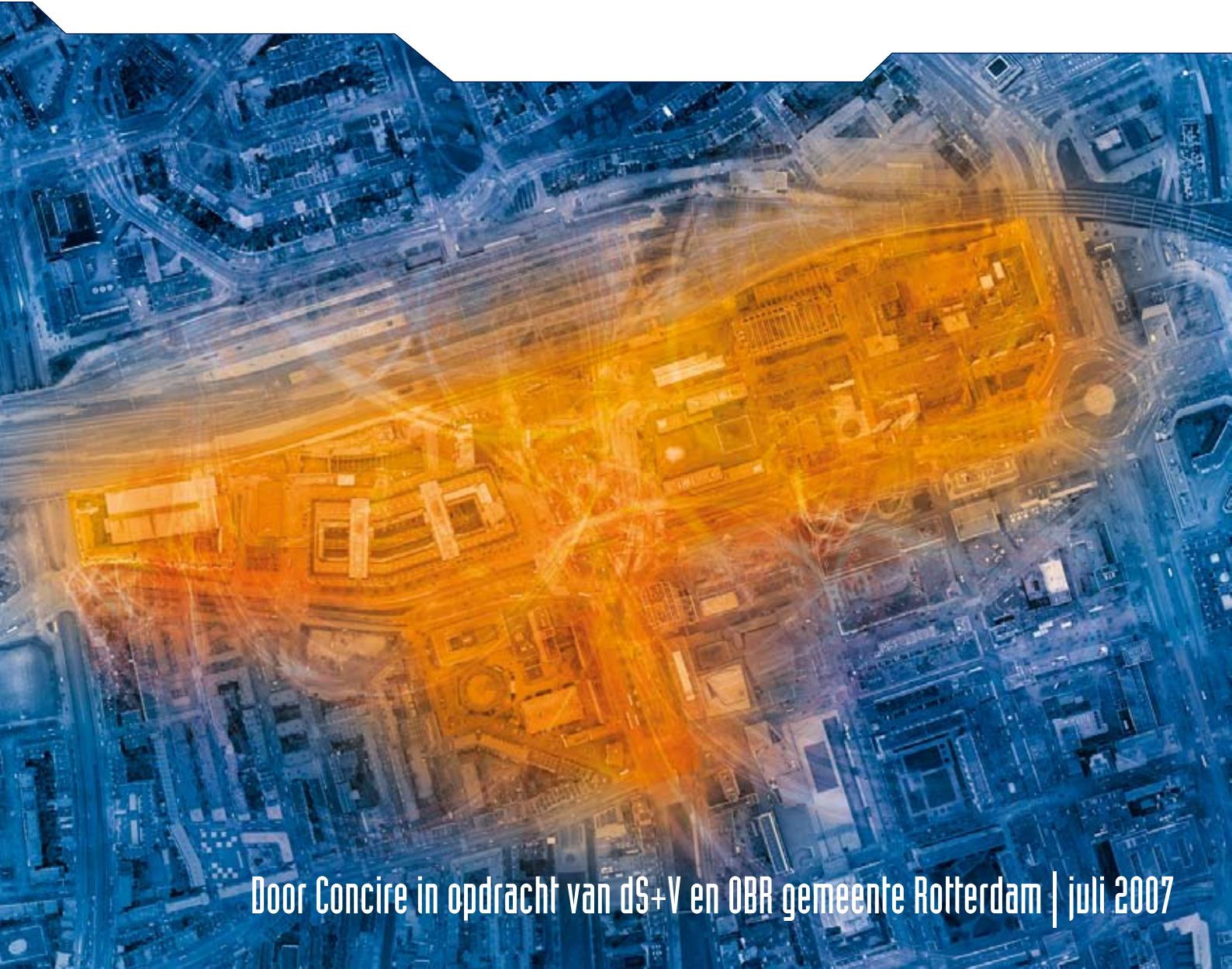


# Weena | Glocal City District

Het gebiedsconcept voor de toekomst van het Stationskwartier



Door Concire in opdracht van dS+V en OBR gemeente Rotterdam | juli 2007

# Voorwoord

Rotterdam werkt aan een nieuw station: Rotterdam Centraal. Dit wordt één van de drie stations, die in Nederland aan de Hogesnelheidslijn-zuid tussen Amsterdam en Parijs liggen. Rotterdam sluit door de HSL aan op het netwerk van andere Europese steden van betekenis. Ik ben ervan overtuigd dat dit unieke kansen biedt voor het Stationskwartier én Rotterdam.

Het Stationskwartier moet en kan een onderscheidende identiteit krijgen. Zoals in de Stadsvisie 2030 aangegeven is het Stationskwartier een VIP-gebied. De ambitie is dat het Stationskwartier Rotterdam een economische impuls geeft en dat het als levendig verblijfgebied een toegevoegde waarde heeft voor de binnenstad.

Het gebiedsconcept GLOBAL CITY DISTRICT wordt door het college van Burgemeester en Wethouders ondersteund. Via deze nieuwe insteek is een richtinggevend idee geformuleerd voor de programmatische en ruimtelijke uitwerking van het gebied. Ook is gewerkt aan het draagvlak ervan door de belangrijkste stakeholders daar bij te betrekken. Gevestigde bedrijven staan achter het beeld en de uitstraling van het gebied en ook nieuwe investeerders kunnen hierbij aansluiten.

Met dit gebiedsconcept is een toekomstbeeld geschetst waarin partijen vertrouwen hebben en waarin zij hun belangen voldoende vertegenwoordigd zien.

Ik wil alle deelnemers aan de sessies en discussies bedanken, in het bijzonder de experts en stakeholders in het gebied. Met deze partijen wil ik in de komende tijd gaan werken aan de realisatie van:

**WEENA | GLOBAL CITY DISTRICT**

**Hamit Karakus**  
Wethouder Wonen en Ruimtelijke Ordening

# Commitment

Met het signeren van dit document spreken wij ons uit voor het gebiedsconcept:

## WEENA | GLOBAL CITY DISTRICT

en gaan we dit jaar gezamenlijk onderzoeken hoe we dit richtinggevende idee uit kunnen werken tot een realistische businesscase.

### Hamit Karakus

wethouder Wonen en Ruimtelijke Ordening  
gemeente Rotterdam

### Jan Visser

directeur Córío Nederland Kantoren bv

### Con Schoenmakers

voorzitter districtsdirectie  
ING Bank

### Luc Smits

voorzitter directie LSI project  
investment nv

### Marius Meurs

directeur Groot Handelsgebouw nv

### Kees van der Waaij

voorzitter directie  
Unilever Nederland Holdings bv

# Leeswijzer

Voor u ligt de uitkomst van drie maanden intensief werken aan het antwoord op de vraag welke identiteit of positionering het Stationskwartier moet krijgen om optimaal gebruik te maken van de kansen die de ligging in de Randstad, de krachten van Rotterdam, de aanwezigheid van de binnenstad en de komst van de HSL het gebied kunnen bieden. Dit is een unieke kans voor Rotterdam. Ontwikkelingen in dit gebied moeten richting én Europese ambitie krijgen, ter verbeelding en inspiratie van investeerders, gebruikers, Rotterdammers en zij die Rotterdam als bestemming kiezen. Richting en ambitie hebben we beschreven in het gebiedsconcept Glocal City District, dat we in een volgende fase moeten onderzoeken op haalbaarheid en draagvlak.

De werktitel **WEENA | GLOCAL CITY DISTRICT** van dit document is opgebouwd uit een suggestie voor de naam voor dit gebied: Weena, en het gebiedsconcept Glocal City District.

Weena, omdat het al een stevige Rotterdamse naam is, en het na een imago-impuls een naam is die kan beklijven, duiden en het gebied een beeld geeft. Vooralsnog een suggestie.

Glocal City District als het richtinggevende idee voor de programmering, ruimtelijke vertaling en uitstraling van het gebied. Programmatisch gedragen vanuit het idee om de netwerkgedachte van het Groot Handelsgebouw te vertalen naar het gebied, als een zichtbaar en open netwerk van bedrijven en services met onderlinge relaties en synergie. Ruimtelijk wordt het gedragen door de zogenaamde Mixone. Dat is een levendig en intensief gebruikte zone waarin bedrijven en instellingen zichtbaar zijn, en elkaar en bezoekers van het gebied ontmoeten.

In drie essays hebben we het gebiedsconcept als uitkomst van het proces beschreven. Carol Hol heeft het hoe en waarom van het totale gebiedsconcept in zijn essay 'Glocal City District' neergezet, daar waar Pieter Tordoir in zijn essay 'Glocaal is de toekomst' vooral ingaat op het begrip Glocal. Dat zijn bedrijven en instellingen die acteren in 'global' open netwerken vanuit hun 'local' basis. Die lokale Rotterdamse basis maakt hen en het gebied onderscheidend. John Worthington, met Pieter Tordoir de twee vaste experts tijdens de vier expertmeetings, gaat in zijn essay 'WEENA: the birth of the Mixone' in op het City District, een bestemming waar openbare, semipublieke en geprivatiseerde zones in elkaar overlopen en zo zorgen voor een levendig en intensief binnenstedelijk gebied met een eigen gezicht.

In twee rondetafelgesprekken zijn huidige gebruikers geïnterviewd over het functioneren van het gebied. Eén gesprek vond plaats met Con Schoenmakers vanuit het perspectief van de grote speler NN/ING en met René Bouwmeester, ondernemer in de Creative Cube. Het andere gesprek werd gevoerd met de stedenbouwkundige die in opdracht van de gemeente werkt aan het Masterplan voor het gebied, Rients Dijkstra van Maxwan, en met Marius Meurs, directeur van het Groot Handelsgebouw. In het gesprek lieten zij hun gedachten gaan over het idee om het gebied ruimtelijk te transformeren tot het Groot Handelsgebouw van de 21e eeuw, en over de vraag wat ambitie en realisme zegt over de invulling van de Mixone.

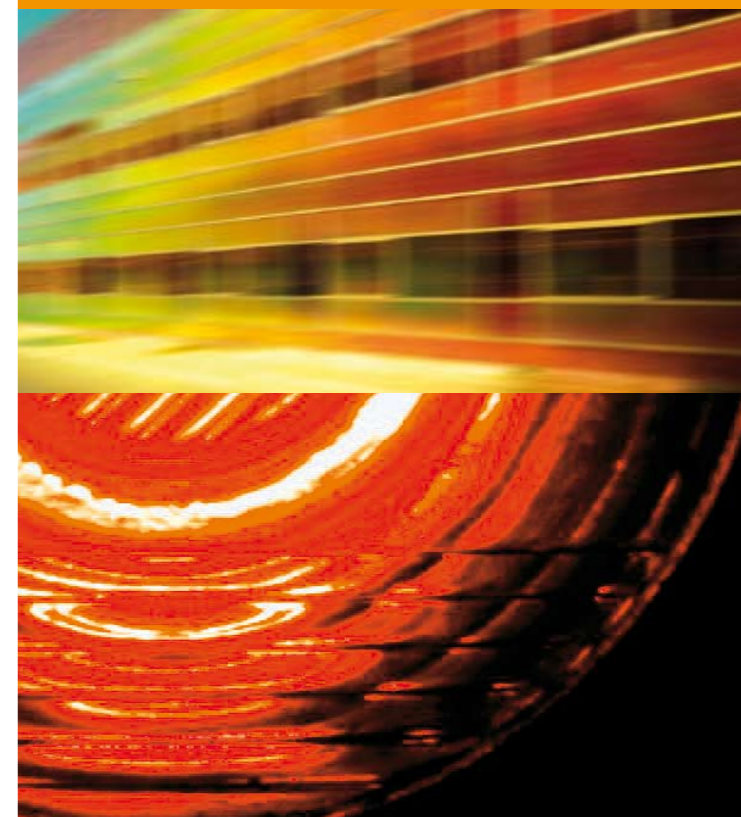
Met de zes partijen die dit document hebben gesigineerd, hebben we de globale agenda voor de komende tijd opgesteld. Hoe en met wie gaan we dit idee realiseren?! Holland Casino, NS Poort en Codarts hebben zich als supporters aangesloten bij dit idee; zij ondersteunen dit gebiedsconcept van harte, maar zijn nog geen partij.

Afsluitend hebben we in een samenvatting het proces en de stappen nog eens op een rij gezet. Glocal City District als richtinggevend idee moet gaan inspireren, om het ook daadwerkelijk te gaan realiseren.

## gebiedsconcept: Glocal City District

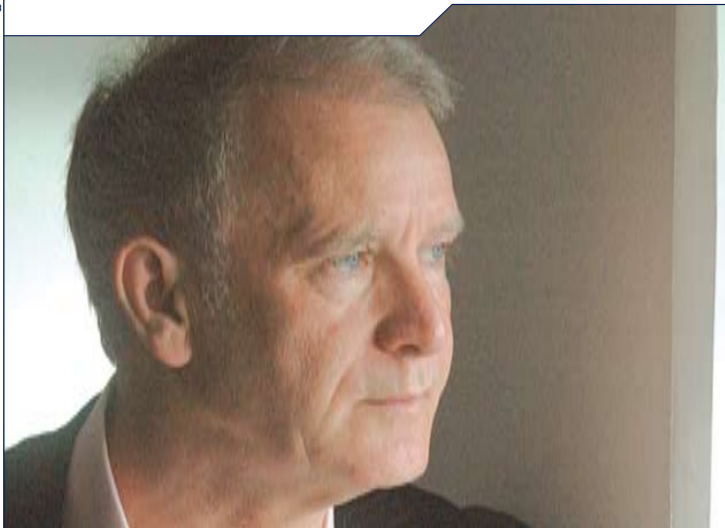
Het Glocal City District is een uniek gebied in Nederland waar Randstad & Europa elkaar ontmoeten en waar Rotterdam zich presenteert.

Het is een intensief centraal stedelijk gebied waar mensen graag verblijven en waarin glocal bedrijven en instellingen zichtbaar in een open netwerk functioneren.



# Glocal City District

Carol Hol | Conceptionist | Directeur en partner in Concire



afpraak, die ik, zoals het er nu naar uitziet, zal gaan halen. De Thalys doet er ongeveer vier uur over. Dat zal een stuk minder worden wanneer de HSL in gebruik wordt genomen. Dan komt Rotterdam net zo dicht bij Parijs als bij Groningen te liggen. Ik kijk naar buiten, het landschap vliegt met een vaartje van tegen de tweehonderd kilometer per uur voorbij, terwijl ik mijn gedachten, vele malen trager, laat gaan over wat die toenemende nabijheid voor Rotterdam zal gaan betekenen. Met haar haven, voor de stad tot nu toe de enige internationale entree, acteert Rotterdam reeds decennialang all over the world.

Nu, dat wil zeggen over een paar jaar, krijgt zij, dertig kilometer landinwaarts, in het hart van de stad, er met de komst van de HSL voor het eerst weer een internationale entree bij: de entree tot Europa. Want de aansluiting van de Randstad op het HSL-netwerk van Europa vindt in Rotterdam plaats, nergens anders. De HSL brengt Rotterdam, en met haar de Randstad, Europa in en omgekeerd, Europa de stad in. Europe is coming! De vraag is nu wat de stad met dit nieuwe gegeven zal gaan doen. De stad: dat bent u en ik, dat zijn wij! Als we het goed doen, dan zal Rotterdam, meer dan thans het geval is, haar Europese profiel hebben weten te versterken. Als we het nog beter doen, dan zal het gebied rondom Rotterdam Centraal, nu nog Stationskwartier geheten, een naam van dertien in een dozijn, zich getransformeerd hebben tot het Glocal City District van Rotterdam. Dat is de gezamenlijke opgave waar de stad voor staat en waar dit essay over gaat. Ondertussen giet het buiten stevig door. In de trein is het droog en heel gerieflijk, want, zoals Gerard Reve al schreef, altijd mooi weer. ■■

## ” In de trein is het altijd mooi weer

Ik zit in de trein en het is buiten geen mooi weer. Het regent. Dat deed het al in Parijs, gisteren en vandaag. Nu ben ik op de terugweg. De trein rijdt op tijd. Dat is plezierig, want ik heb vanavond in Rotterdam nog een

## De Lange Golf

Rotterdam is heel lang een onbeduidend stadje geweest. Steden als Schiedam en Dordrecht waren vroeger belangrijker en ook meer bekend. Dat veranderde in de loop van de negentiende eeuw snel. De industrialisatie, met name in het gebied dat Rotterdam als haar achterland is gaan beschouwen, en dat is geheel Noordwest-Europa, heeft van de stad een wereldhaven gemaakt. Die ontwikkeling heeft bij elkaar ruim honderd jaar geduurd en verliep, achteraf gezien, als een lange golf op de toppen waarvan Rotterdam haar kans heeft gegrepen. De golf is nog niet voorbij, ofschoon wel allang over haar hoogtepunt heen. Dat laatste geeft te denken, temeer daar dit samenvalt met wat een keerpunt in de ontwikkeling van de stad mag worden genoemd. Het lijkt erop dat, ruim zestig jaar na de oorlog, Rotterdam weer een echte stad wordt. Op de Coolingsingel kun je weliswaar nog steeds laat op de avond een kanon afschieten, maar er zijn wel degelijk plekken in de stad waar het tot (diep) in de nacht leeft en bruist, waar de cafés, restaurants en terrassen vol zitten, waar van vele cultuuruitingen sprake is, waar het debat over allerlei zaken, zelfs over het thema geluk, scherp wordt gevoerd. De stad wordt complexer en diverser, intenser en meer gelaagd. Is dit de voorbode van het ontstaan van een kosmopolitische sfeer in de stad, die er volgens kenners in de jaren voor de oorlog wel degelijk is geweest? Staat Rotterdam aan de vooravond van een nieuwe periode van groei en bloei: Rotterdam Renaissance? Er zijn tekenen die daarop wijzen, maar het is allemaal nog wel heel erg broos. De transitie die Rotterdam doormaakt is vooralsnog tamelijk onbestemd<sup>(1)</sup>. Dat laatste geeft ruimte om in te spelen op kansen, maar genereert ook onzekerheid. De toekomst van de stad zal afhangen van haar vermogen om aansluiting te zoeken op “een nieuwe lange golf”<sup>(2)</sup>. Dat is wat Rotterdam in het verleden heeft

gedaan, dat is wat zij nu wederom nodig heeft. Of dat gaat lukken, hangt sterk af van de “transformeerbaarheid van de stad”<sup>(2)</sup>, want “je kunt zo’n golf ook makkelijk missen”<sup>(3)</sup>. Rotterdam is het product van transformatie en heeft daar ook nog steeds de fysieke ruimte voor<sup>(4)</sup>, en dus bezit zij op dit punt goede papieren.

## Gloobaal & Lokaal

Zijn op dit ogenblik de eerste tekenen van een nieuwe lange golf zichtbaar, of zitten we er al middenin? Het is moeilijk te zeggen. Geschiedenis ontstaat altijd achteraf en de toekomst blijkt meestal al in het verleden te zijn begonnen. De globalisering schijnt een goede kandidaat te zijn. De Duitse filosoof Peter Sloterdijk spreekt in zijn studie ‘Sferen’ over een “meervoudige globalisering”<sup>(5)</sup>. Die ving aan in de Griekse tijd met het in kaart brengen van de kosmos, nam een territoriale wending met het vertrek van Columbus in 1492 naar Amerika en krijgt nu vorm in een “digitale globalisering”<sup>(6)</sup>. De stedelijke variant daarvan is dat steden, waar ook ter wereld, meer en meer op elkaar gaan lijken. Ofschoon vele malen groter qua inwoners heeft Sjanghai toch wel iets weg van Rotterdam<sup>(7)</sup>. Een ‘Hollandse stad in een Amerikaanse verpakking’, zo wordt Rotterdam ook wel genoemd. Maar dat is niet wat destijds met ‘Rotterdam is vele steden’, het motto van de culturele hoofdstad van Europa in 2001, is bedoeld. Integendeel, dat ging en gaat over de vele nationaliteiten en culturen, die Rotterdam herbergt. Dat is een belangrijke asset, die aan de ene kant het globale karakter van Rotterdam onderstreept, maar die tegelijkertijd weer heel bijzondere elementen aan de sfeer van de stad toevoegt en daarmee de lokale kwaliteiten van de stad verder doet verrijken. De ontwikkeling van de West-Kruiskade is daar een aardig voorbeeld van. ‘Rotterdam is vele steden’ was daarmee de eerste aanwijzing dat het niet alleen om

# Glocal City District

globaal en niet alleen om lokaal, maar juist om de mix van die twee gaat. De mix van globaal en lokaal kan een heel unieke Rotterdamse sfeer opleveren en het is dat wat, zoals gezegd nog onbestemd en niet uitgekristalliseerd, voelbaar is op sommige plekken en in de straten van Rotterdam hangt. In zijn essay ‘Glocaal is de toekomst’ gaat Pieter Tordoir nader in op deze ontwikkeling, die wellicht als de aanloop naar of als een indicatie van een nieuwe lange golf is te beschouwen.

