



WINKELGEBIED HILLEGERSBERG RICHTING 2030

Toekomstbeeld en routekaarten voor eigenaren en ondernemers

DOOR: **platform**
de nieuwe winkelstraat

INHOUDSOPGAVE

1.	Inleiding	3
1.1	Aanleiding	3
1.2	Methodiek	3
1.3	Leeswijzer	4
2.	Deel 1: Toekomstbeeld winkelen Hillegersberg	5
2.1	Vertrekpunt	5
2.2	Actuele ontwikkelingen	6
2.3	Uitkomsten Kadaster-traject	7
2.4	Toekomstbeeld 2030	8
3.	Deel 2: Routekaarten	12
3.1	Routekaart ondernemers	12
3.2	Routekaart vastgoedeigenaren	15
	Nawoord	18



HOOFDSTUK 1 • INLEIDING

1.1 Aanleiding

Winkelgebied Hillegersberg

De wijk Hillegersberg ligt aan de noordkant van de gemeente Rotterdam. Het is gelegen in een water- en lommerrijk gebied, de Bergse Plassen. Aan de oostelijke kant wordt Hillegersberg begrensd door de rivier de Rotte. Het 'dorp' bevat (sinds de toevoeging van nieuw-Hillegersberg) drie winkelcentra: de oude dorpskern van Hillegersberg (Bergse Dorpsstraat, Weissenbruchlaan, Freericksplaats en Streksingel, kortweg Hillegersberg), de Kleiweg plus omliggende winkels en het (kleine) winkelcentrum aan de Van Beethovensingel. De scope van dit actieplan beperkt zich tot de oude dorpskern 'winkelgebied Hillegersberg'. Ondernemers werken hier al jarenlang intensief samen aan een aantrekkelijk winkelgebied. Sinds 10 jaar doen zij dat via een bedrijveninvesteringszone, de BIZ Hillegersberg. De BIZ en de gemeente Rotterdam werken nauw samen.

Grip op de toekomst

Landelijk zien we dat er een aantal zeer diverse en zeer ingrijpende trends van invloed zijn op de winkelgebieden van de toekomst. Er ontstaan grotere verschillen in de aantrekkingskracht, omzetten, vastgoedwaardes en huurniveaus tussen A-, B- en C-locaties in winkelgebieden en tussen winkelgebieden onderling, binnen steden en regio's. De comeback van (binnen)steden als gewilde woon-, werk- en verblijfsplaats versterkt dit fenomeen. De stakeholders van winkelgebied Hillegersberg willen meer grip krijgen op de toekomst. De structurele winkelleegstand in het gebied, het teruglopen van de passantenaantallen en verslechtering van de uitstraling van het winkelgebied versterken deze wens. Mede dankzij de jarenlange gezamenlijke inzet van BIZ (ondersteund door Caroline de Jager) en gemeente is het tij al aan het keren en kent Hillegersberg de laatste tijd weer een aanwas van nieuwe ondernemingen. Ook is de transformatie van uitgerekt winkelgebied naar centrumgebied ingezet: een compact (en aantrekkelijker) kernwinkelgebied met aanloopstraten. Door in te zetten op branchering kunnen gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners samen (voor zover mogelijk) sturen welk type onderneming wenselijk is voor Hillegersberg.

“Als je stoep vies is bel je niet de gemeente, maar pak je een bezem”

Onze missie is dat iedere Hillegersbergse ondernemer en eigenaar gemotiveerd is en zich verantwoordelijk voelt een bijdrage te leveren aan gezond en aantrekkelijk gebied richting 2030.

1.2 Methodiek

Toekomstbeeld en routekaarten: Hillegersberg richting 2030

Ter bestendiging en versteviging van deze situatie zag BIZ Hillegersberg het belang om ondernemers in het gebied te betrekken bij de ontwikkelingen en gezamenlijk een toekomstbeeld te formuleren. Daartoe heeft gemeente Rotterdam Platform De Nieuwe Winkelstraat gevraagd om samen met ondernemers en vastgoedeigenaren in Hillegersberg voorstellen te doen om een gezamenlijk toekomstbeeld te ontwikkelen en de samenwerking te versterken. De actuele omstandigheden als gevolg van de coronacrisis zijn aanleiding om - meer dan ooit - de gelederen te sluiten, en samen op weg te gaan naar een toekomstbestendig winkelgebied Hillegersberg. Dit actieplan is het resultaat van het Kom-in-actie-traject in Hillegersberg, volgens de methodiek van Platform De Nieuwe Winkelstraat.

Het doel van het Kom-in-actie-traject in Hillegersberg is tweeledig:

1. Ontwikkelen van een Toekomstbeeld winkelen voor het Noordelijke deel Bergse Dorpsstraat, Freerickplaats, Weissenbruchlaan, Streksingel en Argonautenweg (het zogenaamde 'vierkantje').
2. Samenwerking tussen ondernemers en eigenaren versterken in het 'nieuwe' kernwinkelgebied van Hillegersberg.

Beide doelstellingen zijn onder andere naar voren gekomen in het eigenarentraject dat het Kadaster samen met de gemeente oppakt. Hierin wordt gekeken naar toekomstbestendige functies voor Hillegersberg. De volgende stap is onderzoeken hoe dit gerealiseerd kan worden. In dit actieplan komen de initiatieven van BIZ Hillegersberg, gemeente Rotterdam en Kadaster samen, en wordt de stap gezet naar een gezamenlijk toekomstbeeld van eigenaren-gebruikers Hillegersberg (zie H2). Hiermee hebben zowel ondernemers als eigenaren meer grip op de ontwikkeling van Hillegersberg en een leidraad om daaraan hun eigen bijdrage te leveren.

Breed gedragen plan

Alle inhoud van dit actieplan is tot stand gekomen op basis van de gebundelde kennis van Platform De Nieuwe Winkelstraat, 3isacrowd, Stad & Co, Kadaster, gemeente Rotterdam, bijeenkomsten (7 en 29 april 2021) met een representatieve stakeholdergroep (vastgoedeigenaren, ondernemers, bewoners en gemeente) en de consultatie van zoveel mogelijk vastgoedeigenaren, ondernemers en bewoners via e-mail en persoonlijk contact. Vanuit het gezamenlijk opgestelde toekomstbeeld biedt dit document ondernemers en eigenaren inzicht in de mogelijkheden hoe zij kunnen bijdragen aan een toekomstbestendig compact winkelgebied Hillegersberg.

