

WAT VAN VERKOMT KOMT UIT DE BUURT



Coronacrisis bevestigt nut en noodzaak van Warenhuis Groningen

Deze Cityscope staat grotendeels in het teken van het Warenhuis Groningen. Want de coronacrisis bewijst het nog maar eens: het is voor winkeliers belangrijk om ook online zichtbaar te zijn. Het online Warenhuis Groningen biedt winkeliers en ondernemers die mogelijkheid. Gratis en voor niets. "We hebben, juist nu, met Warenhuis Groningen een troef in handen", zegt GCC-voorzitter Eric Bos. Hij roept winkeliers en ondernemers dan ook op zich vooral aan te melden voor deze 'online etalage'. Inmiddels hebben zich al ruim tweehonderd winkels aangesloten.

GEZOCHT
WINKELIERS
DIE MEESTAL
IN HUN
WINKEL TE
VINDEN ZIJN.

Jullie hebben
prachtproducten
daarom is er
warenhuisgroningen.nl

O.A. VERDER IN DIT NUMMER:

- Eric Bos: een gelukje bij een ongeluk **PAG. 2**
- Warenhuis Groningen **PAG. 3 t/m 10**
- Wethouder Paul de Rook zet vol in op online etalage **PAG. 4**
- Michiel Vos (Zupr), ontwikkelaar van Warenhuis Groningen **PAG. 5**
- Alle initiatieven verzameld: Groningen voor elkaar **PAG. 11**
- Warenhuis Groningen: de meest gestelde vragen **PAG. 12**
- De creative ondernemers in coronatijd **PAG. 13**
- De Grokaalbox, nu ook in Groningen **PAG. 14**
- Online koopavond op Spot TV **PAG. 15**

Warenhuis Groningen: een geluk bij een ongeluk!



“Een geluk bij een ongeluk, zo kun je het wel noemen. Want toen we eind vorig jaar met Warenhuis Groningen begonnen had niemand kunnen voorzien hoe de wereld van vandaag de dag eruit zou zien. Met een rustige binnenstad, met veel winkels die dicht zijn, met hotels, cafés en restaurants die verplicht de deuren hebben gesloten.

Warenhuis Groningen is nu echt dat gelukje bij een ongeluk. Deze crisis dwingt ondernemers en winkeliers versneld te digitaliseren. De toekomst is ineens een stuk dichterbij: meer dan ooit is het belangrijk om online zichtbaar te zijn.

Winkeliers in de gemeente Groningen hebben de mazzel dat ze niet overhaast een website hoeven te bouwen of een webshop uit de grond hoeven te stampen. Wij hebben hier namelijk al ons Warenhuis Groningen! Het enige wat winkeliers dus maar hoeven te doen, is zich aanmelden voor dit online warenhuis. Want daarmee slaan ze dan meteen twee vliegen in één klap: ze zijn én online zichtbaar en vindbaar én ze hebben daarmee de mogelijkheid om ook online hun producten te verkopen.

Tegen ondernemers en winkeliers wil ik zeggen: maak gebruik van deze mogelijkheid! Aanmelden is dit jaar nog gratis, en het levert je tegelijkertijd een nieuw verdienmodel op. Bovendien, hoe meer winkels zich aanmelden, hoe interessanter het voor de consument is om op Warenhuis Groningen te shoppen. Het zou toch geweldig zijn als we in Groningen met een lokaal antwoord op grote reuzen als Amazon, Zalando en Bol.com kunnen komen?

“Winkels, ga weer open!”

Toen de coronacrisis in Nederland uitbrak, zag je ook in Groningen het straatbeeld in snel tempo veranderen: niet alleen veel grote filiaalbedrijven, maar ook veel kleine winkeliers sloten uit voorzorg de deuren

Gelukkig zie ik dat steeds meer ondernemers voorzichtig de draad weer oppakken en hun winkel gedeeltelijk of zelfs helemaal weer opengooien. En dat is een ontwikkeling die we vanuit de GCC van harte toejuichen.

Uiteraard wel met de voorwaarde dat er kan worden voldaan aan de verplichte 1,5 meter afstand. De volksgezondheid staat op 1, dat is het allerbelangrijkste. Maar als je je houdt aan de verplichtingen, adviezen en richtlijnen is er een hoop mogelijk.

Zo blijkt maar weer: als ondernemers hebben we elkaar nodig! Om de binnenstad levendig te houden, maar ook om Warenhuis Groningen uit te bouwen tot de grootste etalage van het Noorden!

Eric Bos

Voorzitter/Public Relations

Eric Bos
tel: 050-3133711 / 06-21872376
voorzitter@groningencityclub.nl

Vicevoorzitter/ Secretaris

Mark Engberts
tel: 06-29013443
communicatie@groningencityclub.nl

Algemene zaken & projecten

Fred de Bruin (Fred de Bruin Horeca Consult)
tel: 050-3133711 / 06-53293348
algemenezaken@groningencityclub.nl

COMMISSIES GCC EN BIJBEHORENDE COMMISSIEVOORZITTERS

Communicatie

Mark Engberts
tel: 050-5844444 / 06-29013443
communicatie@groningencityclub.nl

Detailhandel & Innovaties Binnenstad

Joel Timmerman
tel: 050-3133711 / 06-21827088
detailhandel@groningencityclub.nl

Jeugd & verantwoord ondernemen

Grace Meijer
tel: 050-3133711 / 06-53777393
jeugd@groningencityclub.nl

Ledenwerving en Relaties

Hans Buissink
tel: 050-3133711 / 06-51740545
leden@groningencityclub.nl

Verkeer & Bereikbaarheid

Eric Bos
tel: 050-3133711
vv@groningencityclub.nl

Duurzaamheid

Pier Tjepkema
tel: 050-3133711
duurzaamheid@groningencityclub.nl

Staffbureau Groningen City Club (GCC)

tel: 050-3133711
e-mail: info@groningencityclub.nl
www.groningencityclub.nl
Adres: Leonard Springerlaan 1,
9727 KB Groningen (in het Infrahuis)
LinkedIn: group 'Groningen City Club'
Facebook: 'Groningen City Club'
Twitter: 'Groningen City Club'

COLOFON

De CityScoop is een uitgave van Groningen City Club en verschijnt 4x per jaar

Oplage: 1.650
Redactie: Algemeen Groninger Persbureau
Tammeling / Hans de Preter
(050-3188448 / info@gic.nl)
Vormgeving: NDC mediagroep | Productiehuis
(050-584 44 44) Jannus Walda
Advertenties: Telemissie Bettie van Veen
(06-38717650)



Warenhuis Groningen moet grootste etalage van het Noorden worden

Een kleine tweehonderd winkeliers hebben zich inmiddels al aangemeld voor Warenhuis Groningen. En als het aan Eric Bos, voorzitter van de Groningen City Club ligt, worden dat er snel meer. "Voor ondernemers is het een extra verkoopkanaal. En deelname is nog gratis ook."

OVER WARENHUIS GRONINGEN

Warenhuis Groningen zag eind vorig jaar het levenslicht, en is volgens Bos het beste te omschrijven als een online etalage: winkeliers kunnen er ongelimiteerd de producten uit hun winkel presenteren. "De producten zijn ingedeeld per categorie. Kleding bijvoorbeeld, of juist schoenen, drank of speelgoed."

Het Warenhuis Groningen sluit daarmee aan bij de consument anno 2020, die geen zin en tijd meer heeft om urenlang door te stad te slenteren, op zoek naar een leuke trui, comfortabele sneakers of wat lekkers voor 's avonds bij de borrel, zegt Bos. "Met Warenhuis Groningen wordt het de consument zo makkelijk mogelijk gemaakt. Thuis kun je al kijken wat er waar in de stad te koop is. Je kunt dus vervolgens heel gericht gaan winkelen."

ONLINE WINKELWAGENTJE

Minstens zo belangrijk is de webshopfunctie die Warenhuis Groningen ook heeft, zegt Bos. "Alle producten kunnen online besteld worden. Net als bij een 'gewone' webshop is er een online winkelwagentje, dat je kunt vullen met producten uit de verschillende winkels. Warenhuis Groningen is op die manier een aantrekkelijk extra verkoopkanaal."

