



BIZ Rotterdam Centrum jaarplan 2020

Het jaarplan 2020 is een aanvulling op het BIZ-plan van de BIZ Rotterdam Centrum voor 2019 tot en met 2023. In dit jaarplan worden vooral de nieuwe activiteiten in 2020 en de eventuele budgettaire afwijkingen t.o.v. het BIZ-plan toegelicht. Graag verwijzen wij naar het document 'Evaluatie BIZ Rotterdam Centrum 2019' waarin op onderwerp onze ervaringen over het eerste jaar worden gedeeld en de achtergrond en oorsprong van de keuzes voor 2020 nader worden toegelicht. Dit document is gedeeld met de leden van de BIZ en voor leden nogmaals op te vragen via info@udsrotterdam.nl

Opbouw jaarplan 2020

Na een toelichting op de inzet die is gericht op (versterking van) de strategische agenda van de organisatie is de volgorde van onderwerpen zoals opgenomen in het BIZ plan en de BIZ presentatie uit 2018 aangehouden.

Samenwerking met gemeente en versterking van de organisatie voor realisatie van de ambities

Zoals ook wordt toegelicht bij het onderwerp 'vernieuwingsprogramma' ligt de lat hoog voor wat betreft de ambities van de BIZ; los van uitbreiding en intensivering van de huidige inzet van UDSRotterdam is een strategische agenda nodig voor een relevante, toekomstbestendige en vitale binnenstad. Om de kwetsbaarheid van het huidige werkapparaat bestaande uit 2,6 FTE weg te nemen, de organisatie te versterken en te komen tot een meer strategische agenda wordt meer samenwerking met gemeente gezocht. In de zomer van 2019 is voor de periode van een jaar de organisatie uitgebreid met een kwartiermaker en een adviseur, zij richten zich vooral op het in 2019 in gang gezette proces om met gemeente te komen tot een vorm van Publiek Private Samenwerking.

VERNIEUWINGSPROGRAMMA

| | Begroting 2019 | Begroting 2020 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Vernieuwingsprogramma | € 207.768 | € 200.000 |

Na het behalen van de BIZ heeft op alle onderwerpen uitbreiding en intensivering van de inzet plaatsgevonden. Met eerder in gang gezette uitvoeringsplannen en met het BIZ-plan liggen er operationele doelen voor de komende 5 jaar. Dit zijn plannen die vooral op korte termijn effect hebben. De BIZ periode van 5 jaar biedt de kans om strategische doelen te realiseren: ontwikkeling en uitvoering van plannen die op langere termijn effect hebben. Dat zijn ook plannen waarmee de onderscheidende positie van de Rotterdamse binnenstad tot stand gebracht kan worden. Voor de UDSRotterdam en de BIZ is een ambitieuze claim neergelegd: *de meest vernieuwende binnenstad van de Benelux te worden*. Daarnaast legt ook de gekozen naam "Urban Department Store" een zekere ambitie neer. Mede door die twee te verbinden kan er de komende 4-jaars periode aan de ambitie en visie invulling worden gegeven.

! De ruimtelijke opgaven (in het BIZ plan van 2018 omschreven als **HOSPITALITY & BEREIKBAARHEID** en **RUIJMTELIJKE ORDENING**) zijn opgenomen in het vernieuwingsprogramma dat zich richt op de onderwerpen:



- Vernieuwend in totaalbeleving (hospitality) en profilering van de deelgebieden
- Voorop in duurzaamheid
- Vooruitstrevend in mobiliteit en logistiek
- Nieuwe technologie benutten

Het vernieuwingsprogramma wordt ook gevoed en geïnspireerd door buitenstaanders. Partners en deskundigen van buiten die worden ingeschakeld voor onderzoek en concept-ontwikkeling. Allemaal met als doel om de claim waar te maken: om de binnenstad van Rotterdam de meest vernieuwende binnenstad van de Benelux te maken. De reeds bekende activiteiten en inzet voor 2020 staan in dit document omschreven.