1.3 Leeswijzer

In **Deel 1 Toekomstbeeld** (Hoofdstuk 2) presenteren we het 'Toekomstbeeld winkelen Hillegersberg' waarin actuele ontwikkelingen met elkaar in verband worden gebracht voor een toekomstbestendig Hillegersberg in 2030. We schetsen de verschuivingen waarmee Hillegersberg te maken zal krijgen, de profilering waarop het compacte winkelgebied inzet en de aandachtspunten in de schil daaromheen. In **Deel 2 Routekaarten** (Hoofdstuk 3) presenteren we twee routekaarten: voor eigenaren en ondernemers. Deze routekaarten helpen eigenaren om bijvoorbeeld een huurder te zoeken die past in het winkelgebied of een start-up-contract aan te bieden. Voor ondernemers zetten we in op een kwaliteitsslag en reiken we daarvoor een handleiding aan; wat kan jij als ondernemer met jouw winkel bijdragen.



HOOFDSTUK 2

DEEL I

TOEKOMSTBEELD

WINKLEN HILLEGERSBERG

2.1 Vertrekpunt

Er is al veel kennis over winkelgebied Hillegersberg aanwezig en er is al veel voorwerk gedaan, zoals: de instelling van een nieuwe BIZ-termijn met BIZ-plan voor de periode 2021-2025, Kadaster-traject en aansluiting op het (vernieuwde) gemeentelijk beleid. Deze bronnen vormen de basis voor een nieuw up-to-date toekomstbeeld van (het DNA van) Hillegersberg; de verschillende trajecten/plannen versterken elkaar.

BIZ 2021-2025 (BIZ Hillegersberg - ondernemers)

Op basis van breed draagvlak onder de ondernemers van Hillegersberg is de BIZ per 2021 verlengd voor de komende vijf jaren. Het bestuur van de BIZ wordt begeleid door Caroline de Jager. Samen werken zij aan de volgende doelstellingen:

1. Behouden en versterken van ons vertrouwde en gezellige winkelcentrum.
2. Leegstand verminderen.
3. Een goede belangenbehartiging door een daadkrachtig bestuur.

Relatief veel leegstand in 2020 (Locatus januari 2020):

- 139 winkelpanden = 19.000 m² winkelruimte
- 31 leegstaande panden (22%)
- 3600 m² leegstand (19%)
- Update: 12 leegstaande panden (9%) in 2021 (Kadaster april 2021)

Collectief toekomstbeeld centrumgebied (Kadaster - eigenaren)

Het Kadaster heeft de opdracht gekregen van de gemeente Rotterdam om eigenaren te betrekken bij het toekomstbestendig maken van het winkelgebied Hillegersberg. Bij de start van dat traject begin 2020 is er relatief veel leegstand in het winkelcentrum en lijkt het logisch om het centrumgebied compacter te maken en andere functies toe te voegen om de toekomstbestendigheid te verbeteren. Dit vereist echter wel samenwerking van pandeigenaren met ondernemers en gemeente.

Gemeentelijk beleid

In een bestemmingsplan staat welke functie in een pand is toegestaan. Voor dit gebied staat dat in het bestemmingsplan 'Kern en Plassen'. Bestemmingsplannen worden veelal elke 10 jaar herzien. Niet allemaal tegelijk. Het bestemmingsplan 'Kern en Plassen' wordt nu herzien. Het vernieuwde bestemmingsplan ligt vanaf half oktober 2021 ter inzage.

Voor de functies detailhandel en horeca is er ook specifiek beleid. De grote lijnen van het beleid zijn beschreven in respectievelijk de Detailhandelsnota (in 2017 vastgesteld voor onbepaalde tijd) en de Horecanota (in 2016 vastgesteld voor de periode 2017-2021). De uitwerking op gebiedsniveau, in het bijzonder waar de functies gewenst zijn en waar niet, staat in gebiedskoersen detailhandel en horecagebiedsplannen. Voor dit gebied betreft het de 'Gebiedskoers detailhandel Hillegersberg-Schiebroek' en het 'Horecagebiedsplan Hillegersberg-Schiebroek'. Alle gebiedskoersen detailhandel en horecagebiedsplannen worden nu herzien en naar verwachting dit jaar nog vastgesteld.

Vooruitlopend op het nieuwe bestemmingsplan en de nieuwe gebiedskoers detailhandel heeft het college dit voorjaar besloten dat de functie wonen, die niet opgenomen is in het huidige bestemmingsplan en die niet wenselijk is volgens de huidige gebiedskoers detailhandel, niet meer uitgesloten is in het zuidelijke deel van de Bergse Dorpsstraat.

2.2 Actuele ontwikkelingen

Invulling leegstand en transformatie

Opvallend is de recente ontwikkeling in het zuidelijk gedeelte van de Bergse Dorpsstraat. Er zijn nieuwe zaken gekomen, sommige ondernemers zijn verhuisd naar een andere plek, een aantal leegstaande panden is aangekocht door lokale eigenaren en er wordt op enkele plaatsen stevig verbouwd. Ook aan de Weissenbruchlaan en Freericksplaats vinden wisselingen plaats. De leegstands aanpak heeft geleid tot een flink aantal wijzigingen:

Bergse Dorpsstraat

- EkoPlaza (oude Rabobank)
- Il Capo (oud postkantoor)
- Frietboutique (oud postkantoor)
- Primera (oude Tommy Hilfiger)
- Transformatie Zeeman naar woningen
- Transformatie (oude Trekpleister)
- Woonadvies winkel (links van EkoPlaza)
- Pilatesstudio (oude Blokker)
- Sushi zaak (oude Flow)
- Opleidingswinkel Vakcollege (oude Flow)
- Extra locatie horeca Facet
- Yoga Studio (oude Pinc Sale)
- Modewinkel (oude AERT)
- Hizi Hair (oude Vodafone)
- De Broodbakkers
- DIRK (in MARQT)
- Kapper
- Werkplaats met 3d printers

Weissenbruchlaan

- Estable (voorheen PopUp)
- Advocatenkantoor (voorheen Dungelmann)

Freericksplaats

- Colab Design (voorheen PopUp)
- Le Fanfare
- Buiten deli (opent spoedig)
- Juffrouw van Zanten (opent spoedig)

Met name in de Bergse Dorpsstraat (zuidelijk deel) zijn er verschillende initiatieven tot transformatie. Dit sluit aan op het beeld, dat uit de door het Kadaster georganiseerde vastgoedavond en gesprekken met eigenaren naar voren is gekomen, dat dit gedeelte van de Bergse Dorpsstraat zich het beste leent voor transformatie naar wonen en andere functies. De gemeente staat positief ten aanzien van deze ontwikkeling en doet haar uiterste best om

eigenaren te faciliteren om hieraan uitvoering te geven.

