



## Stichting Centrummanagement Weert

Weert, 18 maart 2021

Onderwerp: Zienswijze n.a.v. notitie Citymarketing Weert

Geacht College van B&W en geachte leden van de Gemeenteraad Weert,

Het bestuur van de stichting Centrummanagement Weert bestaande uit vertegenwoordigers van samenwerkende Ondernemers en Vastgoed, VVV Weert, Gemeente Weert, Muntpassage, Bewonersorganisatie Binnenstad (BOB) en Koninklijke Horeca Nederland afd. Weert hebben als belanghebbende partijen in 2015 middels "Pact van Weert" afspraken gemaakt om gezamenlijk te investeren in de totaalbeleving van de Weerter binnenstad als centrumstad en toeristische stad in de regio. De doelstelling is het vergroten van de aantrekkingskracht van de binnenstad door meer lokale en regionale bezoekers aan te trekken en deze vast te houden, ter versterking van het ondernemersklimaat en verbetering van het economisch functioneren. De uitvoering werd daarbij overgelaten aan de organisatie Centrummanagement 2.0, gecontroleerd door samenwerkingspartners en een Raad van Toezicht.

Medio 2019 mocht het bestuur van de stichting Centrummanagement Weert (CMW) kennis maken met Moniek IJzermans, zij kreeg van de gemeente Weert de opdracht te onderzoeken hoe Weert beter in de markt gezet kon worden. Het resultaat is een notitie om te komen tot de oprichting van een citymarketingorganisatie. Het bestuur staat daar positief tegenover, maar wil enige aandachtspunten met u delen.

Citymarketing doen we samen, staat in de notitie en dat mag geen loze tekst zijn. Hiervoor is vertrouwen de basis. Het bestuur werd dan ook recentelijk verrast door de snelheid waarmee, zonder verder overleg, de afronding van deze notitie werd doorgevoerd.

De notitie "Citymarketing Weert" is geschreven in een periode voor de coronaperikelen. De effecten van de coronacrisis op de economische groei zijn onvoorspelbaar, maar de vooruitzichten zijn niet goed. De koopbereidheid en het consumentenvertrouwen zullen zeker stijgen na corona, maar komen volgens experts maar moeilijk terug naar het oude niveau. Het planbureau voor de leefomgeving zegt in haar rapport van 4 december 2020: "Corona legt een ongekende druk op de bezoekfunctie van binnensteden. Mede daardoor wordt begin 2022 een forse toename van de winkelleegstand verwacht (ruim +40%)".

Het bouwen van een solide organisatie kost tijd en energie, staat te lezen in de notitie.

De vraag is of die tijd er is? Om de eerste jaren te gebruiken voor het uitrollen van de nieuwe organisatie roept de vraag op waar nu de prioriteit moet liggen van de Stichting Centrummanagement? Een gewenste organisatietransitie naar het model Citymarketing Weert? Of gaat de economische onstabiele situatie voor en moeten wij ons paraat houden voor samenwerken? Samenwerken met organisaties van evenementen, samenwerken met ondernemers en vooral communicatie met de ondernemers? En als er weer wat meer mag de beschikbare middelen daarvoor inzetten?

Zo loopt de wettelijke termijn van de BizOndernemers dit jaar af. Er is de ondernemers alles aan gelegen om de huidige Biz te verlengen met een nieuwe periode van 5 jaren. Het meerjarenplan is in ontwikkeling en medio maart klaar, een draagvlakmeting moet nog gebeuren. De toevoeging van de Muntpassage (voorheen samenwerkingspartner, nu volledig partner) vergt nogal wat werk en zorg in verband met de voor hun verhoogde bijdrage. Mocht deze constructie niet doorgaan mist de nieuwe citymarketingorganisatie een tweede belanghebbende naast de BIZ Vastgoed. Het bestuur wil alles op alles zetten om de ondernemers verenigd te houden en prioriteert dit op dit moment!

Het streven naar een publiek-private samenwerking zoals in de notitie staat is terecht. Verder staat in de notitie "de financiële bijdragen zijn medebepalend voor de ontwikkelingsrichting van de citymarketingorganisatie". Concreet betekent dit dat Citymarketing in grote mate afhankelijk is van gelden van derden. In deze roerige economische tijden is het niet vanzelfsprekend dat er vanuit derden voldoende geld ter beschikking komt om Citymarketing de benodigde aandacht te geven. Als blijkt dat in de eerste jaren dit niet tot een gewenste financiële bijdrage leidt, dit ongetwijfeld te koste gaat van het ambitieniveau van de citymarketingorganisatie. Het succes van Citymarketing wordt daarmee afhankelijk van de publiek-private sector en dat is een risico en verspilling van kostbare tijd. Tijd die er na het postcorona tijdperk niet is.

Het huidige Centrummanagement heeft de afgelopen jaren steeds met een beperkt budget gefunctioneerd, te klein voor het tafellaken en te groot voor het servet. Zoals het er nu naar uitziet zal er straks een prima werkorganisatie staan met geschoolde medewerkers, die in hun werk beperkt worden door het ontbreken van adequate financiële middelen om marketing succesvol uit te rollen. Ambitie en middelen liggen nog ver uit elkaar.

De Stichting Centrummanagement Weert heeft drie medewerkers in dienst; officemanager, een centrummanager en medewerker VVV/BO; deze mensen zijn in vast loonverband. De stichting wil graag weten hoe met deze mensen om te gaan; wat mogen zij verwachten en hebben zij een rol in de nieuwe citymarketingorganisatie.

Citymarketing gaat in principe over alle promotionele activiteiten die centraal staan in de stad.

Het doel is een positief imago te creëren en daardoor meer bewoners, bezoekers, bedrijven of toeristen te trekken. Weert promoten, in volle breedte, repeterend en over een langere periode ten aanzien van toerisme, wonen, werk en economie. Het bestuur van de Stichting Centrummanagement kan dat alleen maar toejuichen, maar heeft zorgen over het bescheiden budget; de niet geborgde bijdragen van de publiek-private sector; de tijdsduur die nodig is om de organisatie te ontwikkelen en de toekomst van het huidige personeel.

Het succes van de organisatie wordt mogelijk over enkele jaren pas zichtbaar. Je zou je daarom kunnen afvragen of het oprichten van een citymarketingorganisatie, nu het juiste moment is? Is het niet verstandig eerst snel en effectief in actie te komen en nu te investeren om de binnenstad overeind te houden? Of is het verstandig om uit de crisis te komen juist nu te investeren in een nieuwe organisatie; opdat communicatie en marketing voor bezoekers, consumenten en toeristen juist nu moet worden versterkt, maar dan ook zonder financiële schroom. Het is uiteraard aan de gemeenteraad om in al zijn wijsheid een keuze te maken.

Juist nu!

Namens Bestuur Stichting Centrummanagement Weert  
Leon Bouwels  
(waarnemend) voorzitter