## Dit is de plek!

Rotterdam heeft toekomst als glocal stad. Dat is een stad die (delen van) haar lokale netwerk weet te verbinden met mondiaal opererend netwerken, in de woorden van Pieter Tordoir: onderdeel uitmaakt van een “wereldwijde archipel van lokale netwerken”. En wie met die bril naar Rotterdam kijkt, ziet daar in de praktijk al voorbeelden van, alleen zijn die tot nu toe nog niet zo gearticuleerd. Dat Rotterdam verhoudingsgewijs veel architecten- en stedenbouwkundige bureaus telt die mondiaal opereren, en daarnaast op het gebied van design trendsettend is, is zonder meer als een krachtige uiting van het glocal profiel van Rotterdam te zien<sup>(6)</sup>. En veel van de multi-nationals en bedrijven, die in Rotterdam gevestigd zijn, vertonen glocal kenmerken. Zonder het lokale specialisme van haar werknemers had Smit International nooit kunnen uitgroeien tot het wereldbedrijf dat zij nu is. Ook in de kunst & cultuur treedt datzelfde fenomeen op: Codarts, onzichtbaar gevestigd ergens in het Doelencomplex, is een topinstituut op Europees niveau. Veel studenten uit Europa, en zelfs uit de gehele wereld, komen daar hun opleiding volgen. Met de komst van de HSL zal het glocal karakter van dit instituut alleen maar verder toenemen. Codarts is niet het enige voorbeeld, zie het NAI, Witte de With, het Berlage-instituut en zeer beslist ook

Diergaarde Blijdorp met haar internationale fokprogramma. Het aldus toenemende glocal profiel van de stad is evenwel niet voorbehouden aan een enkele plek. Het zal zich ook elders in de stad manifesteren, zoals nu al gebeurt, want ‘Rotterdam is vele steden’. Maar het is zoals Pieter Tordoir in zijn essay ook zegt: “diversiteit en verbindingen zijn noodzakelijk voor glocalisering”. Nu is er ontegenzeggelijk een plek in Rotterdam die daar als geen andere in hoge mate aan zal kunnen gaan voldoen. Dat is het Stationskwartier: de directe verbindingen met Europa via het HSL-netwerk en de diversiteit van de binnenstad, die voor de deur ligt. Er zijn maar weinig HSL-steden, die dat kunnen zeggen, want HSL-station en binnenstad liggen niet altijd zo gunstig dicht bij elkaar als in Rotterdam het geval zal zijn, een uitzondering als het Gare du Nord in Parijs uiteraard daargelaten. De directe nabijheid van de binnenstad is een geschenk voor de ontwikkeling van het Stationskwartier, en omgekeerd, want de ontwikkeling van het Stationskwartier zal de binnenstad, mits goed gedaan, verrijken met een zeer bijzonder gebiedsconcept, te weten het Glocal City District van Rotterdam. Dat is de Beautycase. Het ontstaan daarvan is evenwel geen vanzelfsprekendheid. Immers, dat het Stationskwartier de meest glocal plek van Rotterdam zal kunnen worden, daar hoeft eigenlijk niet langer meer aan te worden getwijfeld, want die potentie is er gewoon. Wat de echte opgave is, is er een City District van te maken. Daar zal hard, op z’n Rotterdams gezegd ‘met opgestroopte mouwen’, aan moeten worden gewerkt.

## City

Het Stationskwartier is nu een doorgangshuis. De T van Transito is er dominant. Het is een komen en gaan van tienduizenden mensen, en dat zal met de komst van de HSL

alleen nog maar meer worden: 75 miljoen mensen per jaar, dat is meer dan Schiphol op dit ogenblik verwerkt. Ze komen en gaan, maar verblijven niet of nauwelijks in het gebied. Scholieren slaan rechtsaf richting Pompenburg, welke ze via de achterzijde van het gebied bereiken. De werknemers van ING en Unilever slaan ook rechtsaf en snellen binnen een paar minuten hun kantoor binnen. Linksaf is er weinig beweging. De grootste stroom gaat rechtdoor richting de binnenstad. Zoals het er nu bij ligt, is het gebied van niemand. Dat heeft eerlijk gezegd ook wel te maken met de bouwput, die het Stationsplein nu is, maar het draagt ontegenzeggelijk ook een structureel karakter dat, als je niet uitkijkt, hardnekkig zal zijn als er niet drastisch in het gebied wordt ingegrepen. Wat er moet gebeuren is dat van het gebied een levendig City District wordt gemaakt. Dat is zonder meer al nodig, nog los van welke conceptionele lading aan het gebied wordt gegeven, anders dreigt het scenario dat het gebied een losse verzameling van gebouwen zal gaan worden, kortom een gebied dat zich nauwelijks onderscheidt van andere businessparken, en dus weinig tot niets toevoegt aan de stad. Het is al helemaal een voorwaarde om de potentie – dat het niet zomaar een City District maar een Glocal City District (GCD) is – waar te kunnen maken. ‘City’ wil zeggen dat het gebied alle kenmerken van de binnenstad heeft: levendigheid en intensiteit, diversiteit en contrasten. Dat houdt niet alleen kantoren in (al zullen die wel de hoofdmoot vormen), maar ook andere stedelijke functies zoals wonen (dat gebeurt al in het gebied) en leisure. Het gaat om een intensief programma van diverse stedelijke functies, dat bij elkaar een zeer levendige ambiance oplevert. Dat is dan ook de reden waarom er niet is gekozen voor de aanduiding van het gebied met Glocal Business District, ofschoon het Stationskwartier die functie zeker ook zal gaan verwerven en deels al heeft. Daar wordt dan ook op doorgezet, maar wel als onderdeel

van de hogere ambitie, die met het GCD wordt voorgestaan. Die ambitie moet niet alleen op grote hoogte zichtbaar en voelbaar zijn. De City komt tot leven op ooghoogte, dus op straat en in de plinten van de aangrenzende gebouwen. Daar moet een gelaagdheid ontstaan waarin het publieke leven zich kan gaan ontplooiën. Met gelaagdheid wordt, vrij naar John Worthington, bedoeld: een gebiedssysteem van op elkaar aangesloten publieke, semipublieke en private ruimten. Hij voegt daar ook nog de privileged space aan toe, zie hierna zijn essay. Rotterdam beschikt nog niet over zo’n compleet gebiedssysteem, maar is er wel aan toe, wil zij de slag naar de toekomst maken. Het Stationskwartier is daar de plek voor.

## District

Met District wordt bedoeld dat het niet om zomaar een gebied is, maar dat het om een in omvang en naar betekenis belangrijk gebied van de stad gaat. Het is een gebied met een onderscheidende identiteit, die ook in de ruimtelijke samenhang ervan tot uitdrukking komt. Het gebied zet zich daarmee als het ware af tegen de rest van de binnenstad, maar, dat is ook wat de definitie van District (=afdeling) inhoudt, blijft er niettemin wel onderdeel van, en blijft dus expliciet verbonden met het omringende stedelijk weefsel. Het is die verbondenheid die nu geheel ontbreekt, terwijl het Stationskwartier thans ook geen uitgesproken identiteit heeft. Het Groot Handelsgebouw is absoluut een identiteitsdrager, het nieuwe station wordt het en hetzelfde moet van het voormalige Postkantoorgebouw worden gezegd, zie het concept van Central Post. Daarop kan verder voortgeborduurd worden, en dat is ook de bedoeling, zij het niet voldoende, want nog geen GCD. Van het GCD-gebiedsconcept zal het Stationskwartier tot in het diepste van zijn vezels doordrongen moeten worden. Zonder een intern consistente samenhang van de ruimtelijke

# Glocal City District

structuur van het gebied zal dat niet gaan lukken. Met het aanleggen van de mainstream-verbinding (de Noord-Zuidroute vanaf het station rechtstreeks het centrum in) is niets mis, maar het is wel zo dat, als het daarbij blijft, er van die interne samenhang weinig tot niets terecht komt. Dan wordt het gebied immers geen District. Daarvoor is het aanleggen van een nieuwe Oost-Westverbinding, in de eerste plaats aan de oostzijde, later ook aan de westzijde, van het stationsgebied, een absolute voorwaarde. Die komt niet in de plaats van het Weena, maar is daar complementair aan, als onderdeel van de ladder, de metafoer die John Worthington gebruikt om zowel de interne consistentie van het gebied als de verbindingen met de binnenstad aan te duiden. De noordelijke stijl van die ladder is de zojuist genoemde Oost-Westverbinding, die op Pompenburg aansluit en de weg baant naar het Laurenskwartier. Het Weena is de zuidelijke stijl. De sporten van de ladder zijn, naast natuurlijk de eerdergenoemde mainstream-verbinding, de stukken die de Lijnbaan en de Karel Doormanstraat, nu allebei stuk lopend op het Weena, aan de Oost-Westverbinding koppelt. Ook aan de westzijde van het gebied is daar behoefte aan. Het ligt toch tamelijk voor de hand om daar in de toekomst een verbinding met het Oude Westen te maken. Dat komt de doorwaadbaarheid van die wijk zeer ten goede.

## Destination

Het gebiedsconcept van het GCD zal ervoor moeten gaan zorgen, juist door de synthese van Glocal, City en District, dat het Stationskwartier, nu gedomineerd door de T van Transito, een echte destination wordt, een bestemming die als Trekker voor de stad kan gaan fungeren. Voor de programmering daarvan moeten er drie andere T's worden ingezet. In de eerste plaats is dat de T van Transfer, hetgeen uitwisseling betekent. Dat kan alleen

als het gebied daarvoor de faciliteiten (Meet & Greet) biedt en de ambiance van een kwalitatief hoogwaardig verblijfsgebied met bijbehorende voorzieningen (congres, kinderopvang, horeca, informatie, enz.) heeft. Zet daar een torenhoge digitale informatiezuil neer: de Homepage van de stad, die, naast het verstrekken van informatie over wat er allemaal gebeurt in de stad, als een icoon kan worden ervaren.

Maak dan van het Stationsplein e.o. de huiskamer van de stad, om in de woorden van John Worthington te spreken: 'the Living Room', die je laat voelen dat je hier welkom bent. Dan moet je ook, zoals Mai Elmar, de chief marketing officer van Rotterdam, terecht herhaaldelijk benadrukt, veel aandacht schenken aan service. En dat is niet eenvoudig, want de stoere Rotterdammer is van nature direct, dus bot.

## Showcase Rotterdam

Laat daar, maar ook elders in het GCD, de T van Trots zien, want daaraan heeft Rotterdam geen gebrek, zij het dat die trots nogal underperformed is. Het probleem is dat de Rotterdammer, stoer als die is, kennelijk niet beseft wat daar de waarde van is en ook nog geen idee heeft hoe die is in te zetten voor de stad. Dat idee kan worden verbeeld door de Showcase Rotterdam in het GCD te laten beleven. Dat is meer dan alleen een showroom, want die is veelal heel statisch. Het is een podium, een expositie, een ontmoetingsruimte, een interactieve experience, en dat alles in een dynamische formule bijeengebracht. Laat niet alleen hoog boven de Doelen, maar ook beneden op straat zien wat Codarts doet. Dans en luister met haar studenten mee. Geef als Rotterdams Philharmonisch Orkest zo nu en dan een huisconcert in the Living Room. Waar moet de culturele as anders beginnen

dan in de stationshal, of anders markant op het plein? Breng er een associatie aan met de haven, bijvoorbeeld door daar via de Homepage (beelden van de haven, het binnenvaren van een cruiseschip) of via een kunstwerk naar te verwijzen. Ruik de geur van water, de kernwaarde van Rotterdam, wat helemaal niet zo gek is, want water was er hier heel lang geleden.

De naam Weena (Wedena) komt immers van een stroompje dat vroeger in dit gebied stroomde: de 'Wijde A', dat in de 13e eeuw een aftakking was van de Rotte. Organiseer in de Showcase – die voor een deel al op de perrons van het HSL-station zou moeten beginnen zodat de treinreizigers en gasten bij wijze van quickscan de levendigheid van Rotterdam kunnen ervaren – wisselende representaties van wat er in het NAI, de Kunsthal, de Musea van de stad, Mama, het Nieuwe Luxor, Ahoy, de Kuip, het EMC, de EUR en de Hogescholen op dat moment gebeurt of zal gaan plaatsvinden. Vergeet niet dat het HSL-toerisme in Europa nu al beduidend is en naar verwachting in omvang sterk zal toenemen. Daar moet Rotterdam van mee gaan profiteren. Daar is de Showcase met name voor bedoeld. Maak daarin eens het gebaar dat in Beijing (the Urban Planning Exhibition) en in Sjanghai (the Urban Planning Museum) wel wordt gemaakt. Vertel daar het verhaal van Rotterdam, en wel zo dat het tevens als een authentieke visie op het leven wordt beleefd: the Rotterdam Way. Dat spreekt mensen aan, ook zij die van oorsprong geen Rotterdammer zijn of niet zelf in Rotterdam wonen. Dan worden zij zelf een beetje Rotterdammer. Zo maak je Rotterdam groot.

## Trends

Het is van groot belang dat een stad haar vitaliteit laat zien. De stad als vernieuwingsmachine. Daaruit blijkt het vermogen haar eigen toekomst te organiseren. Steden die dat kunnen wekken vertrouwen, en dus trekken ze bezoekers/

investeerders aan. Trends, dat is de derde T, zullen het GCD dan ook tevens gaan markeren. Zo biedt deze ontwikkeling een uitstekende mogelijkheid om bij te dragen aan de doelstellingen van het Rotterdam Climate Initiative, dat alle initiatieven bundelt die Rotterdam (stad én haven) neemt om zich te ontwikkelen tot CO<sup>2</sup>-arme stad én Energy-port. De opkomst van het glocalisme is op zichzelf al een groot voorbeeld van een trend, dat demonstratief in het gebiedsconcept van het GCD is opgenomen. Concrete voorstellingen daarvan kunnen zichtbaar worden gemaakt door: een pilotkiosk midden in the Living Room, waarin startende bedrijfjes zich bijvoorbeeld een half jaar lang mogen bewijzen en hun product promoten; pilotstores, die op allerlei gebieden de trends weerspiegelen en die in de vorm van pilotproducten dat weten te vermarkten; pilot-exposities in de Showcase.

De aanwezigheid van de Creative Cube, midden in het gebied, op een plek waar je het dus niet zou verwachten, is beslist vernieuwend. In de plinten van de gebouwen, tevens de straatwanden, moet het glocalisme als het ware tegen de ramen aan klotsen: Unilever die daar haar eigen showcase organiseert; Marlies Dekkers, zelf een mooi voorbeeld van een globale ondernemer, die in een pilotstore zichtbaar vanaf de straat haar bedrijf demonstreert. Als alle in het gebied gevestigde bedrijven/organisaties dat op deze wijze gaan doen, en daar ook nog een bepaalde vorm van synergie in weten te vinden, dan kan het gebied zich boven het kritische punt verheffen, dan ontstaat er in samenhang met de andere T's trekkracht. Dan zijn alle pijlen op de T van Trekker gericht.

## Het Useum

De verheffing van het gebied kan overigens best nog wel een eindje op weg worden geholpen door de inzet van extra trekkers. Wat Wolfsburg, ook een HSL-station, heeft

# Glocal City District

gedaan, namelijk door twee musea aan het spoor neer te zetten, helpt echt. Wat te denken van het Stadsmuseum, al dan niet als onderdeel van de Showcase? Rotterdam is Architectuurstad, maar is tevens een bron van vernieuwing voor de stedenbouw geweest. Naast het NAI zou de vestiging van een Urban Planning Museum (zie Sjanghai) in Rotterdam zeker niet misstaan. Die zou zomaar kunnen landen in het GCD. Als die gelegenheid zich aandient, dan moet die tevens worden aangegrepen om er een interactief museum, dus een Useum, van te maken, dat ook in de avonduren open is (zie als voorbeeld het Palais de Tokyo, Parijs) en dat daarmee bijdraagt aan de gewenste levendigheid van het gebied.

## Opengewerkt WTC

De ruimtelijk-functionele modellering van het gebiedsconcept gaat aan dit essay voorbij. Niettemin zijn daar gedachten over die richting geven. Als model daarvoor kwam Pieter Tordoir met het idee van het opengewerkt WTC. Dat is niet een solitair gebouw, zoals het WTC aan het Beursplein laat zien. Nee, het omvat het gehele gebied, dat niet gesloten is maar zich daarentegen als een open netwerk manifesteert, waarop kleinere gebouwen en hoge torens aangetakt

worden. Als model is het eigenlijk zeer toepasselijk, want in het Groot Handelsgebouw zien we diezelfde gedachte terug. De verschijningsvorm van dit gebouw is weliswaar gesloten, het product van die tijd, en zou best wel wat meer transparant mogen zijn, vooral in de plinten, maar dat is niet waar het hier om gaat. Als bedrijf mag je daar klein beginnen om er vervolgens niet meer uit te kunnen groeien. Het gebouw accommodeert als het ware de levenscyclus van de gevestigde bedrijven. Daarbij streeft het ook een zekere mate van relationele samenhang tussen die bedrijven na. Gebruik kan worden gemaakt van servicegerichte faciliteiten, zoals bijvoorbeeld reproductie of een kinderopvang, die anders dan in het traditionele WTC-model, niet verplicht hoeven te worden afgenomen. Die faciliteiten zijn dan ook niet in de m<sup>2</sup>-prijs verwerkt en moeten dus voor hun eigen afzetmarkt zorgen, zelfs als die (deels) buiten het gebouw ligt, wat veelal het geval zal zijn. Hierin is het kenmerk van het open netwerk te herkennen. Dat is in het GCD ook erg belangrijk, want Glocal kan alleen ontstaan via de interactie tussen lokale en globale netwerken. Het komt er dan ook op aan het gebied als een open netwerk te organiseren. Dat schept een omgeving waarin onderlinge relaties, mogelijk

zelfs afhankelijkheden, tussen de aanwezige bedrijven/organisaties gaan ontstaan, dus synergie, en met dat laatste zal het gebied in een ware stroomversnelling geraken. Vormen van glocal synergie zijn in het gebied reeds waarneembaar. Dat kan alleen als er in het gebied zelf een consistente mix van grote, middelgrote en kleine bedrijven aanwezig is, die, de een meer dan de ander, iets samen doen. Grote bedrijven, die een deel van hun werk een-op-een outsourcen naar kleinere bedrijven, waarbij naast de prijs ook de continuïteit en kwaliteit van groot belang zijn, werken hierbij als katalysatoren. Het GCD zal dus niet exclusief het hooglandschap van multinationals zijn, ofschoon naast ING en Unilever er ruimte is voor nog een paar van dat soort globale spelers, noch louter en alleen de kenmerken van het laaglandschap van kleine lokale bedrijven vertonen, maar zich precies daar tussenin met glocal bedrijven/organisaties gaan positioneren. En dat is nog niet eerder in deze streken vertoond, en dus daarmee buitengewoon onderscheidend.