- **Vernieuwend in totaal-beleving (Department Store / Shopping Centre) en gebiedsprofilering**

Toelichting: Een planmatig ontwikkeld shopping centre heeft controle over de totale winkeltrip van de bezoeker. Dat is in fysieke zin van het moment van aankomst tot het moment van vertrek. Maar in feite kan dat thuis al starten op het internet. De naam Urban Department Store is niet toevallig gekozen: dat suggereert de ambitie om meer grip op de hele winkeltrip te hebben. Daarin kom je verder naarmate ondernemers en eigenaren intensiever samenwerken. Op basis van voorbeelden hoe winkelcentra en warenhuizen een totaaltrip faciliteren, zal de UDSRotterdam ook vernieuwende stappen zetten op dit gebied. Denk daarbij aan allerlei activiteiten en faciliteiten die de winkeltrip leuker en meer comfortabel maken. Maar dat kan ook informatie zijn op velerlei terreinen om de winkeltrip efficiënt en compleet te maken. Het gaat hierbij dus zowel om maatregelen op straat / in de stad als langs digitale weg.

Er is een klankbordgroep opgericht bestaande uit een afvaardiging vanuit winkeliers, eigenaren, de Hogeschool Rotterdam en Gemeente Rotterdam.

-Marketing: naast inzet voor de profilering van de diverse deelgebieden is de 'why' van het kernwinkelgebied van belang. Als we goed kunnen aangeven wie we zijn en voor wie, kan het verhaal vervolgens op de juiste manier verteld worden. 3 marketingbureaus zijn daarom benaderd. Naast een pitch vullen zij ook een kleine opdracht in zodat het bestuur een weloverwogen keuze kan maken. *De keuze wordt gemaakt in het eerste kwartaal van 2020.*

-Gebiedsprofilering gebied rond de Koopgoot (Beursplein/v. Oldebarneveltplaats).

In opdracht van de BIZ Rotterdam Centrum heeft het Team BRAND+ vanuit de firma BRAND Agency de opdracht gekregen om een analyse te maken van het gebied. Gezamenlijk met de stakeholders is onderzocht hoe dit gebied zich in de toekomst zou moeten positioneren en hoe dit verder doorvertaald kan worden naar heldere ambities, doelstellingen en een plan van aanpak. Het eindrapport van BRAND Agency dient als basis voor de kopgroep bestaande uit diverse eigenaren en gemeente Rotterdam die zich in 2020 buigen over de ruimtelijke vraagstukken voor dit gebied.



- **Vooruitstrevend in logistiek en mobiliteit**

Toelichting: De revolutie van internet kan niet zonder een parallelle revolutie in distributie. Als consumenten thuis alles kunnen zien, bestellen en betalen, is nog niet gezegd dat dit ook allemaal thuis bezorgd kan worden. Het is zeker dat er nieuwe routes in de distributieketen (de weg van producent naar consument) ontstaan. De rol hierin van Retail verandert. Dat proces is volop gaande:

Elke individuele retailer moet zijn eigen antwoord geven op de vraag wat de relevantie en de rol van zijn winkel is. Winkelgebieden krijgen ook met die vraag te maken: a) *veranderende mobiliteit van de consument* (vervoerswijze, bezoekfrequentie, afstand door veranderend koopgedrag, b) *realiseren van innovatieve vormen van goederendistributie van winkel naar consument* (gekoppeld aan winkelbezoek), c) *veranderingen in logistiek/stadsdistributie* (voorraad houden verandert maar ook door retouren via de winkel). Dit laatste is sowieso een thema vanwege toenemende beperkingen bij bevoorrading in binnensteden en milieucriteria vanwege vervuiling door vrachtverkeer). Het BIZ gebied zou door haar schaalvoordeel een ideale proeftuin kunnen zijn.

