

Commentaar op ‘Gedeeld Toekomstbeeld Winkelstraten 2021-2030’

De input voor de visie van Taskforce Detailhandel Rotterdam die er nu ligt, is door een aantal partijen uit de vastgoedwereld, betrokken ondernemers en ambtenaren bij elkaar gebracht. De ambitie is duidelijk: minder winkelmeters en gebiedsgerichte aanpak van winkelgebieden op maat om op lange termijn te zorgen voor vitale kernen op vele plekken in de gemeente en een gezond rendement voor retailers en andere ondernemers. Diverse actielijnen hebben prima materiaal opgeleverd, maar het verhaal dat er door het Taskforce Detailhandel Rotterdam-team in het nu voorliggende Visie-document van is gemaakt, is nog niet goed onderbouwd, niet voldoende uitgewerkt (zeker waar het de uitvoering betreft) en staat nog niet voldoende in verbinding met de basis. Het is ook allerm minst zo dat zoals in de collegebrief wordt gemeld, sprake zou zijn van een breed gedragen document. Het stuk is nog niet met de basis besproken.

Onvoldragen Toekomstbeeld

Daarom is dit document niet geschikt om als kader voor de komende 10 jaar te dienen. Het is eerder het samenbrengen van verkenningen, dan een volwaardige visie. Voor een gemeentelijke visie op retail / detailhandel in Rotterdam zou allereerst een theoretisch kader wenselijk zijn: in grote lijnen de historische ontwikkeling van de detailhandel in Rotterdam (waarom zijn bepaalde winkelgebieden ontstaan en hoe hebben ze zich ontwikkeld?), ontwikkelingen in de detailhandel in andere steden – nationaal en internationaal. Ook de volgende vragen moeten nog beantwoord worden: Hoe blijven daar winkelgebieden overeind, hoe zorgen zij voor de broodnodige vernieuwing, hoe voorkomen zij leegstand of welke oplossingen zetten zij in als leegstand eenmaal ontstaan is. Wat zijn de verwachtingen ten aanzien van de groei van online detailhandel en welke effecten heeft dat op de fysieke winkelgebieden in steden. Wat valt daaraan te doen of beter nog: welke kansen liggen daar voor de fysieke winkelgebieden. Wat voor stedenbouwkundige ontwikkelingen kunnen we verwachten, welke ontwikkelingen zijn gaande op andere terreinen (zoals andere vrijetijdsbestedingen: cultuur, sport, toerisme) die van invloed kunnen zijn op de detailhandel. Door dit soort onderwerpen mee te nemen in de dialoog tussen gemeente, vastgoed, ondernemers en bewoners wordt een gezamenlijke en gefundeerde visie echt mogelijk.

Nu volle kracht vooruit in de lijn van het huidige document zou gevaarlijk zijn: een eenmaal ingezette lijn afbuigen of zelfs volledig ombuigen is heel lastig.

Uit het toekomstbeeld van Taskforce Detailhandel Rotterdam spreekt duidelijk de noodzaak om tot een integrale gebiedsgerichte aanpak en maatwerk per gebied te komen. Dit is een opgave van ‘de gouden cirkel’: vastgoed, ondernemers, bewoners en vastgoed. Er is een werkplaats nodig waar die partijen samen kunnen komen los van de gemeentelijke organisatie. Wat de gemeentelijk inzet betreft is dat niet alleen een opgave van de afdeling SO/Economie, want bijna alle clusters zijn betrokken. Om tot een goede voortgang te komen is nu een cesuur nodig en de aanzet tot een degelijke uitvoering. De Taskforce Detailhandel Rotterdam moet op een aantal vlakken anders gaan opereren, zo denken wij. In deze notitie plaatsen wij kanttekeningen bij de TDR-visie, bieden we een aantal verbeterpunten aan en komen tenslotte tot een voorstel.

