

GCC Cityscoop

GRONINGEN CITY CLUB

NIEUWSBULLETIN

JAARGANG 31 NR 2 JUNI 2022

UW STAD . . .

UW ONDERNEMING . . .

UW GRONINGEN CITY CLUB!



Een busvrije binnenstad

Een bus op de Grote Markt; dat beeld zullen we binnenkort niet meer zien. Vanaf 17 juli mogen er geen bussen meer over de Grote Markt rijden. Daarmee is de hele binnenstad vanaf dan busvrij. Bussen zullen andere routes rijden rondom de binnenstad, onder andere over de speciaal aangelegde Kattenbrug en langs de Diepenring. Zonder bussen ontstaat er op de Grote Markt ruimte om het plein opnieuw in te richten en met name aantrekkelijker te maken voor voetgangers. Lees meer over een busvrije binnenstad op pagina 7.

O.A. VERDER IN DIT NUMMER:

- Zomerstad komt er weer aan: elk weekend leuke kinderactiviteiten [PAG. 3](#)
- "Exclusieve sneakers zijn een megatrend geworden" [PAG. 6](#)
- "Wat doet de CCG eigenlijk allemaal?" [PAG. 4](#)

- Winkeliers kunnen zich aanmelden voor 050&Mode [PAG. 8](#)
- Groningen heeft weer een fast-casual horecatentje erbij: Sushito [PAG. 9](#)
- Gratis cursussen en workshops voor ondernemers en werknemers [PAG. 10](#)

- De hernieuwde Papengang komt eraan [PAG. 15](#)
- Beans & Grapes in de Folkingestraat mikt op iedereen die van wijn houdt [PAG. 16](#)
- GCC zoekt ondernemers met plannen voor een 'Italiaanse' binnenstad [PAG. 17](#)

'Vergaderen, vergaderen... maar nódig is het wel!'



Afen toe word ik wel eens aan mijn mouw getrokken door iemand die op meelevende toon vraagt of wij als bestuur niet érg veel zitten te vergaderen. Nou, als hij die indruk mocht hebben: klopt helemaal! Tegenwoordig steken we heel veel tijd in het voeren van overleg over zaken die te maken hebben met de toekomst van de binnenstad in het algemeen en die van de Groningse ondernemers in het bijzonder.

Ik begrijp de vraag natuurlijk wel, maar hopelijk zit er niet de gedachte achter dat al dat overleggen en vergaderen eigenlijk niet zo productief is, want dat zou wel een groot misverstand zijn. Het levert juist ontzettend veel op!

Omdat wij als bestuursleden graag verantwoording afleggen over wat we allemaal doen, vertel ik graag iets meer over zaken waar we bij betrokken worden en waarvan wij denken dat het belangrijk is dat de Groningen City Club daarbij aanschuift.

Zo waren we onlangs op bezoek bij de formateur die een nieuw college van B&W aan het formeren is. Hij, en de kandidaat-collegepartijen, wilden graag van ons weten wat voor ons belangrijke ontwikkelingen zijn.

Dezelfde week hadden we overleg over het Groninger Ondernemersfonds: een belangrijk fonds waaruit zaken gefinancierd kunnen worden in het belang van ons als ondernemers. Ook hadden we met de gemeente Groningen overleg over een aantal zaken die we graag willen financieren, en die de gemeente Groningen zou kunnen cofinancieren.

Sfeergebieden in de binnenstad

Een zaak waar we al veel vergaderuurtjes in hebben gestoken is het inrichten van sfeergebieden in de binnenstad. Dat betekent dat we de binnenstad van Groningen graag wat verder willen ontwikkelen op zo'n manier dat de sterke kanten van elk deel van de binnenstad worden versterkt

en zichtbaar worden gemaakt. Elk stukje binnenstad heeft z'n eigen DNA, en het is goed om daar gebruik van te maken, ook voor ondernemers die zich willen vestigen. Een van onze wensen is het maken van een Plan van Aanpak voor de binnenstad, een plan dat we straks aan het nieuwe college van B&W willen aanbieden, en ook dat vergt overleg.

Lutje Lokaal

We zijn zeer enthousiast over het initiatief 'Lutje Lokaal', de actie van ruim zestig binnenstadondernemers die zich willen laten zien op het gebied van gastvrijheid. Dit hebben we inmiddels ondersteund met een Fondsbijdrage.

Emissievrij

Iets anders: Groningen wil in het jaar 2035 graag emissieloos zijn. Maar hoe doe je dat? Moeten wij dat als ondernemers over ons heen laten komen, of werken we daarin samen met de gemeente? Dat laatste doen we inmiddels, samen met twintig ondernemers uit de binnenstad. En zo kan ik nog veel meer zaken noemen waar we over nadenken. Bijvoorbeeld een proef van ondernemers om samen een emissieloze bestelauto te exploiteren.

Kortom: Groningen heeft een zeer veelzijdige binnenstad en er spelen -tig zaken die de 1500 binnenstadondernemers raken. Voor de ondernemers is het waardevol dat er een vereniging is die daarover meepraat, die zorgt voor cofinanciering of die individuele ondernemers helpt bij digitalisering.

En ja: dat we daarvoor moeten vergaderen is onvermijdelijk. Maar dat wij als vereniging als gesprekspartner zeer serieus worden genomen, vaak voor overleg worden uitgenodigd en dat onze inbreng er kennelijk toe doet, dat is iets waar ik dan eigenlijk best een beetje trots op ben!

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

Binnenstadsmanagement & Projecten

Erwin Mulder
tel. 06-39578268
erwin.mulder@groningencityclub.nl

COMMISSIES GCC EN BIJBEHORENDE COMMISSIEVOORZITTERS

Communicatie

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

Detailhandel & Speciaalzaken

Lieve ten Duis en Nardia van den Poll
tel: 06-27110421 / 06-37195782
detailhandel@groningencityclub.nl

Horeca

Vacature. Voor info en/of profielomschrijving:
info@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)

Tjitske de Vries
tel: 050-3133711
e-mail: info@groningencityclub.nl
www.groningencityclub.nl
Adres: Leonard Springerlaan 1,
9727 KB Groningen (in het Infrahuis)

COLOFON

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

OPLAGE: 1.650

REDACTIE: Algemeen Groninger Persbureau
Tammeling / Anniek Ypenga,
Leanne de Munnik, Marieke Bos,
Remco van Veluwen,
(050-3188448 / info@gic.nl)

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

ADVERTENTIES: Telemissie Bettie van Veen
(06-38717650)



Zomerstad komt er weer aan: elk weekend leuke kinderactiviteiten

Na een jaar van afwezigheid en een mini-editie in 2021 is Zomerstad Groningen aankomende zomer weer terug van weggeweest. Zomerstad staat op de agenda op alle woensdagen, zaterdag en zondagen tussen 16 en 31 juli en richt zich op kinderen tot en met 12 jaar. De toegang is gratis.

Zomerstad is het beste te omschrijven als een soort minifestival, maar dan wel met een bomvol programma: doe-dingen, muziek, suppen, springen op springkussens en nog veel meer. Op woensdagen zijn er vooral de kleinere activiteiten en in de weekenden de wat grotere events.

LOCATIES

Zomerstad vindt weliswaar verspreid door de

binnenstad plaats, maar er is wel een focus op twee locaties: de Kleine der A en de Kleine Markt. "De Kleine der A is vooral een geschikte en ook ontspannen plek als het mooi weer is", zegt Fred de Bruin van de GCC. Als voordeel van de Nieuwe Markt noemt hij de uitwijkmogelijkheid in het Forum, in het geval van slecht weer. Ook is het de bedoeling om elke zaterdag ofwel op de Vismarkt ofwel op de Grote Markt een 'springactiviteit' te organiseren.

ZATERDAG 16 JULI EN ZONDAG 17 JULI

Thema **Bouwen en Zien**

De activiteiten dit weekend staan in het teken van bouwen en zien. Flink de handen uit de mouwen dus met kwasten, hout, hamers en verf. Met afwisselend een voorstelling waarin er een heleboel moois te zien is.

ZATERDAG 23 JULI EN ZONDAG 24 JULI

Thema **Muziek, Dans en Gaming**

Kinderen kunnen dit weekend hun eigen instrument maken. Maar er kan ook volop gedanst worden, en: een dansfilmje maken kan ook.

