



Binnenstad Groningen volop in ontwikkeling

Pandemie of niet, de binnenstad is volop in ontwikkeling. Niet alleen verschijnen er steeds meer horecazaken, ook nieuwe, innovatieve en duurzame concepten vinden er hun plek. En met steeds meer aandacht voor een groener en aantrekkelijker stadsbeeld, wordt de binnenstad een echte 'place to be' met voor elk wat wils. Dat juicht de Groningen City Club van harte toe. In deze Cityscope meer over de ontwikkelingen in de binnenstad welke steeds meer wordt dan alleen een plek om te winkelen.

O.A. VERDER IN DIT NUMMER:

- Projectoren verlichten de binnenstad van Groningen [PAG. 3](#)
- Binnenstad van een 'place to buy' naar een 'place to be' [PAG. 4](#)
- Koffie to go vanuit een monumenteel pand [PAG. 6](#)
- Veiligheid gaat boven alles: minder verlichting in de binnenstad [PAG. 7](#)
- De binnenstad bereidt zich voor op de bouw van het tijdelijke Julianaplein [PAG. 10](#)
- Succesvolle eerste maanden voor Nanouk Store [PAG. 14](#)
- Geveltuinjes kleuren de stad groen [PAG. 16](#)
- Groningen gaat aan de slag met duurzame logistiek [PAG. 19](#)

Perspectief voor de binnenstad



Als we terugkijken op het afgelopen jaar, of op de afgelopen twee, kan het soms lastig zijn om positief te blijven. Vooral voor ondernemers is het niet altijd even leuk geweest. Minder klanten, minder omzet, minder winst. Misschien zelfs wel een hoop verlies. En de coronamaatregelen laten zich duidelijk niet voorspellen. Al met al kan de moed ons weleens in de schoenen zakken.

Die uitzichtloosheid is natuurlijk begrijpelijk, maar niet nodig, denk ik. Want als we kijken naar de dingen die wél goed gaan en de zaken die nog wel kunnen, dan biedt dat behoorlijk wat toekomstperspectief voor de binnenstad van Groningen.

Kijk om te beginnen eens naar de leegstand in de stad. Vorig jaar gaven de voorspellingen nog een leegstand van 15-20 procent aan, maar hoewel de leegstand is gegroeid - van 2,8 procent naar 4,5 procent - kent de binnenstad nog steeds de laagste leegstand na Amsterdam. En dat ondanks een sluitingsperiode van drie maanden.

VERRASSENDE CONCEPTEN

En die binnenstad is bovendien volop in ontwikkeling. Naast een groei van het aantal horecagelegenheden - er zijn in 2020 meer horecazaken geopend dan gesloten - vind je ook steeds meer verrassende concepten in Groningen. Waar je een aantal jaar geleden naar de stad kwam om te shoppen - en weer wegging met een leuke trui of iets anders - is het tegenwoordig steeds meer een plek om te verblijven. Met jeu de boules, virtual rea-

lity en kunst en cultuur voor de liefhebber, maar ook duurzame initiatieven en vintagewinkels voor de bewuste consument. Daar wordt de wereld, en Groningen, weer een stukje beter van.

Zelfs de financiële kant van ondernemen zie je innovatiever en duurzamer worden. Financiering zoals crowdfunding is bijvoorbeeld geen gekke basis meer om een bedrijf op te zetten. Dat resulteert in meer betrokkenheid en delen in succes. Welke ondernemer wordt daar slechter van?

En voor al die ondernemers bieden de huidige tijden naast uitdagingen ook kansen. Kansen om je winkel naast fysiek ook online op te zetten of om samenwerkingen aan te gaan met andere ondernemers. De GCC wil ondernemers daarin ondersteunen zodat ze in het geval van een nieuwe lockdown - praat me er niet van - van allerlei mogelijkheden gebruik kunnen gaan maken.

Zo zie je maar, we kunnen het jaar met een positieve noot afsluiten. Hoewel er vast nog allerlei regelingen moeten komen en nog allerlei rekeningen betaald moeten worden, schijnt de zon door de wolken. Laten we als Groningers doen waar we goed in zijn: kijken naar mogelijkheden en kansen. In de afgelopen duizend jaar heeft Groningen zich ook door van alles heen geslagen, van ellendige ziektes tot Bommen Berend, dus dat kunnen we nu ook. Voor een stad als Groningen is er altijd perspectief. Pandemie of niet.

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

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 / Leanne de Munnik,
Anniek Ypenga,
Remco van Veluwen, Marieke Bos
(050-3188448 / info@gic.nl)

Vormgeving: Mediahuis Noord | Design
(06 - 218 20 704) Jannus Walda

Advertenties: Telemissie Bettie van Veen
(06-38717650)

Projectoren verlichten de binnenstad van Groningen

Zodra het begint te schemeren, zijn ze weer te zien in de binnenstad van Groningen: prachtige witte teksten die vanuit winkeletalages op de stoep worden geprojecteerd. Verschillende teksten verlichten de straatstenen, variërend van 'Let It Gro, Let It Gro' met sneeuwvlokken erboven tot het welbekende 'Er gaat niets boven Groningen', opgemaakt in de vorm van een kerstboom.

Het is het tweede jaar op rij dat de straten van de binnenstad door de projectoren worden opgedirkt. Vorig jaar schafte de Groningen City Club vijftig projectoren aan. "Dat hebben we toen gedaan omdat er nog sprake was van lockdownachtige toestanden. We dachten: de binnenstad is vrij rustig, op welke manier kunnen we iets bedenken om het weer wat

levendiger te maken zonder dat je iets plaatst waar veel mensen op af komen? Zo ontstond het idee van de projectoren", legt Erwin Mulder namens de GCC uit. "Ze zijn best fel, dus als het om vier uur al begint te schemeren zijn ze al goed zichtbaar."

Er zijn op dit moment vier varianten in gebruik, maar volgens Mulder wordt er nog gekeken of er nieuwe teksten bij kunnen worden gemaakt. "De teksten die we daar op zetten, proberen we te combineren met de gastvrije boodschap vanuit het actieprogramma Gastvrij Groningen. Het moet een tekst zijn waarvan bezoekers denken: wat leuk, bijzonder of ludiek", zegt Mulder. Hij noemt als voorbeeld de gedichten die stadsdichter Myron Hamming voor Lutje Lokaal maakte. "De zin 'Liever in de buurt, liever dichtbij', dat is een stukje uit een gedicht van Myron. We kijken nu of we die ook kunnen overnemen voor zulke projectoren."

Het gaat niet om reclameboodschappen en er worden geen verwijzingen naar specifieke winkels gemaakt, omdat de projectoren in de hele binnenstad geplaatst worden. "Het is een hele eenvoudige manier om toch voor een warme sfeer te zorgen, zonder dat je in de openbare ruimte vaste elementen aanbrengt. Volgend jaar gaan we het zeker weer herhalen", vertelt Mulder.

Een projector wordt vanuit de winkel naar buiten op de grond gericht. In dertien straten in de binnenstad is daarvoor een vergunning. Bijna veertig van de projectoren zijn al door winkeliers in gebruik genomen. Mulder: "Er zijn er dus nog steeds een paar beschikbaar. Niet alleen stellen wij ze beschikbaar aan ondernemers, we plaatsen ze ook volledig en leveren ze actief werkend op." De projectoren mogen tot maart worden gebruikt.



Eric Bos: “Binnenstad Groningen heeft geweldige toekomst als we functie uitbreiden van ‘place to buy’ naar ‘place to be’”

De binnenstad van Groningen staat onder druk. Momenteel vanwege corona, maar structureel hebben veel retailers het ook al lastig door zaken als digitalisering en e-commerce. De tijd dat de consument automatisch naar Groningen trok om bijzondere

aankopen te doen is al lang voorbij. Maar deze situatie hoeft geen doodlopende weg te zijn waarin de positie van de binnenstad maar blijft afbrokkelen. Integendeel: er zijn zéker kansen om de binnenstad weer als vanouds te laten bruisen.