Belangrijkste verbeterpunten

1. Voor de visie van Taskforce Detailhandel Rotterdam is input aangeleverd vanuit drie 'actielijnen': vastgoed; BIZ/organisatie en Innovatie. De vastgoedaanpak is uiteindelijk stevig verankerd maar met name de Organisatie- en Innovatie lijnen moeten nog danig versterkt worden. De digitalisering en de opkomst van de platformeconomie vraagt van winkeliers en winkelgebieden enorme aanpassingen. Een jaar geleden op 1 april is in EDEM de startnotitie Handvest Rotterdam Digitaal besproken. Ondernemers hebben toen kritische vragen gesteld (zie bijlage) en die zijn door de commissie overgenomen, maar sindsdien is er naar de ondernemers toe geen vervolg aan gegeven behalve aanbod van vrijblijvende vouchers. De actielijn Innovatie heeft een aanzet gedaan om informatie bij ondernemers op te halen en aansluiting bij gemeentelijke plannen voorgesteld zoals Rotterdam Digitaal en Rotterdam Next Economy. Deze aanbeveling is niet met het juiste gewicht (zelfs onduidelijk) in de visie overgenomen terwijl dit een zeer essentieel punt is.
2. In verschillende gesprekken met detaillisten en experts is naar voren gekomen dat het in winkelstraten niet alleen om de winkelfunctie gaat maar om de totale gebiedsaanpak. Hoe maak je een gebied aantrekkelijk, hoe kom je tot de juiste functiemix, is het gebied bereikbaar, wordt de buitenruimte goed ingericht, is de organisatie van SHV op orde, wordt verbinding met bewoners/bezoekers gemaakt, etc. Kortom, in een winkelstraat komt heel veel gemeentelijk beleid samen. Daarom zou de visie moeten aansluiten op ander gemeentelijk beleid dat al in ontwikkeling of uitvoering is. Daarmee kan de visie verankerd worden in de bredere gemeentelijke aanpak. In de TDR-visie is dit helaas niet gebeurd. Belangrijke ontwikkelingen en gemeentelijke stukken blijven volledig buiten beeld, daar waar een korte schets op hoofdlijnen toch echt nodig is om de visie te verankeren.
3. Verder roept het karakter van de TDR-visie vragen op in relatie tot de rapportages die door de diverse actielijnen zijn aangedragen. In de Actielijn innovatie hebben retailers en gerenommeerde experts bouwstenen aangedragen bv. hoe innovatie te stimuleren, maar deze zijn slechts zeer beperkt terug te vinden in dit document. De rode draad is eigenlijk, en ook wel het ergste bezwaar in een visiedocument vanuit de TF Retail, dat de focus op retail gaandeweg onderbelicht is geraakt. Daardoor is het ook niet duidelijk welke keuzes er gemaakt moeten worden. Enerzijds wordt genoemd dat 30% van de winkelmeters moet verdwijnen, anderzijds wordt melding gemaakt van grote projecten als Feijenoord city met toegevoegde retail zonder aandacht voor de gevolgen (voor winkelgebieden) in de buurt. Er wordt geen melding gemaakt van een integrale afweging van de toevoeging van nieuwe winkelmeters op het functioneren van reeds bestaande winkelmeters en de ondernemers die deze huren. In 2012 hebben betrokken ondernemers al bezwaar aangetekend tegen dergelijke planpraktijken waarbij vastgoedontwikkeling het enige perspectief is. (zie bijlage) Voordat nieuwe winkelmeters worden gepland moeten eerst winkelmeters elders in de stad herbestemd worden naar een andere functie (oud voor nieuw). Anders blijft het opschrijven dat we veel te veel winkelmeters hebben een wassen neus, waarbij er vooral ook ruimte is om onbeperkt nieuwe meters toe te voegen.

4. De gehanteerde typologie van winkelgebieden (12) wijkt af van de terminologie zoals die nu gehanteerd wordt¹; het is een 'tekentafeltypologie' waarbij de nieuwe begrippen anti-intuïtief zijn, geen nieuwe inzichten bieden en op een onduidelijke manier overlappen. Het zou helpen om de 70 genoemde winkelgebieden in te delen volgens de voorgestelde typologie maar die bijlage ontbreekt. Ook wordt de typologie verderop in het stuk niet strak gevolgd dus daarmee wordt het nog onbegrijpelijker. Wat is de gedachte achter deze typologie? Welk handelingsperspectief volgt daaruit of welke inzichten die ons verder kunnen helpen? Ook hierbij komen vragen over de aard van het stuk naar boven. Waar in andere steden dergelijke stukken door toonaangevende planologen, stedenbouwkundigen, stadssociologen en dergelijke worden samengesteld die ontwikkelingen kunnen analyseren en duiden, ligt hier wel een hele platte aanvliegroute. Een stad als Rotterdam verdient beter.
5. De inzet van de drie leidende partijen is abstract beschreven maar nog niet uitgewerkt. Ook het verschil tussen een coördinatiepunt en een platform voor kennisuitwisseling lijkt nogal kunstmatig. Is het niet beter coördinatie van inzet en middelen en kennisuitwisseling bij elkaar te brengen zodat ambtelijke werkzaamheden en interventies vanaf de basis samen komen met de inzichten van de doelgroep, de retailsector? Als er echt gebiedsgericht en integraal gewerkt gaat worden moet er ergens een plek zijn waar de ambtenaren uit diverse clusters, de vertegenwoordigers van gebieden, een aantal trekkende ondernemers, vastgoed en experts kennis en initiatieven uitwisselen. Tegenwoordig gaat het om co-creatie en daarbij lopen voorbereiding en uitvoering iteratief door elkaar heen. Dat is een continu proces dat sensitief en overtuigend moet worden ingericht met ruimte voor degelijke experimenten. Het is veel minder een kwestie van instrumentarium uit een 'koffer'. Wij pleiten daarom voor een 'werkplaats' waar dit iteratieve proces met grotere betrokkenheid van de basis kan worden vormgegeven.

