



Bedrijven en garageparkeren

Een onderzoek naar de ervaringen van bedrijven met abonnement of overeenkomst voor de gemeentelijke parkeergarages

Inleiding

Doel en achtergrond van het onderzoek

De gemeente Rotterdam heeft ruim vijftig parkeergarages: zeventien openbare en enkele tientallen kleinere wijkstallingsgarages. Bedrijven die deze garages willen gebruiken, kunnen hiervoor bij de gemeente standaardabonnementen afsluiten. Ruim driehonderd bedrijven maken hier momenteel gebruik van, voor in totaal ruim zevenhonderd parkeerplekken. Daarnaast zijn er ruim zeventig veelal grotere bedrijven met wie de gemeente zogenoemde maatwerkovereenkomsten voor garageparkeren heeft. Deze overeenkomsten bevatten specifieke afspraken met het betreffende bedrijf. Sommige van deze bedrijven nemen tientallen of zelf meer dan honderd plekken in parkeergarages af. In opdracht van Stadsbeheer, afdeling Parkeren, heeft OBI-onderzoek gedaan naar de ervaringen van bedrijfsmatige klanten, zowel de abonneenthouders als de maatwerkkanten, met het parkeren in de gemeentelijke garages. Stadsbeheer wil de inzichten in de klantervaring uit het onderzoek gebruiken om het garageparkeren waar nodig te verbeteren.

Onderzoeksaanpak en respons

Het onderzoek is uitgevoerd met twee verschillende online vragenlijsten, één voor de bedrijven met standaardabonnement en één voor de bedrijven met maatwerkovereenkomst. Daarnaast zijn van vijf bedrijven met maatwerkovereenkomsten de contactpersonen geïnterviewd. De resultaten van de vragenlijsten en interviews geven inzicht in de klantervaring van de responderende bedrijven. De respons op beide vragenlijsten, vooral die van de abonneenthouders, is te laag om ervan uit te kunnen gaan dat de resultaten representatief zijn voor bedrijven met een abonnement of maatwerkovereenkomst. Achter in dit document wordt uitgebreider ingegaan op de onderzoeksaanpak en respons.

Relatie met ander onderzoek

In het voorjaar van 2023, kort voor het onderzoek onder de bedrijven, heeft OBI ook onderzoek gedaan naar de klantervaring van twee andere gebruikersgroepen van de gemeentelijke parkeergarages: kortparkeerders (die na elk gebruik van de garage ter plekke betalen) en particuliere abonneenthouders. Over de uitkomsten van die onderzoeken heeft OBI twee andere rapportages gepubliceerd: 'Ervaringen met kortparkeren' (mei 2023) en 'Ervaringen van

particuliere abonneementhouders' (juli 2023).
Beide zijn te vinden op onderzoek010.nl

Leeswijzer

Wat volgt is een algemeen verslag van de bevindingen van het onderzoek onder de abonneementhouders en maatwerkklienten. De onderzoeksresultaten worden per onderwerp behandeld, niet per onderzoeksmethode (de twee vragenlijsten en de interviews). Door de lage respons op de vragenlijsten (zie paragraaf 1.2 en hoofdstuk 5) is een presentatie van betrouwbare percentages in tabellen of figuren niet mogelijk.

Ervaringen met het garageparkeren

Gebruik van de garages

In totaal hebben 60 personen een vragenlijst ingevuld over hun ervaringen met het parkeren: 19 met een standaardabonnement en 41 met een maatwerkovereenkomst. De abonneementhouders maken gebruik van in totaal 13 verschillende garages in voornamelijk Centrum en Noord. De gebruikers van een maatwerkovereenkomst maken uitsluitend gebruik van in totaal 7 garages in het Centrum, waarvan de Schouwburgpleingarages de meest gebruikte zijn.

De respondenten noemen verschillende redenen voor het gebruik van de garage waarvoor hun bedrijf een abonnement of overeenkomst heeft. De meest genoemde redenen zijn, dat de auto in de garage veilig staat, dat de werkgever de parkeerkosten vergoedt, dat de locatie van de garage goed is (dicht bij het bedrijf) en dat de kans op een parkeerplek in de garage groter is dan op straat of in de eigen bedrijfsgarage.