Openbare ruimte

Op initiatief van de BIZ heeft de gemeente budget vrijgemaakt voor upgrading van de Freericksplaats. Mogelijk kan al in het eerste helft 2022 de straat worden heringericht. De gedachten gaan uit naar een gelijkliggende winkelstraat (zonder stoepen) waar de auto te gast is en waar er meer ruimte zal komen voor terrassen. De straten achter de winkels en het parkeerterrein moeten goed bereikbaar blijven.

Veranderende markt

Om winkelgebied Hillegersberg toekomstbestendig te maken richting 2030 moeten we rekening houden met dezelfde veranderingen en trends waar de gehele retailsector (digitalisering en veranderend consumentengedrag) mee te maken heeft, maar daarnaast ook specifiek met de toename van concurrerende gebieden zoals de binnenstad van Rotterdam en Lansingerland. Deze veranderingen hebben in het afgelopen decennium geresulteerd in omzetafname en in toename van leegstand en een hoog verloop. Uit de bestedingscijfers kan worden afgeleid dat het huidige aanbod van Hillegersberg niet aansluit op de vraag.

Relatief veel niet dagelijkse detailhandel

Relatief veel winkels t.o.v. het secundaire verzorgingsgebied:

- Primair 8.400 huishoudens (Hillegersberg Noord)
- Secundair 11.500 huishoudens (+ Hillegersberg Zuid, Schiebroek, Oude Noorden) = 7 winkels per 1000 inwoners (landelijk in grote steden is dat 5-6 winkels per 1.000 inwoners).

Bestedingen in het winkelgebied liggen per m² lager dan landelijk:

- Dagelijks 38 mln (€ 7.200,- m²). 90% hiervan komt uit de wijk (landelijk €8000,- m²).
- Niet dagelijks 18 mln (€2.100,- m²). 59% hiervan komt uit de wijk (landelijk € 2800, m²).

Bestedingen door Hillegersbergers in het winkelgebied dalen ieder jaar:

- De bestedingen in 2020: 28% van de dagelijkse boodschappen doen Hillegersbergers in het winkelgebied. 8% van de niet-dagelijkse uitgaven besteden Hillegersbergers in het winkelgebied.

Bron: Winkelatlas 2018 Rotterdam en (concept) Gebiedskoers Detailhandel

Aantrekkelijk en compleet

Belangrijk is dat het centrumgebied Hillegersberg een aantrekkelijk geheel vormt. Waarbij niet alleen het kernwinkelgebied, maar ook de aanloopstraten (ook tijdens verbouwingen) door de gevarieerde uitstraling aantrekkelijk zijn. Naast wonen, leisure en dienstverlening kan daar ook nog wat detailhandel te vinden zijn. Opvallend is dat de entrees tot het centrumgebied, waaronder de zuidelijke kop van de Bergse Dorpsstraat, momenteel weer opleven. Ook is de verbinding met de Bed & Breakfasts uit de buurt relevant voor het stimuleren van een langere verblijfsduur in het gebied.

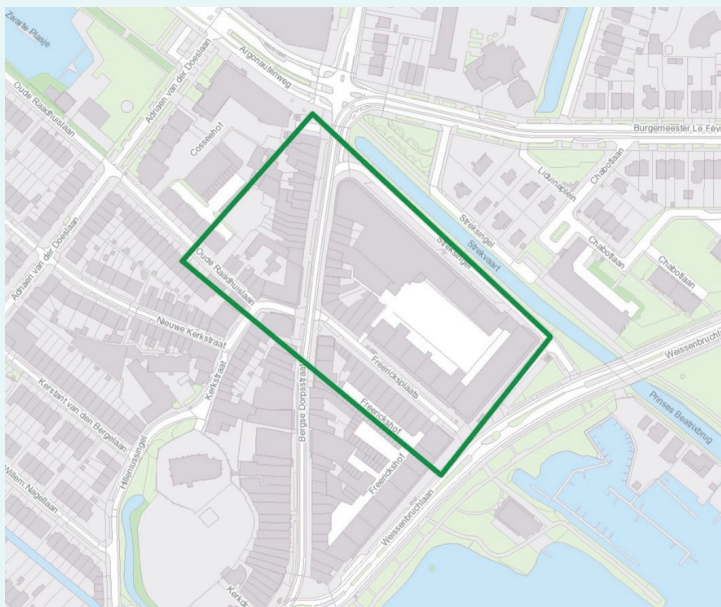
Prikkelen van zintuigen

In winkelgebieden draait het steeds minder om alleen de winkels als plek om alleen iets te kopen. Ook andere zaken worden steeds belangrijker, of het er aangenaam is om te verblijven bijvoorbeeld. Een goede invulling van de complete openbare ruimte wordt dan ook steeds belangrijker voor winkelgebieden. Meer groen, leuke plekken om even te zitten, zintuigen die worden geprikkeld en extra service (goede gratis wc's, vermaak voor kinderen) horen daar allemaal bij. Winkelgebieden kunnen alleen succesvol in de toekomst zijn als hun basis op orde is. Ook aspecten als schoon, heel en veilig mogen niet over het hoofd worden gezien.

2.3 Uitkomst Kadaster-traject

Wat is volgens u nodig om de waarde van het vastgoed te behouden en versterken? Wat kunt en wilt u daar zelf voor doen? Wat verwacht u van de gemeente? Met die vragen heeft het Kadaster alle eigenaren van Hillegersberg uitgenodigd om richting te geven aan de toekomstvisie Hillegersberg. Hieruit zijn drie hoofdlijnen voortgekomen:

- **Compact winkelgebied:** Het noordelijke deel van de Bergse Dorpsstraat en de Freericksplaats hebben toekomst als compact winkelgebied met een focus op goede, kwalitatieve producten in de dagelijkse detailhandel.
- Het zuidelijke deel van de Bergse Dorpsstraat wordt gezien als belangrijkste **transformatiegebied** naar andere functies waaronder wonen.
- De Weissenbruchlaan vormt een gemengd gebied met de nadruk op **verblijf, ontmoeten, flaneren** en het genieten van de plas.



Gebiedskaart richting 2030

Een florerend centrum van Hillegersberg is belangrijk voor een aantrekkelijke wijk, voor de winkelomzet en voor de economische waarde van het vastgoed. Om van Hillegersberg een toekomstbestendig centrumgebied te maken is het nodig dat alle partijen een gedeeld beeld bij een aantrekkelijk en compact winkelgebied hebben en met elkaar willen samenwerken. Het 'Toekomstbeeld' voor winkelgebied Hillegersberg is gericht op het 'vierkantje': het Noordelijke deel Bergse Dorpsstraat, Freerickplaats, Weissenbruchlaan, Streksingel en Argonautenweg.

