordt aangegeven dat Living Lab innovatief is, maar te weinig zichtbaar. Het Smart City Dashboard is de centrale monitoringstool van Smartcity, maar de informatie in deze monitor geeft beperkte inzichten en wordt beperkt gebruikt. De toekomstige app wordt beschouwd als een toepassing om de Roospas te digitaliseren en het gebruik te vergroten. Voor deze projecten en mogelijke toekomstige andere projecten is belangrijk focus te houden op de doelen (Waarom doen we dit? Bereiken we wat we beogen te bereiken?). Projecten moeten 'must have' zijn met het oog op de eindgebruiker in plaats van 'nice to have'.

2.8 Monitoring reorganiseren

Als een rode draad door de projecten van Smartcity Roosendaal B.V. speelt monitoring. De verschillende projecten leveren immers data op. De **binnenstadsmonitoring is momenteel gefragmenteerd** bij verschillende organisaties en inefficiënt. Naast Smartcity Roosendaal B.V., houdt ook de gemeente diverse informatie bij en zijn er verschillende dataleveranciers en –partners betrokken. De monitoring is momenteel te veel gericht op het verzamelen van 'losse' data. Structuur moet worden aangebracht door meetbare beleidsdoelen centraal te monitoren op voortgang. Daarnaast kunnen acties/projecten worden getoetst op effectiviteit.

3 Interne organisatie

3.1 Opbouw interne organisatie

Per 18 mei 2018 is de Smartcity Roosendaal B.V. opgericht. Formeel bestaat de organisatie uit een bestuur en een Raad van Commissarissen. Het bestuur wordt ook wel de binnenstadsdirectie genoemd. In de Raad van Commissarissen zijn diverse partijen vertegenwoordigd, zoals ondernemers en vastgoedeigenaren. De bewoners adviseren de Raad van Commissarissen. De Raad van Commissarissen vergadert elke maand met het bestuur van deze B.V. In de praktijk komt de organisatie als volgt tot uitdrukking:

- **De Binnenstadsdirectie** bestaat momenteel uit twee mensen die zowel intern als extern de regie voeren en het 'gezicht' zijn van de organisatie. Ze zijn initiator, dragen ideeën aan en nemen het voortouw bij het uitwerken hiervan.
- **Community / accountmanager:** eerste aanspreekpunt voor alle ondernemers in de binnenstad en stuurt de marketing aan.
- **Helpdesk** voor de Roospas houders.
- **Facility manager** voor meer praktische en operationele zaken binnen de organisatie Smartcity.
- **Data manager** die zorgt dat alle data privacy proof bij elkaar komt in het dashboard en dat de juiste informatie er uit kan worden gehaald.

3.2 Functioneren interne processen

Belang van Smartcity wordt duidelijk onderstreept

Uit de interviews blijkt dat het intern functioneren van Smartcity over het algemeen als goed wordt ervaren. De lijntjes zijn kort, men weet elkaar goed en snel te vinden en over het algemeen is men het snel met elkaar eens. Unaniem wordt het belang van een integrale samenwerkingsorganisatie voor de binnenstad onderstreept. Smartcity Roosendaal B.V. voorziet

in belangrijke mate in deze behoefte, maar is formeel te 'eng' afgebakend in doelen. In de praktijk wordt wel goed voorzien in de behoefte, vanwege de verwevenheid tussen de formele Smartcity Roosendaal B.V. en de informele samenwerkingsorganisatie van de binnenstad.

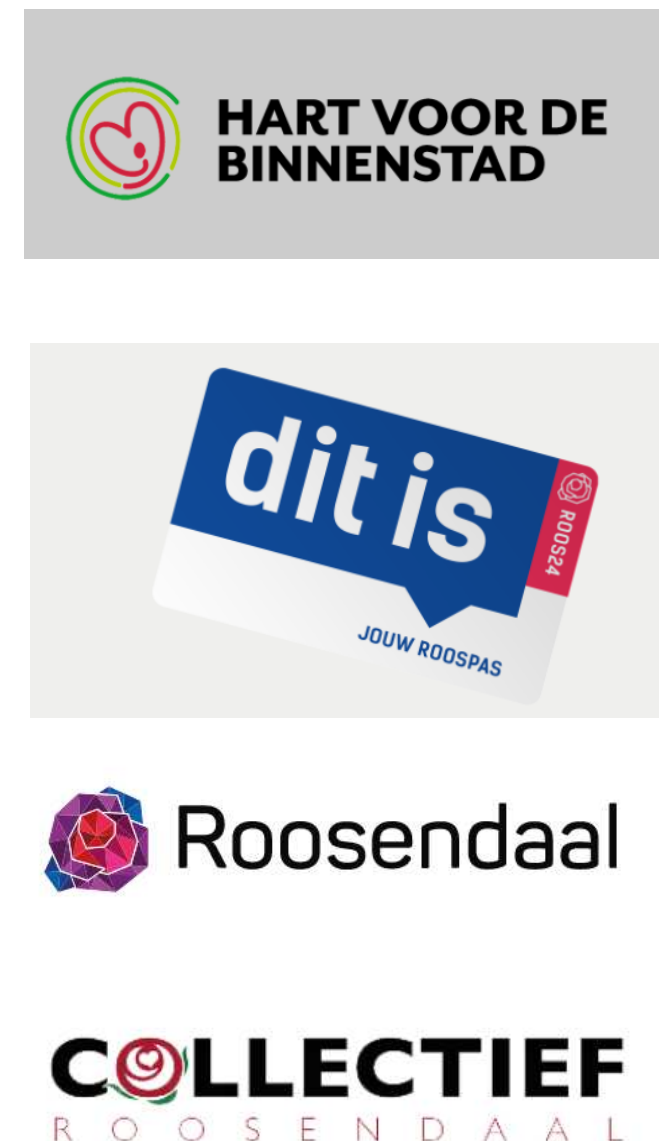
Organisatie in de praktijk

De formele werkwijze van Smartcity, zoals vastgelegd in de statuten, wijkt inmiddels af van de praktijk. Sinds de oprichting heeft Smartcity zich doorontwikkeld tot een nog bredere en integrale binnenstadsorganisatie. De Raad van Commissarissen van Smartcity functioneert inmiddels feitelijk ook als integraal binnenstadsbestuur. Ze nemen niet alleen besluiten over uitsluitend de Smartcity projecten, maar ook over andere projecten, acties en investeringen in de binnenstad. Deze dubbele rol is in de praktijk lastig te scheiden, maar dat is geen probleem. Deze geleidelijke verbreding van de organisatie wordt juist als positief ervaren. Er is een sterke behoefte aan één integraal binnenstadsbestuur dat zowel op strategisch en operationeel niveau besluiten kan nemen over diverse thema's in de binnenstad, niet uitsluitend Smartcity-thema's. Alle acties zijn immers gericht op een toekomstbestendige en vitale binnenstad. Deze werkwijze verankert de samenwerking tussen alle belanghebbenden in de binnenstad en versterkt daarmee het draagvlak voor besluiten.

