

MUZIKALE BOOTTOCHT IN DE SPAANSE POLDER

Ik stel me knappe gespierde mannen voor met te kleine Speedo's, maar de Spaanse Polder bleek toch niet zo Spaans. Tijdens mijn onderzoek op het bedrijventerrein zag ik geen enkele Speedo, wel knappe mannen trouwens. Ik besloot naar Schmidt Zeevis te rijden. Waar ik weer een interessante woordenpartij tegenkwam 'Versere Vis Zwemt Nog'.

Ik was door deze – in mijn ogen – briljante slogan even afgeleid en ontdekte pas bij het parkeren van mijn aardbeirode Seatje dat die niet binnen het thema van de parkeerplaats paste, namelijk: 'we starten bij twee ton'. Het stond er vol matzwarte Mercedesen, Porsches 911 en limited editions Bentleys. Waarom staan deze auto's hier? Nu de Meent en Witte de Withstraat bijna autovrij zijn, zijn ze mogelijk deze nieuwe locatie aan het testen.

Het leek mij niet enorm praktisch om met hoge hakken de gladde tegels van het schip te betreden, maar het bleek wel de dresscode van de middag te zijn. Ik werd steeds nieuwsgieriger naar wat zich in dat ruim afspeelde. Waren hier dan die feestjes waar ik nooit voor uitgenodigd was? Mijn vriend, een rasechte Rotterdammer, komt aangereden in de Tesla van de buurman. Die had het thema blijkbaar wel begrepen. Hij loopt voor me uit met een zelfverzekerd loopje dat verradt dat hij hier vaker is geweest.

Eenmaal binnen weet ik niet wat ik zie. Operazingende visverkopers. In het enorme pand wordt er de meest-verse-niet zwemmende-vis verkocht onder het genot van een muzikaal toneelstuk dat zich afspeelt door het hele ruim heen. Het doet me denken aan de musical De Kleine Zeemeermin. Los van het feit dat we hier onder-tussen de hoofdpersonen van deze musical oppeuzelen dan. Voor mij is dit het best bewaarde geheim van de zogenaamd 'nuchtere' stad tot nu toe. Versere vis zwemt nog, dat klinkt vanaf nu als muziek in mijn oren.



Josephine is corporate cabaretier, ze maakt (virtuele) shows voor bedrijven om met humor verschillende onderwerpen bespreekbaar te maken. Ze is afgestudeerd op de wetenschap van humor en geeft workshops over de kracht van lachen. Daarnaast schrijft ze over wat ze meemaakt in haar thuisstad Rotterdam.





IN DIT NUMMER (ONDERMEER)

WETHOUDER KATHMANN OVER DE GEZAMENLIJKE TOEKOMSTVISIE:

'Een bedrijventerrein van deze omvang móet de lat wel hoog leggen'

2

BAS VAN DE GRIENDT, EXPERT GEBIEDSONTWIKKELING, heeft zes inspirerende boodschappen voor de Polder

6

DIENSTMEDEDELINGEN

15

BEDRIJVENRAAD SPAANSE POLDER

'Ondernemers krijgen doorslaggevende stem bij ontwikkeling en toekomst van het bedrijventerrein'

16

ONDERNEMEN IN CORONA-TIJD

Drie ondernemers vertellen. Werden ze vol getroffen? Of bracht de crisis juist een onverwachte wending teweeg?

20

CHECK DIT: NATUURLIJKE GRASMAAIERS

24

DE NICHE: HET WIELEN- EN BANDENHUIS

26

BRANDINGDESKUNDIGE MARLIES MULDER:

'De Polder is gewoon een heerlijk kloppend stuk Rotterdam'

34

CEES-JAN PEN, SPECIALIST IN BEDRIJVENTERREINEN:

'Tussen beleidsproza, ronkende rapporten en uitvoering gaapt vaak nog een kloof'

36

KUNSTSTOF: BESPIEGELINGEN DOOR PAUL VISSER

46

GROENE LONGEN

In 2035 is de Spaanse Polder het meest groene en duurzame bedrijventerrein voor zware bedrijvigheid ter wereld. Ambitieuze doelstelling? Ja, dat is het zeker. Maar ambities en acties zijn nodig om doelen te realiseren.

Wat we als ondernemers willen bereiken, hebben we uiteengezet in een visiedocument – bijgesloten bij dit eerste nummer van NON•STOP – dat we samen met de gemeente Rotterdam hebben opgesteld. Daarin hebben we zes speerpunten benoemd: veiligheid, aantrekkelijke bedrijvencampus, bereikbaarheid, arbeid & opleiding, branding en duurzaamheid & resilience.

Samenwerking is het sleutelwoord in het streven om over vijftien jaar daadwerkelijk 'de groene longen van de Rotterdamse economie' te zijn. Samenwerking tussen ondernemers in het gebied onderling en tussen ondernemers en de gemeente Rotterdam. Om te zorgen dat de vaart erin blijft, is er een Bedrijvenraad opgericht, die in januari 2021 officieel wordt geïnstalleerd. Deze elfkoppige raad komt voort uit de ondernemersverenigingen en is straks een formeel adviesorgaan, dat echt iets te vertellen heeft over wat er op ons industrieterrein gaat gebeuren. Deze positie gaan we goed gebruiken. Het is een elftal met sterke spelers – met grote individuele kwaliteiten – dat als een hecht team functioneert.

In dit nieuwe magazine NON•STOP stellen we de bedrijvenraad voor, maar laten we vooral zien wat er allemaal gebeurt in de polder. Daarnaast laten externe deskundigen hun licht schijnen over de gezamenlijke gebiedsvisie. We zijn ons ervan bewust dat we deze visie presenteren in een uitdagende tijd. Voor veel ondernemers is het 'alle hens aan dek' omdat de verwachte economische krimp in alle sectoren in meer of mindere mate te voelen zal zijn. Maar daarom is het juist nu belangrijk om gezamenlijk op te trekken en de onvermijdelijke veranderingen met elkaar tegemoet te treden.

De stip op de horizon voor de Spaanse Polder staat. De weg ernaartoe is met potlood ingevuld. Onderweg zullen we onverwachte zaken tegenkomen die ons wellicht dwingen af en toe een zijweg of een hobbel te nemen. Daarover zullen we communiceren, via NON•STOP, een website, een digitale nieuwsbrief en sociale media.

Frank Kapsenberg
hoofdredacteur

Wethouder Kathmann over gebiedsvisie en bedrijvenraad

'EEN BEDRIJVEN- TERREIN VAN DEZE OMVANG MÓET DE LAT WEL HOOG LEGGEN'

Met een gezamenlijke toekomstvisie én een nieuwe zeggenschapsstructuur gaat de samenwerking tussen ondernemers in de Spaanse Polder en het Rotterdamse stadsbestuur een nieuwe fase in. Een interview met de Rotterdamse wethouder Barbara Kathmann: 'Ondernemers willen niet afwachten wat de gemeente gaat besluiten. Ze willen aan de voorkant meepraten.'

'Ongelofelijk belangrijk', noemt Barbara Kathmann de Gezamenlijke Gebiedsvisie Spaanse Polder 2035. De Rotterdamse wethouder Economie, Wijken en Kleine kernen, droeg inhoudelijk bij aan de visie, schreef het voorwoord en is nauw betrokken bij de inbedding ervan in het gemeentelijk beleid. 'De Spaanse Polder is een van de weinige locaties in Rotterdam waar nog groei mogelijk is voor de zwaardere categorie bedrijvigheid. Dan moet je je als stad afvragen: Wat willen we met dat gebied? Ook ondernemers willen weten: Waar gaat het heen? Waar staan we over tien, vijftien jaar? Deze visie is écht een gezamenlijk perspectief van overheid en ondernemers. Het is een lang proces en dat is niet voor niks. Het resultaat is een solide basis voor de toekomst.'



GROENE AMBITIE

De polder moet tot 2035 uitgroeien tot de best renderende, groenste bedrijvencampus met categorie 5 activiteiten ter wereld, staat er in de visie. Een forse ambitie. 'Ja, een bedrijventerrein dat tot de omvangrijksten in Europa behoort, móet de lat ook hoog leggen', vindt Kathmann. 'Het afgelopen decennium lag de focus op schoon, heel en veilig. Nu is het tijd om door te pakken en het gebied groener, duurzamer en toekomstbestendig te maken. Die potentie is er.' De wethouder ziet dat veel ondernemers hun productieprocessen verduurzamen en vaker groene keuzes maken bij renovatie en nieuwbouw. 'Een visie helpt daarbij. Als de neuzen dezelfde kant opstaan, is het makkelijker om gezamenlijk te investeren in bijvoorbeeld duurzame energie en groene daken, of reststromen te benutten als grondstof voor nieuwe producten. Via de visie ontwikkelen we samen een afwegingskader voor nieuwe bedrijven die zich hier willen vestigen.'

LAST MILE-VERVOER

Een uitdaging bij het realiseren van de ambities in de visie is een betere ontsluiting van het gebied. De ligging van de Spaanse Polder is weliswaar gunstig voor het vestigingsklimaat van ondernemers, maar niet voor de bijna 25.000 mensen die er werken. En juist zij vormen de spil voor de verdere ontwikkeling van het bedrijvengebied. Het openbaar vervoer is absoluut niet toegerust voor de bedrijvigheid in de polder, die dag en nacht doorgaat. En fietspaden zijn onvoldoende aanwezig of niet veilig. Kathmann: 'Vanuit de overheid zijn er plannen voor een lightrail of metrolijn die het gebied met zowel Rotterdam als Schiedam moet gaan verbinden. Maar dan heb je het echt over de lange termijn. Er moet sneller iets gebeuren. Mijn collega-wethouder Judith Bokhove is hierover





in gesprek met het ondernemerscollectief. Het zou prachtig zijn om bedrijven aan te trekken die met zogeheten last mile-oplossingen komen. Bijvoorbeeld met shuttlebussen, deelfietsen of wat dan ook.'

HET VERHAAL VERTELLEN

Ook de beeldvorming over de Spaanse Polder blijft een belangrijk punt van aandacht. Alle inspanningen van de laatste jaren ten spijt, kampt het gebied nog steeds met een negatief imago. Toch gebeurt er een hoop moois in de polder en zijn er veel verborgen parels die het waard zijn te belichten. 'Er worden geweldige producten gemaakt in de polder, er zit energie, het bruist', aldus Kathmann. 'En de locatie is stoer, Rotterdams. De gebiedsvisie helpt om het verhaal van de Spaanse Polder beter voor het voetlicht krijgen. Het verhaal over waar we naar toe willen, en wat daarvoor nodig is. Ondernemers en investeerders voelen dat goed aan. We merken nu al dat er veel animo is voor de polder. Het aantal braakliggende terreinen neemt af. Je hoort de heipalen. Er wordt gebouwd. De kunst is om ook potentiële werknemers meer aan te spreken. Een gerichte communicatiestrategie kan daarbij helpen. Vanuit de gemeente gaan we daar zeker mee aan de slag.'

GROTER PLAATJE

Het bedrijventerrein strekt zich uit over het grondgebied van Rotterdam én Schiedam. De gemeente Schiedam is echter niet betrokken bij de ontwikkeling van de visie. Is dat niet lastig? 'Nee', vindt Kathmann. 'Als het gaat over de economische ontwikkeling van Rotterdam dan kijken wij altijd over de gemeentegrenzen heen. Deze visie past binnen een groter plaatje, waar ook Schiedam onderdeel van is. De Metropoolregio Rotterdam Den Haag heeft een Road-

map Next Economy (RNE) opgesteld. Een langetermijnstrategie om de transitie naar een toekomstbestendige regionale economie te ondersteunen. Zowel Schiedam als Rotterdam willen daar werk van maken en hebben gezamenlijk een Ruimtelijk Economische Visie en Agenda (REVA) opgesteld. Dát is het grotere plaatje waar de ambities uit de gebiedsvisie perfect op aansluiten: een aantrekkelijke, toegankelijke, duurzame bedrijvencampus waar mensen graag werken en zich kunnen ontwikkelen. De Spaanse Polder is een unieke plek om die next economy in de praktijk vorm te geven.'