Bij de lancering van Warenhuis Groningen was het aanvankelijk het streven dat er tijdens de pilotperiode 45 ondernemers aan zouden aanhaken. Het initiatief werd echter zo enthousiast ontvangen dat het er al snel meer werden. En zeker afgelopen weken, tijdens de

coronacrisis nam het aantal aanmeldingen helemaal een vlucht, waardoor de teller nu op ruim 200 aangesloten ondernemers staat.

LIEFST ASSORTIMENT ALLE ONDERNEMERS EROP

Hoe meer aanmeldingen, hoe beter, gaat Bos verder. "Het platform moet zo groot mogelijk worden, liefst met het assortiment van alle ondernemers uit de gemeente Groningen erop. Het zou fantastisch zijn als we op die manier het grootste online aanbod van het Noorden hebben. Dat mensen uit de regio, die online willen gaan shoppen, meteen naar Warenhuis Groningen surfen", zegt Bos.

Het is nu eerst zaak zoveel mogelijk ondernemers te laten aanhaken. Een volgende stap is een grote publiekscampagne. "Eind april gaat er een grote campagne van start die het publiek – mensen uit Groningen en omgeving – moet attenderen op het bestaan van Warenhuis Groningen, met mede als doel ze te triggeren een bezoek aan de binnenstad te brengen."

SAMENWERKING

Warenhuis Groningen kwam tot stand door een samenwerking tussen GCC, Zupr en Dropper en werd mede mogelijk gemaakt door ondersteuning van de gemeente Groningen, Marketing Groningen en De Nieuwe Winkelstraat. Zupr ontwikkelde het platform en draagt zorg voor het technische gedeelte.

DUURZAME EN SNELLE BEZORGING

De bezorging van de producten is niet alleen snel, maar ook duurzaam, zegt Bos verwijzend naar de cargobikes waarmee de producten worden thuisbezorgd. "En het mooie: voor de eerste 5000 bestellingen geldt dat de bezorging gratis is."

GEEN INVESTERING

Bos benadrukt dat deelname aan Warenhuis Groningen geen administratieve, personele of financiële investering van de ondernemers vraagt. "Het uploaden gebeurt met barcodes en met een speciale app", zegt voorzitter.



Wethouder Paul de Rook zet volop in op online winkeletalage

“Juist op dit moment is Warenhuis Groningen hard nodig”

Wethouder Paul de Rook (Economische Zaken) had het plan voor Warenhuis Groningen al omarmd, maar door de huidige coronacrisis is volgens hem de noodzaak voor de online winkeletalage alleen maar groter geworden. “We kunnen hiermee iets doen voor de winkeliers die het moeten hebben van ‘de loop’ in de binnenstad”, zegt hij. “Die ondernemers hebben het heel erg lastig. Warenhuis Groningen kan ze helpen.”



“Toen Warenhuis Groningen eind vorig jaar werd gelanceerd, was ik al heel enthousiast”, zegt De Rook. “We stonden net voor de Sinterklaasperiode en we gingen van start met een pilot. Ik noemde het destijds een heel mooi antwoord op de uitdagingen in de retail, waar grote online partijen als Bol.com en Zalando een steeds grotere rol spelen. Het gemak van internetwinkelen heeft veel effect op de markt. Maar: veel mensen vinden de binnenstad van Groningen juist aantrekkelijk vanwege de leuke winkels. Willen we dat houden, dan moet je dus ook investeren in de lokale winkeliers. We hadden het geluk dat we Warenhuis Groningen al hadden opgezet. We kunnen nu relatief snel opschakelen.”

BRUG TUSSEN ONLINE EN LOKALE WINKELS

“Met Warenhuis Groningen zijn we erin geslaagd om op een moderne manier een brug tussen online en lokale winkels te slaan”, zo legt De Rook uit. “Traditionele winkeliers brengen we op die manier naar de nieuwe digitale werkelijkheid. In hun eentje kunnen ze nooit tegen de webshop van H&M of Coolblue op. Maar met Warenhuis Groningen kan de consument zien welke producten ook lokaal te krijgen zijn.”

Een paar maanden na de start van de pilot staat het er heel anders voor. “Door de coronacrisis is de actualiteitswaarde van Waren-

huis Groningen enorm. We willen de lokale winkeliers, die geen loop meer hebben in hun winkels, heel graag helpen. Het is dan ook goed om te zien dat heel veel winkeliers zich nu bij Warenhuis Groningen hebben aangesloten”, aldus De Rook.

De toename van winkeliers wordt veroorzaakt door die noodzaak. Ook maken de gemeente Groningen en de Groningen City Club de drempel voor de ondernemers lager. Moest je tot voor kort nog 200 euro aan inschrijfgeld betalen: nu is deelname voor winkeliers gratis. De Rook: “Het is goed om zoveel mogelijk drempels weg te halen.”

TEGOEDBON VOOR AMBTENAREN

Bovendien is er een grote promotiecampagne gelanceerd om Warenhuis Groningen bekender te maken onder de consumenten. “We hebben samen met de GCC zo’n 150.000 euro beschikbaar gesteld voor het in de markt zetten van het Warenhuis. Daarnaast is de gemeente een ambassadeur voor Warenhuis Groningen. We nemen het zoveel mogelijk mee in onze communicatiekanalen. En we hebben al onze gemeentelijke werknemers een tegoedbon voor Warenhuis Groningen gegeven als hart onder de riem in een voor hen ook bijzondere tijd. We doen dus iets voor onze werknemers, maar we steunen ook de lokale middenstand”, zegt De Rook.

Hoewel Warenhuis Groningen juist nu z’n waarde kan bewijzen, was het vooral de bedoeling om een duurzame oplossing te creëren voor de lokale retailers. “Los van de coronacrisis hoop ik dat het online warenhuis over vijf jaar een mooie aanvulling is op de business van de winkeliers. Als een extraatje bovenop hun stenen winkel en dus een brug naar online shoppen. Ik vind het warenhuis verder nu al een mooi visitekaartje voor de stad. Het staat symbool voor hoe innovatief onze winkeliers zijn.”

SCHOOLVOORBEELD

De Rook ziet Warenhuis Groningen zelfs als schoolvoorbeeld voor andere steden. “Je ziet in andere steden wel verzamelwebsites van winkels, maar Warenhuis Groningen is het eerste platform waarop je ook echt kunt zoeken op de producten van al die winkeliers. En dan hebben we ook nog een duurzame bezorgfunctie met Dropper als lokale partij. Dat is wel een voorbeeld voor andere steden. En ze mogen het van mij gerust gaan kopiëren. Het zorgt ervoor dat op andere plekken de binnensteden meer gaan bruisen. We moeten voorkomen dat in Nederland het winkelaanbod verschuift naar grote malls aan de randen van de stad en dat we niks moois meer hebben in de binnensteden. Warenhuis Groningen speelt daar als visitekaartje en aanvulling op de business een hele mooie rol in.”

Michiel Vos ontwikkelde Warenhuis Groningen met z'n bedrijf Zupr

"Samen met winkeliers een vuist maken tegen de grote online partijen"

Hoe kun je lokale winkeliers online beter zichtbaar maken? Die vraag spookte Michiel Vos al in z'n studietijd door z'n hoofd. De van oorsprong Stadger bedacht zijn idee voor Zupr terwijl hij boodschappen deed in de AH in de Korenbeurs. "Het is ontzettend gaaf dat we dat idee als eerste in m'n eigen stad kunnen loslaten", zegt Michiel Vos.

In Warenhuis Groningen komt een vernuftige koppeling tussen merken en leveranciers en lokale winkeliers samen. In het online warenhuis kun je nu het lokale winkelaanbod zien en meteen producten bestellen, maar het totale platform van Zupr omvat zoveel meer.

Even terug naar het begin. Michiel Vos kwam via het gemeentelijke programma Startup in Residence in contact met de Groningen City Club. "Ik had een manier gevonden om online inzichtelijk te maken welke producten en merken in welke lokale winkels liggen. Daarmee kunnen we niet alleen die winkels, maar ook de merken faciliteren. Warenhuis Groningen is één van de manieren waarop je die data kunt ontsluiten."

