

Binnenstad weer helemaal open!

Nu verreweg de meeste coronamaatregelen van de baan zijn, bruist het centrum van Groningen weer als vanouds. Volle terrasjes, gezelligheid in de winkels, drukke winkelstraten en de horeca die weer onbeperkt open mogen. "Eindelijk kan iedereen weer volop genieten van de binnenstad", zo zegt Eric Bos, voorzitter van de GCC.

Dat geldt niet alleen voor bezoekers en toeristen, maar vooral ook voor de binnenstadondernemers zelf. Ze kijken uit naar de zomer en het post-coronatijdperk. "Je merkt dat mensen eraan toe waren. Het was meteen weer lekker druk", zo zegt mede-eigenaar Jeff de Bont van het Goudkantoor, verderop in deze Cityscoop.

Weer een ouderwets bruisende binnenstad dus en dan staan ook nog de eerste grote publieksevenementen weer voor de deur: eerst Koningsdag, maar straks ook de Bloemenjaarmarkt en later ook het event 050 & Mode. "De binnenstad is weer helemaal open!", aldus Bos.



O.A. VERDER IN DIT NUMMER:

- De gezellige binnenstad **PAG. 2**
- Activiteitenagenda **PAG. 3**
- Koopstromenonderzoek **PAG. 4**
- Geld voor digitalisering en coaching **PAG. 5**
- 050&mode **PAG. 6**
- Nieuw: Bedrijvenvereniging Grote Markt **PAG. 6**
- Oosterstraat zonder bussen **PAG. 7**
- Proef met elektrische voertuigen binnenstad **PAG. 8**
- Rooftop Merckt 'eindelijk' volledig los **PAG. 9**
- Jumbo en La Place eind deze maand open **PAG. 9**
- Middenstand heeft er weer zin in **PAG. 10 T/M 16**

'Laten we weer genieten van een gezellige binnenstad!'



De terrassen zijn weer vol, in de winkelstraten is het ouderwets druk en in de winkels, cafés en restaurants lijkt het weer alsof 'corona' nooit bestaan heeft. Geen verplichte anderhalve meter afstand meer, geen mondkapjes en geen maximum aantal bezoekers per vierkante meter vloeroppervlak. Het lijkt erop (fingers crossed!) dat we na twee jaar eindelijk maar toch in het postcoronatijdperk zijn beland!

De wereld is weer open. Na bijna twee jaar van hoop en vrees, van lockdowns, gedeeltelijke lockdowns, verplichte sluitingen en het leven met restricties kunnen we weer volop genieten van de binnenstad! En kunnen ondernemers weer doen wat ze het liefste doen: ondernemen. Maar laten we eerlijk zijn: voor veel ondernemers en winkeliers is het leed nog niet geleden. Ze kampen met schulden, onverkochte voorraden of financiële problemen. Ondernemers dus, die wel wat extra steun kunnen gebruiken.

Helpen met webshop

En dat is precies waar de GCC zich – samen met de gemeente – dit jaar hard voor gaat inzetten. Zo willen we als GCC ondernemers gaan helpen op het gebied van digitalisering. Want lang niet alle winkels hebben al een webshop of zijn online actief. En dat is doorzonde, want als de coronacrisis ons één ding geleerd heeft, dan is het wel dat 'online shoppen' steeds belangrijker is geworden. Met speciale (en meestal gratis) trajecten helpen we ondernemers en

winkeliers daarom bij het beginnen en ook inrichten van een webshop. En ondernemers die al een webshop hebben? Die kunnen een traject volgen waarbij ze worden geholpen bij het maken van professionaliseringsslag. Voor de twijfelaars: het klinkt misschien als gedoe, maar aan een webshop zitten juist meerdere voordelen. Het kan natuurlijk een extra verdienmodel zijn: als je je webshop slim en aantrekkelijk inricht, en ook de vindbaarheid in zoekmachines op orde hebt, kan het zomaar leiden tot extra verkopen. Aan de andere kant is het ook een 'lokkertje'. Consumenten oriënteren zich steeds vaker online voordat ze een bezoek brengen aan de stad, en met een webshop kun je ze verleiden ook een kijkje in jouw winkel te nemen.

Aantrekkelijke binnenstad

Maar de grootste 'lokker' voor de consument is toch wel een aantrekkelijke en gezellige binnenstad. Zeker nu online shoppen steeds populairder wordt, is het belangrijk de consument te verleiden met leuke events en activiteiten en gezellige (en groene) straten. Niet voor niets stellen we als GCC ook budget beschikbaar voor straten, pleinen of winkeliersverenigingen die iets leuks willen organiseren. Zoals ik al zei: de terrassen zijn weer vol, en in de winkelstraten, de winkels, cafés en restaurants lijkt het alsof 'corona' nooit bestaan heeft. Laten we hopen dat het zo blijft, maar dan wel in een nóg gezelligere binnenstad!

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

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)

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)

Goede Vrijdag 15 april: Bloemenjaarmarkt in binnenstad

De binnenstad van Groningen staat vrijdag 15 april in het teken van de Bloemenjaarmarkt. Vanwege de coronapandemie kon de bloemetjesmarkt – de grootste van Noord-Nederland – afgelopen twee jaar niet doorgaan, maar nu is het dus eindelijk weer zover.

De Bloemenjaarmarkt wordt al meer dan dertig jaar georganiseerd en vindt traditioneel plaats op de laatste vrijdag voor Pasen, dit jaar dus op vrijdag 15 april. De Bloemenmarkt trekt elk jaar vele tienduizenden mensen, waaronder veel Duitsers.

In de binnenstad van Groningen bieden die dag meer dan honderd marktkooplui hun waren aan. Het aanbod is divers: van verse snijbloemen, tot grote en kleine kamerplanten, bloembollen en zaaigoed, tuin- en kuipplanten maar ook tuingereedschap en toebehoren is er te vinden.

Er zijn kramen en activiteiten in de Oude Ebbingestraat, op de Grote markt, het Waagplein, de Vismarkt, het A-Kerkhof en de Brugstraat.

“Hoewel de Bloemenjaarmarkt primair gericht is op de verkoop van bloemen en planten is het neven doel om de bezoekers te prikkelen om ook verder even de stad in te gaan”, zegt Fred

de Bruin van de GCC. Hij wijst op het Bloemen-depot, op de Grote Markt én bij de Der Aa-kerk, waar bezoekers hun pas gekochte bloemen en planten tijdelijk en gratis kunnen stallen. Dit initiatief moet de bezoeker stimuleren zo lang mogelijk in de stad te blijven. “Ze hebben dan immers de handen vrij om verder te winkelen en een bezoekje te brengen aan horeca.”

Om zoveel mogelijk bezoekers naar de stad te trekken, wordt de Bloemenjaarmarkt aangekondigd met advertenties en artikelen in zowel Nederlandse als Duitse media. Ook komen er posters en flyers die de binnenstadbezoekers moeten attenderen op de ‘Bloemetjesmarkt’.

28 en 29 mei: Zomereditie Lutje Lokaal

De zomereditie van Lutje Lokaal komt eraan: zaterdag 28 en zondag 29 mei is het zover. Zo’n zestig winkels uit de binnenstad doen mee. En: aanmelden kan nog steeds!

Tijdens Lutje Lokaal staat ‘aandacht voor de klant’ centraal. Het begon ooit als tegengeluid op Black Friday, waarin grote winkels en filiaalbedrijven stunten met grote kortingen. Inmiddels is Lutje Lokaal uitgegroeid tot een terugkerend event, waarin de klant extra in de watten wordt gelegd. Tijdens Lutje Lokaal geen fikse kortingen dus, maar wél persoonlijke aandacht, kleine attenties of een verrassend gebaar.

Zaterdag organiseren veel van de tientallen deelnemende winkels iets extra’s voor de klant. Dat kan gaan om een proeverij of wat lekkers, livemuziek of kleine cadeautjes. Ook in de binnenstad is het die zaterdag extra gezellig met straattheater en muziek.

De volgende dag, zondag, wordt de bezoeker meegenomen in het verhaal van de stad, met onder andere bijzondere stadswandelingen. Ook dan is er theater en muziek op straat.