Doorontwikkeling naar integrale binnenstadsorganisatie

De ontwikkeling van Smartcity naar een formele integrale binnenstadsorganisatie wordt als positief ervaren. Men acht het niet meer dan logisch deze ontwikkeling verder door te zetten. Dit vraagt een aanpassing van de formele statuten, waarbij het doel en besluitvorming wordt verbreed. Voor de doorontwikkeling zijn de volgende punten relevant:

Figuur 3.1: Impressie uitingen Roosendaal



- Het koersdocument “Roosendaal: Gezonde Stad” van Riek Bakker (2014) is hét strategisch beleidskader waarbinnen geopereerd wordt en waar op verder gebouwd kan worden. Momenteel is er echter geen meerjarenprogramma voor de binnenstad, waarin thema’s uit dit kader worden geconcretiseerd naar meetbare doelstellingen, thema’s, projecten én financiën voor de binnenstadsorganisatie. Hierdoor ligt de huidige focus sterk op het voortbestaan op de korte termijn. Het opstellen van een meerjarenprogramma is essentieel voor de middellange en langere termijn.
- Op basis van een meerjarenprogramma kan ook helder worden gemaakt welke partij waarvoor verantwoordelijk is en wie welke taken oppakt (wie is waarvoor trekker?). Op deze manier wordt ook de slagkracht van de huidige Smartcity Roosendaal B.V. in de vorm van een nieuwe formele integrale binnenstadsorganisatie vergroot en kunnen zaken nog efficiënter worden georganiseerd.
- In samenspraak met de gemeente dient bekeken te worden welke status de eventuele nieuwe formele binnenstadsorganisatie en een eventueel meerjarenprogramma krijgt binnen de gemeentelijke organisatie. Het meerjarenprogramma zal namelijk ook beleid / doelen van de gemeente raken, waar de gemeente verantwoordelijk voor is. Omdat de gemeente ook vertegenwoordigd is in de Raad van Commissarissen, kan de gemeente thema’s mandateren naar de binnenstadsorganisatie, mits passend binnen de vigerende beleidslijnen. Vanuit de gemeente is het belangrijk er oog voor te houden dat de stadsbrede thema’s zowel ambtelijk als bestuurlijk goed verknoopt blijven met de binnenstad.

Functioneren bestuur

In het proces van (bestuurlijke) overleggen met de Raad van Commissarissen van Smartcity worden hoofdzaken niet altijd

gescheiden van bijzaken. Hoewel het bestuur voldoende frequent bij elkaar komt, is de agenda vaak overvol en is er te weinig tijd voor de voorbereiding. Dit leidt er in de praktijk toe dat men het gevoel heeft dat de besluitvorming soms te snel gaat, zonder dat alle overwegingen goed en volledig zijn afgewogen. Dit leidt in sommige gevallen tot besluiten die wellicht met terugwerkende kracht effectiever hadden kunnen zijn. Daarnaast mogen de partijen binnen de Raad van Commissarissen en het bestuur soms best wat kritischer naar elkaar zijn, want wrijving maakt glans.

De werktitel ‘Smartcity’ te onduidelijk

Momenteel worden er in de praktijk diverse ‘werktitels’ gebruikt. De titels ‘Smartcity B.V.’ en ‘Binnenstad B.V.’ zijn het meest voorkomend. Uit de enquête blijkt dat 41% van de respondenten niet bekend is met ‘Smartcity’, terwijl veel mensen wel bekend zijn met enkele projecten, zoals de Roosplas. Dit geeft een indicatie dat de werktitel ‘Smartcity’ bij ondernemers en vastgoedeigenaren toch minder bekend is. Ook mensen die nadrukkelijk betrokken zijn in de Smartcity Roosendaal B.V. geven aan dat onduidelijkheid bestaat tussen de formele naamgeving en de praktijk. Onder bewoners en bezoekers is geen specifiek onderzoek gedaan, maar vanwege de verschillende uitingen van verschillende partijen en de interviews is het waarschijnlijk dat de term ‘Smartcity Roosendaal’ onder deze doelgroepen helemaal niet bekend is. Dit in tegenstelling tot enkele projecten.

Communicatie naar achterbannen kan beter

Hoewel in de Raad van Commissarissen van Smartcity een goede afspiegeling vertegenwoordigd is van verschillende belanghebbenden, is onduidelijk in hoeverre besluiten draagvlak vinden bij de verschillende achterbannen. Het feit dat relatief veel ondernemers en vastgoedeigenaren (zie enquête) onbekend zijn met Smartcity B.V. én met de diverse projecten van Smartcity geeft een indicatie dat niet actief aan

draagvlak creatie wordt gewerkt. Bovendien zijn er mensen die ontevreden zijn over de (zichtbare) projecten. Wat betreft de voor ondernemers, bezoekers/bewoners en vastgoedeigenaren onzichtbare projecten van Smartcity, zoals het Smart City Dashboard, is het nog meer aannemelijk dat niet aan actieve draagvlakpeiling wordt gedaan. Een waarschijnlijke oorzaak voor het bovenstaande is het gebrek aan goede en frequente communicatie. Het bovenstaande zegt nadrukkelijk niks over het (positieve) draagvlak onder achterbannen van projecten. Hier besteden we in hoofdstuk 5 aandacht aan.

Uit de interviews blijkt dat men de Raad van Commissarissen en het bestuur van Smartcity Roosendaal B.V. oproept om zuinig en efficiënt om te gaan met de collectieve middelen, dus zowel vanuit het Ondernemersfonds als de gemeentelijke investeringen. Hoewel men Smartcity een mandaat geeft en het vertrouwen er over het algemeen wel is, kan met name de communicatie beter. Met name voor grotere (nieuwe) projecten en uitgaven is het verstandig dat de bestuurders van Smartcity de betrokken achterban informeert en het draagvlak actief peilt.

3.3 Aanbevelingen interne processen

Eén naam, één binnenstadsorganisatie

De aanbeveling is voortaan te werken met één formele, centrale en integrale binnenstadsorganisatie. De huidige Smartcity Roosendaal B.V. is hiervoor de basis, maar dient in taken te worden verbreed, zodat de praktische verwevenheid van de formele en informele binnenstadsorganisatie geformaliseerd wordt. Een breder takenpakket vraagt ook om een naam die de lading beter dekt. Bovendien is de term ‘Smartcity’ nogal abstract en voor diverse mensen nietszeggend. Dit wordt zowel intern als extern ondersteund. ‘Binnenstads B.V.’ zou bijvoorbeeld beter de lading dekken.