GERICHT DE STAD IN

En dat is waardevol, want merken hebben alle informatie over hun producten, maar ze weten niet eens in welke winkels die producten worden verkocht. Winkeliers hebben tegelijk het probleem dat ze in hun eentje niet kunnen opboksen tegen grote webshops. Met het systeem van Zupr zoek je een product, bijvoorbeeld een broek van een bepaald merk, en dan kun je zien waar die broek precies te koop is. "Nu nog koopt de consument sneller iets online, in plaats van op de gok de stad in gaan. Maar als je weet in welke winkel je je favoriete broek kunt passen, dan ga je de stad in."

De mogelijkheden van het systeem van Zupr zijn bijna eindeloos. "We zouden apps en plat-

forms als Untapped, Fashion Cloud en Vivino kunnen koppelen aan de lokale winkeliers. Het is ons doel om zoveel merken aan te sluiten, zodat je als winkelier heel makkelijk kunt beschikken over productinformatie. Je hoeft de producten in je winkel dan alleen maar in te scannen en wij koppelen je aan de merken en leveranciers. Die kunnen een storelocator op hun website plaatsen, waardoor inzichtelijk is in welke winkels hun producten liggen."

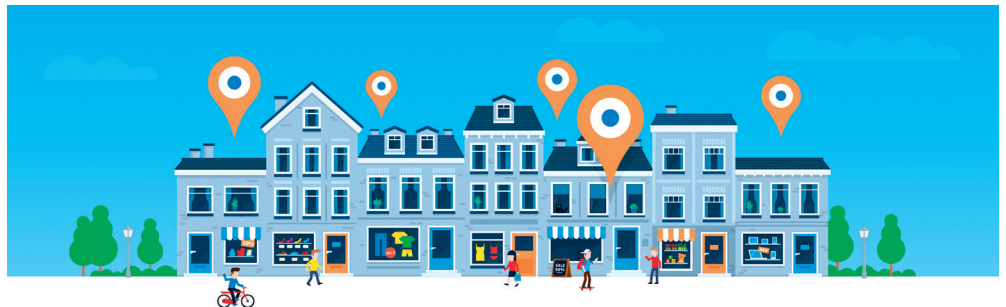
NATIONALE INTERESSE

Warenhuis Groningen is het eerste platform waarmee de techniek van Zupr live is gegaan. "We kunnen hiermee laten zien wat er allemaal met onze techniek mogelijk is, maar eigenlijk staan we dus nog maar aan het begin van wat het warenhuis kan betekenen", zegt Vos. "Hoe meer merken en winkels zich erbij aan sluiten, hoe sterker de samenwerking tussen retailer en merken wordt. Op dit moment zijn we in gesprek met zo'n twintig steden die ook interesse hebben in de techniek van Zupr."

Er komt een vliegwieltbeweging op gang. Het uiteindelijke doel van Zupr? We willen dit internationaal in de markt zetten. Het kon echt wel eens heel groot gaan worden en het zou toch mooi zijn als dat succes in Groningen vorm heeft gekregen."

Zupr is dus ambitieus. De winkeliers hoeven niet bang te zijn voor concurrentie. "De kracht is juist dat je dit lokaal inzet. We bezorgen in Groningen met fietskoeriers van Dropper. Die gaan echt niet helemaal richting Zwolle fietsen."

"Ik ben er uiteindelijk van overtuigd dat we een goed alternatief zijn voor de grote online webshopgiganten. Als alle lokale winkeliers in een stad meedoen, dan bied je hetzelfde productaanbod als die online partijen. Maar je kunt een product nog dezelfde dag laten bezorgen vanuit een lokale winkelier. Of dus zelf de stad ingaan, omdat je weet waar je moet zijn. In een winkel krijg je extra service. En uiteindelijk vind je dat als consument toch een stuk prettiger?"



HOE MAKKELIJK IS HET OM MEE TE DOEN MET WARENHUIS GRONINGEN?

Michiel Vos hoopt zo snel mogelijk alle lokale winkeliers in Groningen aan te sluiten op Warenhuis Groningen. Maar hoe gemakkelijk is dat? En hoe krijg je je producten online?

"Je downloadt eerst onze ZuprCharger app", legt Vos uit. "Je kunt dan heel simpel een locatie (winkel) aanmaken en vervolgens producten in je eigen online omgeving plaatsen. Vervolgens ben je direct zichtbaar op Warenhuis Groningen. Soms moet je een product zelf aanmaken, maar dat kost je een paar minuten. We hebben inmiddels ook verschillende merken aangesloten, waardoor het ook mogelijk is om producten van dat merk in te scannen. Er is dan ook meteen een koppeling met de productinformatie en -afbeeldingen, die door het merk wordt geleverd. Vervolgens is het mogelijk om een koppeling te maken met het online winkelmand- en betaalsysteem dat we op korte termijn gaan lanceren."



Duurzame bezorging sluit aan bij gemeentelijke ambities

Bezorgen gebeurt bij Warenhuis Groningen op een duurzame manier: op de cargobike. En dat is niet voor niets. "Dit sluit aan bij de gemeentelijke ambitie om in 2025 alleen nog maar uitstootvrij vracht- en bestelverkeer in de binnenstad toe te staan", zegt Sjouke van der Vlugt, senior beleidsmedewerker Ruimtelijk Beleid en Ontwerp bij de gemeente Groningen.

Bij Warenhuis Groningen is er van meet af aan ingezet op slimme, maar vooral ook duurzame distributie: voor de bezorging werd een samenwerking aangegaan met Dropper, die de bestelde producten op de cargobike bezorgt. Daarbij geldt: alle bestellingen binnen de gemeente Groningen worden met de fiets op het opgegeven adres afgeleverd.

En dat is hoe de gemeente het het liefst ziet. "Vanuit de gemeente hebben we verschillende maatregelen aangekondigd om vracht- en bestelverkeer zoveel mogelijk uit de binnenstad te weren", zegt Van der Vlugt. Hij wijst als voorbeeld op de uitbreiding van het venstertijdgebied voor laden en lossen. Vanaf 2022 gaan de venstertijden gelden voor alle straten

binnen de Diepenring, en ook voor winkelgebied De Westerhaven. Dat betekent dat vracht- en bestelverkeer hier in 2022 na de ochtend niet meer mag rijden.

Daarnaast zet de gemeente in op schone stadsdistributie en ook wat dat betreft sluit de bezorging per cargobike aan bij de doelstellingen van de gemeente. Het duurt nog even, zegt van der Vlugt, maar vanaf 2025 is er alleen nog maar 'schoon' verkeer welkom in de binnenstad. Vrachtwagens, busjes, bestelauto's: wie over drie jaar de binnenstad in wil – bijvoorbeeld voor de bevoorrading van winkels – moet emissievrij rijden. Op elektriciteit of waterstof dus. "Of op spierkracht, zoals met de cargo-bike", voegt Van der Vlugt toe.

CAMPAGNE

Er komt nog een informatiecampagne om de ondernemers in de binnenstad te informeren over de nieuwe regels op het gebied van schone stadsdistributie. Ook stonden er bijeenkomsten met bewoners, ondernemers en vervoerders gepland, zodat zij zich goed konden voorbereiden op de nieuwe situatie, maar door de coronacrisis is dat tijdelijk uitgesteld.

De gemeente gaat de precieze begrenzing van de gebieden, de inzet van camera's en de ontheffingsregeling de komende jaren samen met de klankbordgroep Stedelijke Logistiek verder uitwerken. De Groningen City Club is ook in deze klankbordgroep vertegenwoordigd.

CAMERATOEZICHT

Om de naleving van de venstertijden en later ook het gebruik van uitstootvrij bevoorradingsverkeer te controleren, wil de gemeente vanaf 2022 camera's inzetten die automatisch kentekens registreren. De camera's kunnen bijvoorbeeld bij de bruggen over de Diepenring komen. Er loopt op dit moment al een proef met cameratoezicht in de Brug-, Peper- en Poelestraat.



Cityscoop trok een aantal ondernemers aan de mouw over hun ervaringen met Warenhuis Groningen. "We juichen mensen op deze manier toe om in de stad te komen shoppen!"

