

Verwachtingen

- Ideeën hoe ondernemers klaargestoomd kunnen worden voor de toekomst.
- Hoe er elders met Retail vanuit de politiek wordt omgegaan.
- Benieuwd hoe het gaat met Roermond en kennisuitwisseling.
- Welke digitale marketingtools en producten zijn er.
- Benieuwd naar de reacties op Roermond.
- Hoe krijg je plannen geïmplementeerd en geactiveerd.
- Op zoek naar een eyeopener voor de toekomst.
- Problematiek herkenning en hoe daarmee omgegaan moet worden.
- Hoe Roermond de ondernemers & stakeholders mee neemt.
- Inspiratie opdoen voor het ontwikkelen van een centrumvisie.
- Kennisdelen & netwerk opbouwen.
- 1,2,3 synergie
- Hoe ga je om met de menselijke factor als het gaat om technologie.
- Wat vinden de deelnemers van Roermond positief en negatief.



Relevante publicaties

- > Samen investeren in succesvolle winkelgebieden
- > Sociale meerwaarde, merkstrategie voor succesvolle winkelgebieden
- > Future retail city van shopping tomorrow

Wat heb je geleerd van de case van Roermond?

- Het was interessant om te horen welke regelingen er in Roermond ingezet worden.
- Er is enthousiasme om het centrum te verbeteren.
- Aanwijzen welke partners verantwoordelijk zijn voor welke taken.
- Studenten inzetten om mee te denken of om ondernemers te ondersteunen.
- Ze hebben een overzichtelijk beeld van wat kansrijke gebieden zijn.

Tip

- Deel successen.
- Culturele instellingen moeten er ook bij betrokken worden.
- Pas op dat er niet te veel naast elkaar wordt gedaan.

Regelingen in Roermond:

1. Gevelsubsidie
2. Stimuleringsregeling
3. Transformatieregeling
4. Duurzame invulling
5. Gevelgroen en dakgroen

Presentatie Roermond: Compleet, Comfortabel, Compact & Concentratie

Roermond heeft een nieuw detailhandel beleid. In de detailhandel visie is niet alleen op ruimte, maar ook op beleving en ondernemerschap ingezet. Roermond was in 2015 al bezig met het toekomstbestendig maken van de stad.

Retailambitie: Sterke en evenwichtige detailhandel structuur. Groot verzorgingsgebied. Ruimtelijke structuur verbeteren.

Speerpunten:

- Beleving, compacte stad, city branding (creëren van een identiteit), ondersteuning ondernemers, acquisitie van winkelformules, opleiding, innovaties.

Het verzorgingsgebied van Roermond is zeer groot. Naast het binnenstad gebied is er in Roermond ook het DOC (Designers outlet center). Dit trekt veel toeristen aan. 20% van die bezoekers loopt door naar de binnenstad. De connectie tussen de binnenstad en het DOC wordt aantrekkelijker gemaakt om meer bezoekers naar de binnenstad te krijgen.

Juli 2020 moet de 12 miljoen investering gebruikt zijn.

Ondernemers vragen snel: wat kost het? i.p.v. wat levert het ons op? Door middel van het bekostigen van een deel van de kosten worden ze gestimuleerd verbeteringen door te voeren. Roermond wil zijn historische binnenstad duidelijk promoten. Bezoekers moeten de onontdekte pareltjes van Roermond gaan ontdekken.