2.4 Toekomstbeeld 2030

Het verhaal van Hillegersberg in 2030

De stakeholders hebben samen een stip op de horizon gezet richting 2030. Het verhaal van winkelgebied Hillegersberg is daarbij als volgt geformuleerd:

Hillegersberg is in 2030 dé plek in Rotterdam waar 'een goed leven' op nummer 1 staat. Het compacte winkelgebied, onderdeel van het groene en waterrijke Hillegersberg, heeft zich aangepast aan de klant van 2030. De Hillegersbergenaar komt dagelijks naar het winkelgebied voor haar boodschappen bij de specialistische dagelijkse detailhandel. Men gaat naar Hillegersberg voor de bijzondere winkels en horeca met kwalitatief hoogwaardig aanbod. Zoals een bakker, slager, viszaak en traiteur. Het zuidelijke deel van de Bergse Dorpsstraat biedt een gevarieerde aanblik; hier wordt volop gewoond en gewerkt.

Het blijft dorps genieten op een moderne manier in het 'oude centrum' van Hillegersberg en haar prachtige omgeving. Bezoekers strijken neer op de terrassen met zicht op de skyline van Rotterdam na een recreatieve middag op en rond de Bergse Plassen. Hillegersberg is uniek in Rotterdam en omstreken door de bijzondere combinatie van kwaliteitsvoorzieningen en de directe omgeving met plassen, de Rotte en het Bergse bos. Mensen van buiten Hillegersberg combineren hun bezoek aan het gebied met een wandeling, fiets- of boottocht.

Het groene en lommerrijke winkelgebied Hillegersberg is niet alleen voor de levensgenieters een charmante plek voor boodschappen in de ambachtelijke buurtwinkels, maar ook dé insidentip voor shopliefhebbers die eens iets anders willen dan de grote winkelstraten met bekende winkelketens. Loop binnen bij de verschillende shops in de Bergse Dorpsstraat, Freericksplaats, Weissenbruchlaan, Streksingel en Argonautenweg.

Kenmerken winkelgebied Hillegersberg e.o.

Geschiedenis en architectuur:

Oude dorpskern met alle benodigde voorzieningen, restaurants en winkels

Natuur:

Rotte, Bergse Plassen, recreatiegebieden als Prinsemolenpark, Plaswijckpark, Lommerrijk en Lage Bergse Bos

Landmarks:

Hillegondakerk, Prinsemolen, Skyline Rotterdam

Bereikbaarheid:

diverse uitvalswegen richting Den Haag, Utrecht en Breda, tramverbinding naar Rotterdam Centraal Station, bereikbaar met de boot



Profilering

Om weer als aantrekkelijk winkelgebied op de kaart gezet te worden is een nieuw toekomstbestendig imago nodig. Dat vinden we in de combinatie van het sfeervolle dorpsgevoel met de prachtige plassen en parken, zicht op de skyline van Rotterdam en de hoge kwaliteit van het wonen, winkelen, (thuis)werken en verblijven.

Hillegersberg staat in 2030 bekend om **'het goede leven'**. Kernwaarden zijn:

► KWALITEIT

Het aanbod in Hillegersberg verandert. De afgelopen tijd is een omwenteling zichtbaar van langdurige en oplopende leegstand, naar een uitbreiding van het aanbod met de komst van nieuwe formules. De invulling verschuift van een divers exclusief (de deftige luxe van vroeger) naar kwalitatief onderscheidend aanbod.

► SFEER

Qua sfeer verschuift het accent van het dorpsgevoel van Hillegersberg naar het buitengevoel/buitenleven. De gemoedelijkheid typeert Hillegersberg. Door bijvoorbeeld meer faciliteiten voor kinderen te realiseren wordt ingezet op meer beleving op straat en een langer verblijf van gezinnen (nieuwe bewoners) in het gebied.

► GASTVRIJ

Een succesvol winkelgebied is meer dan alleen een verzamelplaats van verkooppunten. Er vindt een verschuiving plaats van transactie naar sociale interactie. Hillegersberg zet meer in op haar sociale onderscheidende vermogen door het verhogen van beleving, gastvrijheid en loyaliteit.

► GROEN

De wisselwerking tussen natuur (groene omgeving en plassen), (water)recreatie en winkelgebied wordt verder versterkt, bijvoorbeeld door wandel- en fietsroutes uit te zetten en te promoten en het winkelgebied verder te vergroenen. Door de gerichte aandacht voor de ontsluiting van het gebied weet men vanuit het groen de weg naar Hillegersberg nog makkelijker te vinden en vice versa. Groen staat ook synoniem voor verduurzaming in de breedste zin.

► VEILIG

Voorwaardelijk voor een prettig verblijf in Hillegersberg is een veilige omgeving, tijdens maar ook post corona. Door de veiligheid te waarborgen voor ondernemer, bewoner en bezoeker biedt Hillegersberg duidelijkheid en vertrouwen om op een prettige manier aankopen te doen.

De klant

Hillegersberg richt zich allereerst op de bewoners van de wijk. Dit is een gemengde doelgroep van jonge gezinnen, stellen, alleenstaanden en ouderen. Het verzorgingsgebied is hiermee met name lokaal. De voorheen belangrijke regionale functie is kleiner geworden in de afgelopen jaren. Het aanbod ontwikkelt zich steeds meer naar een full-service gebied voor de bewoners; van de bakker tot yoga studio. We zullen zeker ook (blijven) inzetten om bezoekers uit de regio te trekken, door kwaliteit te bieden en 'het goede leven' uit te stralen.

Branchering

Hillegersberg zet in op een compacter winkelgebied. Door middel van branchering kunnen gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners samen bepalen welk type onderneming wenselijk is voor Hillegersberg.