Allard Steenbergen van Boekhandel Godert Walter

"Een prachtige manier om online klanten terug te winnen"

"Waarom wij meedoen aan Warenhuis Groningen? Nou, simpel: ik vind het een geweldig initiatief. Eerlijk gezegd zat ik zelf ook al te broeden op zoiets. De manier waarop het idee van een digitaal platform voor alle Groningse winkels nu wordt vormgegeven kan - in potentie - echt een enorme positieve impuls opleveren. Winkeliers zijn normaliter elkaars concurrenten, en ze gaan meestal hun eigen gang. Maar dankzij Warenhuis Groningen bundelen ze hun assortiment. Daardoor kunnen klanten zien wat lokale ondernemers in Groningen allemaal te bieden hebben.

Ik zie Warenhuis Groningen daarmee als een prachtige manier om online klanten terug te winnen en hen te verleiden weer bij lokale ondernemers te gaan kopen. Wat ook heel mooi is, is dat producten binnen een half uur

geleverd kunnen worden: echt een enorm voordeel in vergelijking tot webshops. Mensen zijn nu niet meer aangewezen op Bol.com.

Als mensen producten zien bij Warenhuis Groningen kunnen ze het ook in de echte winkels gaan bekijken: het kan daarmee een nieuwe motivatie zijn om naar de stad te gaan. Het centrum van Groningen zal daardoor aantrekkelijker worden voor andere winkels.

Zelf hebben we al boeken verkocht via het platform, en ik vind de techniek die er achter zit heel handig.

Maar laat ik niet te hard van stapel lopen.

Want je moet het wel groot aanpakken, met geautomatiseerde artikeldata. Feit is, ik denk dat Groningen met het Warenhuis iets in handen heeft waarmee we écht de weg terug omhoog zouden kunnen vinden!"



Pier Tjepkema van HK Living Brandstore & Laif & Nuver

"Online gluren wat de stad te bieden heeft"

"Wij hebben geen webshop, en dat willen we ook niet, dus wat dat betreft is het Warenhuis Groningen voor ons ideaal: op deze manier zijn we toch online zichtbaar, daarvoor is het een perfect platform. Uiteraard, het is ook leuk om op deze manier wat extra te verkopen. Om enorme aantallen gaat het niet; toevallig heb ik vanochtend twee bestellingen aan Dropper meegegeven en afgelopen dagen ook al een paar.

Belangrijker dan die paar extra producten die je wellicht verkoopt, is dat je mensen inspireert om eens een middagje in Groningen

te komen shoppen. Mijn ervaring is dat veel mensen voordat ze de stad in gaan toch even online gluren wat de stad te bieden heeft. Op warenhuis.groningen.nl kunnen ze zich perfect oriënteren.

Wat ik tegen twijfelaars zou willen zeggen?

Probeer het in ieder geval, het kost je tenslotte niets! Los daarvan vind ik het heel leuk dat er eens een gezamenlijk initiatief is, in plaats van ieder voor zich. Alleen dat al verdient het om mee te doen!"



Musetta Blaauw van Musjes Kinderwinkel, Zwanestraat

“Ieder heeft z’n ding, maar samen heb je alles”



Fotografie: Henx Fotografie

“Musjes Kinderwinkel heeft een eigen web-shop waarmee we al door heel Nederland bezorgen, maar toch vond ik het belangrijk om aan te haken bij Warenhuis Groningen. Waarom? Omdat het toejuicht dat mensen

lokaal gaan shoppen. Of dat nou fysiek is, of online.

Als winkeliers heb je elkaar nodig. Musjes Kinderwinkel kan nog zo’n leuke winkel zijn, maar door de aanwezigheid van Kaaskop

bijvoorbeeld, of Diezijner, of Mary Jane, wordt het winkelen in de stad nóg leuker. Je versterkt elkaar: ieder heeft z’n ding, maar samen heb je alles. Mensen komen niet voor één winkel naar de stad, het gaat om het totaal aanbod.

En dat geldt ook voor Warenhuis Groningen: hoe meer ondernemers hier laten zien wat ze in huis hebben, hoe aantrekkelijker het voor mensen wordt een kijkje te nemen. Wanneer mensen alleen speelgoed tegenkomen, zijn ze natuurlijk snel uitgekeken, maar als ze ook nog wat lekkers kunnen bestellen, of wellicht een nieuw jurkje, bied je ze een experience, en dat is wat je wilt.

Kortom: we moeten het samen doen. Dus ik zou tegen alle ondernemers willen zeggen: doe mee, zoek je vijftig pareltjes uit, reserveer een uurtje om je producten te uploaden en zorg op die manier dat niet alleen jouw zichtbaarheid, maar die van de hele stad, wordt vergoot. Daar hebben we niet alleen nu, maar ook in de toekomst profijt van: lokaal shoppen moet tussen de oren gaan zitten, en daar blijven zitten!”



Fokko Schepel van Kaldi

“Het ergste wat je kan gebeuren, is dat je omzet stijgt!”

“Ik heb het altijd al geroepen: als we ons als binnenstadondernemers zou verenigen, dan hebben we samen een groter assortiment dan de grote spelers als Bol.com.

Voor lokale ondernemers is het lastig om online goed vindbaar te zijn. Mensen die vanaf de bank online gaan zoeken op ‘koffiemachine’ komen al gauw automatisch bij de grote webshops uit. Als kleine ondernemer kun je het daar niet van winnen: wij hebben niet het geld, de middelen en de tijd om te zorgen dat we zo hoog in Google terechtkomen.

Als alle ondernemers uit de stad zich nou aansluiten bij Warenhuis Groningen dan zorgen we gezamenlijk dat de consument online niet verder hoeft te kijken, en op die manier toch

online én lokaal de dingen koopt die hij nodig heeft. Daar is ook de consument bij gebaat: want bestellen en bezorgen via Warenhuis Groningen is nog sneller en goedkoper ook, en het serviceniveau is hoger.

Eigenlijk is er geen enkel argument te bedenken waarom je als ondernemer niet aan zou moeten haken bij dit initiatief. Achterdocht, en de vrees dat het je uiteindelijk alleen maar geld gaat kosten, is al helemaal de grootste onzin. De GCC is een belangenbehartigingsclub, denk ik dan. Die hebben de beste bedoelingen. Het ergste wat je kan gebeuren, is dat je omzet stijgt!”

Cor Dijkstra en Gea Koeling van De Kaaskop

“Als je wilt scoren, moet je wel eerst schieten. Meedoen dus!”

“Op het moment dat Warenhuis Groningen van start ging, hebben we vanuit De Kaaskop meteen gezegd: wij doen mee! Het is een prachtig initiatief, dus waarom niet? Wat we mooi vinden is dat er samenwerking voor nodig is, en samenwerken moedigen we alleen maar aan: hoe meer ondernemers aanhaken, hoe meer we er met z’n allen de vruchten van plukken.

We hebben er nu niet heel veel producten op staan, een stuk of twintig. Maar toch levert het aardig wat bestellingen op. Met name de kaas- en worstplanken zijn populair; per week worden er zo’n tien via de site besteld.

Nu er meer aandacht is voor Warenhuis Groningen, en er dus harder op de trommel wordt geslagen, verwachten we ook dat het aantal bestellingen toeneemt. Mensen moeten even het gemak ervan ontdekken, dat is het.

Vooral voor winkels die geen webshop hebben, is deelname ideaal. Je hoeft verder amper online actief te zijn om toch vindbaar te zijn. En de consument die dan online rondstruikt op Warenhuis Groningen vindt misschien



behalve die Groningse worst, ook nog een leuk jurkje.

eker in deze tijd kun je een kans als deze, om gratis aan te haken, eigenlijk niet aan je voorbij laten gaan. Hoe zei Cruijff dat ook alweer?

“Als je wilt scoren, moet je wel eerst schieten.” Kortom: om te weten of het wat oplevert, zul je het toch eerst moeten proberen. En waarom zou je dat niet doen? Het kost je niks!”



Victor de Jonge van Marquant

“De mooiste en meest uitgebreide etalage van de stad”

“Warenhuis Groningen is vooral een hele mooie etalage. Misschien wel de mooiste etalage van de stad, of in ieder geval de meest uitgebreide.

Die zichtbaarheid is enorm belangrijk. Nu, tijdens de coronacrisis, maar ook straks, als de maatregelen weer opgeheven zijn. We moeten zorgen dat mensen straks weer massaal naar de stad komen. Voorafgaand aan hun bezoek kunnen ze zich dan online oriënteren; daar is Warenhuis Groningen het perfecte middel voor.