Voorstel voor vervolg

Los van de gemeentelijke organisatie wordt een 'werkplaats winkelgebieden' ingericht waarin actieve vertegenwoordigers en ongebonden leden uit de gouden cirkel van winkeliers, bewoners, vastgoed en gemeente samen aan de slag gaan.

Binnen de werkplaats worden een aantal klussen opgepakt waaronder:

- a. gebiedsplannen per winkelgebied aanjagen;
- b. voor gebiedsoverstijgende onderwerpen die breed leven zoals organisatie, digitalisering en aantrekkelijke buitenruimte/mobiliteit een aanpak ontwerpen;
- c. gemeentelijk beleid dat van belang is voor winkelstraten volgen en op tijd interventies voorbereiden als de belangenafweging voor winkelstraten uit balans raakt;

¹ Nu spreken we van kernwinkelgebied (city); aanloopstraten, wijkwinkelgebieden en grote vastgoedprojecten; veel genoemd zijn Zuidplein en Alexandrium maar Big Shop Boulevard is er ook zo een; verder overlapt de voorgestelde typologie en is de richtinggevende gedachte niet duidelijk; op de volgende pagina's worden de begrippen uit de typologie niet consequent toegepast; dit leidt tot zinledige teksten.

- d. organiseren dat kennis, goede initiatieven en ideeën, ervaringen en positieve energie wordt uitgewisseld.

De kosten voor het inrichten en draaiende houden van de werkplaats alsook middelen voor uitvoering van deelprojecten door specialisten komen ten laste van de gemeente. De BIZgelden van ondernemers en gebruikers worden door de winkelgebieden ingezet voor het eigen gebied. Voor de stadsbrede aanpak is gezien het algemeen belang van winkelstraten voor de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van Rotterdam een serieuze bijdrage uit de gemeentekas gerechtvaardigd. Zeker nu veel winkel door de pandemie zeer zwaar geraakt zijn.

Namens een groot aantal aangesloten winkelgebieden en ondernemers bij Retail010
Opstellers van deze notitie:

Ed vd Peppel - Hoogvliet

Rina van der Stok - Binnenweg / Ekoplaza - Binnenweg, Lusthofstraat, binnenkort
Hilligersberg, Delft en Gouda

Daniel Albering - MaHo / de Kleine Kapitein - Rotterdam en Groningen

Eelco Zuidervaart - Coolsingel / Donner

Anke Griffioen - secretaris Retail010 / Calandschoen – Rotterdam en Amsterdam

Aandachtspunten en vragen Startnotitie Handvest Rotterdam Digitaal

Rotterdam wil vooroplopen bij de digitaliseringsopgave van haar eigen gemeentelijke organisatie en tegelijkertijd de digitalisering van belangrijke sectoren ondersteunen. Er zal de komende maanden een 'Actieagenda Rotterdam Digitaal' ontworpen worden. De collegebrief van 9 juni en de startnotitie stralen veel ambitie en mooie principes uit maar over de aanpak lezen we niet veel meer dan de bekende retoriek van co-creatie, concern breed, taskforces met een leidende regierol voor de gemeente.

Omdat de Rotterdamse detailhandel zwaar getroffen is, wordt nu een pilot uitgerold om deze sector als eerste te ondersteunen. Het voornemen is om in co-creatie met partners te gaan samenwerken. Om dat proces in goede banen te leiden is KPMG gevraagd 'handelingsperspectieven voor de platformeconomie' te ontwikkelen' en is al vervolgopdracht verstrekt voor een eerste pilot. In mijn rol als beoogd trekker van de Actielijn Innovatie / Platform binnen de Taskforce Detailhandel kom ik tot de volgende vragen.