Ook meedoen? Aanmelden kan via 050@lutjelokaal.nl.
www.lutjelokaal.nl



Activiteitenagenda

Zaterdag 26 maart	FASHIONDAG in Haren	Vrijdag 15 april	BLOEMENJAARMARKT
Zondag 27 maart	SUIKERMARKT EM2	Maandag 18 april	ZELDZAAM MOOIE MARKT, Vismarkt
Zondag 10 april	KLM URBAN TRAIL, Boumaboulevard	Dinsdag 26 april	KONINGSNACHT
Donderdag 14 t/m		Woensdag 27 april	KONINGSDAG
maandag 18 april	KERMIS EN BRADERIE Reitdiephaven	Zondag 1 mei	VEGAN LENTE MARKT, Vismarkt
Vrijdag 15 t/m	HEEL HOLLAND BAKFIETS,	Zondag 1 mei	SUIKERMARKT, Suikerterrein
zondag 17 april	Oude Boteringestraat	Donderdag 5 mei	PLATENBEURS, Vismarkt
Vrijdag 15 t/m		Donderdag 12 t/m	
maandag 18 april	PAASKERMIS Reitdiephaven	zondag 22 mei	MEIKERMIS

Koopstromenonderzoek: binnenstad wordt steeds meer een verblijfsplek

Eric Bos: “onderscheidend stadscentrum belangrijker dan ooit”

Een onderscheidende en aantrekkelijke binnenstad is belangrijker dan ooit. Dat zegt Eric Bos, voorzitter van de Groningen City Club (GCC), in een reactie op het recente Koopstromenonderzoek, uitgevoerd door Sweco in opdracht van BRO. Uit het onderzoek blijkt onder andere dat de consument steeds vaker doelgericht gaat winkelen en dat online shoppen steeds populairder wordt. “Een binnenstad wordt meer een place to be dan een place to buy.”

Het Koopstromenonderzoek 2021 is het grootste Koopstromenonderzoek ooit in Nederland. Het onderzoek is gebaseerd op 185.000 enquêtes, die zijn afgenomen tussen september en oktober vorig jaar, onder met name consumenten in het westen en zuiden van het land.

Het onderzoek leverde volgens de onder-

zoekers een aantal belangrijke inzichten en conclusies op die laten zien dat het begrip ‘winkelen’ in vijf jaar tijd een totaal andere betekenis heeft gekregen.

Een van de conclusies is bijvoorbeeld dat doelgericht winkelen steeds populairder wordt. Vooral woonboulevards, bouwmarkten, woonwinkels en tuincentra plukken daar de vruchten van, zo blijkt uit het onderzoek.

ONLINE

Ook constateerden de onderzoekers dat de opmars van online winkelen gestaag doorzet. Of het nu gaat om mode, boodschappen of interieur: er wordt steeds meer online gekocht. Het zijn vooral de jongeren die meer op internet zijn gaan kopen.

Daarnaast noemden de onderzoekers het een opvallende (landelijke) tendens dat het aantal winkels afneemt, om vervolgens plaats te maken voor vooral horecagelegenheden als lunchrooms, koffiebars en café-restaurants. “Ontspanning en met name horeca blijken van toenemend belang voor het functioneren van centrumgebieden”, zo schrijven de onderzoekers. Ook opvallend:

een derde van de bezoekers die recreatief komt winkelen, maakt ook gebruik van horeca.

Volgens Eric Bos onderschrijft het onderzoek dat het van levensbelang is om de binnenstad van Groningen zo aantrekkelijk en onderscheidend mogelijk te maken. “Mensen komen niet meer alleen naar de binnenstad om te winkelen. Ze willen ook lekker eten, even op het terras, kunst en cultuur opsnuiven of op een andere manier vermaakt worden”, zegt hij.

Groningen is wat dat betreft al goed op weg, zegt Bos verwijzend naar de meest recente detailhandelsvisie. Hierin wordt al geanticipeerd op de ontwikkeling dat een stadscentrum zich steeds meer ontwikkelt tot verblijfsplek, en transformeert van een ‘place to buy’ naar een ‘place to be’. Daarbij is er meer ruimte voor horeca, en meer ruimte voor unieke en lokale ondernemers die zich weten te onderscheiden. Al met al moet het leiden tot een diverser, kleinschaliger, groener en socialer straatbeeld, zo luidt de ambitie in de detailhandelsvisie.

Ook de GCC timmert hard aan de weg om de binnenstad zo aantrekkelijk en gevarieerd mogelijk te maken, gaat Bos verder. Hij wijst op initiatieven als gevelgroen, de ontwikkeling van speelplekken voor kinderen, meer zitplekken en aantrekkelijke publieksevenementen als Koningsdag, Groningens Ontzet en Lutje Lokaal. “We doen er alles aan ons te onderscheiden van andere noordelijke steden als Leeuwarden, Assen of Drachten.”

Het koopstromenonderzoek laat overigens ook zien dat het aantal bezoekers in de grote Nederlandse steden afneemt. Ook in Groningen ligt het aantal bezoekers nog 20 procent lager dan voor de pandemie, maar in vergelijking met andere grote steden doet de stad het dan nog relatief goed. “We zitten altijd nog 5 procent boven het landelijk gemiddelde”, zegt Bos. De uitgaven - pinbestedingen - in Groningen liggen wel wat achter bij het landelijk gemiddelde, maar ook daarvoor heeft Bos een verklaring: “Groningen is een relatief jonge stad met veel studenten, die relatief ook wat minder te besteden hebben.”



GCC en gemeente stellen geld beschikbaar voor digitalisering, coaching en bruisende activiteiten

De Groningen City Club (GCC) en de gemeente Groningen maken zich hard voor ondernemers en zetten in op digitalisering, coaching én bruisende activiteiten in de binnenstad.

De GCC zet komend jaar onder andere flink in op digitalisering van ondernemers. Want, als het gaat om digitalisering dan zijn er volgens voorzitter Eric Bos van de GCC nog steeds veel winkeliers die wel wat hulp en advies kunnen gebruiken. "Veel ondernemers hebben tijdens de pandemie al flinke digitale stappen gezet, maar er zijn ook winkeliers die nog helemaal niet online actief zijn, of die nog de online mogelijkheden nog niet maximaal benutten", weet Bos.

Zo kunnen winkeliers en ondernemers zich onder andere aanmelden voor een traject speciaal voor ondernemers die nog geen webshop hebben, maar dat wel graag zouden willen. Zij worden gedurende enkele maanden begeleid bij het opzetten en vervolgens ook inrichten van een webshop. "In eerste instantie gaat het vooral om het technische gedeelte; aan het einde van het traject ligt de focus op de inrichting van de webshop en hulp en advies op het gebied van foto's, teksten en menustructuren."

Dan zijn er ook nog ondernemers die al een webshop hebben, of al online actief zijn, maar wel behoefte hebben aan een volgende stap, gaat Bos verder. Ook voor deze winkeliers en ondernemers, die dus graag een professionaliseringsslag willen

maken, is er een speciaal traject. "We koppelen ondernemers aan experts uit de markt," vertelt Bos hierover. Er wordt vervolgens een stappenplan op maat gemaakt: waar is behoefte aan, en hoe is dat te realiseren. Ook dit traject duurt enkele maanden.

COACHING

Als gevolg van de coronacrisis zijn er volgens Bos ook veel ondernemers en winkeliers die behoefte hebben aan een bepaalde vorm van coaching van externe partijen. En dan kan het gaan om allerlei vormen van coaching, verduidelijkt hij meteen maar. "Waar de ene ondernemer wellicht in zijn maag zit met een financieel vraagstuk heeft een ander misschien behoefte aan juridisch advies of juist psychologische ondersteuning." Volgens Bos is er geld beschikbaar om deze ondernemers te helpen.

AANTREKKELIJKERE STAD

Om de consument te stimuleren weer volop gebruik te maken van de mogelijkheden op het gebied van shoppen, horeca en cultuur, gaat de GCC ook activiteiten ondersteunen die de stad nog aantrekkelijker kunnen maken. Dan gaat het volgens Bos om activiteiten op straat- of gebiedsniveau. "Straatverenigingen die bijvoorbeeld een leuk feest willen organiseren, kunnen een aanvraag doen voor financiële steun."

