



Onderzoek onder binnenstadondernemers: Corona laat sporen na, dus extra inzet op aantrekkelijke binnenstad

Een compacter winkelgebied, individuele begeleiding van winkeliers en een aantrekkelijke en onderscheidende binnenstad. Dat is in het kort wat Groningen nodig heeft om de gevolgen van de coronacrisis het hoofd te bieden, zo blijkt uit onderzoek in opdracht van de GCC.

Uit het onderzoek, onder winkeliers en horecaondernemers in de binnenstad, komt naar voren dat veel ondernemers pittige tijden doormaken, en wel wat hulp en advies kunnen gebruiken, zowel van de GCC als van de gemeente. (Lees verder op pagina 8 en 9)

O.A. VERDER IN DIT NUMMER:

- Eric Bos: 'Koop lokaal, iedereen blij!' [PAG. 2](#)
- GCC en het lijntje naar Den Haag [PAG. 3](#)
- Campagnenieuws Warenhuis Groningen [PAG. 4 en 5](#)

- Binnenstad verdeeld in kwartieren [PAG. 6](#)
- Winterprogramering [PAG. 7](#)
- Broekhuis Rijs & De Gier adviseren compacte winkelgebieden [PAG. 9](#)
- Tijdelijke invulling lege winkelpanden [PAG. 10](#)

- Ronald Senechal, 65 jaar in de vulpennen [PAG. 16](#)
- Ondernemen in coronatijd [PAG. 17/21](#)
- Koopt elders niet wat Ten Boer u biedt [PAG. 23](#)

'Koop lokaal, iedereen blij!'



Er gloort licht aan de horizon! En nee, dan heb ik het niet over de decemberversieringen die op dit moment de binnenstad feeëriek verlichten, maar over een mogelijk vaccin, en daarmee wellicht een einde aan de maar voortslepende coronacrisis.

Ondernemers hebben het onvoorstelbaar moeilijk op het moment, zoveel is duidelijk. Maar op een naargeestige en sombere visie zit niemand te wachten.

Ik bekijk het liever van de positieve kant, en dan constateer ik een aantal lichtpuntjes. Zo loopt het aantal coronabesmettingen landelijk gezien behoorlijk terug, en gaat het zeker in Groningen de goede kant op! En ook een goed werkend en veilig vaccin komt steeds een stapje dichterbij.

Dat zijn bemoedigende berichten, en die kunnen we op dit moment goed gebruiken. Want als gevolg van de coronacrisis, en de daaruit voortkomende maatregelen, is het op dit moment een stuk rustiger in de binnenstad. Sterker nog, als je het vergelijkt met dezelfde periode vorig jaar dan waren er in oktober van dit jaar 40 procent minder bezoekers.

Het zijn dan niet zozeer de Stadjes zelf die de binnenstad ontwijken, maar vooral mensen uit de regio, Duitsland én

studenten natuurlijk, die hun kamer weer verruild hebben voor het ouderlijk huis. Want dat wil men nogal eens vergeten: zeker in een studentenstad als Groningen zorgen studenten voor enorm veel verkeer op straat en in de winkels.

Overigens staat Groningen niet alleen (en aan kop) als je het hebt over teruglopende bezoekersaantallen: hoe groter de stad, hoe zwaarder getroffen, zo blijkt elke keer weer tijdens het wekelijkse overleg tussen branchevereniging INRetail en vertegenwoordigers van de dertien grootste Nederlandse steden. Wij tellen 40 procent minder bezoekers, maar steden als Amsterdam en Rotterdam moeten het met nog minder doen..

Nog een verschil tussen Groningen en de andere grote steden: wij hebben hier het Warenhuis Groningen! Er is onlangs een grote campagne van start gegaan om dit platform, waarbij ondertussen een kleine tweehonderd winkeliers bij zijn aangesloten, een extra boost te geven. "Koop lokaal, iedereen blij!", zo luidt de nieuwe slogan, en zo is het maar net. Consumenten die de drukte van de stad willen vermijden, kunnen alsnog online winkelen in Groningen, en de winkeliers kunnen op hun beurt laten zien wat ze in huis hebben!

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

Penningmeester

Pier Tjepkema
tel. 050-3133711 / 06-10507857
duurzaamheid@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

Horeca

Sophie Speelman (The Student Hotel)
tel: 050-3133711 / 06-34790401
horeca@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

Stafbureau 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'

Afgelopen ALV online, én nog terug te kijken

Afgelopen maandag 20 november stond de Algemene Ledenvergadering (ALV) van de Groningen City Club op het programma. Vanwege corona, en de maatregelen die daarbij horen, vond de vergadering online plaats.

Heb je de vergadering gemist? De ALV is nog steeds terug te kijken via het Youtube-kanaal van de GCC. De onderwerpen die behandeld werden, komen ook aan bod in deze Cityscoop.

COLOFON

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

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

GCC schuift aan bij overleg INretail en dertien grote steden “Dit is ons lijntje naar Den Haag”



Sinds juni van dit jaar is er een wekelijks overleg tussen bracheorganisatie INretail en de dertien grote Nederlandse steden over de coronacrisis. Ook de Groningen City Club (GCC) schuift elke keer aan bij dit overleg. “Op deze manier kunnen we in Den Haag invloed uitoefenen en kunnen we lobbyen voor zaken die we belangrijk vinden, zoals goede steunpakketten voor retailers en een snelle heropening van de daghoreca.”

Bij het wekelijkse online overleg schuiven vertegenwoordigers van retailers in de dertien grote steden aan. In sommige steden is dat iemand van MKB, maar in het geval van Groningen is dat Eric Bos van de GCC, al dan niet vergezeld door Erwin Mulder.

“Door aan te sluiten bij dit overleg hebben we een kort lijntje met het kabinet in Den Haag, en kunnen we – voor zover mogelijk - invloed uitoefenen op het beleid, de coronamaatregelen en de verschillende regelingen”, legt Bos uit. Want: de directeur van INretail, Jan Meerman, is op zijn beurt weer gesprekspartner van verantwoordelijk minister Wiebes en staatssecretaris Mona Keijzer.

“Het is aan Meerman en zijn organisatie om

het kabinet van input te voorzien over hoe het er in de retail voor staat, welke maatregelen er nodig zijn en waar behoefte aan is”, schetst Bos de situatie. Die input haalt hij onder andere uit Groningen, van Bos. “Op deze manier hebben we grip op de situatie en kunnen we in Den Haag zaken voor elkaar krijgen.”

SLUITING NIET-VITALE WINKELS

Of voorkomen. Bos wijst als voorbeeld op sluiting van niet vitale-winkels. “Voorafgaand aan de tweede lockdown, die begin november werd aangekondigd, werd in Den Haag ook de mogelijkheid besproken alle-niet vitale winkels tijdelijk dicht te gooien. INretail heeft zich toen enorm hard gemaakt dat te voorkomen, in samenspraak met de dertien grote steden”, vertelt Bos.

Ook de verschillende regelingen die er op dit moment voor ondernemers en retailers zijn, zoals de NOW, de overbruggingsregeling zelfstandige ondernemers (tozo) en tegemoetkoming vaste lasten, zijn mede tot stand gekomen na lobbywerk van INretail, en diens achterban.

DAGHORECA WEER OPEN

Bos spreekt van een “continue lobby om het beste voor elkaar te krijgen.” Ook een versnelde opening van daghoreca is een belangrijk punt. “We maken er ons tijdens de overleggen hard voor dat in ieder geval de daghoreca

mogelijk eerder open kan dan half december”, zegt Bos. Dat zou niet alleen goed nieuws zijn voor de horecaondernemers, maar ook voor de winkeliers in de stad. “Heropening van cafeeetjes en restaurants maakt een bezoekje aan de stad weer aantrekkelijker: mensen kunnen weer ergens even een broodje eten of naar het toilet.”

ONTZORGEN ACHTERBAN

“We willen onze achterban maximaal ontzorgen, en de ondernemers in de stad zo goed mogelijk faciliteren”, vat Bos het samen. Hij wijst als voorbeeld op signing voor in winkels die ondernemers via INretail kunnen aanvragen. “We hadden vanuit de GCC al samen met Marketing Groningen een toolbox samengesteld, maar ook via INretail is dus zo’n pakket aan te vragen.”

Ook vertegenwoordigers van de grootwinkelbedrijven schuiven aan bij het overleg. “Maar daarnaast zitten we als GCC ook vrij regelmatig alleen met de grote ketens om tafel. Gelukkig maar, want het is in het belang van de stad om gezamenlijk op te trekken: niet alleen kleine speciaalzaken maar juist ook grootwinkelbedrijven zorgen voor de aantrekkingskracht van een stad. Ketens trekken veel jongeren, en bezoekers uit de regio. Als de ketens wegvallen, valt ook een deel van de bezoekers weg. Kortom, in Groningen doen we het samen!”