Voorbeelden gewenste invulling kernwinkelgebied:

- Van modezaak naar convenience postagentschap (van Tommy Hilfiger naar Primera)
- Van veel modezaken naar delicatessewinkel en daghoreca
- Van oldschool cafetaria naar hippe frietzaak (van IJspaleis naar Frietboutique)
- Van Zeeman en Blokker naar hoogwaardige Pilates en yoga studio's

Voor



Na



Branchering	Voorbeeldconcepten
Dagelijkse boodschappenwinkels van onderscheidende kwaliteit en convenience	EkoPlaza, De Broodbakkers, Primera, de Viszaak
Bijzondere winkels, zoals conceptstores, vintage en mode	Estable, Colab Design, Le Fanfare, Opleidingswinkel Vakcollege
Gastvrije horeca, ook als werkplek	Abrazzo, Frietboutique, Il Capo, Buiten Deli, Juffrouw van Zanten
Gezondheid- en leisuurevoorzieningen (buiten het kernwinkelgebied)	Pilatesstudio, Yogastudio

Speerpunten

Om het 'Toekomstbeeld Winkelen Hillegersberg 2030' te realiseren werken we gezamenlijk aan een aantal speerpunten:

► HERKENBARE PROFILERING (SFEER, GASTVRIJHEID, GROEN, KWALITEIT EN VEILIGHEID)

Hoewel met winkelgebied Hillegersberg de oude dorpskern wordt bedoeld, bestaat er nogal eens verwarring over het onderscheid tussen de winkelgebieden in de wijk Hillegersberg. Daarbij geeft dit actieplan richting 2030 aanleiding om het imago en de profilering van het winkelgebied te herzien. Het toepassen van de sleutelwoorden uit dit plan is vanzelfsprekend, met meer aandacht voor de fysieke zichtbaarheid van de profilering.

► AANTREKKELIJKE BUITENRUIMTE

Het realiseren van een aantrekkelijke leefomgeving vraagt om een balans tussen ruimtelijke kwaliteit en functionele noodzaak. Hierbij bestaat er spanning tussen betaalbare, effectieve oplossingen en het verlangen naar een mooie, veelzijdige omgeving. Naast de kwaliteit van de openbare ruimte, spelen het onderhoud en de programmering een belangrijke rol. Ruimte voor horecaterrassen kan positief bijdragen aan de beleving van de buitenruimte, evenals een sterkere verbinding met de groene omgeving. Allemaal ingrediënten om een langer verblijf in het centrumgebied te stimuleren.

► VERSTERKEN VAN DE VERBINDING VAN DE WINKELS MET DE GROENE OMGEVING EN RECREATIE

De wisselwerking tussen natuur (groene omgeving en plassen), (water)recreatie en winkelgebied wordt verder versterkt, bijvoorbeeld door wandel- en fietsroutes uit te zetten en het winkelgebied verder te vergroenen. Groen staat ook synoniem voor verduurzaming in de breedste zin.

► BRANCHERING IN EEN COMPACTER WINKELGEBIED

Het noordelijke deel Bergse Dorpsstraat, Freericksplaats en Argonautenweg en Streksingel, het zogenaamde 'vierkantje' heeft toekomst als winkelgebied en de Weissenbruchlaan biedt vooral ruimte voor ontmoeten, flaneren en het genieten van de Plas. De beweging naar een compact winkelgebied geeft aanknopingspunten voor het aantrekken van nieuw aanbod. Kwalitatief hoogwaardig aanbod van bijzondere winkels blijft belangrijk voor het centrum, maar de nadruk komt meer te liggen op specialistische dagelijkse detailhandel: 'goed leven'.

► DIGITALISERING VAN HILLEGERSBERG ZODAT DE LOKALE WINKELS DE ONLINE GROEI AANTREKKEN

Het online oriënteren heeft gevolgen voor de passantenstromen in winkelgebieden. Het aandeel online aankopen in de totale bestedingen aan detailhandelsgoederen groeit sterk. Online is de historie van bezoekers (exact) bekend bij webwinkels en platforms, ondernemers in winkelgebieden hebben meestal geen idee waar iemand vandaan komt of naartoe gaat. Deze 'gaten' in de customer journey maken het voor een winkelgebied als geheel moeilijk om in te spelen op individueel en collectief gedrag. Snelle digitalisering in winkels en op winkelgebied-niveau is daarom noodzakelijk.

► SAMENWERKING BLIJVEN STIMULEREN EN BEVORDEREN

Om winkelgebieden weer levendig te maken, is het wenselijk dat alle betrokken partijen samenwerken. Ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners van Hillegersberg benadrukken het belang van het opbouwen van een hechte samenwerking om toekomstgerichte oplossingen te stimuleren en ten uitvoer te brengen.

“Als je stoep vies is bel je niet de gemeente, maar pak je een bezem”

Onze missie is dat iedere Hillegersbergse ondernemer en eigenaar gemotiveerd is en zich verantwoordelijk voelt een bijdrage te leveren aan gezond en aantrekkelijk gebied richting 2030.

Met deze missie willen wij ondernemers en eigenaren stimuleren een bijdrage te leveren, zowel zelfstandig als met het collectief. Daarom hebben wij praktische routekaarten uitgewerkt als handig document waarmee ondernemers en eigenaren alle informatie op een rij hebben en direct aan de slag kunnen.



HOOFDSTUK 3

DEEL 2

ROUTEKAARTEN

De Routekaarten laten zien hoe u als ondernemer of eigenaar kunt bijdragen aan de toekomstbestendigheid van Hillegersberg en het realiseren van het toekomstbeeld.

ROUTEKAART ONDERNEMERS

Ben jij ondernemer in Hillegersberg? Of ga je binnenkort een zaak openen? In Hillegersberg zitten veel zelfstandige ondernemers met hun eigen specialiteit en bijbehorende persoonlijke service. Bij de consument is daarom het gevoel als klant te worden herkend gewaarborgd en is er sprake van een hoog 'ons kent ons' gevoel. Hillegersberg is een fijn gebied om in te winkelen en geniet in de regio een behoorlijke bekendheid. De unieke aspecten van ons winkelgebied kunnen zowel lokaal als regionaal nog beter gecommuniceerd en gepromoot worden. Dat doen we gezamenlijk maar uiteraard dragen ondernemers hier ook individueel aan bij.

Met behulp van deze routekaart kun jij vandaag nog aan de slag om jouw bijdrage te leveren aan een toekomstbestendig winkelgebied Hillegersberg richting 2030.

Waar staan we voor?

Hillegersberg staat in 2030 bekend om '**het goede leven**'. Kernwaarden zijn:

► KWALITEIT

Het aanbod in Hillegersberg verandert. De afgelopen tijd is een omwenteling zichtbaar van langdurige en oplopende leegstand, naar een uitbreiding van het aanbod met de komst van nieuwe formules. **De invulling verschuift van een divers exclusief (de deftige luxe van vroeger) naar kwalitatief onderscheidend aanbod.**

► SFEER

Qua sfeer verschuift het accent van het dorpsgevoel van Hillegersberg naar het buitengevoel/buitenleven. De gemoedelijkheid typeert Hillegersberg. Door bijvoorbeeld meer faciliteiten voor kinderen te realiseren wordt ingezet op meer beleving op straat en een langer verblijf van gezinnen (nieuwe bewoners) in het gebied.

► GASTVRIJ

Een succesvol winkelgebied is meer dan alleen een verzamelplaats van verkooppunten. Er vindt een verschuiving plaats van transactie naar sociale interactie. Hillegersberg zet meer in op haar sociale onderscheidende vermogen door het verhogen van beleving, gastvrijheid en loyaliteit.