Ontwikkeling Meerjarenprogramma

Voor een duurzame doorontwikkeling van Smartcity Roosendaal B.V. naar een nieuwe formele en integrale binnenstadsorganisatie, is de aanbeveling dat er een meerjarenplan wordt uitgewerkt, voortkomend uit de visie 'Roosendaal gezonde stad'. Hierin wordt de langetermijnvisie vertaald naar concrete projecten, gekoppeld aan commitment en meerjarenafspraken met de betrokken partijen (wie heeft welke verantwoordelijkheden en taken?). Door de ontwikkeling van een meerjarenplan kan in de breedte bekeken worden welke projecten bijdragen aan de algehele doelstellingen voor de binnenstad (integrale afweging) en hoe hier de Smartcity-projecten in passen. Daarnaast wordt op deze manier ook duidelijk wat er van de diverse partijen wordt verwacht (waar is de gemeente van en waar niet?). Deze afspraken dienen financieel geborgd te worden, zodat het voortbestaan ook van reeds lopende projecten (zoals de Roospas) bestendig worden. Afhankelijk van de thema's die landen in het meerjarenprogramma is het de vraag of dit plan ook vastgesteld dient te worden door het College van B&W. Dit is ook afhankelijk van wat de gemeente wil mandateren naar de binnenstadsorganisatie en op welke thema's de binnenstadsorganisatie meer een klankbord vormt voor de gemeente voor afstemming. In het afbakenen van de projecten voor de Binnenstadsorganisatie is het van belang te blijven focussen op de meerwaarde voor de gebruiker van de binnenstad. Projecten die hier vanaf staan, dienen bij partners te worden neergelegd.

Financieringsbronnen

Een Binnenstadsplan (meerjarenprogramma) laat professionaliteit en ambitie zien, wat noodzakelijk is om gemeentelijke financiering te blijven borgen. De ondernemers dragen momenteel in Smartcity Roosendaal B.V. bij middels reclamebelasting (Ondernemersfonds). De vastgoedeigenaren (nog)

niet. Ook de gemeente heeft in 2018 voor 3 jaar een investering gedaan in Smartcity Roosendaal B.V. Medio 2021 houdt, zonder formele continuering, de volledige financiering voor Smartcity Roosendaal B.V. op.

De aanbeveling is het nemen van een concreet besluit over borging van financiële middelen voor de formele binnenstadsorganisatie voor de langere termijn. Naast de gemeente Roosendaal en het ondernemersfonds ligt ook een opgave bij vastgoedeigenaren. Een structurele bijdrage vanuit de vastgoedeigenaren, bijvoorbeeld in een BIZ Vastgoed, kan meer commitment vanuit de vastgoedsector genereren. Momenteel worden door de Binnenstadsdirectie reeds de banden aangehaald om de vastgoedeigenaren te helpen bij professionalisering. Dit is een goede lijn, die verder kan worden doorgezet. Tot slot biedt ook provinciale financiële participatie kansen. Om de Provinciale financiering te borgen is het van belang dat er vanuit de binnenstedelijke activiteiten een link gelegd wordt met 'Rondje Roosendaal'.

Scherpere sturing bestuurlijke overleggen

Om de effectiviteit en zorgvuldigheid van bestuurlijke besluiten te verbeteren worden de volgende specifieke aanbevelingen gedaan:

- **Mandaat:** Geef de binnenstadsdirectie een mandaat voor 'kleine' en 'operationele' keuzes. Dit voorkomt dat elk detail moet worden voorgelegd aan het bestuur.
- **Scherpere prioritering en planning van de agenda:** Belangrijke strategische keuzes met veel investering dienen meer aandacht te krijgen in het overleg, met voldoende ruimte voor het uitwisselen van overwegingen.
- **Betere voorbereiding:** Sommige besluiten, bijvoorbeeld bij het inhuren van externe partijen, vragen om extra voorbereiding. Een goede voorbereiding en daarmee input voor het bestuur is essentieel. Die voorinvestering is belangrijk om inefficiëntie achteraf te voorkomen.

- **Betere informatievoorzieningen:** Bestuursleden dienen vroegtijdig inzicht te krijgen in inhoudelijke stukken om zich optimaal te kunnen voorbereiden op de vergaderingen.

Beter en frequenter communiceren naar achterbannen

Uit de enquête en interviews komt naar voren dat het betrekken van de verschillende achterbannen een aandachtspunt is. Dit zit vooral in een goede en frequente communicatie. Met name voor grotere (nieuwe) projecten en uitgaven is het verstandig dat de Raad van Commissarissen en het bestuur de betrokken achterban informeert en het draagvlak peilt. Daarbij dient niet alleen aandacht te zijn voor de 'beleidslijnen', maar nadrukkelijk de praktische resultaten van acties en maatregelen. Voor met name ondernemers en vastgoedeigenaren moet duidelijk worden wat investeringen concreet opleveren.

4 Externe organisatie

4.1 Opbouw externe organisatie

Smartcity Roosendaal B.V. werkt met diverse externe partijen samen, zoals de gemeente Roosendaal, Citymarketing, VVV, diverse datapartners en – leveranciers en diverse belangorganisaties, zoals Collectief Roosendaal en de Vereniging van Vastgoedeigenaren. De communicatie met ondernemers en vastgoedeigenaren verloopt via Chainels. Gemiddeld wordt er 1x per kwartaal een thema-avond georganiseerd voor deelnemende ondernemers, waarin een specifiek thema m.b.t. Smartcity wordt uitgelicht. Met andere partijen vindt veel bilateraal contact plaats.

4.2 Functioneren externe processen

Samenwerking wordt positief beoordeeld

Externe betrokken partijen die geïnterviewd zijn ervaren de samenwerking met Smartcity goed tot zeer goed. Ook externe partijen zijn enthousiast over de manier van werken met de binnenstadsdirectie. Uit de enquête blijkt dat de samenwerking wat meer als 'neutraal' ervaren wordt. Enkele aandachtspunten die worden benoemd:

- Vanwege afstand en gebrek aan tijd worden sommige dingen niet altijd snel opgepakt.
- Soms is niet duidelijk wie wat precies doet. Sommige externen geven aan dat hun rol ook niet altijd even duidelijk is ten opzichte van Smartcity.
- Omdat veel samenwerkingen zijn ontstaan vanuit innovatie, zijn de kaders, doelen en afspraken niet altijd helder.

Externe partijen vragen om duidelijke regie vanuit Smartcity. Men geeft aan dat de rol niet altijd duidelijk is. Vanwege het feit dat projecten vaak zijn gestart vanuit innovatie en ontwik-

keling, is niet altijd helder wat de resultaten moeten zijn. Datapartners en – leveranciers vullen daardoor veelal naar eigen inzicht hun rol in. Deze werkwijze is inefficiënt en kan er soms voor zorgen dat er onderling onduidelijkheid bestaat over inzet van uren en resultaat.

Samenwerking externe organisaties onderling

Veel externe organisaties werken naar aanleiding van projecten van Smartcity ook samen. Hoewel de samenwerking op zich als positief wordt ervaren, geven diverse externen nadrukkelijk aan dat de efficiëntie in de samenwerking ontbreekt. De volgende oorzaken zijn genoemd:

- Tussen organisaties bestaat enig overlap en taken en acties. Er is onvoldoende gedefinieerd wie waarvoor verantwoordelijk is en welke taken er worden opgepakt.
- Sommige externe organisaties zijn minder sterk lokaal gebonden en zijn daardoor minder goed benaderbaar.
- Er zijn te veel bureaus, adviseurs en datapartijen actief.
- Een duidelijke sturing vanuit een visie, afbakening van taken en meetbare doelen ontbreekt.