Nieuwe campagne Warenhuis Groningen gestart



‘Koop lokaal, iedereen blij!’. Met die slogan is onlangs een nieuwe publiekscampagne voor Warenhuis Groningen van start gegaan. **“Zeker nu de mogelijkheden van fysiek winkelen beperkt zijn, maar er wél inkopen voor de feestdagen gedaan moeten worden, biedt Warenhuis Groningen enorme kansen”,** zegt Erwin Mulder van de GCC. Hij roept de deelnemende winkels dan ook op zélf het Warenhuis te promoten, met name op hun socials, maar tegelijkertijd ook te zorgen voor een mooi online assortiment in deze ‘online etalage van de stad’.

De nieuwe publiekscampagne ging medio november van start, en is anders van opzet dan de eerdere campagne, afgelopen voorjaar. “Die campagne had primair als doel de naamsbekendheid van Warenhuis Groningen te vergroten, maar dit keer is de campagne meer doelgericht en willen we mensen vooral verleiden

den een bezoek te brengen aan de website.”

PORTRETTE VAN WINKELIERS

Daarvoor zijn onder meer tientallen portretten van deelnemende winkeliers gemaakt, die via de socials onder het publiek gedeeld worden. Maar dat niet alleen: begin deze maand is er via

de huis-aan-huisbladen van de NDC Media-groep, zoals de Gezinsbode en het Harener Weekblad, een speciale bijlage over Warenhuis Groningen verspreid. “In die bijlage staan inspirerende en bijzondere portretten, foto’s en verhalen van in totaal 25 deelnemende winkels”, zo vertelt Mulder.

De consument die vervolgens een bezoek brengt aan www.warenhuisgroningen.nl, komt dan op een vernieuwde website terecht, met ook meer functionaliteiten. Zo kun je producten sinds kort ook reserveren of online afrekenen en vervolgens in de winkel afhalen. Daarnaast zijn er speciale categorieën als Sinterklaas en Kerst, en is er meer en betere communicatie mogelijk tussen winkelier en consument. Ook aan de achterkant van de site en in de app is een en ander veranderd en verbeterd, waardoor het voor ondernemers makkelijker is om producten aan te maken en/of toe te voegen aan hun assortiment.

ONDERZOEK

In opdracht van de Groningen City Club (GCC) heeft de Rijksuniversiteit Groningen afgelopen zomer uitgebreid onderzoek gedaan onder de bijna 200 deelnemers. “Voor dit onderzoek zijn alle deelnemers benaderd, waarvan uiteindelijk een kleine 73 procent heeft meegewerkt. Een ongekend hoge score”, zegt Mulder.

Als een van de belangrijkste conclusies van het onderzoek noemt hij het enorme draagvlak onder de deelnemers. Tegelijkertijd is er ook behoefte aan een toekomstvisie en een omschrijving van het nut en doel van het platform. “De dubbele functie van Warenhuis Groningen zorgt soms voor wat onduidelijkheid. Aan de ene kant is het een soort webshop, waar ondernemers hun producten online kunnen verkopen, maar Warenhuis Groningen is tegelijkertijd ook een online etalage, die de consument moet verleiden een kijkje in de stad te nemen”, omschrijft Mulder. “De coronacrisis heeft er weliswaar toe geleid dat de webshop-functie een vlucht heeft genomen, maar de online etalage-functie is er nog wel degelijk.”



WARENHUIS GRONINGEN



TOEKOMSTVISIE

Behalve de deelnemers zijn ook mensen uit het veld – leden van de zogenoemde expertgroep – gevraagd naar hun mening en suggesties, en ook onder consumenten is een onderzoek uitgevoerd. “De resultaten van al deze onderzoeken worden meegenomen in een uitgebreide toekomstvisie, waar momenteel de laatste hand aan wordt gelegd.”

De huidige campagne loopt in deze vorm tot eind dit jaar. De eerdere campagne liet mooie resultaten zien, zo vertelt Mulder. Zo brachten ruim 100.000 mensen een bezoek aan de site, waren er via de socials 1 miljoen contactmomenten en heeft de Facebookpagina van Warenhuis Groningen een kleine 3500 volgers. Ook was er flink wat landelijke aandacht.

TOOLKIT

Mulder roept ondernemers op om vooral ook zelf – als aanvulling op de campagne – flink wat reclame te maken voor het platform. Vooral ook online, en op Facebook en Instagram. “Ook is er een toolkit beschikbaar waarmee je ook op je eigen website ook duidelijk kunt maken dat je deelnemer bent van Warenhuis Groningen”, zegt hij. “Maar daarnaast blijft het natuurlijk het allerbelangrijkste dat de deelnemers mooie en populaire producten uploaden.”

Overigens: de producten die via warenhuisgroningen.nl besteld worden, kunnen dit jaar nog gratis via Dropper worden bezorgd. En: vandaag voor 15.00 besteld, is dezelfde dag nog in huis!

Hoe haal je het maximale uit Warenhuis Groningen?

Hoe haal je als ondernemer het maximale uit Warenhuis Groningen? Die vraag legden we voor aan Wouter Steenhuisen die met zijn PR-bureau Kollektiv Media zorgt voor de media-inkoop en de zichtbaarheid van het platform op de socials. Hij kwam met de volgende tips, adviezen, suggesties én inkijkjes:

- Doe vooral mee! “Dat is dus voor de ondernemers die zich nog niet hebben aangesloten. ‘Wel doen!’, zou ik zeggen, want het is een gratis extra afzetkanaal.”
- Investeer! “We hebben het eerste half jaar gezien: ondernemers die wat extra tijd en aandacht besteden aan het plaatsen en uploaden van artikelen, halen er ook meer uit. Soms wel tot duizenden euro’s extra omzet.”
- Zoveel mogelijk verschillende producten. “Hoe meer producten er online staan, hoe interessanter het wordt voor de consument. Zorg dus dat je een groot en zo breed mogelijk assortiment online hebt staan!”
- Kwaliteit! “Kies goede foto’s bij je producten en zorg ook voor een heldere maar korte omschrijving.”
- Groen, groener, groenst! “De bestelde producten, worden met een fietskoerier thuisbezorgd. Lekker duurzaam dus.”
- Zorg zelf ook voor extra aandacht! “Maak zelf ook reclame. In de winkel, maar ook online: op Facebook, Instagram en wellicht je eigen webpagina.”
- Goed om te weten: de gemiddelde bezoeker blijft 2,5 minuut op warenhuisgroningen.nl en bezoekt in die tijd gemiddeld tien pagina’s. “Een hele goede score! Maak daar gebruik van!”
- Doelgroep: Groningen. “Via Facebook willen we bij alle 180.000 inwoners van de gemeente Groningen twee tot drie keer voorbijkomen in de tijdlijn. “600.000 contactmomenten met Groningers dus!”

Wordt binnenstad ingedeeld in sfeergebieden?

Wordt de binnenstad straks ingedeeld in sfeergebieden? Die vraag staat centraal in overleggen die plaatsvinden tussen de GCC, Marketing Groningen en de gemeente. Marketing Groningen is eerder door de GCC al gevraagd om de verschillende gebieden – en dan vooral ook de sfeer – te definiëren, iconen te benoemen en een profiel te beschrijven. De kop is er nu af, met het Martinikwartier.

Het benoemen van kwartieren is interessant als het gaat om stadspromotie, maar is ook voor ondernemers aantrekkelijk: zij kunnen straks als mini-wijkje of kwartier optrekken bij zaken als het organiseren van een evenement, een buurtfeest, bij de promotie en uitstraling van het gebied of bij de inzet van marketing-tools.

Het Martinikwartier is dus de eerste kluft – het middeleeuwse woord voor een Groningse stadsbuurt – waarvan een uitgebreid profiel is gemaakt. Of er meerdere gebieden uitgewerkt zullen worden, hangt onder andere af van de

gemeente, omdat de plannen ook moeten passen binnen de nieuwe detailhandelsvisie. Ondernemers worden binnenkort bijgepraat over wat de kwartieren nou zo bijzonder maakt, en wat zij gezamenlijk zouden kunnen doen op het gebied van marketing en uitstraling.

ANDERE NEDERLANDSE STEDEN

Groningen is niet de eerste stad die gaat werken met sfeergebieden: verschillende andere steden, waaronder Breda en Den Haag, gingen Groningen al voor.



Binnenstad wordt aantrekkelijker voor

De binnenstad wordt aantrekkelijker voor kinderen, en hun ouders. De GCC pleitte daar al langer voor, maar nu heeft ook het college van B en W die ambities uitgesproken. En dat is goed nieuws, vindt Erwin Mulder van de GCC. “Een binnenstad met speelplekken is voor ouders en opa’s en oma’s een stuk aantrekkelijker om met hun kind of kleinkind te bezoeken”, verwoordt hij.

De GCC pleit al langer voor een meer kindvriendelijke binnenstad, met meer speelplekken en spelmogelijkheden. “Niet voor niets is het al jaren een van de onderwerpen op onze uitvoeringsagenda”, zegt Mulder.

Afgelopen jaren is op initiatief van de GCC al geëxperimenteerd met speelplekken en -mogelijkheden in het stadscentrum. Zo verrees in de Zwanestraat al eens een groot hinkelblok en

in de Carolieweg werd een grote 3D-tekening op het trottoir aangebracht. Ook tijdens de Proeftuin Grote Markt, afgelopen zomer en najaar, was er aandacht voor spelen in de stad.

