

Weer een stap dichterbij de integrale benadering van stadspromotie. Volgens het CDA is dit nodig om meer bezoekers, die langer willen verblijven en meer willen besteden naar Weert te lokken.

Het **CDA** ziet steeds meer lijn komen in de promotie van Weert. Met het aantreden van onze coalitie (CDA, VVD en WL) hebben we afgesproken dat we de belangen van de afzonderlijke partijen die in de binnenstad actief zijn voor hun doelgroep en leden (zoals: Centrum Weert Promotion, Stichting Oelemarkt Promotion, Horeca Nederland afdeling Weert, Winkeliersverenigingen, etc.) gebundeld willen zien in Centrummanagement. Daarnaast moet centrummanagement een spilfunctie krijgen bij de organisatie van evenementen en de stadspromotie. Centrummanagement functioneert inmiddels en we zien steeds meer uniformiteit in de promotie van Weert. Een voorbeeld hiervan is de campagne "Met ons. In Weert.", welke met Koninginnedag gebruikt is en ook vertaald en uitgewerkt is naar andere activiteiten, zoals de kermis.

De raad heeft op 8 februari een volgende stap genomen door een aantal versnipperde budgetten vanuit de gemeente over te hevelen naar centrummanagement. Hierbij moet je denken aan de organisatie van de paardenmarkt, viering Bevrijdingsdag en de herdenking, winterstad Weert, gastvrij Weert, fakkelestafette en het straattheater. De kracht van de organiserende organisaties wordt hierdoor niet beperkt maar juist versterkt doordat we als Weert uniformer naar buiten treden en de organisatie zich beter kan profileren.

Aan centrummanagement de opdracht om in 2012 de coördinerende rol te vervullen. Zijn we nu klaar? Nee zeker niet. Er blijven nog voldoende vraagpunten. Hoe gaan we als Weert met onze middelen voor regiopromotie Midden-Limburg om? Hoe wordt de frontoffice van de lokale VVV vormgegeven? Passen onze huidige communicatie-uitingen in het campagne-concept? Kan de samenwerking met Centrum Weert Promotie (CWP) anders vormgegeven worden? Integraal is naast winkelen en recreëren ook wonen en werken. Hoe maken we nog meer deze koppeling?

Het **CDA** wil in elk geval naast een regionale promotie ook de eigen toeristisch, recreatieve kracht van de stad beter benutten en promoten. Een lokale invulling van de VVV frontoffice is hiervoor een belangrijke pijler.

Theo Meulen
Raadslid CDA fractie