ZATERDAG 30 JULI EN ZONDAG 31 JULI

Thema **Tekst, Beeld en Denken**

Denk je in woord of in beeld? Op deze dag kunnen de bezoekerjes filosoferen over van alles. Maar ze kunnen ook een gedicht schrijven of teksten voor een film bedenken.

WOENSDAGEN 20 JULI EN 27 JULI

De woensdagen zijn er vooral om te doen. Zoals bijvoorbeeld een mini-basketbalclinic van Donar en tal van andere sportieve activiteiten, er is genoeg te doen!

Promotie

Om zoveel mogelijk mensen attent te maken op Zomerstad zullen er voorafgaand aan het event twee weken lang posters te zien zijn langs de grote toegangswegen naar de binnenstad. Ook via social media en onder andere visitgroningen.nl wordt het publiek geïnformeerd.

Zomerstad wordt georganiseerd door de gemeente Groningen en de GCC.

“Wat doet de GCC eigenlijk allemaal?”

De Groningen City Club vertegenwoordigt inmiddels ruim 1500 ondernemers in de binnenstad. Die ondernemers komen uit vele branches en variëren van eenmanszaken tot internationale formules. De vereniging zet zich in om een stad te creëren waar je graag als ondernemer wil zijn. “Maar wat doet de club nou eigenlijk precies allemaal?”, hoort het bestuur van de club weleens.

Goed om dat nog eens op een rijtje te zetten. Voor een lidmaatschap vanaf 75 euro per jaar kun je de volgende inzet van de GCC verwachten:

ALGEMEEN UITVOERINGSPROGRAMMA GCC
Jaarlijks stelt de GCC een uitvoeringsprogramma op met concrete projecten en thema's waarvoor ze zich dat jaar wil inzetten. Voor 2022 staat onder andere het volgende op de planning:

- **Duurzaamheid:** In samenspraak met Groningen Werkt Slim zet de GCC zich in om het energieverbruik in de binnenstad terug te dringen. Dit doet de club door middel van ondernemersvriendelijke campagnes als 'Deuren Dicht' en door bijvoorbeeld huidige

verlichting te vervangen door duurzame opties. Ook de hittestress in de openbare ruimte heeft de aandacht van de GCC. Daarnaast werkt de club samen met de gemeente aan het reduceren van het aantal vervoersbewegingen en het inzetten van duurzame vervoersmiddelen. In een pilot die binnenkort van start gaat met ruim 20 ondernemers faciliteert de club gedurende een jaar de beschikbaarheid van elektrisch vervoer voor ondernemers, om te ervaren of deelmobiliteit een mogelijke oplossingsrichting is.

- **Ondernemerschap met impact:** De GCC steunt jaarlijks uiteenlopende goede doelen die zich inzetten op thema's als armoedebestrijding en het stimuleren van onderwijsgelijkheid.
- **Circulaire economie:** De GCC is partner binnen de RIF aanvraag die momenteel loopt vanuit het Alfa College. Binnen deze aanvraag zet ze zich in op een tweetal projecten: het inzamelen van goederen, zoals schoenen en kleding, en het recyclen van de finale afvalstromen van winkels in de binnenstad.
- **Werken aan een nog mooiere stad:** De GCC werkt samen met de gemeente aan een verdere vergroening van de binnenstad, onder andere door het stimuleren van geveltuintjes en het aanbrengen van verticaal groen op 'lelijke plekken' in de binnenstad.



Ook werkt de GCC aan meer kunstzinnige uitingen in de binnenstad.

- Bereikbaarheid van de stad: De GCC is doorlopend in gesprek over zaken als fiets-parkeren en letterlijke toegankelijkheid van winkels, met bijvoorbeeld een drempelhulp.
- Faciliteer de nieuwe winkel: Om het aanbod aan met name onderscheidende winkels uit te breiden en te behouden organiseert de GCC met landelijke organisaties Franchise 050: een event om vraag en aanbod bij elkaar te brengen.
- Laat zien en vertel wie je bent: Samen met de gemeente, Marketing Groningen en andere externe adviseurs werkt de GCC aan een plan om het DNA van de binnenstad te verduidelijken. Wat maakt een stad aantrekkelijk, wie zijn de gebruikers van de binnenstad en hoe werken we samen richting de toekomst? In 2022 zet ze zich in voor een verdere samenwerking met onder andere het Groninger Museum en Het Forum om meer cultuur naar de binnenstad te trekken. Ook bezoekt de club regelmatig met ondernemers en relaties andere steden om samen te werken en inspiratie op te doen.
- Samenwerken: De GCC ondersteunt (straat)collectieven in planvorming, fonds- en subsidietrajecten en in de uitvoering. De club is een spreekbuis naar de gemeente toe als het gaat om beleid en wensen in relatie tot de herinrichting van de stad. Er worden regelmatig straat- en gebiedsbijeenkomsten georganiseerd en daar waar mogelijk wordt geholpen in de nasleep rondom Corona.
- Onderwijs / Arbeidsmarkt / Oriëntatie: De onderwijscommissie van de GCC - bestaande uit een afvaardiging van alle MBO, HBO en Universitaire instellingen - komt twee

keer per jaar bijeen om te kijken waar onderwijs te implementeren is in de verschillende projecten. Daarnaast ondersteunt de club initiatieven als JINC en Droom Groots die onderwijs oriëntatie stimuleren en is GCC partner van OTP.

CITY MARKETING

Het aantrekkelijk houden van de stad heeft grote prioriteit bij de GCC. De GCC is daarom betrokken bij tal van evenementen om de binnenstad aantrekkelijk en levendig te houden, waar bezoekers graag komen en langer verblijven. Denk hierbij aan de Bloemenjaarmarkt, het Paashazenspektakel, de Zomer-programmering, 050&Mode en activiteiten tijdens Sinterklaas en Kerst. Daarnaast is de GCC jaarlijks ook verantwoordelijk voor de sfeerverlichting in de binnenstad. Verder ondersteunt de GCC het actieprogramma Gastvrij Groningen. Vanuit dit programma worden kleinere en grotere charmeacties georganiseerd om de bezoekers, ook in tijden van overlast (zuidelijke Ringweg) gastvrij te ontvangen. Lees hierover meer op pagina 19. Tot slot maakt de GCC zich hard voor bezoekerscampagnes die door Marketing Groningen worden uitgevoerd en als doel hebben bezoekers (weer) naar de stad te trekken. Zowel in het voorjaar als in het najaar staat er één op de planning.

ONDERSTEUNING VOOR ONDERNEMERS:

Naast de jaarlijkse thema's wil de GCC ondernemers ook ondersteunen bij hun dagelijkse zaken. Dat doet ze op de volgende manieren:

- De Groninger Ondernemers Academy: Jaar-

lijks worden kosteloze trainingen, workshops en andere inspirerende sessies aangeboden aan ondernemend Groningen. Denk hierbij aan trainingen, trajecten en bijeenkomsten op het gebied van digitalisering, marketing & communicatie, inspiratie en veiligheid.

- Digitaliseringstrajecten: Om ondernemers nog beter van dienst te kunnen zijn op het gebied van digitalisering zijn er in 2022 twee trajecten gelanceerd. Ondernemers kunnen tegen een geringe eigen bijdrage gebruik maken van de inzet van experts en een ruime subsidie ontvangen in hun streven naar een goed functionerende webshop of een online marketingcampagne. Lees hierover meer op pagina 10.
- Bedrijfseconomische coaching: Deze regeling is opgezet voor ondernemers die worstelen met de nasleep van corona of moeite hebben met het maken van bepaalde keuzes. Tegen een geringe eigen bijdrage kunnen ondernemers gebruik maken van externe professionals die helpen met bedrijfseconomische beslissingen. Lees meer hierover op pagina 11.

ONDERSTEUNING STRAATCOLLECTIEVEN

Jaarlijks ondersteunt de GCC diverse straatcollectieven in hun plannen om de levendigheid in de binnenstad te behouden en verbeteren. Dergelijke activiteiten worden georganiseerd door de betreffende collectieven zelf, met eventuele ondersteuning door de GCC. Een financiële vergoeding is mogelijk op basis van een duidelijk plan van aanpak. Activiteiten kunnen gerelateerd zijn aan bijzondere feestdagen, maar ook specifieke thema's die spelen in de binnenstad.