Dan heb ik het trouwens niet alleen over Stadgers, maar ook over toeristen, en mensen van buiten de stad die van plan zijn om naar Groningen te gaan. We moeten hen online zo

goed mogelijk laten zien wat we als stad te bieden hebben. En dat is nogal wat: zoveel leuke winkels, en dat in een gebied van nog geen vierkante kilometer groot.

Als we nú goed online laten zien wat we te bieden hebben, plukken we straks daar allemaal de vruchten van. Niet alleen de winkels trouwens, maar ook de horeca. Want: zonder winkels, geen horeca en geen gezellige stad. Kortom, ik vind Warenhuis Groningen een hartstikke goed initiatief en zou ook tegen alle winkeliers willen zeggen: doe vooral mee! Zie het vooral als een extra etalage van je winkel, en onthoud: baadt het niet, dan schaadt het je ook niet.”

Henk Broekema, voorzitter Ondernemend Haren

“Wel of niet online actief zijn: dat zou nog weleens het verschil kunnen maken”

In Haren loopt sinds kort een campagne om Harense ondernemers en winkeliers te attenderen op het bestaan van Warenhuis Groningen, en vooral: de mogelijkheid aan te haken. Want dat is precies wat elke Harense winkelier zou moeten doen, vindt Henk Broekema, voorzitter van ondernemersvereniging Ondernemend Haren. “Warenhuis Groningen biedt enorme kansen, zeker in deze tijd. Als ondernemer moet je zo’n kans gewoon grijpen. Het kost je niets en je hebt ook nog eens niets te verliezen”, betoogt Broekema.

Sinds Haren onder de gemeente Groningen valt, wordt er al voorzichtig samengewerkt tussen de Groningse ondernemers, verenigd in de GCC, en de Harense winkeliers, verenigd in Ondernemend Haren. Zo kunnen ondernemers uit Haren nu ook aanhaken bij bijeenkomsten van de Retailacademy, maar dus ook bij een initiatief als Warenhuis Groningen.

Een kans die ze niet kunnen laten liggen, vindt Broekema. “Ondernemers moeten het Warenhuis zien als een extra verkoopkanaal,

waarmee ze dus extra inkomsten kunnen genereren. Online dus, omdat er ook een webshopfunctie op zit, maar ook fysiek: bezoekers van Warenhuis Groningen worden geattendeerd op het bestaan van je winkel, waarmee de kans groter wordt dat ze in de toekomst een keer een kijkje komen nemen.”

“Deze kans wordt ondernemers in de schoot geworpen, dus ik zou zeggen: grijp die kans dan ook. Je hebt niets te verliezen, behalve misschien je eigen bedrijf. Want wel of niet



online actief zijn, dat zou nog weleens het verschil kunnen maken”, vermoedt Broekema. “De retailmarkt heeft nu al veel last van online webshops: de consument zit ‘s avonds op de bank met de laptop op schoot om online te gaan winkelen. Hoe geweldig is het als je die consument een lokaal alternatief kunt aanbieden?”, vindt Broekema. “Het geld blijft op die manier binnen de gemeentegrens en dat niet alleen: de producten die via Warenhuis Groningen besteld zijn, worden met de fiets bezorgd. Kortom, op deze manier dragen we met z’n allen ook nog ons steentje bij aan het milieu.”

Centrummanager Harold Lubberts:

“Ook ondernemers in Winkelcentrum Paddepoel kunnen vruchten plukken van online Warenhuis”



Voor winkels en bedrijven is het belangrijker dan ooit om online vindbaar te zijn, zegt Harold Lubberts, Centrummanager van Winkelcentrum Paddepoel. Hij roept alle ondernemers en winkeliers in Winkelcentrum Paddepoel dan ook op om zich vooral aan te sluiten bij Warenhuis Groningen.



Winkelcentrum Paddepoel telt dik tachtig winkels. De kracht van een website wordt nog te vaak onderschat en niet iedereen heeft een webshop. “Terwijl die online zichtbaarheid echt super belangrijk is, helemaal nu, in deze periode. Als mensen niet in staat zijn fysiek iets bij je te kopen, is het toch fantastisch dat je ze nu de mogelijkheid kunt bieden online wat bij je te bestellen”, aldus Lubberts.

De toegevoegde waarde gaat echter verder, zegt de Centrummanager. “De website, met daarop vele duizenden producten, laat zien wat er allemaal om de hoek te koop is. Vaak hebben mensen daar geen idee van. Door ze daar nu op te attenderen, bereik je wellicht een nieuwe groep klanten.”

Ook de ‘lokale support’ is volgens Lubberts een argument om aan te haken. “Laten we met z’n allen zorgen dat de lokale economie hiervan profiteert. Als mensen online gaan bestellen zijn ze snel geneigd dat bij de grotere aanbie-

ders te doen. Het is toch prachtig als we met een lokaal antwoord kunnen komen?”

De producten die de consument op Warenhuis Groningen bestelt, kunnen ze laten bezorgen of zelf ophalen in de winkel. “Dat bezorgen gebeurt op een duurzame manier, met cargobikes. Dus op deze manier draag je als winkel ook nog je steentje bij op het gebied van duurzaamheid”, aldus Lubberts. Maar ook klanten die hun bestelde producten zelf ophalen bieden weer kansen. “Je genereert daarmee een nieuwe stroom bezoekers, die wellicht elders in het winkelcentrum ook nog iets kopen.”

Lubberts benadrukt dat deelname aan Warenhuis Groningen geen personele, administratieve of financiële investeringen vraagt. “Zie het als een cadeautje, dat alleen maar voordelen heeft.”

Marcia Hilboesen van ondernemersvereniging Reitdiephaven

“Stukje extra bekendheid voor winkels in Reitdiephaven”

Warenhuis Groningen is voor ondernemers in de Reitdiephaven de perfecte manier om zichzelf ook in de rest van de stad in de kijker te spelen. Dat zegt althans Marcia Hilboesen van de ondernemersvereniging Reitdiephaven. “Reitdiephaven is niet alleen de meest gefoto-

grafeerde plek van de stad, het is ook een van de leukste winkelgebieden. Alleen, lang niet iedereen weet dat. Door deelname aan Warenhuis Groningen zorgen we voor een extra stukje zichtbaarheid.”

Zelf is Hilboesen met haar winkel MASH, een winkel op het gebied van bloemen en (woon) accessoires, al een tijdje aangesloten bij het online warenhuis. En als het aan haar ligt, volgen haar collega-ondernemers heel binnenkort. “Je krijgt er veel voor terug: online exposure, een extra verkoopkanaal, en je legt op deze manier verbinding met de stad.”

MASH heeft geen eigen webshop. “En omdat we nu op Warenhuis Groningen staan, hoeft dat ook niet meer.”

GRONINGEN CITY CLUB

Groningen voor elkaar: alle Groningse initiatieven nu gebundeld op één platform

‘Groningen voor elkaar’. Zo heet de campagne die Marketing Groningen medio april is gestart om alle mooie en bijzondere initiatieven, die tijdens de coronacrisis zijn ontstaan, te bundelen én onder de aandacht te brengen van het grote publiek. Met de campagne wil Marketing Groningen de initiatiefnemers – de ondernemers, zzp’ers en particulieren – een hart onder de riem steken. Warenhuis Groningen is een van de initiatieven die wordt uitgelicht. Ondernemers en winkeliers kunnen nog steeds hun eigen acties en initiatieven aanmelden.

Sinds de uitbraak van het corona-virus ligt het sociale leven stil, zijn veel winkels en horecagelegenheden gesloten en zit de economie zo goed als op slot. En ook: even geen festivals, concerten of exposities.

CREATIEVE GRONINGERS

Een keerzijde van de crisis is er ook, merkten ze bij Marketing Groningen. “Groningers zijn creatief, zo blijkt maar weer. Want sinds de overheid maatregelen aankondigde om het virus in te dammen, ontstaan er bij Groningse ondernemers en particulieren in rap tempo allerlei mooie en bijzondere initiatieven”, zegt Sjoerdje Drijfholt van Marketing Groningen. “Ze bezorgen thuis, organiseren hulp voor mensen die het nodig hebben of regelen online vermaak”, geeft ze als voorbeeld.