Maar als het aan het college van B en W ligt, blijft het daar niet bij: B en W willen bij alle binnenstadprojecten die komende jaren op de planning staan ook kijken naar de mogelijkheid van het toevoegen van spelelementen.

KATTENBRUG

Volgens Mulder gaat het dan om projecten als de herinrichting van de Grote Markt, de Herestraat en de zijstraten, het Martini Kerkhof, de Sint Jansstraat en het Minervaplein. Bij al lopende projecten, zoals de nieuwe Kattenbrug en de herinrichting van het A-kerkhof, is al rekening gehouden met de jongste bezoeker-tjes.

Er zullen in de stad geen wipkippen, glijbanen en schommels verschijnen, haalt Mulder eventuele verkeerde verwachtingen maar meteen uit de weg. “Het idee is juist om gebruik te maken van hoogteverschillen, historische verwijzingen, belijning, verharding of juist groen”, zo citeert hij uit een brief van het college aan de raad.

Ook de Kinderraad wordt betrokken bij de

Winterprogrammering GCC:

Geen koortjes, wél gedichten, bomen en vijftig beamers

De Groningen City Club (GCC) stond dit jaar voor een lastige opgave: wat te doen met de traditionele winterprogrammering? Zangkoortjes, straattheater, alles wat publiek trekt, was dit jaar vanwege corona geen optie. In plaats daarvan worden er nu op tal van markante en bijzondere plekken in de binnenstad sfeervolle wintergedichten geprojecteerd, en op de Westerhaven, bij het Station en op het Damsterplein komen megakunstkerstbomen te staan. Daarnaast wordt het winkelend publiek verrast met bijzondere acties, én komen er in vijftig winkels beamers te staan waarmee op het trottoir een afbeelding geprojecteerd kan worden.

Het idee om gedichten te projecteren is afkomstig van burgemeester Koen Schuiling, vertelt Fred de Bruin van de GCC. Op zijn verzoek zijn dan ook een aantal dichters benaderd met de vraag of ze speciaal voor dit project met verrassende en warme gedichten willen komen.

FORUM EN GRONINGER MUSEUM

Onder meer Myron Hamming, Renee Luth (huidige stadsdichter), Renee Dijkema en Inge Kapperts (Poëzie Paleis) hebben al toegezegd mee te willen werken. Op acht gebouwen in de stad, waaronder mogelijk het Forum, het Stadhuis, het Groninger Museum en de Der Aa-kerk, worden de gedichten geprojecteerd. Vanaf het dak van het Forum of het Museum wordt bovendien een zogenoemde 'skybeam' geplaatst, die een

megalichtstraal boven de stad laat zien.

Niet alleen op gebouwen zijn gedichten te zien, ook op acht plekken op het trottoir is poëzie te lezen, evenals in de etalages van tien leegstaande panden.

DENNENBOMEN

Ook heeft de GCC dit jaar drie grote kunstbomen aangeschaft, met een hoogte van 7,2 meter. De bomen komen te staan op het Damsterplein, bij het Station en op de Westerhaven. Het is de bedoeling dat de bomen, inclusief verlichting, minimaal een paar jaar meegaan.

BEAMERS

Ook in totaal vijftig beamers moeten zorgen

voor een extra feestelijk, verlicht én veilig straatbeeld. De beamers komen in winkels te staan, en projecteren dan een afbeelding op straat voor de deur. Dat kan van alles zijn, bijvoorbeeld De Bruin. De bekende Stones-tong, een waarschuwing voor 1,5 meter afstand of een typisch winters beeld.

WAARDEBONNEN VOOR WINKELEND PUBLIEK

Het winkelend publiek in de stad wordt deze periode een aantal weekenden verrast met een waardebon van 50 euro. "Volledig willekeurig pikken we nietsvermoedende mensen uit het winkelend publiek. Met een waardebon, te besteden bij geselecteerde winkels, maken we hun dag nét even wat beter", zo vertelt De Bruin. Bij deze acties blijft het niet: er komen 'mobiele hygiëne teams', waar je onderweg je handen kunt desinfecteren en op de dagen voor kerst lopen er gastvrije stewards rond. Op de P-R-terreinen rondom de stad zijn speciale verrassingsacties.

Stephan Dirks van SD-Events is het creatieve brein achter de winterprogrammering. De gemeente Groningen en het Ondernemersfonds Groningen hebben meebetaald aan de uitvoering van de plannen.

kinderen

plannen. Ambtenaren van de gemeente gaan samen met de kinderen de stad in om te kijken hoe en waar ze nu al graag spelen. Dat wordt vervolgens verwerkt in een digitale kaart, waarmee dan dus de speelplekken in de stad in kaart worden gebracht. De kinderraad wordt ook gevraagd wat voor spelelementen ze graag zouden zien aan de Westerhaven en bij de Der A-Kerk.

Er volgen nog gesprekken tussen de GCC en de gemeente over de verdere uitwerking van de plannen. "Voor ons is het belangrijk waar de plekken komen, en in welk gebied. Ook moeten ondernemers bij de plannen worden betrokken, en zullen we ervoor zorgen dat er aangehaakt wordt bij al bestaande initiatieven", zegt Mulder.

Extra koopavonden rondom de feestdagen

Ook dit jaar zijn er rondom de feestdagen extra koopavonden. Het gaat daarbij om **vrijdag 4 december** en **dinsdag 22 en woensdag 23 december**.

GCC-voorzitter Eric Bos roept winkeliers en ondernemers op deze avonden vooral open te gaan. "Op deze manier kun je de drukte in de winkel zoveel mogelijk spreiden", motiveert hij. De behoefte aan extra koopavonden is vanwege de coronacrisis bovendien extra groot, vermoedt Bos. "Er zijn veel mensen die drukte in de binnenstad willen mijden, en 's avonds is het toch wat rustiger in de stad."

REGULIERE KOOPAVOND

Bos benadrukt dat de reguliere koopavond, ondanks de coronamaatregelen, gewoon gehandhaafd blijft. "Daarover waren nogal wat misverstanden, maar feit is: winkels mogen gewoon open op donderdagavond. Alleen moeten de deuren al om 20 uur dicht, in plaats van om 21 uur." Aan de winkeltijden op koopzondag is niets veranderd. "Winkels mogen, net als altijd, op zondag open van 12.00 tot 17.00 uur."



Coronacrisis laat flinke sporen na bij Groningse winkeliers en ondernemers

“Stad moet inzetten op compacte winkelgebieden en aantrekkelijke stad”

Groningen moet inzetten op een compacter winkelgebied en tegelijkertijd alles op alles zetten om volgend jaar, als de coronacrisis hopelijk min of meer achter de rug is, de consument weer naar een verrassende en onderscheidende binnenstad te lokken. Dat zegt Mischa de Gier, mede-eigenaar van Broekhuis Rijs & De Gier Advisering. Dit bureau deed in opdracht van de GCC onderzoek onder winkeliers en horecaondernemers in de binnenstad.

ZWARE KLAPPEN VOOR GRONINGEN

Groningen krijgt het door de coronacrisis flink voor de kiezen, en lijkt zelfs zwaarder getroffen dan veel andere (kleinere) Nederlandse binnensteden. Volgens De Gier heeft dat onder andere te maken met het relatief grote aantal – 60 procent – ‘recreatieve winkels’ in de stad, zoals mode- en schoenenzaken. “Recreatief winkelen wordt ontmoedigd, en dus vallen automatisch juist in dit segment de hardste klappen.”

Tegelijkertijd leidt Groningen aan het genoemde ‘grote steden-effect’. “De omzetten, de huren. Het is allemaal gestoeld op grote drukte, veel bezoekers. Die grote aantallen bezoekers vallen weg, maar de hoge huren moeten nog wel betaald worden”, zegt De Gier. “Daarbij komt: de voordelen van een grote stad vallen nu weg, maar de nadelen – lastiger bereikbaar, parkeren – blijven over. Met als gevolg dat de consument de stad links laat liggen.”

OMZETVERLIES

Veel winkeliers en horecaondernemers onder vinden daarvan de gevolgen, zo blijkt uit het onderzoek. Juist door die achterblijvende bezoekersaantallen blijven de omzetten achter, zo zegt De Gier. Het gaat volgens hem om acht op de tien ondernemers. Het zijn daarbij vooral winkels uit de modebranche die het zwaar te verduren hebben gehad.

OVERHEIDSSTEUN

Mede dankzij de overheidssteun, onder andere in de vorm van NOW-regeling, heeft het

leeuwendeel van de Groningse ondernemers kunnen voorkomen dat er ontslagen vielen: acht van de tien ondernemers kon het dankzij de steun, en vaak ook eigen reserves, nog uitzingen. Maar: de huidige tweede golf, en de daarbij behorende lockdown, moet niet te lang meer duren. “Als de crisis zich blijft voortslpen, wordt het voor 1 op de 3 ondernemers de vraag of ze het wel gaan redden. Ontslagen, en mogelijk faillissementen, zullen dan onvermijdelijk zijn”, aldus De Gier.