De activiteiten en initiatieven worden gesteund met behulp van de gemeente Groningen. Bij de trajecten op het gebied van digitalisering en coaching wordt samenwerkt met externe partijen als de WOO, en ook lokale onderwijs- en kennisinstellingen.



Graffitikunst of groen voor kale en lelijke plekken

De GCC en de gemeente Groningen gaan onderzoeken welke onaantrekkelijke plekken in de binnenstad wel een 'cosmetische impuls' zouden kunnen krijgen. Het gaat dan om groen, zoals geveltuintjes of verticaal 'groen', of juist graffitikunst.

Volgens Erwin Mulder van de GCC bleek uit een eerdere inventarisatie van de gemeente al dat er best wat lelijke stukjes, kale muren of versteende plekken zijn die in aanmerking komen voor een upgrade. "Die plekken zijn op een relatief makkelijke en goedkope manier een stuk aantrekkelijker te maken", zegt hij daarover.

Mulder wijst als voorbeeld op de grote en kale zijmuur van de Hema in de Carolieweg. "Stel je daar verticaal groen voor, of een enorm groot graffitikunstwerk. Dat zou echt een impuls betekenen."

Weet je een muur of plek die wel een opknappbeurt kan gebruiken? Geef het dan door aan de GCC. Overigens kunnen ondernemers bij de GCC ook nog steeds een aanvraag doen voor een gratis geveltuintje.





050&Mode: ook dit jaar weer groots mode-event in Forum Groningen

De nieuwste editie van het mode event 050&Mode staat weer voor de deur. Met 050&Mode wordt, samen met talloze stad-Groningse mode- en fashionwinkels, het startsein gegeven voor het nieuwe modeseizoen.

De exacte datum is nog niet bekend, maar hoogstwaarschijnlijk gaat het om een zaterdag in september. De locatie is, evenals vorig jaar, waarschijnlijk het Forum Groningen.

Op het programma staan modeshows waarin professionele modellen de nieuwste fashiontrends showen, uiteraard in kleding van winkels uit de binnenstad. Daarnaast is er een closetsale, met vintage- en tweedehandskleding. Ook vintagewinkels kunnen meedoen.

Het doel van het event is om Groningen nog eens extra op de kaart te zetten als fashionstad en daarmee de lokale modewinkels een boost te geven.

Om een bezoekje aan de stad tijdens 050&Mode extra aantrekkelijk te maken, roept de GCC modewinkels op om deze dag iets

extra's te organiseren, zoals een hapje en een drankje in de winkel, een kortings- of winactie, een kleine attentie of een modeshow. De GCC benadrukt dat straten vrij zijn een eigen event of modeshow te organiseren, net zoals de Zwanestraat en Oosterstraat eerder al deden.

050&Mode is een jaarlijks terugkerend mode event dat in 2015 van start is gegaan onder de naam 'Nacht van de Mode' en sinds 2017 onder de naam '050&Mode'. Twee jaar geleden ging het event vanwege corona niet door, en vorig jaar werd op het laatste moment besloten om 050&Mode toch door te laten gaan, maar dan gedeeltelijk en coronaproof in het Forum. In slechts een paar weken tijd is het event toen georganiseerd.

AANMELDEN OF MEER INFORMATIE

(Mode)winkels die mee willen doen met 050&Mode kunnen mailen naar info@gronincityclub.nl. Ook als je middels een nieuwsbrief op de hoogte gehouden wilt worden van de ontwikkelingen rondom het event kun je een mailtje sturen. Hou vooral ook de social media van de GCC in de gaten.

Bedrijvenvereniging Grote Markt een feit

De Grote Markt heeft sinds eind januari officieel een eigen 'straatvereniging': de Bedrijvenvereniging Grote Markt. Sil Doeksen, bedrijfsleider bij De Drie Gezusters, is voorzitter: "We willen het leukste plein van de stad worden."

De directe aanleiding voor de oprichting van de vereniging zijn de plannen met de Grote Markt. Omdat de ondernemers graag mee willen praten over de herinrichting en de beperking van overlast werd begin vorig jaar al, in samenwerking met de GCC, het initiatief genomen tot de oprichting van een vereniging. Omdat de coronacrisis vervolgens voor de nodige vertraging zorgde, is de Bedrijvenvereniging Grote Markt pas sinds begin dit jaar officieel een feit.

De ledenteller loopt ondertussen aardig op. Volgens voorzitter Doeksen zijn er nu 43 leden, en dat zijn meteen nagenoeg alle ondernemers aan de Grote Markt. Volgens Doeksen gaat het daarbij niet alleen om horeca maar ook om bijvoorbeeld Vindicat, Maripaan, het EuroCollege en de retail aan het plein zoals Scotch & Soda en Søstrene Grene.

De leden willen ook de handen ineenslaan bij het organiseren van activiteiten en evenementen. Doeksen noemt als voorbeeld de opening van de fietsenstalling onder het Groot Handelshuis, maar ook komende editie van Koningsdag. De uiteindelijke ambitie? "Het mooiste en leukste plein van de stad worden."

BESTUURSLEDEN

De vereniging heeft een zeskoppig bestuur. Behalve voorzitter Sil Doeksen zijn dat Maurijn Westerhof van Werkman (penningmeester) en Niek Strous van het Market Hotel (secretaris). De overige bestuursleden zijn Grietje Stientje van der Veen van Cafetaria Hoek, Bram Stob van Mr. Mofongo en Paul Papo van Maripaan Groep.

De GCC was nauw betrokken bij de oprichting van de bedrijvenvereniging. Het stimuleren van samenwerkingen en ondersteunen bij de oprichting van dergelijke clubs maakt deel uit van het Uitvoeringsprogramma van de GCC.

Fietsenstalling onder oude pand V&D geopend

De fietsenstalling onder het oude pand van de V&D aan de Grote Markt is sinds medio maart open voor het publiek. De stalling heeft een plek in de kelder van het Groot Handelshuis, dat later dit jaar de deuren opent.

Het gaat om een openbare fietsenstalling, met twee voetgangersingangen: één aan de Oude Ebbingestraat en één aan de Stalstraat. De

ingang aan de Oude Ebbingestraat is sinds 14 maart in gebruik, de tweede ingang opent op een later moment. De entree voor fietsers is bereikbaar vanaf de Oude Ebbingestraat.

De fietsenstalling Grote Markt biedt plaats aan ongeveer 1500 fietsen.

BINNENSTAD

GCC wil 'flitsbezorgers' weg uit binnenstad

Boodschappenbezorgdiensten als Gorillas en Flink zijn sinds kort ook actief in de stad Groningen. Ze bezorgen boodschappen aan huis, en claimen dat binnen vijftien minuten na het indienen van de bestelling te doen. De GCC pleit ervoor deze 'flitsbezorgers' niet langer een plek te geven in de binnenstad, maar juist aan de rand van de kernwinkelgebieden. "De fietsen voor de deur zorgen voorlast, en de volgestouwde panden zijn onaantrekkelijk", zegt Eric Bos, voorzitter van de GCC.

In Groningen zijn op dit moment twee boodschappenbezorgdiensten actief. Flink zit in de Oosterstraat, en Gorillas in de Oude Ebbingestraat.

De bedrijven, en dan met name de fietsen voor de deur, zijn veel ondernemers een doorn in het oog. Begrijpelijk, zegt Eric Bos. "Al die fietsen voor de deur is niet alleen ontsierend, maar je brengt er ook anderen mee in gevaar en het oogt ook nog eens niet gastvrij."



En dan is er nog iets wat hem dwars zit: de volgepakte panden. "Ik snap het best hoor, dat die boodschappenbezorgdiensten elke vierkante meter ruimte in zo'n pand willen benutten. Maar van buitenaf is het geen gezicht, al die wanden en ramen waar stellingen voor staan. Het oogt onaantrekkelijk en ongezellig, als een soort blackbox zelfs."

De GCC pleit ervoor de boodschappenbezorgdiensten alleen nog maar een plekje te geven buiten de binnenstad, of aan randen van

de kernwinkelgebieden.

