



Ruud Stikkelbroeck

“Venlo heeft heel veel potentie”

Stichting Venlo Partners begon in 2008 als organisatie die zich toelegde op de citymarketing en de branding van Venlo. In de afgelopen zeven jaar is de stichting verder uitgegroeid tot een netwerkorganisatie die ondernemers en organisatoren aan elkaar verbindt. Voorzitter Ruud Stikkelbroeck vertelt meer over deze betrokken organisatie.

Venlo Partners werkt met drie verschillende speerpunten. “Bij Venlo Winkelstad staat het promoten van Venlo als recreatiestad centraal”, legt Ruud Stikkelbroeck uit. “En naast het feit dat je hier prima kan winkelen en verblijven, vinden hier ook bovengemiddeld veel evenementen plaats. Dat begint al met de ‘Boerebroelof’ en in het voorjaar ‘Vastelaovend’ en de ‘Boerebroelof’. Aan de Venloop in maart nemen 28.000 deelnemers deel en daar komen dan nog eens 100.000 bezoekers op af. Ook de obstacle run Venlo Stormt in mei wekt steeds meer belangstelling.

Rondom de evenementen organiseren we extra miniprojecten en leuke acties, in samenspraak met ondernemers en de evenementenmanager die twee keer per week bij ons op kantoor zit. De sportieve activiteiten sluiten ook heel mooi aan bij de thuiswedstrijden van VVV-Venlo, waar ook veel mensen op afkomen.”

Studentenstad

Het tweede speerpunt is Venlo studentenstad. Stikkelbroeck: “Het aantal studenten in Venlo is gestegen. Het is belangrijk dat we deze studenten boeien, binden en

behouden. Boeien doen we bijvoorbeeld door op de middelbare school al een studentenpas te bieden met handige voordelen en kortingen voor studenten. Binden is mogelijk doordat het aanbod aan opleidingen groot is en doordat de stad steeds aantrekkelijker wordt. Uiteindelijk hopen we dan dat ze hier een baan vinden zodat we hen kunnen behouden.” Deze studentenpas is een mooi voorbeeld van de manier waarop de stichting samenwerkt met verschillende partijen. Via deze pas komt er veel data tot onze beschikking. Ondernemend Venlo, dat vier bedrijventer-



reinen en onder haar hoede geeft, kan deze data gebruiken om stagiaires te benaderen. “25 Procent van hen blijft namelijk na de stage hangen en vindt een baan”, vertelt Stikkelbroeck. “Wij zorgen ondertussen dat ze kennis maken met de stad en de mogelijkheden wat betreft huisvesting.”

Aan de programmalijn Venlo studentenstad wordt op dit moment hard gewerkt. “Uitgangspunt is wat een student belangrijk vindt. Wij treden op als verbinder en coördinator en hebben in die hoedanigheid diverse stakeholders verzameld die diensten leveren aan studenten. Op dit moment ontbreekt er voor deze doelgroep nog een en ander op het gebied van beleving. Wethouder Stephan Satijn van Economische Zaken en Kennisinfrastructuur heeft dit ook als speerpunt voor zijn wethoudersportefeuille voor 2016.”

Imago

Het laatste speerpunt is Venlo Mijn stad, waarbij het imago in het algemeen centraal staat. “Venlo heeft twee jaar lang de titel ‘Beste Binnenstad 2013-2015’ in de categorie ‘middelgrote binnensteden’ mogen voeren”, vertelt Stikkelbroeck. “Dit is natuurlijk een heel mooie marketingtool, dus hebben we deze titel we de afgelopen tijd in zo veel mogelijk uitin-

gen meegenomen. De titel hebben we nu weer ingeleverd, dus is het tijd om te gaan kijken hoe we Venlo de komende tijd in de markt gaan zetten en welke middelen en uitingen hier bij passen. Burgemeester Antoin Scholten heeft geopperd om Venlo aan te laten sluiten bij de Hanzesteden. Wij zijn verder aan het onderzoeken hoe we hierop zouden kunnen aansluiten.”

Nieuwe winkelstraat

Een ander project dat in 2016 verder zal worden uitgerold is een project binnen het speerpunt Winkelstad. “Het project ‘Nieuwe winkelstraat’ omvat vijf programmalijnen”, legt Stikkelbroeck uit. “Een van deze programmalijnen is hoe winkeliers in de binnenstad kunnen anticiperen op de ontwikkeling op het gebied van e-commerce die met name grote gevolgen heeft voor de retail. We willen informeren over hoe zij het concept bricks and clicks binnen hun eigen bedrijf kunnen uitrollen en het belang van een goede webshop in dit verhaal. Met het bundelen en beschikbaar stellen van digitale informatie willen we de binnenstad 2020-proof maken.” Binnen dit geheel is er ook een prominente rol voor het vastgoed. “Graag zouden we zien dat de vastgoedpartijen intensief gaan samenwerken, bijvoorbeeld door een

Bedrijveninvesteringszone (BIZ) in te richten. Begin april willen we hiervoor een plan presenteren.”

Gezamenlijke aanpak

Het budget voor deze projecten komt voornamelijk van de reclamebelasting die de ondernemers in de Venlose binnenstad betalen. Stikkelbroeck: “Samen met ondernemersvereniging Venlostad.com en de ondernemers zelf kijken we hoe het budget het beste kan worden besteed. Aan het begin van elk jaar maken we een globale opzet en gedurende het jaar wordt er regelmatig overlegd over initiatieven en projecten. In sommige gevallen komt daar nog een extra bijdrage van de gemeente, bedrijfsleven of andere partners buiten de binnenstad bij.”

Stikkelbroeck is zeer positief over de ontwikkelingen in de binnenstad en de samenwerking met de betrokken partijen. “Wil je van Venlo een succes maken, dan zullen alle betrokken partijen mee moeten werken. Gelukkig zien steeds meer partijen hiervan het belang in en wordt iedereen steeds enthousiaster. Venlo heeft heel veel potentie, met een gezamenlijke aanpak kunnen we deze boodschap breed uitdragen.” ■