## De Mixone

Het GCD is het gebiedsconcept, het opengewerkt WTC het model, maar wat is nu de drager daarvan? Dat is de

Mixone, waarin zich alles wat hiervoor is gezegd, samenbalt<sup>(9)</sup>. ‘Mixone’ is een samentrekking van en mag worden uitgesproken als ‘mixed zone’. In de sportwereld is ‘mixed zone’ een begrip. Het is de plek waar de pers spelers en trainer ontmoeten. Beelden daarvan kennen we van de tv: de ruimte waarin zich de persconferenties tijdens grote toernooien zoals het Wereldkampioenschap Voetbal of de Olympische Spelen afspelen. Dan is goed te zien dat die plek tevens een showcase is van wereldmerken, die die toernooien sponsoren. In de wereld van het internet zou de ‘mixed zone’ daarentegen de virtuele plek zijn, waar muziekopnames worden uitgewisseld. Die plek heeft veel weg van een server, die in een netwerkomgeving specifieke diensten, hier gemixt naar soort muziek, verleent aan cliëntspelers, noch louter en alleen de kenmerken van het laaglandschap van kleine lokale bedrijven vertonen, maar zich precies daar tussenin met glocal bedrijven/organisaties gaan positioneren. En dat is nog niet eerder in deze streken vertoond, en dus daarmee buitengewoon onderscheidend.

hand liggend. De Mixone wil immers een adres, a destination zijn, waar je wilt zijn om te zien en gezien te worden. Je mag er ook gewoon en met gezwinde pas doorheen lopen, op weg van A naar B (maar het moet aangenaam zijn), of op je gemak flaneren. Er valt ook wat te zien en te beleven omdat de Mixone de diversiteit van stedelijk leven weerspiegelt. De eerder genoemde Showcase is vanzelfsprekend onderdeel van de Mixone. Daarin wordt de trots van Rotterdam beleefd en kunnen glocal merken worden getoond. Ook de vergelijking met de server is te maken. Een van de belangrijkste functies van de Mixone is immers dat er een mix van service-faciliteiten (beveiliging, beheer, hosting, promotie, reproductie, receptie, catering, officemanagement, parking, enz.) en gedeelde diensten (zoals marketing, reclame, lounge, meetingpionts) wordt aangeboden, die onderdeel is van het open netwerk van het GCD en die dienstbaar is aan de in dat netwerk opererende bedrijven/organisaties. De Mixone is de server, die globaal en lokaal, en de mix daarvan, dus glocal, verknoopt. De Mixone is in feite te beschouwen als het zenuwstelsel van het gebied. Via dat stelsel worden er signalen afgegeven, prikkels gegeven, acties uitgezet, initiatieven ondernomen, verbindingen gelegd, kortom wordt het

publieke leven in het gebied gestimuleerd en de eerder besproken onderlinge synergie geëntameerd. De Mixone wordt daartoe in staat gesteld omdat het ook de ruimtelijke drager is van wat eerder het gebiedsysteem van publieke, semipublieke en zelfs, zij het in beperkte mate, private en privileged ruimten is genoemd. In de Mixone vinden mixtures van die ruimten plaats, waardoor in het gebied de gewenste gelaagdheid ontstaat met dan weer scherpe en dan weer subtiele overgangen tussen die ruimten, open en gesloten, bedekt en onbedekt, inclusief third places, al naar gelang de vormgeving en de levendigheid daarom vraagt. De Mixone omvat dus tevens delen van het openbare domein. De Mixone is geen blauwdruk, en hoeft dus niet overal even af en ingevuld te zijn. Ze bevat plekken waar het leven bijna 24 uur per etmaal ronddraait en waar een dynamische programmering van events mogelijk moet zijn. Dat zijn plekken met ruimten die met opzet “underfunctionalized” zijn. De Mixone is, samenvattend, de loper van het GCD. Die kan, maar hoeft niet lineair te lopen. De vorm van een tube is een optie. Ook over het begin en het eind ervan dient te worden nagedacht. De eerdergenoemde Oost-Westverbinding vormt hoe dan ook de ruggengraat van de Mixone.



# Glocal City District

## De Conceptruimte

Hieronder moet worden verstaan dat deel van het gebied en het bijbehorende programma, dat essentieel is voor het waarmaken van het gebiedsconcept. Daartoe behoort vanzelfsprekend de gehele Mixone. Ook de glocal companies c.q. organisaties maken deel uit van die ruimte, zij zijn immers smaakmakend voor de uitstraling van het gebied als het Glocal City District van Rotterdam. Zij maken het onderscheid! Dat moet bij elkaar voldoende zijn om er ook echt een GCD van te maken. Daarnaast moet er ruimte, dat is de vrije ontwikkelingsruimte, zijn om ook andersoortige stedelijke functies, waaronder zeker wonen, bedrijven en organisaties, in het gebied te vestigen. Die hoeven dus niet puur of zelfs in het geheel niet glocal te zijn. De reden daarvoor is dat de commerciële doelstellingen van de risicodragende partijen niet uit het oog moeten worden verloren, wil er sprake zijn van een robuuste participatie van die partijen in de ontwikkeling en mogelijk het beheer van de conceptruimte.

Natuurlijk ligt het in de bedoeling dat de conceptruimte op zichzelf rendeert, maar houd er maar rekening mee dat dat niet overal zal lukken. Dan zal het noodzakelijke rendement elders in het gebied, dus in de vrije ontwikkelingsruimte, dienen te worden behaald. De conceptruimte zal overigens wel (indirect) bijdragen aan de waardeontwikkeling op lange termijn en de afzetbaarheid van het vastgoed op korte termijn. Dus dat is een extra reden tot participatie. Dat kan inhouden dat delen van de Mixone tegen een lagere m<sup>2</sup>-prijs worden verhuurd. Waar de balans tussen de conceptruimte en de vrije ontwikkelingsruimte ligt, zal nader dienen te worden bepaald. Wat in ieder geval niet mag gebeuren, is dat de laatste de eerste overrulet. Het van tevoren definiëren van duidelijke criteria en het invoeren van taakstellende normen moeten dat voorkomen.

## De Concepteigenaar

Met betrekking tot het Stationskwartier is in het verleden vaak de volgende vraag gesteld: wie is daar de probleemeigenaar? Daar is, om allerlei moverende redenen, niet echt een duidelijk antwoord op gekomen. Het is eerlijk gezegd ook een op zichzelf diskwalificerende vraag, want wie wil nu (andermans) probleemeigenaar zijn? In dit essay wordt een nieuw begrip geïntroduceerd: concepteigenaar. Dat klinkt een stuk positiever, en het is nog waar ook. Het gaat hierbij niet om welke juridische vorm van eigendom dan ook. De concepteigenaar is in de eerste plaats mentaal eigenaar van het concept. Het gebiedsconcept van het GCD kan er alleen maar komen als de belangrijkste stakeholders van het gebied (de gemeente, de ontwikkelende marktpartijen, de eigenaren, de beheerders en gebruikers) zich mede-eigenaar van dat concept voelen en zich daar ook naar willen gedragen, sterker: het gebiedsconcept mee willen helpen uit te dragen en het in coproductie willen uitvoeren. Dat geldt in het bijzonder voor de eerdergenoemde conceptruimte.

Voor de ontwikkeling en het beheer daarvan zijn, juist vanwege het vernieuwende karakter ervan, zeer waarschijnlijk onconventionele manieren nodig, die voorbijgaan aan het traditionele onderscheid tussen publieke en private rolopvattingen en dito taken. De conceptruimte is immers niet met een schaarste volgens dit onderscheid te knippen. De kracht bestaat uit de ongedeeldeheid ervan. Als dat betekent dat delen van de openbare ruimte en publieke functies zoals een museum, voorzover deel uitmakend van de conceptruimte, door het private initiatief worden opgepakt en beheerd, dan is dat de aangewezen manier. Wat zeker niet moet gebeuren is dat publieke en private partijen elkaar in een bureaucratisch samenwerkingsverband op gebiedsniveau omknellen, want dat is het begin van het

einde: de dood in de pot. Dat past ook niet bij dit type gebiedsontwikkeling, waar minstens een halve generatie overheen gaat en dus van een blauwdrukplanning geen sprake kan zijn. Zoek een vorm die effectief is: ‘gezamenlijk doen wat moet, afzonderlijk wat je zelf goed doet’.

## MEM

Wat in ieder geval gezamenlijk zal moeten worden gedaan, is de ontwikkeling en de exploitatie van de Mixone. Als elke partij daar zijn eigen ding (aan) gaat doen, dan wordt de Mixone een optelsom. Dat werkt niet. Het is heel goed voorstelbaar dat die gezamenlijkheid wordt georganiseerd in een vorm van de Mixone Exploitatie Maatschappij (MEM). Gemeente en betrokken marktpartijen participeren in de MEM, die daarmee uitdrukkelijk een PPS-signatuur krijgt. Maatschappelijke en commerciële (rendements) doelstellingen worden zo aan elkaar gekoppeld, als het ware gemixt en gezamenlijk nagestreefd. Dat biedt het perspectief op de vestiging van waardevolle functies in de Mixone, die niet (direct) commercieel renderen. Daarvoor zal een adequaat instrumentarium moeten worden ontwikkeld en ingezet. Dit is een verder uit te werken punt op de ontwikkelingsagenda van het gebied.

## Centraal District

Het gebiedsconcept bestaat uit drie componenten: het richtinggevend idee, de ontwikkelingsstrategie en de gebiedsmarketing. In dit essay is vooral bij de eerste component stilgestaan (het GCD, vertaald in het model van het opengewerkte WTC met als drager de Mixone) en zijn de uitgangspunten voor de ontwikkelingsstrategie (het principe van de conceptruimte, de rol van de concepteigenaar en de MEM) geformuleerd. Op de marketing zal

verderop in dit boekwerk worden ingegaan, waaronder placemaking: daar moet zo snel mogelijk mee worden begonnen. Wat ook moet, is het bedenken van een authentieke naam, die makkelijk in de mond ligt. Glocal City District zegt op zich wat het is, maar is lastig uit te spreken. René Bouwmeester<sup>(10)</sup> heeft een suggestie: “Centraal District”.

## Rotterdam Centraal

De trein nadert Rotterdam Centraal. De conducteur roept om: “Welkom in Rotterdam”. Ik denk: “Die heeft het helemaal begrepen”. Kom ik even later bij mijn afspraak, vraagt ie: “Hoe was het weer?” Ik zeg: “Mooi.”

- <sup>(1)</sup> Volgens Ruud Brouwer, die Rotterdam een onbestemde stad vindt en die voorzitter is van het welstandscollege van Rotterdam en bewoner van Montevideo op de Wilhelminapier. Het gaat niet alleen om de skyline van Rotterdam, hoe indrukwekkend ook, maar vooral wat er op ooghoogte te beleven valt.
- <sup>(2)</sup> Uitspraak van Pieter Tordoir, hoogleraar Economische Geografie aan de UvA, gedaan tijdens de expertmeeting Streefbeeld t.b.v. de Stadsvisie Rotterdam op 15 juni 2007.
- <sup>(3)</sup> Uitspraak van Jan Rotmans, hoogleraar Transitie management en directeur van Drift, gedaan tijdens de expertmeeting Streefbeeld t.b.v. de Stadsvisie Rotterdam op 15 juni 2007.
- <sup>(4)</sup> Concept Stadsvisie Rotterdam, Ruimtelijke Ontwikkelingsstrategie 2030, januari 2007.
- <sup>(5)</sup> Sloterdijk, P., Sferen. Bellen & Globes, Amsterdam, Boom 2003.
- <sup>(6)</sup> de Jong, A. en Schuilenburg, M., Mediapolis. Populaire cultuur en de stad, Rotterdam, Uitgeverij 010.
- <sup>(7)</sup> Rotterdam blijkt in de virtuele wereld niet zoveel kleiner te zijn: Sjanghai telt 70 miljoen hits op Google, Rotterdam ruim 50 miljoen. Overigens, New York heeft de meeste hits: ca. 650 miljoen!
- <sup>(8)</sup> ‘Druk, druk, druk. Richard Hutten is een van de meest succesvolle ontwerpers van Nederland’, artikel van Evelien Baks in het AD van 7 juni 2007.
- <sup>(9)</sup> De naam Mixone is in coproductie tussen David Tuinzing en Evert van der Hoek, beiden werkzaam bij Concire, bedacht.
- <sup>(10)</sup> Bouwmeester van Leeuwen, gevestigd in de Creative Cube.

# Glocaal is de toekomst

Pieter Tordoir | Hoogleraar Economische Geografie en Planologie aan de UvA



## Glocalisering

De wereld wordt steeds kleiner en – althans vanuit één perspectief gezien – steeds meer eenvormig. We kunnen binnen een paar dagen alle grote zakencentra afreizen, slapen en vergaderen in formulehotels en eten in lucht-havenlounges, en toch het idee krijgen nergens te zijn geweest. De standaardisatie van producten, diensten en plekken is alomtegenwoordig. Zeker op luchthavens. Standaardisatie hangt nauw samen met een krimpende wereld. Snelle en goedkope toegang tot markten in alle continenten voedt massaproductie en massaformules: we leven in een hamburgereconomie. Dit is dan ook de associatie die de term globalisering bij veel lezers zal oproepen. Globalisering maakt de hamburger voor miljarden mensen bereikbaar en zorgt, meer in het algemeen, voor verspreiding van productiviteit en welvaart.

Zoals Henry Ford het T-model een kleine eeuw geleden voor de meeste Amerikanen bereikbaar maakte, zolang de auto maar zwart was. Economen hebben een term voor het globale hamburgereconomische systeem: het Fordisme. Het Fordisme kenmerkt inmiddels het grootste deel van de wereldproductie en wordt ook dominant in de moderne dienstverlening. Rijkman Groenink heeft gelijk: alleen de top vijf van de banken in de wereld blijft in dit geweld overeind staan en ABN Amro moet daarin mee, zo niet rechtsom dan maar linksom. Hoe pijnlijk dat ook is voor het Oranjegevoel. **Globalisation overriding the local**, zo ziet de bekende Engelse socioloog Roland Robertson het.

Globalisering kan echter ook een diametraal tegenovergestelde associatie oproepen. Denk aan wereldmuziek. Unieke lokale culturen en gebruiken worden eenvoudig toegankelijk door festivals en internet, voor iedereen. Denk aan een grote kosmopolitische metropool zoals Los Angeles, waar vrijwel alle Aziatische en Zuid-Amerikaanse culturen een eigen wijk hebben. Dat is de wereld in een stad, een **global village**. Ook Rotterdam is zo'n wereld in de stad, maar dan op kleinere schaal. We hechten waarde aan het unieke en lokale en maken daarvoor dure reizen of gaan naar festivals en naar wereldsteden, maar willen tegelijkertijd en overal verzekerd zijn van airconditioning en Coca-Cola.

Verdrijft het algemene en globale het unieke en lokale of wordt het unieke juist versterkt door het algemene? Een fundamenteel dilemma. Misschien kunnen we beter spreken van een paradox: een schijnbare tegenstelling, een dilemma met een uitweg. Die uitweg heeft een naam: **glocalisering**. Dat is de globalisering van het 'locale' en tegelijkertijd de 'localisering' van het globale.

Het concept glocalisering is bedacht door Robertson, geïnspireerd door het Japanse begrip **dochakuka**, dat staat voor de aanpassing van standaardproducten en methoden aan lokale omstandigheden. Volgens Robertsen komt het waardevolle voort uit een wisselwerking tussen het particuliere en het universele. Het universele krijgt waarde door voeding met het particuliere; het particuliere wordt toegankelijk en krijgt waarde door opname in het univer-

sele. Het universele als medium en verpakking, het particuliere als inhoud en doel. Naarmate we welvarender worden en opklimmen in de bekende behoeftetrap van Maslow, mogen we ook verwachten dat globalisering gaandeweg wordt ingeruild voor glocalisering. Globalisering sec gaat immers vooral over productiviteit en lagere kosten, terwijl glocalisering gaat over inhoud, variatie en waardetoevoeging. Glocalisering heeft daarom de toekomst in een meer welvarende en veeleisende wereldmarkt. Glocale steden, steden die onderdeel uitmaken van wereldwijde netwerken maar daar tegelijkertijd ook unieke 'locale' kwaliteiten aan toevoegen, hebben daarom de toekomst. Dit klinkt abstract, maar kan heel concreet worden gemaakt, met Rotterdam als voorbeeld.

## De glocale economie

In de verzengende concurrentie tussen massaproducten van middenklassenauto's tot hypotheekverschaffers proberen kleinere bedrijven te overleven door zich te onderscheiden met exclusiviteit, **couleur locale** en vernieuwing. Een opgaande conjunctuur geeft meer ruimte voor deze bedrijven dan een neergaande conjunctuur. Rond fundamentele vernieuwingen, zoals de opkomst van nieuwe muziekstijlen, is er ruimte voor variatie en nieuwe aanbieders. Bij een neergaande conjunctuur valt de consument terug naar de massaproducten die op de kleintjes let. Toch hebben de Davids in de wereldeconomie over een langere periode gezien de wind mee, mits ze het spel van de globalisering slim meespelen. Dat kan door glocalisering.

# Glocaal is de toekomst

Succesvolle kleine bedrijven kunnen ervoor kiezen klein, vernieuwend en flexibel te blijven door samen te werken met andere bedrijven en veel uit te besteden. Dat werkt goed op lokale schaal, binnen clusters van vergelijkbare bedrijven en toeleveranciers. Regio's kunnen zich specialiseren, kennis en ideeën gaan rond en lokale ondernemers zetten elkaar aan tot vernieuwing. De specialisatie zal echter veelal alleen winstgevend kunnen zijn in een wereldmarkt, met distributiekanaal in het buitenland. Ook daar kan worden samengewerkt met onafhankelijke ondernemers die zelf in lokale netwerken opereren. Aldus ontstaan wereldwijde netwerken van lokale clusters, als een glocaal alternatief voor de grote ondernemingen die van zand tot klant wereldwijd alles in huis doen.

Netwerkorganisaties zijn nu, in de krimpende wereld van internet en wegvallende economische grenzen, veel eenvoudiger op te tuigen dan zeg dertig jaar geleden. In de toekomst wordt dat alleen maar meer gemakkelijk. Dit leidt tot interessante ontwikkelingen. Neem de Chinese toeleveranciers van onderdelen aan Philips en consorten, die zich recentelijk losmaakten en nu zelfstandig de meest geavanceerde en luxe audioapparatuur op de wereldmarkt brengen. Beter dan Bang & Olufsen en voor de helft van het geld, ondersteund door gespecialiseerde distributeurs en reparateurs in het Westen. De wereld op z'n kop, maar wel de toekomst. Neem onze eigen Marlies Dekkers, die zich met een wereldwijde netkous van toeleveranciers en distributeurs tussen de grote kledingmerken heeft genesteld, met behoud van de vernieuwings-

kracht van een kleine onderneming. Neem gespecialiseerde reisbureaus, die exotisch ecotoerisme ontwikkelen in nauwe samenwerking met kleine bedrijven in verre oorden. De consument, snakkend naar onderscheidende exclusieve producten met een eigen verhaal, vindt via internet en horen zeggen snel z'n weg naar deze nieuwe glocale aanbieders.

## De glocale stad

De opkomst van wereldwijde massaproducten verdreef het kleinere ambachtelijke bedrijfsleven in eerste instantie naar achtergebleven gebieden. Die tijd is echter voorbij. Juist in grote en kosmopolitische steden zijn kleine bedrijven die goed kunnen netwerken sterk in opkomst. In die steden komen namelijk belangrijke omgevingsvoorwaarden voor glocalisering bij elkaar.

Grote en kosmopolitische steden zijn zoals gezegd de wereld in een stad. Daardoor is er veel kans dat verschillende culturen, leefstijlen, specialismen en ideeën elkaar ontmoeten, met innovaties tot gevolg. Innovatie is immers, zoals de beroemde econoom Joseph Schumpeter het stelde, vooral een gevolg van nieuwe verbindingen. Nederland, van oudsher een land met een open vizier naar de wereld, heeft altijd uitgeblonken in dit soort nieuwe, vaak interculturele verbindingen. Havensteden hebben altijd daarin uitgeblonken. Denk aan Liverpool, Hamburg en de Merseybeat van de jaren zestig, een mix van zwarte en blanke invloeden. De wisselwerkingen tussen verschil-

lende invloeden geeft een unieke lokale sfeer. Maar dat is nog niet voldoende; die sfeer moet elders bekend worden, moet kunnen globaliseren. Dat vraagt om fysieke verbindingen met de rest van de wereld. Grote steden, en dan vooral de grote luchthaven- en havensteden, zijn goed verbonden met de rest van de wereld. Diversiteit en verbindingen zijn noodzakelijk voor glocalisering en vernieuwing, maar hoeven nog niet voldoende te zijn. De uiteindelijke trigger komt veelal van een uitgelezen en kritische thuismarkt. De kosmopolitische consument, van blueskenner tot champagnekenner en van arm tot rijk, is niet gauw verrast maar wel altijd op zoek naar het nieuwe en bijzondere. Dat stimuleert lokale aanbieders van producten en diensten tot vernieuwing. In de **showroom** van de grote stad moet je extra je best doen om het publiek te behagen. De scherpte en de variatie die dat vervolgens oplevert geeft de bedrijvigheid in die stad een concurrentievoordeel, niet alleen in de stad maar ook en vooral daarbuiten.