TOEKOMSTVISIE VAN ONDERNEMERS

De onderzoekers hebben de ondernemers ook gevraagd wat hun verwachting is voor over vijf jaar. “Iets meer dan een derde van de ondervraagde winkeliers laat weten te verwachten dat er over vijf jaar niet veel veranderd is ten opzichte van de huidige situatie”, vat De Gier samen. Opnieuw ruim dertig procent heeft stevige ambities: “zij verwachten te zullen verhuizen, te groeien of nieuwe doelgroepen aan te boren.” De overige 30 procent van de ondervraagden is een stuk minder positief. “Zij verwachten dat hun zaak over vijf jaar verkocht, overgenomen of gestopt is.” En dat stemt somber: “Want vind in deze tijd maar eens een opvolger. Het is niet zo dat er een nieuwe generatie staat te trappelen om het roer over te nemen.”

OOG VOOR INDIVIDUELE ONDERNEMER

De onderzoekers doen de GCC, maar ook de gemeente, verschillende aanbevelingen. Zo luidt het advies om meer aandacht en oog te hebben voor de individuele ondernemer. “Dat

is belangrijker dan ooit”, schetst De Gier. “Hier ligt een belangrijke taak voor de GCC en de gemeente: ga het gesprek aan met ondernemers die het moeilijk hebben of die overwegen te stoppen, en voorzie ze van advies. Maar ook positief: ondersteun bedrijven in het nadenken over nieuwe doelgroepen en een goede online-strategie.”

AANTREKKELIJKE DEELGEBIEDEN

Daarnaast adviseren de onderzoekers om – als antwoord op de leegstand – te werken aan compacte winkelgebieden, waarin bepaalde soorten winkels geclusterd worden. “Je creëert op die manier aantrekkelijke deelgebieden, waarbij je in de randen van die zones ruimte zou kunnen vrijmaken voor wonen en werken.” De Gier wijst erop dat er in het land en de regio inmiddels veel ervaring met verschillende regelingen is, die verplaatsing en verhuizing van zaken mogelijk maken.

En last but not least: Groningen moet komende jaren alles op alles zetten om de consument weer terug te halen naar de binnenstad. “De consument moet verleid worden met een verrassende en onderscheidende binnenstad, met leuke evenementen en aantrekkelijke deelgebieden”, zegt De Gier. Hij is dan ook enthousiast over de plannen van de GCC, om samen met Marketing Groningen, de binnenstad in te delen in kluften, sfeergebieden. “Op die manier onderscheid je je van andere steden.”

RETAILAGENDA EN BINNENSTADSVISIE

De resultaten van het onderzoek dienen als input van onder meer de nieuwe Retailagenda van de GCC, waarvan de meest recente zo’n 2,5 jaar geleden werd opgesteld en die dus, als gevolg van corona, goeddeels achterhaald is. De resultaten worden ook voorgelegd aan de gemeente, die ze dan weer kan gebruiken als input voor de Detailhandelsvisie en Binnenstadsvisie.

Tijdelijke invulling voor leegstaande panden binnenstad

Een aantal leegstaande winkelpanden in de binnenstad van Groningen krijgt een tijdelijke nieuwe invulling. De GCC en de gemeente Groningen hebben Karina Bakx van ZIP (Zone Improvement Plan) gevraagd op zoek te gaan naar ondernemers, creatievelingen en organisaties die tijdelijk zo'n leegstaand pand willen betrekken.

Het plan is niet nieuw in Groningen: ook in 2014 zorgde Bakx er – toen onder de naam JOP – voor dat er amper meer lege winkels in de binnenstad te vinden waren. In vijf jaar tijd vulde ze in totaal enkele tientallen panden, waarmee ze zo'n zeventig jonge kunstenaars en creatieve geesten tijdelijk een plek bood. Dat resulteerde destijds onder andere in hippe concept-stores waar handgemaakte spulletjes werden verkocht, pop-up galleries en podia voor jonge talenten in de kunsten.

Nu de binnenstad, mede als gevolg van de coronacrisis, een flink aantal leegstaande panden telt, is Bakx opnieuw door de gemeente en GCC benaderd met de vraag of ze voor een creatieve invulling van deze winkels kan zorgen.

BESCHILDERDE GEVEL

Voor de eerste leegstaande panden heeft Bakx inmiddels een invulling gevonden. In het vroegere pand van Men at Work in de Herestraat is bijvoorbeeld een paar dagen in de week een presentatie te bezichtigen van een collectief Groningse kunstenaars, en oud-Minerva-

studenten hebben hun intrek genomen in de Westerkade 5, waar eerder Denderz zat. Het initiatief Oma Post heeft Ebbingestraat 55 toegewezen gekregen en Waagstraat 8 heeft een opfrisbeurt gekregen: kunstenaar Bart Nijstad heeft de gevels beschilderd rondom het thema ridders: als een subtiel hint naar het belang van (zelf)bescherming in tijden van crisis.

MINERVA-STUDENTEN

Met het plan snijdt het mes aan meerdere kanten: de binnenstad telt minder lege en dus onaan trekkelijke plekken, terwijl kunstenaars en andere creatievelingen heel goedkoop tijdelijk een pand in de binnenstad tot hun beschikking hebben. "Juist in de culturele sector zijn afgelopen periode heel harde klappen gevallen. Neem alleen al de meest recente lichting afgestudeerde Minerva-studenten, die het zonder de eindexamenexpositie moest doen", geeft Bakx als voorbeeld. "Leegstaande panden bieden deze kunstenaars alsnog een podium."

A-LOCATIE

Kunstenaars, collectieven en maatschappelij-

ke initiatieven die tijdelijk hun intrek nemen in een leegstaand pand betalen 10 procent van de normale huur. "In de praktijk komt dat neer op maximaal een paar honderd euro per maand", verduidelijkt Bakx. "En voor dat geld zit je dan ook nog op een A-locatie." Ook gas en licht moeten door de tijdelijke initiatieven betaald worden. De kosten voor de verzekering worden betaald door ZIP.

VERHUURDERS

Ook voor de eigenaren van het pand, de verhuurder, is het project interessant: hun pand is toegankelijk als tijdelijke winkel en eventuele huurders kunnen vrijblijvend binnenlopen om het pand te bezichtigen. "Bovendien oogt een verlicht, verwarmd en opgeruimd pand een stuk aantrekkelijker dan een lege en kille winkel", voegt Bakx toe. "En: de opzegtermijn bedraagt slechts twee weken."

Het allerbelangrijkste is volgens Bakx echter de sociale impact van de creatievelingen in de binnenstad. "Ik geloof erin dat er in een stad ook ruimte moet zijn voor niet-commerciële initiatieven, die niets anders dan een sociaal doel hebben."

Verhuurders van leegstaande panden of potentiële huurders kunnen contact opnemen met Karina via info@jopgroningen.nl



Groningen Werkt Slim zet in op verduurzaming van binnenstad

De gemeente Groningen wil in 2035 CO₂-neutraal zijn en dus wordt er flink ingezet op verduurzaming. Als je nagaat dat bedrijven, instellingen en organisaties nu goed zijn voor de helft van het energieverbruik in de gemeente, dan weet je ook dat de ondernemers in de binnenstad en in de wijkwinkelcentra aan de bak moeten. Volgens wethouder Philip Broeksma van Energie is dat een logische trend. "Er komt straks een CO₂-heffing, dus je moet je CO₂-footprint naar beneden brengen. Bovendien: vroeger kostte verduurzamen geld, maar nu levert het je economische voordelen op. En de maatschappij verwacht het nu ook gewoon van je."

Wethouder Broeksma en de GCC staan pal achter het duurzaamheidsplatform Groningen Werkt Slim, waarin de gemeente en provincie Groningen samenwerken met de Groningen City Club, de andere Groningse bedrijvenverenigingen en bijvoorbeeld kennis- en onderwijsinstellingen. "Zij hebben kennis in huis als het gaat om verduurzamen en daarmee kunnen we de ondernemers adviseren. Er zijn ook al heel veel voorbeelden van ondernemers die heel goed bezig zijn", aldus Broeksma.

DOE MEE MET DE 'DEUREN OPEN/DICHT'-ACTIE

Een voorbeeld van een concreet project is de 'Deuren OPEN/DICHT'-actie. Zo'n 500 ondernemers hebben al zo'n een bordje aan de deur waarop te lezen is dat de deur dan wel gesloten is, maar dat de winkel zeker wel open is. En daarmee besparen ze flink wat energie, zo blijkt uit onderzoek. Want het verbruik kan dalen met 35 tot 40 procent. Ondernemers kunnen zo'n bordje inclusief bevestigingsmateriaal kosteloos aanvragen via de website van Groningen Werkt Slim.