Maar dan moeten we de functie, betekenis en rol van de binnenstad wel breder definiëren. “We moeten de functie van de binnenstad van Groningen veranderen van ‘place to buy’ naar ‘place to be’”, zegt Eric Bos.

Dat is dan ook de strekking van een document waarin de gemeente Groningen samen met ook de GCC omschrijft hoe zij de functie ziet van de binnenstad op de korte, middellange en lange termijn. Het betreft het ‘Uitvoeringsprogramma detailhandels- en horecavisie Ruimte voor Retail’.

Deze nieuwe visie van de gemeente Groningen geeft een toekomstbeeld en beleidskader voor de ontwikkeling van de detailhandel en horeca. Daarmee wil de gemeente ondernemers en vastgoedeigenaren inspireren en is er nu een toetsingskader om nieuwe initiatieven te beoordelen. In de visie staan ook diverse specifieke thema's en opgaven die vragen om een concrete uitwerking op de korte of langere termijn.

HOOFDUITGANGSPUNTEN VAN HET BELEID

De gemeente Groningen wil volgens de visie het aanbod aan winkels, horeca en recreatie nog meer en beter benutten voor een leefbare en aantrekkelijke woon- en leefomgeving voor de inwoners, en zich profileren als de koop- en uitgaansstad van Noord-Nederland.

ZES AMBITIES

In de visie staan zes ambities centraal:

- Het bestaand aanbod verrijken dan wel moderniseren met nieuwe, innovatieve en creatieve concepten.
- De doorontwikkelingen van Groningen tot Next City te faciliteren in het winkel- en horeca-aanbod.
- De positie van de binnenstad als ‘place to be’ in Noord-Nederland versterken en meer bezoekers van buiten de regio trekken.
- Het boodschappenaanbod, zoals supermarkten en speciaalzaken, uitbreiden en moderniseren waar de behoefte bestaat.
- Het Sontplein en omstreken, het Hoendiep en de Peizerweg kwalitatief versterken in de openbare ruimte, uitstraling en synergie.



- Ongewenste en structuurverstorende verspreide bewinkeling terugdringen ten gunste van concentratie binnen de centrumgebieden.

Het document constateert dat er steeds minder retail komt in de binnenstad, en dat het aandeel horeca toeneemt. Ook het aantal bezoekers uit de eigen regio is afgenomen.

“Als er minder bezoekers in de binnenstad komen, moet je zorgen dat ze hier langer blijven om toch dezelfde omzet te halen. Vroeger kwam men hier specifiek om spullen te kopen, maar nu komen mensen ook om te verblijven: de stad te bekijken of van de culturele en andere voorzieningen te genieten. In het document zetten we er sterk op in om die verblijfsfunctie te versterken, met name door het thema ‘vrije tijd’ toe te voegen aan de binnenstad”, vertelt Bos.

HOE DAN?

Om te helpen bij de versterking van de verblijfsfunctie zou je de stad thematisch kunnen onderverdelen in sfeergebieden. Daarbij kun je denken aan een ‘Martinikwartier’, ‘Museumkwartier’ of ‘A-kwartier’, die de veelzijdigheid van de binnenstad vergroten en het daardoor interessanter maken om er een kijkje te nemen.

Ook kun je de authentieke straten in de binnenstad versterken. En ook de ‘aanloopstraten’ naar de binnenstad hebben aandacht nodig, zoals de Oude Ebbingestraat, Oosterstraat, Gelkingestraat en Rode Weeshuisstraat.

Bos is heel blij met het visiedocument, omdat het een integraal document is

waarin het niet alleen om de binnenstad gaat. “Groningen klap de binnenstad open, want de visie beperkt zich niet tot de Diepenring, maar gaat verder, tot buiten de binnenstad. Ook het Stationsgebied, met straks het nieuwe Cultuurcentrum, hoort erbij. Zo maak je een interessantere stad. Niet alleen voor stadigers, maar ook voor andere bezoekers en toeristen.”

‘RETAIL-TAINMENT’

De GCC heeft zich voor haar bijdrage aan de visie laten inspireren door andere steden, zoals Tilburg, Eindhoven en Rotterdam. Met name Tilburg was inspirerend door de manier waarop die stad sfeergebieden creëerde en bijvoorbeeld het oude stationsgebied nieuwe functies gaf en zo aan de binnenstad koppelde. Een begrip dat de initiatieven in die andere steden omschrijft is ‘retail-tainment’: het combineren van bezoeken aan leuke winkels met een bezoek aan culturele voorzieningen of evenementen.

“Wat dat betreft hebben we een uitstekende uitgangspositie. We hebben al een zeer veelzijdig aanbod, van EM2 op het Suikerunieterrein tot de Graansilo bij de Oosterpoort. Als je dat alles weet samen te brengen kunnen we zorgen dat Groningen veel meer te bieden heeft dan retail en horeca: namelijk ook kunst en cultuur. Dat moeten we allemaal samenbrengen, waarmee we steeds meer lading geven aan het begrip ‘Groningen’, zodat er straks tál van redenen zijn om voor een langduriger bezoek naar die leuke stad Groningen te komen.”



Voortzetting samenwerking Mediahuis Noord

De NDC mediagroep is, zoals bekend, overgenomen door het Belgische Mediahuis. Dat heeft niet alleen gevolgen voor de naam – NDC mediagroep heet nu Mediahuis Noord – maar ook voor de samenwerking op het gebied van opmaak van advertentiemateriaal en de Cityscoop voor de Groningen City Club. De samenwerking tussen beide partijen wordt ook in 2022 voortgezet.

Mark Engberts, bestuurslid van de GCC, is blij met de voortzetting van de samenwerking: “Daarmee houden we niet alleen continuïteit in de opmaak, maar zijn we ook verzekerd van mankracht daarvoor. We hebben gemerkt dat het fijn werkt als goede ontwerpers als Jannus Walda meedenken bij een complexe opdracht waar altijd druk op staat.”

De GCC en Mediahuis Noord hebben een lange geschiedenis. Naast het lidmaatschap bij de GCC heeft Mediahuis Noord tot 2019 bestuursleden geleverd, adverteren voor leden mogelijk gemaakt tegen gereduceerd tarief en het opmaken en drukken voor haar rekening genomen binnen een sponsorafpraak waar de GCC veel voordeel van had.

EEN NIEUW BELEID

Met het aantreden van een nieuwe directie is ook nieuw beleid ontstaan. Mark Engberts, bestuurslid van de GCC: “Het is logisch dat afspraken tegen het licht worden gehouden. De GCC voegt waarde toe met haar netwerk, maar het past bij goed ondernemerschap om ook te kijken naar kosten en opbrengsten in harde valuta.” De afgelopen maanden zijn gekenmerkt door de nodige wisselingen in contactpersonen bij de Noordelijke uitgever van dag- en weekbladen. Die hebben niet allemaal dezelfde historie met de GCC. Engberts: “We hebben veel gesprekken gevoerd met onze nieuwe contactpersonen. Het heeft er even naar uitgezien dat we, hoe spijtig ook, met respect voor elkaars overwegingen de relatie zouden moeten beëindigen. We zijn erg blij dat we op het laatste moment een goede afspraak hebben kunnen maken voor 2022.”

De Cityscoop verschijnt vier keer per jaar in het werkgebied van de GCC en belangrijke winkelgebieden binnen de gemeente Groningen.