## Rotterdam glocaal

Havensteden, van Rotterdam tot Shanghai en van Antwerpen tot Genua, hebben vaak een bijzondere sfeer, met spannende combinaties. Blauwe boorden en champagne, kranen in de mist en fel neon. Tolerantie zit in de lokale genen. De stad leeft van verbindingen: handel en transport, maar ook leefstijlen, muziekstijlen, exotica. Er heerst een permanente onrust. Rotterdam heeft dat. Rotterdam is echter misschien wel te sterk gedomineerd geweest door de

grote haven en de grote industrie, waar de standaardisatie sterk heeft toegeslagen. De haven verdween ook uit de stad. Rotterdam is op zoek naar een nieuwe toekomst, niet zonder de haven – die blijft een grote kurk waar de stad op drijft – maar wel met nieuwe verbindingen en activiteiten. Zo'n nieuwe verbinding komt er in de vorm van de Hogesnelheidslijn, de HSL-zuid. Rotterdam wordt de eerste stop in de Randstad. De stad kan haar rol als draaischijf tussen de transatlantische en Aziatische marktruimte en het Europese achterland versterken. Voeg daar de vele culturele gemeenschappen die de stad van oudsher herbergt aan toe en je krijgt een vruchtbare voedingsbodem, een mix van globaal en lokaal. Maar Rotterdam heeft ook een andere en cruciale **asset**. De stad heeft ruimte om te vernieuwen en een bevolking die van oudsher openstaat voor en gefascineerd raakt door vernieuwing. Weinig steden in Nederland en daarbuiten hebben die fysieke en mentale ruimte om te kunnen transformeren. Die ruimte is er in het Stationskwartier, met de komst van de HSL een poort naar Europa, in de stadshavens, in de wijken, bij bevolkingsgroepen die hun piek nog niet hebben bereikt. Ruimte, meestal ook nog goed betaalbaar, voor nieuwe bedrijvigheid en voor nieuwe publieke **showrooms**, want de vitale glocale stad is eerst en vooral een schouwtoneel van de wereld.

# Weena: the birth of the "Mixone"



**John Worthington**, Co-Founder DEGW  
Graham Willis Professor of Architecture  
University of Sheffield

## 1. Introduction

Rotterdam is a city of innovation and change. The coming of the High speed rail and the regeneration of the station site is much more than a physical rebuilding project, it is the opportunity to rethink the positioning of Rotterdam in a changing world and to establish a new city quarter. The Weena could be a part of the city that celebrates Rotterdam's creativity, innovation, and pragmatism. It could be a place which reflects both new thinking in architecture and a new real estate offer, with zoning flexibility and innovative city management. The paper presents four themes which are having an impact on the way we approach the design of places. I will then suggest emerging trends in the way that property is provided and used, with specific proposals for the Weena. The paper concludes by assessing the opportunities and returns "Mixone" might bring to the city, investors and users.

## 2. Four themes for change

Change is a continuous process, which is at the core of creating a successful city. The skill of the City planner is to firstly understand the underlying trends that are driving change and then decide the most effective strategy for managing and moderating the process. Reflecting on my own experience of working with corporations, the users of space; developers, the providers of space; and cities, the guardians of space, I have identified four themes for change.

### Paradox

Today we live in a world of paradox. At work we want to be able to work collaboratively with our colleagues and at the same time have a place to be private and reflective. We are concerned that our schools and town halls are both

secure and accessible. Our cities are both aiming to centralize for efficiency and decentralize to increase choice. We are shifting from a binary world where decisions were between this or that, to decisions where we are finding solutions which allow for both this and that. For city planners, clients and their designers the challenge is to reframe the question.

### Product and process

In the new information economy the process has become more valuable than the product. Computers and mobile hand sets are given away to create the market to sell content and a continuous service. At the start of a project it is the continuous, iterative, process of briefing where concepts are formulated and perceptions changed, the product of the brief, encapsulates the expectations. Real estate providers are recognizing that value is to

be gained not merely by trading in buildings, products, but also by the building providing continuous added value services.

### Ownership and governance

As society and organizations become more diverse and complex so also have our concepts of ownership, governance and usage become more precisely prescribed. The simple definition of public realm and private space with a clear line of ownership, accessibility and usage has become more blurred. The boundaries of accessibility have been expanded and the definition of users and uses broadened. The space available and its ownership and governance can usefully be classified into four categories.

- Private: the space owned, managed and controlled by the individual, group or organization for their sole use.
- Privileged: space that is owned by an individual or

# Weena: the birth of the "Mixone"

organization but where an outsider can come with the authority of the owner. Good examples in thinking of the city would be the airline frequent flyers lounge, or the internet café, where the user can enter freely but must pay for the privilege of use of space, amenity and equipment.

- **Semi-public:** space which is owned and governed by a private, or semi-private body, but individuals feel free to enter, on the understanding that the rules of behavior are those of the owner. Many of these spaces we might perceive as public; the railway station, retail mall, or museum. More blurred conditions are the department store we take a short cut through or the hotel lobby.
- **Public:** places that are owned, managed, maintained and governed by the city, the public realm. Traditionally these spaces were the street, square or park. The center of interaction and exchange.

In the modern city with the assimilation of information technology, the place and time of work, living, learning and leisure are converging and new patterns of use and places are emerging. Bryant park in Manhattan, with free Wi-fi access is both a park for pleasure and a place to work. Each of the four categories of space, set out above has both a physical and virtual dimension.

## Diversity

Urban vitality is the result of diversity of uses, users, cultures and values. Great cities recognize the value of diversity, and also the fine line before it becomes divisive, as in cities such as Beirut, Mostar or till recently Berlin. Authenticity is the expression of a diversity of values, within a dominant culture.

## 3. New types of real estate

### New property offer

New ways of working are having a fundamental impact on the time, location and settings for work and how it might be accommodated. The independently minded, knowledge worker, is footloose, and like the modern mercenary will work for the highest bidder. The value of office space today is not simply a question of physical accessibility and the quality of the marble in the reception area. Office accommodation today is still dependant on the accessibility of location but in addition it is concerned with the configuration of the space provided (functionality), the flexibility of the tenure, the services provided to support the building and the amenities surrounding it. All these attributes add up to a new property "offer". Local amenity is more than the

choice and quality of retail, leisure and eating offering but also the supporting services and synergetic uses in the neighbourhood. DEGW argues that successful economic networks are those that have both small and large firms at all stages of their life cycle, and across different but synergetic sectors. The advantages of existing city centers is that they can provide cheap second hand space, contiguous, with top quality space at the highest rents. The premises ladder suggests the array of accommodation types that combine to make a successful center.

### Intensification of use

The impact of information technology has meant that less time is spent at the individually owned desk and more in collaborative meetings or outside the office. Organizations are looking to increase their ability to change, and use resources more effectively. The result is that the forward looking organization no longer views real estate as an asset to be hoarded. The new property model has three types of space:

- **Fixed:** owned by the organization. It expresses the values of the organization, may be specialized and could make up as little as 30% of the space in an organizations portfolio.
- **Flexi:** on short leases (up to 5 years) generic space,

which can be hired for specific projects. In some organizations 40% of their property portfolio.

- **On demand space:** facilities maybe owned by others which can be shared, and hired when required. This could account for up to 30% of the space required, catering, library, computing, meetings, health and leisure facilities are all facilities that could be shared with the local business and residential community.

### The experience economy

The opportunity for the Weena is to be more than a set of discrete functions, such as retailing, office residential etc, but to find the synergies between the functions that provide a unique experience.

## 3. Implications for Weena

### Framework not Blueprint

Fixed master plans as "blueprints" are increasingly hard to predict. Weena should aim to guide its future development with a framework consisting of three components:

- **The framework:**
  - **Fixes:** elements in the area which would be hard to change due to past capital investment, contribution to

# Weena: the birth of the "Mixone"

- the character of the place or political commitment;
- Capital web: infrastructure, landscaping, major buildings that could be delivered by public investment;
- Urban grain: the quality of place achieved by defining massing, scale, critical frontages, and locations for landmark buildings.

- The vision: a drawing or model of how it may be in the future. It becomes the icon to rally around, the goal to attain.
- The programme: a set of large and small projects, some discrete, others which are required for others to happen. In parallel there will be both construction projects and a programme of events.

## Mixone

Cities thrive on diversity. Mixone celebrates the bringing together of different functions, users and uses.

Mixed use neighbourhoods from the past have matured by different uses growing into a building with a single use. For the Weena a new planning use class could allow for generic building forms built for a predominant use, e.g. housing or offices but allowing for different activities within providing they are compatible with the surrounding

area. The area could become a laboratory for change. The planning authority would manage and moderate the change by initially, at the beginning of a project agreeing with the developer or land owner on the brief, testing the idea through construction, evaluating the outcome and feeding back to create continuous improvement. Rotterdam would become "the learning city".

## Weena: Rotterdam's front room

The coming of the high speed rail changes the geography of Rotterdam, it becomes the "front door" of the Randstad to Europe. The **Groot Handelsgebouw**, the icon of Rotterdam's determination to resurrect its city centre could once again become the icon. The top floor could be opened up as a show case of Rotterdam and the Randstad and the ground floor opened with semi public routes to become a "market" for the creativity of Rotterdam. New London Architecture at Store Street London, provides the model.

Monthly Exhibitions, weekly breakfast talks, sponsored evening events, it has become the centre for the public and private sector, investors, developers and end users to meet. Sponsored by the private sector it has become the place to meet around a huge ever changing model of London.

## 4. Assessing the returns

- For the City such an approach could reinforce Rotterdam's role as innovators and doers. They could both collaborate with the other cities of the Randstad, to create the critical mass, to then allow Rotterdam to compete globally. The Mixone would be a collaborative venture between the city, investors and business.
- For business, the returns are a sense of purpose in an area which had become a back water. A dynamic, thriving local area to attract and retain the best staff. The availability of accommodation to support services and amenities that can be used on an "on-demand" basis.
- For investors and developers. Certainty would be achieved with a strong vision, and the flexibility to have freedom to change within robust generic building types.

The challenge for the development industry and their designers will be to invent the appropriate building stock to support the "Mixone".

## 5. Conclusion

Weena could become a focus for Rotterdam's energy and pride. The Components are in place, the project has already begun.



# Mixone 1

levendig | intensief | mix | multifunctioneel

# Global en local

Een gesprek tussen Con Schoenmakers (ING), René Bouwmeester (Bouwmeester van Leeuwen) en Evert van der Hoek (Concire).

Een rondetafelgesprek over netwerken, het gebruik van het gebied en de gebouwen van grote en kleinere organisaties tussen global en local ondernemers in het Weenagebied. Global speler ING, aanwezig in de persoon van Con Schoenmakers, is gevestigd in de Delftse Poort. Marketingcommunicatiebureau Bouwmeester van Leeuwen is sinds kort gevestigd in de Creative Cube aan de Delftsestraat. Hoe zouden deze bedrijven in een netwerk kunnen fungeren in de Mixone?

Con Schoenmakers: 'Intern is hier de laatste jaren het een en ander veranderd. In dit gebouw werkte vroeger één bijna uniforme dienstverlener, Nationale Nederlanden. Inmiddels werken hier allerlei clubs van ING en er wordt geknokt om elke vierkante meter: elke club van ING wil hier zitten. Niet alleen uit het Rotterdamse, ook uit de rest van de randstad. Dat ter verklaring van hoe het nu werkt hier: het ziet er wel allemaal hetzelfde uit, maar er zitten heel veel verschillende clubs.'

René Bouwmeester: 'Het is ook aantrekkelijker om hier te zitten dan boven de Utrechtse baan in Den Haag.'

CS: 'Inderdaad. Hier zit je vlak bij allerlei vormen van openbaar vervoer. Het kantoor in Den Haag is veel moeilijker te bereiken met het ov.'

RB: 'Het is daar nog helemaal afgestemd op de auto.'

## Netwerkorganisatie

RB: 'Wij zijn een reclamebureau en een poos geleden hebben wij het initiatief genomen tot het beginnen van een creatief cluster in Rotterdam. We wilden een cluster van allemaal aanvullende creatieve bedrijven om ons heen hebben.'

CS: 'Een beetje Van Nelle-achtig.'

RB: 'Ja, maar dan toch heel anders. Daar zitten veel dezelfde soort bedrijven. Wij zitten hier nu met dertien bedrijven die allemaal een ander kunstje kunnen. Productontwikkelaars, designers, een architectenbureau, een marktonderzoekbureau, een fotograaf. Het aardige is dat we met elkaar op klanten werken. Dat heeft voordelen. Als je iets met internet nodig hebt, kun je twee, drie mensen aannemen die dat kunnen, maar wij hebben liever een goede partij naast ons die daar in gespecialiseerd is, waarbij wij als een soort hoofdaannemer fungeren. Zo kun je als klant uit een heel arsenaal aan creatieve mensen putten, zonder dat je ze hoeft te betalen als je ze niet nodig hebt. We proberen gezamenlijk de taartpuntjes die wij bij klanten hebben, groter te maken.'

CS: 'Je speelt elkaar dus bewust de bal toe?'

RB: 'Zeker. Omdat je met creatieve ontwikkelingen bezig bent, is het ontzettend belangrijk dat een grafisch ontwerper naast een internetontwerper zit. Niet dat eerst de één een dag bezig is, dan de ander een dag, en dat je er op de derde dag achter komt dat het anders moet. Je moet die mensen juist bij elkaar zetten.'

CS: 'Volgens mij is dat dé nieuwe netwerkorganisatie.'

RB: 'Netwerkorganisaties kom je veel tegen nu internet zo'n grote rol speelt, maar wij vinden juist de fysieke nabijheid heel belangrijk. En dat is een vrij uniek

concept. Toen wij met het idee kwamen hebben we expliciet gezegd: we willen niet in de Schiecentrale of in de Van Nelle Ontwerpfabriek zitten, maar in het centrum. In een eigen pand met een eigen zichtbaarheid.'

CS: 'En is dat gebouw ook op de een of andere manier ondersteunend aan het concept?'

RB: 'Het is een oud gebouw, ontworpen door Maaskant. Met wat geld van de gemeente hebben we het hele interieur gestript: alle systeemwanden en plafonds eruit. Het is weer transparant geworden.'

## Midden in de dynamiek van de stad

Evert van der Hoek: 'En hoe bevalt de plek?'

RB: 'Geweldig. Er gaat een enorme dynamiek en energie uit van zo'n plek midden in de stad. Hier hadden we alles wat we zochten.'

CS: 'Dat is wat ik ook onderschrijf. Het zitten in de stad is voor de nieuwe leefstijl van mensen ontzettend belangrijk.'

RB: 'Een van de dingen waar wij op een gegeven moment tegenaan liepen - we zaten eerst in Moordrecht - was: mensen konden ons niet vinden. Terwijl het maar 16 km hiervandaan is, waren ze meer dan een uur onderweg. En nu komen mensen lopend, fietsend, trammend. Ik ben zelf een verstokte autorijder, maar ik ga nu ook met de trein.'

CS: 'Ik doe dat ook. Meer en meer. Door die files. Twee uur in de auto zitten is op zich niet zo heel vervelend, maar het is die onvoorspelbaarheid. Als ik een afspraak buiten de deur heb, weet ik niet of ik met de auto nog op tijd terug ben.'

RB: 'Het openbaar vervoer gaat het volgens mij in de grote steden altijd winnen.'

## Transparantie vs. geslotenheid

EvdH: 'Con, jullie zijn een vrij gesloten bastion van buitenaf gezien. We zoeken in het concept ook een Mixone, waar jullie elkaar ontmoeten. Zou dit gebouw (de Delftse Poort) zich kunnen openen? Het zou goed zijn als de plint opengaat.'

CS: 'Ik zou dat zelf heel erg toejuichen. Ik zou die hele plint eigenlijk meer in de sfeer proberen te krijgen van publieksdiensten. Vroeger zat hier beneden een Etos, en de Italiaan zit hier. Verder zijn hier regelmatig tentoonstellingen op de derde.'

EvdH: 'Zijn die voor iedereen toegankelijk?'

CS: 'In theorie zou je als voorbijganger kunnen komen kijken, maar je komt niet door de bewaking. Die is na 11 september veel strenger geworden. Dat wrikt met dat open concept.'

EvdH: 'René, jullie hebben juist een heel transparant gebouw, met een espressobar beneden.'

RB: 'We hebben heel hard gezocht naar iets dat ons met de straat zou verbinden. Dat is de espressobar geworden. Nu is het een bindend element in ons pand; een soort receptie waar mensen zich kunnen melden en koffie kunnen drinken. Het is voor iedereen toegankelijk.'

CS: 'Als je nieuwe gebouwen ontwerpt, moet je juist met dat soort concepten rekening houden. Er veel beter over nadenken dan de gebouwenmakers van vroeger gedaan hebben.'



## De Mixone

EvdH: 'Nu willen we op dit gebied – het Glocal City District – het netwerkconcept toepassen, de Mixone. Daar heb ik wat inspirerende beelden voor. De Mixone zou als een soort rode loper moeten fungeren. Heel ambitieus, maar ik ben ervan overtuigd dat je hoog in moet steken om iets te kunnen bereiken. Ik denk niet dat je er komt met alleen maar een mooie plint en daarna misschien nog in ambitie kunt groeien. Maar misschien denken jullie daar anders over?'

CS: 'Dit maakt een hele explosieve indruk op je. Als je in steden als New York en Londen rondloopt, zie je dit soort concepten. Als je zoiets zou willen, zou je de

Con Schoenmakers (ING): 'Hoe actiever Rotterdam en dit gebied zijn, hoe beter het voor ons is.'

gebouwen in hun functionaliteit boven het straatniveau moeten laten beginnen, om daar beneden dingen te kunnen doen die des straats zijn.'

EvdH: 'Dat is ook het idee. Beneden is het gemeenschappelijke niveau, daaraan haak je die kantoren.'

CS: 'En wie betaalt dat dan?'

EvdH: 'We moeten aantonen dat het zoveel waarde creëert, dat het met elkaar opgebracht kan worden.'

CS: 'Maar neem nou bijvoorbeeld de Wilhelminapier. In de plint proberen ze allemaal restaurants te maken. Het is buitengewoon vervelend dat daar te weinig mensen komen. Dat komt deels omdat het er nog één grote bouwput is. Dat lost zich op den duur nog wel op, maar er gebeurt nu nog niks.'

RB: 'Wat vaak vergeten wordt, is dat er plannen ontwikkeld worden die tien, vijftien jaar duren. In de tussentijd is er niks, of te weinig.'

EvdH: 'Dus je moet eigenlijk vandaag al beginnen om dat gebied op de kaart te zetten.'

RB: 'Wat volgens mij een belangrijke functie zou kunnen zijn: een centrale kern, een echt hart van de stad.'

Ik heb wel het idee dat dat juist dit gebied kan zijn. Ik ben hier net even omheen gelopen, en het enige wat je ziet is mensen die alle kanten op schieten: station in, station uit.'

EvdH: 'Ik denk ook dat het gros direct naar zijn bestemming gaat. Dat zal zo blijven. Maar het zou aardig zijn als dit gebied ook zo'n bestemming wordt. Dat mensen gaan kijken: wat is er te doen, wat heeft Rotterdam te bieden?'

RB: 'Een prachtig voorbeeld: op het gebied van design en architectuur is Rotterdam een hele grote speler, alleen niemand weet het. Het zou goed zijn om die dingen bij elkaar te vegen op één plek, of dat nu een designmuseum is, of wat jullie noemden een stads-useum.'

EvdH: 'Of een expohal met wisselende exposities.'

Zouden jullie daar iets aan hebben?'

CS: 'Wij als ING? Je kunt zeggen: hoe actiever Rotterdam en dit gebied zijn, hoe beter het voor ons is.'

## De Plint

EvdH: 'Is dat voor jullie belangrijk, dat je ergens zit waar het gebeurt?'

CS: 'Ja, maar vergis je niet in de huur in zo'n gebied. Dat is een spanningsveld: nieuw en creatief, hoe verhoudt zich dat tot de vierkantemeterprijs?'

EvdH: 'Bedoel je dat dit soort ambities je ook in de weg zouden kunnen gaan zitten? Dat daarmee de huren stijgen en je een aantal potentieel interessante zaken wegprijst.'

CS: 'De stad is niet de eigenaar van dit gebied. Iemand zet een gebouw neer. De grondgrootte bepaalt enorm tot hoeveel meter hoog hij moet gaan, en bepaalt ook de vierkantemeterprijs. Dan ga je het onderste stuk daarvan inzetten op een lage vierkantemeterprijs. Iemand moet dat betalen.'

EvdH: 'Maar kijk ook eens wat het opbrengt.'

CS: 'Voor wie?'

EvdH: 'Uiteindelijk ook voor je eigen bedrijf en de waarde van die grond.'

RB: 'En je kunt er tenslotte niet allemaal advocaten en notarissen in kwijt.'

CS: 'Daar ben ik het volledig mee eens. In die zin geloof ik heilig in het concept: je moet er veel meer midden-bedrijven bij halen. Alleen: mijn praktische kant ziet nog wat beren op de weg.'