De gemeente Groningen laat in een reactie weten dat momenteel onderzocht wordt op welke manier de negatieve effecten van de flitsbezorgers en afhaal- en bezorgrestaurants kunnen worden aangepakt. Daarnaast ligt er een raadsvoorstel om de APVG aan te passen om op die manier het maximaal aantal geparkeerde voertuigen te beperken. In het voorstel is ook aandacht voor handhaving en communicatie richting ondernemers.

Verdwijnen bussen uit binnenstad biedt kansen voor winkeliers Oosterstraat

Op 16 juli komt er een einde aan een tijdperk: dan rijden de laatste bussen op de Grote Markt in Groningen. Dat betekent dat ook de Oosterstraat, waar bussen nu nog af en aan rijden, dan busvrij zal zijn. Ruim baan dus voor fietsers en voetgangers. En goed nieuws voor de winkeliers van de Oosterstraat, vindt Peter Postma, eigenaar van Catwalk Groningen.

Onder de winkeliers van de Oosterstraat waren de meningen volgens Postma verdeeld over het verdwijnen van de bussen. "De een wilde ze graag houden, de ander zag ze liever vandaag dan morgen weggaan", vertelt hij. De meeste winkeliers zijn wel blij dat het busverkeer weggaat, maar tegelijk hebben langrijdende bussen ook een groot voordeel. "Mensen in de bus kijken naar buiten, zien onze etalages en denken: hee, dat is leuk. Dan val je toch wel op als winkel."

Het liefst hadden de winkeliers een wandelgebied gehad, vertelt Postma. Maar dat gaat niet door: de straat wordt een combinatie van fietsers en bromfietzers. Terrassen worden wel een serieuze optie. "Die waren er nu ook al wel, maar als er honderden bussen per dag langsrijden zit je toch niet zo lekker op een terras", legt Postma uit. "We hopen dat er nu meer voetgangers zullen komen zonder dat ze hinder ondervinden van bussen en taxi's."

Postma verwacht dat de inrichting vergelijkbaar wordt met de Brugstraat, Herestraat en Zwanestraat. De Oosterstraat blijft toegankelijk voor fietsen, anders dan de Herestraat. Postma voorziet bovendien een probleem. "Wat ze nooit in de tekeningen laten zien, zijn alle fietsen die er komen te staan. Sinds fietsen zijn verbannen uit de Poelestraat staan

ze altijd in de Oosterstraat."

Hij verwacht dat dit kan verergeren zodra de bussen weg zijn. "Dan heb je een grote fietsenszee, dat is nu ook al zo in de Brugstraat." Een storende factor voor de straat, denkt hij. "Als de straat smal is en je hebt veel geparkeerde fietsen staan, is er weinig ruimte meer voor een terras. Maar ik begrijp dat ze bezig zijn met de aanbreng van fietsparkeerkelders en we krijgen ook nieuwe bestrating, dat is sowieso mooi."

De winkeliers van de Oosterstraat houden twee keer per jaar een straatfeest met acts en optredens en kramen en braderieën. "We kijken nog hoe we dat in juli vorm zouden kunnen geven om te vieren en promoten dat onze straat dan meer een winkelgebied voor voetgangers is geworden", vertelt Postma.

Vanaf dit voorjaar – de precieze datum is nog niet bekend – staan er in de binnenstad bij wijze van proef drie elektrische ‘deelvoertuigen’. Het gaat om een elektrische fiets, een carver (een driewieler) en een elektrische auto dan wel caddy. De voertuigen mogen gratis gebruikt worden door de bijna twintig winkeliers die sinds de zomer van 2021 actief betrokken zijn bij het project ULaaDS, een project op het gebied van duurzame stadslogistiek.

Eerst maar eens over ULaaDS: dat is 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, waaronder Groningen, per 1 januari 2025 een zero-emissiezone in te stellen. Vanaf dat moment zijn er in de binnenstad geen voertuigen meer welkom die CO₂ uitstoten. Bij ULaaDS

ULaaDS: Proef met gedeelde elektrische voertuigen in binnenstad

staat de vraag centraal hoe deze gemeenten oplossingen kunnen bedenken voor deze uitdaging.

Een van de mogelijke oplossingen waarover met de Groningse ondernemers is gesproken is het delen van elektrische voertuigen. De proef met de elektrische fiets, een carver en een elektrische auto gaat op korte termijn van start in samenwerking met Century Auto-groep. Een jaar lang wordt dan bijgehouden hoe vaak de afzonderlijke voertuigen door de deelnemers gebruikt worden, hoe dat bevalt en natuurlijk ook: of het ‘sharen’ ervan ook leidt tot minder vervoerbewegingen en CO₂ uitstoot. Tijdens de pilot wordt ook onderzocht of een haalbare business case gemaakt kan worden, zodat ook na de pilot een vervolg gegeven

kan worden aan het delen van voertuigen.

Erwin Mulder van de GCC benadrukt dat de vervoersmiddelen in eerste instantie alleen gebruikt zullen worden door de bijna twintig deelnemers. “Maar als in de praktijk blijkt dat er ook voor andere ondernemers nog voldoende ruimte is om de elektrische bakfiets of auto te pakken, dan kijken we daar uiteraard naar.”

Later dit jaar gaat er nog een tweede proef van start met een hub. Dit is een centrale plek waar pakketjes, bestemd voor en afkomstig van binnenstadondernemers, worden verzameld. Deze proef wordt in de loop van het jaar verder uitgewerkt. Het doel moge duidelijk zijn: minder ritjes van pakketbezorgers van en door de binnenstad.

Groninger Ondernemers Academy: gratis kennis voor ondernemers en medewerkers

Meerdere keren per jaar worden er vanuit de Groninger Ondernemers Academy bijeenkomsten georganiseerd speciaal voor ondernemers, filiaalleiders en medewerkers. Ook dit jaar zijn er weer verschillende workshops, masterclasses en cursussen. Deelname is gratis.

Het zal gaan om workshops en bijeenkomsten op het gebied van onder andere digitalisering, marketing en communicatie, (online en sociale) veiligheid, gastvrij ondernemen en digitale vaardigheden van medewerkers.

Hoewel de exacte onderwerpen op dit moment nog worden uitgewerkt en de data op het moment van schrijven nog niet bekend zijn, is al wel duidelijk dat het aanbod enorm gevarieerd zal zijn.

Erwin Mulder van de GCC licht alvast een tipje van de sluier: “Tijdens bijvoorbeeld de ‘inspiratiesessies’ laten we inspirerende onderne-

mers of CEO's aan het woord, terwijl je tijdens bijeenkomsten over ‘Veiligheid’ alles leert over het voorkomen van cybercrime en diefstalpreventie. Ook staan we stil bij de positionering van je bedrijf, waar sta je voor en hoe vertaal je dit naar je winkel en onderzoeken we de mogelijkheid van een verkooptraining voor medewerkers én leidinggevenden.”

Er zullen, evenals in voorgaande jaren, ook hele praktische cursussen georganiseerd worden. “Denk aan een cursus Duits of fotografie voor op de socials. We willen ook graag sessies organiseren speciaal voor een bepaalde straat of gebied, over bijvoorbeeld gebiedsmarketing.”

Vorig jaar gooide de coronacrisis flink wat roet in het eten, waardoor de bijeenkomsten niet fysiek maar online plaatsvonden. Dit jaar zal een groot deel van de geplande events waarschijnlijk wel fysiek plaatsvinden.

TERUGKIJKEN?

Vorig jaar een bijeenkomst of workshop gemist? Op de website van de Groninger Ondernemers Academy zijn de bijeenkomsten van 2021 nog gratis terug te kijken.

www.groningerondernemersacademy.nl

Koningsdag 2022

Op Koningsdag is er als vanouds weer van alles te beleven. Er staan muziekpodia op het Poeleplein, Zuiderdiep, in de Ellebogenbuurt, Vismarkt, Nieuwe Markt, Grote Markt, Stoeldraaiersstraat, Westerhaven en de singels.

Daarnaast is er op de Ossenmarkt een food & music festival te vinden. In de Steentilstraat is een Koningsdag Barbecue.

Het feest barst op Koningsavond al los met (live)muziek en podia bij onder andere Het Pomphuis, De Grote Markt, Vismarkt, Westerhaven en de Ellebogenbuurt.