“Exclusieve sneakers zijn een megatrend geworden”

Aan het westelijke eind van het Gedempte Zuiderdiep, ingeklemd tussen een kapsalon en een antiekwinkeltje, zit Richie Sneakers, een sneakerstore met exclusieve sneakers. Het winkeltje is sinds 19 februari open en wordt gerund door Regi: “Ik houd van sneakers, dus ik vind het super dat ik er nu in handel!”

De handel in sneakers begon eigenlijk een beetje per toeval. “Ik was in Amsterdam om een paar sneakers te kopen en ik kocht er twee paar extra met het idee om ze door te verkopen. En echt, binnen twee seconden had ik de schoenen verkocht.” Regi ging nog een keer op en neer en verkocht weer binnen twee dagen de schoenen die hij in Amsterdam had gekocht. “Toen dacht ik: hé, dit is leuk!”

Hij had destijds al een zaak waar hij elektrische scooters en fietsen verhuurde. “Maar daarvan gingen regelmatig onderdelen stuk en vaak kon ik dat niet zelf repareren. Ook al het werk omtrent de verzekeringen stond me tegen.” Zo begon bij hem het idee te dagen om een winkel te beginnen in sneakers. “Ik wist dat exclusieve sneakers echt een mega trend aan het worden waren, plus ze hebben geen reparaties en verzekeringen nodig. Dat klonk allemaal erg goed.”

En zo ontstond Richie Sneakers. “Een pand had ik al, voor de scooters en fietsen. Toen ben ik gewoon begonnen met de verkoop van sneakers die ik zelf mooi vond. Als ik een mooi paar in mijn eigen maat vind, moet ik wel even mijn ogen dicht doen bij het verkopen ervan, hoor,” lacht de Assenaar. “En gaandeweg ben ik steeds meer gaan focussen op wat de klant mooi zou vinden. Dus nu verkoop ik ook sneakers die ik lelijk vind. Ach ja, smaken verschillen nou eenmaal.”

Regi koopt van verschillende handelaren, personen - “Ik heb neefjes in Engeland” - en websites in en bepaalt via websites als Restocks en Stockx de verkoopprijs per maat. Hij handelt vooral in nieuwe sneakers. De prijzen variëren. Sommige sneakers zijn in de honderd euro, anderen variëren tussen de 2000 en 4000 euro, zoals de Travis Scott-sneakers

die hij geëtaleerd heeft. En hoe ouder, hoe meer waard ze zijn. Regi wijst op zijn Ben & Jerry's-Nikes. “Die zijn over tien jaar tussen de 20.000 en 30.000 euro waard.” Sneakers voor de heb en als investering dus, maar veel van de sneakers die Regi verkoopt zijn ook gewoon om te dragen. “Veel voetballers en basketballers komen hier gewoon hun ‘normale’ schoenen kopen.” En ook oma's weten de zaak te vinden, omdat de kleinkinderen bijvoorbeeld Nikes hebben.

De winkel loopt goed. “De ene dag verkoop ik vijf paar schoenen, de andere dag tien paar. En met mooi weer staat de hele winkel vol, zo gaat dat.” Er komen opvallend veel mensen uit Assen, want daar ontbreekt het nog aan een winkel als Richie Sneakers. “Ja, dan gaat het bij mij wel kriebelen. Het lijkt me heel tof om later meerdere winkels te hebben met een grote voorraad en om dan langs alle verschillende vestigingen te rijden. Dan heb je het echt wel geflikt. Maar, alles op zijn tijd. Eerst hier maar eens een begrip worden.”

Nog een paar weken en dan is de binnenstad helemaal busvrij. Vanaf zondag 17 juli zullen er geen bussen meer over de Grote Markt rijden. Ze rijden dan een nieuwe route, onder andere over de Kattenbrug en langs de Diepenring. Reizigers van en naar de binnenstad kunnen via de nieuwe bushalte 'Sint Jansbrug' aan de Turfsingel reizen.

Dankzij de speciaal aangelegde Kattenbrug, die sinds begin dit jaar al deels in gebruik is, kunnen de bussen een nieuwe route rijden. In plaats van over de Grote Markt rijden de bussen nu vanaf het Gedempte Zuiderdiep, via het Gedempte Kattendiep over de Kattenbrug en dan langs de Diepenring richting W.A. Scholtenstraat en vice versa. Dit deel van de Diepenring wordt ingericht als 30 kilometerzone voor al het gemotoriseerd verkeer, om zo de veiligheid van fietsers en voetgangers te verbeteren.

Binnenstad vanaf 17 juli helemaal busvrij

NIEUWE BUSHALTE: SINT JANSBRUG

Vanwege de nieuwe route van de bus is er ook een nieuwe halte: Sint Jansbrug. Bussen die vanaf het Hoofdstation komen, stoppen dan bij de Stadsschouwburg. Reizigers richting het station kunnen opstappen aan de overzijde bij het Provinciehuis. De in- en uitstapplaatsen bevinden zich op zo'n 300 meter van de Grote Markt en het stadscentrum. Op beide haltes stoppen straks de lijnen 1, 3, 4, 10 en 163.

De verwachting is dat er als gevolg van de nieuwe busroutes ook meer mensen zullen in- en uitstappen op het Zuiderdiep. Daarom worden de perrons hier vergroot. Ook komen er aan de noordkant van het Kattendiep drie haltes bij. Op deze manier worden de in- en uitstappende passagiers gespreid.

Voor mensen die slecht ter been zijn, is er alternatief vervoer voor het laatste eindje richting het hart van de binnenstad. Riksjas en golfkarren verzorgen deze ritjes straks een half jaar gratis. Het gaat om een proef die op 17 juli ingaat. Dit alternatieve vervoer rijdt alleen op marktdagen: dinsdagen, vrijdagen en zaterdagen.

GROTE MARKT

Als de bussen van de Grote Markt verdwijnen, ontstaat er ruimte om het plein opnieuw in te richten. Dat gebeurt vanaf begin september. De nieuwe inrichting moet ervoor zorgen dat de Grote Markt als dé huiskamer van de stad aantrekkelijker wordt voor voetgangers. Er blijft wel genoeg ruimte voor fietsers: er komen twee noord-zuid routes over het plein. Verder komen er op het plein zitjes, speelelementen, water en groen.



De voorbereidingen voor de komende editie van het event 050&Mode 2022 zijn gestart. In tegenstelling tot vorig jaar - toen er op het allerlaatste moment werd besloten tot een afgeslankt en coronaproof event - staat er op 24 september weer een grootse en complete editie gepland. Het evenement wordt georganiseerd door de Groningen City Club (GCC) en vindt plaats in het Forum. Winkeliers kunnen zich al gratis aanmelden voor deelname.

050&MODE

De binnenstad van Groningen staat zaterdag 24 september helemaal in het teken van mode. Samen met talloze stad-Groningse mode- en fashionwinkels wordt die dag het startsein gegeven voor het nieuwe modeseizoen. Met een gevarieerd aanbod voor alle leeftijden en alle smaken, laat het event zien dat Groningen echt een modestad is. Het doel is om die dag zoveel mogelijk bezoekers naar de stad en het event te trekken. De modeshows in het Forum - met de laatste fashiontrends - moeten het publiek verleiden om bij de deelnemende fashionzaken hun nieuwe najaarscollectie aan te schaffen.

Winkeliers op het gebied van fashion - in de breedste zin van het woord - kunnen zich al aanmelden voor deelname. Mode-ondernemers kunnen dan een outfit aanleveren die door de modellen op de catwalk geshowd wordt. Een sprankelende ladyspeaker zal zowel de set als je winkel benoemen zodat het publiek weet waar de set gekocht kan worden.

ACTIVITEITEN IN DE WINKELS

Om een bezoekje aan de binnenstad die zaterdag extra aantrekkelijk te maken, roept de GCC winkeliers op om die dag ook wat extra's in de winkel te organiseren. Dat kan muziek zijn, maar ook een kleine modeshow of een hapje en een drankje, aldus de GCC. Goed om te weten: als winkeliers tijdig hun activiteit doorgeven, kan dat nog vermeld worden op de website van 050&Mode en in het speciale 050&Mode-magazine dat ook dit jaar weer verschijnt.

HORECA

Ook horecagelegenheden kunnen aanhaken bij 050&Mode door een leuke actie of activiteit te organiseren. Ook hier geldt: als je tijdig door-

GCC organiseert 050&Mode op 24 september; winkeliers kunnen zich gratis aanmelden

geeft wat je organiseert, kan dit nog gemeld worden op de website en in de andere uitingen.