Er is een klankbordgroep opgericht bestaande uit een afvaardiging vanuit winkeliers, eigenaren, de Hogeschool Rotterdam en Gemeente Rotterdam en er zijn samenwerkingen aangegaan met de Verkeersonderneming en de Fietsalliantie.

-Fietsparkeren Op aangeven van de klankbordgroep is in het najaar van 2019 een opdracht uitgezet onder studenten van de Hogeschool Rotterdam. zij werkten een businesscase uit: De kelder van Hudson's Bay als fietsenstalling / servicepunt. Fietsparkeren is een actueel onderwerp. Hoewel hier veel over gesproken wordt is van concrete inzet en concrete oplossingen nog geen sprake. Met behulp van de businesscase hopen we meer grip te krijgen op het vraagstuk en dit als basis te kunnen laten dienen voor vervolggesprekken met gemeente Rotterdam.

In februari 2020 wordt de opdracht verder uitgewerkt.

-Afvalstromen Slechts een klein deel van de vervoersbewegingen in de binnenstad wordt veroorzaakt door de retailers die veelal gebundeld en met elektrisch vervoer bevoorraden, daar ligt dus niet zozeer een uitdaging.

In sommige winkelstraten ligt na de privatisering van de afvalprocedure het aantal bedrijven dat het afval ophaalt boven de 10 verschillende partijen. Door dit te reduceren naar 1 partij neemt het aantal vervoersbewegingen aanzienlijk af en neemt de luchtkwaliteit toe. UDSRotterdam heeft bij het Rotterdamse Klimaatakkoord gevraagd om een pilot te draaien in de binnenstad waarmee de afvalinzamelaars een contract aangaan met 1 partij die het afval ophaalt en de retailers tegen huidige voorwaarden hun afval kunnen laten ophalen. Start pilot najaar 2020.

-Fietsalliantie UDSRotterdam sluit zich vanaf 2020 aan bij de fietsalliantie. De fietsalliantie heeft als doelstelling het fietsverkeer te bevorderen en autoverkeer te reduceren en biedt collectieven aantrekkelijke maatregelen ter bevordering.

- **Nieuwe technologie benutten**



Toelichting: Door internet en op gebied van logistiek vindt er veel vernieuwing plaats. Dit heeft grote gevolgen voor de winkelmarkt. De grondslag hiervoor ligt in technologie: nieuwe technische ontwikkelingen die het aankoopproces makkelijker, efficiënter, comfortabeler of leuker maken. Maar diezelfde technologie die het winkelen thuis lijkt te stimuleren, biedt wellicht ook mogelijkheden om het bezoek aan de winkelstraat een impuls te geven. Bijvoorbeeld om mensen thuis te stimuleren de binnenstad van Rotterdam te bezoeken. Maar ook om aanwezige bezoekers op allerlei manieren tijdens hun verblijf met technologie te verleiden tot langer verblijf en hogere bestedingen.

Er is een klankbordgroep opgericht bestaande uit een afvaardiging vanuit winkeliers, eigenaren, de Hogeschool Rotterdam en Gemeente Rotterdam.

-Inventarisatie huidige faciliteiten internetverbindingen

Naar aanleiding van klachten van winkeliers is door Dialogic op aangeven van gemeente Rotterdam een onderzoek gehouden om de huidige faciliteiten te inventariseren. Om de klant goed te bereiken zijn de juiste faciliteiten nodig. Er is behoefte aan een glasvezelverbinding, op aangeven van UDSRotterdam wordt gewerkt aan prioritering van het aanleggen van verbindingen voor het centrum.

- **Voorop in duurzaamheid: energie, materialen, maatschappelijk**

Toelichting: In de winkelmarkt is het moeilijk om grote stappen te zetten op het gebied van duurzaamheid. Dat heeft onder meer te maken met de lengte van ketens waarin doelen verwezenlijkt moeten worden. Hier ligt niettemin voor de komende jaren een flinke opgave. En als dat niet structureel in de keten kan, dan in ieder geval op specifieke punten in Rotterdam-Centrum. Belangrijkste terreinen waarop vooruitgang geboekt moet worden lijken vooralsnog de volgende te zijn: (1) energie, (2) materialen (hergebruik, milieuvriendelijk), en (3) maatschappelijk verantwoord ondernemen.