 **MEDIAHUIS
NOORD**

EVEN VOORSTELLEN:



Koffie to go vanuit een monumentaal pand

In het rijksmonumentale pand op het hoekje van de Herestraat, tegenover de Bakker Bart, zit sinds 25 oktober Cesile Coffee, een koffiezaak waar je op drie verdiepingen koffie kunt drinken, maar ook kan ontbijten en lunchen.

De eigenaren zijn Cecile Numan (25) en William Eikenaar (28), een jong stel uit Drachten dat niet terugdeinst voor een uitdaging. In Drachten hebben ze een eigen ijscateringsbedrijf met 25 ijskarren en een paar foodtrucks. Met deze karren en trucks staan ze zowel op festivals en evenementen als scholen en begrafenissen: "Zolang er maar minimaal honderd mensen aanwezig zijn", vertelt William enthousiast. Maar naast het hebben van dit cateringbedrijf op locatie(s), kriebelde het bij het stel ook om iets op te zetten op een permanente plek. Cecile: "Een onderneming op een vaste locatie leek ons heel leuk, en dat hebben we toen ook aan verschillende vrienden en kennissen meegedeeld."

En zo kwamen Cecile en William bij het monumentale hoekpand in de Herestraat. Cecile: "We kenden de eigenaren van het pand. Zij hadden het hele blok gekocht en vroegen ons voor het hoekpand, of we daar niet iets mee konden. En of we daar iets mee konden!" De eigenaren gaven de nieuwe huurders de vrijheid om zelf te kiezen wat ze in het pand wilden opzetten. "We hadden altijd al iets met koffie

en ijs. IJscatering deden we al, dus het pand zou een koffiezaak worden", vertelt William. Dat het pand op hun pad kwam in coronatijd voelde niet riskant voor Cecile en William. "We kregen de kans om deze onderneming te starten, die wilden we niet laten schieten omdat het op het moment slecht gaat met de horeca. We merken dat het momenteel rustig is in de stad, maar we hebben niet het gevoel dat we extra lef moesten hebben om Cesile Coffee op te starten. En ja, Cesile Coffee is met een s, terwijl mijn naam met een c is", zegt Cecile lachend.

Negen maanden waren ze bezig om het pand waar voorheen First in Jeans zat te renoveren. "De vorige huurder had de hele binnenkant dichtgetimmerd; er kwam geen natuurlijk licht meer naar binnen. Hij had daarom de hele dag lampen aan staan", vertelt William. "Die lampen gaven vervolgens zoveel warmte dat hij geen verwarming meer nodig had! We hebben dat er allemaal uitgesloopt en moesten eigenlijk vanaf nul weer beginnen met het pand opbouwen." "Er was veertig jaar niets aan het pand gedaan", vult Cecile haar partner aan.

"Daarom duurde het uiteindelijk ook zo lang voor we open konden. We zijn bijvoorbeeld vijftien weken bezig geweest om de buitenkant te renoveren. En omdat er geen horeca in had gezeten moesten we ook overal leidingen leggen en een keuken en barretjes plaatsen. Met een lach en een traan is het uiteindelijk geworden wat je nu kan zien en ervaren: een pand met drie verdiepingen en honderd zitplekken."

Met donkere muren, chique stoelen en veel planten hebben ze een indrukwekkende horecagelegenheid neergezet. Toch willen ze zich in de toekomst focussen op coffies to go. William: "Er zit een maximale omzet aan onze honderd zitplekken, dat worden er niet opeens meer. We willen ons daarom gaan richten op coffies to go. Uit een onderzoek bleek namelijk dat de plek waar we nu zitten in de top drie staat van panden in Nederland waar de meeste passanten langskomen. Daar willen we iets mee gaan doen. We willen de onderste verdieping zo gaan inrichten dat het voor al die passanten aantrekkelijk wordt om bij ons een kopje koffie te gaan halen. We zijn erg geïnspireerd door het concept van Starbucks, dat loopt overal zo goed! We hopen eigenlijk net zo iets neer te zetten; dat we echt een afhaalconcept worden in Stad. Dat moet te regelen zijn in een studentenstad als Groningen, toch?"

BINNENSTAD

Er is dit jaar in de binnenstad wat minder sfeerverlichting te zien dan in eerdere jaren. Uit een zorgvuldige veiligheidsinspectie in opdracht van de GCC kwam namelijk naar voren dat een kleine honderd overspanningen - de kabels waaraan de lampjes hangen - moeten worden vervangen en nog eens 65 verwijderd. Daarnaast hebben de in China bestelde boomverlichtingen voor de Vismarkt NZ en de Brugstraat vertraging opgelopen in verband met grote problemen bij transporteurs, en is er een tekort aan personeel dat de lampjes op kan hangen. Kortom, er zijn dus meerdere problemen die voor een ander totaalsfeerbeeld gaan zorgen dit jaar.

95 KABELS AFGEKEURD

De GCC is eigenaar van de spankabels en muurankers die jaarlijks onder meer gebruikt worden voor de sfeerverlichting in de binnenstad. Dit brengt een grote verantwoordelijkheid ten aanzien van de veiligheid van het winkelend publiek met zich mee, zo zegt Fred de Bruin, bestuursadviseur van de GCC. De GCC heeft daarom begin dit jaar besloten om een zorgvuldige inspectie te laten uitvoeren, met aansluitend herstel waar nodig. Uit die inspectie kwam dus naar voren dat 95 overspanningen niet meer voldoen aan de strenge eisen. De kabels moeten namelijk bestand zijn de grote druk van het gewicht van sfeerverlichting, ornamenten, spandoeken en regen.

BESCHERMDE STATUS

Bij het vervangen van de eerste kabels bleek dat de meeste panden een beschermde status hebben. Dat betekent dat er zonder de juiste vergunning geen werkzaamheden aan de gevel mogen worden uitgevoerd. Ook niet als het gaat om het vervangen van een muuranker op vrijwel dezelfde plek. Voordat de gemeente vergunning kan verlenen, moeten de diverse pandeigenaren toestemming geven. Maar de pandeigenaren zijn niet snel te achterhalen en de vergunningprocedure is lang. Te lang om nu nog herstelwerk te kunnen doen. Het gevolg daarvan is dat er dit jaar minder feestverlichting te zien zal zijn dan gebruikelijk, in sommige straten nagenoeg niets.

Fred de Bruin: "We betreuren dat dit zo is gelopen dit jaar, dat hadden we graag anders gezien. Veiligheid gaat echter voor alles. Ondanks de tegenslagen en onvoorziene omstandigheden doen we er alles aan om daar waar mogelijk onze stad uiteindelijk in de juiste sfeerverlichting te steken, al is het dit jaar dus met wat vertraging."

Veiligheid gaat boven alles: minder sfeerverlichting in binnenstad



Wim Bulten - Van boer tot vastgoedondernemer

Tot z'n 32e was Wim Bulten boer, nu is hij een van de grotere vastgoed-ondernemers van Groningen. Hij steekt zijn mening niet onder stoelen of banken en heeft een uitgesproken visie voor de stad Groningen: "We willen toch allemaal dat de stad mooier wordt? Waarom werken we dan niet wat meer samen?"

Een kleine dertig jaar geleden stopte de vastgoedondernemer met boeren en maakte de stap naar vastgoed. "Toen ik begin dertig was kon ik niet meer werken door artrose. Ik heb mezelf toen drie maanden de tijd gegeven om iets anders te bedenken, iets wat ik nog wel zou kunnen doen. En zo kwam ik bij huizen kopen, opknappen en ze vervolgens verhuren."