1. Biedt het voorstel van KPMG de beoogde helderheid en het juiste kader? De gebruikte begrippen en metaforen zijn nogal verwarrend en belangrijke perspectieven missen. Het aangeboden raamwerk voor handelingsperspectieven is zeer abstract en zou voor meerdere domeinen richting moeten geven. De opzet lijkt veelomvattend maar geeft geen richting voor een concrete aanpak. Ook een aantal experts plaatsen veel vraagtekens bij deze opzet. De vraag is of dit de ambtenaren en uiteindelijk het stadsbestuur helpt om door te denken en beleid te ontwikkelen in samenspraak met het veld, zoals een van de doelen van dit rapport lijkt te zijn.
2. Een eerste prototype om tot een platform voor detaillisten te komen oogt sexy maar lijkt nogal los te zweven. Fundamentele vragen als hoe functioneert een wijk en wat is de beste manier op zo'n community te digitaliseren, wat is de behoefte van ondernemers, wat is de doelstelling, hoe profit en non-profit te combineren, welke instrumenten passen we toe, hoe verhoudt het zich tot andere wijkgerichte initiatieven en tot andere actiepunten lijken niet beantwoord te zijn. Het is immers zo dat (voor veel geld te ontwikkelen) digitale instrumenten alleen effectief zijn als ze voorzien in een goed onderzochte behoefte en de organisatie erachter doordacht is ingericht.
3. De gemeente wil een co-creatief proces organiseren. Dat vraagt regie en betrokken partijen aan tafel. Het is inmiddels gebleken dat alleen al binnen de gemeentelijke organisatie de afstemming veel te wensen over laat op dit dossier. Hoe denkt B&W die afstemming en co-creatie te borgen binnen het gemeentelijk apparaat en met het veld van de detailhandel?

Hoe nu verder te varen?

- Digitale instrumenten moeten aansluiten bij de fysieke realiteit. Dus die dient eerst, mogelijk op wijkniveau, geëxpliciteerd te worden. Dan volgen keuzes over de doelstelling van het instrument waarbij de hierboven genoemde vragen beantwoord worden.
- Dit vereist een daadwerkelijk bottom-up en co-creatief proces. Wellicht is het raadzaam om bij de pilot detailhandel de regie in dat veld neer te leggen en de gemeentelijke organisatie die aanpak te laten volgen. De ervaring leert dat co-creatie olv de gemeente weinig succesvol is omdat het gemeentelijk perspectief telkens weer te dominant blijkt en gefundeerde analyses niet gemaakt worden. Projecten worden dan ook zelden effectief afgerond. En burgers zitten niet te wachten op het zoveelste digitale instrument dat vooral de gemeentelijke processen ondersteunt. Daar ligt hun behoefte niet.
- Leer van ervaringen elders, zowel in binnen- en buitenland. Veel pilots mislukken en het is ook werkelijk ingewikkeld. De gemeente Amsterdam heeft recent 700.000 euro geïnvesteerd in het mislukte platform voor detaillisten 'bij ons in Amsterdam'. Laten we onderzoeken of we een effectieve 010-aanpak kunnen ontwikkelen met de partners in het veld, gefaciliteerd door verschillende betrokken gemeentelijke afdelingen. De vraag profit en/of non-profit moet daarbij ook duidelijk in beschouwing worden genomen.

'gezellig' zijn ?

Gezien de nu al inzakkende vraag naar winkelruimte en de **te verwachten structurele vraaguitval**, stellen wij voor dat het college al het mogelijke doet om serieus te onderzoeken in hoeverre plannen in overleg met de vastgoedsector nog terug gedraaid kunnen worden. Bv in overleg met eigenaren Post een andere bestemming kiezen (MBA-faculteit, woningen) in plaats van de geplande winkelruimte.

Gemeentelijk economische detailhandelsbeleid inrichten rondom **de BIZ**;

Er zijn al **kansrijke dwaalmilieus** als Downtown Rotterdam, Rondje Swaenshals, Oud Charlois waar de nodige gezelligheid, authentiek ondernemerschap en eigentijdse urban mix van horeca, muziek, winkels, kunst en bezinningsruimtes aanwezig zijn. Als we de routing daar naartoe zowel kwa bewegwijzering als fysiek verbeteren, wordt de gewenste diversiteit in winkelaanbod (Stadsvisie 2030) ook gevonden. Daarvoor zijn dan wel betere 'factsheets/gebiedsprofielen' nodig dan de gemeente nu heeft opgesteld.