Rooftop Merckt 'eindelijk' volledig los: nu ook lunch en cocktails

Eind september vorig jaar opende Rooftop Merckt de deuren. Aanvankelijk alleen als restaurant, maar sinds kort kan er ook geluncht worden en kan het publiek er tot in de late uurtjes uur terecht voor cocktails en luxe hapjes. "Eindelijk kunnen we ons volledige concept voeren en worden we niet meer gehinderd door beperkende coronamaatregelen", zo zegt Peter Doornbos, horecamanager van exploitant Maripaan Groep.

Rooftop Merckt zit op de zesde en (zoals de naam als doet vermoeden) ook bovenste verdieping van het pand van Merckt op de hoek van de Poelestraat en de Oosterstraat. In september vorig jaar ging de rooftop open, vele maanden later dan aanvankelijk gepland.

Eenmaal boven wordt de bezoeker, met dank aan de glazen wand rondom, getraakteerd op een prachtig uitzicht over de stad. Kijken naar de sterrenhemel kan ook: het dak is eveneens van glas en kan, net de wanden, helemaal open.

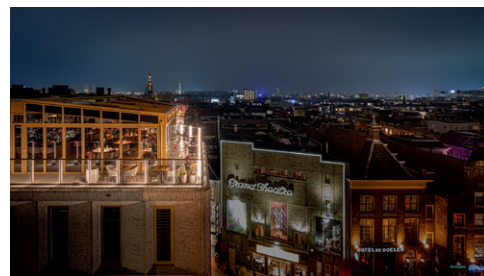
Bij Rooftop Merckt kan het publiek terecht voor fine dining. Eten op niveau dus, uit de keuren van chef-kok Thomas Beekhuis. En dat is niet de minste: Beekhuis, met een passie voor het werken met pure ingrediënten, bereikte de finale van de prestigieuze Bocuse d'Or en werd

eerder al benoemd als de beste jonge kok van Noord-Nederland. Hij verdiende zijn sporen bij onder andere toprestaurants Bisque en De Loohoeve. Dat hij nu ook bij Rooftop Merckt op de goede weg is, blijkt uit de recente opname van het restaurant in de gastronomische gids Gault Millau.

Rooftop Merckt opende de deuren middenin coronatijd. "Frustrerend", blikt Doornbos terug. "We wilden natuurlijk dolgraag steeds een stap vooruit doen, maar vaker was het weer een stap terug." Hij noemt als voorbeeld afgelopen kerstdagen. Het restaurant was van top tot teen in kerstsferen en volgeboekt met gasten die een tien gangen-diner zouden komen nuttigen. "Nog geen week van te voren kregen we te horen dat de horeca opnieuw op slot zou gaan. Een enorme teleurstelling."

Maar nu alle coronamaatregelen van de baan zijn, kunnen Beekhuis en maître Salmineo Aringaneng en hun teams eindelijk volledig los. Zo kan er sinds kort niet alleen gedineerd, maar ook geluncht worden. "We mikken vooral op de zakelijke markt", zegt Doornbos daarover. "Met een twee gangen-lunch sta je binnen een uur tot anderhalf uur weer buiten."

En nadat er onlangs een streep is gehaald door de verplichte sluitingstijden kon het concept van Rooftop Merckt ('eindelijk') verder worden uitgerold: na 23 uur kun je er nu ook terecht



voor cocktails en luxe skyfood als oesters. "We willen met Rooftop Merckt de verwachtingen overtreffen", vat Doornbos de ambities nog maar eens samen.

MERCKT

Wat er op de begane grond en eerste verdiepingen van Merckt komt, was bij het ter perse gaan van deze Cityscoop nog niet bekend. Plannen voor een grote foodhall zijn in ieder geval van de baan, zegt Doornbos. Het is volgens hem wél de bedoeling dat er horeca in komt. "De onderhandelingen zijn nog in volle gang."

Jumbo en La Place eind deze maand open

Het gaat hard in het oude pand van de V&D aan de Grote Markt noordzijde: 30 maart openen Jumbo en La Place de deuren, en later dit jaar gaat dan ook het Groothandels Huis officieel open. De fietsenkelder onder het gebouw is inmiddels al in gebruik.



Het vroegere pand van V&D is afgelopen tijd van top tot teen onderhanden genomen door eigenaar en vastgoedontwikkelaar MWPO. De fietsenstalling in de kelder, met plek voor ruim 1.500 fietsen, was als eerste klaar.

Eind deze maand volgen dan Jumbo en La Place van exploitant Maripaan Groep. La Place is daarmee terug van weggeweest. Vroeger, in de tijd van V&D, zat het buffetrestaurant op de vierde verdieping. De nieuwe La Place opent op de eerste verdieping en is daarmee straks tegelijkertijd de entree van de gebruikers van het Groot Handelshuis. Op de begane grond komt een La Place Express voor to go.

Het Groot Handelshuis komt op de tweede, derde, vierde en vijfde verdieping met kantoren en werkplekken. Op de begane grond opent eind maart een Jumbo. De supermarkt wordt met 1800 vierkante meter de grootste supermarkt van de binnenstad.

Eigenaar Land van Kokanje opgelucht nu restaurant eindelijk weer open mag

Nu vrijwel alle coronamaatregelen verdwenen zijn, slaakt de horecasector in Nederland een diepe zucht. Eindelijk mogen ze weer onbelemmerd open. Ook voor Land van Kokanje waren de afgelopen twee jaar op zijn zachtst gezegd niet eenvoudig.

Twee jaar lang kon het restaurant zelden normaal open. Alle inkomsten vloeiden weg. Voor corona had het restaurant aan de Oude Boteringestraat ongeveer dertig werknemers. Op het dieptepunt van de coronacrisis waren er daar nog drie van over. "Het is een ontzettend zware tijd geweest, zowel financieel als psychisch", vertelt eigenaar Erik Schade.

Waar veel restaurants kunnen floreren in de zomermaanden is Land van Kokanje bijzonder afhankelijk van de periode oktober tot maart. Er komen vooral grote groepen medewerkers van de Rijksuniversiteit Groningen (RUG), de gemeente en de provincie in het restaurant eten, die in de zomer met reces zijn. Maar juist de winter werd de afgelopen twee jaar geteisterd door coronamaatregelen.

Door meerdere lockdowns zag Schade veel werknemers noodgedwongen vertrekken. Sommigen hielp hij zelf aan een nieuwe bijbaan. "Je kan niet van ze verwachten dat ze blijven als je hun salaris nauwelijks kan betalen", stelt de eigenaar. Zelfs zijn bedrijfsleidster gaf er op een gegeven moment de brui aan en liet zich omscholen om fulltime in de zorg te gaan werken.

Schade begreep het volkomen. "Dan kon je weer open, dan weer niet. Die onzekerheid en die onrust, dat vond ik zelf ook het aller, allerzwaarst", verzucht de horeca-ondernemer. "Wat dat psychisch met je doet, en met je hele team, dat had ik nooit verwacht. Of het nou voor de afwasser was of voor de eigenaar, dat maakt helemaal niets uit."

Eindelijk kan hij in zijn zaak rondlopen zonder om mondkapjes of QR-codes te hoeven vragen. Wel heeft Schade nog een personeelstekort. Hij wordt tijdelijk bijgestaan door een paar voormalige werknemers. De ondernemer vertrouwt erop zijn werknemersbestand weer sluitend te krijgen, maar noemt het wel een uitdaging. "Sommigen komen weer terug, maar ik denk dat veel horecazaken de helft van hun krachten definitief zijn verloren."

Van oudsher is hij een rasoptimist, maar toch is er volgens Schade door corona 'zeker weten' blijvend iets in hem veranderd. "Ik geloof dat humor belangrijk is, maar heb het wel echt lastig gehad de afgelopen twee jaar. Dat je toch even een extra wandeling met de hond maakt om tot bedaren te komen. We hebben als wereld ook wel een hoop stront over ons heen gekregen."

Het maakt dat hij wat meer de handrem erop heeft staan. "Er is geen garantie dat er niet weer een nieuwe lockdown kan komen. Bij alle uitgaven denk je dus toch twee keer na. Als er een afwasmachine kapotgaat of je hebt een nieuwe koffiemachine nodig, dan regel je dat normaal gewoon, maar nu vraag je je toch af of het de investering wel waard is."