De mate waarin de respondenten de voor hun bestemde garage gebruiken loopt uiteen, van gemiddeld één dag tot zeven dagen per week. Van de respondenten die een maatwerkovereenkomst gebruiken, parkeert

een meerderheid slechts één dag per week in de garage. De respondenten parkeren voornamelijk doordeweeks overdag in de garage.

Op één persoon na (die gebruik maakt van kentekenherkenning) krijgen alle respondenten toegang tot hun garage met een pas.

Klantervaring

De vijf geïnterviewde contactpersonen van bedrijven met een maatwerkabonnement beoordelen de betreffende garages als goed, zowel wat betreft locatie als kwaliteit. Wel hebben ze een aantal aandacht- of verbeterpunten, die verderop worden beschreven. Ze beschrijven de garages met termen als netjes, schoon, veilig, goed verlicht, toegankelijk, bereikbaar, overzichtelijk en goed onderhouden. Een respondent noemt in het bijzonder de lichte en goed onderhouden coating op de vloeren van de Schouwburgpleingarage als positief. De bedrijven maken goed gebruik van de garages. Toch ervaren ze dat er over het algemeen voldoende plek is.

Het oordeel van de geïnterviewde contactpersonen is deels gebaseerd op eigen ervaringen en deels op wat zij horen van collega's of bezoekers van hun bedrijf die gebruik maken van de parkeergarages. Hun ervaring is dat ze weinig of geen klachten of opmerkingen van collega's of bezoekers over het parkeren krijgen en zij interpreteren dat als dat deze personen tevreden zijn ("geen bericht is goed bericht").

Ook uit beide vragenlijsten volgt een voornamelijk positief oordeel over de gebruikte garages. De vragen naar ervaring met de garages zijn door 58 respondenten beantwoord: 17 met abonnementen en 41 met een maatwerkovereenkomsten. Enkele respondenten zijn zeer kritisch op een garage. Een aanmerkelijk groter aantal respondenten is kritisch op onderdelen.

Op de stelling "de garage heeft alles wat je van een parkeergarage mag verwachten"



antwoordt ruim de helft van de respondenten bevestigend. Eén op de zes is het niet eens met de stelling en de rest heeft geen mening of antwoordt “eens noch oneens”. Gevraagd naar positieve aspecten van hun garage wijzen veel respondenten op de locatie, de bereikbaarheid of de hoeveelheid vrije parkeerplekken in de garage. Andere, minder vaak genoemde positieve aspecten zijn dat de garage ruim, schoon, veilig, goed verlicht, of makkelijk in het gebruik is. Ook oplaadfaciliteiten voor elektrische auto's zijn spontaan genoemd als positief aspect.

Verreweg de meeste personen die de vragenlijsten hebben ingevuld zouden de garage die zij gebruiken aanraden aan anderen. De zeven die dit niet zouden doen, noemen als redenen hiervoor storingen, overlast, de prijs van het abonnement, of de kwaliteit van de garage in vergelijking met een andere. Nagenoeg alle respondenten zijn van plan de garage nog minstens twaalf maanden te gebruiken.

Hieronder wordt op basis van de twee vragenlijsten ingegaan op een aantal specifieke aspecten van de garages.

Vindbaarheid van de garage

Een aanzienlijk deel van de respondenten heeft geen mening over de vindbaarheid van hun garage op het internet, mogelijk omdat niet iedereen de garage opzoekt op het internet. Degenen die wel een mening hebben, vinden hun garage goed vindbaar op het internet. De bewegwijzering naar de garage op straat wordt door tien respondenten niet goed gevonden. De meesten vinden de bewegwijzering echter wel goed en de rest heeft geen mening.

Schoon, heel en veilig

Ruim de helft van de respondenten vindt de gebruikte garage schoon, maar een kwart vindt dit niet. De rest heeft geen mening of oordeelt neutraal. Over onderhoud en veiligheid wordt

elk door ongeveer één op de zes respondenten negatief geoordeeld.

Kritiek op het schoonniveau van de garages heeft vooral betrekking op vieze geuren en rommel in vooral liften en trappenhuisen. Dit kan samenhangen met de door sommige respondenten genoemde aanwezigheid van personen die niet thuis lijken te horen in de garage (daklozen, jongeren, toeristen zonder slaapplek). Sommige respondenten wijzen op het ontbreken van een portier of bewaker, een lekkage, onvoldoende verlichting, een ingang die niet is afgesloten voor onbevoegden en een nooduitgang die niet goed te vinden is. Een van de respondenten deelt een compliment uit aan een medewerker van de gemeente die de Schouwburgpleingarage goed heeft schoongehouden.