De ondernemer deelt de passie met zijn kinderen. Bulten: "Toen de kinderen jong waren, was ik al panden aan het kopen. Ze zijn opgegroeid in het bedrijf. Momenteel is het merendeel van de panden in hun handen. Ze hebben hun weg gevonden in het bedrijf en pakken de dingen op die ze leuk vinden en goed kunnen. Ik zet hen of mijn andere werknemers niet op een vaste en beperkte functie, want ik wil graag dat

degenen die bijvoorbeeld de verhuur doen ook meekijken met, laten we zeggen, de verbouwingen. Ik wil graag dat iedereen goed begrijpt hoe het hele proces verloopt."

HUISSTIJL

Het boerenverstand vindt z'n weg nog in Bultens huidige werk: "Een boer zou zeggen: je moet niet al je eieren onder één kip leggen. En dus hebben wij drie pijlers; verhuur van studentenkamers, verhuur van appartementen en studio's en verhuur van winkels en horeca. Door de jaren heen hebben we onze eigen huisstijl ontwikkeld. In al onze huizen halen we de oorspronkelijke kleuren terug door een kleurenonderzoek te doen. De kunst is om het karakter van het pand naar voren te halen. Daarnaast gebruiken wij graag de onder studenten inmiddels bekende zwart-witte tegeltjes."

VISIE VOOR STAD

Door de groei van zijn bedrijf door de jaren heen en de verschillende belangen in de stad verbaast Bulten zich weleens over het feit dat hij nog nooit is uitgenodigd door de Gemeente

Groningen. "Ik heb het gevoel dat er alleen maar wantrouwend naar ons wordt gekeken, alsof alle beleggers eigenwijze geldschrappers zijn met dikke auto's", zegt Bulten. "Er zitten gerust wat minder frisse beleggers bij, maar die heb je in iedere sector. De gemeente heeft ons nooit gevraagd om mee te denken over bijvoorbeeld de kamernood, terwijl we daar best een steentje aan bij kunnen dragen. In al die jaren dat ik dit werk doe, heb ik nog nooit met een wethouder gezeten om over dit soort dingen te praten."

IN HET NIEUWS

Dat Bulten wel eens negatief in het nieuws komt, doet de pandeigenaar niet meer zoveel: "Als het statement waar is dan doe ik er wat mee, maar als het niet waar is leg ik het naast me neer. Ik heb gehoord dat ik een seksist en een racist ben, maar dat is gewoon niet waar. Ik ben er drie jaar overspannen door geweest, maar meer jaren gaat het me niet kosten. Ik houd van m'n werk en ik houd van Groningen, ik ben verliefd op de stad. Laat me lekker mijn werk doen."





Winteractiviteiten in het Oosterkwartier

De Gelkingestraat, de Carolieweg en de Oosterstraat liggen in het Oosterkwartier; een bruisend stadsdeel waar kleding, meubels, kunst, reizen en eten bij elkaar komt. Om het gebied nog wat meer in het vizier te krijgen bij bewoners en bezoekers van de stad, organiseert winkeliersvereniging het Oosterkwartier deze winter een aantal (corona-proof) winteractiviteiten. We spreken over de initiatieven met Liesbeth Vonk van kinderwinkel Hartendief.

“Normaal gesproken, pre-corona dus eigenlijk, hebben we twee keer per jaar een straatfeest in de zomer met een braderie en verschillende activiteiten waarmee we het Oosterkwartier in de spotlights zetten”, vertelt ze. “Ik hoor weleens dat klanten zeggen: ‘goh, ik kom hier niet zo vaak, maar leuke restaurants en winkeltjes in dit buurtje!’ Vaak ligt de focus toch meer op de Herestraat, of op de Folkinge- en de Zwanestraat. Onze straatfeesten zijn daarom bedoeld om mensen naar dit gebied te trekken

en tegelijk de mensen die er al zijn een fijne tijd te geven. Die feesten konden de afgelopen twee jaar helaas niet doorgaan en dus hebben we deze zomer als ondernemers gekeken: wat kan er nog wel? Zo kwamen we op het idee om in de wintermaanden wat activiteiten op te zetten.”

KERSTRROUTE

Zo kregen bezoekers in het Oosterkwartier tijdens de sinterklaasintocht zakjes met wat

lekkers van de winkeliers. In de zakjes zaten brownies van Brownies&downieS en aan het zakje zat een kaartje met een sinterklaasgedichtje. Er staat nog meer op de planning voor deze winter, zoals een kerstroute, mits in lijn met de dan geldende coronamaatregelen. Liesbeth: “We moeten nog even kijken wat er tegen die tijd kan, maar het idee is dat mensen een route kunnen lopen en dat diverse acts, zoals een straattheater en een kerstvrouw, zich door de route heen bewegen.”

En - niet echt een activiteit, maar wel sfeerverhogend - bij alle ondernemers hangen in de winterperiode dezelfde vlaggen. En als winkeliers het willen, kunnen ze ook een houten driepoot met lichtjes en een kerstbal voor de deur krijgen. “De jaarlijkse sfeerverlichting in de straat was helaas afgekeurd, dus op deze manier proberen we er toch wat van te maken met z’n allen”, lacht Liesbeth.

De activiteiten in het Oosterkwartier worden mede mogelijk gemaakt door een bijdrage vanuit de GCC (Ondernemersfonds Groningen) en gemeente Groningen.

De binnenstad bereidt zich voor op de bouw van het tijdelijke Julianaplein

“We gaan alle mijlpalen vieren”

Groningen krijgt een nieuw Julianaplein. Wat nu nog een knooppunt met stoplichten is, wordt in de toekomst een ongelijkvloerse kruising waar men vanuit alle richtingen kan doorrijden. Om ruimte te maken voor de bouw van dit megaproject zal er eerst een tijdelijk Julianaplein komen. De bouw daarvan zal vanaf februari 2022 drie maanden lang ernstige verkeershinder opleveren. Ook voor de bereikbaarheid van de binnenstad heeft dat grote gevolgen. De GCC gaat er daarom alles

aan doen om bezoekers te informeren over hun bezoek aan de binnenstad. En het resultaat, dat willen ze gaan vieren.

80.000 AUTOBEWEGINGEN MINDER PER DAG

De T-splitsing die het Julianaplein tijdelijk gaat vervangen - ook wel de Tijdelijke T genoemd - komt ten zuiden van het huidige Julianaplein te liggen. De bouw ervan zal dertien weken duren, waardoor er tussen 11 februari en 9 mei allerlei

verschillende rijrichtingen worden afgesloten. Om het verkeer enigszins te laten doorstromen en grote files te voorkomen zal het verkeer in die periode moeten afnemen met 20 procent. Dat komt neer op 80.000 autobewegingen minder per dag op het wegennetwerk in en rondom Groningen.

“We vragen voor deze periode werkgevers om hun medewerkers op te roepen om zoveel mogelijk thuis te werken”, zegt Wilko Huyink,



NIEUWS

directeur van Groningen Bereikbaar. "En als ze wel moeten reizen, dan zoveel mogelijk met het openbaar vervoer of de fiets. Of via een P+R en buiten de spits. Zo houden we de stad bereikbaar voor noodzakelijk verkeer."

HINDER VOOR DE BINNENSTAD

"Ook de binnenstad gaat hier veel hinder van ondervinden", stelt Eric Bos. "Uiteindelijk is het natuurlijk voor een prachtig doel, maar het wordt wel een uitdaging om de binnenstad in die dertien weken bereikbaar te houden."

Het grootste deel van de bezoekers van de binnenstad komt volgens Bos lopend, met de fiets of met het openbaar vervoer. De grootste uitdaging ligt volgens hem dan ook bij de 30 tot 40 procent die uit de regio naar de binnen-

stad komt. Gemiddeld gaat het volgens Bos voor hen in die periode zo'n 20 minuten langer duren om naar de binnenstad te komen.