EvdH: 'Daar zijn we ons ook van bewust. We moeten in de volgende fase – de businesscase – met geïnteresseerde partijen kijken naar draagvlak en haalbaarheid. Maar je moet hier niet monofunctioneel denken, niet alleen de openbare ruimte als doorgangsgedebied of verkeersgebied



René Bouwmeester (Bouwmeester van Leeuwen):  
'Hier hebben we alles wat we zochten.'

zien. Zorg dat je het op een multifunctionele manier kan inzetten. Dat wil niet zeggen dat dit allemaal hele dure meters moeten zijn. Voor een belangrijk deel moet het opgaan in openbare ruimte.'

CS: 'Dat zou een deel van het antwoord kunnen zijn.'

EvdH: 'Unilever heeft eens bedacht om met grote monitoren in de plinten te laten zien waar Unilever voor staat, zoals de producten of de bedrijfsfilosofie. Zijn dat zaken waarvan je zegt, nou, dat zou voor ons als ING ook iets kunnen zijn?'

CS: 'Daar kan ik me wel iets bij voorstellen. Ik heb nog steeds het beeld voor ogen van Edgar Davids op dit gebouw. Nu zouden we er die Renault op kunnen zetten, die Formule 1-wagen.'

EvdH: 'Het zou goed zijn als we op korte termijn al iets laten zien in dit gebied.'

CS: 'Het concept vind ik heel boeiend en spannend. Ik geloof heel erg in het idee dat je middelgrote en kleinere ondernemingen moet hebben. Niet teveel van die grote molochs, want die domineren alles. Je moet het transparant en open maken.'

# Ideeën en visies



In dit rondetafelgesprek worden ideeën en visies over het Weena-gebied besproken. Daar komt ook een ruimtelijk component bij kijken, vandaar de aanwezigheid van architectenbureau Maxwan Architects + Urbanists in de persoon van Rients Dijkstra. Het Groot Handelsgebouw (GHG) zou model kunnen staan voor het hele Glocal City District, dat als een binnenstebuiten gekeerd GHG gezien kan worden. Daarom wordt door Marius Meurs eerst nader ingegaan op dat wat het GHG zo uniek maakt. Tijdens het gesprek, dat plaatsvindt in het GHG, wordt er – heel toepasselijk – om de ronde tafel heen nog volop getimmerd en verbouwd.

## Het Groot Handelsgebouw en het Weenadistrict

Marius Meurs: ‘Eigenlijk hebben we het concept van het GHG alleen een beetje afgestoft. Vroeger was het een echt groothandelsgebouw. Het krioelde hier van de mensen, zo’n 5000 per dag.

Als je zakelijk iets wilde, moest je het gebouw niet uit hoeven. Gaandeweg is dat een beetje verdwenen. De groothandels gingen naar de periferie van de stad, de ruimtes werden kantoren. De winkels zijn, op een paar na, allemaal verdwenen. Toen ik hier kwam, heb ik geprobeerd weer een integratie tussen de huurders te vinden. De voorzieningen die hier nu bijkomen moeten ook gericht zijn op hun directe omgeving. Denk aan een secretariaatsservice, een kapper, een autoverhuur. Alles gericht op de zakelijke huurders. Je hoeft het gebouw niet meer uit. Dit gebouw, net als heel het Weenagebied, is een zakendistrict. Onder het Weenagebied versta ik het gebied tussen het GHG en Hofplein met het Weena, inclusief de overkant. Maar hoe maak je van dit zakendistrict nu ook een verblijfsgebied? De functie wonen zou hier goed ingevuld moeten worden.’

Rients Dijkstra: ‘Wij willen juist proberen het gebied uit te strekken tot aan de ‘s-Gravendijkwal. Vooral uit vervoersoogpunt: het openbaar vervoer zal met het nieuwe CS en de HSL een belangrijkere rol gaan spelen, maar de auto blijft dominant

in Rotterdam. De ‘s-Gravendijkwal-route wordt steeds meer gezien als belangrijke invalsroute voor de toekomst, omdat de Hofpleinroute de grenzen van zijn capaciteit nadert. Maar vanaf de kant van de ‘s-Gravendijkwal heb je nu absoluut niet het gevoel dat je een geweldige stad binnenrijdt.’

Marius Meurs: ‘De culturele as zou eigenlijk doorgetrokken moeten worden, die houdt nu bij het GHG op. De andere partijen, zoals NS Vastgoed, willen juist de kant van het Hofplein op. In deze kant zijn ze niet geïnteresseerd. Als dat grootschalig gaat gebeuren, ben je 40 jaar verder en kom je nooit meer aan dit gebied toe. Op zich zie ik die aansluiting naar de ‘s-Gravendijkwal wel. Maar dan moet je groter denken. Dan moet je de gedachten over het Hofpleingebied hierop loslaten.’

RD: ‘Ik denk dat de ontwikkeling rond het Hofpleingebied niet meer te stoppen is.’

MM: ‘Ik denk het ook niet. Ik ben wel benieuwd of het lukt: het woon-werkconcept is voorheen niet overal in de stad gelukt.’

## Van doorgangs- naar verblijfsgebied

Evert van der Hoek: ‘Dat is een van de redenen dat we hebben gezocht naar een sterk gebiedsconcept: één met een duidelijk onderscheidend vermogen. We hebben het vaak over het concept van het GHG binnenstebuiten gekeerd. Wat zijn nou de bindende services en bedrijfactiviteiten waar echt die uitwisseling binnen dat netwerk plaatsvindt? Dat zou je moeten laten zien. Ik heb het eerder al over ‘de rode loper’ gehad. Daaraan zitten de interessante activiteiten om te zien: leisure en winkels, ook Holland Casino zou daar bijvoorbeeld aan moeten zitten. Dat is een voorwaarde om het gebied aantrekkelijk te maken als verblijfsgebied.’

MM: ‘Dat is hét grote probleem: dit gebied is altijd gezien als doorgangsgebied. De filosofie in Rotterdam was altijd: we gaan een mooi station maken en we proberen die reizigers zo snel mogelijk naar de binnenstad te krijgen. Maar we zitten met een exploitant van het station die dat helemaal niet wil. Die wil de mensen het liefst zo lang mogelijk in zijn gebouw houden.’

‘Dat tij moet je zien te keren, en dat kan alleen met grote trekkers als het Holland Casino en dergelijke. We moeten de horecafunctie versterken. Dit stationsplein wordt een fantastisch plein. Maar dan moet er moet wel iets te doen zijn voor die mensen. Ze moeten een reden hebben om te verblijven. Je moet trekkers hebben, en wonen.’

RD: ‘Aan hoeveel wonen denk je dan?’

MM: ‘Ik denk toch wel duizenden woningen, om er een echt verblijfsgebied van te maken.’

RD: ‘Hier zijn Marius en ik het eens. Wonen speelt tot nu

toe een ondergeschikte rol in de plannen. In onze fantasie zou het geweldig zijn als er meer wonen in zit. Maar hoe groot is het verschil tussen de wens en het geloof dat het mogelijk zou zijn? Waar komen die duizenden woningen?’

MM: ‘Daar moet je wel de ruimte voor nemen. Er moeten ook voorzieningen voor de bewoners zijn. Richting de Delftsestraat is de ruimte. Ook de aansluiting met de stad is er.’

RD: ‘Het klinkt me als muziek in de oren, maar duizenden woningen is zó ambitieus ...’

MM: ‘Of het allemaal haalbaar is, is een tweede. We zijn hier om te kijken wat wenselijk is. En de keerzijde is: de oppervlaktes in dit gebied zijn zo groot, als er geen wonen komt, wat dan wel? 500.000 m<sup>2</sup> kantoren? Je mag mij zeggen wie daar dan in moet. De Rotterdamse kantorenmarkt is al jaren geen groeimarkt.’

EvdH: ‘Dat pleit er dus voor dat je dit gebied onderscheidend maakt van het zoveelste kantorengebied dat toevallig dicht bij het station ligt. Daarom hebben we het een Glocal City District genoemd en geen business district. Het is niet alleen maar kantoren, het is een deel van de binnenstad.’

RD: ‘Dit is een interessant geluid. Ik zou het samenvatten als: je moet het wonen maximaliseren om de druk van de ketel te halen: de overdaad aan kantoren een beetje te dempen.’

MM: ‘Precies. Met alleen maar kantoren wordt de kwaliteitsinvulling onvoldoende. Maar het volgende probleem is: we hebben een tweede ontwikkelingslocatie hier in de stad: de Kop van Zuid. Daar hebben we de markt niet voor. Je zult keuzes moeten maken.’



Riems Dijkstra (Maxwan): 'Heerlijk om te zien dat de stad een hoge ambitie verlangt. De woorden zijn er, nu de daden.'

EvdH: 'Maar als we nu naar dit gebied kijken, dan is het toch zaak om de middelen die we hebben, zo stevig mogelijk in te zetten. Daarom was het idee: geef het een eigen karakter. We moeten ook van buiten de stad bedrijven aantrekken, zodat er geen vervangingsmarkt ontstaat.'

MM: 'Weet je waar mijn huurders vandaan komen? Van de nieuwe huurders zijn er maar twee hele kleine die van buiten Rotterdam komen.'

## Ambities en daden

EvdH: 'Maar laten we nu kijken of we dat kunnen doorbreken. Met zowel bedrijven uit Rotterdam als bedrijven van buiten. Daar hebben we onder andere de Mixone voor. Als je die levendigheid wilt organiseren, concentreer dat dan, laat Rotterdam zien in dat gebied. Zo wordt het interessant als doorganggebied én als verblijfsgebied. Als we die plannen nu eens bewust heel hoog en ambitieus

# Ideeën en visies

inzetten, uitgaande van de 'rode loper'. Het is een ambitieus plan, maar juist omdat het allemaal zo moeizaam is, moet je een statement maken.'

RD: 'Als je dit werkelijk wilt, en je bekijkt het met maximaal optimisme, wat moet er dan minimaal gebeuren?'

MM: 'Iedere gebouweneigenaar zal moeten werken aan algemene functies in de plinten. De functies die er al zitten, zoals Codarts, moeten zichtbaar gemaakt worden. Vanuit de eigenaren/gebruikers moet een plan komen: een plintenconvenant.'

EvdH: 'Dat is het begin. Er zijn allerlei Rotterdamse instellingen en bedrijven die zich hier moeten laten zien, zoals Codarts. Met de Mixone bedoel ik niet dat het hele gebied levendig moet worden, maar dat een bepaald gebied bestemd wordt om daar de verschillende functies in te laten zien. Als je die kruisbestuiving en levendigheid wil organiseren, zul je dat dáár moeten doen. Dat je vanuit die functie denkt in plaats van: 'we hebben hier twee kilometer plint te vullen.'

EvdH: 'Ik liet deze inspirerende beelden van de Mixone aan Holland Casino zien en die zeiden: "Als dit gerealiseerd wordt, tekenen we vandaag nog lachend." Als je het concept stevig neerzet kan er iets in groeien. Ik zeg niet dat dit er precies zo moet komen, maar wat zijn je ambities?'

MM: '...en hoe bereik je die?'

EvdH: 'Dat is de zoektocht. Vinden jullie het de zoektocht waard?'

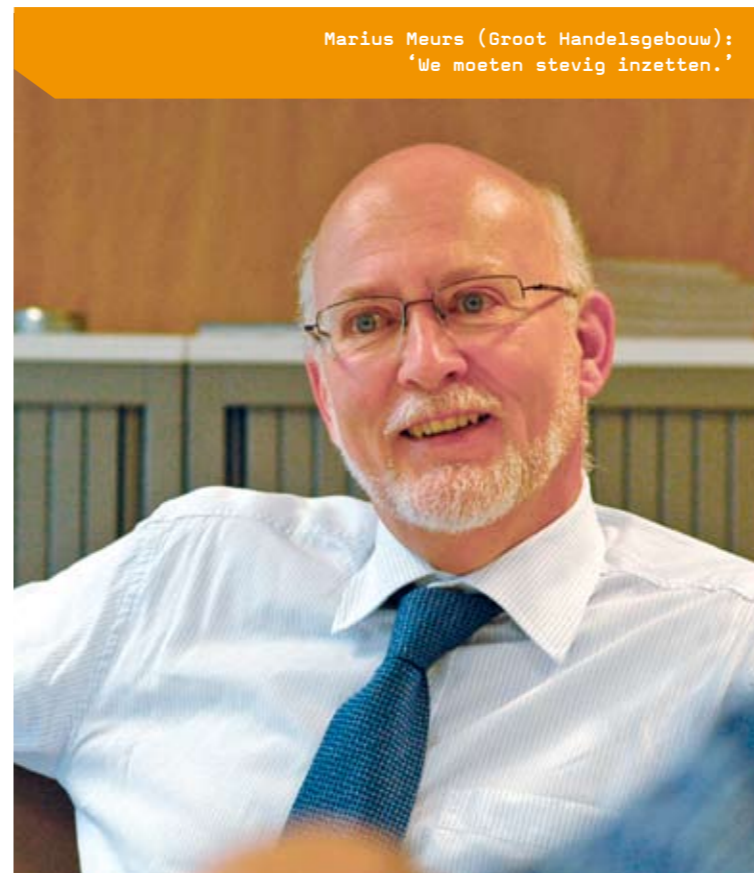
RD: 'Ja, het is het waard. Maar dat betekent niet dat je andere kansen moet laten liggen. Er wordt vaak te weinig nagedacht over de lange termijn, puur uit enthousiasme en optimisme. Als dan blijkt dat het niet haalbaar is, haken mensen af. Daarom moet je durven kritisch te zijn. In plaats van deze grote gebaren – die moet je in een keer neerzetten, met grote investeringen vooraf – zijn er ook

prachtige oplossingen mogelijk die minder moeilijk te faseren en betaalbaarder zijn.'

EvdH: 'Dat moeten we zeker ook verder onderzoeken. Ik ben de eerste die zal zeggen dat je realistisch moet zijn. Het hoeven ook niet allemaal van die grote gebaren te worden. Het gaat mij om het mechanisme van de Mixone, omdat je daarmee op een andere manier naar de invulling van een gebied kijkt. Misschien zijn deze plaatjes te ambitieus, maar dat is nu de zoektocht.'

RD: 'Er is niks mis met ambitie, integendeel. Maar zodra je die hoge ambities hebt, heb je ook een verantwoorde-

Marius Meurs (Groot Handelsgebouw):  
'We moeten stevig inzetten.'



lijkheid. Anders is het een loos gebaar. Hier hoort hard werken bij. Misschien is het ook zinnig om ook een light-versie in je achterhoofd te houden. Er zijn fantastische Mixones te maken door ervoor te zorgen dat er een stel fantastische bomen komt. Stop geld in beter straatmateriaal, een plintenconvenant.'

EvdH: 'Maar heeft het gebied deze ambitie nodig, of kan het ook wel een aantal tandjes minder?'

MM: 'Het GHG overleeft het wel. En het Weenagebied denk ik ook. Naarmate je het gebied aantrekkelijker maakt, des te makkelijker is de volumerealisatie, ook met bedrijven van buiten Rotterdam – en dat wil men in het kader van de HSL.'

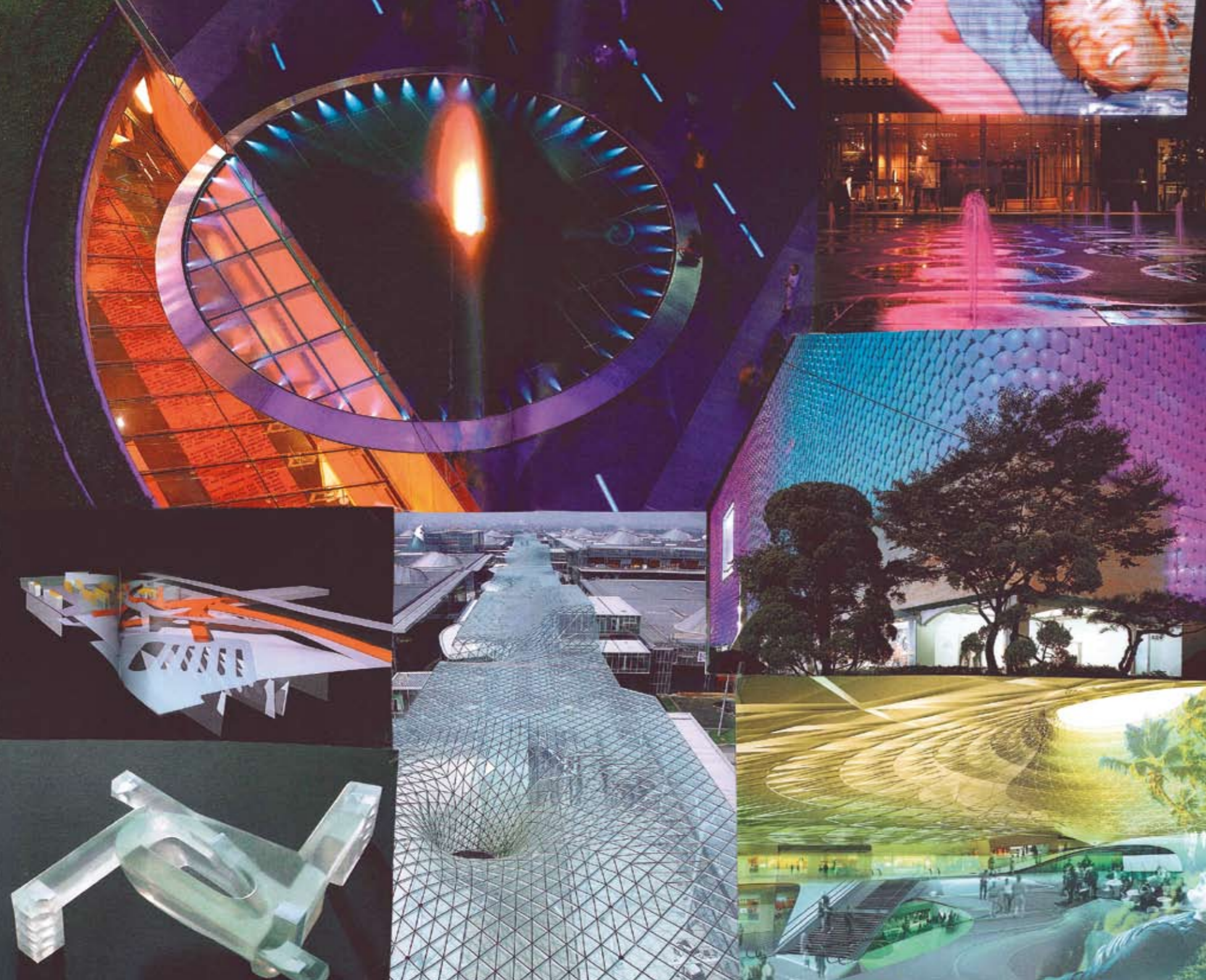
RD: 'Je kent de ontwikkeling in Lille? Is dat een goede vergelijking? Lille-centrum is dramatisch veranderd door mee te liften met de komst van de HSL. Met veel politieke macht hebben ze wel iets van de grond gekregen. Politieke wil is een sterke voorwaarde.'

MM: 'De gemeente moet nu bestuurlijke kracht laten zien. Ik heb nog steeds niet het gevoel dat de gemeente echt haar focus op dit gebied legt, behalve op het station.'

RD: 'Ik zou toch willen zeggen: fantastisch dat er een nieuw station komt, met een goede fietsenstalling of een parkeergarage onder het Kruisplein. Dat zijn allemaal heel positieve openingszetten. Nu het middenspel nog. Rotterdam had Concire en Maxwan niet hoeven vragen voor ideeën over dit gebied, maar dat hebben ze wel gedaan.'

MM: 'De vraag is hoe diep het bij ze zit. Er is wel een sterk commitment van de gemeente nodig.'

RD: 'Om het samen te vatten: heerlijk om te zien dat de stad een hoge ambitie verlangt, en het zou fantastisch zijn om te zien dat ze zich er ook naar gaan gedragen. Rotterdam is een stad van geen woorden maar daden. De woorden zijn er, nu de daden.'



# Mixone 2

rode loper | homepage | showcase

# Agenda

## voor de komende tijd:

- **Eerste actie:**  
Concire organiseert en bereidt een workshop voor, als opstart voor de volgende fase.
- **Businesscase:**  
opzetten ambitie vs. realiteit
- **Organisatie:**  
hoe en met wie?
- **Mixone:**  
ruimtelijke vertaling van de conceptruimte
- **Masterplan:**  
gezamenlijk de ruimtelijke visie en fasering uitwerken
- **Homepage:**  
vandaag beginnen met placemaking!