PROMOTIE

Er verschijnt ook dit jaar weer een speciaal 050&Mode-magazine. Het magazine wordt in grote oplage gedrukt en verspreid onder de deelnemende ondernemers, zodat zij het magazine weer aan hun klanten kunnen meegeven.

Alle deelnemers worden in het magazine vermeld. Ook komt er in het magazine een plattegrond met een overzicht van alle activiteiten in de deelnemende winkels. In timetables worden de deelnemers aan de modeshows genoemd. Het is mogelijk om tegen betaling een

advertentie of advertorial in het magazine te plaatsen. Voor meer informatie over adverteren kun je mailen naar citycoop@groningen-cityclub.nl.

Deelnemende winkels worden in alle uitingen meegenomen. Niet alleen in het magazine, maar ook in social media, die dit jaar professioneel worden ingezet, en op de website van 050&Mode, <https://050enmode.nl>. Uiteraard wordt ook tijdens de modeshows de naam van je winkel vermeld.

Aanmelden en meer informatie via:
info@groningencityclub.nl
www.050enmode.nl





Groningen heeft weer een fast-casual horecatentje bij: Sushito

Weleens een sushi burrito geprobeerd? Je kunt ze proberen bij Sushito in de Oude Ebbinge. Het nieuwe tentje verkoopt verse sushi burrito's en pokébowls die je vervolgens daar of thuis kunt opeten. De Groningse zaak is de eerste franchiseonderneming van de formule.

De formule? Een mix van Japanse sushi's, Mexicaanse burrito's en Hawaïaanse pokébowls. Je kunt iets bestellen van het menu, maar je kunt ook je eigen sushi burrito of pokébowl samenstellen. Binnen vijf minuten is het klaar. Sushito valt daarmee in de categorie fast-casual: gezond eten dat snel wordt klaargemaakt én een goede prijs-kwaliteitverhouding heeft.

Sinds 14 december is de horecazaak open. "Best wel spannend, want dat was midden in een lockdown", vertelt eigenaar Tom de Lange. "Gelukkig leent ons product zich uitstekend voor takeaway en bezorging, dus dat scheelde

enorm." Na de lockdown kwamen steeds meer mensen langs om te eten en nu zit het hele eetgedeelte regelmatig vol, al wordt - volgens Tom - nog steeds 50 procent van wat ze maken opgehaald of weggebracht.

Het is de eerste keer dat Tom in de horeca werkt. Tot zijn 26e was hij rietdekker. "Ik werkte als zzp'er toen. Ik vind het nog steeds een heel mooi beroep hoor, maar wilde het niet voor de rest van mijn leven doen", vertelt hij. "Ik ben toen civiele bouwkunde gaan studeren, maar kwam er tijdens mijn stage achter dat ik echt een nummertje was in het geheel. Toen besloot ik weer voor mezelf te beginnen." Tom kwam Sushito tegen op een platform voor franchises en kwam tot de conclusie dat deze combinatie van eten nog niet werd aangeboden in Stad. Hij ging naar Amsterdam, waar een vestiging zit, en proefde daar zowel het eten als de sfeer. "Ik was gelijk verkocht." Er volgde een kennismaking en een franchise-overeenkomst.

"En toen hebben we maandenlang gezocht naar een geschikt pand in Groningen. We heb-

ben nog even gekeken naar een pandje naast het Academiegebouw, maar Koffiestation Books & Coffee was ons voor", vertelt Tom. Na een stuk of zes panden bezichtigd te hebben, kwamen Tom en de franchisegevers langs het pand aan de Nieuwe Ebbinge. Die moest het worden. In zes weken werd het zaakje verbouwd en kon de boel open.

En nu weet een breed scala aan mensen Sushito te vinden. "Ik had eigenlijk verwacht dat we vooral studenten zouden trekken, maar dat is niet per se het geval. We hebben ook pensionarissen en mensen die een dagje naar Groningen komen en een snelle hap willen. Tiktok Tammo en Kraantje Pappie weten ons ook al te vinden trouwens", vertelt Tom trots.

Of hij zelf nu ook elke dag iets eet van zijn eigen zaak? "In het begin at ik wel elke dag een rol of een bowl, maar daar was ik op een gegeven moment wel klaar mee", lacht Tom. "Maar nu moet ik zeggen dat ik toch wel weer drie keer per week iets eet wat we verkopen, want ik ben er wel achter gekomen dat we toch wel érg lekker eten verkopen."



Omdat de consument afgelopen jaren steeds meer online is gaan shoppen, schieten de Groningen City Club en de gemeente Groningen winkeliers te hulp: retailondernemers kunnen zich aanmelden voor een traject op het gebied van digitalisering. Ze krijgen dan tussen de 2.500 en 3.000 euro subsidie voor hulp bij het bouwen of verbeteren van een webshop óf voor een betere online zichtbaarheid. Amber Crommelin van kledingwinkel Kokotoko is een van de tientallen ondernemers die zich al hebben aangemeld. “Een goede webshop en online zichtbaarheid levert je een grotere afzetmarkt, en dus ook meer omzet op”, motiveert ze.

Crommelin is eigenaresse van kledingwinkel Kokotoko in de Oosterstraat. Een deel van de collectie is ook online te vinden: in het begin van de pandemie heeft de ondernemster uit nood in drie weken tijd een eenvoudige webshop laten bouwen.

Vooraf in het begin liep het storm. “Met name tijdens de eerste lockdown was er een hausse

Ondersteuning bij digitalisering

“Ik wil graag beter vindbaar zijn in Google”

aan steun van voornamelijk vaste klanten. Daardoor had ik via de webwinkel soms wel 20 tot 30 orders per dag.” Maar naarmate de pandemie langer duurde en ook de winkels weer met restricties open mochten, daalde het aantal online verkopen. “Op dit moment gaat het gemiddeld om zo’n tien orders per week.”

PROFESSIELE STEUN

Crommelin is ervan overtuigd dat er meer omzet uit haar webshop te halen is. “Ik zie en voel dat de potentie er is, maar ik heb zelf te weinig tijd en kennis om verbeteringen door te voeren.” Professionele hulp daarbij is dus meer dan welkom. “De webshop moet professioneler en gebruiksvriendelijker en daar heb ik echt de hulp van een expert bij nodig.” De ondernemster wil bovendien ook graag beter vindbaar zijn via Google. “Ook daarbij is de kennis van een specialist onmisbaar.”

Tegelijkertijd merkt de ondernemster dat zichtbaarheid op socials, met name Instagram en Facebook, nieuwe klanten trekt. “Mensen

zien je op Insta en besluiten vervolgens een keer een kijkje te komen nemen in de winkel in de Oosterstraat”, zo merkt Crommelin. Door te investeren in een betere zichtbaarheid op socials en het inrichten aan aansprekende campagnes, is er een nog groter effect mogelijk, vermoedt de ondernemster.

Hoewel Crommelin nog niet met het traject gestart is – dat gebeurt ergens deze zomer – zou ze toch andere ondernemers aanraden aan de slag te gaan met digitalisering en zich aan te melden voor zo’n traject. “Absoluut! Het gaat om maximaal 3.000 euro subsidie dus dat is serieus veel geld waar je ook nog eens serieuze resultaten mee kunt halen,” zegt ze.

Het initiatief voor de trajecten wordt ook door andere bedrijvenverenigingen in Groningen ondersteund. De trajecten voor retailers zijn er voor ondernemers in de gehele gemeente Groningen, dus ook voor ondernemers buiten de binnenstad.

Een van de initiatieven van de Groningen City Club (GCC) is de Groninger Ondernemers Academy. Jaarlijks worden kosteloze trainingen, workshops en andere inspirerende sessies aangeboden aan ondernemers, filiaalleiders en medewerkers. Ook dit jaar is er weer een ruim aanbod aan trainingen.

De mogelijke workshops en bijeenkomsten gaan onder andere over digitalisering, marketing en communicatie, (online en sociale) veiligheid, gastvrij ondernemen en digitale vaardigheden van medewerkers. Er zullen, evenals in voorgaande jaren, ook hele praktische cursussen georganiseerd worden, zoals een cursus Duits of Verkooptechnieken.