Om die bezoekers optimaal te informeren over wat er in die periode allemaal wel en niet kan, is het van belang dat ondernemers hun klanten goed informeren. De GCC helpt daarbij een handje. In samenwerking met Groningen Bereikbaar gaat de club ondernemers en bezoekers aan de binnenstad ondersteunen met informatiemateriaal, -pakketten en gastvrijheidsacties. Bos: "Daarmee willen we bezoekers bijvoorbeeld wijzen op de indeling van hun bezoek, zodat ze niet aan het begin of einde van de dag in de file terechtkomen."

VIEREN

Eén ding is zeker volgens Bos; het project

moet ook gevierd worden. "We hebben er drie maanden lang vooral last van, maar uiteindelijk is dat nodig om Groningen toegankelijk te houden, dus we kunnen het maar beter positief benaderen." Hoe dat gaat gebeuren moet de GCC nog plannen met Groningen Bereikbaar, Aanpak Ring Zuid, Gastvrij Groningen en de ondernemersverenigingen. "Misschien wel met een diner of muziek-evenement op de bouwlocatie", oppert Bos. Maar de vorm is volgens hem ondergeschikt aan de positieve toon ervan. "Het is makkelijk om te blijven hangen in negativiteit, maar door alle mijlpalen te vieren, krijg je heel wat ondernemers en bezoekers van de stad mee in je positieve benadering. En dan hebben we als kers op de taart in mei het tijdelijke Julianaplein."

Gastvrij Groningen, ook tijdens werkzaamheden

Behalve het bereikbaar houden van de binnenstad, is het ook belangrijk om mensen er welkom te blijven heten. Actieprogramma Gastvrij Groningen heeft daarom plannen voor verschillende acties voor het eerste kwartaal van 2022, die samen met ondernemers worden georganiseerd.

VIERMOMENTEN EN CHARMEACTIES

De organisatie wil zich richten op viermomenten en charmeacties. "Bij viermomenten kan je denken aan het vieren van de oplevering van de Kattenbrug of het einde van de werkzaamheden aan het tijdelijke Julianaplein", legt Erwin Mulder uit. "De viermomenten moeten op een positieve wijze aandacht vragen voor de werkzaamheden en tegelijkertijd de bezoeker wijzen op de mogelijkheden om alsnog de stad te bezoeken."

De charmeacties zijn acties op verschillende locaties in de stad, waar bezoekers spontaan worden verrast. Daarbij kan je volgens Mulder denken aan gratis koffie en thee, muziek in de bussen, een prijzenrad of activiteiten voor kinderen.

"De organisatie benadrukt dat er nog volop kansen zijn voor ondernemers om mee te denken. Mulder: "We hebben al veel leuke activiteiten bedacht, maar willen graag ook horen welke ideeën ondernemers hebben zodat we maximaal kunnen inzetten op het gastvrije gevoel van bezoekers."



Foto: Rijkswaterstaat



Ondernemen in Haren: “Ik ken mijn klanten persoonlijk”

Er gaat niets boven (ondernemen in) Groningen. Toch? Of is het elders ook goed te doen? Als het aan Germen en Irene Olivier ligt wel. Hun mannenmodezaak Flashman zit in ‘het mooiste pand van Haren’ en het ondernemen is daar volgens Germen persoonlijker dan in de stad. “Bovendien kunnen klanten hier hun auto gewoon gratis parkeren,” aldus Germen.

Zes jaar geleden verhuisde het stel van Ede naar Haren om daar de modezaak over te nemen van Henk Visser. Ze wilden destijds niet per se naar het noorden, maar waren wel op zoek naar een overname van een winkel en dit was een gouden kans. Overigens was het noorden voor Germen ook niet helemaal onbekend terrein. Hij groeide op in Heerenveen.

En nu? Nu willen ze niet meer weg. Niet alleen omdat Haren volgens hen de leukste plaats van de provincie is, maar ook vanwege het ondernemen daar. Germen: “Ik zou nooit meer anders willen. Het is een levendig dorp dat alles heeft aan winkels en horeca. En bovendien zit je ook dicht bij de stad, waardoor je ook alle faciliteiten van daar binnen handbereik hebt.”

PERSOONLIJK KLANTCONTACT

Een van de grootste voordelen van ondernemen in Haren vindt Germen het contact met klanten. “Mensen zijn hier betrokken bij elkaar en ik ken onze klanten persoonlijk. Het heeft wel een paar jaar geduurd hoor, maar nu app ik met mijn klanten en benaderen ze mij persoonlijk voor activiteiten of sponsordeals.”

Verder heeft hij als lid van de lokale ondernemersvereniging veel contacten opgedaan. “Naast netwerkborrels en vergaderingen ben je als ondernemersvereniging ook echt samen bezig met het organiseren van activiteiten zoals modeshows, een Italiaanse dag of een Sinterklaasfeest. Daardoor leer je elkaar snel kennen.”

Een voordeel daarvan is dat je makkelijker samenwerkingen aangaat, vindt Germen. Daar is hij een groot voorstander van. “In plaats van allerlei koude advertenties komen klanten via een warm netwerk jouw merk tegen.” Zo loopt een jongen van een bistro in de buurt in kleding van Flashman rond. En Germen heeft in zijn winkel een corner ingericht met schoenen van een zaak uit de Zwanestraat.

DE SFEER VAN GRONINGEN VIND JE NERGENS ANDERS

Natuurlijk ziet Germen ook de voordelen van ondernemen in een stad: “Als wij een actie organiseren, moeten wij mensen daarover echt informeren. In de stad lopen er als vanzelf hordes mensen langs je winkel. Daar trek je het lopende publiek veel makkelijker naar binnen.” En ook de sfeer in Groningen kan hij waarderen: “Ik vind dat er mooiere steden in het land zijn, maar de levendigheid en de sfeer in Groningen zijn fantastisch. Die vind je nergens anders.”

En toch ziet hij zijn toekomst absoluut in Haren. “Groningen is onwijs leuk om naartoe te gaan, maar het is hier fijn, en ondernemen kan overal. Zolang je als ondernemer blijft investeren in de kwaliteit en de beleving van je winkel, en positief blijft, dan weten je klanten je wel te vinden. Ook in mindere tijden zoals nu met corona.”



Wederom een online ALV

Op woensdag 8 december mocht de Groningen City Club weer een algemene ledenvergadering (ALV) laten plaatsvinden. Vanwege de opgelopen besmettingscijfers werd besloten om deze vergadering online uit te zenden. Na de opening door Eric Bos en het goedkeuren van de notulen van de ALV van 16 november 2020 werden onder andere de volgende zaken besproken:

HISTORIE IN DE STAD

Met de nieuwe detailhandel- en horecavisie van de gemeente gaat de focus van de binnenstad van een place to buy naar een place to be. De GCC wil daarnaast ook kijken naar hoe we gebruik kunnen maken van de historie van de stad. Bos: "Wat voor plekken zijn vanuit historisch perspectief belangrijk, en hoe kunnen we die koppelen aan winkels uit de nabije toekomst?" Daarnaast wil de GCC bezig met de verschillende stadswartieren, door ook zaken als evenementen en vergroening daaraan te koppelen.

ONDERSTEUNING ONLINE MARKETING EN WEBSITES ONDERNEMERS

Zo'n 200 ondernemers hebben gebruik gemaakt van Warenhuis Groningen. De website heeft geleid tot bijna 5000 verzendingen. Voor aankomend jaar is het de bedoeling dat Zupr

zelfstandig verder gaat met de website. De GCC blijft de website uiteraard wel ondersteunen, maar gaat ook verder met andere programma's. Daarmee willen ze de online marketing van ondernemers ondersteunen, en helpen bij het opzetten van professionele websites.