De inzet voor dit onderwerp komt terug in alle inzet waarbij we nagaan of dit bijdraagt aan verduurzaming. Bovengenoemde onderwerpen zijn dusdanig specialistisch dat expertise vereist is voor langdurige resultaten. Hiervoor is de support en commitment vanuit gemeente nodig (*zie ook 'samenwerking met gemeente'*).

SCHOON & HEEL

Doelstellingen vanuit het BIZ-plan:

Het gebied is te allen tijde bovengemiddeld schoon, het straatmeubilair is eigentijds en verzorgd, graffiti wordt binnen 24 uur verwijderd.

| | Begroting 2019 | Begroting 2020 |
|---------------|-----------------------|-----------------------|
| Schoon & Heel | € 232.203 | € 235.000 |

In het BIZ-plan is voor dit onderwerp jaarlijks 200.000,- opgenomen. Dit geschatte bedrag is echter onvoldoende gebleken voor de realisatie van het gewenste niveau van de buitenruimte en derhalve bijgesteld.

Schouw met Landschapsarchitect van Stadsontwikkeling

In de schouw van het buitengebied is UDSRotterdam vertegenwoordigd als opdrachtgever en Stadsbeheer als opdrachtnemer. Tijdens de schouw wordt de huidige staat van de buitenruimte beoordeeld waarbij het proces is gericht op de huidige indeling van de buitenruimte. Hiermee wordt echter nog geen aandacht besteed aan de ideale indeling van de buitenruimte of verbetering daarvan. De landschapsarchitect van gemeente Rotterdam loopt vanaf 2020 op verzoek van UDSRotterdam met het team regelmatig een separate schouw door het gebied om deskundig te adviseren over de inrichting van de buitenruimte.

Pilot regievoering

Er gebeurt veel in het buitengebied; Promotionele activiteiten, events, demonstraties/manifestaties en op sommige plekken is colportage toegestaan. Vanuit Gemeente Rotterdam zijn diverse disciplines verantwoordelijk voor deze onderwerpen en daarbij horende vergunning verstrekking. Dit komt de samenhang qua programmering en dynamiek niet altijd ten goede. UDSRotterdam en gemeente Rotterdam zijn in het laatste kwartaal van 2019 een pilot gestart voor het gebied Binnenwegplein waarin op één centrale plek de regie wordt gevoerd.

VEILIGHEID

Doelstellingen vanuit het BIZ-plan:

Het toezichtsmodel van het kernwinkelgebied is het voorbeeld voor de rest van Nederland. Voor de consument mag veiligheid geen bewust onderdeel zijn van de winkelbeleving. Veiligheid is (on)zichtbaar geregeld en is het fundament van een prettige winkelbeleving.

| | Begroting 2019 | Begroting 2020 |
|------------|----------------|----------------|
| Veiligheid | € 60.000 | € 40.000 |

Stichting Veilige Steden

De inzet van Stichting Veilige Steden op de koopavond wordt voldaan door de Directie Veilig en is al jaren succesvol in het Lijnbaangebied. Deze jongeren zijn niet uitgerust met handhavingsmiddelen maar zetten in op gastvrijheid en benaderen jeugd in voor hen begrijpelijke taal en leggen hen uit wat de 'regels' zijn in het kernwinkelgebied.

De stewards maken deel uit van het Toezichtsmodel en zijn een belangrijke informatiebron voor de deelnemers. Hun gastvrije aanpak past binnen de doelstellingen van het huidige convenant waarin de voorkeur wordt gegeven aan preventie en gastvrijheid boven escalatie.