Rijgemak, loopgemak en parkeermogelijkheden

De meeste respondenten vinden dat het makkelijk rijden is in hun garage, dat er voldoende parkeerplaatsen zijn en dat het makkelijk is om na het parkeren lopend bij de uitgang te komen. Tien respondenten vinden het rijden in hun garage niet makkelijk door smalle rijpaden of bochten of door hinderlijke obstakels. Daarnaast vinden enkele respondenten dat de voetgangsuitgang van hun garage niet duidelijk is aangegeven.

Betaalmogelijkheden

Alleen de gebruikers van een standaardabonnement is gevraagd wat ze vinden van de kwaliteit van de betaalmogelijkheden in hun garage. Op één persoon na vinden zij de betaalmogelijkheden goed.

Meldkamer

Eén op de drie respondenten heeft weleens contact gemaakt met de meldkamer door op de daarvoor bestemde knop te drukken in de parkeergarage. Gevraagd naar het laatste contact, blijkt dat de meesten dit als goed

hebben ervaren, omdat de meldkamer hen snel en adequaat heeft geholpen. Sommigen hebben geen uitgesproken mening over het laatste contact en anderen vonden het laatste contact slecht, omdat ze onvriendelijk werden behandeld of het gemelde probleem niet (snel) werd opgelost.

Verbeterpunten

Gevraagd naar een verbeterpunt voor hun garage, noemen de meeste respondenten in de vragenlijsten zaken op het gebied van schoon, heel en veilig: vaker schoonmaken, handhaven op personen die niet in de garage thuishoren, scheve tegels recht leggen, een lekkage oplossen, storingen voorkomen, of problemen met het afsluiten van een garage oplossen. Daarnaast zijn er respondenten die wijzen op zaken die het rijgemak belemmeren, zoals krappe bochten en smalle rijbanen. Slechts enkele respondenten noemen spontaan andere dingen: lagere prijzen, kentekenherkenning bij de ingang, meer oplaadfaciliteiten voor elektrische auto's, of het beschikbaar stellen van een duplicaat toegangspas, zodat verschillende medewerkers er om beurten gebruik van kunnen maken. Ook uit de vijf interviews volgen verbeterpunten voor de garages, die grotendeels overeenkomen met de verbeterpunten uit de vragenlijsten. Het gaat om het oplossen van technische problemen bij de toegang van een garage (een toegangspas die niet werkt, een kenteken dat niet wordt herkend), meer aanwezige bewaking, meer handhaving op ongewenste personen of asociaal rijgedrag, het aanpassen van een rotonde in de Schouwburgpleingarage waar veel auto's hun velgen aan beschadigen en het uitbreiden van het aantal laadplekken voor elektrische auto's.

Voorzieningen die gemist worden

In antwoord op de vraag of zij iets in de garage missen, noemen de respondenten in de twee vragenlijsten verschillende soorten

voorzieningen. Het meest genoemd zijn kentekenherkenning bij de slagboom, aanduidingen binnen waar parkeerplekken vrij zijn, aanduiding buiten hoeveel parkeerplekken vrij zijn, een (goed toegankelijke) wc, (voldoende) oplaadfaciliteiten voor elektrische auto's, een bandenpomp en een portier/bewaker. Al deze voorzieningen zijn met andere in een lijst voorgelegd aan de respondenten, dus niet spontaan door hen bedacht. Geen enkele voorziening is door meer dan één op de vijf respondenten genoemd. De geïnterviewde personen verschillen van mening over de noodzaak van extra laadplekken voor elektrische auto's. Een bedrijf dat de Schouwburgpleingarage gebruikt, ervaart dat er ruim voldoende laadplekken zijn. Twee bedrijven die van andere garages gebruik maken zien de hoeveelheid beschikbare laadplekken wel als een probleem, of als een potentieel probleem voor de toekomst (gezien de verwachte groei van het aantal elektrische auto's). Een van de bedrijven spreekt medewerkers erop aan dat zij een laadplek niet lang bezet moeten houden. De respondent verwacht dat handhaving (na eerst waarschuwen) nodig zal zijn. Een andere respondent ervaart dat mensen snel geneigd zijn auto's op laadplekken te zetten omdat die het dichtst bij de ingang liggen.