# Reacties op de agenda

Astrid Sanson  
en Adriaan Visser

**Astrid Sanson, directeur dS+V:**  
*'Hoe zorgen we ervoor dat we dit inspirerende idee waarmaken?'*

Zij vindt het Glocal City District een verrassende en goede uitkomst van de afgelopen maanden. Met inspirerende gedachten als de woonkamer van Rotterdam, het zichtbaar maken van bedrijven/instellingen, het Groot Handelsgebouw als model voor het hele gebied, dynamiek is belangrijk, een goede mix van (door)starters en gevestigde organisaties met een set van maatregelen en gelabelde grondprijzen, denk vanuit de gebruiker. Het benoemen van de Mixone als gezamenlijke conceptruimte maakt het

geheel nog scherper. Waar liggen de ruimtelijke grenzen, met name richting de binnenstad? In ieder geval ook de overzijde van het Weena meenemen en richting Pompenburg, Provenierswijk en Oude Westen denken.

De vraag ligt nu voor hoe je het gaat organiseren, zonder een enorme organisatie, en hoe je ervoor gaat zorgen dat het ook echt gaat gebeuren. Wie is er verantwoordelijk, hoever gaat de inbreng van de verschillende partijen? Mobiliseer de denkkracht van de bedrijven die er al zitten. Je zou eigenlijk iedereen op cursus moeten sturen, van hoog tot laag, en zo moeten inwijden in het gebiedsconcept. Dan gaat men ook vanuit het gezamenlijke perspectief, de gezamenlijke ambitie en inzet handelen.

**Fons Meijer, dS+V en Dennis Damink, OBR**  
*'Het denken vanuit een gebiedsconcept heeft voor richting en dynamiek gezorgd bij betrokkenen.'*  
*'We denken al na over verschillende varianten van gebiedsmanagement.'*

We vinden het belangrijk te constateren dat het gebiedsconcept betrokkenen bij het gebied aan het denken heeft gezet. Voor een deel heeft dat

veranderingen en beweging gebracht. Daarmee is een flinke stap gezet op weg naar gebiedsontwikkeling van het Stationskwartier. Het is ook goed om te zien dat het gebiedsconcept een concrete uitwerking krijgt in het stedenbouwkundig plan. De uitdaging voor de komende tijd is dit momentum goed te gebruiken en 'de motor draaiende te houden'. Daarom denken we al na over vormen van gebiedsmanagement, met verschillende insteken voor wat betreft de mate van regie. Naast de divers beschikbare interne ervaring bij de gemeente zou het goed zijn om referenties in het buitenland te onderzoeken op dit punt. Ook het aspect tijd is hierin wezenlijk. Het uitwerken van de business-case in de volgende fase is belangrijk, we moeten gebruik maken van het enthousiasme en de energie die er nu



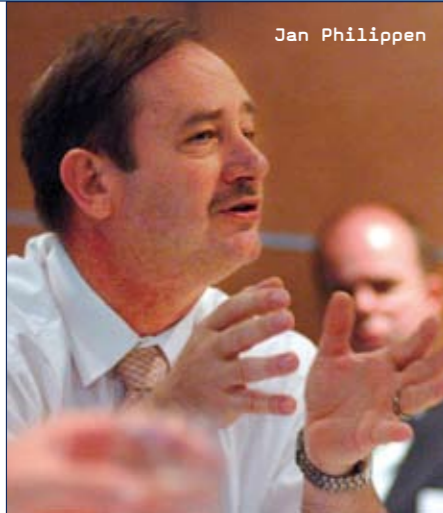
Fons Meijer



Dennis Damink

is bij de stakeholders en het tempo er in houden. Het is zaak om op korte termijn een workshop te organiseren met de stakeholders om daar een begin mee te maken. Om voor de Mixone een aparte Exploitatiemaatschappij op te richten is een interessante gedachte, daarmee organiseer je ook meer betrokkenheid. Deze MEM zou de Mixone kunnen gaan programmeren en exploiteren, daarvoor zouden zij ruimte kunnen gaan huren in de gebouwen en de openbare ruimte gaan gebruiken. Ook prijsdifferentiatie is een item dat blijvende aandacht behoeft. We zijn het eens met de opzet van de agenda, een gezamenlijke aanpak is daarbij belangrijk.

# Reacties op de agenda



Jan Philippen

## Jan Philippen, vestigingsdirecteur en Ron Pool, manager operations van Holland Casino Rotterdam:

'Als dat het ambitieniveau wordt, dan tekenen we lachend!'  
'Jullie mogen ons als supporter noteren.'

Holland Casino is op zoek naar een grotere ruimte in Rotterdam, men heeft een voorkeur voor het Stationskwartier of de Pier. De keuze zal afhankelijk zijn van de mogelijkheid tot synergie met andere belevingen en leisureprogramma, zichtbaarheid, bereikbaarheid en parkeren. Holland Casino Rotterdam heeft nu circa 900.000 bezoeken per jaar, dat zijn 3.000 mensen per dag en 560 werknemers, er zijn in een grotere

vestiging groeimogelijkheden naar 1,4 miljoen bezoeken.

Het gebiedsconcept spreekt hen aan. Voor de eventuele komst van Holland Casino is de aanwezigheid van een ander leisureprogramma belangrijk, waardoor er levendigheid is gedurende de dag, die voor het Casino tot circa half vier 's nachts duurt. Binnen Holland Casino wordt aan een verdere invulling van een avondje uit als beleving gewerkt, liefst in combinatie met andere evenementen (bijvoorbeeld theater).

We laten een collage van ambitieuze beelden zien voor de Mixone: als de rode loper, binnen- en buitenbeleving, een diversiteit aan onder andere leisurefuncties (theater/bars/restaurants), zichtbaar maken van bedrijven en instellingen, podia en showcase. Dit is een ambitie die enorm aanspreekt.

## Marius Meurs, directeur Groot Handelsgebouw:

'Wie gaat het dan doen?'  
'Mensen kiezen op perspectief en het geloof dat ze er in hebben.'

Het gebiedsconcept, geïnspireerd op het Groot Handelsgebouw van de

21e eeuw, spreekt Meurs bijzonder aan; daarvoor is een actieve gebiedsontwikkeling noodzakelijk, waarin private en publieke partijen acteren. Het is belangrijk dat die mogelijkheden vastgelegd worden in een bestemmingsplan, dat echter ook ontwikkelingen toestaat als dit concept niet haalbaar blijkt: vaak gebeurt er dan niets, dat is zeker niet goed. Er zal een verschil zijn tussen de huidige eigenaren en gebruikers en de partijen die nieuwbouw gaan plegen. Voor de Mixone zou met de eigenaren van de huidige gebouwen een plintenconvenant afgesloten moeten worden. De Mixone zal extra aandacht, sturing en kwaliteitscontrole nodig hebben.

Voor nu is het belangrijk dat er een perspectief geschetst gaat worden voor het gebied, wat gaat



Marius Meurs

er gebeuren en wat is de planning? Zorg in het kader van dat perspectief dat er nu al gewerkt wordt aan die kwaliteitsslag.



Jan Visser

## Jan Visser, directeur en Evert-Jan Tak, accountmanager Cório Nederland Hantoren:

'De plint, de Mixone, is zeer belangrijk voor een goed en levendig verblijfsklimaat.'  
'Zorg voor richting en flexibiliteit.'

Cório vindt het gebiedsconcept prachtig. Over de invulling van hun eigen deel van de locatie, in overeenstemming met het gebiedsconcept,

kan momenteel nog geen uitspraak worden gedaan. Cório erkent wel dat zij ook gebaat zijn bij het ontstaan van een goed verblijfsklimaat in het gebied. De plint is hiervoor van groot belang. De invulling hiervan moet niet worden gedictieerd van bovenaf. Er moet een grote mate van vrijheid zijn in de invulling hiervan. Wat Cório betreft, komt in hun plint eerder een galerie-achtige invulling, maar geen visrestaurant of dierenzaak.

Een goede openbare ruimte is absoluut noodzakelijk voor een goede functionering van de plint. Als zoveel mensen gebruik gaan maken van de openbare ruimte, dan is een intensief beheer ook noodzakelijk.

Cório ziet het nut in van de Mixone.



Evert-Jan Tak

Het nut is echter moeilijk te vertalen in een hogere huurwaarde. Bij de inrichting van de Mixone moet rekening gehouden worden met de schaal van Rotterdam. In de businesscase moeten voorbeelden uit andere steden gebruikt worden om de haalbaarheid van de Mixone te onderzoeken.

## Luc Smits, voorzitter directie en Dirk de Boer, directeur LSI:

'Glocal City District als richting, het hoogste ambitieniveau, fasering en tempo zijn uitgangspunten!'  
'Het is zaak om deze visie nu zo snel mogelijk om te zetten in beelden, alleen dan kan men klanten werven!'

Glocal City District als idee spreekt hen zeer aan. Hoewel de term Glocal niet als naam gebruikt zou moeten worden, is het concept wel interessant voor de positionering van het gebied. Het gebied zal enkele trekkers nodig hebben om een kritische massa te krijgen. De trekkers moeten tussen 25.000 en 50.000 vierkante meter afnemen. "Je begint één trekker aan de locatie te binden, dan pas de tweede en de derde enzovoorts". Prioriteit heeft de verbeelding van het gebied, klanten wil het gebied 'zien', dan zijn ze pas te interesseren.

# Reacties op de agenda

Dirk de Boer



De Mixone is een essentieel onderdeel van de planvorming van LSI. De gedane voorstellen voor het creëren van een Mixone, als onderdeel van het gebiedsconcept, worden dan ook volledig ondersteunt door LSI. De Mixone wordt als een belangrijk element gezien voor het creëren van waarde voor vastgoed. Om er voor te zorgen dat de kwaliteit van deze Mixone een zeer hoog ambitieniveau heeft, wil LSI de Weena Boulevard als Mixone zelf aanleggen. LSI is van mening dat de Mixone alleen goed kan functioneren indien er actief beheer plaats vindt en de levendigheid wordt geprogrammeerd. LSI wil hiervoor graag participeren in een aparte exploitatiemaatschappij voor de Mixone.

## Earde Jepma, Projectmanager NS Poort, Ontwikkeling:

‘NS Poort heeft een visie op stations en wil van een efficiënte overstapmachine naar een dynamische stadsportaal.’  
 “NS wil best meedenken in de uitwerking van de businesscase. Dit moet dan wel heel concreet zijn, niet lang duren en mag zeker geen praatclub worden.”

De visie van NS op hun stations sluit aan op het gebiedsconcept waar men vanuit de transitofunctie van het station een trekkersfunctie wil maken van het gebied rondom het station. Het creëren van levendigheid is zeer belangrijk voor NS om haar reizigers in een prettig en veilig klimaat van en naar het station te brengen.

Earde Jepma



Bij het beoordelen van de programmering van functies rond het station wordt met name gezocht naar ‘anti-spits functies’; denk aan functies als hotel, wonen, scholen etc.. Het geven van invulling aan de directe omgeving van het station is moeilijk in het geval van Rotterdam CS, daar NS geen grondpositie heeft; echter wel belangstellend is om deze te verwerven.

In Rotterdam CS is ruimte gereserveerd voor 7.500 m<sup>2</sup> winkelachtige functies. Enkele kantoorfuncties van NS zijn nu binnen het terminal geplaatst bij gebrek aan ontwikkelingsmogelijkheden aan de noordkant van het station. Als deze verplaatsing mogelijk was, dan had NS binnen de terminal vergader- en leisure&pleasure functies ingevuld om de levendigheid ook in de avonden te vergroten.



# Nawoord

# planning

Dit document sluit de eerste fase in deze gebiedsontwikkeling af. Met het signeren van dit document committeren belangrijke actoren in het Stationskwartier zich aan het gebiedsconcept **GLOCAL CITY DISTRICT**. Een gebiedsconcept waar we een goed gevoel bij hebben gekregen, dat kansrijk en Rotterdams lijkt. Belangrijk.

De agenda voor de volgende fase is echter ook opgenomen, hoe gaan we het ook daadwerkelijk realiseren? We gaan de businesscase opzetten, waarin we draagvlak en haalbaarheid verder onderzoeken met experts, huidige en toekomstige stakeholders, glocal ondernemers opzoeken en de Mixone inrichten. Bovendien is deze plek de entree van Rotterdam, hier moet de stad haar trots tonen. Krachtig.

Het wordt nu tijd voor daden. Het Stationskwartier is nog jarenlang een bouwtoneel. Er wordt gebouwd aan een nieuw station en mobiliteitsknooppunt met de eerste HSL-stop vanuit Europa in de Randstad. Maar het Stationskwartier moet een verblijfsgebied worden, een bestemming, Welkom in Rotterdam, een levendige plek, a place to be!

Dat perspectief moeten we nu eerst in dit gebied markeren.





# Van Stationskwartier naar Glocal City District

## 1. Inleiding

In februari 2007 hebben OBR en dS+V van de gemeente Rotterdam de opdracht aan Concire gegund om een gebiedsconcept te ontwikkelen voor het Stationskwartier. Het te ontwikkelen gebiedsconcept moest gedragen gaan worden door de belangrijkste stakeholders en bovendien richting gaan geven aan het op te stellen Masterplan voor het Stationskwartier. De aanleiding voor deze opdracht werd gevormd door verschillende ontwikkelingen in het stationsgebied, zoals de komst van de hogesnelheidstrein in 2008, de vergevorderde plannen voor een nieuw Rotterdam Centraal en de initiatieven van enkele private partijen om concrete ontwikkelingsplannen te maken. De gemeente wilde als gebiedsregisseur een gebiedsconcept neerleggen welke een basis kan vormen voor alle betrokken partijen bij de toekomstige ontwikkelingen van het gebied.

### 1.1 De werkwijze

**Duurzame Waarde ontstaat door de juiste Analyse gevolgd door een Diagnose van de opgave, waarna een richtinggevend Idee de basis legt voor de Interventie.**

Deze manier van werken, welke door Concire gevat is in de formule  $W=ADI^2$  vormde de basis voor de aanpak bij het

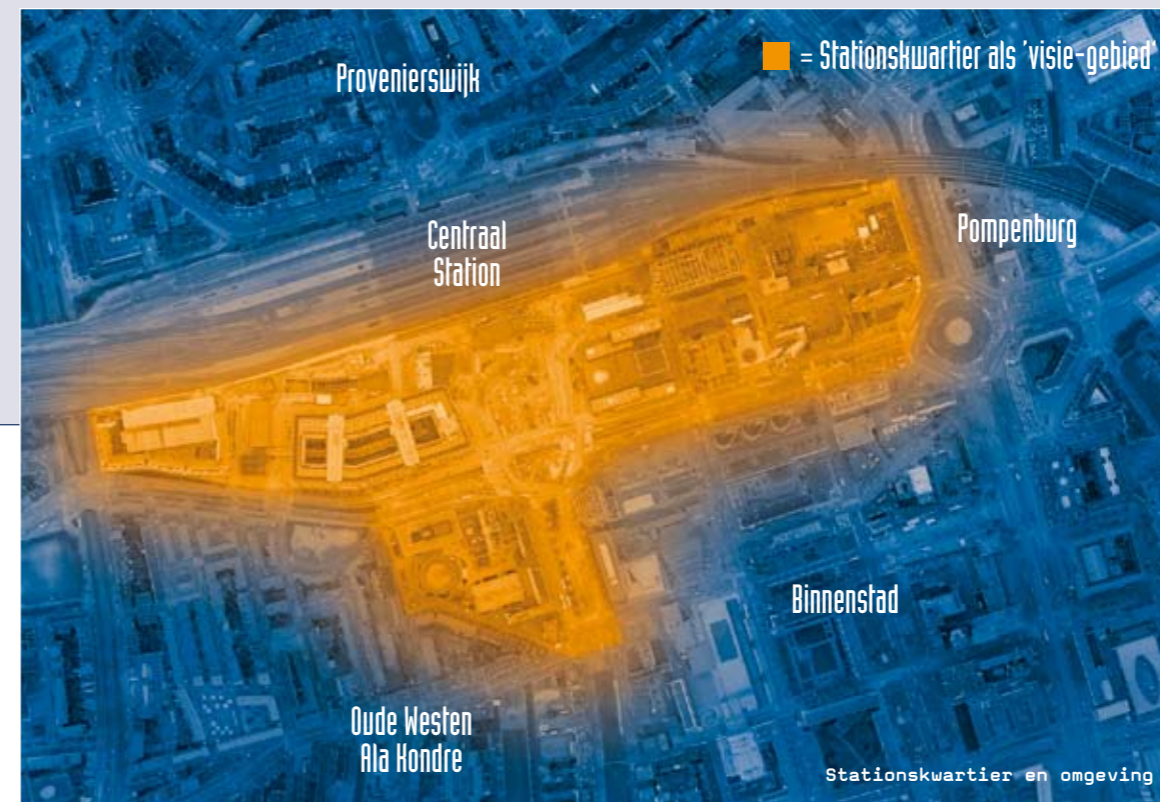
ontwikkelen van het gebiedsconcept voor het Stationskwartier. In een periode van drie maanden heeft Concire gewerkt aan het gebiedsconcept, het richtinggevende idee en een aanzet voor de bijbehorende ontwikkelingsstrategie en het marketingconcept. Hierbij is continu aandacht geweest voor het creëren en behouden van draagvlak bij alle stakeholders.

Concire begon in de Analysefase (A) met workshops met vertegenwoordigers van verschillende disciplines binnen de gemeente, interviews met de belangrijkste stakeholders in het gebied, bureau-onderzoek en interne workshops. Dit leidde tot een analysemodel dat als leidraad fungeerde voor de rest van het proces.

In de Diagnosefase (D) stonden de expertmeetings centraal. De vier belangrijkste thema's uit het analysemodel werden in de expertmeetings inhoudelijk uitgediept. Concire heeft de uitkomst van de expertmeetings gebruikt om het richtinggevend Idee (I) te formuleren. Dit idee is getoetst binnen de gemeente en bij de stakeholders en wordt breed gedragen. De interventie (I) is verwoord in aanzetten voor de ontwikkelingsstrategie en het marketingconcept in dit document.

### 1.2 Uitgangspunt ambitie

De gemeente Rotterdam kiest in haar startnotitie voor een Europese ambitie. Rotterdam is het eerste HSL-station in Nederland aan de HSL-zuid en via dit Europese netwerk verbonden met Schiphol (mondiaal knooppunt in 19 minuten),



Antwerpen, Brussel en verder onder andere naar Parijs en London. De toegankelijkheid van en naar Europa wordt aanzienlijk vergroot en Rotterdam krijgt een gezicht naar Europa. De Europese reiziger komt via Rotterdam de Randstad-metropool binnen. Deze ontwikkelingen zijn van belang bij het positioneren van het stationsgebied en het benutten van kansen voor het gebied.

## 2. Analyse

### 2.1 De locatie

De locatie van onderzoek betreft het zogenaamde Stationskwartier, het mobiliteitsknooppunt van Rotterdam.

De begrenzing van de locatie wordt gevormd door de Schiekade (Statentunnel), de sporen, het Hofplein en het Weena. De bebouwing aan het Weena toont een grote verscheidenheid in vorm en functie. Aan de kant van de Statentunnel treft men voornamelijk woningen en bedrijvigheid aan in de vorm van autoreparatiebedrijven. Verderop aan het Weena, richting het station, aan beide zijden vooral kantoren met het Groot Handelsgebouw en Nationale Nederlanden als blikvangers.

Het gedeelte van het Weena tussen het station en het Hofplein heeft een moderne en zakelijke aanblik. Voornamelijk kantoren, waaronder Nationale Nederlanden en het hoofdkantoor van Unilever. In dit gebied wordt beperkt gewoond in drie appartementengebouwen. Tussen het spoor en het Weena ligt de Delftsestraat. In deze straat bevindt zich een jong monument, het Expeditieknooppunt

# Van Stationskwartier naar Glocal City District

voor de Post (EKP), dat nu een kantoorbestemming heeft gekregen. In de Delftsestraat vindt men ook vele dansgelegenheden. Het Rotterdamse winkelgebied (Lijnbaan-Coolsingel en het etnische deel in het Oude Westen) en het culturele hart (musea en diverse culturele opleidingen/instellingen) zijn op loopafstand van het stationsgebied. Het Stationskwartier heeft een goede auto-ontsluiting van en naar de snelweg.

## 2.2 De locatiekenmerken

De kenmerken en kernwaarden van de locatie komen voort uit de gemeentelijke workshops, diverse interviews met betrokkenen en stakeholders en eigen onderzoek van Concire.

Het Weena is de belangrijkste weg in het Stationskwartier en tevens een van de belangrijkste verkeersaders van Rotterdam. Veel autoverkeer dat Rotterdam binnenkomt of verlaat via de noordelijke ring, maakt gebruik van het Weena. Naast het autoverkeer komt ook het openbaar vervoer via het Weena naar het station. Dit maakt dat het Weena een zeer drukke weg is, met de nodige milieu-belasting.