SLIMME CO₂-THERMOMETER MAAKT UITSTOOT ZICHTBAAR

Hoeveel CO₂ stoot je als bedrijf uit en welke onderdelen als vervoer, koelmiddelen en andere middelen kosten de meeste energie? Dat wordt duidelijk door de nieuwe Slimme CO₂-thermometer van Groningen Werkt Slim. Door een aantal gegevens online in te vullen, zoals het energieverbruik, het gebruik van auto's en bijvoorbeeld welke koelinstallaties je gebruikt,



krijg je een overzicht van de CO₂-uitstoot. Want juist die koelinstallaties en bedrijfsauto's zorgen voor een flinke CO₂-uitstoot. Met de thermometer wordt duidelijk op welke onderdelen je de uitstoot van schadelijke stoffen kunt terugdringen. En dat levert geld op, zeker als er vanaf volgend jaar een CO₂-heffing is, waarbij je dus belasting betaalt over je CO₂-uitstoot. Je kunt zelfs de CO₂-uitstoot per medewerker uitrekenen. De Slimme CO₂-thermometer is gratis beschikbaar voor alle ondernemers in de provincie Groningen via co2thermometer.nl.

EXTRA TERRASSEN OOK IN DE WINTER

Zodra de horeca weer open mag, kunnen ze ook gebruik maken van extra terrassen. Want het gemeentebestuur besloot de zomervergunning voor de terrasruimte te verlengen tot na de winter. In ruil daarvoor gaat het college van B&W wel in gesprek met de horecaondernemers om in de toekomst flinke stappen te zetten als het gaat om vergroening. Ook hier

adviseert het platform over hoe een horeca-ondernemer kan vergroenen. En vergeet niet dat klanten het verduurzamen meer en meer waarderen of zelfs eisen. Overstappen op een groene stroomleverancier is de meest voor de hand liggende stap.

NEEM CONTACT OP MET GRONINGEN WERKT SLIM

Uiteindelijk hopen de wethouder en Groningen Werkt Slim dat de ondernemers in de binnenstad en de wijkwinkelcentra – ondanks alle uitdagingen rond de coronacrisis – steeds bewuster en actiever bezig gaan met verduurzaming. "Als je deze winter toch terrasheaters of sfeerverlichting wilt ophangen, kijk dan of er een duurzaam alternatief is", zegt Broeksma. Wil je verder advies over verduurzamen zoals energiebesparing, duurzame energieleveranciers, zonnepanelen, laadpalen, financieringsmogelijkheden en meer? Neem dan contact op met Groningen Werkt Slim via www.groningenwerktslim.com.



GCC

GRONINGEN CITY CLUB



Let op!

Deze winkel is

Tweede Kerstdag

☐ Open van-..... uur

☐ Gesloten

Op **Kerstavond**

sluiten wij om uur.

Op **oudejaarsdag**

sluiten wij om uur.

Op **nieuwjaarsdag**

zijn wij

☐ Open van-..... uur

☐ Gesloten

ER GAAT NIETS BOVEN

DE WARMTE
VAN DE STAD
IN DECEMBER

BESTUUR GCC: HERBENOEMINGEN EN NIEUWE LEDEN

Tijdens de laatste ALV, van 20 november, zijn Eric Bos en Marc Engberts officieel herbenoemd: Bos als voorzitter, en Engberts als vicevoorzitter en secretaris. Voor beide zat de termijn erop. Er hadden zich geen andere kandidaten gemeld, dus ze zijn herkiesbaar gesteld. Aangezien daar geen bezwaren op zijn gemeld, zijn ze allebei herbenoemd.

Ook voor Fred de Bruin zat de officiële termijn erop. Hij blijft aan als bestuursadviseur algemene zaken en projecten. Twee nieuwkomers zijn er ook: Pier Tjepkema is de nieuwe penningmeester en Sophie Speelman treedt aan als voorzitter van de kersverse horeca-commissie.



EVEN VOORSTELLEN:

Pier Tjepkema van Laif en Nuver nieuw bestuurslid GCC

Pier Tjepkema is voor de meeste ondernemers in de binnenstad geen onbekende: hij runt samen met zijn partner Willem woonwinkel Laif & Nuver in de Rode Weeshuisstraat. Naast ondernemer is hij sinds kort ook penningmeester bij de GCC, en daarmee de opvolger van Fred de Bruin, die nog wel actief blijft als adviserend bestuurslid. "Ik voel me betrokken bij de stad, de ondernemers en de GCC, dus toen er een nieuwe penningmeester gezocht werd, dacht ik: waarom ook niet?"

De rol van bestuurslid lijkt Tjepkema op het lijf geschreven. "Ik voel me betrokken bij de stad, bij de ondernemers, en bij de GCC. Maar ik vind het ook leuk om andere ondernemers te mobiliseren, te motiveren en te informeren. Ik ben niet iemand die graag vooraan staat, of applaus ontvangt; waar het mij vooral om gaat, is om samen het beste uit de stad te halen. We hebben met z'n allen tenslotte één gezamenlijk belang: Groningen zo goed mogelijk op de kaart zetten."

Concrete plannen of ambities binnen de GCC heeft Tjepkema vooralsnog niet. "Maar ik vind het wel interessant om me te buigen over

vragen als 'Hoe hou je de stad interessant?', 'Hoe zetten we Groningen nog meer op de kaart?', en 'Hoe werken we als ondernemers ook samen met de kunst- en muzieksector?'. Daarnaast wil Tjepkema zich graag inzetten voor het werven van nieuwe leden. "De GCC heeft al relatief veel leden, maar het kunnen er altijd meer zijn, en dat is wel iets waar ik me graag hard voor maak", aldus de ondernemer. "Door je te verenigen sta je sterker, en gezamenlijk kun je meer bereiken bij bijvoorbeeld de gemeente. Tegenover een kleine investering staat dat je op die manier toch vrij veel invloed hebt, en daarnaast: hoe groter de groep, hoe meer je samen kunt organiseren

om de stad nog aantrekkelijker te maken."

Ondanks de coronacrisis en de lockdown, gaat het Tjepkema nog aardig voor de wind. In maart van dit jaar ging de nieuwe vestiging van Laif en Nuver open, nota bene een dag voordat minister-president Rutte bekend maakte dat Nederland tijdelijk op slot zou gaan. De timing kon dus bijna niet slechter, maar een voordeel was er ook: Tjepkema en consorten hadden nu alle tijd om in de nieuwe winkel nog de puntjes op de i te zetten.

"Ik mag niet klagen, gelukkig. Er zijn veel winkels die het een stuk moeilijker hebben dan wij. Want juist door de lockdown, en het feit dat mensen zoveel thuis zijn, hebben wij het nog redelijk druk", schetst de ondernemer. Zo plukt Laif & Nuver de vruchten van het vele thuiswerken. "Het is grappig om te zien dat mensen blijkbaar geïnspireerd raken door de interieurs die ze op Zoom voorbij zien komen. Andersom werkt het ook: je wilt ook dat jouw huis er een beetje gezellig uitziet voor iedereen die via zo'n videogesprek mee kan kijken."

Sophie Speelman van The Student Hotel én voorzitter van de nieuwe horeca-divisie GCC

Haar doel? De samenwerking tussen de horecaondernemers in de stad versterken. Als het aan Sophie Speelman, hotelmanager bij The Student Hotel én kersvers voorzitter van de nieuwbakken horecadivisie van de GCC ligt, komt er vanuit de GCC meer aandacht voor horeca. "Ik voel me verplicht de horeca wat meer in de schijnwerpers te zetten, en te zorgen voor meer verbinding en meer samenwerking", vat ze samen.



Sophie Speelman werkt als sinds de opening bij The Student Hotel. Ze begon er als assistent hotel manager, maar sinds maart 2019 mag ze zich hotelmanager noemen. Speelman, opgegroeid in Assen, omschrijft zichzelf als 'een echte netwerker', een verbinder ook. "Ik vind het leuk om nieuwe mensen te leren kennen, connecties te leggen, betrokken te zijn en mijn netwerk te verbreden." Het mag dan ook geen wonder heten dat Speelman heel wat nevenfuncties heeft. Zo is ze interim voorzitter van de Jongeren Commercieële Club, lid van de Junior Kamer, maakt ze deel uit van de Kopgroep Noorderpoort en mag ze zich Gastvrijheidsambassadeur noemen. Daarnaast schuift ze gemiddeld eens in de twee maanden aan bij de bijeenkomsten van het Hotel Overleg Groningen (HOG).

En dus ook: is ze sinds kort voorzitter van de splinternieuwe horecadivisie van de GCC. "Ik was vanuit mijn functie al een paar jaar lid van de GCC, en op die manier ook al betrokken bij de club, al was dat vooral op de achtergrond." Nu ze de horecadivisie onder haar hoede heeft, wil ze ook zorgen voor meer toegevoegde waarde. "De focus lag bij de GCC wel heel erg op winkeliers, en ik wil mijn best doen ook wat meer aandacht te generen voor de horecaondernemers in de stad."

"Op welke manier? Ik hoop in de eerste plaats meer horecaondernemers te kunnen motiveren zich aan te sluiten bij de GCC, dat lijkt me een mooie eerste stap. En vervolgens zou het wel heel gaaf zijn als we met een groepje horecaondernemers vanuit de GCC allerlei toffe acties op poten kunnen zetten."