Ervaringen met de dienstverlening rond maatwerkovereenkomsten

Totstandkoming van de maatwerkovereenkomsten

Van twaalf bedrijven met een maatwerkovereenkomst voor garageparkeren is, via hun contactpersoon, informatie verkregen over hoe zij de dienstverlening van de gemeente rondom de overeenkomst ervaren. Hierbij gaat het om dienstverlening los van het garageparkeren zelf. Drie van de twaalf contactpersonen hebben de online vragenlijst



voor maatwerkklienten ingevuld en zijn daarnaast geïnterviewd, zeven hebben alleen de vragenlijst ingevuld en twee zijn alleen geïnterviewd.

Slechts twee contactpersonen zijn zelf betrokken geweest bij de totstandkoming van een maatwerkovereenkomst. In de andere gevallen waren het bijvoorbeeld voorgangers of centrale financiële afdelingen die de overeenkomst afsloten.

De twee respondenten die betrokken waren bij het afsluiten van een overeenkomst hoorden over de mogelijkheid van zo'n overeenkomst via een collega of bekende. Zij kijken met tevredenheid terug op het proces dat hun bedrijf doorlopen heeft om met de gemeente tot de overeenkomst te komen. Ze zijn tevreden over de bereikbaarheid van en het persoonlijk contact met de ambtenaren, de door de gemeente geboden opties en informatie, de snelheid waarmee de gemeente gedurende het proces gehandeld heeft en het eindresultaat van het proces.

De vijf geïnterviewde contactpersonen, die geen van alle betrokken waren bij de totstandkoming van een overeenkomst, hebben geen signalen dat er in het totstandkomingsproces problemen zijn geweest. Van de overige contactpersonen is dit niet bekend.

Huidige dienstverlening

De meeste contactpersonen hebben slechts sporadisch contact met de gemeente over de overeenkomst van hun bedrijf. Onderwerpen waarover de contactpersonen zelf weleens contact zoeken met de gemeente zijn het aanpassen van abonnementen, gebruiksrechten, het aanvragen van nieuwe passen/uitrijkaarten, het blokkeren van passen van medewerkers die uit dienst zijn, facturen, het indexeren van tarieven, storingsaanmeldingen en uitleg over het administratiesysteem Firmbase.

De contactpersonen die zelf contact hebben gezocht met de gemeente zijn over het

algemeen tevreden over hoe het contact verlopen is. Het voornamelijk positieve en voor het overige neutrale oordeel heeft betrekking op de overeenkomst in het algemeen en specifiek op de bereikbaarheid van de gemeente, de kwaliteit van antwoorden op vragen en de informatieverstrekking door de gemeente. Alleen over de snelheid waarmee de gemeente reageert op vragen is één respondent kritisch; de respondent verwacht binnen een dag of twee tenminste een reactie dat de vraag in behandeling is.

De meeste responderende bedrijven die tariefomschakelkaarten of waardekaarten voor de parkeergarages afnemen ten behoeve van hun bezoekers of klanten, zijn tevreden over deze producten en de bijbehorende dienstverlening. Eén bedrijf vindt het verkrijgen van deze producten onvoldoende eenvoudig, een ander bedrijf zou liever zien dat zijn klanten zelf digitaal een kaart kunnen aanschaffen. De contactpersonen hebben geen of alleen positieve ervaringen met de meldkamer van hun garage.

Onder de geïnterviewde contactpersonen is er veel waardering voor de accountmanager van de gemeente voor de maatwerkovereenkomsten. (In de vragenlijst is niet specifiek gevraagd naar de ervaring met de accountmanager.) Over de accountmanager wordt gezegd dat hij prettig in de omgang is, goed bereikbaarheid is, wensen begrijpt en meedenkt en snel en adequaat problemen oppakt.

In de interviews is ook ingegaan op de facturen die de gemeente stuurt. De meeste respondenten vinden deze voldoende inzichtelijk. Twee respondenten zeggen dat er weleens incidenten zijn geweest, waarbij een te hoog bedrag werd gefactureerd (de gemeente heeft dit gecorrigeerd) of onduidelijk was waar kosten betrekking op hadden. Een respondent betreurt het dat op de facturen geen kentekens worden vermeld, omdat het daardoor lastiger is te achterhalen wie welke parkeerkosten heeft gemaakt.