Met de toekomstige ontwikkelingen in dit gebied zal de druk op deze weg alleen maar toenemen. Dat maakt het noodzakelijk dat de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden verder worden verbeterd.

De ligging ten opzichte van de snelweg en het centrum geeft dit gebied een pericentrisch karakter. Dit liggingkenmerk maakt dat de locatie unieke kenmerken heeft voor

vestiging van bedrijven. Via de hogesnelheidslijn (HSL) ligt Schiphol op 19 minuten afstand en liggen alle gemakken van de stad naast de deur. Hoewel het winkel- en uitgaanscentrum en het cultureel centrum van de stad op loopafstand zijn, is de verbinding van het gebied met de rest van de stad niet een vanzelfsprekende.

Het Stationskwartier ligt aan de rand van het gevoelscentrum van Rotterdam. De rest van de stad staat, als het ware, met de rug naar de locatie. Hoewel deze locatie vanuit haar belangrijkste functie, het station, het logische centrum zou moeten zijn, wordt het niet zo ervaren door de bewoners en bezoekers van de stad. Het gebied als een eiland in de stad ervaren. Het gebied is vooral een mobiliteitscentrum en daardoor een plek om de stad binnen te komen dan wel te verlaten, maar in ieder geval niet te verblijven. De uitzondering wordt gevormd door de mensen die hier werken en/of wonen.

Het gebied kent, naast het station, hoofdzakelijk drie functies: werken, wonen en vermaak. Het werken (kantoorfuncties zakelijke dienstverlening) neemt veruit de grootste ruimte in beslag. Door de hoogte en de aanwezigheid van enkele topbedrijven kan gesteld worden dat deze locatie in de top-3 staat van de economisch meest productieve locaties van Nederland. De kantoorfuncties overheersen het locatieprogramma, welke vrij eenzijdig is. De economische activiteiten op het niveau van het maaiveld zijn te verwaarlozen. Hoewel men ooit bij de planning van het Weena een publieksvriendelijk maaiveld wilde maken met functies als winkels, heeft deze functie

het nooit gehaald. Ondanks de miljoenen mensen die het gebied aandoen, kwamen deze niet in de weinige winkels die in het gebied aanwezig waren.

Het Stationskwartier heeft alles in zich om een gebied te zijn met een 24-uurseconomie. De HSL zal dit alleen maar versterken. Naast het station dat 24 uur per dag operationeel is, gedraagt het gebied zich nu ook als een 24-uursgebied. Overdag zijn het de kantoren en daarna de uitgaansgelegenheden in de Delftsestraat die voor leven zorgen. Deze unieke combinatie moet ook in de toekomst versterkt worden en verder aangevuld worden.

## De kernwaarden van het gebied

Hieronder worden enkele belangrijke kernwaarden van het gebied omschreven. Deze zijn tot stand gekomen na een workshop waarin vertegenwoordigers van de gemeente, Concire en Creative Cube<sup>(1)</sup> meededen. De kernwaarden kunnen worden verdeeld in drie clusters:

1. de intrinsieke identiteit;
2. de voorwaarde;
3. het wensbeeld.

De kernwaarden die onderdeel uitmaken van de intrinsieke identiteit van het gebied zijn: **mobiliteitsknooppunt, handelscentrum en entree**. Reeds eerder is in deze notitie het aspect van het mobiliteitsknooppunt genoemd. Deze identiteit is onlosmakelijk verbonden aan dit gebied vanwege de aanwezigheid van het station. De moderne bedrijven aan het Weena met een internationale uitstraling geven het gebied de identiteit van een zakelijk centrum. Hier wordt veel geld verdiend. Het zakelijk karakter zit niet alleen in geld verdienen. In zijn ruimtelijke beleving wordt het gebied ook als zakelijk ervaren. De kernwaarde van entreegebied is wederom sterk gekoppeld aan de belangrijkste functie in het gebied, het station. Van hieruit komen mensen de stad in. In de naaste toekomst zullen dat er volgens de prognoses circa 75 miljoen op jaarbasis zijn. Elke toekomstige ontwikkeling zal derhalve deze kernwaarde moeten vertalen in de programmatische en ruimtelijke uitwerking van het gebied.

<sup>(1)</sup> Creative Cube is een initiatief van enkele bedrijven met een communicatie marketing achtergrond en technische bedrijven die elkaar aanvullen in hun activiteiten. Er werken 100 mensen verspreid over 13 bedrijven in een pand dat leeg stond aan de Delftsestraat.

Rotterdam is de stad van **tegenstellingen**. Deze kernwaarde van Rotterdam is ook zichtbaar en voelbaar in het stationsgebied. Het moet worden opgemerkt dat deze kernwaarde als iets positiefs en unieks wordt gezien en dient tevens als voorwaarde voor een succesvolle ontwikkeling van het gebied. De tegenstellingen in het stationsgebied zijn:

- de hoge vierkantemeterprijs van kantoren aan het Weena versus zeer lage prijzen aan de Delftsestraat;
- hoog gekwalificeerd kantoorwerk versus garagebedrijven;
- gevestigde bedrijven versus starters;
- dure en goedkope woningen aan de verschillende flanken van het Weena;
- zeer strak en formeel ontworpen versus nurkse en ruwe gebouwen.

De laatste kernwaarde die wel verborgen zit in het gebied maar ontgonnen en gepolijst moet worden is het zijn van een **bruisend hart** van Rotterdam. Het gevoelshart ligt al in het gebied. De verdere programmering moet deze kernwaarde gaan versterken.



# Van Stationskwartier naar Glocal City District

Vanuit de overige kernwaarden moet gekeken worden naar de invulling van het gebied op een dusdanige manier dat er een ander soort centrum in het gebied ontstaat. Een stad als Rotterdam beschikt niet over één centrum. Het centrum is vele centra samen (naar analogie van Rotterdam Europese Culturele hoofdstad 2001: Rotterdam is vele steden). Zo heeft Rotterdam een winkelcentrum aan het Lijnbaan/Hoogstraat gebied. Rondom het Museum-park is het culturele centrum. Het 24-uurskarakter kan leidend zijn in het creëren van een levendig, dynamisch en bruisend hart van Rotterdam.

## 2.3 Positionering van het gebied

De rijke oogst van workshops, interviews en brainstormsessies heeft tot

een analysemodel geleid voor de positionering van de locatie. Het model heeft twee belangrijke assen: de as van de identiteit en de as van de verbondenheid. Met de identiteits-as wordt aangegeven of het gebied een zelfstandige identiteit kan ontwikkelen of deze ontleent aan gevestigde identiteiten buiten het gebied. De verbondenheids-as geeft de mate van fysieke en niet-fysieke verbindingen met de stad aan. Deze twee assen leveren in de kwadranten vier mogelijke toekomstige gebiedspositioneringen op, te weten: Transfer, Trots, Trends en Trekker.

De huidige gebiedspositionering laat zich omschrijven als een Transitogebied. Transitobetekent doorgang, doorvoer en tijdelijk. Het stations-

gebied gedraagt zich thans als een transitogebied. Mensen komen en gaan via het station. Zij gaan naar andere delen van Rotterdam of Nederland, maar hebben geen aanleiding om in het gebied te willen verblijven. Het gebied kent alleen functioneel bezoek van mensen die hier werken, wonen of zich vermaken.

### Transfer

Transfer is overdracht, overstap, wisselen. Deze associaties betekenen dat het stationsgebied wordt gepositioneerd als een plek waar verschillende type uitwisselingen plaatsvinden. Met deze uitwisselingen worden de kansen benut van een druk mobiliteitsknooppunt.

### Trots

Rotterdam heeft aan bewoners en bezoekers veel moois te bieden: unieke architectuur, water gelieerd vermaak en edutainment, winkels, musea, dierentuin enzovoorts. Iemand die in het stationsgebied komt, moet gelijk kennismaken met de pronkstukken van Rotterdam. De stad begint in het stationsgebied, zowel qua gevoel en beleving als via de letterlijke verbindingen is dit gebied een met de rest van de stad. Het stationsgebied is verbonden met de stad. De identiteit van het gebied is afgeleid van de overkoepelende identiteit van de

stad. Het stationsgebied als entreegebied van de stad is de etalage en het visitekaartje van de stad.

### Trends

Bij deze gebiedspositionering wordt er gekeken naar het vertalen van enkele meta trends naar Rotterdam in het algemeen en het stationsgebied in het bijzonder. Dit betekent niet dat Rotterdam een trendvolger wordt. Vanuit haar kernwaarden kijkt zij naar de trends die in Rotterdam/stationsgebied kunnen bekliven. Een eigen vertaling wordt aan deze metatrends gegeven om daarmee juist trendsetters te zijn op een afgebakend terrein. Het creëert een autonome identiteit in verbondenheid met de stad en de rest van de wereld.

### Trekker

Er is sprake van een gebiedspositionering volgens deze benaming wanneer een functie in het gebied in staat is om het hele gebied een eigen identiteit te geven en die als een autonoom gebied kan functioneren. Een trekker kan als een publiekstrekker worden gezien: een vermaard museum of een unieke attractie waarvoor de mensen speciaal naar dit gebied komen. Deze publiekstrekker heeft een sterk iconische waarde. Deze icoonfunctie geldt ook, hetzij op een andere manier, wanneer er sprake is van een

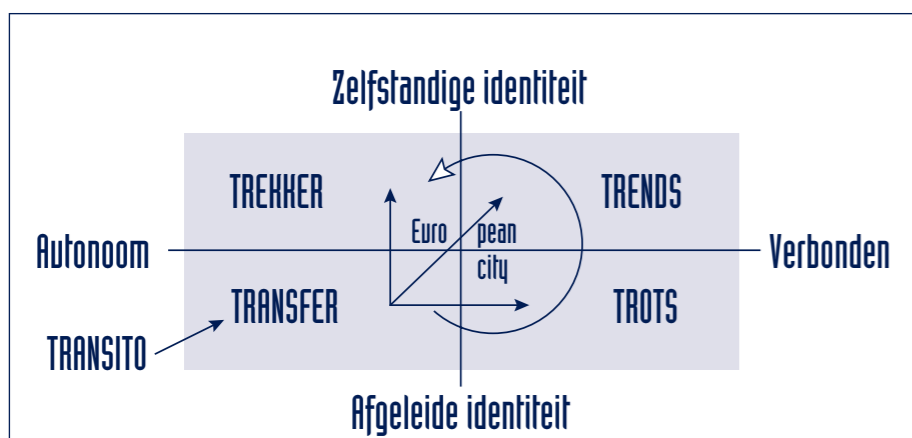
economische trekker. De economische trekker kan een hoofdkantoor van een multinational zijn. De aanwezigheid van een dergelijk bedrijf trekt andere bedrijven aan om zich in het gebied te vestigen. Het gebouw en het gebied worden geïdentificeerd met het bedrijf.

Het ambitieniveau van alle gebiedspositioneringen is hetzelfde en reeds eerder genoemd. Ter herinnering en benadrukking: Europese stad met een wereldhaven.

Het is ook belangrijk om te benadrukken dat alle vier gebiedspositioneringen gelijkwaardig zijn. De een is niet beter dan de andere, zij zijn anders.

### Tijd

De kunst van het aansturen op meerdere gebiedspositioneringen zit in de aanpak om ontwikkelingen niet als een serieel proces te zien met een bepaalde volgtijdelijkheid maar om de ontwikkelingen parallel te programmeren. Dit betekent naast de bestaande vier positioneringen ook denken in parallelle strategieën en scenario's welke vaste ankerpunten hebben. Een dergelijke aanpak geeft ruimte om langdurige ontwikkelingsprocessen flexibel te sturen en aan te passen. Tijd wordt de beste vriend van dit gebied.



Figuur 1: Analysemodel voor gebiedspositionering

# Van Stationskwartier naar Glocal City District

## 3. DIAGNOSE

Een viertal expertmeetings rondom de vier gebiedspositioneringen vormden de basis om te komen tot een gebiedsoordeel. Tijdens de expertmeeting waren steeds twee vaste experts aanwezig, te weten de heer Pieter Tordoir en de heer John Worthington. Per expert meeting zijn experts uitgenodigd uit binnen en buitenland om casus te behandelen die betrekking had op de betreffende gebiedspositionering. De casus zijn als inspiratiebron gebruikt om uitspraken te doen over het Stationskwartier.

### 3.1 Uitkomsten Transfer

De casus van Schiphol en het station van Zurich werden gepresenteerd om voeding te geven aan de discussie over aantrekkelijke transfergebieden.

- De stad moet beginnen bij het station;
- Verbinden van stedelijk weefsel noord en zuid van het station;
- Internationaal en Lokaal ontmoeten elkaar in het gebied;
- Een natuurlijke locatie voor een netwerkknop, synergie mogelijk;
- Als ontvangsthal van de Randstad uitermate geschikt om dé plaats te worden waar mensen (reizigers) elkaar ontmoeten;
- De handels- en ondernemerskennis moet gebundeld worden;
- Rotterdam is een stad van ambacht: dat moet zichtbaar worden in het stationsgebied;
- Vanuit de haven de sterke relaties met Shanghai benutten om Chinese investeringen aan te trekken;
- Het station als fysieke homepage van de stad inzetten. Face to face contact met de stad moet er direct vanuit het station zijn;
- Het Stationskwartier is een mondiaal businessdistrict;
- Wonen is een kans voor een levendig stadsdeel met shortstay wonen, hotels en highrise wonen;
- Kiss & Ride aanvullen met Meet & Greet. Het aanbod van services zoals kinderopvang, dagelijkse behoeften, congres faciliteiten moet worden vergroot;
- Stationsgebied is een ontmoetingscentrum. Meer Meet & Stay (bijvoorbeeld ook met vergaderen)

### 3.2 Uitkomsten Trots

De ontwikkeling van het Baltic museum in Gateshead/New Castle en de ontwikkelingen rondom het station van Malmö stonden centraal tijdens deze expertmeeting.

- Begin met een duidelijke connectie te maken met het Museumkwartier en andere aanwijzingen naar interessante plekken;
- Identiteit moet oprecht en bewezen zijn, schaam je niet voor je oude identiteit;
- Placemaking, begin hier vandaag mee. Maak van alle bouwactiviteiten op het stationsplein een performance. De constante verandering en dynamiek trekt mensen aan. Til het plein op en laat er dingen gebeuren, deels geprogrammeerd;
- Een woonkamer heeft een haard, hier worden de verhalen van de stad verteld;
- Input voor het nieuwe stadsmuseum, moet een nieuw museumconcept krijgen (urban historic experience), noem het dan ook anders: 'use-um';
- Oude gebouwen koesteren en het verhaal van de stad vertellen, koppel ze met routes;
- Buitenruimte als publieke ruimte, moet geen restruimte zijn en in ieder geval meegeprogrammeerd worden in de stedelijkheid die men wenst;
- Dichtheid en diversiteit creëren;
- De trots gaat verder dan de haven, de mentaliteit, gaat over de eeuwenlange handelsgeest (goederen), ondernemerschap en het maken van global netwerken;
- Koppel nieuwe trends aan de oude, altijd immigrantenstad geweest, schoonste havenstad, slimste haven en maak het tot de nieuwe trots;
- De stad presteert nog onder haar kunnen. Benut potenties om waardestijging te creëren;
- Cultuur als economische motor zien;
- Interculturele verbindingen, zorgen ook voor meer straatleven;
- Open klimaat van Rotterdam, ruimte voor entrepreneurs;
- Tegenstellingen koesteren, bijv. Hotel New York tussen WPC en Montevideo;
- Entree van de stad, warm welkom voelen;
- Jeugd maakt wel voornamelijk gebruik van openbaar vervoer, laat ze zien;
- Pilot-kiosk, waar bedrijf gedurende maximaal een jaar haar product mag promoten;
- Plinten in het gebied semi-openbaar maken (tropische tuin);
- Vandaag beginnen met placemaking, met evenementen/installaties.

# Van Stationskwartier naar Glocal City District

## 3.3 Uitkomsten Trends

Een presentatie over mondiale economische trends en een presentatie over culturele trends werd gebruikt om uitspraken te doen over de locatie. Tijdens de expert meeting zijn verschillende thema's gepasseerd die te maken hebben met het Rotterdam Climate Initiative.

- Globalisering neemt verder toe en tegelijkertijd ook de culturalisering;
- Er is een doorgaande schaalvergroting in fysieke netwerken;
- Opkomst internationale ZZP'ers;
- Investeringskapitaal volgt mensen, mensen zoeken goede leefmilieus;
- Plaatsen van economische en culturele informatie en experimenteerplaatsen;
- Glocal plekken creëren: verbinden locale met mondiale netwerken;
- Excellente multimodale ontsluiting en betaalbaarheid maakt het gebied aantrekkelijk voor Glocal organisaties;
- Creëer een gebiedsgerichte WTC met het huidige Groot Handelsgebouw als voorbeeld: dynamische ondernemingen en services in een open netwerk;
- Kunstenaars inzetten voor placemaking, waarbij water als beeldmerk in de openbare ruimte wordt ingezet om rivier en station te verbinden;
- Flexibele gebouwconcepten;
- Kracht in kleine en middelgrote business;
- Mixen ipv monoculturen;
- Climate Initiative, bewustwording en acteren op duurzaamheid, volop kansen voor deze grootschalige ontwikkeling naast het mobiliteitsknooppunt.

## 3.4 Uitkomsten Trekker

De beroemde hedendaagse icoon, het Guggenheim museum in Bilbao stond centraal tijdens deze expert meeting.

- Investeren in mensen en waarden ipv steen;
- Creëer je klant, die zich graag verbindt aan Rotterdam;
- Het Rotterdamse gevoel moet uitgedragen worden. Een Rotterdammer is degene die de Rotterdamse visie op het leven deelt, ongeacht of hij inwoner is;
- Zorg dat de mythe van Rotterdam ook uitgedragen wordt door de mensen;
- Amsterdam kan aangedaan worden tijdens een bezoek aan Rotterdam;

## 4. HET IDEE

Kort na de expertmeetings ontstond het richtinggevend idee voor het stationsgebied, GLOCAL CITY DISTRICT:

Het Glocal City District is een uniek gebied in Nederland waar Randstad & Europa elkaar ontmoeten en Rotterdam zich presenteert.

Het is een intensief centraal stedelijk gebied waar mensen graag verblijven en waarin glocal bedrijven en instellingen zichtbaar in een open netwerk functioneren.