BEDRIJVENRAAD: UNIEK EXPERIMENT

Op 4 juli 2019 opende Kathmann de eerste vergadering van de nieuw opgerichte bedrijvenraad in de Spaanse Polder. Hoe ziet de wethouder de rol van deze bedrijvenraad bij de transitie naar zo'n next economy? 'Het gaat natuurlijk voortdurend om het samenspel tussen gemeente en ondernemers, maar de ondernemers hebben veel invloed op dat spel. Daarom is het belangrijk dat zij zich goed organiseren en als collectief naar buiten treden.

De bedrijvenraad is een uniek experiment voor Rotterdam. Wij hebben de inspraakstructuur van gebiedscommissies en wijkraden met gekozen leden, die de inwoners van een bepaald gebied vertegenwoordigen. Maar de Spaanse Polder is een plek waar ondernemers ondernemen, ze wonen er niet. Zeggenschap over zo'n gebied is niet geregeld binnen ons democratisch bestel. Tegelijkertijd vinden de ondernemers natuurlijk wel iets van die plek, ze hebben belang bij welke kant het opgaat en willen niet afwachten wat de gemeente gaat besluiten. Ze willen aan de voor kant meepraten. De bedrijvenraad regelt de zeggenschap van ondernemers.'

BASIS VOOR COLLECTIEF

Net als een wijkraad kan de bedrijvenraad het gemeentebestuur adviseren over plannen en ontwik-

kelingen in het gebied, en op eigen initiatief met een plan of advies komen. Zo'n advies is niet vrijblijvend. Het stadsbestuur moet daarop reageren. Toch is de bedrijvenraad meer dan een inspraakorgaan, vindt Kathmann. Het geeft ondernemers en vastgoedeigenaren in de Spaanse Polder ook de mogelijkheid om intern de krachten te bundelen en de collectieve belangen stevig op de agenda te zetten. 'De verschillende ondernemersverenigingen en clubs zijn nu vertegenwoordigd in een duidelijk orgaan: de bedrijvenraad, en hebben een gezamenlijk perspectief: de gebiedsvisie. Een goede basis om als collectief op te trekken.'

TOEGENOMEN BETROKKENHEID

Kathmann ziet dat de betrokkenheid van ondernemers in de Spaanse Polder behoorlijk is toegenomen. 'In 2016, toen we begonnen met de integrale aanpak van schoon, heel en veilig, kwamen er twintig – dertig ondernemers af op bijeenkomsten. Nu moeten we geregeld uitwijken naar grotere zalen omdat er ruim honderd mensen komen als er een ondernemersbijeenkomst is. De bedrijvenraad is een pilot maar wat mij betreft is dit de toekomstbestendige structuur waar we als stadsbestuur naar toe willen voor de samenwerking met ondernemers.'







'EÉN VISIE TREKT MEER DAN TIEN PAARDEN'

**Bas van de Griendt is een expert op
het gebied van gebiedsontwikkeling
en duurzaamheidsvraagstukken.**

**Voor NON•STOP laat hij zijn licht
schijnen over de gebiedsvisie Spaanse
Polder 2035, en over de hamvraag:
hoe krijg je ondernemers hierin mee?**

**We verpakken zijn inzichten in zes
inspirerende boodschappen.**

Hij is wars van jargon en clichés, maar gebruikt ze niettemin veelvuldig: ‘Je ontkomt er niet aan. En clichés zijn er niet voor niets hè – er zit vaak een interessante kern van waarheid in.’ Bas van de Griendt is ruim dertig jaar actief als adviseur in de wereld van vastgoed- en gebiedsontwikkeling. Met name op het gebied van milieu- en duurzaamheidsvraagstukken. Sinds drie jaar opereert hij vanuit zijn eigen bedrijf Stratego Advies. Bij zijn werk als adviseur is zijn insteek vaak: hoe krijg je de betrokkenen mee in de ontwikkeling van een gebied? Daarbij draait het volgens Van de Griendt uiteindelijk allemaal om ‘het bieden van handelingsperspectief’. Oftewel: Hoe zorg je ervoor dat de betrokkenen zich herkennen in de visie en daarin een haakje zien om hun eigen doen en laten op aan te laten sluiten?

DUURZAAMHEID? MAAK HET CONCREET!

‘Ik lees een flinke duurzaamheidsambitie in de gebiedsvisie van de Spaanse Polder. Maar wat versta je precies onder duurzaamheid? Het is zo’n containerbegrip waar verschillende sectoren hun eigen invulling aan geven: energiezuinig, klimaatneutraal, circulair, maatschappelijk verantwoord... noem maar op. De oer-definitie van ‘duurzaam’ gaat over het kunnen voorzien in de behoefte van vandaag zonder dat de behoefte van volgende generaties in gevaar komt. Hoe kunnen we duurzaam voorzien in onze behoefte aan bijvoorbeeld mobiliteit, energie, grondstoffen en arbeidskrachten? Sustainable Development Goals (SDG’s) helpen om het gesprek daarover te voeren. SDG’s zijn 17 duurzame ontwikkelingsdoelen die de Verenigde Naties in 2015 hebben vastgesteld. Ze worden wereldwijd gebruikt om duurzame ontwikkeling te stimuleren. Ook op lokaal niveau. Ze gaan niet alleen over CO₂-reductie, energieneutraal bouwen en hergebruik van grondstoffen, maar ook over tal van sociaal-economische en maatschappelijke doelstellingen zoals inclusieve werkgelegenheid, veilige steden en goede vervoersmogelijkheden. SDG’s vormen een

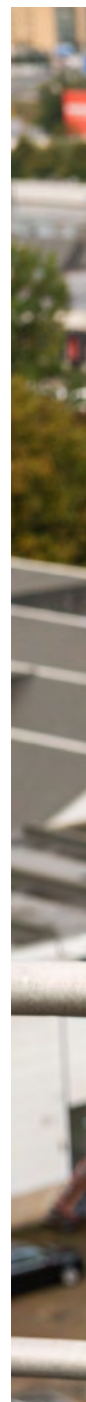
concreet raamwerk om algemene ambities te vertalen naar een concreet handelingsperspectief voor ondernemers en vastgoedeigenaren. De Spaanse Polder heeft bijvoorbeeld een grote potentie om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt te plaatsen, of om periodieke droogte en wateroverlast in Rotterdam op te vangen.’

DRAAGVLAK IS NIET GENOEG, ZORG DAT ONDERNEMERS DE VISIE GAAN UITDRAGEN

‘Bij gebiedsontwikkeling gaat het om een langdurig proces waarbij allerlei partijen betrokken zijn – soms tegen wil en dank. Partijen die allemaal hun eigen belangen en perspectief hebben. Dat is in de Spaanse Polder niet anders. Niemand zal de inhoud van de visie betwisten, maar behalve dat er draagvlak is voor een visie, moet deze ook uitgedragen worden. Dat kan alleen als ondernemers de visie verinnerlijken. Daarvoor hebben ze een haakje nodig om actief hun steentje bij te dragen. Dat is wat ik perspectief van handelen noem. Een visie kan weerstand oproepen als je niet weet waar jij zelf, als ondernemer past in het plaatje.’

FYSIEKE DOELSTELLINGEN ZIJN GEEN DOEL OP ZICH

‘Ik was betrokken bij het opstellen van de duurzaamheidsvisie voor het project Merwedekanaalzone in Utrecht. Dat moet een aantrekkelijk en duurzaam gebied worden voor wonen, werken en recreatie. Er worden termen gebruikt als inspirerende openbare ruimte, creatieve bedrijvigheid, goede routes, energieneutraal en klimaatbestendig leven. Het is een integrale visie – ja, óók weer zo’n woord. Mijn punt is dat dat integrale voelbaar moet zijn. Dat heeft te maken met de samenhang van dingen. Hoe gaat de Spaanse Polder studenten en medewerkers aantrekken als het er niet veilig en aantrekkelijk is? Als het vervoer onder de maat is? Hoe kan het gebied tot leven komen wanneer de openbare ruimte geen plek biedt aan mensen om elkaar te ontmoeten? Cameratoezicht, vervoer,



**WIE IS BAS VAN DE GRIENDT**

Bas van de Griendt (1966) werkt bijna 30 jaar op het snijvlak van enerzijds milieu en duurzaamheid en anderzijds vastgoed en gebiedsontwikkeling. Van 2005 tot 2017 was hij verantwoordelijk voor de MVO- en duurzaamheidsagenda van Bouwfonds Property Development (BPD). Drie jaar geleden startte hij zijn eigen bedrijf Stratego Advies. Van de Griendt is van huis uit fysisch geograaf en promoveerde in de planologie en de economie. Milieu en duurzaamheid zijn onderwerpen waarover hij regelmatig publiceert. Hij doceert bij verschillende beroepsopleidingen voor de vastgoedmarkt.

voorzieningen zijn geen doel op zich, maar noodzakelijke voorwaarden voor sociale doelstellingen: leefbaarheid, ontmoeting, een inspirerende werkomgeving. Sociale doelstellingen werken verbindend, ze hebben emotionele waarde, ze zijn onze drijfveren.'

EÉN VISIE TREKT MEER DAN TIEN PAARDEN

'Als ik naar de visie van de Spaanse Polder kijk dan valt daar technisch-inhoudelijk niks op aan te merken. Alle huidige trends zitten erin. Maar ik vraag me wel af: hoe zijn die zes speerpunten met elkaar verbonden? Ken je de uitdrukking: één visie trekt meer dan tien paarden? Dat geldt alleen voor een visie met een duidelijke focus, en dit zijn zes losse ambities naast elkaar. Is er misschien een speerpunt dat als paraplu kan dienen voor de rest? Wil de Spaanse Polder straks vooral een dynamische banenmarkt voor de circulaire economie zijn? Een prestigieus vestigingsklimaat bieden voor internationale bedrijven, of het groenste bedrijventerrein ter wereld zijn? Het is ook van belang om daarbij naar de status quo te kijken. De bestaande gebouwen, de infrastructuur en de activiteiten in het gebied begrenzen de maakbaarheid van het gebied.'

BENUT HET VERHAAL

'Waarom is de Van Nelle-fabriek zo'n aansprekend project? Dat zit hem, behalve in de schoonheid van het gebouw, vooral in het verhaal. Verhalen appelleren aan onze emoties – we lopen er warm voor. Zit er een verhaal in de Spaanse Polder? Tja, het is een desolaat en troosteloos gebied, waar de meeste mensen nog niet dood gevonden willen worden. Tegelijkertijd ligt er een uniek verhaal voor het oprapen. Kijk naar het vakmanschap van de maakindustrie, de Rotterdamse werkmentaliteit, de ligging aan de havenbekkens ... Ook het verleden moet een plek krijgen in dat verhaal: de opgedoekte wietplantages, de criminaliteit, de louche bedrijven. Het zijn de 'vijanden' waarmee je af wilt rekenen. Dat rauwe verleden kan een rijke voedingsbodem worden, zoals dat vaker gebeurt in Rotterdam,

op Katendrecht bijvoorbeeld, of bij het gebied rondom de Keileweg. Bovendien: een gemeenschappelijke 'vijand' schept een sterke onderlinge band.'