► GROEN

De wisselwerking tussen natuur (groene omgeving en plassen), (water)recreatie en winkelgebied wordt verder versterkt, bijvoorbeeld door wandel- en fietsroutes uit te zetten en te promoten en het winkelgebied verder te vergroenen. Door de gerichte aandacht voor de ontsluiting van het gebied weet men vanuit het groen de weg naar Hillegersberg nog makkelijker te vinden en vice versa. Groen staat ook synoniem voor verduurzaming en gezondheid in de breedste zin.

► VEILIG

Voorwaardelijk voor een prettig verblijf in Hillegersberg is een veilige omgeving, tijdens maar ook post corona. Door de veiligheid te waarborgen voor ondernemer, bewoner en bezoeker biedt Hillegersberg duidelijkheid en vertrouwen om op een prettige manier aankopen te doen.

"Als je stoep vies is bel je niet de gemeente, maar pak je een bezem"

Onze missie is dat iedere Hillegersbergse ondernemer en eigenaar gemotiveerd is en zich verantwoordelijk voelt een bijdrage te leveren aan gezond en aantrekkelijk gebied richting 2030.



Wie is onze klant?

Hillegersberg richt zich allereerst op de bewoners van de wijk. Dit is een gemengde doelgroep van jonge gezinnen, stellen, alleenstaanden en ouderen. Het verzorgingsgebied is hiermee met name lokaal. De voorheen belangrijke regionale functie is kleiner geworden in de afgelopen jaren. Het aanbod ontwikkelt zich steeds meer naar een full-service gebied voor de bewoners; van de bakker tot yoga studio. We zullen zeker ook (blijven) inzetten om bezoekers uit de regio te trekken, door kwaliteit te bieden en 'het goede leven' uit te stralen.

Welke concepten passen bij onze profilering 'het goede leven'?

Hillegersberg is in transitie en kent de laatste jaren een aanwas van nieuwe ondernemingen. Met onze nieuwe profilering zetten we in op meer nieuwe concepten die aansluiten bij wat de consument zoekt. Voorbeelden van concepten zijn:

- Van modezaak naar convenience postagentschap (van Tommy Hilfiger naar Primera)
- Van veel modezaken naar delicatessewinkel en daghoreca
- Van oldschool cafetaria naar hippe frietzaak (van IJspaleis naar Frietboutique)
- Van Zeeman en Blokker naar hoogwaardige Pilates en yoga studio's

Wat kan jij doen als ondernemer?

- Onderzoek hoe jouw onderneming aansluit bij de profilering 'het goede leven'. Bijvoorbeeld met je productaanbod, een uitstekende service of een mooie etalage.
- Maak kennis met je burens en collega-ondernemers. Zo kun je jouw klanten altijd goede tips geven om langer te verblijven in Hillegersberg.
- Ontdek welke collega-ondernemers dezelfde klanten hebben zodat je gezamenlijk acties kunt ontwikkelen.
- Hoe is je online zichtbaarheid? En ben je actief op social media? Voor ondernemers liggen hier veel kansen. Er worden via allerlei platformen en instanties (gratis) trainingen aangeboden. Kijk op bijvoorbeeld op ondernemen010.nl, <https://learndigital.withgoogle.com/digitalewerkplaats>, <https://www.digiwerkplaatsrijnmond.nl>, [kvk.nl](https://www.kvk.nl) of check het aanbod bij je brancheorganisatie.
- Heb je een account op Google Mijn Bedrijf? En is je profiel compleet? Veel consumenten zoeken via Google (Maps) naar een winkel of bedrijf voor het adres, openingstijden, reviews of foto's. Meer informatie en actuele informatie betekent dat je beter

vindbaar bent.

- Hoe aantrekkelijk is jouw winkeletalage? Je hebt slechts drie seconden om de interesse van potentiële klanten te wekken als ze langs je winkel lopen.
- Help mee om de straat schoon en netjes te houden. Is de stoep rondom jouw winkel vies? Pak een bezem ☺.
- Houdt initiatieven van Rotterdam Partners in de gaten en kijk of je kan aansluiten.

Denk en doe mee met het collectief: BIZ Hillegersberg

Tien jaar geleden hoorden we als winkelgebied Hillegersberg bij de eerste BIZ'en van Nederland. De BIZ zorgt ervoor dat we als ondernemers zijn verenigd en samen investeren in het winkelgebied. En juist nu er zoveel op ons af komt en het retaillandschap snel verandert is het van belang samen te werken. De BIZ is in 2021 verlengd voor een periode van 5 jaar. De BIZ verzorgt bijvoorbeeld de marketingactiviteiten, sfeerverlichting, evenementen en communicatie. Daarnaast is de BIZ het aanspreekpunt voor de gemeente.

- De BIZ is blij met de ondernemers die zich actief inzetten. Dit kan middels een bestuursfunctie, maar ook door aanwezig te zijn bij bijeenkomsten of mee te helpen met een evenement of marketingactie.
- Ben je creatief of juist heel handig met social media? Laat weten waar je goed in bent om te zien hoe je een bijdrage kunt leveren.
- Meld je aan bij de winkeliers app. Weet wat er gebeurt in het gebied. Stuur een bericht naar carolinedejager@gmail.com met je contactgegevens.
- Benader de BIZ voor al je vragen. De BIZ beschikt over een bundeling van kennis van detailhandel, vastgoed en natuurlijk van Rotterdam en de regio.
- Gebruik de social media kanalen van Hillegersberg en tag het gebied in jouw berichten door #hellohillegersberg te gebruiken.
 - » www.facebook.com/HelloHillegersberg
 - » www.instagram.com/hellohillegersberg/
 - » Hello-hillegersberg.nl

Het bestuur

De heer Jan Cees van Duin
Mw. Caroline Penterman-Visser
De heer Ramon de Raaij
De Heer Marc den Hartog

De heer Arnold van den Berg
De Heer Paul Bol
De heer Jan Willem Tol

Voorzitter
Secretaris
Penningmeester
Algemeen
bestuurslid/ vicevoorzitter
Algemeen bestuurslid
Algemeen bestuurslid
Algemeen bestuurslid

Contactgegevens



Jan Cees van Duin
(voorzitter BIZ Hillegersberg)
jc.vduin@gmail.com



Caroline de Jager
(ondersteuner van de BIZ)
carolinedejager@gmail.com



“Als nieuwkomer zijn we blij met de BIZ. Het is goed dat er een club is die onze gezamenlijke belangen behartigt. Als ondernemer is het lastig om zelf met gemeente en instanties contact te houden. Het is fijn om te weten dat BIZ dat namens ons doet. Bovendien is het prettig dat er gezamenlijk promotie gedaan wordt en Hillegersberg in de kijker gezet wordt bij het publiek.”