Het is voor ondernemers ook mogelijk om mee te doen aan een digitaliseringstraject of om gebruik te maken van bedrijfseconomische coaching. Ondernemers die besluiten om gebruik te maken van een van deze trajecten kunnen een eenmalige tegemoetkoming

ontvangen van 2500 of 3000 euro. Een eigen bijdrage van minimaal 500 euro is verplicht.

Een overzicht van alle bijeenkomsten is te vinden op www.groningerondernemersacademy.nl

De Groninger Ondernemers Academy wordt mogelijk gemaakt door de Groningen City Club, Bedrijvenvereniging WEST, Bedrijvenvereniging Zuidoost, Vereniging Bedrijven Noord-Oost, Koninklijke Horeca - Groningen, Gemeente Groningen, het Ondernemersfonds Groningen en VNO NCW / MKB Noord.

Gratis cursussen en workshops voor ondernemers en werknemers

COACHING

Hoe groot je passie voor je eigen onderneming ook is en hoeveel energie je daar ook voor hebt, het ondernemen en de keuzes die daarbij komen kijken gaan niet altijd vanzelf. De Groningen City Club merkt dat sommige ondernemers worstelen met de nasleep van Corona. Niet alleen op financieel vlak, maar ook als het gaat om algemene ondernemerskeuzes.

Ondernemers hebben in coronatijd hun bedrijfsvoering moeten bijstellen en andere bedrijfseconomische keuzes moeten maken. Nu na de coronamaatregelen staan sommige ondernemers misschien wel voor de keuze om hun bedrijfsactiviteiten volledig om te gooien of zelfs te beëindigen.

COACHINGSTRAJECT

Om ondernemers ook in deze keuzes te ondersteunen, is er een coachingstraject in het leven geroepen. Deze regeling geeft ondernemers de mogelijkheid om te sparren over keuzes die gemaakt moeten worden of beslissingen waar ze niet uit komen. Tegen een geringe eigen bijdrage van 500 euro kunnen ondernemers in de gemeente Groningen, die actief zijn in de retail én die voldoen aan enkele criteria een subsidie aanvragen van maximaal 2.000 euro.

Uiteraard bepalen ondernemers zelf in welke

mate zij ondersteuning wensen bij het maken van bedrijfseconomische beslissingen. Zo kan de subsidie bijvoorbeeld ingezet worden voor een coach, maar ook een verdiepingssessie met een (eigen) accountant of een andere vorm van persoonlijke ondersteuning behoort tot de mogelijkheden. De ondernemer is hierbij aan zet!

Voor deze regeling is er in eerste instantie plaats voor zo'n 30 ondernemers. De lancering van het coachingstraject staat gepland in juni 2022. Aanmelden voor het traject is mogelijk via de website van de Ondernemers Academy.



Bloemenjaarmarkt was groot succes

Twee jaar lang heeft Groningen het zonder Bloemenjaarmarkt moeten doen, maar afgelopen vrijdag 15 april was het eindelijk weer zo ver. Fred de Bruin van de GCC blikt tevreden terug.

De Bloemenjaarmarkt is de grootste bloemen- en plantenmarkt van het Noorden en trekt elke keer opnieuw vele duizenden bezoekers naar de stad.

Ook dit jaar was het druk, met dank aan het mooie en droge weer. "Het was druk, maar niet té druk, waardoor het mogelijk was om een veilige en overzichtelijke doorstroming van publiek te realiseren", blikt De Bruin terug.

De Bloemenmarkt – met kramen en activiteiten in de Oude Ebbingestraat, op de Grote

markt, het Waagplein, de Vismarkt, het AKerkhof en de Brugstraat – trok ook deze editie veel Duitsers. Ondanks Operatie Julianaplein, en bijbehorende stremmingen en omleidingen, leidde dat niet tot een verkeerschaos.

De grote trekpleister was zoals gewoonlijk de 'Holländische Blumenkönig' die van zijn bloemenverkoop een ware theatervoorstelling weet te creëren.

Al met al was het een 'schitterend en suc-

cesvol' event, omschrijft De Bruin. De Bloemenjaarmarkt wordt georganiseerd door de Groningen City Club in samenwerking met organisatiebureau ZOZ.



Noorderpoort komt met unieke vacaturebank voor hun studenten

Nieuwe 'Banenbak' van Noorderpoort koppelt bedrijven in Groningen met vacatures aan studenten

Noorderpoort in Groningen heeft een unieke online vacaturebank ontwikkeld voor haar studenten: de Banenbak. Daar kunnen ze terecht wanneer ze op zoek zijn naar een vakantiebaan, een bijbaan, of - wanneer ze zijn afgestudeerd - voor een reguliere baan. Groningse bedrijven, waarvan vele naarstig op zoek zijn naar schaars personeel, kunnen er hun vacatures op kwijt. En zo snijdt het mes aan twee kanten.



"In 2010 opende Noorderpoort al een uniek ondersteunend kantoor voor studenten die moeilijk zelf een stageplek kunnen vinden: het Stage Service Centrum (SSC)", vertelt Hans Buissink, die sinds 2011 manager van het SSC van Noorderpoort is en ook actief is voor de Groningen City Club. Het SSC bemiddelt inmiddels enige honderden studenten per schooljaar.

"Maar", gaat hij verder, "kijkend naar wat zich op personeelsgebied heeft ontwikkeld en wat er is veranderd vanwege de coronapandemie, blijkt dat er de afgelopen maanden niet alleen veel vraag is naar studenten voor stages, maar dat er ook veel vragen komen over betaalde baantjes. Openstaande vacatures kunnen niet regulier worden ingevuld, dus men gaat maar op zoek gaat naar stagelopende studenten."

Nu de vakantieperiode weer aanbreekt en de economie weer volop draait, neemt ook de vraag naar vakantiekrachten, bijbanen en nog steeds reguliere banen enorm toe. Buissink:



"Op basis van deze toenemende vraag is het idee ontstaan om een tweede unieke instrument voor onze studenten in het leven te roepen: de Banenbak!"

De afgelopen maanden heeft de ICT-afdeling, in samenwerking met de afdeling Marketing & Communicatie van Noorderpoort, een professionele vacaturebank gebouwd die voor alle partijen eenvoudig te gebruiken is. Om de naam makkelijk te onthouden is er bewust gekozen voor Banenbak. "Een beetje gerelateerd aan een ballenbak; veel kleurtjes geven veel keuze!"

De werkwijze is eenvoudig: de student kan inloggen op de portal van school en bij het aantikken van de Banenbak hebben zij de keuze uit een vakantiebaan, een bijbaan, of een reguliere baan, indien afgestudeerd. Ook voor de geïnteresseerde bedrijven is de werkwijze eenvoudig; naast het kenbaar maken dat er een vacature beschikbaar is op het mailadres banenbak@noorderpoort.nl, ontvangt het bedrijf een digitaal format dat het zelf kan invullen en retourneren. Hierna komt de vacature automatisch in de 'juiste lade' terecht.

Medio mei is het concept de lucht ingegaan,

ondersteund met een uitgekende campagne: intern via de portal, op alle visuele communicatiemiddelen op de schoollocaties en ook via de socials.

En natuurlijk ging er ook een oproep uit naar het bedrijfsleven: via LinkedIn, de nieuwsbrief van de Groningen City Club en ook via de Groninger Ondernemers Courant (GROC). "En juist in die week was er ook landelijk volop aandacht voor de vele openstaande vacatures en enorme vraag", vertelt Buissink. De Banenbak werd dan ook een gewild handvat: in de eerste week na de lancering waren er 150 vacatures gemeld.

Ondertussen zitten er zo'n 350 vacatures in de Banenbak. Exacte cijfers over hoeveel studenten er al hebben gereageerd en of zij via de Banenbak daadwerkelijk een baantje hebben gevonden, ontbreken nog.

Met vragen over de Banenbak kunt u terecht bij:

- De Banenbak: banenbak@noorderpoort.nl
- Stage Service Centrum: ssc@noorderpoort.nl
- Groningen City Club: leden@groningencyclub.nl
- Of: 06-51740545

“Met Franchise 050 willen we vraag en aanbod bij elkaar brengen”

Wie door de binnenstad van Groningen struint, kan het eigenlijk niet ontgaan: de binnenstad bruist en de stad heeft een divers aanbod aan winkels in het centrum. Daar maken ook franchiseformules deel van uit. Niet alleen bekende merken, zoals Subway of FEBO zijn in de binnenstad gevestigd, maar ook franchiseformules als Søstrene Grene of The Smooth Brothers zijn er te vinden.