Er wordt 10.000,- gereserveerd voor extra inzet van de stewards van Stichting Veilige Steden in het BIZgebied op belangrijke koopmomenten waarbij veel jeugd wordt verwacht.

Chainels

Het communicatiemiddel Chainels is goed gewaardeerd door de ondernemers en als communicatiemiddel het meest succesvol gebleken. De overeenkomst met Chainels is verlengd voor de periode van 1 jaar voor 2020.

Uitstraling ter bevordering van de veiligheid

Bij leegstand van panden draagt UDSRotterdam zorg voor de bestickering ervan zodat het pand een prettige uitstraling behoudt en geen 'hangplek' wordt.

Graffiti verwijdering

In het gehele BIZ gebied wordt graffiti op openbare en particuliere objecten binnen 24 uur verwijderd voor een prettige uitstraling van het gebied en ter bevordering van het veiligheidsgevoel.

RETAILMONITOR

| | Begroting 2019 | Begroting 2020 |
|---|----------------|----------------|
| Retail monitor en management rapportage | € 30.000 | € 30.000 |

De Retailmonitor heeft zich in het afgelopen jaar flink ontwikkeld. Het aantal telpunten is uitgebreid van 12 naar 26 en de rapportage beslaat -met terugwerkende kracht over 2018 voor een goed vergelijk- het gehele BIZ gebied. Er vindt regelmatig afstemming plaats met de leden inzake het gebruik van de Retailmonitor en feedback van de leden heeft meermaals geleid tot aanpassingen zoals het toevoegen van samenvattingen. Wanneer meer winkeliers hun omzetindexen delen zal de waarde van de Retailmonitor verder stijgen. De Retailmonitor wordt uitgebreid met o.a. data vanuit RET over gebruik van de metro en de rapportage wordt verder verwerkt tot managementrapportage.

MARKETING & PROMOTIE

| | Begroting 2019 | Begroting 2020 |
|---|----------------|----------------|
| Marketing totaal voor gehele BIZ gebied | € 50.000 | € 61.970 |

Op verzoek van de leden worden meer gelden gereserveerd ten behoeve van promotie en marketing voor het totale gebied. Er wordt verder ingezet op het vergroten van verkoopmomenten en een eerste verkenning naar het zelf creëren van verkoopmomenten wordt gestart.

| | Begroting 2019 | Begroting 2020 |
|---------------------------------|----------------|----------------|
| Marketing deelgebied Plaza | € 6.248 | € 6.248 |
| Marketing deelgebied Kruiskade | € 25.561 | € 25.561 |
| Marketing deelgebied Lijnbaan | € 156.986 | € 156.986 |
| Marketing deelgebied Koopgoot | € 50.382 | € 50.382 |
| Marketing deelgebied Beursplein | € 14.542 | € 14.542 |
| Marketing deelgebied WTC Shops | € 15.879 | € 15.879 |

Het eerste jaar van de samenwerking in de gebiedsraden is zeer positief verlopen, in 2020 wordt ingezet op verdere versterking van de onderlinge samenwerkingen. Iedere gebiedsraad maakt in januari de plannen voor het komende jaar, vanuit UDSRotterdam wordt weer een bijeenkomst georganiseerd waarin de gebiedsraden aan elkaar de plannen presenteren.

UDSROTTERDAM

Management overeenkomst UDSRotterdam voor inzet op Schoon, heel, veilig en bereikbaarheid gehele gebied. *Toevoeging: marketing & promotie*

| | Begroting 2019 | Begroting 2020 |
|--------------|----------------|----------------|
| UDSRotterdam | € 240.000 | € 260.000 |



In 2019 heeft UDSRotterdam naast haar inzet voor schoon, heel, veilig en bereikbaarheid voor het gehele gebied ook de organisatie voor het onderwerp marketing & promotie op zich genomen. De capaciteit van het werkkaparaat werd daardoor bijna volledig ingezet ten behoeve van de BIZ. Deze werkzaamheden zijn derhalve ook opgenomen in de managementovereenkomst.