Tegelijkertijd ziet Speelman het als haar taak de GCC van input te voorzien over wat er zoal onder horecaondernemers in de stad speelt. Terrasverwarming is bijvoorbeeld een belangrijk thema, zo zegt ze, maar minstens zo belangrijk zijn de gevolgen van de coronacrisis. "Dat is ook wel echt iets dat me drijft. De horeca hebben het allesbehalve makkelijk, maar de cafés en restaurants in de stad laten keer op keer zien over een enorme veerkracht en creativiteit te beschikken. Dat motiveert me alleen maar extra om me te zetten voor deze branche."

“Wat is er nu mooier dan het bedachtzaam schrijven met een vulpen die precies bij je past? Zeker, de meeste mensen tikken tegenwoordig op hun computer of telefoon. Maar als het gaat om het ondertekenen van documenten die er écht toe doen, vinden velen mensen een vulpen nog steeds het allermooist!”, vertelt Ronald Senechal, eigenaar van ‘De Vulpenwereld’ in de Oude Ebbingestraat.

Senechal kreeg donderdag 1 oktober bezoek van Eric Bos, voorzitter van de Groningen City Club. Deze had een mooie bos bloemen meegenomen, omdat De Vulpenwereld dit jaar 65 jaar bestaat.

VERRASSEND POPULAIR

Je zou verwachten dat het in dit digitale tijdperk wel zo’n beetje gedaan zou zijn met de vulpen. Maar niets is minder waar. Veel mensen vinden het juist in deze hectische wereld heerlijk om te schrijven met een stijlvolle vulpen. “We verkopen er nog net zo veel als vroeger. Misschien omdat wat je met de hand schrijft, beter beklift. Je bent bedachtzamer, en zelf onthoud je het ook beter als je iets met de hand schrijft”, aldus de ondernemer. In heel Nederland zijn er nog maar vijf winkels over die uitsluitend vulpen verkopen. De Vulpenwereld verkoopt beroemde merken, zoals Mont Blanc en Waterman. Je hebt ze tot duizend euro, hoewel Senechal ooit een Japanse vulpen voor 15.000 euro aan een echte lefhebber kon leveren.

WEBSHOP

Senechal vindt het contact met de klanten het mooiste wat er is: hij zoekt graag naar een

Vulpenwereld bestaat 65 jaar “Er gaat niets boven het schrijven met een stijlvolle, klassieke vulpen!”



vulpen die precies bij iemand past. Maar ook hij is met de tijd meegegaan, zo bewijst zijn webshop. Zeker in deze corona-tijd is hij blij dat hij daarmee was begonnen, en met de hulp van een medewerker die zorgt dat de webshop helemaal up to date is.

Voorzitter Eric Bos hoopt in elk geval dat De

Vulpenwereld nog lang in de binnenstad van Groningen mag blijven. “Het zijn juist deze specialzaken waarvoor mensen naar de binnenstad komen, en niet voor winkelformules die je in alle andere winkelstraten in Nederland ook ziet. Dus ik hoop dat veel mensen nog heel lang met een mooie vulpen met de hand blijven schrijven!”.

Groninger Ondernemers Academy: gratis cursussen voor ondernemers en medewerkers

Meerdere keren per jaar worden er vanuit de Groninger Ondernemers Academy bijeenkomsten georganiseerd voor ondernemers, filiaalleiders en medewerkers. Ook volgend jaar staan er weer verschillende workshops, masterclasses en cursussen op de agenda, onder andere over de online zichtbaarheid van winkels.

Afgelopen jaar gooide de coronacrisis flink wat roet in het eten, waardoor de bijeenkomsten niet fysiek maar online plaatsvonden. Tal van onderwerpen kwamen voorbij, variërend van ‘klantcontact en gastvrijheid in de winkel’ tot een training over Facebook ads, een cursus Duits en een webinar Cybercrime. Komend jaar zullen er onder andere workshops

georganiseerd worden rondom het thema ‘online zichtbaarheid van fysieke winkels’, met daarin uiteraard de mogelijkheden van sociale media. Wanneer, waar en hoe (fysiek of online) de bijeenkomsten plaatsvinden, is nog niet bekend. Hou daarvoor de website www.groningerondernemersacademy.nl in de gaten.

Het doel van de Groninger Ondernemers Academy is om kennis en expertise gratis en op een laagdrempelige manier ter beschikking te stellen. Het initiatief wordt ondersteund door de Groningen City Club, maar ook door de drie andere bedrijvenverenigingen in de stad, de gemeente en het Fonds.

Ideeën of suggesties voor bepaalde onderwerpen en thema’s zijn meer dan welkom. Mail dan naar info@groningencityclub.nl.

Alle restaurants en cafés nu gebundeld op horecagroningen.nl

“Een steuntje in rug voor de horeca, en een gemak voor de consument”

Op horecagroningen.nl is sinds kort een overzicht te vinden van alle restaurants, cafés en andere horecagelegenheden waar maaltijden en dranken kunnen worden besteld. Het overzicht is bedoeld als steuntje in de rug voor de Groningse horeca, zodat consumenten hen makkelijker weten te vinden. Vermelding en zichtbaarheid op de site is, onder meer dankzij een bijdrage van de GCC, het eerste halfjaar gratis. Wie ook daarna zichtbaar wil blijven, óf nu al een uitgebreider profiel wil, betaalt 25 euro per maand.

Volgens Joris van Berkel van Horecagroningen was er zowel vanuit de horeca als vanuit de consument behoefte aan één regionaal platform met daarop een duidelijk en compleet overzicht van alle horecagelegenheden waar eten of drinken te bestellen is.

“Als gevolg van de coronacrisis, en de gedwongen sluiting van restaurants en cafés, zijn veel horecagelegenheden overgestapt op het bezorgen of laten afhalen van maaltijden, lunches, hapjes of drank-pakketten. Het lastige is echter dat er nergens een compleet overzicht was van alle mogelijkheden die er op dit moment zijn,” zegt Van Berkel. Hij wijst als voorbeeld op bezorgdiensten als Thuisbezorgd of Fooddrop waar slechts een deel van de restaurants bij is aangesloten, en dus ook te vinden is. “En dan zijn er ook veel zaken die de bezorging zelf regelen, en daar alleen maar via hun eigen socials of website reclame voor maken. Zij bereiken op die manier niet iedereen.”

MES SNIJDT AAN TWEE KANTEN

De oplossing is Horecagroningen.nl, waar nu alle 450 stad-Groningse horecagelegenheden staan vermeld. Met deze complete lijst snijdt het mes aan twee kanten, zegt Van Berkel: de



consument heeft een duidelijk overzicht en horecagelegenheden komen onder de aandacht bij een groter publiek.

Van Berkel benadrukt dat de site géén bezorgdienst is. “De consument die op de ‘bestelbutton’ klikt, wordt automatisch doorgelinkt naar bestelpagina van de ondernemer”, zegt hij. “De ondernemers moeten dus nog steeds zelf de bezorging regelen, en hoe ze dat doen, daar zijn ze natuurlijk helemaal vrij in.”

Overigens wordt het de bezoeker van de site zo makkelijk mogelijk gemaakt. De consument hoeft zich niet door een ellenlange lijst van restaurants en cafés te worstelen, maar kan de resultaten eenvoudig verfijnen door bijvoorbeeld te selecteren op het soort keuken (waaronder ‘mediterraan’, ‘BBQ’, ‘vegetarisch’, of ‘internationaal’) en de mogelijkheid tot bezorgen of ophalen.

UITGEBREIDER PROFIEL

Vermelding en zichtbaarheid van de horecagelegenheden is - dankzij steun van de gemeente,

Horecabeurs Noord Nederland, de GCC en het Ondernemersfonds - de eerste zes maanden gratis. Bedrijven die een uitgebreider profiel willen - met onder andere foto's, logo, plaatsing vacatures uitgebreide omschrijving en meer mogelijkheden - betalen een vast bedrag van 25 euro per maand. Voor dat bedrag blijft hun bedrijf ook na afloop van het eerste halfjaar uitgebreid online staan.

Door de coronacrisis hadden zowel de consument als de ondernemers behoefte aan een portal als horecagroningen.nl, zegt Van Berkel. Maar dat wil niet zeggen dat de site ná de coronacrisis zijn toegevoegde waarde verliest. “Horecagroningen.nl is niet alleen nu maar ook straks dé site waar je alles kunt vinden over eten, drinken, werken en slapen in Groningen”, zegt hij. Kortom: ook alle hotels én alle horecavacatures zijn op de site te vinden.

Meer info of aanmelden? Stuur dan een mailtje naar joris@horecagroningen.nl of ga naar www.horecagroningen.nl/lid-worden.