Communicatie kan beter

Directe betrokkenen bij Smartcity ervaren de communicatie en samenwerking doorgaans als goed en positief. Met name de binnenstadsdirectie wordt geprezen om de betrokkenheid en prettige samenwerking. Men benadrukt sterk het belang van een goede samenwerking tussen partners van de binnenstad, waaronder Smartcity. Dit dient behouden te blijven en versterkt c.q. verbeterd te worden. Zo is er nog te weinig verbinding met en tussen de ondernemers en vastgoedeigenaren.

Op basis van de enquête beoordelen ondernemers en vastgoedeigenaren namelijk de communicatie een stuk minder positief. Smartcity weet op basis hiervan waarschijnlijk min-

der goed de brede achterban aan te spreken. Dit ligt enerzijds aan het feit dat er diverse partijen actief zijn in de binnenstad, zoals Smartcity, Collectief Roosendaal, de gemeente, Citymarketing en het VVV. Voor ondernemers en vastgoedeigenaren is onduidelijk wie welke taak heeft en waar men moet aankloppen. Daarnaast blijkt dat er simpelweg te weinig wordt gecommuniceerd. Enkele reacties uit de enquête geven dit beeld goed weer:

- *“Het is op dit moment een groot web waarvan vrijwel niemand weet wie wat doet en waarvoor: Smartcity, Citymarketing, Binnenstad B.V. etc.”*
- *“Het is niet inzichtelijk wat er wordt gedaan, voor hoeveel geld en wat de resultaten zijn”;*
- *“We hebben wel van Smartcity gehoord, maar hebben nooit kennis gemaakt met de binnenstadsorganisatie.”*

De achterban van ondernemers geeft aan dat zij behoefte hebben aan **meer structurele communicatie en informatie** vanuit de Smartcity B.V. Er is behoefte aan meer informatie over de voortgang van projecten en het vieren van successen. Daarnaast is de Binnenstadsdirectie voor velen nog te weinig zichtbaar. Dit wordt echter voor een belangrijk deel verklaard door de nog relatief 'nieuwe' gezichten. Dit heeft ook tijd nodig. Deze mag nog wat meer autoriteit en statuut krijgen in de binnenstad. Ook is er behoefte aan meer (onderlinge) contactmomenten tussen ondernemers.

In de praktijk bestaat onduidelijkheid over de afbakening van Smartcity Roosendaal B.V. Dit komt door de praktische verweving van de formele Smartcity Roosendaal B.V. en informele samenwerkingsorganisatie. Het feit dat de Raad van Commissarissen van Smartcity nagenoeg overeenkomst met het informele binnenstadsbestuur, maakt dit extra verwarrend. Extern wordt dit door individuen als niet-transparant ervaren. Of met name de communicatie op dit vlak anders moet of dat de organisatie ook daadwerkelijk eenvoudiger

moet worden opgebouwd, geeft dit onderzoek onvoldoende antwoord op. In de aanbevelingen zetten wij echter in op beide aspecten.

Informatievoorziening kan beter

Vanuit de initiële doelen van Smartcity (digitalisering en samenwerking) is monitoring een belangrijk thema, wat door alle partijen momenteel als matig wordt beoordeeld. Hoewel smartcity relatief veel heeft geïnvesteerd (tijd en geld) in digitale (data) tools, worden de resultaten slechts beperkt gebruikt of gedeeld. In hoofdstuk 5 gaan wij in op de effectiviteit van de monitoring.

Benadrukt moet worden dat men ondanks de kritische kanttekeningen wel aangeeft blij te zijn dat Smartcity bestaat en het initiatief neemt in innovatie en ontwikkeling. Men streeft naar een verdere doorontwikkeling op inhoud, efficiëntie en samenwerking van de monitoring. Daarnaast bestaat overeenstemming over het belang van monitoring in algemene zin. Het voeren van (centrale) regie is hierin echter wel essentieel, wat momenteel nog ontbreekt.

Vanuit diverse externe partners, zoals citymarketing, het VVV, maar ook vanuit ondernemers en vastgoedeigenaren is behoefte aan periodiek meer inzicht in:

- **Doelen en status:** Welke gezamenlijke doelen hebben we voor ogen? Welke acties voeren we uit om dit te bereiken? Hoeveel geld investeren we hieraan? Waar staan we? Wat levert het op?
- **Thema's:** Hoewel Smartcity intern diverse periodieke inzichten verkrijgt ten aanzien van bijvoorbeeld de Roos-pas, bezoekers en parkeren, worden deze inzichten (op basis van data) niet of nauwelijks gedeeld met partijen buiten de Smartcity organisatie.

4.3 Aanbevelingen externe processen

Samenwerking bestendigen in contracten

Samenwerking dient voor de lange termijn, structureel en professioneel te worden verankerd in contracten. Hierdoor wordt ad-hoc samenwerking en 'vrijblijvendheid' voorkomen. Het meerjarenprogramma zou duidelijkheid moeten geven over de doelen en taken.

Afstemming partners onderling

Om de samenwerking te versterken moeten partijen elkaar blijven informeren en het gesprek met elkaar blijven aangaan. De formele integrale binnenstadsorganisatie moet hier de regie in nemen. Een duidelijke afbakening van taken is nodig (complementariteit is uitgangspunt), om overlap te voorkomen. Daarnaast moet kritisch worden omgegaan met het aangaan van een samenwerking met nieuwe externe partijen.

Efficiëntere inzet externe expertise

Er zijn veel externe partijen actief voor Smartcity B.V. Hoewel externe kennis en diensten zeker waardevol kan zijn voor specifieke doelen van Smartcity, dient efficiënter om te worden gegaan met het uitbesteden van activiteiten onder het motto 'we moeten zuinig omgaan met de collectieve middelen'. Dit vraagt in sommige gevallen om te kiezen voor minder partijen, maar meer efficiëntie en slagkracht.

Meer, vereenvoudigde communicatie naar stakeholders

Er dient vanuit de formele integrale binnenstadsorganisatie meer aandacht te komen voor communicatie en transparantie naar ondernemers en vastgoedeigenaren over de voortgang van projecten, de successen en de werking van de organisatie. Zichtbaarheid van de Binnenstadsdirectie is hierbij van belang.

Delen van informatie

Onderzocht dient te worden of de inzichten binnen Smartcity (bijvoorbeeld op basis van het Smartcity Dashboard en de KPI-monitor) breder gedeeld kunnen worden met de organisaties die aangesloten zijn op de Roos-pas, zodat ondernemers gerichte acties naar de consument kunnen opzetten en zichzelf ook beter kunnen monitoren (waar sta ik ten opzichte van anderen?). Ook dient de informatie in bredere zin beter en efficiënter ontsloten te worden. Aandachtspunt is daarbij hoe de data wordt ontsloten. Uit de interviews blijkt dat het geven van de juiste context essentieel is (dus meer dan alleen cijfers). Bovendien vragen verschillende doelgroepen om verschillende outputs en toelichtingen. Bovendien speelt de (politieke) gevoeligheid van informatie ook een rol.