Een verdere branding van de verschillende winkelgebieden met een sterke eigen identiteit rond het kernwinkelcentrum maakt het mogelijk consumenten naar deze gebieden te brengen. Deze gebieden moeten dan wel vindbaar zijn.

Op 15 mei tijdens het debat '**De slag om het winkelhart van Rotterdam**' over het nieuwe winkelen en het vergroten van de belevingsfactor, bleek bij aanwezige ondernemers bereidheid om meer gezamenlijke leuke initiatieven te ontplooiën zowel online als in de straat.



mei 2012
Ondernemers van de Nieuwe Binnenweg

Het Rotterdamse Stadsbestuur gelooft al jaren in Vastgoedspreekjes

De detaillisten

Ondernemers hebben ruim 3 jaar geleden bij bespreking van de Detailhandelsvisie Binnenstad de uitbreidingsplannen van het college kritisch besproken. Detaillisten in de hele stad vrezen nu voor half afgebouwde projecten en verlies van kwaliteit. **Er is onvoldoende koopkracht om de nieuwe meters goed te vullen en dat was jaren geleden ook al bekend.** Projectontwikkelaars van nieuwe meters zullen proberen kansrijke ondernemers elders uit de stad weg te trekken met ingroeiuren. Die ondernemers laten lege winkels achter die niet of kwalitatief minder worden gevuld.

Het college

College komt nu zelf ook tot het inzicht dat overaanbod van winkelruimte komende jaren fors zal toenemen o.a. vanwege realisatie van omvangrijke nieuwbouwplannen. Er zijn op dit moment plannen in verschillende stadia van uitvoering voor toename van een kleine **70.000 m2 detailhandel**. (CS + 4000; Calypso; +1600; B Tower + 4000; Stadskantoor + 1500; Post + 20.000; Forum + 30.000; Markthal + 7.500). **Volgens de gemeente zou er nu nog ruimte zijn voor 32.000 m2 maar volgens ons is er geen enkele ruimte voor uitbreiding.**



De deskundige

Rudy Stroink één van 's lands bekendste projectontwikkelaars zegt dat er alleen nog plaats is voor sloop en herontwikkeling van bestaande meters. **Elke netto uitbreiding betekent verlies van kwaliteit, de bevolking groeit niet meer en het bestaande is meer dan genoeg;**

- Leegstand wordt een maatschappelijk probleem omdat niet meer geïnvesteerd wordt in gebouwen en buitenruimte -> aantrekkelijkheid neemt af -> kwaliteit daalt -> neerwaartse spiraal -> proces van 'verelendung' -> afname economische activiteit regio
- Er moet niets meer bij gebouwd worden, alleen nog maar herontwikkeling van bestaande gebouwen; maar er is nog steeds een gretigheid op uitgifte grond en gemeenten werken nog veel te weinig samen
- Bestaand vastgoed moet afgewaardeerd en deel zelfs gesloopt worden maar dan daalt de waarde van de hele vastgoedonderneming en dus ook de ruimte om te investeren, dus liever laten vastgoedeigenaren panden leegstaan dan dat ze zakken met de prijs.



**The Perfect Storm.....twee depressies
die bij elkaar komen:**

**Economische / Financiële crisis + de Vastgoedcrisis
Er is nu al voor 50 miljoen Nederlanders winkels gebouwd**

De feiten

Het college wil high-end retail naar de Coolingsingel trekken maar **tot nu toe heeft alleen Saturn zich gemeld** en valt te vrezen voor vertrek van thans gevestigde kwaliteit. Daarbij stelt de vastgoedmarkt dat als er al high-end retail naar Rotterdam komt, die zich in 'dwaalmilieus' zal vestigen (zie 'Marktconsultatie' 23 april). Detaillisten zien nauwelijks Louis Vuitton- en Gucci klanten in Rotterdam. Die cruisechepen liggen er maar één dag.

Voor koopkrachtbinding gaat de gemeente uit van 'taakstellende scenario's' alsof zij kan bepalen hoeveel en waar mensen hun geld uitgeven .