CORONA TOOLKIT

Aankomend jaar kunnen ondernemers ook weer rekenen op online webinars vanuit de Groninger Ondernemers Academy. De club wil daarmee ondernemers concrete onderwerpen en middelen meegeven om nog meer te werken aan de professionalisering van hun zaak.

FINANCIËN

De lopende begroting - voor 2021 - loopt volgens planning en ligt in lijn met de afgelopen jaren. Verder werd medegedeeld dat de lidmaatschapskosten voor 2022 weer naar

75 euro gaan, het tarief dat ook voor 2020 geldig was. In 2021 was dat eenmalig naar 45 euro gegaan. Vanuit de kascontrolecommissie waren er in de begroting van 2020 verder geen onjuistheden of onrechtmatigheden ontdekt, waardoor die officieel is opgenomen in de boekhouding.

Verder werd er tijdens de ALV aandacht besteed aan de evenementen die dit jaar wel doorgang konden vinden, aan de frisse lay-out van de website en de nieuwsbrief, de voorbereidingen op de bouw van het Julianaplein, de plannen voor graffiti in de binnenstad, het uitbreiden van groen in de binnenstad en aan ULaaDS: het verduurzamingsproject voor vervoer in de binnenstad.

De ALV is online terug te kijken via gccdigitaal.nl

EVEN VOORSTELLEN:

Het is drie maanden geleden sinds vintage damesmodezaak Nanouk Store aan de Oude Kijk in 't Jatstraat haar deuren opende op 4 september. En het bevalt eigenaar Nanouk Criens uitstekend, want de zaken gaan goed: "Vanaf het begin eigenlijk al, dus ik mag niet klagen. Zeker aangezien mijn zaak nog maar kort open is."

Nanouk heeft al dertig jaar lang veel met vintage en tweedehands kleding. De laatste jaren begint tweedehands kleding bij het grote publiek meer in trek te raken. "Toen ik thuis kwam te zitten door een reorganisatie, dacht ik: ik wil nu van mijn hobby mijn werk gaan maken. Ik besloot mijn droom te gaan volgen en een eigen winkel te beginnen. Mijn gevoel voor styling en mijn passie voor preloved kleding kan ik allemaal combineren in deze zaak."

Volgens haar zijn klanten heel enthousiast over de uitstraling van de winkel en de kwaliteit van de kleding. "En ook wel verrast. Van buiten lijkt het namelijk een luxe zaak met nieuwe spullen, maar als je binnenkomt leg ik uit dat alles preloved is", vertelt Nanouk enthousiast. Preloved wil in dit geval zeggen dat het tweedehands merk- en designerkleding

Succesvolle eerste maanden voor Nanouk Store

in goede staat is. "Alles is tweedehands, maar met het hogere segment merken zoals Claudia Sträter onderscheid ik mij echt. En ik heb ook preloved kleding van designermerken, dan heb je het onder andere over Prada, Gucci, Missoni, Jil Sander en Louis Vuitton."

Enkele klanten komen al geregeld binnen. Soms kopen ze iets, dan weer is de juiste maat er helaas niet en houdt het op. "In mijn winkel is het echt schatzoeken. Je komt binnen en kunt niet bij voorbaat denken: ik wil nu een zwart rokje, of zo. Ik heb immers geen magazijn met een voorraad om de juiste maat te pakken. Je moet zin hebben om erdoorheen te gaan en je te laten verrassen. Maar negen van de tien keer lukt dat ook", legt ze uit. Ze merkt dat tevreden vaste klanten haar zaak vooruit helpen. "Mond-tot-mondreclame is heel belangrijk voor mij."

Het succes komt haar natuurlijk ook niet zo maar aanwaaien, want Nanouk doet haar best om het aanbod zo leuk mogelijk te presenteren. "Bijvoorbeeld door niet alles van een soort of kleur bij elkaar te doen, maar leuke sets bij elkaar te hangen. Zo raken mensen geïnteresseerd om de winkel echt even helemaal door te

spitten. Dan hoor ik vaak dingen als: 'hartstikke leuk', 'mooie spullen', 'goed gepresenteerd'. Dat doet me wel heel goed", vertelt ze glunderend.

Naast de presentatie en kwaliteit van de kleding gooit ook de inrichting van de winkel hoge ogen bij de klanten. Nanouk: "Ik heb veel planten en zachte lichtspotjes om het gezellig en warm te maken. Er is een grote houten tafel in het midden waarop kleding wordt gepresenteerd. De mooie grote lamp boven de kassa is ook een eyecatcher. En achterin heb ik een comfortabele zithoek met wat magazines waar manlief eventueel kan wachten", zegt ze lachend. Van de accessoires tot de schoenen tot het interieur, alles in haar winkel is al gedragen of preloved, vertelt Nanouk trots. "Bepaalde delen van het interieur, zoals de kasten, heb ik ook zelf opgeknapt."

Klanten vinden het prettig dat de zaak van alle gemakken is voorzien. Goede service verlenen, bijvoorbeeld door middel van advies, vindt Nanouk belangrijk. "En mensen vinden het ook vaak leuk als ik er iets bijpassends bij pak. Dat gebeurt namelijk niet vaak in een vintage winkel."





Winterprogramma 2022

In verband met de coronapandemie is het winterprogramma van de Gemeente Groningen en de GCC grotendeels komen te vervallen. Wat nog wel door kan gaan, net als vorig jaar, is het plaatsen van drie grote kunstkerstbomen op het Dampsterplein, de Ossenmarkt en het Stationsplein. De bomen zijn vorig jaar aangeschaft en zullen dit jaar van 6 tot 30 december op de eerdergenoemde plekken staan.

Horecatalent behouden voor stad en regio

“De passie voor de horeca moet weer terugkomen”

Naast de nodige retailers vertegenwoordigt de GCC ook de horecaondernemers in de binnenstad. Sophie Speelman is portefeuillehouder Horeca binnen de GCC en is hét aanspreekpunt voor wat er in de branche speelt. En ze zit niet stil. Naast haar baan als General Manager bij The Student Hotel is ze ook aangesloten bij Hotel Overleg Groningen (HOG), Jongeren Commercieële Club (JCC), zit ze in het bestuur van de Junior Kamer Groningen én is ze partner van Generation Hospitality, een initiatief van Noorderpoort.

Dat laatste, Generation Hospitality, is iets waar ook de horecaleden van de GCC volgens haar veel baat bij zouden kunnen hebben. Het initiatief is een samenwerking van ondernemers, overheid en opleiders met één doel: de kracht van hospitality ervaren. Dat doen ze door het aanbieden van nieuwe leertrajecten en leren in de praktijk. Daarmee willen ze dat de schoonheid van het vak wordt ervaren, om zo talent te behouden van stad en regio. “Het doel is dat ook alle horecaleden van de GCC nieuw talent in hun bedrijven krijgen, en ook op lange termijn kunnen behouden.”

De coronapandemie heeft de aantrekkelijkheid van horecaopleidingen op de proef gesteld, maar Speelman blijft positief. “De passie voor de horeca moet weer terugkomen. Er is zoveel talent dat we voor nu, maar ook voor later,

moeten behouden. Daar draag ik graag mijn steentje aan bij. Hoe meer horecaondernemers zich hiervoor inzetten, hoe groter het succes.”

De groep partners van het initiatief groeit in rap tempo, onder andere doordat Speelman meerdere hoteliers van de HOG enthousiast heeft weten te maken. Begin dit schooljaar is de eerste lichte studenten begonnen met het opleidingstraject. Komend jaar blijft Generation Hospitality op zoek naar nieuwe contacten en wordt er hard gewerkt aan programmaonderdelen zoals masterclasses, bedrijfsbezoeken en podcasts. Ondernemers die hun steentje willen bijdragen kunnen contact opnemen met Speelman.