De verschillende kreten in de omschrijving worden hieronder nader toegelicht:

### Glocal business:

- mix van middelgrote en kleine bedrijven
- met toegevoegde waarde voor de Rotterdamse economie
- opereren in internationale netwerken
- naast business ook Glocal organisaties als Codarts, Witte de With, NAI zichtbaar maken

### Uniek gebied:

- eerste halteplaats HSL in Nederland (75 mio./jaar)
- entree van de Randstad
- centraal gelegen in de stad
- ontsloten met (inter)nationale en regionale infrastructuur
- bestemming

### Rotterdam presenteert:

- de vele kwaliteiten van Rotterdam worden hier zichtbaar
- locatie weerspiegelt de open minded en no nonsens instelling en de dynamiek van Rotterdam

### Intensief:

- hoge mate van gebruik, diversiteit, levendigheid en multi-functionaliteit
- "underfunctionalized", zowel in ruimte als in tijd: 24 uur;

### Centraal stedelijk:

- onderdeel van de binnenstad met een goed ontsloten ruimtelijke relatie met de stad
- mix in functies in een hoge dichtheid (werken-wonen-leisure)
- internationale sfeer

### Zichtbaar:

- bedrijven en organisaties tonen hun activiteiten in (semi)publieke ruimten

### Open netwerk:

- scheidt een omgeving waarin onderlinge relaties en synergie tussen bedrijven sterk bevorderd worden

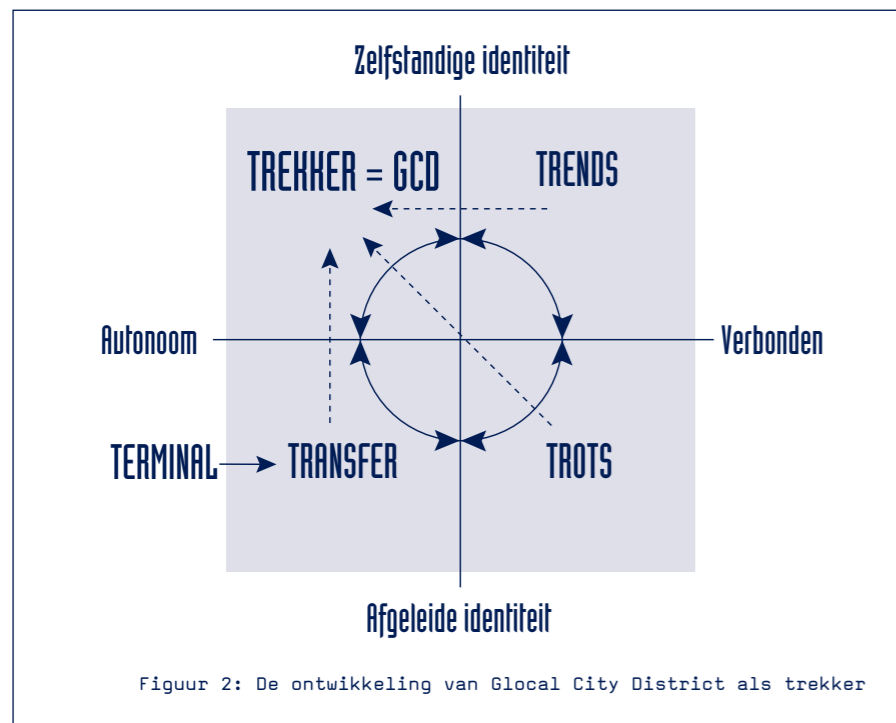
### Verblijven:

- sublieme openbare ruimte
- aantrekkelijke programmering



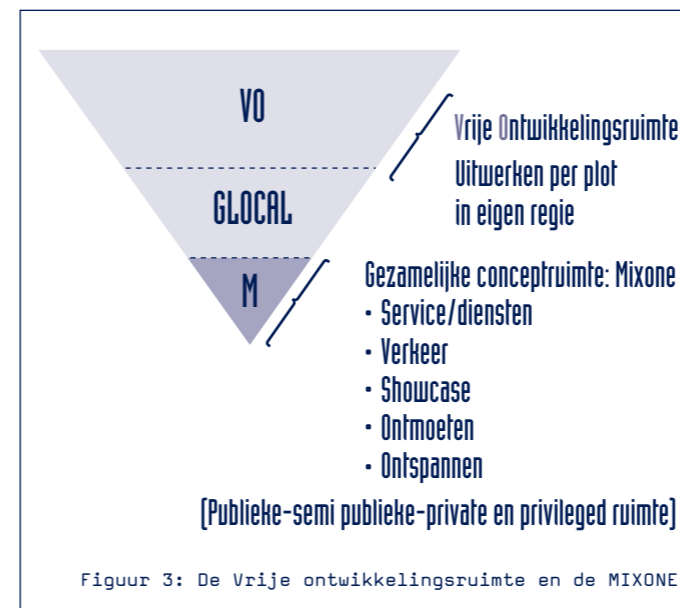
# Van Stationskwartier naar Glocal City District

Met dit richtinggevend idee ontstaat een gebied dat als trekker fungeert. Tijdens de ontwikkeling van de locatie kunnen de verschillende gebiedspositioneringen, zoals omschreven in paragraaf 2.3 zich in een willekeurige volgorde voordoen en wellicht parallel naast elkaar bestaan. Het eindresultaat is het Glocal City District. Een bepaalde ontwikkeling van de gebiedspositionering, zoals in het analysemodel werd voorgesteld (figuur 1) krijgt hiermee een ander verloop, zoals afgebeeld in figuur 2.

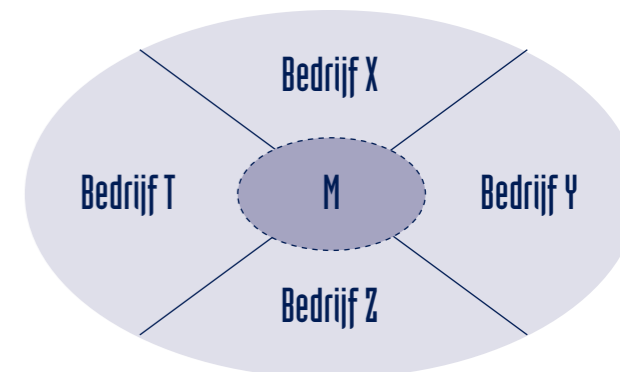


## 5. DE ONTWIKKELSTRATEGIE

Het stationsgebied heeft verschillende gebruikers en (vastgoed)eigenaren. Alhoewel er een zeer brede consensus bestaat voor het gebiedsconcept moet er een extra stap worden ondernomen om er voor te zorgen dat het gebiedsconcept ook gerealiseerd kan worden. Ook de ontwikkelingsstrategie zal breed gedragen moeten worden. De ontwikkelingsstrategie biedt ruimte voor de invulling van de individuele belangen en wensen terwijl er tegelijkertijd ook ruimte gecreëerd wordt voor de gemeenschappelijke 'conceptruimte'. Deze conceptruimte is de Mixone (van mixed zone) waarin men de gemeenschappelijke waarden en ambities voor het gebied vastlegt. De Mixone is ook de ruimtelijke drager van het gebied.



### Vrije Ontwikkelingsruimte & Mixone



Figuur 4: Gezamenlijk eigenaarschap van de MIXONE

De Mixone moet zorgen voor het welslagen van het concept door, in alle opzichten, de toegankelijkheid en aantrekkelijkheid van dit gebied te vergroten.

De Mixone vereist een gezamenlijk concepteigenaarschap. Alle vastgoedeigenaren en gebruikers van het gebied moeten het belang zien van de Mixone om duurzame waarde te creëren voor het gebied. Om deze waarde expliciet te maken moet een businessmodel ontwikkeld worden, waarin aspecten zoals economische haalbaarheid en beheersorganisatie nader worden onderzocht.

# Van Stationskwartier naar Glocal City District

## 6. PROGRAMMA

Het GCD wordt opgebouwd vanuit de conceptdrager, de Mixone en de Vrije Ontwikkelingsruimte, waarin naast een glocal kern, ondernemers, instellingen, leisure en wonen hun plek krijgen. De verdeling naar de verschillende functies zal in de volgende fase van de businesscase en het masterplan nader uitgewerkt moeten worden, waarbij de afstemming met en het gebruik van andere locaties in het centrum van wezenlijk belang zal zijn.

De programmering van de Mixone, met de showcase, leisure, services, meetingpoints, podia, enz, hebben we elders al uitvoerig beschreven, zie onder andere de essays.

### 6.1 De programma-matrix voor de Mixone

Voor de programmatische invulling van de locatie is een programma-matrix opgesteld. In de uitwerking van de businesscase moet verdere precisering plaatsvinden. De programma-matrix is ontstaan door de Transfer, Trots en Trends als gebiedspositioneringen te gebruiken als uitgangspunt en met elkaar te confronteren.

GCD=TREKKER	TRANSFER	TROTS	TRENDS
TRANSFER	Meet & Greet	Wereld Handelstad	Pilot
TROTS	Homepage	Showcase	World Trade House
TRENDS	Open Netwerk	Designed in R'dam	Bronpunt

Figuur 5 De programma-matrix voor het Glocal City District

Hieronder volgt een korte uitleg van de in deze matrix genoemde functies:

#### 1. Meet&Greet

Een plek om elkaar te ontmoeten en een optimale uitwisselingsplek. Functies zoals congres- en vergadercentra, hotels, kinderdagverblijven, leisure&pleasure (Holland Casino) en kennis-/opleidingsinstellingen (Codarts, EUR, TU Delft) passen bij deze programma-omschrijving.

#### 2. Wereld Handelstad

Een flexibel en divers aanbod aan ruimtes die globale, lokale en glocal spelers de ruimte bieden om handel te drijven in de handelsstad bij uitstek.

#### 3. Pilot

De nieuwste producten en ontwikkelingen worden getoond in pilotstores. De try-out van nieuwe producten vindt hier plaats en de belevingseconomie krijgt hier een plek.

#### 4. Homepage

Een plek waar de reiziger welkom is, niet verdwaalt, geïnformeerd en geholpen wordt. Interactieve informatie-zuilen en grote LCD schermen informeren mensen.

#### 5. Showcase

Alles wat de stad te bieden heeft, krijgt een gezicht. Binnen het gebiedsconcept is het ook de bedoeling dat bedrijven die in het stationsgebied gevestigd zijn, hun producten/diensten laten zien in de Mixone (zie paragraaf 5). 'Windows to Rotterdam' biedt een wijds uitzicht over Rotterdam vanuit de topverdieping van een hoge toren in het gebied.

#### 6. World Trade House

Specialistische warenhuizen en winkels uit bijvoorbeeld Azië krijgen een plek in de buurt van het Kruisplein. Ook kantoren van bedrijven die handel drijven tussen de continenten van Europa en Azië treft men hier aan.

#### 7. Open Netwerk

Voor de verschillende bedrijven in het gebied zijn de natuurlijke voorwaarden aanwezig om ook voor en met elkaar te werken en elkaars netwerk te vergroten en te versterken. Het glocal netwerk is 24 uur in bedrijf.

#### 8. Designed in R'dam

De designstad van Nederland biedt hier de plaats aan designers, architecten en kunstenaars om in het gebied te vestigen en hun producten te etaleren.

#### 9. Bronpunt

Een bron van inspiratie, een letterlijk startpunt voor startende ondernemers, een laboratorium waarin stads-experimenten gedaan worden, lessen geleerd worden en toegepast in de rest van de stad.

### 6.2 De hoofdfuncties in de Vrije Ontwikkelingsruimte (VO)

In de vrije ontwikkelingsruimte zijn kantoren en wonen de voornaamste functies.

#### Kantoren

##### Bestaande situatie:

Rotterdam (3 mln m<sup>2</sup>) is een verplaatsingsmarkt. De topprijzen (2005) liggen net boven de €200/m<sup>2</sup>; gemiddeld tussen de 165 en 185 m<sup>2</sup>. Dat is vergelijkbaar met Den Haag en Utrecht, maar aanzienlijk lager dan Amsterdam.

##### Ontwikkeling Kantoren in Stationskwartier

Uitgaande van een krachtige HSL-ontwikkeling, dan kan de locatie op naar een hogere versnelling. Dat hangt vooral af van het belang dat de markt zal hechten aan de belangrijkste vestigingskenmerken van dit Stationskwartier: de nabijheid van het zeer complete mobiliteitsknooppunt (Europees-lokaal), het stadscentrum, Schiphol, de mix van functies, de levendigheid, veiligheid en de kwaliteit van de openbare ruimte. Dit effect zou nog kunnen worden versterkt met een goede autobereikbaarheid en parkeer-voorziening (inclusief Kiss & Ride).

Als de HSL-locatie en de effecten van de toevoeging aan het nieuwe regionale netwerk, de icoonwerking van het nieuwe station geen bijzondere impuls zou opleveren dan is een juiste marktstrategie ten opzichte van de Kop van Zuid belangrijk.

In de ontwikkeling van het stationsgebied moet met een grote bandbreedte aan type vestigers gerekend worden. De ambitie moet op het hoge spoor worden ingezet. Een bescheiden spoor kan echter ook realiteit worden, als men er niet in slaagt een goede kwaliteit te bieden. Fasering



# Van Stationskwartier naar Glocal City District

is van het grootste belang om goed te kunnen schakelen tussen deze twee uitersten.

## Wonen

De effecten van de HSL en de te bereiken woonkwaliteit in het gebied zijn nu nog onduidelijk. Het huidige beleid is gericht op het stimuleren van wonen in een levendige binnenstad.

Analyse van Nederlandse en Europese stationslocaties laat zien dat ongeveer 20% van het gebied voor een woonfunctie gebruikt wordt. De bewoners zijn jong, middelbaar alleenstaand en paren zonder kinderen met een ver boven modaal inkomen en een zeer hoog opleidingsniveau. Hoog wonen wordt als positief ervaren (status en uitzicht) en vestigingsmotieven zijn:

- Beschikbaarheid juiste woninggrootte
- Ligging ten opzichte van winkel- en uitgangsmogelijkheden
- Ligging bij OV-knooppunt

Voorwaarden hiervoor zijn wel dat aan de eisen van lucht, geluid en externe veiligheid moet worden voldaan.

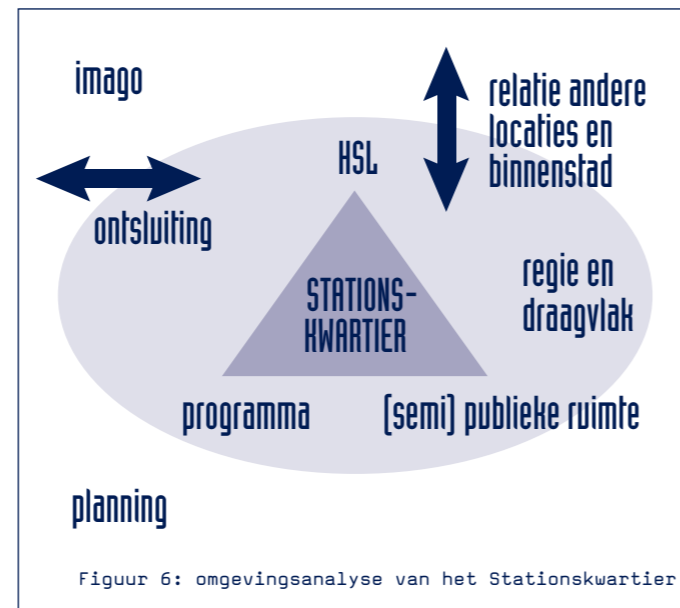
## 7. Voorwaarden voor ontwikkeling Stationskwartier

Het huidige imago van het Stationskwartier is matig. De toegankelijkheid van het gebied is verder verslechterd door de vele bouwactiviteiten. De toekomstige positionering,

voorspoedige ontwikkeling en verbetering van het imago zullen in grote mate worden beïnvloed door het programma dat hier gerealiseerd wordt tegen de achtergrond van de komst van de HSL. Het programma in dit geval is zowel de invulling van de Mixone alsook de hoofdfuncties zoals werken en wonen.

De relatie met de binnenstad moet verder worden verstevigd. Het betreft niet alleen de fysieke relatie, maar ook een programmatische synergie. De bewoners en bezoekers van Rotterdam moeten in hun mental map de binnenstad zien als een verlengstuk van het Stationskwartier en andersom.

Het stevige programma dat in een intensief stedelijk gebied wordt neergezet kan alleen succesvol zijn indien de autobereikbaarheid en de parkeergelegenheid goed



worden geregeld. In figuur 6 is de relatie tussen het Stationskwartier en de vele omgevingsfactoren genoemd die in het voordeel van het Stationskwartier ingevuld moeten worden, willen zij geen bedreiging vormen voor de ontwikkeling van het gebied.

### 7.1 De voorwaarden voor een goede ontwikkeling

a. De ontwikkeling van het Stationskwartier is al gestart.

De locatie moet een maximaal welkom uitstralen voor de vele gebruikers en reizigers. De plinten moeten (weer) worden geopend en krijgen weer een (semi)publieke functie. Er zou een MEM, de Mixone Exploitatie Maatschappij (wellicht in de vorm van een Business Improvement District (BID, in Rotterdam vooralsnog BedrijfsVerbeterGebieden genoemd = BVG) moeten worden opgericht, die zich vooralsnog ten doel stelt om de aantrekkelijkheid, programmering, exploitatie en beheer van het gebied te verbeteren.

b. Een krachtige regie:

- op het gebiedsconcept en de conceptruimte (Mixone)
- op de samenhang binnen de locatie en de aansluiting op de naastliggende locaties
- op de kwaliteit van de (semi-)publieke ruimte wat betreft inrichting, functioneren, beheer en veiligheid en een goede benutting van de samenhangende mogelijkheden van semi-publieke en publieke ruimte

c. De gemeente heeft vanuit haar eigen verantwoordelijkheid een belangrijke rol in deze regie, om de programmatische visie te realiseren. Gezien de conceptionele ambities en eigendomsverhoudingen is een coalitie met de betrokken marktpartijen nodig. De mogelijkheden voor een gebiedsontwikkeling met een bijbehorende PPS moeten verder verkend worden.

d. Een heldere stedenbouwkundige visie die de ontwikkelingsstrategie ondersteunt en flexibiliteit, fasering en zekerheden biedt.

e. Van de ontwerpen voor de gebouwen wordt een maximale flexibiliteit geëist om allerlei functies te kunnen faciliteren. Inspiratie daarbij is, het van binnen naar buiten draaien oftewel het zichtbaar maken van het netwerk-concept van het Groot Handelsgebouw.

f. Omdat het Stationskwartier een sterke relatie heeft met de rest van de (binnen)stad is het zaak om van het begin af aan een forum te maken om bewoners, ondernemers en betrokken organisaties in de ontwikkeling te betrekken en van die expertise gebruik te maken.

g. Autobereikbaarheid en parkeren zijn harde voorwaarden voor een Europees Zakencentrum.

## 8. EPILOOG

De betrokken partijen in het stationsgebied hebben allen hun commitment uitgesproken voor het gebiedsconcept. Dit concept is de basis voor het vormen van een ontwikkelingsagenda voor de ontwikkeling van het gebied. Drie belangrijke agendapunten zijn:

- **Businesscase:** hierin worden de haalbaarheid, organisatiestructuur en de risico's onderzocht;
- **Masterplan:** de ruimtelijke uitwerking van het gebied, met daarin de Mixone;
- **Marketing:** hoe en voor wie zetten we het gebied op de kaart en placemaking (vandaag beginnen om het gebied positief te positioneren).



# Colofon

## We willen de volgende mensen bedanken voor hun inbreng en bijdrage tijdens dit proces:

Onze directe opdrachtgevers van de gemeente Rotterdam:  
Projectmanagers F. Meijer (dS+V) en D. Damink (OBR)

### Stakeholders:

D. de Boer (LSI), G. van der Klaauw (ING), J. de Koning (Unilever Nederland Holdings bv), M. Meurs (Groot Handelsgebouw), A. Sanson (gemeente dS+V), C. Schoenmakers (ING), A. Visser (gemeente OBR), L. Smits (LSI), J. Visser (Cório NL Kantoren), K. van der Waaij (Unilever Nederland Holdings bv)

### Experts:

K. Christiaanse (KCAP), R. Dijkstra (Maxwan), S. Hodes (Lagroup), R. van der Lugt, A. Martinez Cearra (Bilbao Metropoli-30), S. Nordgren (Newcastle-case), M. Olsson (Malmö-case), M. Schaafma (Schiphol RE), P. Tordoir (UVA, vaste expert), N. de Vries (spoorbouwmeester), J. Worthington (DEGW, vaste expert)

### Overigen:

T. van Ameijden (gemeente), E. Arends (gemeente), J. Bak (Mangrove), A. Beekman (2tuintig pr), A. Bongers (gemeente), H.J. Bosch (gemeente), J. Bouma (ESM), R. Bouwmeester (Bouwmeester van Leeuwen), G. Curtessi (Happy Shrimp Farm), F. Engels (Engels), N. Faes (MAMA), A. Fontein (gemeente), J. Goslinga (Off Corso), M. Guit (gemeente), P. Holtring (Codarts), M. Hessels (KvK), K. Hofman (Maxwan), M. Jansen (WAACS), R. Janssen (Witte de With), E. Jepma (NS Poort), M. de Koning, K. Kaan (Claus en Kaan), G. Keser (Smit Int.), W. Kuijper (gemeente),

M. Klein (Rotterdam Marketing), P. Kroes (NS Poort), I. Lei (gemeente), P. van de Laar (Stadsmuseum), F.G. Meijer (gemeente), J. Menger, R. Paf (gemeente), J. Philippen (Holland Casino), W. Pijbes (Kunsthal), P. Pol (gemeente), R. Pool (Holland Casino), M. Rensma (KvK), F. Sprunken (LSI), E.-J. Tak (Cório NL Kantoren), J. van Teeffelen (gemeente), R. Valk (LSI), J. van 't Verlaat (gemeente), R. Veerkamp (gemeente), W. van der Vloed (Engels), H. de Vries (NS Poort), R. Wall (EUR), J. Westrik (gemeente), J. Wu (Diergaarde Blijdorp), R. Zunderman (gemeente)

Concire, ontwikkelaar van gebiedsconcepten:

M. Dixit, A. van Doorn, D. Foet, E. van der Hoek, C. Hol, A. van der Straaten, D. Tuinzing,  
in nauwe samenwerking met: J. Menger en R. van der Lugt

Foto's: O. Snoek en Concire

Teksten voor de 2 rondetafelgesprekken: L. Piscaer  
Vormgeving en opmaak: Bouwmeester van Leeuwen

In opdracht van:



**Gemeente Rotterdam**  
dS+V



**Gemeente Rotterdam**  
Ontwikkelingsbedrijf

Uitgevoerd door:

