

Winkelcentrum Zuidplein



5.3.1 Uniek stuk Nederland

Gezellig keuvelend wandelen twee dames over het grote middenplein van het overdekte winkelcentrum Zuidplein. Gezellig samen een dagje winkelen terwijl ze de laatste nieuwtjes uitwisselen. “Wij maken er een maandelijks uitje van! Alles is hier te vinden en nog overdekt ook, dus het maakt niet uit wat voor weer het is, onze winkeldag gaat altijd door”, vertellen de dames enthousiast. Dat is inderdaad een van de aantrekkingskrachten van winkelcentrum Zuidplein.

Tussen de hoofdverkeerswegen en de woonwijk ligt de oase van vermaak in Rotterdam-Zuid. Een winkelgebied waar ruim 150 winkels en horecagelegenheden ruim twintig branches vertegenwoordigen. Een uniek stukje Nederland, op veel gebieden. Zo is Zuidplein het eerste veiligste en schoonste winkelgebied van Nederland.

Met trots toont Coen van Riet, centrummanager namens Meeùs Vastgoedmanagement en stichting Collectief Beheer Winkelcentra op winkelcentrum Zuidplein, het keurmerk Veilig Ondernemen met de behaalde drie sterren.

Uniek is het ook omdat dit veilige en schone winkelparadijs zich zes meter boven straatniveau bevindt. Dit is namelijk bovenop een parkeergarage gebouwd. Reden voor deze verhoogde bouw is de aangrenzende metrobaan. Deze is in Rotterdam-Zuid bovengronds en ook het busstation ligt ongeveer zes meter boven het straatniveau. Daarom lag het, volgens de planners, voor de hand om het winkelcentrum op dezelfde hoogte te bouwen. Daarmee is Zuidplein het eerste winkelcentrum in het westelijk deel van Nederland dat boven zeeniveau ligt. De bouwperiode is ook uniek, want in een record-

tijd van 2,5 jaar is het winkelcentrum gebouwd, terwijl daar in die tijd normaal gesproken vier tot vijf jaar voor staat. De geschiedenis van het overdekte winkelcentrum gaat terug naar de begin jaren zeventig van de vorige eeuw. Enkele samenwerkende partijen, waaronder Nederlandse Middenstands Bank (NMB), C&A Nederland, Mavo Vastgoed (HEMA) en Vroom & Dreesmann Rotterdam NV, kwamen met het plan voor een winkelcentrum in een wijk van Rotterdam waar een winkelgebied tot dan toe ontbrak. Een idee dat met open armen door de gemeente Rotterdam werd ontvangen. Het gemeentebestuur stelde namelijk al enige tijd dat het zuidelijke woongebied van de stad een eigen cultureel en sociaal-economisch hart moest hebben. Een schouwburg, een ziekenhuis, een medisch- en gezondheidscentrum, een sportfondsenbad en Ahoy' waren er reeds, nu ont-

brak nog een winkelgebied. Het bouwplan voor Zuidplein is eveneens voor die tijd bijzonder, omdat, ondanks de drukke hoofdverkeerswegen van Rotterdam-Zuid, voetgangers het winkelgebied veilig, rustig en zonder oponthoud kunnen bereiken. Drie loopbruggen over de doorgaande wegen bieden voetgangers toegang tot het winkelcentrum. Vanuit het zuiden vanaf Ahoy', vanuit het oosten langs het ziekenhuis en vanuit het noorden over de Pleinweg. De verhoogde voetpaden zijn overigens via rol- en vaste trappen bereikbaar. Aan alles is gedacht om het de bezoekers zo gemakkelijk mogelijk te maken.

Met een budget van bijna 54 miljoen gulden kon het plan worden uitgevoerd. "Een bedrag dat nu bijna op de lachspieren werkt", zegt Coen van Riet. "Voor dit bedrag, nu ongeveer 24 miljoen euro, verbouwen we tegenwoordig een groot warehouse, want voor nieuwbouw is dat bedrag niet meer toereikend."

Op 6 september 1972 opent televisiecooryfee Mies Bouwman het nieuwe winkelcentrum met 112 winkels aangevuld met dertig vaste kramen. "Dat was toen uniek voor Nederland. Rotterdam was de eerste stad met een groot overdekt winkelcentrum. Ook de opstelling van kramen was nog niet eerder vertoond in Nederland. Dat gaf het winkelplein juist een bazaarachtige uitstraling", vertelt Coen van Riet.

Winkelcentrum Zuidplein biedt sinds de opening de bezoekers een ruim palet aan voordelen: het is modern, alles onder één dak, overdekt, gezellig, breed en compleet aanbod, laagdrempelig, toegankelijk, zichtbaar veilig, goed bereikbaar en ruime parkeergelegenheden. In dezelfde maand als de opening vindt tevens de oprichting plaats van de Stichting Winkelcentrum Zuidplein door de samenwerkende partijen. Coen van Riet: "Uit de notulen van het eerste uur blijkt dat diverse ondernemersfamilies tot vandaag de dag sterk met het winkelcentrum betrokken zijn gebleven.



Namen als Bourgonje (eigenaar van IJssalon en pannenkoekenhuis Arty, LaBoca Lunchroom en softijspecialist Swirl), Van den Heuvel (Verlichting) en Coster (lid van de huidige Raad van Commissarissen van de Vereniging van Eigenaars) zijn geen onbekenden.”

Deze ondernemers hebben het winkelcentrum in de loop van de jaren zien veranderen. Er zijn grote delen aangebouwd, zoals het Zuiderterras en het Atrium-winkelgedeelte. En ook intern is de uitstraling en de indeling na diverse renovatieprojecten aangepast.

Zo verdwijnt uiteindelijk de vaste markt om plaats te maken voor winkels, zijn er gezellige terrassen bijgekomen en is de wandelroute aangepast om nog meer winkelruimte te bieden.

“Kortom het blijft een dynamisch centrum waar ook winkeliers regelmatig investeren in grote verbouwingen om een aantrekkelijk winkel-

aanbod te blijven bieden. Zoals kortgeleden Perry Sport, C&A, NewYorker en Expo hebben gedaan.” Het woord ‘uniek’ lijkt bijna een stopwoord, maar Zuidplein koestert nog meer unieke winkels binnen het winkelaanbod.

Zoals Space Ledermode, Au-Goût-Exclusief (kristal en porselein), Watch! The Time Store (horloges en sieraden), Middelschoenen, Optiek Artistiek, Matson (naaimachines en furnituren), de kledingzaken Take Five en Snoopy en nog veel meer zaken die bezoekers alleen op Zuidplein aantreffen. En recent opende het internationale elektronica concern Saturn de eerste Nederlandse winkel in winkelcentrum Zuidplein.

“In Rotterdam Zuid wonen meer dan honderd nationaliteiten. Zo’n gevarieerd winkelpubliek zorgt voor een goed ondernemersklimaat en trekt winkeliers aan. We bieden dus meer dan alleen de massaketens. Hier hoef je dus niet een straatje om, zoals in veel andere winkelgebieden, om de lokale winkeliers te vinden.”



Door fusies en overnames zijn achtereenvolgens Zuidplein Beheer, ING Vastgoed, Kamerbeek Nieboer, Kamerbeek Winkels en nu Meeùs Vastgoedmanagement in samenwerking met de Stichting Collectief Beheer Winkelcentra actief om het grootste overdekte winkelcentrum van Nederland succesvol op de kaart te houden. Daarvoor maakt winkelcentrum Zuidplein onder meer deel uit van Hart van Zuid waarin negen organisaties intensief samenwerken. Theater Zuidplein, Ahoy' Rotterdam, deelgemeente Charlois, RET, Q-Park, Connexion en OBR (gemeente Rotterdam) slaan de handen ineen om het voor iedereen nog aantrekkelijker te maken om in het Zuidpleingebied uit te gaan.

Intern werkt het centrummanagement samen met de eigenaren, beleggers en de winkeliers er eveneens hard aan om Zuidplein aantrekkelijk en onderscheidend te houden. “We hebben nog



unieke bezoekers de site (www.zuidplein.nu) bezocht, wat een stijging van vijftig procent is ten opzichte van het jaar ervoor. En we zien in 2006 alweer een stijging in het eerste halfjaar die de cijfers van 2005 overstijgen.”

Middels een vaste klantensysteem wil het centrummanagement de bezoekers met maatwerk bedienen door hen bijvoorbeeld op de hoogte te brengen van gerichte aanbiedingen. “We kunnen hen dan die informatie geven waarin ze echt geïnteresseerd zijn.”

Jaarlijks bezoeken tussen de tien en elf miljoen mensen het sfeervolle, grootste overdekte winkelgebied van Nederland. In een jubileumkrant rond het 25-jarig bestaan wordt zelfs gemeld dat in het winkelcentrum achttien voetbalvelden passen. Een groot gebied dat volgens de bezoekers nog iets meer sfeer mag uitstralen. “We willen ons kunnen blijven verbeteren, dus zoeken we de mening van (niet-)bezoekers en ondernemers graag op.”

genoeg plannen. De voortschrijdende ontwikkelingen op technologisch gebied willen we inzetten om het winkelende publiek gericht te informeren. We onderzoeken bijvoorbeeld de mogelijkheden van narrow casting: televisieschermen tonen continu actuele informatie over winkelcentrum Zuidplein en reclame van lokale ondernemers en landelijke adverteerders.”

Hiervoor worden ongeveer zestig LCD schermen verspreid door het centrum geplaatst. “De gedachte is om die schermen niet allemaal tegelijk hetzelfde beeld uit te laten zenden, maar het juist op de locatie af te stemmen”, aldus Coen van Riet.