Gebruik maken van de gemeentelijke expertise

Om de formele integrale binnenstadsorganisatie verder te professionaliseren, kan deze organisatie een sterker beroep doen op de gemeentelijke expertise. Denk aan ondersteuning op het gebied van communicatie, doorontwikkeling van het Smartcity dashboard, etc. De capaciteit en expertise binnen de gemeente op dit vlak kan beter benut worden.

5 Resultaten Smartcity

5.1 Projecten Smartcity

Onder de paraplu van Smartcity zijn er de afgelopen jaren mooie projecten neergezet in Roosendaal. Alvorens we in gaan op het resultaat van deze projecten en aanbevelingen voor optimalisatie, zullen we de projecten kort omschrijven:

- **De Roospas:** dit is een loyaliteitssysteem voor consumenten, gelanceerd op 1 september 2018, waarbij er punten gespaard worden bij aankopen. Deze punten kunnen ingewisseld worden voor cadeaus en korting op parkeren. Tevens kunnen er prijzen gewonnen worden. Op dit moment zijn 61 actieve ondernemers aangesloten en kent de pas ruim 18.000 gebruikers, waarvan 63% actieve gebruikers. De Roospas kan inmiddels ook gebruikt worden als cadeaukaart bij een van de aangesloten bedrijven.
- **Roos24 collectief online platform:** ROOS24.nl is ook op 1 september 2018 gestart en inmiddels uitgegroeid tot de portal van de binnenstad, waarop alle interessante content te vinden is over en van de binnenstad. Naast alle informatie over de evenementen, de winkels en horeca en over de ondernemers zelf, kunnen mensen zich ook op deze plek ook registreren voor de Roospas en het kentekenparkeren. Alle Roospashouders ontvangen ook een nieuwsbrief, 2x per maand. Inmiddels is de inhoud van deze nieuwsbrief steeds meer specifiek gemaakt op basis van het feitelijke aankoopgedrag van de consument.
- **Living Lab Roosendaal:** de Nieuwe Markt en de Cityring zijn zowel ondergronds als bovengronds voorzien van een (technische) installatie, waarmee de mogelijkheid is ontstaan om te kunnen experimenteren met Internet of Things objecten. Zo zijn er sensoren geplaatst in

watertrekputten en vuilnisbakken. Voor het onderhoud van de aangelegde infrastructuur is een contract met een derde partij afgesloten. Daarnaast is er een project opgestart voor het automatiseren en standaardiseren van de openbare verlichting, met o.a. als doel energiebesparing en aansturing op afstand.

- **Smartcity Dashboard:** een digitaal dashboard met daarin data over enkele thema's, zoals bezoekers, de Roospas en parkeren. Het dashboard is ontwikkeld in samenwerking met een externe partij en wordt hoofdzakelijk ingezet voor interne inzichten (binnen Smartcity B.V.).
- **De toekomstige app:** De app dient een direct communicatiemiddel te worden tussen ondernemer en consument. Denk aan het aanbieden van bezorgdiensten, het plaatsen van bestellingen etc. In feite wordt met de app de (fysieke) Roospas gedigitaliseerd.

5.2 Functioneren Smartcity projecten

Over het algemeen is men tevreden over het functioneren van de projecten die onder de vlag van Smartcity zijn opgepakt. Als meest concrete resultaat wordt de Roospas genoemd en de aanpak van de Nieuwe Markt. Meer in algemene zin hebben de Smartcity-projecten er aan bijgedragen dat de samenwerking tussen en binnen partijen geïntensiveerd is. Dit is één van de hoofddoelen van Smartcity.

Roospas

In figuur 5.1 is de ontwikkeling van het aantal pashouders en het aantal transacties over de tijd weergegeven, basis van data van CCV zoals ontsloten in het Smartcity Dashboard. Hieruit blijkt dat sinds begin 2020 sprake is van een stabilisatie van het aantal pashouders en een forse afname van het aantal transacties. Dit wordt primair verklaard door de Coronamaatregelen en –crisis, ofwel minder mensen bezoeken de binnenstad en gebruiken de pas.

Figuur 5.1: Status Roospas (bron: Smartcity dashboard)



Desalniettemin zijn de initiële doelen (in 2019 20.000 pashouders en meer dan 500.000 transacties) nog niet in zicht en vraagt dit om extra aandacht. Wel laat het overzicht de eerste successen van de Roospas zien. Ook in de Corona-periode is sprake van een redelijk gebruik van de pas.

Over het algemeen zijn ondernemers positief over de Roospas. Hoewel men niet verwacht dat dit direct meer omzet oplevert, wordt het gezien als een innovatief instrument om een loyale klantenrelatie op te bouwen en een mooi 'vehicle' voor de marketing van de binnenstad. Bovendien is het onderscheidend t.o.v. andere centrumgebieden. De mate waarin Roospunten worden verzilverd, verschilt wel sterk per ondernemer. Er liggen nog diverse kansen om het functioneren van de Roospas te optimaliseren:

- Het huidig aantal deelnemers aan de Roospas vormt een kritische ondergrens. Werving van nieuwe deelnemers vormt prioriteit, om de pas interessanter te maken voor de gebruiker. Ondernemers buiten detailhandel en horeca kunnen sterker aangehaakt worden op de Roospas, waardoor de pas aantrekkelijker wordt en breder inzet wordt. Denk bijvoorbeeld aan het aanhaken van leisure gerelateerde bedrijven zoals de schouwburg, de bioscoop en de (toekomstige) bowlingbaan. Of er ook bedrijven van buiten de binnenstad mogen aanhaken, zijn de meningen verdeeld.
- Inzicht in (de wensen van) de gebruikers van de Roospas zou zeer interessant kunnen zijn om de pas verder te optimaliseren. Wat wordt er gewaardeerd aan de pas en wat niet? Door welke doelgroepen wordt de pas intensief gebruikt? Wat zijn de combinatiebezoeken? Zo ontstaat een helder beeld hoe de pas nog verbeterd kan worden en welke communicatiekanalen voor de Roospas effectief zijn.

- Ondernemers zijn van mening dat ze te weinig informatie krijgen uit de Roospas. Denk aan herkomst van bezoekers en combinatiebezoeken tussen winkels en horeca. Hoewel deze informatie deels wel wordt bijgehouden in het Smartcity Dashboard, wordt dit nauwelijks extern gedeeld.
- De Roospas dient als marketingtool sterker ingezet te worden om de mooie winkels en horeca in Roosendaal meer gezicht te geven en tevens de pas vaker onder de aandacht te brengen bij de consument. De communicatie hieromtrent is nu te beperkt, verouderd en te weinig onderscheidend.
- Ondernemers (die nog niet mee doen) zien de Roospas vooral als kostenpost en hebben te weinig inzicht in de meerwaarde van de pas (wat levert het op?). In de communicatie dient hier meer aandacht voor te zijn, met name in een taal die bij ondernemers aanslaat (dus niet op beleidsniveau).
- De acties van ondernemers dienen vaker vernieuwd te worden, om ze interessant te houden voor de consument.
- De lay-out van de pas kan worden verbeterd. Men is kritisch op de 'Dit is' communicatie. In de praktijk wordt het ook vaak de 'Dit is' pas genoemd.
- Uit de interviews zijn er signalen dat het systeem technisch kan haperen en dat het te lang duurt voordat dit is opgelost.