Het Pomphuis van Jan Bas van Aalderen en Nick Nijboer

“Omdat we dit jaar officieel open zijn gegaan, kunnen we geen aanspraak maken op compensatieregelingen”



Het was een zeer zonnige start, dit najaar, van het nieuwe restaurant Het Pomphuis aan de Lage der A. In september ging dit op een fraaie historische locatie aan het water gelegen café-restaurant open, toen het voor terrasliefhebbers zo gunstig verlopen seizoen nog in volle gang was. Maar al vrij snel na de officiële opening kwam het coronavirus in volle hevigheid terug, volgde voor de tweede keer dit jaar een soort van lock-down, en moesten alle ambitieuze en mooie plannen voor Het Pomphuis in de ijskast worden gezet. Een streep door de rekening van eigenaar en horeca-ondernemer JanBas van Aalderen en zijn compagnon Nick Nijboer.

“Ja, dat was een behoorlijke domper. We wisten

natuurlijk dat het lastige tijden waren toen Het Pomphuis in september openging. Maar daar was wel vier jaar voorbereiding aan vooraf gegaan, en we hadden fors geïnvesteerd. Het werd echt tijd om iets te gaan verdienen. En toen dat in september kon, besloten we de stap dan ook maar te wagen”, vertelt Van Aalderen. Het is dan ook een veelbelovend concept, Het Pomphuis. Het is schitterend gelegen aan de Lage der A. Het plan werd ontwikkeld in overleg met het Groninger Monumentenfonds, eigenaar van het gebouw. Het Pomphuis, dat jarenlang had leeg gestaan, ligt vlak bij het nieuwe historische museum dat in ontwikkeling is in het vroegere Scheepvaartmuseum, dat straks MADA gaat heten: Museum Aan De Aa. Het Pomphuis is niet alleen schitterend gelegen, maar het concept is ook bijzonder. Je kunt er terecht voor een eenvoudig hapje op het terras, maar je kunt er ook terecht in het eetcafé. En boven is een restaurant voor de levensgenieters, die graag genieten van ‘fine dining’. “Ik ben er nog steeds van overtuigd dat we een prachtige plek en een prachtig concept hebben, en dat we een aanwinst zijn voor Groningen.

Maar we moeten dan wel eerst weer open kunnen”, aldus Van Aalderen. En, hoe sneller, hoe beter: zeer pijnlijk is namelijk het feit dat de ondernemers geen aanspraak kunnen maken op compensatieregelingen. “Omdat we dit jaar officieel open zijn gegaan vallen we overal tussen. Het is wel bijzonder wrang: je mag niks, kan niks, en je krijgt ook geen vergoeding.” De ondernemer hoopt dan ook dat de vaccinaties tegen corona zo snel mogelijk kunnen starten, en dat restaurants zo snel mogelijk weer open kunnen. In de tussentijd ontwikkelt hij nieuwe concepten om toch nog omzet te behalen en de schade zoveel mogelijk te beperken. Zo had hij in november een arrangement bij Van der Valk in Hoogkerk. Deelnemers konden er genieten van het eten van top-kok Tim Ringers, en konden ‘s avonds overnachten in Van der Valk. En ook biedt Het Pomphuis de mogelijkheid om de heerlijkste gerechten op de kaart van het fine-dining restaurant te bestellen en zelf af te halen. Op die manier kan het bedrijf haar gasten toch blijven bedienen en wie weet, ook een nieuwe klantenkring opbouwen.

Restaurant Barra aan Schuitediep bezorgt kunstwerkje bij bestelling

Niet alleen de horeca, maar ook de creatieve sector heeft het zwaar. En om die sector een hart onder de riem te steken, kwamen de eigenaren van restaurant Barra aan het Schuitediep met een bijzonder initiatief: klanten die een menu bestellen krijgen daar voor 4 euro extra een klein kunstwerkje bij. Dit kan een schilderijtje, poster, beeldje, strip of zelfs een online optreden zijn. De opbrengst van de verkochte kunstwerkjes gaat volledig naar de maker.

Tot aan de eerste lockdown was Barra een echt visrestaurant, toen nog onder de naam Barracuda Social Club. "Maar tijdens de eerste sluiting van de horeca – afgelopen voorjaar – is de hele zaak verbouwd, én hebben we het

concept compleet omgegooid", zo vertelt Boudewijn Brink, een van de drie eigenaren. En zo is Barra niet langer een visrestaurant, maar een restaurant annex cocktailbar, met op de kaart vooral street- en comfortfood. Ook het interieur werd flink onderhanden genomen, met als resultaat een hippe art-bar bomvol – zoals de naam al doet vermoeden – kunst. Het gaat daarbij om kunst van lokale, regionale en ook landelijke kunstenaars. "Omdat die kunstenaars hebben bijgedragen aan ons nieuwe horeca-concept wilden we wat terug doen, en hen een steuntje in de rug geven." En zo ontstond het plan om voor een bedrag van 4 euro een klein kunstwerkje aan bestellingen toe te voegen. Wat de gast dan precies krijgt, is een verrassing, maar het kan van alles zijn, verklapt Brink alvast. "Een klein schilderijtje, een sieraad, een poster, kaarten, noem maar op." Hoewel de opbrengsten volledig naar de kunstenaars gaan, snijdt het mes uiteindelijk wel aan twee kanten. "Deze actie heeft ons ontzet-

tend veel aandacht opgeleverd, en daarmee ook nieuwe klanten bezorgd", vertelt Brink, die regelmatig ook zelf op de fiets stapt om bestellingen af te leveren. De eerste lading kunstwerkjes was dan ook in no time op. "We hebben net weer een nieuwe voorraad gekregen, dus we kunnen weer even vooruit." Het plan is om straks – als de horeca weer open mogen – door te gaan met de actie. "Dit is natuurlijk veel te leuk, en de reacties zijn hartstikke positief! Dus ja, we zijn wel van plan hier voorlopig nog niet mee te stoppen."

Barra is overigens 'het kleine zusje', zoals Brink het noemt, van Block and Barrels in het Hoogstraattje. Het tijdelijke bestel- en bezorgen is dan ook een combinatie van wat gerechten en topers die op beide kaarten te vinden zijn. Omdat ook Fooddrop, waarvan Barra het bezorgplatform gebruikt, enthousiast is over het initiatief, worden de kunstwerkjes kosteloos extra meegeleverd bij de bestelling.



Alexander Swart van café De Doos: "Stilzitten is geen optie"

Vaste klanten, oud-bezoekers, mensen die de horeca een hart onder de riem willen steken, verenigingen. Iedereen die maar wil, kan voor 25 euro zijn of haar naam laten vereeuwigen op een van de muren van partycafé De Doos in de Gelkingestraat. Het idee is afkomstig van eigenaar Alexander Swart, die vecht voor het voortbestaan van zijn zaak. "Stil zitten is geen optie. Juist nu, moet je als horecaondernemer doen wat je kan, en wát je kan, moet je zo goed mogelijk doen."

De actie met de naambordjes is een groot succes. "Het slaat enorm aan", zegt Swart. "Er hangen hier nu zo'n honderd bordjes met namen aan de muur. Veel namen van vaste klanten, maar ook veel oud-klanten melden zich, en sturen dan spontaan een appje dat ik ze een tikkie mag sturen, omdat ze me willen helpen. Fantastisch toch?"

De naambordjesactie is niet de enige actie die Swart afgelopen maanden bedacht. "Je moet niet bij de pakken neer gaan zitten, daar verdien je geen geld mee, maar juist denken in oplossingen!", zegt Swart. En dat laatste gaat

hem goed af. Al tijdens de eerste lockdown riep hij de website wathandigzeg.nl in het leven, waar leuke bier- en drankpakketjes te koop zijn, al dan niet mét speciale shotglaasjes erbij.

PROEVERIJ EN QUIZ INEEN

Ook de "Blind Edition" beer tasting-box is hier te koop, ook al zo'n idee uit de koker van Swart. "In de box zitten vier 'blinde' speciaalbieren, zoals bijvoorbeeld een IPA of een tripple, waarbij je niet weet wat welk biertje is. Een soort proeverij en quiz ineen dus, die je heel goed met vrienden thuis kunt spelen", vertelt de ondernemer.

CREATIEF

Ideeën heeft Swart genoeg, gelukkig. "In de zeventien jaar dat ik horecaondernemer ben, heb ik nog nooit zoveel verschillende concepten gelanceerd als afgelopen periode. Vlak voor de laatste lockdown had ik de zaak net omgetoverd tot skihut, zodat je ook goed buiten kon zitten, en om de bezoekers op hun stoel te houden, organiseerden we pubquizen en muziekbingo's. Je moet gewoon bezig blijven, en manier verzinnen om de vaste lasten te kunnen betalen."

KICK

En als er dan via ludieke acties toch wat geld binnenkomt, geeft dat wel echt een kick, vindt Swart. "Hoe vervelend deze periode ook is, het geeft ook wel weer energie om te zien dat er zoveel mensen zijn die je steunen. Dat is hartverwarmend en geeft je weer positieve energie. Want niks is zo erg als zien dat je bedrijf, dat je zo mooi hebt opgebouwd, dreigt weg te glijden, zonder dat je er wat aan kunt doen."