FORMEER EEN STERKE KOPGROEP

Goed, dan heb je een visie waarin alle belangrijke thema's terugkomen en een heilig jaar: 2035 in dit geval. Als we de ambities mogen geloven is de Spaanse Polder dan de best renderende en groenste bedrijven-campus met categorie 5 activiteiten ter wereld. Prachtig – en dan? Als ik zo iets lees, dan moet ik denken aan de film *Alles is Liefde*. Daarin vraagt Prins Valentijn aan hoofdpersoon Carice van Houten: „Zal ik je naar huis brengen?“, waarop zij zegt: „Ik sta eigenlijk op de ware te wachten.“, waarop hij dan weer antwoordt: „Wie niet hè. De vraag is, wat doen we in de tussentijd?“ Dát is de vraag: wat doen we in de tussentijd? Want het einddoel is tot op zekere hoogte een idee-fixe, een droom waarin je kunt geloven, maar hoe ga je er morgen mee aan de slag? En dan kom ik weer terug op het perspectief van handelen. De crux is: kun je deze visie omzetten in praktische tools? Dit soort trajecten valt of staat met een sterke kopgroep van daadkrachtige private partijen en vertegenwoordigers van de overheid. Een groep mensen die langdurig de schouders eronder zet, het collectieve doel voor ogen houdt en anderen meekrijgt. Hier geldt het credo: 'verbeter de wereld, doe het samen'. De rol van de overheid is enerzijds het bewaken van de potentie van een gebied en, anderzijds, ruimte geven aan de ontwikkelkracht van ondernemers en vastgoedeigenaren.'



HUGO QUALM, DIRECTEUR BREMAN UTILITEIT ROTTERDAM: 'HET MOET EEN FEESTJE ZIJN OM IN DE POLDER TE WERKEN'

NON•STOP vroeg drie willekeurige ondernemers wat zij van de gezamenlijke gebiedsvisie vinden. Op deze en de volgende drie pagina's geven Hugo Qualm, (Bremans Utiliteit Rotterdam), Michel Driessen (Verstegen Spices & Sauces) en Ton Verschuren en Jaap Moree (SEW Eurodrive), hun mening.

'Ik vind het altijd bewonderenswaardig hoe mensen zo fantasierijk over de toekomst kunnen denken. Ik ben daar te veel realist voor. Dat neemt niet weg dat ik me prima in de plannen kan vinden. Het zou prachtig zijn als klanten, opdrachtgevers en medewerkers door bogen van groen in of op een elektrisch voertuig naar ons pand zouden komen.'

Duurzaamheid vind ik het belangrijkste punt in de gezamenlijke visie. Bremans Utiliteit wil als installateur van gebouwgebonden installaties per 2025 energiepositief zijn. Dat wil zeggen dat we meer energie teruggeven dan dat we opmaken. Dat kan lastig zijn omdat in het installatievak het soms gewoon niet handig is om alles duurzaam of circulair in te passen. Systemen passen dan niet op elkaar. Maar we willen overall wel aan de goede kant van de streep staan.

SLIMMER

Ik ben ervan overtuigd dat we, als samenleving, anders moeten gaan denken. Op mijn weg naar het werk rijd ik langs de huizen van vijf collega's. We zouden

kunnen carpoolen, maar doen het dus niet. Ik ben best te porren voor een regeling waarbij we de auto van de zaak compenseren en het personeel met een niet vervuilend vervoermiddel komt. Of thuis werkt, iets wat sinds corona voor een aantal medewerkers goed bevalt. Voor noodgevallen zou je bijvoorbeeld een elektrische auto kunnen huren. En met alle big data die beschikbaar zijn, zouden we de vervoersbewegingen van en naar de polder ook veel slimmer op elkaar af kunnen stemmen.

PARKACHTIGE OMGEVING

Veiligheid en opleidingsfaciliteiten vind ik daarna de belangrijkste thema's. Iedereen wil degelijke bedrijven op het terrein. Geen gesjoemel of duistere praktijken die de veiligheid ondermijnen. Het is goed zichtbaar dat er de afgelopen jaren hard is gewerkt aan de veiligheid en geborgenheid in de polder. Veel degelijke bedrijven vestigden zich en die hebben nu eenmaal meer armslag om de doelstellingen uit de visie te bewerkstelligen. Bremans heeft veel jonge mensen over de vloer die we opleiden in onze bedrijfsschool. We hebben vorig jaar een mvo-zij-instroomproject gedaan waarbij we statushouders wilden opleiden. Het viel niet altijd mee om tijdig aan het opleidingsprogramma te beginnen omdat er onvoldoende OV-verbindingen waren om naar de polder te komen. Bereikbaarheid is dus ook essentieel. Veel van onze medewerkers lopen in de middagpauze graag een rondje. Het zou fantastisch zijn als er meer bomen zouden staan en dat ze kunnen lunchen in een parkachtige omgeving bij een tentje waar gezonde voeding wordt verkocht. Het moet een feestje zijn om in de polder te werken. Deze gezamenlijke visie is een veelbelovende eerste stap.'



MICHEL DRIESSEN, VERSTEGEN SPICES & SAUCES: 'SPAANSE POLDER IS TOE AAN GROOTSE METAMORFOSE'

Ken je het Meatpacking district in New York City? Of de voormalige werven van Docklands in Londen? Of, dichterbij huis, Katendrecht? Het zijn allemaal voorbeelden van achtergestelde gebieden in de stad die met overweldigend succes zijn getransformeerd tot moderne en aantrekkelijke gebieden waar iedereen wil werken en wonen.

En hoe zou je het vinden als je over vijftien jaar in een volledig getransformeerde Spaanse Polder stapt, die groen en bosrijk is, volop ruimte biedt aan bedrijven en hun werknemers die zich hun leven lang kunnen blijven ontwikkelen. Waar hoogwaardig en frequent openbaar vervoer is, en dat supergewild is onder Rotterdammers?

Vanuit zijn hoekkantoor kijkt topman Michel Driessen van Verstegen Spices & Sauces uit over de Spaanse Polder en de Azo. 'Hier zie je de bestaande bedrijvigheid, die een grote rol gaat spelen in de toekomst van de stad', stelt hij. Maar vanzelf gaat dat niet. 'Het bedrijventerrein is echt toe aan grootse metamorfose. Vanuit mijn rol als lid van de Bedrijvenraad ben ik samen met Frank Kapsenberg begonnen aan de toekomstvisie voor de Spaanse Polder', vertelt Michel. 'Dat verliep heel erg soepel, we zaten snel op één lijn wat betreft onze ambities. En ook de overige ondernemers en later de gemeente steunden de visie al heel snel volledig.'

ZES SPEERPUNTEN

'Eigenlijk is dat niet verrassend', vindt Michel. 'Als je het gebied zo goed kent als de lokale ondernemers, onder wie Frank Kapsenberg en ikzelf, weet en zie je al heel snel wat hier nodig is. De speerpunten die van onze toekomstvisie zijn: veiligheid, aantrekkelijke

bedrijvencampus, bereikbaarheid, arbeid & opleiding, branding en duurzaamheid & resilience. Voor mij zijn ze allemaal even belangrijk. Hoewel ikzelf voor mijn eigen bedrijf en persoonlijk heel veel waarde hecht aan duurzaamheid. Dat element heb ik vol overtuiging stevig ingebracht in de visie. De Spaanse Polder moet een duurzaam bedrijventerrein worden, met goede infrastructuur, waar mensen zich een hele loopbaan lang kunnen blijven ontwikkelen.'

GROEN EN BOSRIJK

Hardop mijmerend over het uiterlijk van de nieuwe Spaanse Polder: 'Ik zie een groen, bosrijk bedrijventerrein, met mogelijkheden om in te spelen op de klimaatverandering. Bijvoorbeeld met waterbuffers, maar ook met steeds meer groen ter verkoeling van het gebied. En waar hoogwaardig openbaar vervoer is dat 24 uur per dag rijdt.'

SCHOUDERS ERONDER

Steun van de lokale ondernemers is hard nodig bij het realiseren van de visie, weet Michel. 'De meeste ondernemers die ik spreek vinden ook dat er echt verbetering nodig is. Zowel in fysieke zin als in het aantrekkelijker worden voor talent en het doorontwikkelen van loopbaanmogelijkheden. Dan verwacht ik ook dat zij hun schouders eronder zetten. Daarnaast hebben we de overheid nodig, die moet de ontwikkeling steunen met de juiste wet- en regelgeving en investeringen doen in publiek gebied en openbaar vervoer.'

GAAT LUKKEN

Michel gaat nu samen met de Bedrijvenraad vanuit de visie verder werken aan een strategie en een planning. 'Daarbij moeten we als ondernemers de handen ineen slaan en meehelpen om alle mooie plannen daadwerkelijk te realiseren.' Terugblikkend op de getransformeerde gebieden uit het begin van dit artikel: 'Daar is het toch ook gelukt? Hier in de Spaanse Polder gaat het ook gewoon lukken!'



Verstegen

DIRECTIE SEW EURODRIVE OVER DE GEBIEDSVISIE:

'WIJ OPEREREN HET LIEFST VANUIT ONZE EIGEN KRACHT'

Ze laten hun gezicht geregeld zien tijdens ondernemersbijeenkomsten. Om te weten wat er speelt. En ja, de speerpunten uit de gebiedsvisie, die kennen ze wel. Het zijn de terugkerende onderwerpen in de polder: mobiliteit, verduurzaming, overlast... Maar dat er nu een gezamenlijke visie ligt voor de toekomst van het hele gebied, dát was hun niet bekend. 'Wie heeft die bedacht dan?'

Ton Verschuren en Jaap Moree, respectievelijk algemeen en financieel directeur van SEW Eurodrive Nederland, zijn sceptisch over de meerwaarde van een gezamenlijke gebiedsvisie voor de Spaanse Polder. De verschillen in de polder zijn daarvoor te groot, zowel tussen de deelgebieden als tussen de bedrijven. 'Het werkt voor ons niet om in overleg met allerlei partijen tot een visie te komen. Dat duurt veel te lang. We werken liever vanuit onze eigen kracht.'

GROEN PARKEERTERREIN

Het Duitse familiebedrijf in aandrijftechnologie telt wereldwijd zo'n 18.000 medewerkers, van wie er 150 bij de vestiging in de Spaanse Polder werken. Verschuren: 'In 2008 kwam voor ons de vraag: blijven we of gaan we weg? Het werd 'blijven', omdat we vertrouwen hebben in onze toekomst hier. We hebben een goede aansluiting op het wegennet, onze mensen komen uit de omgeving, en we hebben ook klandizie in deze omgeving.'

Behalve een eigen kantoorpand met productiehal beschikt SEW Eurodrive over circa 30.000 m² terrein en gebouwen, die deels worden verhuurd. Vorig jaar kocht het bedrijf nog 10.000 m² naastgelegen grond en verbouwde dit tot parkeerterrein voor 120 auto's. 'Dat is een strategische keuze', legt Moree uit. 'Wij kijken zeker dertig jaar vooruit. Mochten we in de toekomst uit willen breiden dan hebben we voldoende ruimte. De carports zijn trouwens voorzien van zonnepanelen en rondom het parkeerterrein hebben we groene stroken met bomen aangelegd. We zijn dus ook met vergroening bezig. Maar op onze eigen manier, we wachten niet op collectieve beslissingen.'

ELEKTRISCHE FIETSEN

Zelf doen. In overleg met buurbedrijven en altijd in afstemming met de gemeente. Dát is de stijl van SEW Eurodrive. Ze schaffen liever zelf elektrische fietsen en regenjassen aan voor hun personeel dan dat ze een gezamenlijke shuttlebusdienst opzetten met ver-



schillende bedrijven. 'Dat gaat niet werken voor ons. Zo'n bus rijdt dan net weer een onhandige route of op ongunstige tijden voor onze medewerkers, die juist heel flexibel hun werktijden kunnen invullen. En als de gemeente komt met een gezamenlijk project voor bijvoorbeeld zonnepanelen, dan duurt het te lang of het past niet bij wat wij zoeken. We houden het graag in eigen hand, maar overleggen natuurlijk wel met burens en gemeente. Zoals je dat thuis ook zou doen als je je garage gaat verbouwen.'

AANPAK OVERLAST

Uiteraard is ook SEW Eurodrive gebaat bij een aantrekkelijk en veilig bedrijfsgebied. Maar als bedrijf heb je weinig grip op de openbare ruimte, erkennen beide heren. 'Voor de infrastructuur, het onderhoud en de aanpak van overlast, zijn we afhankelijk van de overheid', zegt Moree. 'De ervaring leert dat gemeentelijke oplossingen traag tot stand komen. Gelukkig hebben we de stadsmarinier en Team Galatee. Zij zitten daar bovenop.' Verschuren: 'Mooi dat er nu een bedrijvenraad is die de gemeente adviseert, maar wat kan die feitelijk doen? Je hebt toch iemand nodig die namens de overheid direct op kan treden.'