Om nog meer vernieuwing naar de stad te brengen en meer beweging te creëren in het winkelaanbod, organiseert de GCC in samenwerking met de gemeente Groningen en FranchiseFormules.nl in september 'Franchise 050': een evenement waar geïnteresseerde franchiseformules, potentiële ondernemers en investeerders met elkaar in contact kunnen komen over de mogelijkheden in Groningen.

VRAAG EN AANBOD BIJ ELKAAR BRENGEN

“Een aantrekkelijke stad bestaat uit een goede mix van grotere en kleinere winkels binnen verschillende branches”, zegt Erwin Mulder van de GCC. “Om dat aanbod interessant te houden organiseren we dit evenement, zodat vraag en aanbod bij elkaar kunnen komen.”

In bijna alle sectoren van het bedrijfsleven zijn formules en franchisenemers actief, van retail tot horeca en van logistiek tot mode. Veel van die formules hebben een sterke expansiedrang, en Groningen kan zomaar een van de plekken zijn waar de formule wil neerstrijken.

Veel mogelijkheden dus, voor geïnteresseerde (aspirant)ondernemers in en rondom Groningen. Mulder: “Loop je al een tijdje rond met het idee om een eigen onderneming in Groningen te beginnen? Ben je van plan binnenkort bij een franchiseformule aan te sluiten als franchisenemer? Of heb je in de Groningse hoofdstad een pand, loods of ander vastgoed in bezit dat geschikt lijkt voor het openen van een bepaalde franchiseformule? Dan kan het interessant zijn om naar Franchise 050 te komen. Ook met mogelijke vragen kan je er terecht.”

Franchise 050 zal 's avonds plaatsvinden. Vooraf bekendgemaakte vertegenwoordigers van franchiseformules zullen hun expansieplannen in Groningen presenteren. De gemeente zal daarnaast meer informatie verstrekken aan formules die op zoek zijn naar ambitieuze, lokale ondernemers. Ter afsluiting zal er een borrel zijn, waar er volop ruimte is om vragen te stellen of in gesprek te gaan met elkaar.

STADSWANDELING

Voor formule-eigenaren die Groningen hoog op het lijstje hebben staan wordt 's middags al een stadswandeling georganiseerd waarin uitleg gegeven wordt over de binnenstadsgebieden en welke interessante panden er beschikbaar zijn of komen.

De bijeenkomst is voor iedereen die geïnteresseerd is in het starten van een eigen onderneming in de gemeente Groningen. Het evenement staat gepland op 26 september 2022 van 18:15 tot 22:00. Voor de catering wordt gezorgd. Deelnemen aan het evenement is gratis, aanmelden kan via de website van de Groninger Ondernemers Academy.



Shutterstock | Krista Boogaard

De hernieuwde Papengang komt eraan

Na de zomer is het eindelijk zover: dan moet de Papengang in Groningen zijn getransformeerd van een viezige, rommelige steeg naar de trotse toegangspoort van het Groningse nachtleven. Voormalig nachtburgemeester en initiatiefnemer Chris Garrit is in zijn nopjes over het project.

Al dertig jaar loopt Chris Garrit in de avonduren regelmatig rond door de straten van Groningen. En al die tijd was de Papengang een doorn in zijn oog. "Het viel mij al jaren op dat het een beetje een vies steegje was. Veel hekwerk, best wel vervuild en donker, gewoon niet erg prettig om doorheen te lopen", zegt Garrit.

Tijdens een editie van Eurosonic jaren geleden viel het verschil hem pas echt op. "Dan is er zo'n leuk festival en ziet muzikminnend Europa hoe mooi Groningen is, maar heb je zo'n straatje waar het een bende is en niemand iets aan doet. Terwijl het echt een unieke straat is, de ingang van ons uitgaanscentrum. Ik dacht: daar moet iets aan gebeuren."

Garrit pakte de handschoenen op en begon na gesprekken en het uitwisselen van ideeën drie jaar geleden een werkgroep met de gemeente en pandeigenaren uit de Papengang om de

steeg een opknappbeurt te geven. "Samen met ondernemers van de Warhol, de Zolder, Café Dees, Dizkartes en pandeigenaren wilde ik de Papengang nieuw leven inblazen en veiliger en prettiger maken als entree van het nachtleven."

Samen met pandeigenaar Robbert Bosscher dacht Garrit na over manieren om het straatje weer een beetje aantrekkelijk te maken. "Wij hebben behoorlijk die kar getrokken samen met de mensen van De Warhol, De Zolder en Dizkartes. Het was positief om te zien dat iedereen de schouders eronder wilde zetten en dat het ook vooral door ondernemers en omwonenden zelf georganiseerd is", zegt Garrit. Zo moet de steeg als ingang van het nachtleven van Groningen in ere worden hersteld. "Het is echt een ruwe diamant is die nu helemaal tot uiting moet komen."

De Papengang dankt zijn naam aan de katholieken, de zogenaamde 'papen', die vroeger door het straatje liepen op weg naar de kerk. In de Oudheid was er bovendien een van de schoonste waterbronnen in de omgeving te vinden. "Deze dingen willen we weer beetje terugbrengen in het project", zegt Garrit. "We gaan de steeg opnieuw verlichten met kunstzinnige verlichting. En we gaan een tiental kunstenaars uit Groningen een wisselende expositie laten doen in de steeg."

Hoe de verlichting er precies uit komt te zien blijft nog even een verrassing. "Maar het heeft te maken met het verleden van de gang, toen de papen er doorheen gingen, en het wordt echt heel mooi. Dat doen we samen met Lichtpunt, een Gronings bedrijf."

Ook de kunstenaars blijven nog even geheim. "Zij krijgen stukken muur toegewezen waar ze kunst op mogen maken. We willen het daarmee echt leuk maken om door de Papengang te lopen, ook als je gezin met kinderen hebt. En dat het door het licht en de mooie kunst ook wat veiliger oogt en voelt", legt Garrit uit.

Sommige wijzigingen zijn al wel zichtbaar. "Tot nu toe hebben we al een schutting aangebracht in plaats van het lelijke oude hek dat er stond. Het pleintje lag er ook heel slecht bij, dat is opnieuw bestraat met tweedehands gele steentjes", legt Garrit uit. "Maar nu gaat het gedeelte gebeuren dat echt zichtbaar is, met de verlichting en de kunst."

De financiering en de vergunningen zijn volledig rond, het opknappen van de Papengang moet na de zomer volledig zijn afgerond. "We zijn nu een jaar of drie bezig, het was een moeizaam proces om alle ambtenaren te spreken en goedkeuring te krijgen voor alle vergunningen. Maar nu is het bijna zover. We hopen dat het na de zomer echt zichtbaar wordt."

Beans & Grapes in de Folkingestraat mikt op iedereen die van wijn houdt

Een breed aanbod van wijnen van hoogstaande kwaliteit die daarnaast betaalbaar zijn, dat is waar Beans & Grapes aan de Folkingestraat zich op richt. Sinds de komst van bedrijfsleider Machteld Levinga heeft het pand bovendien een heuse metamorfose ondergaan.

Waar komt de succesformule van Beans & Grapes vandaan, de wijnwinkel met vestigingen in Haren en Groningen die de laatste jaren flink aan de weg timmert? "Dat is de liefde van mijn werkgever voor koffie en wijn. Hij heeft van beide heel veel kennis", legt bedrijfsleider Machteld Levinga uit vanuit de vestiging aan de Folkingestraat.

Sinds februari is Levinga werkzaam bij de wijnzaak in hartje Groningen en haar komst

is niet onopgemerkt gebleven. "Ik probeer de winkel echt wat meer op de kaart te zetten, ook door proeverijen te geven en klanten in de winkel ook te laten proeven", vertelt ze.

EEN PASSIE VOOR WIJN EN KOFFIE

Beans & Grapes begon 8 jaar geleden in Haren omdat de oprichter een passie voor wijn én koffie had en zijn passie aan de man wilde brengen onder de mensen in Groningen. Later kwam daar de vestiging aan de Folkingestraat bij. Waar Haren uitblinkt in koffie, wijn, delicatessen, kazen en vleeswaren, heeft de vestiging in de Folkingestraat zich gefocust op wijn.