Ondernemer winkelgebied Hillegersberg

ROUTEKAART EIGENAREN

Ben je vastgoedeigenaar in Hillegersberg? Dan is een succesvol en aantrekkelijk winkelgebied van belang voor de waarde van jouw lokale vastgoedportefeuille. Verhuren van vastgoed gaat immers eenvoudiger als er succesvolle ondernemers zijn en ondernemingen kunnen alleen succesvol zijn als er voldoende klanten zijn die aangetrokken worden door een interessant winkelgebied. Ook als vastgoedeigenaar is het daarom belangrijk om bij te dragen aan een florerend winkelgebied en succesvolle ondernemers. Wij geven met deze routekaart richting om als vastgoedeigenaar betrokken te zijn, mee te denken met (potentiele) huurders en we doen suggesties hoe je kunt samenwerken met andere eigenaren.

Waar staan we voor?

Hillegersberg staat in 2030 bekend om **'het goede leven'**. Kernwaarden zijn:

► KWALITEIT

Het aanbod in Hillegersberg verandert. De afgelopen tijd is een omwenteling zichtbaar van langdurige en oplopende leegstand, naar een uitbreiding van het aanbod met de komst van nieuwe formules. De invulling verschuift van een divers exclusief (de deftige luxe van vroeger) naar kwalitatief onderscheidend aanbod.

► SFEER

Qua sfeer verschuift het accent van het dorpsgevoel van Hillegersberg naar het buitengevoel/buitenleven. De gemoedelijkheid typeert Hillegersberg. Door bijvoorbeeld meer faciliteiten voor kinderen te realiseren wordt ingezet op meer beleving op straat en een langer verblijf van gezinnen (nieuwe bewoners) in het gebied.

► GASTVRIJ

Een succesvol winkelgebied is meer dan alleen een verzamelpaats van verkooppunten. Er vindt een verschuiving plaats van transactie naar sociale interactie. Hillegersberg zet meer in op haar sociale onderscheidende vermogen door het verhogen van beleving, gastvrijheid en loyaliteit.

► GROEN

De wisselwerking tussen natuur (groene omgeving en plassen), (water)recreatie en winkelgebied wordt verder versterkt, bijvoorbeeld door wandel- en fietsroutes uit te zetten en te promoten en het winkelgebied verder te vergroenen. Door de gerichte aandacht voor de

ontsluiting van het gebied weet men vanuit het groen de weg naar Hillegersberg nog makkelijker te vinden en vice versa. Groen staat ook synoniem voor verduurzaming in de breedste zin.

► VEILIG

Voorwaardelijk voor een prettig verblijf in Hillegersberg is een veilige omgeving, tijdens maar ook post corona. Door de veiligheid te waarborgen voor ondernemer, bewoner en bezoeker biedt Hillegersberg duidelijkheid en vertrouwen

"Als je stoep vies is bel je niet de gemeente, maar pak je een bezem"

Onze missie is dat iedere Hillegersbergse ondernemer en eigenaar gemotiveerd is en zich verantwoordelijk voelt een bijdrage te leveren aan gezond en aantrekkelijk gebied richting 2030.

Wie is onze klant?

Hillegersberg richt zich allereerst op de bewoners van de wijk. Dit is een gemengde doelgroep van jonge gezinnen, stellen, alleenstaanden en ouderen. Het verzorgingsgebied is hiermee met name lokaal. De voorheen belangrijke regionale functie is kleiner geworden in de afgelopen jaren. Het aanbod ontwikkelt zich steeds meer naar een full-service gebied voor de bewoners; van de bakker tot yoga studio. We zullen zeker ook (blijven) inzetten om bezoekers uit de regio te trekken, door kwaliteit te bieden en 'het goede leven' uit te stralen.

Welke concepten passen bij onze profilering 'het goede leven'?

Hillegersberg is in transitie en kent de laatste jaren een aanwas van nieuwe ondernemingen. Met onze nieuwe profilering zetten we in op meer nieuwe concepten die aansluiten bij wat de consument zoekt. Voorbeelden van concepten zijn:

- Van modezaak naar convenience postagentschap (van Tommy Hilfiger naar Primera)
- Van veel modezaken naar delicatessewinkel en daghoreca
- Van oldschoonl cafetaria naar hippe frietzaak (van IJspaleis naar Frietboutique)
- Van Zeeman en Blokker naar hoogwaardige Pilates en yoga studio's

Zelfstandige ondernemers, starters en kleine ketens maken samen een compleet (dagelijks) winkelaanbod wat interessant is voor onze klanten. Hieronder vind je enkele voorbeelden die passen binnen de profilering van 'het goede leven'.

Branchering	Voorbeeldconcepten
Dagelijkse boodschappenwinkels van onderscheidende kwaliteit en convenience	EkoPlaza, De Broodbakkers, Primera, de Viszaak
Bijzondere winkels, zoals conceptstores, vintage en mode	Estable, Colab Design, Le Fanfare, Opleidingswinkel Vakcollege
Gastvrije horeca, ook als werkplek	Abrazzo, Frietboutique, Il Capo, Buiten Deli, Juffrouw van Zanten
Gezondheid- en leisurevoorzieningen (buiten het kernwinkelgebied)	Pilatesstudio, Yogastudio

Wat kun jij doen als eigenaar?

- Het is belangrijk om een winkelgebied te hebben dat qua aanbod aansluit bij de klant uit de wijk. Dagelijkse- en gemaksbodschappen zijn belangrijker geworden. Heb er oog voor dat de onderneming in jouw pand goed hierop aansluit.
- Past de huurder bij de profilering van Hillegersberg? Huurders die passen in het gebied hebben een betere kans om een succesvolle onderneming neer te zetten. Dit biedt meer continuïteit in de verhuur. Hierboven is geformuleerd wat goed past in het centrum van Hillegersberg. Daarbij is het natuurlijk van belang dat er ondernemers bijkomen die het winkelaanbod aanvullen. De marktruimte voor bijvoorbeeld meerdere viszaken of yogastudio's is uiteraard beperkt.
- Het winkelgebied wint aan kracht door de zelfstandige ondernemers in het gebied. Mogelijk wil iemand graag als ondernemer starten, het aanbieden van een start-up contract biedt dan voor beide partijen mogelijkheden om te kijken of de start-up kan uitgroeien tot een bloeiende onderneming.