Initiatieven te over dus, en onder de noemer Groningen voor elkaar zijn al die initiatieven nu gebundeld op één platform: www.groningenvoorelkaar.nl. Met de campagne snijdt het mes aan twee kanten, zegt Drijfholt. “Samen bereik je meer, dus door één overkoepelende campagne hopen we dat alle initiatieven nu

de aandacht krijgen die ze verdienen.” Aan de andere kant plukken ook de thuisblijvers – alle Groningers dus – de vruchten van de campagne. “De initiatieven zijn verzameld onder de noemer ‘Thuis tips’, allemaal tips dus om het thuiszijn extra leuk en gezellig te maken.”

TROTS

“We hopen met de campagne ook het gevoel van trots onder Groningers te versterken. Zo laten we op de website niet alleen zien welke fantastische lokale initiatieven er zijn, maar inspireren we de websitebezoeker ook met portretten van Groningers die nu noodgedwongen thuiszitten. Voor en door Groningers, dat is de rode draad, met als boodschap ‘We gaan door. Dan maar met een beetje afstand. Ruimte zat.’”

De campagne loopt in ieder geval in april en mei van dit jaar. Het startsein werd gegeven met een paginagrote advertentie in het Dagblad van het Noorden, en daarnaast wordt met name via online kanalen aandacht besteed aan Groningen voor elkaar. Een abri-campagne loopt ook, maar dan voornamelijk in abri’s in de buurt van supermarkten.

NIEUWS

VOOR SOMMIGEN
ZIJN WE EEN EIND WEG
VAN WEINIG WOORDEN
KORT EN BONDIG
SOMS KOPPIG
OF ONGEZOUTEN
HET IS ONS KARAKTER
OMMEKRACHT
WIJ DOEN
EN WE GAAN DOOR
DAN MAAR MET
EEN BEETJE AFSTAND

RUIMTE ZAT

GRONINGEN
VOOR ELKAAR.NL



WARENHUIS GRONINGEN

Een van de initiatieven die extra wordt uitgelicht is Warenhuis Groningen. Wie op de campagnesite klikt op ‘winkelen’ komt vervolgens meteen op de website van het online warenhuis terecht.

AANMELDEN

Drijfholt roept ondernemers, zzp’ers en winkeliers op om vooral hun acties aan te melden. “We nodigen lokale initiatieven van harte uit om hierbij aan te haken,” aldus Drijfholt. Aanmelden kan via de website groningenvoorelkaar.nl.



Warenhuis Groningen: de meest gestelde vragen op een rij

MIJN WINKEL IS DICHT VANWEGE DE CORONACRISIS. KAN IK WEL MEEDOEN?

Zeker kan dat! Juist in deze tijd is het belangrijk om online zichtbaar te zijn.

WARENHUIS GRONINGEN WORDT OMSCHREVEN ALS 'ONLINE ETALAGE'. WAT IS HET VERSCHIL MET EEN WEBSHOP?

Net als in een grote webshop kun je op [warenhuisgroningen.nl](https://www.warenhuisgroningen.nl) eenvoudig zoeken. Op productnaam of merk, maar ook bijvoorbeeld op maat of kleur. Het enige verschil is dat er alleen producten te vinden zijn die ook in de rekken en schappen van de deelnemende winkels liggen. Daarbij gaat om producten van lokale, nationale en internationale merken en labels.

HOE ZIT HET MET BEZORGEN? EN WAT KOST HET?

Voor adressen in de gemeente Groningen geldt dat bezorgen voorlopig gratis is. Binnen de gemeente worden de producten gratis bezorgd door fietskoeriers.

IK WIL GRAAG MEEDOEN. WAT KOST HET?

Helemaal niets. Normaal gesproken kost het lidmaatschap 200 euro maar omdat veel ondernemers het in deze tijd extra moeilijk hebben, is besloten dat ondernemers kosteloos aan mogen haken.

IK BEN FRANCHISER. KAN IK OOK MEEDOEN?

In principe kan iedereen aanhaken: van de kleine retailer op de hoek tot de grootste winkelketens.

IK BEN HELEMAAL NIET TECHNISCH. HOE KRIJG IK TOCH MIJN PRODUCTEN GEÛPLOAD?

Het uploaden van producten is heel eenvoudig. Ondernemers die zich aanmelden (via de pagina [warenhuisgroningen.nl/aanmelden](https://www.warenhuisgroningen.nl/aanmelden)) krijgen een duidelijke instructie. Er zijn verder geen technische, personele of financiële investeringen nodig.

MIJN WINKEL ZIT NIET IN DE BINNENSTAD. MAAKT DAT UIT?

Dat maakt helemaal niet uit. Wat voor winkels in de binnenstad geldt, geldt ook voor ondernemingen in bijvoorbeeld de wijkwinkelcentra of Haren en Ten Boer: zorg dat je online zichtbaar bent.

WAT KAN IK MET DE MARKETING-KIT?

Er komt online een marketing-kit beschikbaar, waarin je onder meer afbeeldingen vindt die je voor sociale media kunt gebruiken. Ook kant-en-klare teksten, logo's, posters en stickers zijn hier te vinden. De GCC roept ondernemers op zoveel mogelijk gebruik te maken van de marketing-kit. Hoe meer ondernemers dat doen, hoe zichtbaarder Warenhuis Groningen wordt.

HOEVEEL PRODUCTEN MAG IK MAXIMAAL UPLOADEN?

Je mag zoveel producten uploaden als je wilt.

IK WIL ME GRAAG AANMELDEN! HOE DOE IK DAT?

Aanmelden kan op www.warenhuisgroningen.nl/aanmelden. Op deze pagina wordt in een aantal eenvoudige stappen duidelijk gemaakt hoe je jouw online winkelomgeving kunt aanmaken. Via de app die hiervoor ontwikkeld is kun je daarna snel beginnen met het uploaden van jouw productassortiment.

IK HEB EEN TECHNISCHE VRAAG. WAAR KAN IK TERECHT?

Veel vragen en antwoorden zijn al te vinden op de site [warenhuisgroningen.nl/aanmelden](https://www.warenhuisgroningen.nl/aanmelden). Heb je daarnaast een technische vraag dan kun je via email contact opnemen met Zupr: support@zupr.nl. Bellen kan ook: 085 – 401 13 00.

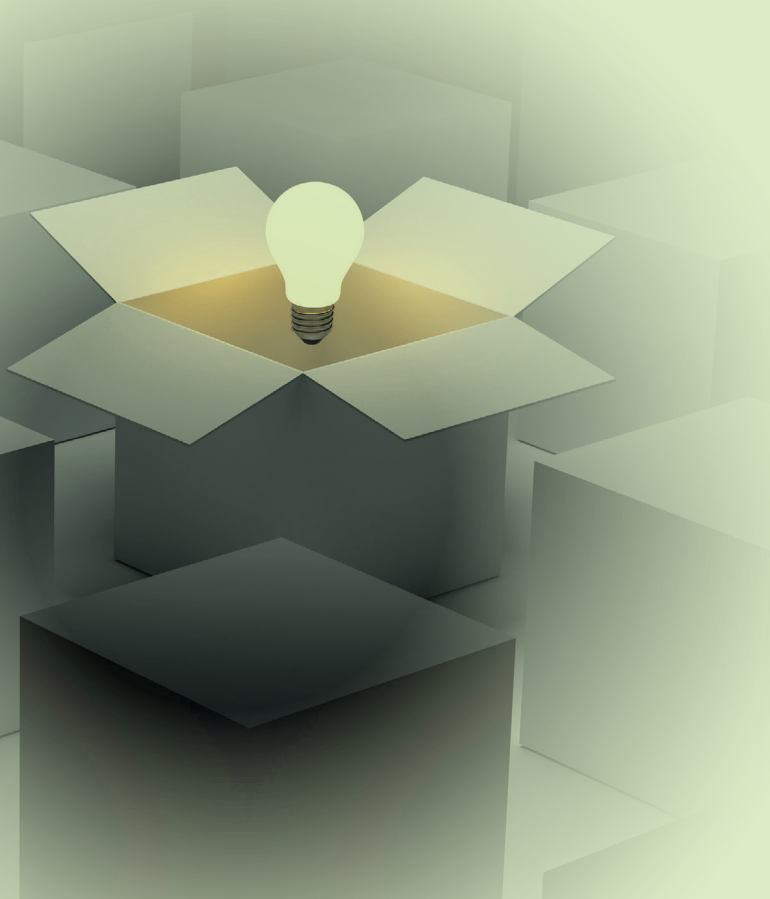
IK HEB EEN ANDERE VRAAG. BIJ WIE KAN IK TERECHT?