Om diezelfde reden heeft Schade nog niet geïnvesteerd in de aanschaf van nieuwe stoelen. Toch durft hij wel weer langzaam vooruit te kijken. "We zijn bezig met het openen van een terras aan de achterzijde, ik hoop dat dit lukt voor de zomer. Van die mogelijkheid word ik heel enthousiast!"



Personeel neemt winkel over

“Haastje Repje was anders opgehouden te bestaan”

Dameskledingzaak Haastje Repje heeft sinds 1 februari nieuwe eigenaren: personeelsleden Anne Kloos en Petra Jansen. Een fantastische kans, zeggen de twee. Bovendien, een alternatief was er niet. “Haastje Repje was anders opgehouden te bestaan, dat zou echt doodzonde zijn.”

Op tafel tussen de broeken, naast de kassa en ja, zelfs in de etalage: de winkel in de Gelkingestraat staat vol met grote boeketten bloemen. Gelukwensen van vrienden, familie, leveranciers en klanten. Op de toonbank prijkt een grote gouden haas, een knipoog naar de winkelnaam. Het is een cadeau van de vorige eigenaren, Gerard Hazenberg en Renske Andriesma, die na precies veertig jaar ‘Haastje Repje’ van hun pensioen gaan genieten. “Hoe ze het vinden dat ze nu het stokje hebben overgedragen?” herhaalt Petra de vraag. Blij en trots zijn ze. “Maar ook opgelucht dat de winkel dus blijft bestaan”, voegt Anne toe.

En wéér komen er twee boeketten binnen. Dit keer van een meelevende collega-ondernemer verderop in de straat. “Fantastisch, meiden!” Hij is nog niet weg of een vaste klant komt even gauw haar felicitaties overbrengen. “Het is jullie zo gegund!”

Haastje Repje is, zo mogen we wel stellen, een begrip in Groningen. Al veertig jaar heeft de winkel een plekje in de Gelkingestraat, met de opvallende en bekende grote blauwe haas voor de deur. Een eigenzinnige winkel is het, met een ‘gigantisch breed’ aanbod van verschillende merken, in verschillende stijlen. “Dat is toch wel onze kracht hoor,” zegt Anne. “Want daarmee spreek je niet alleen een brede doelgroep aan, maar kun je ook eindeloos mixen en matchen.”

De vaste klantenkring van Haastje Repje is



groot. En daar plukte de winkel tijdens de coronacrisis en lockdowns flink de vruchten van. “We zijn enorm gesteund”, blikt Petra terug. Veel klanten bleven kopen en online bestellen, ook al was de winkel dicht. Pastassen – met speciaal voor de klant uitgezochte setjes – waren amper aan te slepen. “Of vrouwen die zeiden: ‘doe me maar een truitje extra. Ik wil gewoon dat jullie blijven bestaan’”, vult Anne aan.

Ondanks de pandemie en het feit dat fysieke winkels het sowieso al moeilijk hebben, was er bij zowel Anne als Petra geen enkele twijfel. “Deze stap voelt niet als een risico”, verwoordt Anne. “Maar vooral als een fantastische kans.” Petra: “En wat was het alternatief? Haastje

Repje was anders opgehouden te bestaan, dat zou echt doodzonde zijn. Wij hebben hier altijd al gewerkt alsof het onze eigen winkel is. We kennen de merken, de collecties, de vaste klanten. We stapten op een rijdende trein.”

“Het was al een feestje om in Haastje Repje te werken, maar nu de winkel van ons is, voelt het helemaal als één groot feest”, omschrijft Anne haar nieuwe rol als ondernemster. Voor de klant zal er overigens niks veranderen, willen ze nog even benadrukken. “De formule van Haastje Repje is al veertig jaar een succes. Het team, de merken, de collecties en de sfeer: het blijft allemaal zoals het was.”

Sushirestaurant Imono kan de duurzame tour weer oppakken

“Ik kom eraan hoor”, roept Victor Wu (51), eigenaar van sushirestaurant Imono. Hij is nog druk in gesprek met een leverancier over biologisch afbreekbaar verpakkingsmateriaal. Een paar minuten later groet hij enthousiast. “We mogen weer, hè”, zegt hij, “dus we hebben weer allerlei afspraken gepland met partners en leveranciers.”

Wu is al sinds zijn 26e eigenaar van het sushirestaurant aan de Gelkingestraat. Toen hij het in 1995 overnam van zijn vader was het nog een Chinees-Indisch restaurant, maar Wu besloot er in 2009 een sushirestaurant van te maken; een van de eerste in Groningen. Hij houdt wel van een uitdaging en wat vernieuwing. Dat blijkt ook nu de zaak weer open is na een derde lockdown. Wu heeft allerlei plannen voor de verduurzaming van de zaak. “Tijdens de lockdowns lag daar de focus niet op, maar nu kunnen we het weer gaan oppakken. Ik wil me graag inzetten voor een meer duurzame stad.”

Een moeilijke tijd, zo beschrijft Wu de coronapandemie. “De eerste lockdown van drie maanden was nog te overzien, maar toen we in de tweede lockdown zeven maanden dicht moesten, hebben we het heel zwaar gehad”, zegt de ondernemer. De reserves werden

er doorheen gejaagd en net als vele andere ondernemers zocht hij oplossingen om in elk geval iets aan inkomsten te hebben, zoals het bezorgen van eten. Niet zonder succes overigens. “De bezorging was voor de pandemie een heel klein onderdeel, maar inmiddels vormt het meer dan 40 procent van onze omzet”, licht de ondernemer toe.

DOOR HET DOLLE HEEN

Maar écht open zijn is natuurlijk veel leuker, dus toen Wu tijdens zijn skivakantie hoorde dat de zaak weer open mocht, besloot hij door het dolle heen zijn vakantie eerder af te breken en zo snel mogelijk naar Nederland te komen om de zaak te openen. Woensdag stond hij nog op de latten, vrijdag in een draaiend restaurant. “Sindsdien zit het restaurant weer als vanouds vol”, zegt hij tevreden.

Net voor de pandemie uitbrak had de onderne-

mer zich aangemeld voor het Koploperproject van de gemeente; een project om duurzamer te ondernemen, waar onder andere ook de Maripaan Groep, Basic-Fit en de Albert Heijn aan meedoen. “Veel van die verduurzamingsprojecten zijn tijdens de pandemie op de lange baan geschoven”, legt Wu uit. Maar helemaal stilgezeten heeft hij niet. Zo zijn de dieselscooters van de zaak in de afgelopen jaren ingewisseld voor elektrische scooters.

En ook voor de komende tijd zijn er ambities genoeg. Volgend jaar wil Wu het gasverbruik van de zaak hebben verminderd van 60 procent - naast 40 procent elektra - naar 10 procent. Verder wil hij de keuken verbouwen zodat hij meer energiezuinige apparatuur kan gaan inzetten en wil hij biologisch afbreekbaar materiaal gaan gebruiken voor bijvoorbeeld bestellingen.

Concrete doelen of deadlines heeft hij nog niet. Door de pandemie is hij daar voorzichtig mee. “Eerst maar eens kijken of we de komende tijd stabiel open kunnen blijven” zegt hij. Aan zijn inzet zal het in elk geval niet liggen.



“Eindelijk kunnen we de gasten weer een mooie dag bezorgen”

Het is maandagmiddag, eind februari. De coronamaatregelen zijn nog maar net versoepeld, maar als je het terras van het Goudkantoor oploopt, voelt dat als eeuwen geleden. De zon schijnt, de muziek staat aan en hoewel het kwik niet boven de 10 graden uitkomt, genieten studenten en stadjs her en der van een biertje of lunch op het terras. “Fantastisch toch?” zegt mede-eigenaar Jeff de Bont (51). “We mogen eindelijk weer open zonder restricties en het is meteen weer lekker druk.”

Niet alleen hij, zijn compagnon Gaaijo Miedema en hun team waren ontzettend blij met de heropening van de horeca, ook de gasten waren er weer aan toe, zegt De Bont. “Je merkt het aan alles”, legt hij uit. “Het is langer druk, er is meer bediening nodig, en mensen drinken op maandag aan het begin van de middag al biertjes op het terras.” Al verbaast dat laatste hem eigenlijk niet meer. “Het is wel Groningen hè? Hier kan alles.”