Roos24 collectief online platform

De respondenten op de enquête zijn overwegend positief over het online platform. Het is een platform met veel informatie dat saamhorigheid uitstraalt. Wel wordt meermaals aangegeven dat de website Roos24 een onduidelijk profiel heeft. De site is rommelig opgezet en het is niet helder welk doel de site dient. Ook hier geldt de opmerking dat voor externen vaak niet duidelijk is wie welke rol heeft. Er zijn te veel

verschillende en parallelle communicatie uitingen over de binnenstad. Enkele opmerkingen uit de enquête:

- *Het is belangrijker om te weten hoe ROOS24 bekend staat bij de consument en wat deze aan het platform heeft”;*
- *“De site bevat te veel tekst waardoor snel wat informatie opzoeken lastig wordt”;*
- *“Het is onduidelijk op welke site je moet zijn voor informatie over winkelen, events etc.”.*

Living Lab Roosendaal

De technische innovaties die hebben plaatsgevonden in de openbare ruimte worden vooruitstrevend genoemd. Wel vindt men het jammer dat er technisch nu zo veel mogelijk is, maar dat er weinig mee gedaan wordt, bijvoorbeeld met de lichteffecten op de Nieuwe Markt. Vanuit de marktpartijen wordt benadrukt dat technische snufjes leuk zijn, maar dat de Binnenstadsorganisatie wel de focus moet houden op de (meerwaarde voor de) bezoeker. Vanuit de gemeente is er meer ambitie om de techniek verder te integreren. Denk bijvoorbeeld aan het aansturen van verkeerslichten om het verkeer beter te reguleren.

Smartcity Dashboard

De meningen over het Smartcity dashboard zijn verdeeld. Hoewel men over het algemeen het belang van centrale en integrale binnenstadsmonitoring onderstreept, stelt men vraagtekens bij de huidige manier van uitvoering. Men heeft het gevoel dat de wijze van werken momenteel inefficiënt is, doordat veel partijen naast elkaar werken en 'eigen' data en analyses hebben. Naast het Smartcity dashboard heeft bijvoorbeeld de gemeente Roosendaal veel eigen data in huis die ze ook zelf analyseren en ontsluiten. Ook diverse dataleveranciers hebben eigen dashboards of outputs. Partijen geven aan dat doorontwikkeling nodig is op dit punt. De huidige inzichten in het dashboard zijn nog te veel gericht op platte

data en te weinig op analyse en slimme inzichten. Dit hangt ook samen met het feit dat de concrete (meetbare) doelen niet duidelijk zijn. Verder biedt het dashboard vaak te weinig context bij de cijfers (verklaringen, omissies in databronnen, etc.) om ze goed te kunnen duiden. Tot slot wordt aangegeven dat de resultaten uit het dashboard nog te beperkt worden ingezet in de besluitvorming. Informatie wordt ter kennis aangenomen, maar er is nog geen sprake van duidelijke sturing op basis van feiten en cijfers.

De toekomstige app

De app dient een direct communicatiemiddel te worden tussen ondernemer en consument. Denk aan het aanbieden van bezorgdiensten, het plaatsen van bestellingen etc. In feite wordt met de app de (fysieke) Roospas gedigitaliseerd. Over het succes van een mogelijke app is men nog kritisch, sommigen zijn van mening dat veel consumenten niet zitten te wachten op nog een app. Aan de andere kant kan de app mogelijk de participatie en transacties met de Roospas vergroten. Opgemerkt moet worden dat ook binnen de app diverse data wordt verzameld. Het risico bestaat dat ook hier een 'apart' systeem of dashboard wordt ontwikkeld dat deels parallel en daarmee los van de rest functioneert.

5.3 Aanbevelingen Smartcity projecten

Waardevolle partnerschappen aangaan

Wanneer er in de toekomst verder geïnvesteerd wordt in Smartcity, dan dienen de partners zeer zorgvuldig te worden geselecteerd. Professionele partners, die zelf ook een lange termijn commitment willen aangaan en willen investeren, vormen een belangrijke voorwaarde. Daarbij kan de bestaande lokale kennis beter worden benut.

Hernieuwde aandacht voor optimalisering Roospas

Door inzicht te krijgen in de doelgroep en de waardering van de Roospas, kan de pas verder geoptimaliseerd en geprofileerd worden. Door het delen van data uit de Roospas met ondernemers, kunnen ondernemers hier zelf ook meer voordeel uit halen. Het werven van nieuwe deelnemers voor de Roospas, waarbij er met name ingezet wordt op het aanhalen van trekkers uit de binnenstad, vormt een belangrijke opgave. Dit kan worden bereikt door de resultaten (wat levert het op) concreter te communiceren in de taal van een ondernemer. Verbetering van de marketing van de pas, maar ook meer geactualiseerde acties van de ondernemers, dragen hier ook aan bij. Om de financiering van de pas ook naar de toekomst rond te krijgen, kan de pas mogelijk als een 'marketinginstrument' gefinancierd worden. Momenteel is de Roospas echter voor een belangrijk deel afhankelijk van financiering uit Smartcity Roosendaal B.V.

Roos24

Om de website te optimaliseren, zou het interessant zijn te bekijken welke onderdelen met name bezoekers aantrekken. Hier zou de website sterker op ingericht moeten worden. Daarnaast dient meer afstemming plaats te vinden met andere websites en informatie, zodat overlap voorkomen wordt.

Living Lab Roosendaal

Aanbeveling is om vanuit de formele integrale binnenstadsorganisatie te focussen op de mogelijkheden die er nu al zijn met de infrastructuur die reeds is aangelegd. De gemeente kan op dit project het beste als trekker fungeren, omdat zij meer kennis hebben over de (technische) infrastructuur. Bovendien zijn er voor de formele integrale binnenstadsorganisatie andere zaken die meer prioriteit hebben, gezien de focus op de eindgebruiker in de binnenstad.

Monitoring reorganiseren

De wijze van monitoring kan efficiënter. Het voorstel is te kiezen voor één integrale methodiek waarbij niet de data centraal staat, maar de analyse (samenhang tussen de verschillende informatie en data in de vorm van conclusies) van de (beleids)doelen en de projecten. Inzicht in de stand van zaken van doelen en effectiviteit van de acties is het doel van de monitoring. Aanvullend zou informatie kunnen worden verschaft met als doel inzicht in bijvoorbeeld bezoekers. De resultaten van monitoring zouden idealiter ook voor alle betrokkenen inzichtelijk moeten zijn, om optimaal te kunnen profiteren van de inzichten. Dit vraagt echter wel om verschillende outputs voor verschillende doelgroepen. Hierbij is de context, verklaring en toelichting op de informatie en conclusies essentieel.

Bijlage 1

Analyseresultaten enquête ondernemers en vastgoedeigenaren Smartcity

Analysresultaten enquête Smartcity B.V.