De vestiging in Groningen is inmiddels alweer 5 jaar geopend. Toch is er veel veranderd sinds de komst van Levinga. "Voorheen leek het een beetje op een opslagruimte en niet echt op een winkel als je binnenkwam. Nu zijn er meer echte winkelvibes gekomen."

Zo zijn de kleuren van de winkel volledig

aangepakt. Waren de muren eerst nog grijs en griauw, tegenwoordig straalt de ruimte door de nieuwe warme kleuren en goed gevulde houten stellages met tekst erop. "Het was eerst echt alsof je in een container stond, maar nu nodigt de ruimte meer uit."

Haar aanpak werpt zijn vruchten af. "Als klanten binnenkomen voor een cadeautje of niet goed weten wat ze lekker vinden, help ik ze graag met zoeken. Meestal met een wijnspijs-combinatie. Dat vinden mensen heel fijn, ze voelen zich gewaardeerd. Laatst kreeg ik een compliment van een terugkerende klant die ons de leukste wijnwinkel van Groningen noemde. Dat is heel leuk om te horen."

Levinga heeft nog meer verbeteringen op het oog. Ze wil een soort kistenmuur creëren van houten wijnkistjes en wijnkoelkasten introduceren, zodat klanten ook gekoelde wijnen kunnen kopen. Ook wil ze de zaak van buitenaf graag wat zichtbaarder maken. "De winkel valt niet heel erg op. Voor ik hier werkte, had ik 'm ook nog nooit gezien als ik door de Folkingestraat fietste. Ik wil iets aan de gevel proberen te krijgen zodat het er wat meer uitspringt", legt Levinga uit.

Beans & Grapes in Groningen probeert zich te onderscheiden door ook de studentenpopulatie in de stad te kunnen bedienen. "De Roemer en de Barrel zijn goede wijnwinkels, maar zij zijn gefocust op hogere kwaliteitswijnen en dat maakt het voor studenten wat lastiger om bij hen te kopen omdat het hogere prijzen zijn. Onze prijzen liggen gemiddeld tussen de 5 en 40 euro, dat zijn goede wijnen die ook goed geprijsd zijn. Zo kunnen studenten met wat minder te besteden toch een flesje wijn kopen", legt Levinga uit.

Bovendien biedt Beans & Grapes proeverijen aan voor grotere groepen, studentenverenigingen, verjaardagen en andere gezelschappen. "Ik houd de proeverijen bewust zo begrijpelijk mogelijk en gebruik geen moeilijke woorden. Op een laagdrempelige manier mijn kennis en passie voor wijn overbrengen, dat vinden mensen juist ook leuk", zegt Levinga vrolijk.



Ciao Bella Groningen!

GCC zoekt ondernemers met plannen voor een 'Italiaanse' binnenstad

Bruschetta in plaats van een eierbal? 'Ciao' in plaats van 'Moi'? Het kan zomaar zo zijn dat de binnenstad van Groningen in het najaar een Italiaans tintje krijgt. In aanloop naar de Gianni Versace-tentoonstelling die vanaf december in het Groninger Museum te bewonderen is, wil de Groningen City Club (GCC) de binnenstad alvast in Italiaanse sferen hullen. Hoe de club dat precies wil doen? Daar laten ze graag ondernemers over meedenken tijdens een brainstormsessie in juli.

CULTUUR NAAR DE STAD HALEN

Cultuur naar de binnenstad halen is een van de manieren waarop de GCC aan de slag wil met het creëren van een aantrekkelijke stad, waar bezoekers graag willen verblijven. Daarom zoekt de club de verbinding met onder

ander het Groninger Museum. "Er zijn zoveel toffe culturele activiteiten in Groningen, waarom zou je die niet voor een deel buiten de muren van een museum of theater halen?" zegt Erwin Mulder van de GCC. "Zo gaat het ook meer leven onder bezoekers van de stad."

Vanaf december is in het Groninger Museum de expositie 'Gianni Versace Retrospective' te zien. Gianni Versace was een excentrieke Italiaanse modeontwerper die 25 jaar geleden vermoord werd. In de tentoonstelling komen mode, pop en design volgens het museum op spectaculaire wijze samen in de wereld van extravagante kleding en uitbundige catwalk-shows.

Tijdens, maar ook voorafgaand aan de voor-

stelling wil de GCC de binnenstad alvast in een Italiaans thema brengen. Om daarvoor ideeën te bedenken organiseert de club in juli een brainstormsessie waarvoor ondernemers, straatcollectieven, besturen van winkelverenigingen, onderwijsinstellingen en Marketing Groningen zal worden uitgenodigd.

"Dan horen we de plannen van het museum en kunnen we samen nadenken over wat we kunnen met het thema 'Italië' en hoe we dat integreren in de binnenstad", legt Mulder uit. Als voorbeeld noemt hij etalagethema's, aangepaste menukaarten of evenementen zoals een Italiaanse markt of een wandelroute. "Maar we zijn vooral benieuwd naar de ideeën van ondernemers", zegt hij. "En er is budget voor, dus kom vooral met allerlei ideeën!"

Marketingcampagne 'Bezoekers terug naar de (binnen)stad'

De activiteiten van de GCC om meer cultuur naar de binnenstad te halen is niet de eerste actie van de club om de binnenstad aantrekkelijk te maken en de verblijfsduur van bezoekers te verlengen.

De GCC zet zich daar op vele manieren voor in, vaak ook samen met partners. Zo heeft de club dit voorjaar samen met Ondernemend Haren aan Marketing Groningen de opdracht gegeven om een marketingcampagne op te zetten om bezoekers na corona weer terug te halen en opnieuw 'kennis te laten maken' met de binnenstad van Groningen. Deze campagne loopt in de maand juni van dit jaar.





Joke de Knegt van Schone Zaken:

“Je betaalt voor het nut van het algemeen”

WAT VOOR ONDERNEMING HEB JE?

“Ik ben een retailer in kleding. Niet zozeer in mode, want de dingen die hier hangen zijn eigenlijk tijdloos en gaan niet per se mee met de trends. De kleding is van sociaal- en milieubewuste merken. Ik vind het belangrijk dat kleding niet over de rug van een ander wordt gemaakt en dat vinden mijn klanten ook. Ik heb een breed potentieel publiek. Mijn oudste klant is 94, en de jongste zal 17 of 18 zijn.”

“Dit jaar bestaat mijn winkel 25 jaar en nog steeds word ik blij als er een bestelde doos binnenkomt, al weet ik allang wat erin zit. Bij het inkopen laat ik me niet leiden door de laatste trends, maar vooral door principiële criteria en wat ik vind dat bij mij en mijn klanten past. Ik moet het wel mooi vinden. Als iemand uit een van de drie pashokjes stapt wil ik namelijk wel echt kunnen zeggen dat iets iemand goed staat. En ik krijg er energie van als iemand dan iets koopt waar diegene erg blij mee is. Hier doe ik het voor, denk ik dan.”

WAAROM BEN JE LID VAN DE GRONINGEN CITY CLUB?

“Samen met de ondernemersvereniging die

hier toen actief was, waren we collectief lid. Elk lidmaatschap is duur voor een kleine ondernemer, dus zo konden we de kosten delen. We werden lid voor de loyaliteit, de gemeenschapszin. Je betaalt voor het nut van het algemeen, voor elkaar als het ware. Dat vind ik een heel mooi en belangrijk gedachtegoed. Overigens ben ik nu individueel lid en niet meer met een groepje anderen.”

WAT LEVERT HET LIDMAATSCHAP JE OP?

“Ik moet eerlijk zeggen, ik ga al een poos niet meer naar de ledenvergaderingen. Ik ben er in het begin van mijn lidmaatschap geregeld geweest, maar voelde me als kleine specialistische ondernemer niet helemaal op mijn plek. Maar misschien is dat nu wel weer anders hoor, ik ben er alweer een poosje niet geweest. Ik heb wel het idee dat als ik ergens mee zit, dat ik de GCC zo zou kunnen bellen om een luisterend oor te krijgen. En wat ze ook altijd leuk doen is de feestverlichting in de wintermaanden. Daarnaast vind ik het heel goed dat ze ook die Ondernemers Academy hebben en gratis relevante cursussen aanbieden. Omdat ik nu in mijn eentje in de winkel sta, heb ik het daar helaas te druk voor, maar ik juich het van

harte toe! O ja, en zoiets kleins als een bloemetje van de GCC krijgen tijdens de Bloemenjaarmarkt vind ik een erg leuk gebaar.”