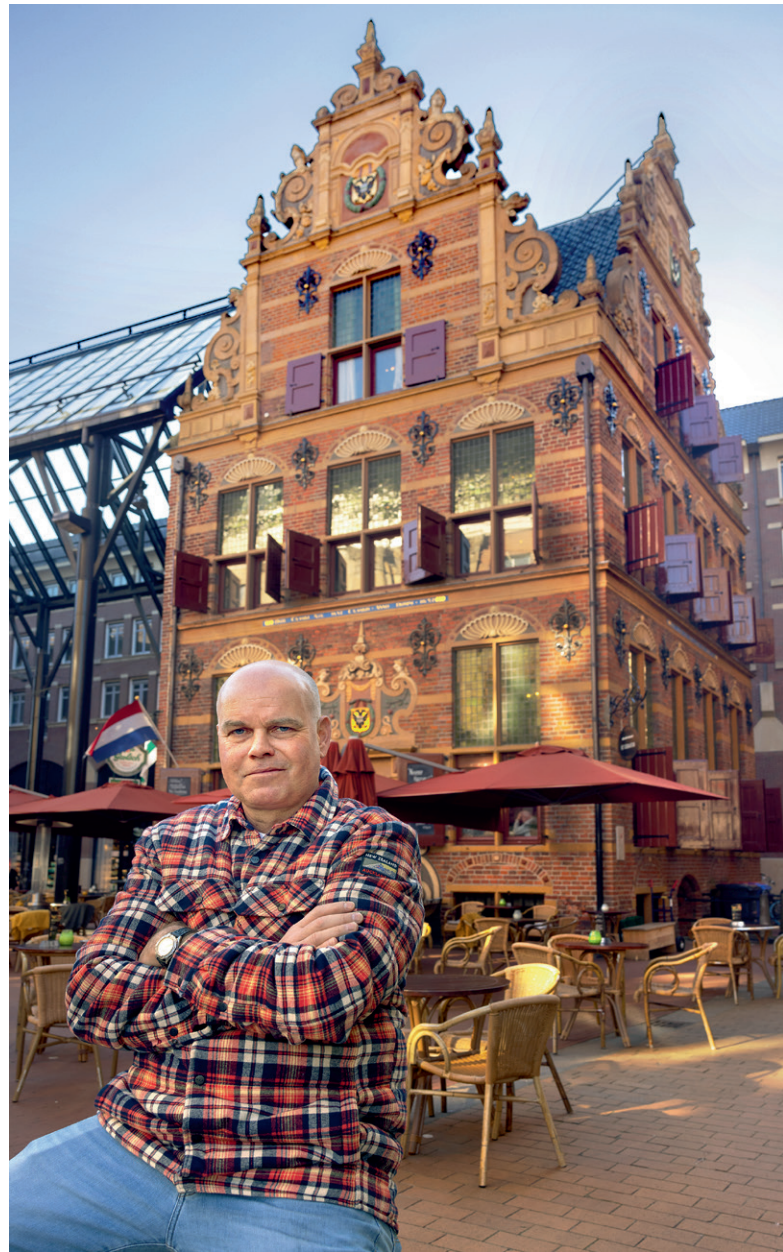
De Bont komt oorspronkelijk uit Brabant en kwam op zijn 23e per toeval naar Groningen. Hij was van plan naar Ibiza te verhuizen, maar zou in Groningen eerst het laagseizoen overbruggen bij café de Nimf, de voorloper van 't Gat van Groningen. Sindsdien is hij nooit meer weggegaan. Na jaren als bedrijfsleider in verschillende nachthorecazaken rond de Grote Markt te hebben gewerkt, is hij nu ruim twee jaar de trotse mede-eigenaar van het Goudkantoor, dat in een van de oudste panden van de binnenstad huist.

Twee gekke jaren welteverstaan, want twee maanden na de overname brak corona uit. “Dat was natuurlijk niet leuk”, zegt De Bont, “maar we zijn geen moment in paniek geweest.” De mannen hadden genoeg reserves en konden mede dankzij de overheidssteun hun personeel behouden. En nu kunnen ze dus weer los, eindelijk.

EEN BRUISEND STADSCAFÉ VOOR JONG EN OUD

Een bruisend stadscfé, dat is wat Het Goudkantoor wil zijn, legt De Bont uit. Waar de zaak voorheen vooral een restaurant was en een wat ouder publiek trok, zijn de eigenaren de afgelopen jaren een nieuwe weg ingeslagen om ook een jonger publiek te trekken. “We draaien andere muziek, we hebben een ruimer assortiment aan speciaalbieren en we hebben de kaart veranderd. We bieden nu ook wat meer plategerechten aan, voor een snelle hap op het terras”, ligt De Bont toe. En dat werkt, want de zaak trekt sindsdien - naast de vele toeristen - ook veel jongelui.

Maar daar blijft het niet bij. Voor het aankomende zomerseizoen zitten de eigenaren nog vol plannen. Zo willen ze deze zomer ook een cocktailkaart introduceren, met onder meer een frisse Aperol Spritz, een klassieke Gin & Tonic en een Polish Hangover, met vodka en appelsap. “En we hebben een extra frituurpan aangeschaft”, zegt De Bont. “Want toen we afgelopen zomer weer open mochten, kon de keuken op een gegeven



moment de vraag naar borrelhapjes niet meer aan.” Die borrelaars kunnen bovendien op den duur genieten van een nieuw terras, want zodra de Grote Markt is aangepakt volgens het plan van de gemeente, wil De Bont ook zijn terras aanpakken, met onder andere “parasols, heaters en gezellige verlichting”.

Maar eerst alles maar weer eens op de rit krijgen, zo kort na de versoepelingen. En dan de zomer tegemoet, met avonden eindeloos borrelen op het terras. Zonder QR-codes. “Zodat we de gast weer een mooie dag kunnen bezorgen”, zegt De Bont: “Want dat is uiteindelijk hoe je horeca wil zijn.”

Klup de Dag in de Oosterstraat

"Er is nog genoeg te doen!"

Vorig jaar in de nazomer opende streetwearwinkel KLUP DE DAG de deuren aan de Oosterstraat. De kledingwinkel is overgekomen uit Leeuwarden en spreekt vooral de 'young minded' aan. "We bieden een sportief en stoer merkenpakket aan dat hier nog niet verkocht werd," vertelt Rick Klap (31), een van de oprichters. "En daarmee vullen we toch een bepaalde leegte op."

De vestiging in Leeuwarden opende in 2019, en dus weten Rick Klap en medeoprichter Ivo van Baal (33) haast niet beter dan onderne-

men in coronatijd. "Wij wilden een winkel die een beetje zou aanvoelen als een buurthuis", vertelt Rick over de fysieke winkel. "Een

winkel waar je lekker tussen de kleding kunt snuffelen en een outfit kunt passen met een bakje koffie in je hand. We wilden live contact met de klant."

Maar door de coronamaatregelen kon dat niet altijd. "Door de lockdowns hebben we ons al vroeg moeten focussen op een goede webshop. Die had eerst totaal geen prioriteit, maar door corona ontkwamen we er niet aan daar hard mee aan de slag te gaan", blikt Rick terug. De 'online vestiging' opende in het voorjaar van 2020 de deuren. "We hadden al veel informatie verzameld en toen hebben we Ivo een maand opgesloten in zijn huis zodat hij bezig kon met de webshop", lacht Rick. "En laten we wel weten, die is daardoor echt supermooi geworden."

Hoewel er nu geen sprake meer is van gedwongen winkelsluitingen, blijft de focus op de webwinkel. "Ivo heeft er zoveel tijd in zitten, het zou echt zonde zijn om nu veel minder met de webshop te gaan doen. En verder werken we komende tijd natuurlijk aan het op de kaart zetten van onze fysieke winkel. We worden nog elke dag ontdekt door mensen die ons nog niet kennen, dus er is nog genoeg te doen!"



Eetwinkel Koeskas: zin in de zomer!