LANGETERMIJNVISIE

Inhoudelijk zijn Verschuren en Moree zeker niet tegen de gebiedsvisie die er nu ligt. 'De onderwerpen zijn voor iedere ondernemer belangrijk', stelt Verschuren. 'De vraag is of je een gezamenlijke visie nodig hebt voor de ontwikkeling van het hele gebied. Daar ben ik sceptisch over. Ik denk dat elk serieus bedrijf een langetermijnvisie heeft waarin vanzelf de speerpunten uit de gebiedsvisie terugkomen. Bedrijven die van dag tot dag leven redden het meestal niet zo lang. Samenwerken met bedrijven die dezelfde belangen hebben is prima. Maar we gaan niet afwachten totdat iedereen op één lijn zit.'



SEW
EURODRIVE

Vaart in gronduitgifte en bouwactiviteit

Er zit vaart in de gronduitgifte in de Spaanse Polder en er wordt veel gebouwd. Dat betekent dat ondernemers vertrouwen hebben in de toekomst van het gebied. Wat gebeurt er zoal?

- Achter de Tollensfabriek breidt specialist in metalen gevelbekleding Aldowa uit. Op het moment wordt de grond gesaneerd en opgehoogd.
- Euro Caps wil zijn productiecapaciteit opschroeven en sloeg in augustus de eerste paal voor hun derde fabriek. Inmiddels is de bodem geplaatst.
- Aan de Vlaardingweg 51-55 is gestart met de eerste fase van de nieuwbouw van de Groothandelsmarkt.

Verwachte oplevering staat gepland in de loop van 2021.

- Op de rechthoek van de Vliststraat-Keersopstraat-Overschieseweg, nu nog lege kavels, wordt in het voorjaar gestart met de bouw van hoogwaardige bedrijfsruimten.
- Op de hoek van de Industrieweg en Vlaardingweg wordt een kavel bouwrijp gemaakt voor bouwgroothandel Arsenius.
- In het oude Van Dijk-pand (aan de A20) zijn de vloeren versterkt zodat ze ook de Bentleys, de Porsches en de Lamborghini's van PON Luxury cars kunnen dragen, die er in de etalage zullen schitteren.

Black spot aangepakt

Op het kruispunt van de Matlingeweg en de Linschotenstraat gebeurden de afgelopen tijd opvallend veel verkeersongevallen met letsel. Het kruispunt krijgt daarom de dubieuze kwalificatie black spot.

Om de verkeersveiligheid op het kruispunt te verbeteren test de gemeente in het najaar een maatregel die ongelukken moet vermijden. Uit onderzoek blijkt dat het vaak gaat om zogenaamde afdekongevallen, situaties waarbij het zicht van de bestuurders wordt ontnomen door andere voertuigen. Daarom is nu de doorsteek in de middenberm van de Matlingeweg afgesloten, met een stalen barrière, zodat er geen overstekend verkeer meer is.

Tegelijkertijd moeten bedrijven ook met die maatregel goed bereikbaar blijven en moeten ook hulpdiensten daarvan geen hinder ondervinden. We horen graag wat u van deze oplossing vindt. Meld het aan team Galatee7
dj.heijkoop@rotterdam.nl.



BEDRIJVENRAAD SPAANSE POLDER

DOORSLAGGEVENDE STEM BIJ ONTWIKKELING INDUSTRIEGEBIED



Sinds begin dit jaar is de Bedrijvenraad Spaanse Polder in oprichting. ‘Met de Bedrijvenraad krijgen de ondernemers een doorslaggevende stem bij de ontwikkeling en de toekomst van het grootste aaneengesloten industriegebied van Europa’, zeggen Frank Kapsenberg en Mehmet Kolay, allebei lid van deze bedrijvenraad.

Frank Kapsenberg, voorzitter van de ondernemersvereniging Spaanse Polder (ovsp), schetst een korte voor geschiedenis: ‘Een van de problemen in de Spaanse Polder was dat een structurele aanpak op het gebied van veiligheid en onderhoud aan groen en wegen heel lang ontbrak. Daar wilden we verandering in brengen. Met de ovsp hebben we al jarenlang aangedrongen op structuur.’

De grote ommekeer kwam in mei 2016, toen burgemeester Aboutaleb besloot een stadsmarinier voor het industriegebied aan te stellen. Een superambtenaar met vergaande bevoegdheden en een directe lijn met de burgemeester. ‘Sindsdien is er vanuit de overheid veel geïnvesteerd in de polder’, vindt Kapsenberg. ‘De gemeente stak extra energie in onderhoud van het groen, de infrastructuur en ging strenger handhaven. De stadsmarinier betrok met een aantal collega’s een pand in het gebied – op de Galateestraat 7. Met dit *Team Galatee 7* was de gemeente weer zichtbaar in Spaanse Polder. Er volgde een groot aantal integrale controles bij bedrijven, die politie, douane, milieudienst en het openbaar ministerie gezamenlijk uitvoerden. Ondernemers die ondermijnende activiteiten ontplooiden, kozen veelal eieren voor hun geld en verdwenen.’

NIEUWE STAP

‘Nu de basis steeds beter op orde komt, staan we aan de vooravond van een nieuw tijdperk’, vult Mehmet Kolay aan. ‘Er ligt nu een gezamenlijke gebiedsvisie Spaanse Polder 2035 “De groene longen van de Rotterdamse Economie”. We willen dat de ondernemers de toekomst van het gebied gaan bepalen, door goede

afspraken te maken met de gemeente. We willen niet weer overgeleverd zijn aan de grillen van de politiek.' In 2018 verscheen al het visiedocument 'Spelen om te winnen', waarin de georganiseerde ondernemers in de Spaanse Polder hun gewenste koers uiteenzetten. Samenwerking met overheid en onderwijsinstellingen staan hierin centraal. 'Daarin stelden we ook voor een betaalde kracht aan te stellen, die namens de ondernemers alle relevante overleggen bijwoont. Dat is Dennis Houkes geworden. De oprichting van de bedrijvenraad is een nieuwe stap naar een mooie toekomst voor de Polder.'

Hieronder geven **Frank Kapsenberg** en **Mehmet Kolay** om en om antwoord op een aantal brandende vragen over de Bedrijvenraad Spaanse Polder.

WAT IS HET DOEL VAN DE BEDRIJVENRAAD?

Kapsenberg: 'Met de Bedrijvenraad willen we invloed uitoefenen op het beleid van de gemeente in ons gebied. We geven het college gevraagd en ongevraagd advies met een slagvaardig en toegewijd team van ondernemers. Daarnaast borgen we ook de uitvoering van het beleid door goede afspraken met de gemeente te maken.'

WAT IS DE POSITIE VAN DE BEDRIJVENRAAD TEN OPZICHTE VAN DE GEMEENTE?

Kolay: 'We zijn formeel een adviesorgaan. De tijd zal uitwijzen wat onze invloed precies zal zijn. De gemeente en de ondernemers respecteren elkaar en hebben elkaar nodig. We hebben alle vertrouwen in een goede samenwerking.'

MAAKT DE BEDRIJVENRAAD DE BELANGENVERENIGINGEN IN HET GEBIED OVERBODIG?

Kapsenberg: 'Nee, zeer zeker niet. De Ondernemersvereniging Spaanse Polder (ovsp), businessclub de Spaanse Grave, het Rotterdams ondernemers belang (rob), de VanNelle businessclub, zijn er ook voor de

sociale contacten. Daarnaast houdt de ovsp twee keer per jaar een schouw en lobbyt ook buiten de Polder. De ovsp heeft bovendien een app ontwikkeld waarin ondernemers met elkaar contact kunnen hebben en waarmee we snel peilingen onder ondernemers kunnen verrichten.'

HOE VERZAMELT DE BEDRIJVENRAAD DE MENINGEN VAN ONDERNEMERS DIE GEEN OVSP-LID ZIJN?

Kolay: 'Dennis Houkes is gebiedsmanager namens de ondernemers én adviseur van de Bedrijvenraad. In die rol haalt hij informatie op en deelt die. Verder kan iedere ondernemer "inspreken" in vergaderingen van de Bedrijvenraad.'

We geven het college gevraagd en ongevraagd advies

HOE ZIJN DE LEDEN VAN DE BEDRIJVENRAAD GEKOZEN?

Kapsenberg: 'We zijn aangedragen door Team Galatee 7. Er zijn overigens nog vacatures. We streven naar een goede mix van afgevaardigden van kleine en grote ondernemingen vanuit verschillende branches.'

WAT HEB IK ALS ONDERNEMER AAN DE BEDRIJVENRAAD?

Kolay: 'De bedrijvenraad streeft naar een betere polder, daar heeft iedere ondernemer iets aan. De aantrekkelijkheid van de polder brengt meerdere voordelen met zich mee, onder andere: de waarde van je vastgoed stijgt en meer mensen die in de polder willen werken. Ook scholingsmogelijkheden zijn belangrijk. Er is veel diversiteit in het gebied en er zijn veel verbindingen met scholen en andere onderne-



Leo Kool

Pieter van Klaveren

Cok Verkleij

Frank Kapsenberg

Michel Driessen

Lützen Brink



Mehmet Kolay

mers te leggen. Kijk, een ondernemer onderneemt. De meesten vinden het fijn dat er een kleine club ondernemers is die allerlei zaken voor hen regelt.'

WAAR PRATEN JULLIE OVER?

Kapsenberg: 'De afgelopen keren ging het nog voornamelijk over de structuur, de statuten en andere organisatorische zaken. Maar ook over hoe we onze toekomstvisie kunnen verwezenlijken en wat ieders taak daarbij is.'

WAT DRIJFT JULLIE OM IN DE BEDRIJVENRAAD PLAATS TE NEMEN?

Kolay: 'De autobranche is een heel belangrijke sector in de Polder. Ik vind dat die zeker vertegenwoordigd moet zijn. Verder wil ik de kloof tussen school en praktijk verkleinen.'

Kapsenberg: 'Door lid te zijn krijg je een goed inzicht in de samenhang tussen bedrijven en gemeente. Daarnaast wil ik bijdragen aan de gemeenschap; ik ben van de verbinding. Als je allemaal alleen maar voor je eigen postzegeltje wilt zorgen, komen we niet verder. Hoe beter je de polder leert kennen hoe meer je erachter komt welke fantastische bedrijven er zijn. En daar kun je je voordeel mee doen.'

Kolay: 'Tachtig procent van wat je voor je bedrijf nodig hebt, kun je hier om de hoek halen.'

WAT IS JULLIE BELANGRIJKSTE BOODSCHAP AAN ONDERNEMERS?

Kapsenberg: 'Laat je stem horen. Nu is het moment om echt invloed uit te oefenen op wat er in ons ondernemingsgebied gaat gebeuren. Onze kracht is een brede vertegenwoordiging van ondernemers in het gebied.'

LEDEN BEDRIJVENRAAD

Pieter van Klaveren

(technisch voorzitter tot 31-12-2020)

Edwin van Schajik, *dga Van Nelle fabriek*

Martin Marquering, *directeur Caldic Techniek*

Jan Boom, *dga Aldowa*

Michel Driessen, *CEO Verstegen Spices & Sauces*

Cok Verkleij, *dga Buitendijk Maaltijden b.v.*

Mehmet Kolay, *dga Stahliecam Automaterialen*

Leo Kool, *dga dmdesk*

Frank Kapsenberg, *dga Kapsenberg van Waesberge, print media services en voorzitter OVSP*

GEBIEDSMANAGER NAMENS DE BEDRIJVEN

Dennis Houkes, *adviseur*

GEMEENTELIJKE ONDERSTEUNING

John Ringeling,

gebiedsmanager gemeente Rotterdam (secretaris)

Jenny Fix, *rayondirecteur gemeente Rotterdam (ambtelijke ondersteuning budgetten)*

Otto Zwetsloot, *wijkmanager Spaanse Polder, gemeente Rotterdam*

Op de foto van de ontbreken

Edwin van Schajik, Martin Marquering en Jan Boom.