WAT ZOU JE WILLEN MEEGEVEN AAN DE GCC?

“Dat er aandacht moet blijven voor de (kleine) ondernemers buiten de Diepenring. Ik hoorde bijvoorbeeld dat de GCC bezig is om de dark stores van bijvoorbeeld Gorillas en Flink uit de binnenstad te halen, maar ik hoop echt van harte dat ze dan niet bij ons in de straat worden herverdeeld. Ook bij ons is het straatbeeld heel belangrijk. Misschien dat de GCC iets kan doen met bewustwording van de staat waarin je straat verkeert? In vijf jaar tijd is het alsof de fietsen uit de grond groeien en er liggen ook zoveel sigarettenpeuken en zwervend vuilnis op straat. Het runnen van een onderneming stopt niet bij de voordeur, het stukje stoep hoort er ook bij. Dat stukje buitenkant doe je ook voor de andere ondernemers in de straat en je burens. Dat stukje gemeenschapszin, waar de GCC voor staat, komt dus weer terug in het onderhouden van je straat.”

Leuk dat je er bent ja!

Nu de coronamaatregelen achter ons liggen, evenals Operatie Julianaplein, kunnen we bezoekers nog meer dan voorheen weer volop verwelkomen in de stad. "Dat is niet alleen leuk en gezellig, maar ook ontzettend belangrijk voor de vitaliteit van de stad", zegt Erwin Mulder namens de Groningen City Club (GCC).

Het aantrekkelijk houden van de stad heeft dan ook een grote prioriteit in de plannen van de club. Belangrijke speerpunten in haar programma zijn het uitdragen van het onderscheidende vermogen van de binnenstad, het vermarkten van evenementen en het aantrekken van nieuwe bezoekers.

De GCC ondersteunt daarom, net als de andere bedrijvenverenigingen, het actieprogramma Gastvrij Groningen. Vanuit dit programma worden kleine en grote acties georganiseerd om de bezoeker, ook in tijden van overlast - zoals de werkzaamheden aan de zuidelijke Ringweg - gastvrij te ontvangen. Er zijn uiteenlopende tools beschikbaar die door ondernemers ingezet kunnen worden. Marketing Groningen is in opdracht van de betrokken bedrijvenverenigingen verantwoordelijk voor de uitvoering van dit programma. Dat gebeurt op vier manieren.

• Charmeacties

Charmeacties zijn acties die als doel hebben om bezoekers op een leuke manier te ver-



rassen, bijvoorbeeld met een presentje, een ludieke actie of gewoon een vriendelijke groet bij aankomst op het station of in de stad. Deze acties vinden vooral plaats tijdens momenten van hinder of oponthoud, zoals tijdens de wegwerkzaamheden aan het Julianaplein.

• Viermomenten:

De viermomenten zijn - zoals de naam al zegt - momenten die gevierd moeten worden, zoals het einde van de grootschalige werkzaamheden aan het Julianaplein of de opening van de Kattenbrug.

• Toolkit voor ondernemers

Naast uitdeelacties en viermomenten zijn er

ook tools beschikbaar voor ondernemers. Deze tools zijn ontwikkeld zodat ondernemers hun bezoekers gastvrij kunnen ontvangen. Hierbij kan je denken aan baliedisplays, deurmatten en raamstickers. Sommige van deze middelen zijn gratis, anderen zijn tegen een klein prijsje beschikbaar.

• Gastvrije uitingen

Tot slot wordt er vanuit Gastvrij Groningen ingezet op diverse uitingen in stad en gemeente. Denk hierbij aan de vrolijk gekleurde zuilen die geplaatst zijn op drie verrassende fietsroutes in Groningen, maar ook aan de banieren en welkom-zuilen die nog geplaatst worden in enkele winkelgebieden buiten de binnenstad.



"In Haren staat aandacht en kwaliteit voorop, de charmeacties van de GCC sluiten daar perfect op aan!"

- Daphne de Haan, Ondernemend Haren

"De acties van Gastvrij Groningen passen bij wat wij als Woonboulevard Groningen belangrijk vinden: een warm welkom op het Hoen-diep en de Peizerweg voor onze bezoekers!"

- Bestuur Woonboulevard Groningen

"Wij, als kleine ondernemers, willen de bezoeker welkom heten in onze mooie stad Groningen. Samen met de charmeacties van de GCC leggen wij de bezoeker en onze klanten graag in de watten!"

- Nardia van den Poll, mede-eigenares Mary Jane Schoenenboetiek

Anne&Max, een nieuwe huiskamer in Groningen



Sinds 12 april prijkt er aan de Turfsingel een nieuw koffietentje. Of misschien is koffietentje niet per se het goede woord, want Anne&Max is meer dan een koffietentje; het profileert zich als een huiskamer in de stad met lekkere koffie en verse, eerlijke producten, waar gasten zich op elk moment van de dag thuis mogen voelen. "We zijn een plek waar je áltijd met een glimlach en een positieve houding wordt geholpen," aldus Martijn Jacobs, eigenaar van Anne&Max Groningen. "Dat laagdrempelige huiskamergevoel vinden we ontzettend belangrijk."

En de klant ook, want vanaf de opening hebben de werknemers alleen nog maar positieve reacties gekregen. "Onze gasten zijn super enthousiast, dus dat is wel een beloning voor al het harde werken." Martijn runde al eens eerder een koffiezaakje aan Westerhaven. Die liefde voor koffie en goed eten is altijd gebleven en bleef maar kriebelen in de jaren erna toen hij voor chocoladeproducent Mars werkte.

HUISKAMERGEVOEL

In Zwolle liep Martijn op een gegeven moment tegen een Anne&Max aan. "Ik werd enthousiast van hun focus op gastvrijheid en het huiskamergevoel en dacht ook automatisch: zoiets is er nog niet in Groningen." Wel op 23 andere plekken in Nederland trouwens. De naam Anne&Max komt overigens niet van de oprichter, die heet Wobbe, maar van een e-mailtje waarin zowel de naam Anne als Max voorbij kwam. Wobbe vond de twee namen zo

leuk klinken dat hij zijn concept naar de twee vernoemde.

Martijn meldde zich aan bij Anne&Max, werd waardig bevonden, en ging met een locatiescout van het bedrijf op zoek naar een pand. "In eerste instantie wilde ik heel graag iets binnen de grachten, dus een locatie tussen het Forum en de A-brug en tussen het Groninger Museum en de Ebbingbrug. Maar daar konden we uiteindelijk geen geschikte locatie vinden, dus moesten we iets breder kijken." Ze vonden uiteindelijk het pand aan de Turfsingel. "Het waren eigenlijk twee panden die we bij elkaar getrokken hebben. Twee panden in slechte staat moet ik er bij vertellen, want alles moesten we aanpakken: vloeren, wanden, ramen, elektriciteit, noem het maar." In de acht weken voor de opening was Martijn met vrienden en familie van zeven uur 's ochtends tot elf uur 's avonds

aan het klussen. "Letterlijk de avond voor de opening was het af."

Met een pand aan de Turfsingel is de horecagelegenheid misschien niet een huiskamer in de binnenstad, maar wel spil in een buurt ernaast. Met het UMCG en een nieuwbouwwijk vlakbij, komt het concept van Anne&Max misschien zelfs nog wel beter uit de verf op deze huidige locatie. "Door de ligging hebben we minder toeristen die snel-snel wat willen eten en daarna door willen, en hebben we juist wel bijvoorbeeld ouders die de kinderen net hebben weggebracht en een middagje bij ons willen vertoeven."

Echt dat huiskameridee dus, dat – uiteraard – ook terug te vinden is in de inrichting van de zaak. Er is een eetkamer gedeelte met tafeltjes waar je kunt eten, een 'tuinkant' waar je naar buiten kunt kijken, en een terras dat op een onbewolkte dag vol in de zon ligt. Op een muur van kurk hangen posters van de producten waarmee Anne&Max werken. Zo komt de zuivel van dagverse zuivelboerderij Den Eelder en wordt de ketchup gemaakt door mensen in Kenia die met een overschot aan tomaten zitten. "We willen graag goed voor onze mensen zorgen, niet alleen onze gasten, maar ook personeel en leveranciers. Dat is wat mij betreft echt de kern van Anne&Max: zorgen dat iedereen door ons zijn weg net wat vrolijker en tevredener kan vervolgen."