

SAMEN DUURZAAM DIALOOG MET ONDERNEMERS BINNENSTAD SITTARD

23 OKTOBER 2018



Trots op de historische binnenstad

De vele monumenten, historische straten, pleinen en tuinen vormen een prachtig decor voor ondernemers om klanten hun diensten/producten aan te bieden.

Bekend en bemind

Ondernemers horen vaak van hun klanten dat deze aangenaam verrast zijn als zij voor de eerste keer de historische binnenstad bezoeken. Gezellig en charmant zijn woorden die de klanten vaak gebruiken ... en velen zeggen dat ze zeker nog eens terug zullen komen.

Hier zit ook de potentie van de historische binnenstad. Als veel meer mensen van binnen en buiten de regio weet zouden hebben van het moois dat ze hier kunnen aantreffen, zouden veel meer mensen ook daadwerkelijk de binnenstad van Sittard bezoeken. Goede marketing is het instrument om dit te bereiken. Onderdeel daarvan is het leggen van contacten met de ketenpartners in het toerisme, zoals touringcarbedrijven.

Groei doorzetten

De ondernemers zien dat de bezoekersaantallen toenemen. Er is nu een momentum om deze groei versterkt door te zetten. De ondernemers willen daartoe inzetten op het vergroten van de toeristische kwaliteiten van de historische binnenstad. De bestaande kracht zit in het winkelaanbod (veel lokaal ondernemerschap) en de evenementen, de kansen in het bezinningstoerisme en de geheime tuinen. Belangrijke onderdelen die de toeristische kracht kunnen versterken zijn:

- meer leisure-activiteiten in en aan de rand van de binnenstad;
- uitstekende verbindingen met de leisure-activiteiten aan de rand van de stad, zoals Sportzone;
- leisure-activiteiten/evenementen tijdens alle seizoenen;

Door de krachtenbundeling van de verschillende ondernemersgroepen en de krachtenbundeling met de gemeente, kan een sterk toeristisch product ontstaan dat meer bezoekers zal aantrekken. De discussie moet gevoerd worden over wat de kern (DNA) van dit toeristische product is. Genoemd worden de (cultuur)historie, Toon Hermans en jonge lokale ondernemers met bijzondere concepten.

Door de krachtenbundeling van de verschillende ondernemersgroepen en de krachtenbundeling met de gemeente, kan een sterk toeristisch product ontstaan dat meer bezoekers zal aantrekken. De discussie moet gevoerd worden over wat de kern (DNA) van dit toeristische product is. Genoemd worden de (cultuur)historie, Toon Hermans en jonge lokale ondernemers met bijzondere concepten.

In deze discussie hoort ook de analyse van de doelgroepen die voor de historische binnenstad kansrijk zijn. Aanknopingspunt is het gegeven Maastricht en het omliggende heuvelland toeristen trekt die een bezoek willen brengen aan een plek die 'ietsje verder weg' ligt. Genoemd worden ook de studenten/kenniswerkers die dagelijks in Ligne en op de Chemelot Campus zijn.

Partnerschap met Chemelot

(De wereldspelers op) Chemelot en de historische binnenstad kunnen elkaar versterken. Het (toeristische) product binnenstad Sittard draagt bij aan de kwaliteit van de leefomgeving van hun werknemers. Er ontstaan dan ook kansen dat deze werknemers in grotere aantallen gaan wonen in Sittard-Geleen en daardoor vaker in de historische binnenstad zullen komen.

Dit partnerschap kan ook gaan over duurzaamheid. In de binnenstad kan dat – als onderdeel van het toeristische product – uitgedragen worden door de ondernemers. Het kan ook gaan om de verduurzaming van gebouwen zodat de energielasten voor ondernemers dalen.

Nog niet alles is goed

Openbare verlichting, vervuiling, aan- en afvoer van goederen, het continueren van het aanpakken van winkelleegstand en de afstemming met de weekmarkt zijn thema's waarin volgens de ondernemers een kwaliteitsslag gemaakt moet worden.