Lützen Brink heeft inmiddels de Bedrijvenraad verlaten.

**ESTHER LAGERWEIJ
VAN JACKY'S LUNCH-
CAFÉ:**

'ONDERNEMERS HELPEN ELKAAR IN SLECHTE TIJDEN'



'Zo. Paar weken vrij. Dat was mijn eerste gedachte toen ik half maart voor de tv zat en hoorde dat alle horecabedrijven moesten sluiten', vertelt Esther Lagerweij van Jacky's Lunchcafé. 'Een later drong de ernst van de mededeling wel tot me door. We hebben met het personeel om de tafel gezeten en ons afgevraagd wat we wél konden gaan doen. We besloten de binnenboel te gaan schilderen. Bianca Bos van Bloemsierkunst Fleuraison heeft de zaak opnieuw gedecoreerd, met onder andere een zwevende berk in het midden van de lunchroom.

DRIVE THRU

Verder ontstond het idee om een drive thru te maken. Een goede klant van ons, wegenlijnbedrijf Markeer uit Schiedam, heeft ons daarbij belangeloos geholpen met borden en belijning op de parkeerplaats. Zo zie je ook de positieve kant van een crisis: ondernemers helpen elkaar in slechte tijden. Want dat zijn het natuurlijk wel. We kunnen nu binnen slechts de helft van de mensen ontvangen. En omdat er vanwege alle thuiswerkvoorschriften geen vergaderingen bij bedrijven waren, viel de catering ineens terug van zo'n 300 broodjes per dag naar nul. We hebben allemaal korter of minder gewerkt.'

ZES EXTRA CORONAPROOF PLEKKEN

Gelukkig had Esther een spaarpotje aangelegd en kon ze gebruik maken van de NOW-regeling. 'Maar twee grotere investeringen, een uitbreiding van het terras en een bedrijfsauto, heb ik op de wat langere baan moeten schuiven. Wat we wel hebben gerealiseerd, zijn drie tweepersoons kassen op het terras. Zes extra coronaproof plekken, waar je onder de bomen - en dus niet te warm - gezellig kunt lunchen. Daar hebben we al veel positieve reacties op gekregen.' Gelukkig merkt Esther dat het steeds drukker wordt en dat het bezoek zich meer verspreidt over de dag. 'Dat is heel prettig om te constateren. Ik hoop wel dat de tweede lockdown niet te lang duurt.'



***Hoe beleefden ondernemers in de polder de corona-tijd?
Werden ze vol getroffen? Of bracht de crisis
juist een onverwachte wending teweeg?***



RENÉ STOUT VAN STOUT PERSPEX:

'DE BESTE RAAD IS VOORRAAD'

Waar veel bedrijven het moeilijk hebben tijdens de coronacrisis, zag Stout Perspex zijn omzet flink toenemen. Het is bijzonder dat dit materiaal, perspex dus, in crisistijd als oplossing naar boven komt, vindt directeur René Stout: 'Eerst in de oorlog, toen het gevechtspiloten bescherming bood tegen kogelinslag en nu beschermt het tegen een virus.'

SOCIALE HART

De perspex-spatschermen waren de afgelopen tijd niet aan te slepen. Hoe verliepen die hectische maanden? René: 'Binnen een dag hingen de grote petrochemische jongens uit de haven al aan de telefoon. Zij wilden zowat de hele voorraad kopen. Vrijwel tegelijkertijd kwamen de ziekenhuizen, tandarts- en huisartsenpraktijken en politiebureaus. Mijn sociale hart klopte sneller bij de laatstgenoemde klantgroepen. Als die mensen van dit product afhankelijk zijn, dan moet ik het daar leveren, dacht ik. Dus ik besloot hen voorrang te geven, het sociale hart moet dan spreken.'

60% PRIJSSTIJGING

Kón je wel leveren? 'Eén van mijn lijfspreuken is "de beste raad is voorraad", al zal een boekhouder daar anders over denken. Er was in de markt geen vierkante centimeter meer te koop. Dankzij de 70-jarige relatie met onze fabriek heb ik gelukkig nog materiaal extra kunnen inkopen.' René koopt de kunststof van een fabriek in het Verenigd Koninkrijk. In de Bornisestraat worden de platen met lasers gesneden en op maat gemaakt. 'De inkooprijzen stegen soms wel met 60%. Gelukkig heb ik ook de slaggers en de bakkers in de regio nog kunnen bedienen. Bedrijven



uit verre oorden zoals Groningen, België, Duitsland, Spanje en het Verenigd Koninkrijk, heb ik beleefd moeten teleurstellen.'

NOS JOURNAAL

De aanpak van Stout Perspex bleef niet onopgemerkt in de media en kreeg zelfs landelijke bekendheid. Het NOS Journaal kwam filmen en René kreeg in de talkshow M, van Margriet van der Linden, zelfs een lintje voor zijn sociale aanpak. Dat vond hij achteraf toch eigenlijk 'best leuk'. Vooral de maand april was volgens René een rit in een achtbaan. 'Helemaal toen ik volgens de RIVM-richtlijnen twee – van de tien – medewerkers naar huis moest sturen, omdat zij lichte verkoudheidsklachten hadden. Het hele team heeft zich zeven dagen per week een slag in de rondte gewerkt om aan alle klantvragen te voldoen.'

**MARTIJN REIJERSE,
DEVELOPER EN SALES
MANAGER BIJ IVALDI:**

'HET CREATIEVE PROCES WERKT BETER ALS JE BIJ ELKAAR ZIT'

Ivaldi levert maatwerk-internetoplossingen, mobiele apps en websites. 'Dat doen we voor grote en kleine klanten uit heel het land, vanuit de benedenverdieping van de Vlasfabriek aan de Overschieweg', vertelt Martijn. Na de eerste coronapersconferentie zijn alle zeventien medewerkers thuis gaan werken. 'Af en toe ging er iemand naar kantoor. Even checken of alles oké was en om de schoonmaakdienst binnen te laten. Sinds half juli zijn we weer wat regelmatig in de Vlasfabriek.'

Hoe is het thuiswerken bevallen? 'Goed, voor een deel. Je ziet dat iedereen zijn verantwoordelijkheid neemt. Toch vind ik het communiceren via chat en videoconferentie niet ideaal. Brainstormen gaat echt veel beter als je met elkaar in één ruimte bent en je vrijuit kunt spreken. En als twee mensen tegelijk praten, kun je dat live nog wel volgen, maar online gaat dat slecht. Het creatieve proces werkt beter als je bij elkaar zit, vind ik. Aan de andere kant, als je een applicatie moet bouwen, dan is thuiswerken ideaal. Je kunt langer ongestoord en geconcentreerd doorwerken. We denken er nu over na of we thuiswerkmogelijkheden in bepaalde situaties gaan uitbreiden, waardoor we ons werk efficiënter kunnen indelen.'

EVENWICHT

Last van omzetverlies had Ivaldi niet. Martijn: 'De opdrachten van klanten in de evenementenbranche vielen weg. Maar de klant voor wie we een webwinkel beheren voor digitale telefonie en randapparatuur, had ons juist extra nodig. Het een hield het ander in evenwicht.'



CHECK
DIT!**Natuurlijke grasmaaiers**

Een paar keer per jaar leidt schaapherder Martin Oosthoek zijn kudde over de Doenbrug naar de Spaanse Polder. De schapen houden het gras op de dijken en langs het water kort. NON-STOP spreekt Martin, ook kort. 'Op mijn veertiende kreeg ik mijn eerste schapie', vertelt hij. 'Ik werkte bij een tomatentuinder die ook schapen hield. Hij vroeg me of ik een verstoten lam met de fles wilde grootbrengen. Toen sloeg de vonk over en kocht ik voor de hobby tachtig schapen. Daarna besloot ik van mijn hobby mijn beroep te maken. Nu heb ik een begrazingsbedrijf (vof), met zes kuddes van 250 schapen, en vijf herders in dienst.' Nog één vraag: die vlek op hun kont...eeh...' De rammen krijgen een tuigje om met een vetkrijt onder de buik. Elke week een andere kleur. Als zij de schapen dekken komt die kleur op de kont van de ooi en weten wij wanneer ze gaan lammeren.'

Foto Martin van Welzen





HET WIELEN- EN BANDENHUIS



**Zwenkwielen, bokwielen, meubel-
wielen, luchtbandwielen, zwaar-
lastwielen, hittebestendige wielen,
ziekenhuisbedwielen, ladderwielen
of groefwielen? Je kunt het zo gek
niet bedenken; Richard Punt heeft
ze, in alle soorten en maten.**



Beschrijf je doorsnee klant...

‘Die is er niet. De ene klant komt hier in zijn werkkloffe, de ander in driedelig pak. Ze komen vanuit allerlei branches. Van interieur- en decorbouwers tot ziekenhuispersoneel, bakkers en musici. Of senioren die een mankement hebben aan hun rollator of rolstoel. En bedrijven in de straat van wie een steekwagen of kar slecht loopt.’

En zij gaan allemaal weer tevreden naar buiten?

‘Jazeker. Het grote verschil met onze concurrenten is dat we altijd meedenken en dat we een showroom hebben. Klanten vinden het belangrijk dat ze kunnen zien en voelen wat ze kopen. We laten hen graag zien op welke manier wieltjes voor flightcases of verrijdbare magazijnstellingen kunnen zwenken, welke ziekenhuisbedwielen géén strepen op de vloer achterlaten en hoe hittebestendige wieltjes voor bakkerij-ovens eruitzien.’

Meest bijzondere klant?

‘De Rotterdamse meester-illusionist Christian Farla. Met onze wieltjes heeft hij een mechanisme bedacht waardoor zijn acts een groot succes zijn. Maar ook een wiel voor een waterzuiveringsinstallatie van drie meter doorsnee, was een bijzondere opdracht.’

Hoe ben je deze wereld ingerold?

‘Mijn opa nam in 1957 het bedrijf over van G. Vergeer. We verhuisden in 2009 van de Benthuiserstraat naar de Kiotoweg. Ik zat nog op school toen de vraag werd gesteld: ga jij de zaak in? Ik zei ja. En ben de derde generatie.’

Wat is er leuk aan wielen?

‘De techniek schrijdt voort. Innovaties blijven komen. Er worden steeds betere kunststof wielen gemaakt die tegen steeds hogere temperaturen kunnen, grotere lasten kunnen dragen, sneller kunnen draaien of de loopweerstand verlagen.’



Wees slim, gebruik Glim





Van 1927 tot 1970 was aan de Overschieeseweg de NV Glimfabriek gevestigd. Bij Glim werden allerlei poetsmiddelen gemaakt, zoals schoen-crème, meubelwas en schuurpoeder. Op deze foto uit 1951 vullen medewerkers tubes met kachelpasta 'Kacheline'.

De slagzin 'Wees slim, gebruik Glim' werd door de Rotterdamse jeugd stevast aangevuld met 'Wees slimmer, koop het nimmer'.

OP DE KOFFIE BIJ EURO

In acht jaar tijd is Euro Caps marktleider geworden in koffiecapsules voor Nespresso®-machines. Het bedrijf levert de capsules in bijna veertig landen en beschikt over een schat aan kennis over koffie en het verpakken ervan in capsules. NON•STOP doet een bakkie met CEO Nils Clement, die de bedrijfsvoering en het productieproces toelicht.

REPORTAGE



‘Het mooie van koffie is dat het een natuurproduct is. Een bessensoort die met veel liefde en kennis wordt verbouwd en behandeld. Dankzij track & trace-systemen weten we precies van welke farm of regio onze koffie komt.’

COWBOYTIJD

Euro Caps is begonnen in 2012. ‘Het patent van Nespresso® liep af. Daardoor konden we caps onder private label gaan produceren. In het begin was het een cowboytijd. We sliepen in het magazijn en werkten soms hele nachten door. Testen en nog eens testen, van koffieblends, -caps en -machines.’