Aandachtspunten voor de toekomst

De vijf geïnterviewde contactpersonen verwachten dat hun bedrijf de maatwerkovereenkomst met de gemeente wil continueren (de meeste respondenten gaan hier niet zelf over; in de online vragenlijst is niet naar dit onderwerp gevraagd). Als bepalend voor de keuze om de overeenkomst te verlengen of op te zeggen, noemen de respondenten of hun bedrijf gaat verhuizen (een garage is alleen nuttig als deze dicht bij het bedrijf ligt). Ook de tariefontwikkeling voor het garageparkeren kan medebepalend zijn voor de keuze. Voor één bedrijf is doorslaggevend of het tegen gereduceerd tarief per parkeeractie kan blijven betalen. Het bedrijf heeft niet voor een andere, commerciële garage gekozen omdat het daar enkel een vast jaarlijks bedrag per parkeerplek kan betalen.

Proactief informeren en handelen door de gemeente wordt door contactpersonen belangrijk gevonden. Bijvoorbeeld als er een storing is in een garage, er onderhoudswerkzaamheden plaats gaan vinden, processen wijzigen of er zout gestrooid moet worden bij een garage vanwege sneeuwval. Een respondent suggereert hiervoor het gebruik van een nieuwsbrief. Deze persoon merkt ook op dat het belangrijk is dat de gemeente snel reageert op klachten of vragen, al is het maar om te melden dat de gemeente ze in behandeling heeft. Dat geeft het gevoel dat zaken de aandacht van de gemeente hebben. Twee bedrijven zouden graag meer parkeerplekken/-passen van de gemeente afnemen, maar zeggen dat de gemeente dit niet toestaat. In het ene geval zijn parkeerplekken gekoppeld aan een nabijgelegen kantoorpand; voor het aantal m² kantoorruimte dat het bedrijf huurt, geldt een maximaal aantal beschikbare parkeerplekken. In het andere geval begrijpt het bedrijf niet wat de reden is dat het niet meer parkeerpassen mag afnemen; de betreffende parkeergarage staat volgens de respondent nooit vol.

Andere mogelijke verbeterpunten voor de gemeente die door contactpersonen in het onderzoek zijn genoemd, zijn het invoeren van een speciaal abonnement voor deelauto's, het bieden van een mogelijkheid om als klant online te allen tijde overzichten te kunnen raadplegen en een vast loket waar contactpersonen met al hun vragen terecht kunnen. Met betrekking tot dat laatste valt op, dat er twijfel is over of de accountmanager van de gemeente voor alle vragen het juiste aanspreekpunt is (ook voor technische en administratieve zaken).

Ervaringen met het aanvraagproces voor een standaardabonnement

Twee personen die de vragenlijst voor standaardabonnementhouders hebben ingevuld, hebben in de vier maanden vóór het onderzoek namens hun bedrijf een standaardabonnement voor garageparkeren aangevraagd. De ene respondent vond het aanvragen van het abonnement eenvoudig en vindt dat de gemeente daarbij voldoende informatie heeft gegeven over de betreffende garage en het abonnement (wachttijd, kosten, gebruik, looptijd). De andere respondent vond het aanvragen minder eenvoudig. Deze persoon miste informatie over looptijd en gebruik van het abonnement, in het bijzonder over de mogelijkheden om het abonnement te gebruiken voor meer dan één nummerbord.

Onderzoeksaanpak

Online vragenlijsten

Voor het onderzoek zijn bedrijven uitgenodigd een online vragenlijst over hun klantervaring in te vullen. Er waren twee verschillende vragenlijsten (met deels dezelfde vragen): één voor bedrijven met een standaardabonnement en één voor bedrijven met een maatwerkovereenkomst voor het gebruik van een gemeentelijke parkeergarage.



Ruim 300 bedrijven maken momenteel gebruik van standaardabbonementen, voor in totaal ruim 700 parkeerplekken. Ruim 70 veelal grotere bedrijven hebben een maatwerkovereenkomst met de gemeente voor in totaal honderden parkeerplekken. Van elk van de twee groepen bedrijven is een willekeurige helft uitgenodigd voor het onderzoek. Hiervoor is gekozen omdat dan op een later moment, bijvoorbeeld over een jaar wanneer de gemeente bepaalde maatregelen heeft genomen, de andere helft van de bedrijven bevraagd kan worden over de ervaring op dat moment. De uitnodigingen voor de vragenlijsten zijn verzorgd door Stadbeheer.