Ook voor de website heeft het centrummanagement nog allerlei ideeën. “Die willen we meer gebruiken door er een vaste klantensysteem aan te koppelen. In 2005 hebben 160.000

“De roep om meer sfeerbeleving en interactie hebben we meteen aangepakt”, vertelt de centrummanager. “Met ‘onze buurman’ Feyenoord willen we een speciale Feyenoord On Tour organiseren door midden in het winkelcentrum voetbalclinics onder leiding van Ben Wijnstesters te houden.”

“Rond Moederdag hebben we al een leuke interactieve activiteit opgezet samen met de winkeliers. Op het middenplein vonden metamorfoses plaats die ondersteund werden door de ondernemers en waaraan het publiek kon meedoen.”

“Tevens reikten we allerlei prijzen uit. Iedereen, ondernemers en het publiek, vond het succesvolle acties.” De positieve reacties ondersteunen het streven van het centrummanagement om leuke en aansprekende acties, die passen bij het gevarieerd en verrassende winkelaanbod, te blijven presenteren aan de bezoekers en de ondernemers.





5.4 De Witte de Withstraat

Rotterdam heeft veel verschillende winkelgebieden die allemaal verspreid liggen door de stad. Verkeersvrij, overdekt, alledaags of bijzonder. De smaakmakers van de stad dwalen door de zogenaamde Cultural Streets. Het district van trendy modezaken, muziekstores, galeries, designwinkels en andere creatieve broedplaatsen. Hier hangt niet de sfeer van een traditionele werkstad, maar meer van een culturele melting pot waar de jongste generatie zijn vleugels uit kan slaan. Het middelpunt van dit district is het Museumpark, maar een stuk verder, op de Witte de Withstraat is het voor de cultuurliefhebber ook goed toeven. Deze straat is één van de oudste straten van Rotterdam en het barst er van spraakmakende galeries en beeldende kunst.

Vroeger was de Witte de Withstraat nog een berucht uitgaansgebied met hier en daar wat bedenkelijke tentjes. Tegenwoordig is het de meest 'arty' straat van Rotterdam met diverse galeries, bijzondere restaurants en antiekzaakjes. Je vindt er onder andere het Nederlands Foto Instituut en het kunstinstituut Witte de With. Maar ook bijzondere winkels van bijvoorbeeld Marlies Dekkers, Betsy Palmer en een heuse rolschaatswinkel. Naast de winkels en galeries telt de straat de nodige kroegen en restaurants.

Bij café De Witte Aap kun je tot diep in nacht een drankje nuttigen en bij wereldeethuis Bazar kun je een hapje eten en genieten van duizend-en-één-nacht. De Witte de Withstraat is in Rotterdam de straat die het laatst gaat slapen. Het is voor veel nachtbrakers de plek waar tot zonsopgang nog iets gegeten of gedronken kan worden. Ieder jaar wordt er begin september bovendien het festival de Wereld van Witte de With gevierd. Tijdens dit festival presenteren kunstinstellingen, galeries, restaurants, cafés en winkels zich aan het publiek met een mengeling van theater, muziek, beeldende kunst, fotografie, film, mode, dans en debat.

5.4.1 Meervoudig Nederlands kampioen

Druk, heel druk is het in het in DE IJssalon op een hete juni-dag. Niet gek, het kwik wijst bijna dertig graden aan en het is de eerste echte hittegolf van het jaar.

Als ik met een ouder echtpaar in de rij aan de praat raak, ben ik verbaasd te horen dat het helemaal uit Dordrecht komt rijden om hier een ijsje te halen.

Wat is er zó speciaal aan dit ijs dat liefhebbers het, om het maar eens in Michelin-termen te zeggen, “de moeite van een reis waard” vinden?

Het antwoord klinkt niet in stereo maar quadrafonisch volmondig op uit de rij: “DE SMAAK!” Oké, oké, één ding is mij gelijk duidelijk nog voor ik zelf maar één lik van het ijs heb geproefd:

De IJssalon heeft een trouwe schare fans. Als ik Robin Alting, de eigenaar, even later spreek, hoor ik dat het een lange weg is geweest om te komen waar hij nu staat. Robin: “De achtergrond van patissier is de basis waarop ik mijn zaak heb gebouwd. IJsmaken is precisiewerk en dat heb ik geleerd in het patisserievak.”

“En voor het overige is het allemaal niet zo ingewikkeld. Dat klinkt als een goedkoop marketingverhaal maar ijsbereiden is discipline en vooral topkwaliteit van ingrediënten.”

Is dat dan het geheim van DE IJssalon? Robin: “Nee, mijn passie voor ijs is de voornaamste factor. Door die passie blijf je zoeken naar verbeteringen voor je ijs.”

“Zo levert de Italiaanse koffiefirma Illy mij een speciale donkere branding koffie. Deze vormt de basis voor mijn espresso-ijs. Je proeft het niet alleen, maar je wint er ook mee! Ik ben natuurlijk niet zo maar meervoudig Nederlands kampioen geworden.”