TEGENSLAG

‘In februari 2013 kregen we opeens klachten uit het buitenland dat de caps niet goed pasten. Bleek dat de Nederlandse apparaten – en daar hadden we alles op getest – net iets anders waren dan de buitenlandse. Er zat niets anders op dan alle producten terug te halen. Dat betekende bijna het einde van het bedrijf. Gelukkig konden we de bank overtuigen van onze zakelijke potentie, waardoor we verder konden.’

SUCCES

In september 2013 volgde een herstart, die zich al snel uitbetaalde. ‘In 2014 verscheen er in het blad van de consumentenbond een test van koffiecaps. Daar werden we eerste, en versloegen we dus Nespresso. Wat ik daarvan leerde? Nooit opgeven. Inmiddels produceren we op onze tweede fabriekslocatie Dolce Gusto® compatibele capsules. Dat zijn caps voor de speciale koffies, met twee capsules, eentje met koffie en eentje met melkpoeder waarmee je bijvoorbeeld cappuccino’s kunt bereiden.’ Op 25 augustus 2020 werd de eerste paal geslagen van de derde Euro Caps-fabriek. ‘De nieuwe locatie is noodzakelijk voor extra capsuleproductie en logistieke uitbreiding. Net als in onze tweede fabriek gaan we in de derde vooral Dolce Gusto® compatibele capsules maken.’

CAPS



MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD

‘Op de lange termijn zal de composteerbare cap het winnen van de huidige aluminiumversie. Alleen nu is het nog te duur. Het aluminium wordt gerecycled, maar het kost ook veel energie om aluminium te verzamelen, het naar een recycle-installatie te rijden en het om te smelten. Andere MVO-activiteiten? We zijn sponsor van een WNF-project in Brazilië en de koffie die we gebruiken is Fairtrade-, UTZ- of Rainforest Alliance-gecertificeerd. We produceren zo energiezuinig mogelijk; een paar jaar geleden zijn we volledig overgegaan op groene stroom. Voor onze medewerkers zijn vitaliteitsprogramma's beschikbaar.’

DRIJFVEER EN LEIDERSCHAP

‘Het geeft een kick als je in een Amerikaanse supermarkt loopt en je jouw product ziet liggen. Maar het mooiste vind ik dat je met een enthousiast team groei kunt realiseren. Ik krijg veel energie van onze medewerkers. Onze instelling? Kan niet bestaat niet, eigenzinnig, creatief en ondernemend. Mijn leiderschapsstijl is dienend. Ik ben een bottom-up CEO, die zorgt dat de driehonderd medewerkers hun werk goed kunnen doen. Op het moment werken er ongeveer 200 medewerkers in de fabrieken en 100 op kantoor, waaronder procestechnologen en een groot aantal research & development-medewerkers die nieuwe blends, capsules, ingrediënten en verpakkingen ontwikkelen. We creëren kansen en geloven in talent. Een paar jaar geleden zijn we onze Euro Caps-academy gestart, waar medewerkers opleidingen kunnen volgen. Per jaar hebben we ongeveer acht stagiairs op verschillende niveaus.’

Koffie-leut

- 84% van de Nederlanders drinkt koffie.
- Per persoon drinken zij gemiddeld 148 liter koffie per jaar.
- 1/3 van hen bereidt koffie met pads of cups en gebruikt er daarvan drie per dag.
- Dat zijn 1.095 cups per persoon, per jaar.
- Koffiebonen (bessen) van dezelfde plant worden in een verschillend tempo rijp en moeten dus op verschillende momenten geplukt worden.
- Een aangebroken pak filterkoffie bewaren in het pak met een wasknijper erop? Slecht idee. Zuurstof en koffie zijn vijanden. Komt er zuurstof bij de koffie dan tast dat binnen 24 uur de smaak aan. Koffie in caps blijft zeker een jaar lang vers.



Het productieproces in zes stappen:

1 • GRONDSTOFFEN

'Wat we nodig hebben? Capsules (veelal aluminium), pallets, karton, wraps, aluminiumfolie en natuurlijk koffiebonen. De bonen betrekken we voornamelijk van onze roasting partners in Nederland en Engeland. Ze worden onder andere gebrand in Dordrecht. Het branden is een precies proces waarbij temperatuur en tijd kritieke factoren zijn om de intrinsieke eigenschappen van de boon volledig tot zijn recht te laten komen. Elke soort boon heeft zijn eigen specifieke brandingsproces.



2

2 • VULLIJN

Aan het begin van de vullijn staan de caps links verticaal opgesteld. Er gaan miljoenen capsules per jaar door onze vullijnen.

3 • MALEN

Daarna worden de bonen gemalen. Dit proces zorgt ervoor dat de aroma's vrijkomen. Het malen gebeurt in een soort drietrapsraket met roller grinders, onder supervisie van een laser-analyser. Om de juiste kwaliteit te kunnen garanderen, wil je zoveel mogelijk controle over je eindproduct. Voor iedere soort koffie geldt een andere maling en een andere dichtheid. Naast de maalgraad zijn ook de blend, de brandkleur, de vochtigheid en het tempo van het malen en de doorstroomsnelheid bepalend voor de smaak.

4 • DOSEREN

De vulmachine vult 720 caps per minuut. Dat komt neer op 2,5 miljard caps per jaar. Belangrijk is ook de dosering, de hoeveelheid aan gemalen koffie die in de cap gaat. Te vol of te leeg is niet goed. De juiste hoeveelheid verschilt per soort. Camerasystemen controleren of de cap juist en vacuüm is afgevuld. De topseal, die de gelamineerde aluminium cap hermetisch afsluit tegen licht, lucht en vocht, wordt op de rand van de cap gesmolten.





3



4



5



6

5 • INPAKSTRAAT

De juist afgevulde en gesealde caps komen vervolgens in de inpakstraat, waar robotarmen de cups grijpen en in doosjes pakken, die vervolgens in een grotere doos verdwijnen. Die gaan weer op een pallet naar het magazijn en worden klaargezet voor transport.

6 • TRANSPORT

Het transport gebeurt met vrachtwagens die zowel naar het binnen- als buitenland rijden. Je ziet de producten van Euro Caps in winkels als Lidl en Tesco in ongeveer veertig verschillende landen.

.....

MARLIES MULDER:

'DE POLDER IS GEWOON EEN HEERLIJK KLOPPEND STUK ROTTERDAM'

In de gebiedsvisie voor Spaanse Polder is branding als speerpunt benoemd. Want een sterk profiel en aantrekkelijk imago zijn nodig om het gebied tot een succes te maken.

Wat Marlies Mulder betreft, directeur van DZP en deskundig in gebiedsontwikkeling en -verbetering, begint die branding met het benoemen van de huidige identiteit van het gebied. 'Er zijn hier ontegenzeggelijk echt grote pluspunten.'

Marlies Mulder is van huis uit econoom en geograaf en ontwikkelde zich tot beroeps-netwerker en -belangenbehartiger. Haar bedrijf DZP is een intermediair tussen bedrijfsleven en overheid. 'We bedenken slimme oplossingen voor publiek-private uitdagingen en helpen opdrachtgevers deze succesvol in de praktijk te brengen', zegt Marlies. In gebiedsontwikkeling en -verbetering voelt zij zich al jaren thuis. Jarenlang was

ze secretaris van de ondernemersvereniging Noord-West, nu van ondernemersvereniging Spaanse Polder. Ze kent het gebied dus door en door en heeft in die periode flink wat zien veranderen. 'Pas in de afgelopen jaren zijn we ons vragen gaan stellen als: waarom vestigen bedrijven zich nu eigenlijk op Spaanse Polder? Wat is nu het onderscheidende vermogen van de Polder? Dat zijn belangrijke vragen als je je als bedrijventerrein wilt *branden*.'

BOTTOM-UP

Marlies heeft een genuanceerde blik op de Spaanse Polder. Haar hart ligt overduidelijk in het gebied, maar ze kent ook de rotte plekken. 'Het verhaal van Spaanse Polder – ofwel de branding – moet geen politiek correcte wensdroom worden. Daarom vind ik het goed dat de gebiedsvisie door de ondernemers zelf is ontwikkeld. Het bijpassende verhaal over identiteit en branding moet je op dezelfde manier, bottom-up, vormgeven. Als je de ondernemers serieus neemt, krijg je een authentiek verhaal en een verhaal dat leeft voor iedereen. Als het verhaal ergens op een gemeentekantoor of een reclamebureau wordt bedacht, en het past niet bij het ondernemers-dna, gaat het niet leven en wordt het niks. Maar op het moment dat je een visie hebt die vanuit de ondernemers komt, weet je zeker dat de basis wordt gedragen.'

PLUSPUNTEN

Er zijn genoeg mooie verhalen over Spaanse Polder te vertellen, vindt Marlies. 'Er moet nog een hoop gebeuren in het gebied, dat is zeker. En de meningen over de prioriteiten daarin lopen uiteen. Maar de hoofd-

structuur ziet er goed uit. Er zijn hier ontegenzegglijk echt grote pluspunten. Het is een groot gebied met milieucategorie 5+, waarin goed wordt samengewerkt tussen de ondernemers. Je vindt er grote productie-bedrijven, ambachtelijke bedrijven, maar ook een accountantskantoor. Die diversiteit vind ik mooi, net als het streven van de productie- en de technologische bedrijven om eigen bedrijfsscholen op te zetten, voor de vakmensen van morgen. Er is een enorme focus op veiligheid, met stevige back-up van de burgemeester. En Rotterdam is als stad gewoon hip & happening, met een heel mooie mix van allerlei sectoren. En de problemen die er in de stad zijn? Die vind je in elke wereldstad terug.'

RAFELRANDJES

'Die polder is gewoon een heerlijk kloppend stuk Rotterdam', vervolgt Marlies. 'Uit de grond gestampt met staal en beton, als Rotterdammer krijg je er een brok van in je strot als je er bent. Net als wanneer je over de Van Brienenoordbrug de stad in rijdt en de stad ziet liggen, da's ook zo'n "wow-moment". Er zijn rotte plekken, maar ook heel mooie stukken. Los daarvan vind ik het fijn om in een grote stad wat "rafelrandjes" te houden. Daarin ontstaan soms heel creatieve ideeën. Zoals jonge ondernemers die experimenteel met behulp van pyrolyse de olie uit autobanden terugwonnen. Als die dat niet hadden kunnen doen op een terrein waar er wel vaker rare luchtjes zijn, was dat hele procedé nooit ontdekt. Sommige dingen gebeuren in een clean laboratorium, en sommige dingen gebeuren in de Spaanse Polder. Dat is toch ook mooi?'



De straatnamen in de Spaanse Polder zijn niet zo maar gekozen. Waar komen die straatnamen vandaan? Deze keer richten we de straat-lantaarn op de Thurledeweg.



Thurledeweg



In de loop van de eeuwen is er heel wat heen en weer gesteggeld over de hedendaagse naam Thurlede. Wat als een paal boven water staat is dat de Thurlede een waterloop was. In oude Latijnse geschriften wordt de Thurlede omschreven als een riviertje en soms als sloot, die langs de Harreweg in Schiedam loopt, of zou hebben gelopen. Dat laatste – sloot – lijkt het meest waarschijnlijk omdat een lede een ander woord is voor gegraven water. Andere onderzoekers zijn van mening dat de Slimme wetering eerder Thurlede heette. De ene geschiedschrijver beweert dat de Thurlede ook wel Harg werd genoemd. Weer een ander zegt dat Thurlede en Harg twee aparte delen van de grens waren tussen verschillende tiendgebieden. Nee, zegt een vierde: Thurlede is een oude naam voor het geheel aan ledes in het gebied.

BUNKER

Het markantste gebouw aan de Thurledeweg is zonder twijfel het voormalige hoofdkantoor van de Rijksverkeersinspectie. Nog markanter is wat er zich onder dat gebouw bevindt: een atoombunker. De schuilplaats is gebouwd in 1971 toen de Koude Oorlog nog in volle gang was, en gesloten na de val van de Berlijnse muur in 1989. Zou er een atoomoorlog uitbreken, dan moesten rijksambtenaren door kunnen werken. Daarom beschikte elk rijksoverheidsgebouw over zo'n schuilplek. Het bouwwerk beschermt tegen gifgassen en radioactieve straling.