Start-up overeenkomst

Een veel gebruikte samenwerkingsvorm van de afgelopen jaren is pop-up. Een tijdelijke winkel, vaak om leegstand tegen te gaan. Voor zowel eigenaren als gebruikers komt hier meer bij kijken dan men denkt. En ondanks dat een eigenaar graag meewerkt aan een aantrekkelijk aanbod in het winkelgebied is meewerken aan een tijdelijk concept niet altijd interessant voor de eigenaar zelf. **Daarom introduceert Hillegersberg de start-up overeenkomst als de 'opvolger' van de pop-up.** Het verschil met pop-up is de intentie van een ondernemer om na de gebruikperiode een huurovereenkomst te sluiten. Op deze manier is het voor een eigenaar interessanter om mee te werken, het kan immers een huurder worden voor de lange termijn.

- Door als eigenaar actief hulp aan een startende ondernemer aan te bieden en hen wegwijs te maken vergroot je de kans op succesvol ondernemerschap.
- Zoek je een nieuwe huurder dan is het goed om contact te leggen met Caroline de Jager (zij ondersteunt de BIZ). Zij kan met je sparren over een goede invulling en mogelijk heeft zij ideeën die je verder brengen of mogelijk zelfs een passende kandidaat.
- Mocht je huurder een tijdelijke (outlet) winkel willen openen of permanent meer ruimte nodig hebben, dan is het handig als je contact kan leggen met je burens en collega eigenaren om samen te kijken of er mogelijkheden zijn om je huurder te helpen.
- Als je huurder de huur opzegt, is het handig om dit ook aan Caroline te melden. Zij houdt daarmee het overzicht, kan anderen eventueel wijzen op de vrijkomende ruimte, maar zij is natuurlijk niet verantwoordelijk voor jouw nieuwe invulling 😊.
- Mocht je pand onverhoopt toch leegkomen, dan is het voor de uitstraling van het winkelgebied slim om te zorgen dat je pand er schoon en netjes bij staat. Niet alleen voor de uitstraling van het winkelgebied maar ook om potentiële huurders te interesseren. Het organiseren van een tijdelijke invulling bijv. een kunstcollectief vergroot je kansen op permanente verhuur. De BIZ helpt je hier graag bij.
- Uiteraard is het belangrijk om een huurcontract te sluiten waarbij zowel de ondernemer als de eigenaar

tot hun recht komen. Niet in alle gevallen zal een standaard vijf jaarig huurcontract de beste oplossing zijn. Probeer maatwerk te leveren gericht op het versterken van het winkelgebied. Goed contact tussen huurder en verhuurder is voor beiden van toegevoegde waarde. Een huurprijs die past bij de invulling en de locatie van het pand is, zeker in de huidige en veranderende markt, natuurlijk ook een belangrijk item.

- In het te transformeren gebied (zuidelijk deel Bergse Dorpstraat) komen andere functies zoals sport, leisure of gezondheid komen beter tot hun recht dan winkels.
- Helaas is het ook nodig om alert te zijn op malafide praktijken. Mocht je hiermee te maken hebben of twijfelen maak hiervan direct melding bij de gemeente (en BIZ).

Samenwerking

- Als consument is het prettiger om te winkelen in een schoon en verzorgd winkelgebied. Door gezamenlijke afspraken met andere eigenaren in het gebied te maken over de uitstraling van panden/gevels, zoals kleurstelling en onderhoud wordt de uitstraling van het gebied krachtiger. Met als basisprincipe: de uitstraling van het commercieel

vastgoed is kwaliteitsvol, passend bij de profilering van Hillegersberg. Gebruik één kleurenpalet dat is afgestemd op de oorspronkelijke kleurstelling van de gevel. Wees terughoudend met het toepassen van felle kleuren; pas traditionele materialen toe (baksteen, natuursteen, houten kozijnen), vermijd glim en glinster (marmer).

- Reclame-uitingen kunnen erg dominant zijn in de uitstraling. Hierdoor kan een rommelig straatbeeld ontstaan. Maak gezamenlijke afspraken met eigenaren en ondernemers over reclame-uitingen en uitstallingen van ondernemers en spreek elkaar daarop aan.
- Door gezamenlijke afspraken met andere eigenaren ten behoeve van een integrale uitstraling van het gehele kernwinkelgebied te maken ervaar je het meer als één winkelgebied. Door afspraken in de huurovereenkomsten op te nemen over openingstijden, licht na sluitingstijd, rolluiken, koopavond, zondagsopenstelling, feestverlichting, aankleding, eigen stoep vegen, etalages beschikbaar stellen voor BIZ-acties, etc. wordt het gebied als geheel een aantrekkelijker gebied voor consumenten.
- Verken op welke wijze het contact met andere eigenaren, de BIZ en gemeente het beste geregeld kan worden. Is het regulier samenkomen op een vastgoedavond voldoende of is het belangrijk om de samenwerking te formaliseren?

BIZ

Een Bedrijveninvesteringszone (BIZ) is een afgebakend gebied waarbinnen ondernemers en/of eigenaren samen investeren in de kwaliteit van hun bedrijfsomgeving. Dit is bijvoorbeeld een winkelgebied of een bedrijventerrein. De ondernemers in Hillegersberg zijn verenigd in een BIZ, de eigenaren (nog) niet. Een eigenaren-BZ kan het gebied een extra boost geven door bijvoorbeeld te investeren in de uitstraling van de panden, groen en communicatie. De BIZ heeft een looptijd van maximaal 5 jaar, daarna volgt een evaluatie en eventuele nieuwe stemronde indien men wil continueren.

Contactgegevens



Jan Cees van Duin
(voorzitter BIZ Hillegersberg)
jc.vduin@gmail.com



Caroline de Jager
(ondersteuner van de BIZ)
carolinedejager@gmail.com



NAWOORD

We bedanken alle ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners, het BIZ-bestuur, gemeente Rotterdam en het Kadaster voor hun medewerking en actieve bijdrage aan de totstandkoming van dit document.

Centrumgebied Hillegersberg is volop in beweging en de ontwikkelingen in de markt gaan snel. Zie dit plan daarom als een richtlijn en blijf met elkaar in beweging om de consument richting 2030 een zo aantrekkelijk mogelijk centrumgebied te kunnen bieden.

Dit document is opgesteld door:

Eline Diesvelt van Stad & Co

Telefoon: 06-52852649

E-mail: eline@stadenco.nl

Caroline de Jager van 3isacrowd

Telefoon: 06-81622641

E-mail: carolinedejager@gmail.com

Hester Bunnik van Platform De Nieuwe Winkelstraat

Telefoon: 06-55237159

E-mail: h.bunnik@dnws.nl