De recente ontwikkelingen die duiden op structurele vraaguitval de komende jaren – o.a. als gevolg van alle bezuinigingen en btw-stijging – zijn nog niet in de gemeentelijke cijfers meegenomen. Uit het randstedelijk koopstromenonderzoek blijkt dat in het centrum van Rotterdam de omzet sinds 2004 met 37% is afgenomen (van 939 mln naar 587 mln). En **Bram Ladage heeft de laatste jaren 30% minder patat gebakken in de binnenstad**. De internetverkoop stijgt spectaculair en is een belangrijke oorzaak voor mindere vraag naar m2 detailhandel. Zo is de afvloeiing naar internet in de niet-dagelijkse sector het dubbele van afvloeiing naar andere aankoopplaatsen. Met name bij jongeren zijn er groepen die bijna al hun aankopen via het net doen. Locaties met een sterk accent op niet-dagelijkse sector krijgen de grootste klappen.

Concurrentie van internetverkoop neemt sneller dan verwacht toe. Binnen nu en 5 jaar zal volgens CBW Mitex tussen de 30% en 50% van alle kleding online worden verkocht en 30% van de levensmiddelen via internet worden besteld. **Omzetdaling retail volgens Cor Molenaar nu al 15- 20%.**

De leegstand in winkelbestand van heel Rotterdam is afgenomen met 22% (van ca 120.000 naar 94.000 meter). Die goede ontwikkeling zet het gemeentebestuur helaas niet door. De omzet staat overall onder druk maar stadsdeelcentra en 'suburbane centra' doen het relatief goed terwijl binnensteden kampen met krimpend kernwinkelapparaat.

Leegstand Rotterdam centrum is 10% van het winkelaanbod en significant hoger dan centrum Adam (2,3%) en centrum Utrecht (3,5%). **Dit terwijl Downtown nog 'last' heeft van ruimtegebrek**

Uit de koopstromen niet-dagelijkse sector blijkt verder dat het saldo van toevloeiing en afvloeiing in Zuid-Holland een negatief saldo kent van 88 miljoen euro terwijl het positieve saldo van Noord-Holland 103 miljoen is. In 2011 zijn er in de hele Randstad minder maar grotere winkels bijgekomen (sinds 2004) en is de vloerproductiviteit gehalveerd. **Toename van m2 winkelruimte (+10%) en toename van leegstand (+9%) lopen bijna gelijk op.** Je kan dus concluderen dat sinds 2004 per saldo alleen voor de leegstand is gebouwd maar positief is wel dat kwaliteit van m2 is toegenomen.

Beleid ? Welk beleid ?

Vastgoed is nog steeds leidend in het gemeentelijk perspectief. **De gemeente handelt alsof we nog in de 20^e eeuw leven terwijl deskundigen en slimme detaillisten de verschuiving van hardware naar software al hebben ingezet.** Dit wordt versterkt door matig voorbereide 'expertmeetings'. Opzet is: gemeente bereid voor en bepaalt het programma met externe 'experts' die ongebonden hun visie neerleggen en die de gemeente in het vervolg selectief kan aanhalen. Deze ingehuurde denkkracht is allang vertrokken als het op uitvoering aankomt.

In gesprekken met raadsleden enkele maanden geleden over de bouw **van twee nieuwe kantoren voor gemeenteambtenaren** (de Rotterdam en het Stadskantoor) zeiden velen dat bij nader inzien die combinatie in deze tijd ongelukkig is maar dat helaas dat besluit al genomen was. Wordt bij winkelmeters nu dezelfde fout gemaakt ?

De stukken en sessies die de gemeente tot nu toe op dit dossier heeft laten zien, voegen te weinig kwaliteit toe. Ze zijn vooral gericht op verkoop van eigen beleid en **niet op objectieve presentatie van feiten en heldere inzichtgevende analyses**. Rotterdamse marktpartijen worden genodigd om het gemeentelijk beleid te legitimeren niet omdat de gemeente werkelijk wil luisteren en begrijpen wat er speelt. De brief Winkelatlas 2 mei is daar een voorbeeld van.



Cor Molenaar:

1 op de 3 winkels bestaat over 5 jaar niet meer "

Twitter meel #dson

Twitter/downtownrdm

Hoe nu verder ?

Is de Cityloungegedachte waarbij de Coolingsingel een gezellig verblijfsklimaat moet krijgen wel te realiseren ? Is het niet beter de bestaande grootstedelijke beleving verder uit te werken gezien de huidige functie van de Coolingsingel als verkeersader, manifestatieruimte en zetel van de macht. Wel her en der een ingreep om de oversteekbaarheid te verbeteren **maar waarom moet de Coolingsingel**