Maatwerkklienten

Voor bedrijven met maatwerkovereenkomsten zijn de uitnodigingen per e-mail verzonden naar de contactpersonen van de overeenkomsten. Zij zijn daarbij verzocht de e-mail door te sturen naar collega's die de parkeergarages gebruiken, zodat ook die personen de vragenlijst konden invullen. Aan de contactpersonen zijn vragen gesteld over de dienstverlening van de gemeente rond de maatwerkovereenkomst (bijv. over bereikbaarheid en informatieverstrekking). Aan personen die zelf in de garages parkeren zijn vragen gesteld over hun ervaringen met de garages. Na enkele weken is aan de contactpersonen een herinneringsmail gestuurd.

Van 10 van de 37 uitgenodigde bedrijven hebben de contactpersonen de vragenlijst ingevuld. Eén contactpersoon maakt ook zelf gebruik van een garage en heeft daarover vragen ingevuld. Daarnaast hebben 40 andere medewerkers van de 10 bedrijven de vragen over het parkeren in de garages beantwoord. Deze 40 medewerkers zijn niet evenredig verdeeld over de 10 bedrijven.

Standaardabbonementhouders

Naar bedrijven met standaardabbonementen zijn per post uitnodigingen verzonden.

Bedrijven met meer dan één abonnement, voor meer dan één medewerker, hebben een brief per abonnement ontvangen, met het verzoek deze uit te delen aan de medewerkers die de abonnementen gebruiken. Deze medewerkers konden dan elk afzonderlijk op een in de brief genoemde webpagina de vragenlijst invullen. Na enkele weken is een herinneringsbrief gestuurd.

De vragenlijst is slechts 20 keer ingevuld. De reden van de zeer lage respons is onbekend. Mogelijke redenen zijn onder andere: gebrek aan interesse in het onderwerp/andere prioriteiten bij de bedrijven, uitnodigingsbrieven die niet bij de juiste personen terecht zijn gekomen, een ongunstige timing van het onderzoek (vlak voor de zomervakantie) en problemen bij het inloggen op de online vragenlijst.

Interviews

OBI heeft van tien bedrijven met een maatwerkovereenkomst voor garageparkeren de contactpersonen uitgenodigd voor een interview over de klantervaring. Vijf van de tien contactpersonen hebben de uitnodiging geaccepteerd. OBI heeft de uitgenodigde bedrijven zelf geselecteerd. Bij de selectie is rekening gehouden met een evenwichtige spreiding tussen bedrijven voor wat betreft gebruik van verschillende soorten parkeerproducten (bijv. vaste parkeerplekken in een garage versus een flexibel contract). Drie van de vijf geïnterviewde contactpersonen hebben tevens de online vragenlijst voor maatwerkklienten ingevuld.

De geïnterviewde contactpersonen zijn binnen hun bedrijf verantwoordelijk voor zaken rondom parkeren en mobiliteitsbeleid (bijv. leaseauto's). Hun taken met betrekking tot de maatwerkovereenkomsten bestaan onder andere uit het verwerken van facturen die de gemeente stuurt, het verstrekken van parkeerpassen aan medewerkers en klanten, het administratief overzetten van passen op een andere naam als een collega vertrekt of een



andere begint en het behandelen van eventuele vragen of klachten van collega's over de parkeergarages.

In de interviews is gevraagd naar de ervaringen van de bedrijven met de maatwerkovereenkomsten en de bijbehorende dienstverlening en parkeerproducten (zoals parkeerpassen en tariefomschakelkaarten). Ook is gevraagd naar de ervaringen met de garages zelf. De geïnterviewde bedrijven maken gebruik van vijf verschillende garages, alle in het centrum van Rotterdam.

Auteur

Martijn Epskamp, Onderzoek en Business Intelligence Gemeente Rotterdam

Datum

7-9-2023

Meer informatie

Deze feitenkaart is te vinden op [Onderzoek010.nl](https://onderzoek010.nl).

Vragen over deze feitenkaart mailt u naar mjw.epskamp@Rotterdam.nl.



**Gemeente
Rotterdam**