Voor alle niet-technische vragen kun je een mailtje sturen naar info@warenhuisgroningen.nl. Je krijgt dan zo snel mogelijk antwoord.

Creatieve oplossingen van ondernemers

Door de coronacrisis zijn restaurants en cafés verplicht gesloten, maar ook veel winkels en filiaalbedrijven nemen het zekere voor het onzekere en zijn voorlopig (gedeeltelijk) dicht. Een keerzijde van deze ellende is er ook: tal van Groningse ondernemers en winkeliers kwamen afgelopen weken met creatieve, originele en out-of-the-box-oplossingen om er toch het beste van te maken. Een (willekeurige) selectie van een aantal van die initiatieven:

- Tuinierwinkel De Stadsakker heeft nu een website en bezorgt – per bakfiets – alle tuinspulletjes thuis.
- De Kaaskop is nog gewoon open, maar bezorgt nu ook. Kaasfondues, borrelplanken, goed gevulde vrijmibo-tasjes en meer.
- De boekhandel van Godert Walter is open, maar bezorgt nu ook. Voor €1,50 krijg je je boek thuisbezorgd.
- Boekhandel Riemer heeft voor alle thuiszitters een leuk magazine gemaakt. Vol inspiratie voor jezelf, ontspanning, verdieping en natuurlijk ook om de dag door te komen met de kinderen.
- Land van Kokanje verkoopt tegoedbonnen. Koop een tegoedbon voor €50,- ter waarde van € 55,-
- Restaurant Brussels Lof bezorgt tijdelijk op donderdag, vrijdag en zaterdag aan huis.
- Wijnhandel Roemer biedt tijdens deze vervelende periode een 'thuiswijnproeverij' aan. Daarbij worden de wijnen via een persoonlijk filmpje toegelicht via Whatsapp. Vanaf 30 euro wordt er in de stad gratis thuisbezorgd.
- Drive Indo Javaans Eetcafé. Het Javaans Eetcafé uit Groningen heeft een 'Drive Indo' in het leven geroepen.
- Dranken, likeuren, borrelplanken en meer. Mofongo's 'Most Wanted' wordt nu ook thuisbezorgd.
- Voor de vorstelijke gerechten van Dinercafé Soestdijk is er nu een speciaal afhaalmenu.
- Coromapost. Het Groningse Omapost kwam op het idee van Coromapost. Omdat je niet meer bij opa en oma op visite kan, een speciaal kaartje via Coromapost.
- Wie nu bij restaurant Vive la Vie een dinerbon van 125 euro koopt, trakteert daarmee een persoon naar keuze, die wel wat steun kan gebruiken, op een gratis maaltijd.
- Palazzo Damesmode is nog gewoon geopend, maar heeft nu ook een bezorgservice én de mogelijkheid tot personal shopping.
- Dameskledingzaak Bess biedt voor 100 euro een bon aan. Hoe later je 'm verzilverd, hoe meer die waard is. In april is de bon al 110 euro waard, in mei 120 euro en in augustus 150 euro.



Ook Groningen heeft nu Grokaalbox: doos vol lekkernijen van stadse ondernemers

Na steden als Rotterdam, Amsterdam en Nijmegen heeft ook Groningen nu een Grokaalbox: een doos met daarin zestien lekkernijen van Groningse ondernemers.

Toen de coronacrisis uitbrak, ontstond bij Janine Doornbos van Dropper al gauw het idee om de infrastructuur van Dropper in te zetten om daarmee lokale ondernemers te helpen. "Aangezien je sociaal ondernemen samen doet hebben we vanuit Dropper Wilbert van Kamp, ondernemer achter Oma Post en Lokaal Kilo's Schuiven, en ontwerper Jesse Schaap gevraagd om met hun kennis en kunde te helpen om Grokaalbox op te zetten", aldus Jantine.

De Grokaalbox is op dit moment gevuld met producten van zestien uiteenlopende Groningse ondernemers. Van soep tot koek, en van wijn tot brood, geeft Doornbos als voorbeeld. Het gaat om producten van Doggerland Craft Cider, de Ciderwinkel, Baxbier, de Kaaskop, Vino Per Tutti, Wadapartja, Kaldi Koffie en Thee, Koffiestation, Black en Bloom, de Soepwinkel, Luuks Brood, Kaper groenten en fruit, Stichting Toen-



tje, Abrahams Mosterdmakerij en Restaurant, Boter en Bloem en Overnachten in Stijl.

Met de Grokaalbox snijdt het mes aan twee kanten, vindt initiatiefneemster Jantine. Consumenten kunnen kennismaken met al het lekkers dat

de stad te bieden heeft, en voor de ondernemers betekent het een extra steuntje in de rug.

De Grokaalbox kost 70 euro en is te bestellen via FoodDrop en wordt, op zaterdag, thuisbezorgd door Dropper.

Venstertijden voor bevoorrading tijdelijk aangepast

Vanwege de coronacrisis zijn de venstertijden die gelden voor de bevoorrading van winkels en horeca in de binnenstad tijdelijk aangepast. In plaats van tot 12.00 uur mogen de winkels tijdelijk tot 18.00 uur worden bevoorraadt.

Dat betekent dat de bevoorrading in de binnenstad voorlopig tussen 5:00 uur en 18:00 uur kan plaatsvinden.

WINKELS LATER OPEN

Door de coronaproblematiek gaan veel winkels pas om 12:00 of 13:00 uur open. Het is voor transporteurs daarom niet mogelijk om de winkels te bevoorraden tijdens de normaal geldende venstertijden.

MINDER DRUK

Volgens de gemeente is de verruiming op dit moment mogelijk omdat het veel minder druk is in de binnenstad dan normaal en er ook minder bevoorrading is. De gemeente behoudt wel het recht om dit besluit terug te draaien als daar aanleiding voor is.

BOUW- EN KLUSVERKEER

Het tijdelijk opschorten van de venstertijden geldt alleen voor de bevoorrading van winkels en horeca en niet voor de overige logistiek, zoals bouw- en klusverkeer. Zij hebben, net als anders, nog een ontheffing nodig om na 12:00 uur in de binnenstad te mogen rijden.

Bloemenjaarmarkt afgelast: GCC deelde tulpen uit

De Groningen City Club heeft op Goede Vrijdag tulpen uitgedeeld aan winkeliers in de binnenstad. De GCC wilde de binnenstadondernemers daarmee een steuntje in de rug geven.

Dat er uitgerekend op Goede Vrijdag bloemen werden uitgedeeld is niet zonder reden. Op deze laatste vrijdag voor Pasen staat de binnenstad traditioneel in het teken van de druk bezochte Bloemenjaarmarkt. "Gezelligheid en omzet worden gemist op deze dag waarop de stad normaal gesproken verandert in een grote bloemenzee," aldus de GCC.

Voor de actie had de Groningen City Club meer dan duizend bossen tulpen ingekocht.



Online marketing belangrijker dan ooit; basiscursus voor ondernemers

Voor ondernemers en winkeliers is dit hét moment te investeren in online marketing, zegt Sebastiaan Kremer van Triple Pro Online Marketing. Dit stad-Groningse bedrijf is onlangs, op initiatief van de GCC en dus speciaal voor ondernemers, gestart met een aantal webinars over dit onderwerp.

Vanuit de Ondernemers Academy stonden er aanvankelijk drie fysieke workshops gepland, maar het coronavirus – en daarmee het verbod op bijeenkomsten – gooide roet in het eten. “Maar omdat het onderwerp nu actueler is dan ooit hebben we besloten er webinars van te maken”, vertelt Sebastiaan Kremer. De onderwerpen blijven hetzelfde, de praktische aanpak

ook; het enige verschil is dat de workshops nu online plaatsvinden.