Op 15 maart 2018 heeft het college met een raadsvoorstel aan de gemeenteraad toegezegd dat er een evaluatie van de activiteiten en de resultaten van de Smartcity Roosendaal B.V. (Smartcity) wordt uitgevoerd. Aan de hand van deze evaluatie wordt vastgesteld of de doelstellingen van Smartcity zijn bereikt en worden verdere stappen genomen over de toekomst van de Smartcity. De evaluatie wordt gevormd door onder meer een enquête die wordt afgenomen bij ondernemers en vastgoedeigenaren in de binnenstad van Roosendaal.

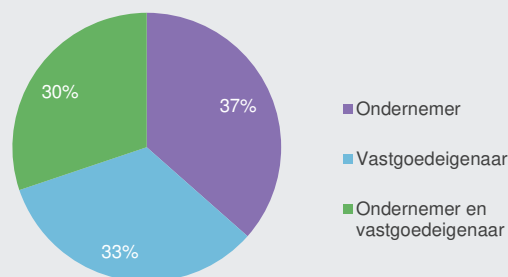
De enquête is voor de ondernemers en vastgoedeigenaren in de binnenstad van Roosendaal twee weken beschikbaar gesteld in oktober 2020. Tot en met 30 oktober 2020 hebben zij deze in kunnen vullen.

Respons

De enquête heeft geresulteerd in een respons van 63 valide enquêtes. Dit is 29% van de totaal aangeschreven contacten. Dit aantal enquêtes geeft een compleet beeld weer van de mening over Smartcity B.V.

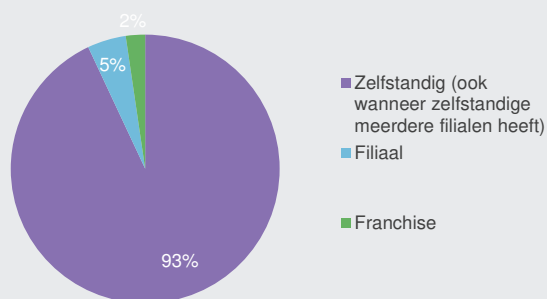
Het merendeel van de respondenten is ondernemer (23 respondenten), 21 respondenten zijn vastgoedeigenaar en 19 respondenten zijn zowel ondernemer als vastgoedeigenaar in de binnenstad van Roosendaal (zie figuur 1).

Figuur 1: Type respondent



Figuur 2 toont dat van de ondernemers het overgrote deel (N=40) zelfstandige is (ook wanneer de respondent als zelfstandige meerdere filialen heeft). Een klein deel van de respondenten heeft een filiaal of franchise-onderneming.

Figuur 2: Categorieën onderneming



Het merendeel van de vastgoedeigenaren heeft één pand in de binnenstad van Roosendaal (55%). Daarnaast heeft 15% van de vastgoedeigenaren twee panden, 20% heeft 5 tot 10 panden. Een beperkt aantal vastgoedeigenaren heeft meer dan 10 (8%) of meer dan 100 panden (3%).

Resultaten

Van de respondenten is 59% van de respondenten bekend met de binnenstadsorganisatie Smartcity, dit is een kleine meerderheid van de respondenten. 41% van de respondenten is niet bekend met de organisatie.

Samenwerking met Smartcity

Het merendeel van de respondenten (42%) heeft geen mening over de samenwerking met Smartcity. Ongeveer een kwart van deze respondenten die geen mening heeft over Smartcity, heeft geen mening over de organisatie omdat zij niet bekend zijn met Smartcity. 16% van de respondenten heeft een positieve mening over Smartcity, hiervan beschouwt 5% van de respondenten de samenwerking als zeer goed. 26% van de respondenten heeft een neutrale mening.

Figuur 3: Tevredenheid samenwerking Smartcity B.V.



Als toelichting geven de respondenten de volgende aanvullende antwoorden:

- “Smartcity bestaat uit bevlogen verantwoordelijken die open staan voor samenwerking en ideeën”;
- “Er zijn te veel organisaties en locaties waaruit wordt gewerkt. Niemand weet wie wat doet en waarvoor. Het levert te weinig op”;
- Het is op dit moment een groot web waarvan vrijwel niemand weet wie wat doet en waarvoor: Smartcity, Citymarketing, Binnenstad B.V. etc.”
- “Het is niet inzichtelijk wat er wordt gedaan, voor hoeveel geld en wat de resultaten zijn”;
- Respondenten hebben wel van Smartcity gehoord, maar hebben nooit kennis gemaakt met de binnenstadsorganisatie.

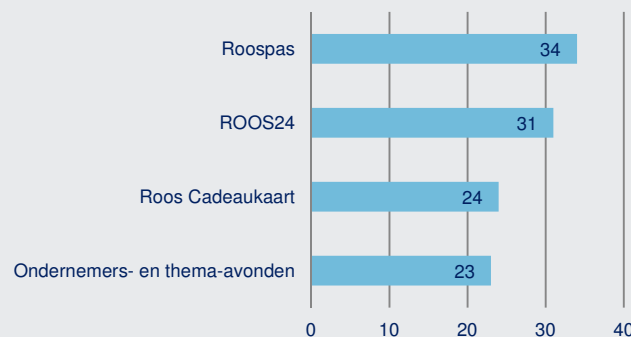
De respondenten dragen een aantal zaken aan waar Smartcity zich in de toekomst op zou kunnen richten:

- Zorg voor duidelijkheid en inzichtelijkheid; wat is er gerealiseerd, wat zijn de resultaten?
- Blijf letten op het grote geheel, dus ook op de Kade, Brugstraat en Molenstraat, ook krijgt de Ring rond het centrum weinig aandacht;
- Pak structurele zaken aan, zoals de aantrekkelijkheid en de bereikbaarheid van het winkelgebied en (short stay) parkeergelegenheid;
- Stel een korte- middellange en lange termijnplanning op met concreet te realiseren doelstellingen;
- Deel successen en plannen vaker;
- Maak duidelijk waar ROOS24 voor staat; in welk opzicht is een bezoek aan de binnenstad van Roosendaal onderscheiden?
- Laat zien welke persoon verantwoordelijk is voor welke activiteiten; een voorbeeld hiervan is een Smoelenboek;
- Vergroot de bekendheid van Roosendaal in de regio.

Projecten Smartcity

Smartcity B.V. heeft een aantal projecten opgesteld, zoals de Roos Cadeaukaart, Roospas, ondernemers- en thema-avonden en ROOS24. Respondenten zijn het meest bekend met de Roospas (30%), gevolgd door ROOS24 (28%). De ondernemers- en thema-avonden zijn minder bekend bij de respondenten (zie figuur 4).

Figuur 4: Bekendheid projecten Smartcity



Tevredenheid projecten

Per project is uitgevraagd in hoeverre de respondenten tevreden zijn over de projecten.

Roospas

De Roospas is een spaarprogramma voor het centrum van Roosendaal waarmee consumenten sparen voor gratis producten.

De meeste respondenten ervaren de Roospas als positief (29%). Circa een kwart van de respondenten heeft een neutrale mening over de Roospas, 23% is ontevreden over het project.

