

Designer Outlet Roermond wil nadrukkelijker samenwerken met de binnenstad

02-11-2018 14:13

In veel gemeenten worden heftige discussies gevoerd over de locatie van nieuwe outletcentra. Roermond laat zien dat een outlet en toeristische binnenstad ook een goede symbiose kunnen vormen. In de uitbreidingsambitie van de outlet, dat zich steeds meer profileert als toeristische bestemming, speelt de naastgelegen binnenstad een belangrijke rol. Dat bleek tijdens een lezing en rondleiding 'Zet je Regio op de Kaart, georganiseerd door Pleasureworld NRIT.

Als je Fun-shoppen rekent tot recreatie-activiteit, dan is de Designer Outlet het grootste attractiepark van Nederland. De Designer Outlet in Roermond trok 7,5 miljoen bezoekers in 2017 en wil doorgroeien naar 12 miljoen in 2021. Dit jaar bezochten op de recorddag (6 april) 57.000 mensen het winkelparadijs. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="57447,57448"] De belangrijkste bezoeken zijn 'een dagje uit' (28%). Pas daarna volgen redenen die te maken hebben met winkelen. Deze outlet is volgens de guest relations manager Felix Kreuz volop voordelen de nabijheid van een aantrekkelijke historische binnenstad. "Daar willen we in onze groeiplannen ook nadrukkelijk rekening mee houden. Binnen drie minuten sta je vanuit de outlet in het centrum van Roermond. Ik ben er zelf al achter hoe mooi Roermond is en het is uniek in de wereld dat een outlet zo mooi gekoppeld kan worden aan een historische binnenstad." Leisure trendwatcher Hans van Leeuwen waarschuwt de ondernemers in de binnenstad dat zij wel beter moeten inspelen op de kansen: "Als ik in de binnenstad rondloop dan gaan om half zes de luiken van de winkels dicht. Het internationale publiek dat op de outlet afkomt staat daar vreemd van te kijken. Die willen na een dagje shoppen ook nog even de binnenstad in. Met openingstijden van 11.00 tot 22.00 behaal je veel meer rendement en je maakt je hele stad aantrekkelijker voor je toeristische gasten." **Uitbreidingsplannen** Centrummanager, Rudolf van Gompel, ziet nog volop groeikansen voor de outlet; "Om de groei te realiseren wordt er niet alleen gekeken naar nieuwe winkels, maar ook de logistiek moet de groei kunnen bijbenen. We hebben recent de grootste parkeergarage van Europa geopend en investeren mee om de wegen-infrastructuur rond de outlet te verbeteren. Het is ook in ons belang om wachtrijen en files zoveel mogelijk te voorkomen. Dat is een dissatisfier." Ook de komst van een Chinezenhotel staat hoog op het verlanglijstje. Maar dan wel een hotel gericht op individueel reizende Chinezen." De grote hal, waar ooit het indoor pretpark Yumble was gevestigd is inmiddels helemaal aan de outlet vastgegroeid, maar staat nog altijd leeg. Er wordt gekeken naar een overname door Mcarthurglen; de eigenaar van de Designer Outlet, die daar dan een eigen invulling aan kan geven. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="57449,57450,57451,57452,57453,57454"] Waar veel mensen zich ook op verkijken is de enorme potentie van vestigingen in Midden Limburg. In Nederland ligt de focus vooral op de Randstad als dichtbevolkt gebied. Als je een straal van 90 minuten rijden trekt rondom Roermond, dan is daar een bereik van 27 miljoen potentiële bezoekers. Iedereen die meer dan 90 minuten moet rijden wordt aangemerkt als 'toerist. Dat zijn dus ook de bezoekers uit Groningen. De bezoekers uit het Roergebied worden weer gezien als de thuismarkt. 29% van de omzet is afkomstig van toeristen. De Designer Outlet trekt ook relatief veel internationale bezoekers van over de hele wereld. Meer informatie:

www.mcarthurglen.com/nl/outlets/nl/designer-outlet-roermond/ www.zetjeregioopdekaart.nl