“Online marketing is altijd al belangrijk geweest, maar in deze periode waarin de meeste winkels dicht zijn, wordt het belang nog maar eens extra benadrukt”, zegt Kremer. Eigenlijk kun je als ondernemer niet achterblijven, zegt hij. “Mensen oriënteren zich online op wat er in de winkels te koop is. Het is doodzonde als je dat laat liggen, zeker in deze periode.”

FACEBOOK-CAMPAGNE

Omdat online marketing voor veel ondernemers en winkeliers een nieuwe tak van sport is, worden er vanuit de Ondernemers Academy speciaal hen dus drie webinars georganiseerd. De eerste online workshop was op woensdag 15 april en ging over Facebook ads. “De deelnemers kregen eerst een half uur

theorie en konden daarna aan de slag met een eigen Facebook-campagne”, vertelt de online marketeer over deze praktische workshop. De webinars zijn interactief: de deelnemers kunnen dus tijdens de workshop vragen stellen.

Op woensdag 22 april stond er opnieuw een webinar op de agenda, dit keer over Email Marketing. Ook deze webinar was praktisch van aard: deelnemers gaan onder meer een emailtemplate maken, waarbij ze leren hoe je het beste een goed converterende email kunt inrichten. “Ook wordt ingegaan op vragen als ‘Hoe vaak moet ik e-mails versturen?’ en ‘Welke programma’s kan ik daar het beste voor gebruiken?’”, geeft Kremer als voorbeeld. De workshop wordt gegeven door een e-mail marketingspecialist.

MOGELIJKHEDEN EN KANSEN

Als het gaat om online marketing, is er een belangrijke rol weggelegd voor Google Ads. Daarover gaat het webinar op woensdag 29 april. “De deelnemers leren onder meer hoe ze een Google Ads-advertentie inrichten, wat de kosten daarvan zijn en ook belangrijk: wat het kan opleveren”, aldus Kremer.

De fysieke workshops zouden om de maand plaatsvinden, maar de webinars vinden welkelijks plaats. “Daar hebben we bewust voor gekozen. Aan de ene kant omdat mensen nu ‘s avonds meer tijd hebben, maar vooral omdat dit hét moment is voor ondernemers om zich te verdiepen in de mogelijkheden en kansen van online marketing.”

Per webinar kunnen maximaal acht mensen meedoen. Bij veel belangstelling wordt bekeken of er meer webinars plaats kunnen vinden.

Aanmelden? Dat kan op www.groningerondernemersacademy.nl.

Online koopavond op Spot TV



Sowieso nog op donderdag 30 april is er een online koopavond. Tijdens een speciale Support Your Locals Livestream kunnen ondernemers en winkeliers hun producten en diensten aanbieden.

De jongerenzender Spot TV wil met de livestream de lokale binnenstadondernemers een hart onder de riem steken. Ondernemers kunnen nog steeds aanhaken. Aanmelden kan op www.spot-tv.nl/online-koopavond.

De eerste online koopavond, begin april, trok meteen al duizenden geïnteresseerde kopers. Onder andere Stardust, Baxbier, Marquant en Kopjek kwamen naar de studio van Spot TV om hun product te laten veilen of verkopen.

KIJK LIVE MEE

De online koopavond wordt live uitgezonden op de Facebook-pagina van Spot TV. Ook via het Youtube-kanaal van Spot TV, en via de website van de Groninger Ondernemers Courant is de koopavond live te volgen.

Het gaat om een initiatief Marten de Ruiter. Ook onder meer de Groningen City Club, Bedrijvenvereniging WEST, de gemeente Groningen en de Groninger Ondernemers Courant zijn erbij betrokken.

Volgens De Ruiter is het de bedoeling dat er sowieso alle donderrdagen in april een online koopavond plaatsvindt. Het initiatief krijgt mogelijk in mei een vervolg.

Voordelen uitsluitend voor GCC-leden

De Groningen City Club (GCC) is in de allereerste plaats een belangen-behartiger. Meestal is dat onzichtbaar werk, waar pas na jaren soms iets van te merken is. Om haar leden ook sneller en een meer zichtbaar voordeel te bieden heeft GCC een aantal leden bereid gevonden hun collega-ondernemers tegen een lagere prijs dan normaal te ondersteunen. GCC heeft gekozen voor leden die iets bieden waar elke ondernemer mee te maken kan krijgen. Onderstaande GCC-leden bieden hun collega-ondernemers ondersteuning aan bij:

ALGEMENE

ONDERNEMERSONDERSTEUNING:

• MKB Nederland Noord:

Belangenbehartiging 21ste eeuw | bereikt-ontmoet-informeert-ondersteunt | 15000 leden | koepelorganisatie | vóór & dóór ondernemers.
Contactgegevens:
- Leonard Springerlaan 31, 9727 KB Groningen
- Tel.: 050-5275757, fax 050-5278373
email: noord@mkb.nl
twitter: @mkbnnord

DIGITALE ONDERSTEUNING:

• Studio Wisemice:

Wijsheid in Webdesign en Workshops.
Contactgegevens:
- Bloemsingel 202, 9712 KZ Groningen
- Tel.: 06-43525988,
e-mail: wisemice@gmail.com

FINANCIËLE ONDERSTEUNING:

• VDW accountancy B.V.:

Gratis eerste anderhalf uur advies of second opinion. Daarna 10% korting op uurtarief voor adviesdiensten.
Contactgegevens:
- Damsterdiep 49-53, Postbus 484, 9700 AL Groningen
- Tel.: 050-4063008, fax: 050-3184885,
e-mail: info@vdwgroep.nl

INVENTARISATIE ONDERSTEUNING:

• Crito BV Balans- en adviesbureau:

10% korting op uw voorraad telling, uitgevoerd door Crito BV..
Contactgegevens:
- Paterswoldseweg 806, 9728 BM Groningen
- Tel.: 050-7901043, 06-41338600,
e-mail: mdevries@crito.info

JURIDISCHE ONDERSTEUNING:

• Bout Overes Advocaten Groningen:

Gratis eerste gesprek over elk denkbaar juridisch geschil op zowel civielrechtelijk als strafrechtelijk gebied.
Contactgegevens:
- Ossemarkt 7, Postbus 7015, 9701 JA Groningen
- Tel.: 050-3140840, fax: 050-3128112,
e-mail: info@boutoveres.nl

• De Haan Advocaten & Notarissen:

Gratis intake gesprek en vervolgens 10% korting op de advocaat- en notariskosten.
Contactgegevens:
- Turfsingel 33, 9712 KJ in Groningen
- Tel.: 050-3181344, fax 050-3124918,
e-mail: m.schaap@dehaanlaw.nl

MAKELAARS

ONDERSTEUNING:

• Cushman & Wakefield:

Eerste gesprek en/of advies over elk vastgoedonderwerp.
Prijs op maat bij vervolgafspraken of opdrachten.
Contactgegevens:
- Hereweg 95B, 9721 AA Groningen
- Tel.: 050-3141232,
e-mail: dolf.stelstra@cushwake.com

ONLINE MARKETING

• Working Service

Gratis spreekuur voor marketing vraagstukken. Daarna 15% korting op online marketing en communicatie diensten.
Contactgegevens:
Herestraat 113, Groningen
tel.: 06-33858328
e-mail: a.adams@workingservice.nl

VEILIGHEIDS

ONDERSTEUNING:

• RECO Security:

20% korting op uw huidige prijs voor: mobiele-surveillance, alarmopvolging en winkelbeveiliging.
Contactgegevens:
- Postbus 6030, 9702 HA Groningen
- Tel.: 050-2600082
- email: info@reco-security.nl

ZORGONDERSTEUNING:

• De Friesland Zorgverzekeraar:

GCC-leden ontvangen 10% korting op Basisverzekering, Aanvullende Verzekeringen, Doorlopende Reisverzekering en Doorlopende Annuleringsverzekering.
Contactgegevens:
- Tel. 058-291.31.31

Op de website www.groningencityclub.nl staan de aanbieders ook genoemd met een directe link naar hun respectievelijke websites en/of een uitgebreidere toelichting op hun aanbieding.

**Bovenstaande
aanbiedingen
geldt uitsluitend
voor leden van de
Groningen City Club.**