Geveltuintjes kleuren de stad groen: “Komende zomer zie je ze overal!”

De binnenstad is behoorlijk ‘versteend’ en moet dus groener, vinden de gemeente en de GCC. Een groenere binnenstad is namelijk aantrekkelijker en zorgt bovendien voor meer verkoeling en schaduw. Ondernemers en pandeigenaren kunnen daarom gratis een geveltuintje laten aanleggen. Het project, dat vorig jaar van start ging, is een succes: zo’n dertig panden hebben dit jaar hun gevels al vergroend en voor 2022 staan er al een hoop nieuwe gegadigden op de lijst.

Pier Tjepkema is vanuit de GCC met de portefeuille ‘Duurzaamheid’ verantwoordelijk voor het vergroeningsproject. Met zijn eigen onderneming - Laif en Nuver - doet hij ook mee. “Er hangen nu nog twee kale ijzeren draden langs ons pand”, licht hij toe. “Maar daar komen uiteindelijk planten omheen te groeien, zoals een klimop of een druivenrank.”

EEN GRATIS GEVELTUINTJE

Het vergroeningsproject is een gezamenlijk initiatief van de gemeente en de GCC, en houdt in dat ondernemers zich kunnen aanmelden voor een gratis geveltuintje. Dat kan een spandraad zijn, zoals bij Laif en Nuver, maar het kan ook gaan om wat lage begroeiing, zoals krokusjes, narcissen of gras langs de gevel. Afdeling Groen van de gemeente zorgt voor de betreffende panden dat er wat tegels weggehaald worden en de GCC regelt in samenspraak met de ondernemers de groensoorten. Het enige wat rest als taak voor de ondernemer is het vragen om toestemming van de pandeigenaar, en vervolgens het onderhoud van het groen. “Het is natuurlijk wel van groot belang dat ze dat zien zitten”, benadrukt Tjepkema. “Anders is alles na een zomer weer verloederd.”

In het afgelopen jaar zijn er al een stuk of dertig panden een stukje groener gemaakt. Zo is er flink vergroend in de Zwanestraat, Oosterstraat en de Oude Kijk in ‘t Jatstraat. Naast de gevels kijkt de GCC overigens ook naar mogelijkheden voor extra begroeiing rondom bomen



en groene overspanningen door de straten van de binnenstad, om daarmee groene poorten te creëren.

VERKOELING EN SCHADUW

Al dat groen heeft veel voordelen, legt Tjep-



kema uit. "In de zomer kan de stad een warme en onaangename plek zijn. Het groen zorgt dan voor wat schaduw en natuurlijke verkoeling. Het houdt het water vast als het een keer regent en het ziet er daarnaast ook nog veel aantrekkelijker uit dan al die bestrating."

OVERAL GEVELTUINTJES

Het project is zo langzamerhand wel een succes te noemen, volgens Tjepkema: "Bij de vorige actie hebben weer tien pandeigenaren van de Herestraat toegezegd voor een geveltuintje en in de komende maanden proberen we de ondernemers in de Oude en Nieuwe Ebbingestraat te enthousiasmeren."

Ondernemers in alle straten van de binnenstad kunnen zich ook deze winter aanmelden, maar pas in het voorjaar wordt er weer groen aangelegd. "Dus let komende zomer maar goed op", benadrukt Tjepkema. "Dan zie je de geveltuintjes overal!"



Graffiti als verfraaiing van de binnenstad

Naast meer groen is de GCC ook aan het kijken hoe ze op andere manieren de binnenstad kunnen verfraaien. Zo is de club in overleg met de gemeente over een graffitipilot.

GRAFFITI

De graffitipilot is een project waarmee de GCC lelijke plekken in de stad wil gaan verfraaien door middel van graffiti. Met deze vorm van kunst wil de GCC de binnenstad aantrekkelijker maken voor bezoekers. In januari 2022 wordt het overleg met de gemeente weer opgepakt. De club hoopt dan ook samen met ondernemers te gaan kijken wat haalbaar is en op welke plekken.

Eetcafe Stadlander:

Al 44 jaar bruin café op het Poeleplein

Toen eetcafé Stadlander in 1977 werd opgericht behoorde het café tot een van de eerste eetcafés in de stad. 44 jaar later is het bruin café op een hoek van het Poeleplein een van de oudjes aan het plein. Eigenaar Teddy Harkema werd in 1985 bij het eetcafé aangenomen en is sinds 1993 eigenaresse van de zaak. Ze vertelt over de steeds weer veranderende Poelestraat.

JAREN 90 & 00

Teddy: "Vroeger was het hier gewoon een doorgang van het Schuitendiep naar de Grote Markt. Er reden auto's door de straat en er was een trottoir voor voetgangers. Er zat toen een veel gemengder aanbod in deze straat. Zo zat er tegenover ons op de hoek een zaak voor onderkleding, een fietsenzaak waar nu de Blokes zit en daarnaast dansschool Bus. Waar nu restaurant Het Concerthuis zit, zat toen bioscoop Het Concerthuis, waar echt leuke films draaiden. Qua horeca zaten de Time Out, de Brasserie en De Negende Cirkel er toen ook al.

Door die mix van horeca en winkels hadden we ook een diverser publiek dat langskwam. Veel mensen die aan het winkelen waren, kwamen dan langs om hier even wat te drinken. En mensen die de bioscoop bezochten gingen bij ons uit eten. Door de jaren heen zijn er steeds meer retail en winkels uit de Poelestraat vertrokken en werd het meer en meer het uitgaansgebied van de stad. Die transitie heeft de straat rustiger gemaakt; er komt minder publiek."

"Op een gegeven moment, ergens jaren 90, kwam ook dat plateau hier in de straat. Daar moesten we dan ons terras op kwijt, dat mocht niet meer voor de deur staan", vertelt Teddy. "Dat terras op het plateau moest bestaan uit rieten meubels, want dat vond iemand van de gemeente destijds mooi. Ik weet nog dat het best wel duur was om toen die rieten meubels aan te schaffen. En toen we die meubels net hadden, hoorden we dat er nog meer ondernemers op het plateau moesten en dat we tafeltjes weg moesten halen. Dat was zó zonde van het geld. Nu hebben we gelukkig weer een terras voor de deur."

JAREN 10 & 20

"In 2011 begon de bouw van het Forum",

weet Teddy. "Rond die tijd verhuisde ook de bioscoop naar een andere plek en hadden we daar ook weer minder gasten van. Onze terrasgasten konden trouwens de bouw van het Forum op de voet volgen, want dagelijks reden grote vrachtwagens langs ons terras naar de bouwput. We hebben jaren in het stof gezeten. We hadden in die jaren ook altijd wel gasten en personeel van het casino achter ons, die wat kwamen eten of drinken. Maar ja, die is natuurlijk ook weg."

"Toen het Forum in november 2019 eindelijk open ging, hadden we er wel plezier en profijt van. We liggen in de loop van het Forum en als je op het dak van het Forum staat, kun je ons zien liggen. In die drie eerste maanden hadden we heel veel gasten die voor het Forum kwamen. Maar ja, na die drie maanden ging alles dicht in verband met corona. De maanden die volgden waren wel zwaar. Gelukkig heeft Stadlander een goede zomer gehad dit jaar, maar we houden ons hart vast voor de komende tijd. We hopen dat de volgende coronamaatregelen ons weer wat meer ruimte geven om te doen waar we goed in zijn: mensen een fijne tijd geven met een hapje en een drankje."