SIGARENPEUK

Een paar enthousiaste Rotterdammers hebben de bunker en alle inventaris in oude glorie hersteld en er een museum van gemaakt. Toenmalig burgemeester Ivo Opstelten verzorgde de opening in 2003. Voor de show heeft hij toen in de 'burgemeestersbrits' gelegen en zijn sigarenpeuk achtergelaten. Zelfs die peuk is nog te bezichtigen. Ook kijken?

www.bunkerbeheer.nl.

'CIRCULAIRE TERREINEN ZIJN EFFICIËNTER, ECONOMISCHER EN DUURZAMER'

'Als de basis niet op orde is, kan elk plan om een bedrijventerrein te verduurzamen de prullenbak in', vindt Dr. Cees-Jan Pen, specialist in bedrijventerreinen en lector Ondernemende Regio, Fontys Hogescholen. 'Het verbeteren van bedrijventerreinen is een langdurig proces. Het gevaar is dat je op de troepen vooruit gaat lopen.'

In 1996 studeerde Pen af op zijn passie: bedrijventerreinen. Geen alledaagse passie. 'Je mag het ook een afwijking noemen', relativeert de lector. 'Als economisch geograaf in hart en nieren, verdiep ik me in de ruimtelijke landing van bedrijven en hun locatiekeuzes. Bedrijventerreinen zijn dé plekken waar ondernemers ruimte krijgen om te ondernemen. Die terreinen ogen in de regel allerm minst sexy, maar ze zijn wel cruciaal voor de lokale economie. Bovendien heerst er altijd spanning', weet Pen. 'Tussen ondernemers onderling, tussen overheid en ondernemers en vaak zijn er ook nog bewoners betrokken. En dat maakt het thema interessant.'

ESSENTIËLE PLEKKEN

Maar liefst dertig procent van onze economie speelt zich op dergelijke terreinen af, stelt Pen. 'Ze bieden banen voor elke laag van de bevolking. Het zijn dus hele essentiële plekken voor een stad of regio. Toch zie je vaak dat bedrijventerreinen verwaarloosd worden, verouderd zijn en dat het beheer en onderhoud er tekortschiet. Dat is een boeiend gegeven. Eind jaren negentig verschenen er al allerlei rapporten over het verduurzamen van bedrijventerreinen. Maar daar is weinig mee gedaan. Het collectieve geheugen laat ons nog wel eens in de steek. Maar wat er in staat is nog steeds actueel.'

RONKENDE RAPPORTEN

Want de potentie van zo'n gebied wordt volgens Pen nog steeds vaak onderschat. 'Niet alleen de werkgelegenheid die het biedt, maar er is ook een gigantisch potentieel om het klimaatakkoord te halen. Ik zien enorm veel circulaire initiatieven en energie, maar dat

**CEES-JAN PEN**

- 1996** afronding studie Sociale Geografie;
scriptie oude industrieterreinen
Brabant en Limburg
- 2002** promotie 'Wat beweegt bedrijven'
- 2004 - 2009** boek planning bedrijventerreinen
- 2008** nota bedrijventerreinen Zaanstad
- 2015** boek Markt voor bedrijventerreinen
'state of the art-onderzoek'
- 2017 - nu** juryvoorzitter ABN AMRO Circular
Economy Awards



staat in schril contrast met de financiële en politieke aandacht om bestaande bedrijventerreinen beter te benutten. Iedereen wil een circulaire economie, maar tussen beleidsproza, ronkende rapporten en uitvoering gaapt vaak nog een kloof.'

KLEINTJE PILS

De eerste stap in dat proces, Pen noemt dat stap 0, is dat de basis op orde moet zijn. 'De overheid geeft duidelijke kaders waarop ondernemers hun investeringen kunnen inrichten. Bovendien moeten ondernemers samenwerken en zorgen voor een vorm van professioneel parkmanagement, anders kan het mooie plan zo de prullenbak in. Het stimuleren van de betrokkenheid van ondernemers is een moeizaam traject dat met vallen en opstaan gaat. Daarnaast is het goed om een fonds te hebben van waaruit je gezamenlijk zaken kunt realiseren, zoals een afval-ophaaldienst of beveiliging. En dan bedoel ik een substantieel fonds van een paar ton, anders blijft het bij een kleintje pils.'

Maar niet alleen de samenwerking tussen ondernemers onderling is cruciaal, vindt Pen. Ook de samenwerking tussen ondernemers en gemeente en binnen de gemeente is doorslaggevend en moet volgens Pen gericht zijn op het midden- en kleinbedrijf. 'Te vaak worden plannen en projecten over ondernemers heen gestrooid in plaats van deze met ondernemers te bedenken en te bespreken.'

KOPLOPERS

Als de basis eenmaal staat, kun je gaan nadenken over verduurzamen van het terrein. 'Daarbij spelen naast de hoogwaardige technische productiefaciliteiten – er moet natuurlijk geproduceerd worden – ook zachte factoren zoals quality of life, landschapswaarden en vergroening een essentiële rol. En je wilt uiteindelijk naar een circulair bedrijventerrein. Een gebied waarbij reststromen (water, warmte, materiaal) van het ene bedrijf of groep van bedrijven worden hergebruikt

door andere bedrijven. Samenwerkende bedrijven kunnen goedkoper aan materiaal komen zonder nieuwe grondstoffen te verbruiken. Zij geven reststromen een nuttige bestemming terwijl ze besparen op afvalverwerking. Zo worden bedrijventerreinen veel efficiënter, economischer en duurzamer. Alleen moeten die circulaire gedachten wel in het hoofd van de ondernemer en overheden gaan zitten. Daarbij lopen initiatiefnemers het gevaar dat ze op de troepen vooruit gaan lopen, waardoor het concept niet gaat landen. Een advies? Breng afvalstromen in kaart, ook ruimtelijk. En breng koplopers in beeld, zodat iedereen ziet dat er veel te winnen is.'

INSPIRATIE

Bedrijventerreinen zijn cruciaal voor de ruimtelijke vertaling van een steeds circulaarder wordende economie, vindt Pen. 'De ambities en visies voor de Spaanse Polder zijn hoopgevend en eigenlijk de enige weg om aan een groen herstel van ons vestigingsklimaat te werken.'

Sinds een aantal jaren is Pen juryvoorzitter bij de ABN AMRO Circular Economy Award, de prijs voor de beste circulaire werklocaties van Nederland. Afgelopen jaar is deze prijs gewonnen door Industriepark Kleefse Waard, dat duurzame en energie-gerelateerde bedrijven huisvest, faciliteert en met elkaar verbindt. De bedrijven werken samen met de overheid en het onderwijs aan de cleantech campus van de toekomst. 'Doe inspiratie op en ga kijken hoe het daar werkt', adviseert Pen. 'Ga niet zelf het wiel uitvinden.'



SPAANSE PEPPER

Er wordt weer flink gebouwd in de polder. Aan de Industrieweg, bij de Groothandelsmarkt en aan de Schuttevaerweg, tegenover de Van Nelle Fabriek bijvoorbeeld. Daar worden we wel blij van, want dat betekent dat ondernemers en ontwikkelaars vertrouwen hebben in de polder. U voelt een maar aankomen? Ik ook. Ik kijk naar de gezamenlijke visie die gemeente en ondernemers hebben opgesteld en lees: de Spaanse Polder wordt een gebied met energieneutrale gebouwen waar optimaal gebruik wordt gemaakt van circulaire grondstoffen.

Moeten we daar dan niet eens mee beginnen? Want hoe circulair, duurzaam en energieneutraal zijn deze nieuwe bouwsels? Zijn ze gasloos? Kunnen ze flexibel ingezet worden? Komen er zonnepanelen voor een duurzame energievoorziening of hebben ze fotovoltaïsche vensters met zonnecellen? Een groendak? Zijn ze geïsoleerd met afgedankte bedrijfskleding, vlas of schapenwol? Is er milieuvriendelijke niet-giftige verf gebruikt? Worden ze ingericht met stoelen van afvalleer of hennepouw, met tafels van wolfineer of van gerecycled plastic, met lampen van koffiedik en vloeren van afvalhout?

Circulair bouwen vergt een nieuwe manier van denken en werken. Zowel van de klant, als van de ontwerper, de bouwer en de overheid. Wijzen naar de overheid is gemakkelijk. Zij kunnen ondernemers en ontwikkelaars weliswaar steeds meer sturen om duurzamer te worden. Met subsidies enerzijds, en anderzijds met duurzaamheidsvoorwaarden voor nieuwe bedrijven die zich in de polder willen vestigen. De gemeente 'werkt aan de ontwikkeling van een afwegingskader' daarvan. Maar als het kader er is, zijn dan niet alle kavels al uitgegeven en bebouwd?

Hoe zit het met uw intrinsieke motivatie om met uw bedrijf bij te dragen aan de klimaatdoelstellingen? Of zegt u: 'We handelen volgens het Bouwbesluit, stempel d'r op en gaan. Wie voelt zich persoonlijk verantwoordelijk voor verduurzaming? Of bent u blij dat er straks weer een vliegvakantie geboekt kan worden en dat het journaal opent met iets luchtigs als de trouwjurk van Sylvie Meis en niet met wéér een bericht over de klimaatverandering? Hoe brengen we het wiel op gang? Wie durft écht te kiezen voor circulaire en duurzame alternatieven? Of zullen we lekker op elkaar gaan leggen zitten wachten?



'KEIHARD WERKEN, MET PASSIE VOOR WAT JE DOET'

Bedrijf Lifemaxx

Wie Denise Doolhof en Diederick Goede

Wat groothandel in fitnessaccessoires

Waar Innsbruckweg 12



Ze zijn midden dertig, partners

– bedrijfsmatig én privé – en run-

nen met succes een groothandel in

kleinfitness-materialen: Lifemaxx.

Wat is hun drijfveer, hun passie, hun

visie? Waar halen ze de wilskracht

vandaan? Waar zien en pakken zij

kansen? Wat is het geheim van het

succes?

Denise: 'Ik ben met het bedrijf grootgebracht. In 1977 openden mijn ouders de sportschool Body Shape in Rotterdam. Mijn vader was tegelijkertijd distributeur van fitnessapparatuur en begon ook zelf fitnessapparatuur te ontwikkelen. Later sloten ze de sportschool en stortten zich volledig op de ontwikkeling en handel in dumbbells, bars, halters en schijven. Ik heb altijd gezegd: ik wil niet zo leven zoals mijn ouders deden. Ik zou zeker niet met mijn man samen in een bedrijf gaan werken. Als ik thuiskwam, wilde ik hem 's avonds iets nieuws vertellen. En kijk nu, we zitten al meer dan tien jaar samen in de zaak.'

HOE KWAM DAT DAN?

Denise: 'Ik studeerde Commerciële Economie en zocht wat praktijkprojectjes. Dus ik begon aan een logo, een brochure en een website voor Lifemaxx. Tja, en dan rol je er toch redelijk ongemerkt in. Diederick studeerde Economie en zocht een bijbaantje. Zo kwam hij hier terecht.'

HOE IS DE ROLVERDELING NU?

Diederick: ‘Denise houdt zich bezig met marketing-gerelateerde zaken en ik zorg voor de inkoop, de verkoop en de productontwikkeling. Vorig jaar besloten de ouders van Denise, de grondleggers van het bedrijf, een stapje terug te doen en de onderneming aan ons over te dragen. De laatste jaren hebben zij ons behoorlijk vrij gelaten in hoe we het bedrijf willen leiden, dat is prettig. Gelukkig zijn ze nog vaak hier. Voor allerlei klussen, een goed advies, koffie en een praatje.’