Land van Kokanje

“We willen laten zien dat we er nog zijn”

“De markt in Groningen is op dit moment wel verzadigd”, zegt Natalie Dijk, bedrijfsleidster bij Land van Kokanje in de Oude Boteringestraat, doelend op de vele restaurants met bezorg- en afhaalmogelijkheden. En dus kwam het restaurant met wat nieuws: een diner, in combinatie met een moordspel, dat met een of meerdere gezinnen tegelijk te spelen is. “Wat voor ons het belangrijkste is, is om de gasten te laten zien dat we er nog zijn.”

Voor Land van Kokanje is dat op dit moment de belangrijkste motivatie: om bij vaste gasten, potentiële gasten, ‘eigenlijk iedereen’ vooral maar op het netvlies te blijven. “We willen natuurlijk dat mensen ons straks, als alles weer min of meer normaal is, ook nog weten te vinden. Dus daarom laten we maar op zoveel mogelijk manieren zien: we zijn er nog!”

Dat zit ‘m soms ook in de kleine dingen, geeft Natalie als voorbeeld. “Tijdens Sint Maarten zijn we met twee man buiten gaan staan om kinderen en voorbijgangers te trakteren op warme chocolademelk. Zoiets levert je weliswaar niet direct iets op, maar dat hoeft ook niet: zo’n crisis als deze doorsta je samen; iedereen heeft elkaar nodig.”

MOORDSPEL

Om de gasten iets extra’s te bieden, kwam Natalie ook op het idee van een menu in combinatie met een moordspel. “Je kunt bij ons van de kaart bestellen, maar daarnaast hebben ook een speciaal kaasfonduepakket, een Vitamine D-menu en een Sinterkerst-menu”, vertelt ze. Deze pakketten en menu’s zijn optioneel te bestellen in combinatie met het moordspel. “Op die manier onderscheiden we ons wat van andere restaurants, én bied je je gasten op een leuke manier toch een hele feestelijke en gezellige avond.”

Het leuke van het spel: het is met meerdere gezinnen of families tegelijk te spelen. “Het is niet mogelijk om met Sinterklaas en Kerst in grote gezelschappen bij elkaar te komen, maar met zo’n online spel heb je dan toch nog een gezamenlijke activiteit.”

BEZORGDIENTST

Ook tijdens de eerste lockdown, in het voorjaar, kwam Land van Kokanje met een bezorgdienst.

“Al moet ik eerlijk bekennen dat we het toen eerst even hebben aangekeken. We waren toen nog in de veronderstelling dat het niet zo lang zou duren, en zijn toen meteen aan de slag gegaan met achterstallige klusjes, het schilderen van de tafels en een grote schoonmaak”, blikt ze terug. Pas toen duidelijk werd dat de restaurantdeuren een tijd lang dicht zouden blijven, besloot Land van Kokanje ook eten te laten bezorgen.

Hoe vervelend de coronacrisis ook is, het brengt ook wel weer wat moois met zich mee, vindt Natalie: de verbinding met de gast. “Er is nu veel meer betrokkenheid dan voor corona, heel bijzonder vind ik dat. Je wilt niet weten hoe vaak het nu gebeurt dat mensen via de mail of een reactie op een van de socials laten weten dat ze lekker hebben gegeten, zo leuk!”



Waarom Kredietunie Groningen?

-  **Begeleiding van een eigen ervaren coach**
Door middel van een coach bevorderen we de kennis- en ervaringsoverdracht en vergroten wij samen de kans op een succesvolle ontwikkeling van een onderneming.
-  **Onderscheidend vermogen ten opzichte van banken**
Kredietunie Groningen kijkt bij het beoordelen van een aanvraag vooral naar de ondernemer en de kansen van het bedrijf in plaats van uitsluitend naar ratio's.
-  **Advies van echte ondernemers**
Van, voor en door ondernemers; ondernemers kennen elkaar.
-  **BMKB geaccrediteerd**

Voor ondernemers, door ondernemers

Wil je als Groninger ondernemer jouw aanbod uitbreiden, een nieuwe vestiging openen of nieuwe machines aanschaffen? Kredietunie Groningen kan je hier mogelijk bij helpen!

Ondervindt jouw bedrijf ook financiële gevolgen, bijvoorbeeld door het coronavirus?

Met de verruiming van het **borgstellingskrediet BMKB-C** staat het ministerie van Economische Zaken en Klimaat voor een deel garant voor bedrijven die een lening willen afsluiten, maar de financier niet genoeg zekerheid ('onderpand', zoals gebouwen of machines) kunnen bieden, nu en in de toekomst.

Voor kleine, in de kern gezonde bedrijven, is eind mei een nieuwe overbruggingskredietregeling opgesteld. Met de **Kleine Kredieten Corona Garantieregeling (KKC)** kunnen ondernemers relatief snel en eenvoudig kleine leningen afsluiten bij financiers, tegen relatief gunstige voorwaarden. Tot dusver kwamen kleine bedrijven lastig aan krediet. Kredietunie Groningen is ook geaccrediteerd voor deze regeling.

Kredietunie Groningen

T: 050 211 09 48
E: info@kredietuniegroningen.nl

NEEM CONTACT OP



ADMINISTRATIEKANTOOR
GRONINGEN.nl

- Verwerken administratie/boekhouding bedrijven
- Opstellen jaarrekeningen
- Aangifte inkomstenbelasting bedrijven/particulieren
- Aangifte vennootschapsbelasting
- Salarisadministratie voor alle sectoren (branches)



Bieslookstraat 31
9731 HH Groningen
Tel. 050-5491793

www.administratiekantoorgroningen.nl
E-mail: info@administratiekantoorgroningen.nl



Bart Rozema: “Het is prima ondernemen in kleinschalig Ten Boer, waar mensen om elkaar geven”

‘Koopt elders niet, wat Ten Boer je biedt...!’. Een oude slogan die ooit werd gebruikt ter promotie van het winkelen in Ten Boer, heeft nog niets aan kracht verloren. Sterker nog: de leuze werd ooit misschien gelanceerd voor reclamedoelinden, maar is in de loop der jaren eigen gemaakt door veel inwoners van Ten Boer. “Ja, het is er écht ingesleten dat mensen eerst even kijken of ze in het eigen dorp terecht kunnen. Pas als dat niet het geval is gaan velen het elders of online bestellen. En dat is ook één van de redenen waarom het hier zo prettig ondernemen is”, zegt Bart Rozema. Hij is voorzitter van de allernieuwste ondernemersvereniging binnen de gemeente Groningen: de vereniging Ondernemend Ten Boer.

Die werd ruim een jaar geleden opgericht, in de zomer van 2019. Het mag dan een piepjonge club zijn, het is er wel eentje met contacten tot in de kleinste haarvaten van de samenleving en de economie van Ten Boer. Want bij Ondernemend Ten Boer zijn drie organisaties aangesloten die al wel langer bestaan: de Netwerk Club Ten Boer, de Winkeliersvereniging Koopmansplein en LTO Noord. “We hebben ook hoge verwachtingen van Ondernemend Ten Boer. En ons eerste wapenfeit is er al. Want omdat wij nu een erkende Bedrijfsvereniging zijn, mochten wij ook een beroep doen op het Fonds Ondernemend Groningen. Wij hebben een bijdrage gevraagd voor de feestverlichting voor de Dorpskern Ten Boer. Gelukkig is ons verzoek gehonoreerd, en sinds 10 november is de verlichting operationeel”, zegt Rozema (31). Zelfs is hij al circa vier jaar actief als ondernemer in Ten Boer. Hij is oprichter en eigenaar van Rozema Reclame. “Dat gaat heel goed. We helpen de klanten in het gehele traject om te zorgen voor betere zichtbaarheid. Van het ontwerpen van het logo tot en met de uitvoe-

ring van fysieke reclame-uitingen. Het is heel divers, en Ten Boer is echt een heel plezierig dorp om te wonen en te werken.”

Bart Rozema heeft de indruk dat, hoewel ook in Ten Boer de corona-crisis er bij veel zaken diep in hakt, veel ondernemers het wel zullen rooien. Sommige bedrijven hebben het juist drukker gekregen, anderen hebben creatief nieuwe concepten bedacht. “Gelukkig is er ook bij ons een mentaliteit van: ‘Kop d'r Veur’, de mouwen opgestroopt. En ook in mijn eigen bedrijf merk ik dat er nieuwe kansen zijn ontstaan.”

Kortom: het ondernemersklimaat is er prima, en winkelen kan de consument ook uitstekend op het Koopmansplein. Betekent dat dat er helemaal geen wensen meer zijn? “Nou, nee: dat ook weer niet. Dit jaar hebben we ons ingespannen voor de feestverlichting. Komend jaar, 2021, willen we de herkenbaarheid van het Bedrijfsventerrein nog wat vergroten. En door alle drukte en bedrijvigheid zijn we er als Ondernemersvereniging ook te weinig aan toe gekomen om onszelf beter zichtbaar te maken. Ik ga er vanuit dat we daar komend jaar nog wat meer aandacht voor zullen hebben.”

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:

- Laan Corpus den Hoorn 101, 9728 JR 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.**