Groningen gaat aan de slag met Europees project over duurzame logistiek



Als voorloper op het gebied van duurzaamheid is het geen verrassing dat ook Groningen meedoet aan het project ULaaS, een Europees duurzaamheidsproject dat staat voor 'Urban Logistics as an on-Demand Service'. Een afspraak uit het Klimaatakkoord is om in minstens dertig Nederlandse gemeenten een zero-emissiezone te kunnen instellen per 1 januari 2025. Geen CO₂-uitstoot dus, maar in plaats daarvan bijvoorbeeld elektrisch vervoer. Bij ULaaS staat de vraag centraal hoe deze gemeenten, waaronder de gemeente Groningen, oplossingen kunnen bedenken voor deze uitdaging.

Groningen is daarom twee trajecten begonnen om te kijken of dit effectieve oplossingen voor een zero-emissiezone kunnen zijn. Het betreft het plaatsen van pakketkluizen - onbemande plekken waar je pakketten kunt afgeven of ophalen als winkelier - en het opzetten van een deelplatform voor duurzame voertuigen als bakfietsen en elektrische deelvoertuigen en een binnenstadsservice voor inkomende en uitgaande goederen. Het deelplatform en de binnenstadsservice gebeuren in samenwerking met de GCC en lokale ondernemers. In 2022 wordt ook het venstertijdgebied uitgebreid. Dat betekent dat vrachtwagens op meer plekken niet meer welkom zullen zijn buiten de venstertijden. En in 2030 komen er zero-emis-

siezones en mag je niet meer met een diesel in de Diepenring komen.

Paul Buijs is onderzoeker bij de Rijksuniversiteit Groningen (RUG) naar duurzame stadslogistiek, en kijkt wat voor innovatieve oplossingen er geboden kunnen worden voor logistieke problemen. "In lijn met landelijk beleid richt de gemeente een zero-emissiezone in, maar waakt er ook voor dat lokale ondernemers er niet de dupe van worden. Daarom bieden wij als RUG nu ondersteuning om te zorgen dat barrières als een venstertijdgebied hun bedrijfsmodel niet in de weg gaan zitten of dat je er zelfs juist door kunt gaan groeien."

Het netwerk van de RUG biedt uitkomst bij het project. "Vanuit de RUG krijgen we veel mee van andere Europese steden waar ze met vergelijkbare dingen bezig zijn. Er wordt ook veel over mogelijke oplossingen geschreven in wetenschappelijke tijdschriften. Daaruit kunnen we leren welke oplossingen mogelijk wel en niet werken en proberen we dat hiertoe te passen", legt Buijs uit. "En straks onderzoeken we ook of het daadwerkelijk werkt", legt Buijs uit.

Waar de gemeente en de RUG als kartrekkers fungeren, speelt de GCC als lokale partner een rol bij de uitvoering van het project. In januari

2022 gaan de pilots immers al van start. "We hebben een werkgroep van zeventien ondernemers opgericht en met hen gesproken over de ideeën die men heeft om straks op die zero-emissiezone in te kunnen spelen", vertelt Erwin Mulder van de GCC. "We zijn bijvoorbeeld gaan nadenken over een concrete toepassing van die deelvoertuigen: kunnen we iets doen met een cargo bike, met een elektrische bestelbus die je met elkaar deelt? We kijken of we deelvoertuigen kunnen leasen en of we daarbij een reserveringssysteem gaan hanteren, zodat de ene ondernemer 'm straks elke dag kan gebruiken als hij dat wilt en de ander misschien maar een keer in de twee weken. Bij het onderzoeken van zo'n reserveringssysteem is de RUG ook betrokken."

Mulder nodigt ondernemers van harte uit om nu al actief mee te denken en na te gaan wat dit kan gaan betekenen voor hun eigen bedrijfsvoering. "Als dit traject werkt, kunnen we gaan kijken hoe we het straks groter kunnen maken en het aantal verkeersbewegingen nog verder kunnen terugdringen." Uiteindelijk is het traject volgens hem vooral daarvoor bedoeld: om te informeren en om te inspireren. "Zodat andere ondernemers misschien denken: hee verrek, dat is interessant, ik wil daar eigenlijk ook wel in mee."

INTERVIEW

Het is even zoeken waar je moet kijken als je binnenkomt, want hoewel de Rocket Store overzichtelijk en ruimtelijk is ingedeeld, valt er van alles te zien. Shirt, posters, platen, sweaters, lichtbakken, nog meer platen, en in het midden van het pand een lange bar met een houten barblad. Margreet Kievit en Erik Woltermann komen vanuit de werkruimte achter in de winkel achter een aantal grote lichtbakken vandaan.

Van platen tot potjes sambal, de Rocket Store biedt Groningen een uniek concept

Erik en Margreet met een posterwinkeltje stonden. "Het contact met de eindgebruiker was zo ontzettend leuk, daar wilden we meer mee doen", legt Erik uit.

En zo geschiedde. Inmiddels is de winkel al een paar maanden open, en naast het runnen

Of dat tegenwoordig nog een beetje verkoopt? "Heb je dat niet meegekregen?" vraagt Erik verbaasd. "Het is ontzettend populair, vooral onder jonge vrouwen. Waar vroeger vrouwen hun mannen moesten wegtrekken bij platenwinkels, zijn het nu jonge jongens die hun meisjes meetrokken."



Sinds 2006 hebben Margreet en Erik hun eigen ontwerpstudio: Rocket Industries. Daarmee ontwerpen ze samen met Lisa Sportel jaarlijks al het campagnemateriaal rondom Eurosonic Noorderslag, en doen ze veel opdrachten voor onder andere het UMCG, de RUG en gemeente Groningen. Sinds een jaar hebben ze een pand aan de Steentilstraat en sinds juni is de Rocket Store officieel geopend. Een conceptstore willen ze het niet noemen, maar ergens leunt het daar wel tegenaan. 'Uniek' vinden ze een betere term voor de winkel waar je naast lp's onder andere ook kleding, sambal en lichtbakjes kunt vinden. "Een etalage van al ons vrije werk", vertelt Erik.

"HET CONTACT MET DE EINDGEBRUIKER WAS ZO LEUK"

Het idee voor een fysieke winkel ontstond een paar jaar geleden tijdens Noorderzon, waar

daarvan werken Erik en Margreet er ook aan hun ontwerpklussen. Die combinatie bevat ze wel. "Soms is al het ontwerpen veel computerwerk", zegt Margreet, terwijl ze achter de bar melk opschuimt voor een cappuccino. "De winkel is dan een mooie aanvulling met klantcontact, waar we bovendien ook een stukje horeca mogen verzorgen."

LIEFDE VOOR MUZIEK

Dat de winkel voortkomt uit een liefde voor muziek moge duidelijk zijn. Veel posters zijn terug te leiden naar artiesten of bepaalde nummers. Op de bar staat een platenspeler en in de bar zit een grote geluidsinstallatie verwerkt. En aan een van de muren hangen bakken met honderden platen. Een mix van nieuwe platen en tweedehands exemplaren uit de eigen collectie, die Erik en Margreet in de loop van vele jaren hebben opgebouwd.

OMA'S CITROENCAKE

Naast de jonge platenverzamelaars trekt de winkel veel dagjesmensen die hun auto bij het Damsterdiep parkeren en de winkel tegenkomen onderweg naar de binnenstad. Margreet en Erik heten iedereen graag welkom, al dan niet met een kopje koffie en een plakje van 'Oma's citroencake', die keer op keer wordt gemaakt door de moeder van Margreet.

Over hun toekomstplannen hoeven Erik en Margreet niet lang na te denken. Ze blijven ontwerpen, want dat vinden ze toch wel het allerleukste. Maar dus wél in combinatie met de winkel en het klantcontact. "Misschien willen we het horeca-aspect nog wel wat uitbreiden", zegt Margreet. "Want tot nu toe komt iedereen terug voor oma's cake."