Een aantal respondenten lichten hun antwoord toe:

- “Mooi innovatief concept. Uniek in Nederland, met veel aangesloten winkeliers”;
- “De Roospas is te weinig bekend bij consumenten”;
- “Niet alle klanten kan ik terugvinden als ze hun pas zijn vergeten”;
- “De lay-out van de Roospas kan worden verbeterd”.

De Roospas levert het volgende op volgens de respondenten:

- Bekendheid van de stad en betrokken bezoekers;
- Een aardigheidje;
- Ook vinden een aantal respondenten dat de Roospas te weinig (financieel) oplevert. De consument spaart relatief weinig punten, waardoor er ook weinig punten worden ingewisseld.

De volgende suggesties worden benoemd ter verbetering van de Roospas:

- Meer inzicht in het gebruik van de pas (doelgroep, leeftijd, dagen en tijdstip van gebruik);
- De consument zou zodanig moeten worden getriggert door de voordelen dat hij een pas wil;
- Meer publiciteit genereren zodat de Roospas bekender wordt (vaker toelichting geven in de binnenstad, uitdelen van de Roospas);
- Het sparen voor een cadeau kan algemener, wellicht de mogelijkheid geven om de spaarpunten in te zetten als een cadeaukaart die een consument kan inzetten bij een winkel naar keuze;
- Meer bedrijven contacteren die mee willen doen.

ROOS24

ROOS24 is een online platform dat informatie biedt over het centrum van Roosendaal. Het platform biedt informatie over o.a. winkelaanbod, openingstijden en parkeermogelijkheden.

Het merendeel van de respondenten is positief over ROOS24 (45%). 29% van de respondenten heeft een neutrale mening. 19% is ontevreden over het project.

Een aantal toelichtingen over het project ROOS24:

- “Mooi platform waar veel nuttige informatie te vinden is”;
- “Goed initiatief dat saamhorigheid uitstraalt en elkaar kan versterken”;
- “Op social media worden dikwijls dezelfde ondernemers uitgelicht, terwijl anderen vrijwel niet aan bod komen. De gevestigde orde wordt telkens op de kaart gezet, waar kleine ondernemers te vaak worden vergeten”;
- “Het platform wordt te matig geactualiseerd”;
- Het is belangrijker om te weten hoe ROOS24 bekend staat bij de consument en wat deze aan het platform heeft”;
- “De site bevat te veel tekst waardoor snel wat informatie opzoeken lastig wordt”;
- “Er wordt te weinig gebruik gemaakt van de onderscheidende kracht van ROOS24”;
- “Het is onduidelijk op welke site je moet zijn voor informatie over winkels, events etc.”.

Volgens de respondenten levert ROOS24 het volgende voor hen op:

- Op de hoogte blijven van ontwikkelingen, acties etc. in de binnenstad;
- Centrale website voor informatie over winkels, openingstijden en aanbiedingen;
- Lokale promotie, zichtbaarheid en saamhorigheid;

- Daarnaast is een aantal respondenten van mening dat ROOS24 op dit moment weinig tot niets oplevert.

Respondenten benoemen de volgende suggesties ter verbetering van ROOS24:

- Gebruik van het platform om consumenten te informeren omtrent het coronavirus; welke maatregelen zijn er getroffen, etc.;
- Transparantie in contentplanning;
- Snellere en duidelijkere communicatie;
- ROOS24 gratis beschikbaar stellen, alle materialen voor bijvoorbeeld marketing moet binnen Roosendaal worden aangeschaft;
- Samenwerking tussen ondernemers bevorderen.

Roos Cadeaukaart

De Roos Cadeaukaart kan worden ingewisseld bij 60 winkels en horecazaken in de binnenstad van Roosendaal.

De meeste respondenten hebben een neutrale mening over de Roos Cadeaukaart (42%). Daarnaast is 37% positief over het project. Slechts 5% is ontevreden over de cadeaukaart.

Als toelichting benoemen de respondenten het volgende:

- “De kaart kan bij iedere zaak worden ingeleverd, dat is goed”;
- “Een goede aanvulling op ROOS24”;
- “De cadeaukaart is in potentie een middel om consumenten bekend te maken met lokaal ondernemerschap. Gezien de overvloed aan cadeaukaarten in de markt en beperkte inwisselmogelijkheden die deze kaart biedt, ben ik vooralsnog sceptisch over het succes ervan”;
- “Ik zou graag meer deelnemende winkels zien”.

Volgens de respondenten levert de Roos Cadeaukaart hen op dit moment vooralsnog weinig op.

De volgende suggesties worden genoemd ter verbetering van de Roos Cadeaukaart:

- Meer publiciteit om de Roos Cadeaukaart onder de aandacht te brengen;
- De cadeaukaart beschikbaar maken voor alle Roosendaalse ondernemers, ook als zij niet zijn aangesloten bij ROOS24;
- De Roospas en Roos Cadeaukaart integreren;
- Meer acties om de cadeaukaart weg te geven aan winkelende klanten, inzetten als prijs bij binnenstadsacties.

Ondernemers- en thema-avonden

Op ondernemers- en thema-avonden wordt onder meer kennis uitgewisseld. Daarnaast bezoeken mystery shoppers de zaken van deelnemende ondernemers aan ROOS24, wat zorgt voor relevante informatie om hun onderneming te verbeteren.

Het merendeel van de respondenten is tevreden over de ondernemers- en thema-avonden (35%). Ongeveer een derde van de respondenten heeft geen mening over de avonden. Slechts 10% van de respondenten is ontevreden over de ondernemers- en thema-avonden.

Een aantal respondenten lichten hun antwoord verder toe:

- “Het blijft nuttig om twee keer per jaar ondernemers de kans te geven hun zegje te doen, contacten te leggen of te onderhouden en om uit te leggen waarom het bestuur bepaalde keuzes maakt”;
- “De avonden zijn een goed bindmiddel gebleken”;
- “Soms interessant, de andere keer wat minder. Over het algemeen redelijk tot goed”;
- “Het is altijd hetzelfde groepje mensen, dat is geen meerwaarde”.

Volgens de respondenten leveren de ondernemers- en thema-avonden het volgende op:

- Onderlinge contacten, netwerk vergroten;
- Kennis;
- Het bespreken van actualiteiten die zich afspelen in de binnenstad van Roosendaal;
- Een band opbouwen met collega's.

De respondenten benoemen een aantal suggesties ter verbetering van de ondernemers- en thema-avonden:

- De vergaderingen mogen kritischer zijn naar de eigen organisaties;
- De frequentie van de avonden verhogen;
- Ruimte inbedden voor informeel contact;
- Zorgen dat er meer en diverser publiek op de avonden aanwezig is. Nu zijn het vaak dezelfde gezichten.

Conclusie

De meerderheid van de respondenten is bekend met de binnenstadsorganisatie Smartcity B.V. Toch is er nog een groot deel van de respondenten die niet bekend zijn met de binnenstadsorganisatie.

Overall zijn de respondenten positief over de samenwerking met Smartcity en haar projecten. Echter zijn de respondenten wel van mening dat er een aantal aandachtspunten bestaat om de samenwerking met Smartcity te bevorderen en om de projecten te optimaliseren.

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01