JULLIE HEBBEN DE AFGELOPEN JAREN VERSCHILLENDE SUCCESVOLLE MERKEN – LIFEMAXX®, CROSSMAXX®, LMX® – IN DE MARKT GEZET. HOE DOE JE DAT?

Diederick: ‘Je signaleert trends, kijkt vooral naar wat er in Amerika hot is. Die waaien op een gegeven moment over. Toen CrossFit daar erg populair was, zijn we hier begonnen met de ontwikkeling van de Crossmaxx®-lijn. Een compleet assortiment waarmee je een hele box of gym kunt inrichten. We werken samen met een extern ontwerpbureau, dat onze ideeën uitwerkt. Daarna worden de producten uitvoerig getest door een team van ervaren trainers.’

Denise: ‘Nu zijn yoga en boksen populair. Dus hebben we ons ontwerpbureau al een tijd geleden aan het werk gezet om een lijn in stootkussens en een yogabox te ontwerpen. De vraag is altijd: wat ontbreekt er in ons assortiment en welke producten kunnen we verbeteren?’

Diederick: ‘We hebben nu een volledig assortiment van ruim 600 hoogwaardige fitness-accessoires voor professionele sportscholen, personal trainers, CrossFit-boxen en wellnesscentra. Klanten kunnen in onze showroom de producten zien en testen, en we geven ze advies over de inrichting van hun box.’





WAT IS HET GEHEIM VAN SUCCES?

Denise: 'Keihard werken en passie hebben voor wat je doet. In het begin waren werkweken van 70 à 80 uur normaal. Eten deden we op de zaak.'

Diederick: 'Dat hou je vol omdat het zo leuk is. Als een hobby. Als jouw nieuwe productlijn goed ontvangen wordt in de markt en het loopt goed, dan geeft je dat zóveel energie.'

HOEVEEL LAST HEBBEN JULLIE VAN DE PANDEMIE?

Denise: 'Toen we hoorden dat de sportscholen dicht moesten, vreesden we het ergste. Maar omdat veel mensen thuis werkten, bestelden veel particulieren onze spullen. Dat ving de klap voor een deel op. We merken wel dat sportscholen hun investeringen nog even uitstellen.'

BEVALT HET OP HET INDUSTRIETERREIN?

Diederick: 'Ja, het bedrijf is al twee keer verhuisd op hetzelfde bedrijventerrein omdat we alsmaar groeiden. Nu werken er zestien mensen. Acht op kantoor en acht in het 2.500m² grote magazijn, waar zij de orders prepareren voor Nederlandse en buitenlandse afnemers. We willen wel uitbreiden, maar niet verhuizen. Het is misschien niet het mooiste terrein, maar het is wel Rotterdam.'

WAAROM KIEZEN KLANTEN VOOR LIFEMAXX?

Denise: 'Geloofwaardigheid en betrouwbaarheid zijn heel belangrijk. De fitness-wereld is klein. Als je slechte spullen levert of kortaf bent, weet iedereen dat binnen de kortste keren. We zijn klantvriendelijk en leveren kwaliteit tegen een redelijke prijs.'

Diederick: 'We doen wat we zeggen en zeggen wat we doen, met een Colgate-smile.'



Rotterdam Dirtride

Opvallend veel motorgeronk en -geknetter gehoord in het tweede weekend van september? Dat kan kloppen. Aan een braakliggend terrein aan de A20 werd de derde editie van de Rotterdam Dirtride gehouden. Een laagdrempelig en gezellig tweedaags motor- en familiefeest, waarbij deelnemers uit heel Europa naar Spaanse Polder kwamen om tegen elkaar te 'racen', door modderbaden te scheuren, motorpolo te spelen of het in andere fun-games tegen elkaar op te nemen. In nauwe samenwerking met de lokale autoriteiten en dankzij de inzet van iedereen die erbij betrokken was, verliep het evenement gesmeerd en corona-proof.



Intensievere controle DOR

De gemeente gaat de controle op het Digitaal Opkopers Register intensiveren. Elke Rotterdamse ondernemer die in tweedehands goederen handelt moet zich namelijk online aanmelden bij de gemeente. Dat kan via het Digitaal Opkopers Lokaal op www.rotterdam.nl/stopheling. Als u zich hebt aangemeld hebt u toegang tot het Digitaal Opkopingsregister (DOR). U bent verplicht daarin alle inkoop, verkoop en voorraad van tweedehands goederen te registreren.

Het gebruik van het Digitaal Opkopers Register maakt het voor criminelen moeilijker om hun buit te verkopen. Daarmee helpt u de omgeving veiliger te maken. Vragen? Stuur een e-mail naar DORSB@rotterdam.nl

Nieuwe monumenten

Net als op vele andere bedrijfsterreinen is de architectuur op de Spaanse Polder volkomen ondergeschikt aan de economische bedrijfsvoering. Toch kent het bedrijventerrein een aantal gebouwen van grote culturele of architectonische waarde. De Van Nelle Fabriek bijvoorbeeld, behoort zelfs tot het Unesco werelderfgoed. De Hogebrug met het brugwachtershuis, boerderij de Honderdmorgen en de Tollensfabriek zijn rijksmonumenten. Onlangs zijn de Spaanse Kubus en het oude pand van de Rijksverkeersdienst, nu Willems Vastgoedonderhoud, voorgedragen als gemeentelijk monument. Dat wil zeggen dat de monumentencommissie vindt dat het panden zijn van regionaal of plaatselijk belang.

BESPIEGELINGEN

door Paul Visser



De plattegrond weerspiegeld in diverse voorwerpen

Groen, groen, groen, alles heet tegenwoordig groen. Ik heb zelfs wel eens iemand de A16 “de groene boog” horen noemen. Kom nou! Laat ik je een spiegel voorhouden.

Om een goede bespiegeling te geven van de Spaanse Polder nam ik de plattegrond en besloot die – hoe logisch – te spiegelen. Wat zag ik voor me? Een hart! Of twee longen voor mijn part. De groene longen van de polder: links de Industrieweg en rechts de Schie. Of andersom natuurlijk, als je de zaak spiegelt.

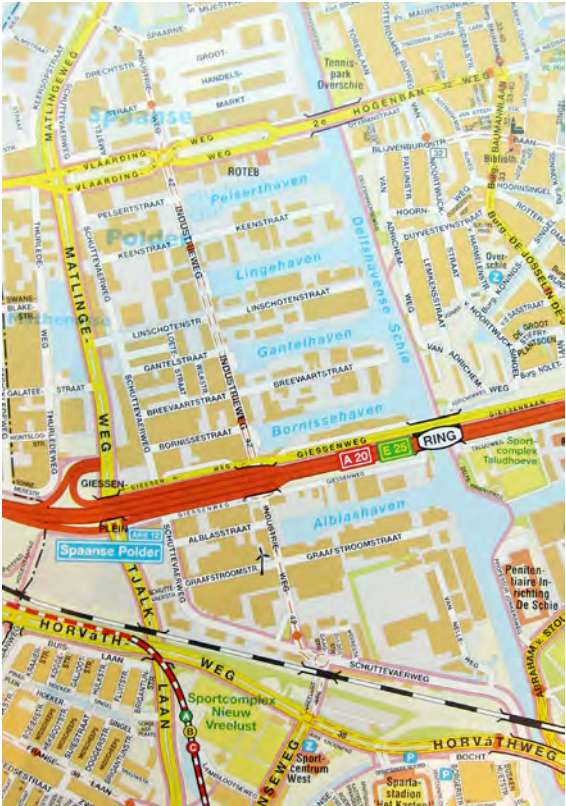
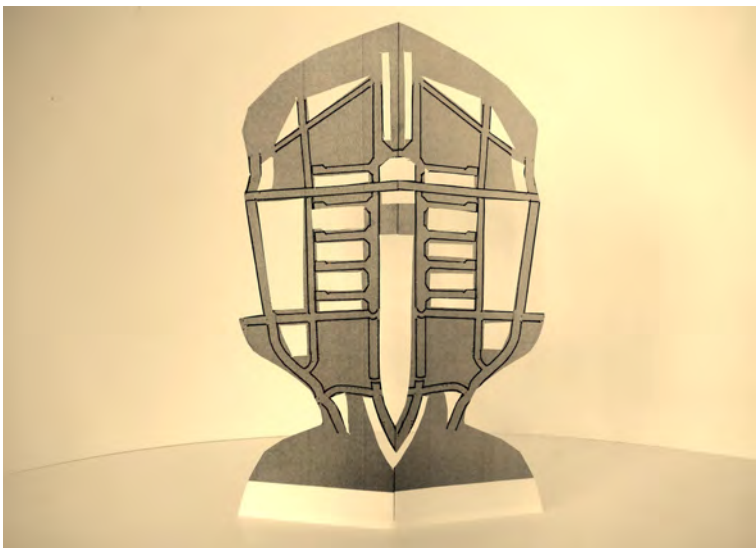
Het hart staat voor mij voor de leefbaarheid van de polder. En de longen voor de zuurstof die voor die leefbaarheid nodig is. Groen zorgt voor die zuurstof. Een taak voor de gemeente? Niet mee eens. Dan zou het een saaie bedoening worden, met een berekende

hoeveelheid van makkelijk te onderhouden boompjes en struikjes. Het kan veel beter, diverser.

Met inzet van ondernemers en hun medewerkers. Dus probeer eens een appelboom, een perenboom, een vijg of een palm, volgens het principe “Tegel eruit, boom erin”. Of wat dacht je van een druif langs het hekwerk, klimop tegen de regenpijp en zonnebloemen of veldbloemen op de strook langs de loods op je eigen terrein? En eet ervan. Planten trekken insecten, en die trekken vogels aan. Dat maakt de polder en zijn “bewoners” vitaal.

Draag jij de Spaanse Polder een groen warm hart toe? Laat het me weten en ik kom in 2021 het resultaat fotograferen voor het volgende nummer. Plaats jezelf in de spotlight in de serie “Kleine groene oases in de Spaanse Polder”.

De kunstenaar weer- spiegeld





**BLIKVANGER IN DE SPAANSE POLDER:
DE VAN NELLE-FABRIEK**

In 1930 gebouwd naar ontwerp van de architecten Johannes Brinkman en Leendert van der Vlugt, in opdracht van

Van Nelle-firmant Cees van der Leeuw. In 2001 is de fabriek herontwikkeld en biedt bedrijfsruimte voor meer dan negentig bedrijven. Daarnaast is het één van de grootste vergader-, congres- en evenementenlocaties van ons land, met

– voor de corona-uitbraak – maandelijks rond de 10.000 bezoekers. Het Van Nelle-terrein is 4,5 hectare groot en het gebouwoppervlak is ongeveer 60.000m². Sinds 2014 is de Van Nelle Fabrik officieel werelderfgoed.



NON•STOP is een uitgave van de Bedrijvenraad Spaanse Polder. Het blad verschijnt twee maal per jaar in een oplage van 2500 exemplaren.

De Bedrijvenraad Spaanse Polder is een adviesorgaan dat namens de ondernemingsverenigingen OVSP, ROB, De Spaanse Grave, Van Nelle en MKB Rotterdam vanuit de dagelijkse praktijk het college en de gemeenteraad van Rotterdam adviseert over plannen en ontwikkelingen in de Spaanse Polder (waaronder ook Noord-West wordt gerekend).

Wilt u reageren op de inhoud of in NON•STOP adverteren, stuur dan een e-mail naar fkapsenberg@kvanw.nl

COLOFON

REDACTIERAAD

Willem Fledderus, Dennis Houkes, Philip de Josselin de Jong, Frank Kapsenberg, Leo Kool, Selma Lagewaardt, Laura Liem

TEKST EN EINDREDACTIE

De Nieuwe Lijn:

Willem Fledderus, Gerben Holwerda, Selma Lagewaardt

ONTWERP

Dragonfly Concepts: Philip de Josselin de Jong

DRUK

Kapsenberg van Waesberge B.V.

OMSLAGILLUSTRATIE

Cyprian Koscielnia

FOTOGRAFIE

Hannah Anthonysz, Cisca van Bommel, Jan van der Ploeg, Martin van Welzen