Innoveer

Tijdens het gesprek groeit het beeld dat problemen het beste opgelost kunnen worden door een nieuw perspectief in te nemen en problemen niet (altijd) afzonderlijk te bekijken. Ideeën worden geopperd om een integraal mobiliteitsconcept te bedenken dat zowel een oplossing biedt voor de aan- en afvoer (afval) van producten en personenvervoer. Genoemd wordt ook de inzet van mensen met een beperking.

Geef ruimte aan ideeën die op het eerste gezicht gek lijken, maar uiteindelijk de historische binnenstad onderscheidend maken ten opzichte van andere binnensteden. Genoemd voorbeeld: op 'rosenmontag' ruikt het in de hele historische binnenstad naar rozen.

Effectievere manier van samenwerking tussen ondernemers en gemeente

De ondernemers zien in het gesprek met de gemeente de start van een nieuwe manier van samenwerken. Het is goed dat er een samenwerkingsstructuur is. Nog belangrijker is dat ondernemers en ambtenaren/bestuurders korte lijnen met elkaar hebben. Met elkaar zijn ondernemers en gemeente zo meer wendbaar en kan snel/effectief gehandeld worden bij een kans of een probleem.

Het idee wordt door de ondernemers geopperd dat de ondernemers ook iets voor de gemeente kunnen doen en zij niet altijd de vragende partij zijn. Als voorbeeld wordt de vernieuwing van de openbare verlichting genoemd. Ondernemers bieden aan om dit zelf te organiseren met het budget dat de gemeente hiervoor heeft gereserveerd in de gemeentelijke begroting.

Onderneem nu actie

Het bouwen aan het toeristische product en het mogelijke partnerschap met Chemelot zijn grote thema's zal veel tijd vergen. Tegelijkertijd kunnen ook nu dingen opgepakt worden.

Afgesproken wordt om resultaat te gaan boeken op de volgende punten:

- intensivering marketing historische binnenstad;
- vernieuwing openbare verlichting;
- stroomlijnen aanvoer van producten en afvoer van afval;
- betere afstemming tussen (horeca-)ondernemers, markten en evenementen
- in korte lijnen samenwerken om effectief te handelen bij een kans of een probleem.

Bijlage 1: beeldverslag

Bijlage 2: deelnemerslijst

Bijlage 3: processchema

BIJLAGE 1

BEELDVERSLAG



Wethouder Pieter geeft een korte toelichting op SAMEN DUURZAAM en informeert de ondernemers over een aantal actuele ontwikkelingen die relevant zijn voor de binnenstad van Sittard.



Gespreksleider Annelieke Bergink geeft alle deelnemers de ruimte om aan te geven wat zij belangrijk vinden en wat zij missen in het coalitieakkoord SAMEN DUURZAAM.



Een levendige discussie ontstaat over grote thema's en over concrete dingen die nu opgepakt kunnen worden. Spreken over de ergernissen wordt niet geschuwd door de ondernemers.

Spreken over echte ('gekke') vernieuwingen maakt veel energie los bij de gespreksdeelnemers. Bij de afsluiting geven allen aan een goed gevoel te hebben bij het gevoerde gesprek. Nu de daad bij het woord gaan voegen.

BIJLAGE 2

DEELNEMERSLIJST

Bestuur Coöperatie Centrummanagement Sittard (CMS):

- Joop Petit (De Werkplaats, Phidias)
- Arjan Lamers (Bernard Herenmode)
- Rino Vincken (Music Machine)
- Wim Krings (Boekhandel Krings)
- Edwin van Brummelen (Brasserie Murphy's)
- Koen van Beek (Coffee Mundo)
- Ellen Housmans
- Milou Hendriks

Bestuur Stichting Horecaondernemers Markt Sittard (SHMS):

- Angelique Olislagers (Schtad Zitterd)
- Jolanda Hameleers (Hotel de Limbourg)
- Gino Carrus (Café de Buren)
- Peter Lemmens
- Yvonne de Lange

College

- Wethouder Berry van Rijswijk
- Wethouder Jos Bessems
- Wethouder Pieter Meekels

Ambtelijke organisatie

- Jan van de Ven
- Bert Paffen
- Annelieke Bergink
- Denis Cromptvoets