Waar de Carolieweg met de Oosterstraat kruist, zit sinds kort eetwinkel Koeskas. Jolanda Mein (44) en Vincent Rengers (44), die we kennen van toen ze nog eigenaren waren van eetcafé Roezemoes aan het Gedempte Zuiderdiep, hebben sinds 30 november een eetwinkel waar je belegde broodjes, lekkernijen, streekproducten en zelf samen te stellen maaltijden kunt halen.

"We zijn begonnen met het idee voor een winkel waar je eten kunt afhalen en eventueel ook kan eten, maar zonder actieve bediening", vertelt Jolanda. "Eten laten bezorgen zou iets voor later zijn."

Maar door de lockdowns moesten ze hun plannen wijzigen en zijn ze zich noodgedwongen gaan focussen op thuisbezorging in plaats van op afhaal. "Gelukkig leende het eten zich al

voor een fietsritje met -10, want met afhaal moet het eten natuurlijk ook nog vervoerd worden." En dus verkopen ze veel stamp- en stoofpotten, "dat blijft gewoon lekker en warm en werd ook nog niet echt aangeboden in de stad."

Momenteel kan er weer volop worden afgehaald en daar hebben de twee zin in. Jolanda: "Juist de omgang met mensen en het sociale aspect van een eetgelegenheid trekt me aan." Ze zijn daarom blij dat er een hotel aan de overkant van de straat komt, ze in de zomer een terras krijgen en er dan ook geen bussen meer door de straat rijden door de herinrichting van de binnenstad. "We gaan zien wel hoe het allemaal gaat lopen," zegt Jolanda nuchter.

In de tussentijd werkt het stel samen met het naburige Keldercafé. "Onze menukaart ligt er

en mensen kunnen er avondeten en borrelhapjes bestellen die wij vervolgens maken. Een fijne samenwerking voor beide partijen dus!"



Natuurwijnzaak *Vin Natuur* kent een succesvol debuutjaar

“Zonder corona was deze zaak er niet geweest”



De kans is groot dat natuurwijnzaak Vin Natuur aan de Oude Kijk in 't Jatstraat er niet was geweest als er geen coronapandemie was uitgebroken. Tot begin 2020 woonde eigenaar Vincent Steinmetz namelijk nog in Madrid. Maar toen hij in maart van dat jaar in Groningen was om zijn vakantie te vieren, sloeg corona toe en zat hij vast in Nederland. Na een paar maanden besloot hij permanent te blijven om een einde te maken aan alle onzekerheid.

Die keuze betekende ook dat Vincent Steinmetz weer op nul moest beginnen. Hij dacht al gauw aan natuurwijn, dat hij misschien online wilde gaan verkopen. Tot hij op een dag plotse-ling een 'heel mooi oud pand' bij de Noorderhaven zag dat te huur was. "Ik dacht nog: dat gaat nooit werken, veel te duur. Maar na enig overleg met de verhuurder heb ik het contract gewoon getekend."

Het werd de locatie van Vin Natuur, vernoemd naar de voornaam van de kersverse eigenaar en oprichter, met een knipoog naar het Franse woord voor wijn. Op 17 november 2020 was de handtekening gezet, op 5 december ging de zaak open. "Precies op tijd, want december is dé maand voor wijn", vertelt Steinmetz lachend. Veel hoefde er niet te gebeuren aan het pand met een kenmerkende wand van rustieke bakstenen en een grote binnenruimte. "Ik heb alleen de vloer gedaan en wat stellingkasten neergezet. Ik wilde zo basic mogelijk beginnen en kon altijd nog uitbouwen qua uitstraling en professionaliteit", zegt Steinmetz.

De zaken zijn sindsdien uitstekend gegaan. Steinmetz had de mazzel dat zijn zaak niet dicht hoefde tijdens de lockdowns omdat zijn winkel onder de noemer 'essentieel' werd geschaard. "Ik vond dat zelf ook discutabel, maar was er uiteraard blij mee", lacht de tevreden ondernemer. Dankzij de hulp van een creatief bureau dat een logo, een hernieuwde website en duidelijke raambestickering ontwierp, is het pand nu bovendien nog zichtbaarder vanaf de straat.

Natuurlijk is er altijd verbetering mogelijk en heeft de ondernemer de nodige ambities. "Ik zou op korte termijn een wijnbar in de winkel willen openen. De winkel was een goede manier om te ontdekken of er in Groningen animo is voor natuurwijn, een bar maakt het nog laagdrempeliger om het gewoon eens te proberen in plaats van gelijk een hele fles te kopen", legt Steinmetz uit.

Als de bar er komt, gaat Steinmetz er mede dankzij eerdere ervaring in de horeca zeker weten zelf achter staan. "Ik vind het contact met gasten altijd leuk en heb er een bepaald beeld bij hoe ik dat zou willen als gastheer, wat voor energie je met je meebrengt." Het openen van een horecagedeelte is natuurlijk wel spannend, mocht er weer een hardnekkige coronavariant komen. Maar als de bar er komt, dan blijft de eenvoudige en minimalistische stijl van de zaak intact. "Goede wijn, leuke mensen die er werken en een persoonlijke touch, veel meer heb je naar mijn mening niet nodig", zegt Steinmetz enthousiast.

Victor de Jonge van Marquant: Door corona 2.000 kilometer in de benen

Nu de coronapandemie toch echt over zijn hoogtepunt lijkt, ziet Victor de Jonge van herenkleidingzaak Marquant in de Oude Boteringestraat het komende jaar vol vertrouwen tegemoet.

Ondanks de pandemie en bijbehorende lockdowns heeft Marquant vorig jaar toch nog een prima jaar gedraaid, blikt Victor terug. "Je moet realistisch blijven, want natuurlijk had het beter gekund. Maar: relatief gezien was 2021 inderdaad een prima jaar. Gelukkig."

Volgens Victor was dat voor een groot deel te danken aan de grote en vooral royale klantenkring van Marquant. Want lockdown of niet: ze bleven kopen. "Ik heb tijdens de lockdowns zo'n 2.000 kilometer gefietst om alle bestellingen bij mijn klanten af te leveren", illustreert de ondernemer. Wat ook scheelde is dat hij vooral zelf in de winkel stond, en geen vast personeel in dienst had. "Dat heeft me heel erg in de kosten gescheeld." Maar ook minder voorinkopen, 'nog meer' sturen op cijfers en waar mogelijk bezuinigen op de kosten scheelden een hoop, voegt de ondernemer toe.

Nog een geluk: Marquant zit niet met enorme onverkochte voorraden. Sterker nog, de winkel hangt alweer vol met de nieuwste zomercollecties van topmerken als Gant, Diesel, Kuyichi en Replay. "En wat nog mooier is: de reacties zijn heel positief. Gisteren nog kwam er een student binnen die hier nog nooit was geweest. 'Wat een toffe collectie!', zei hij. Daar word ik nou blij van, en dat is ook waar ik het voor doe: ik wil mensen blij maken met mooie dingen."

ONLINE

Veel concurrentie van internet? "Als ik naar afgelopen twee jaar kijk dan denk ik dat vooral de klanten tussen de 20 en 30 jaar meer online zijn gaan kopen. De 30-plussers komen toch het liefst gewoon naar de winkel. Logisch ook, want een goed zittende jeans koop je niet vanaf een plaatje. Die moet je passen en voelen." Toch is Victor zich tijdens de pandemie wel meer gaan richten op online verkoop, maar dan vooral via de socials Facebook en Instagram. Een webshop heeft Marquant ook, maar dat

is toch vooral een soort 'servicekanaal', zoals Victor het omschrijft.

'Corona' heeft hem wel veranderd, zegt hij nu. "Ik wil me niet meer overal druk om maken", omschrijft de ondernemer. "Ik ben in bepaalde opzichten wel rustiger geworden. Ik wil gewoon mijn ding doen, lekker ondernemen en klanten aan een mooie outfit helpen." En ja, dat sommige mensen dan blijven denken dat winkeliers veel overheidssteun hebben ontvangen: Victor laat het maar los. "Hoe vaak

ik dat niet gehoord heb: je bent ondernemer, dus je hebt toch steun gehad van het Rijk? Ja, ik ben gecompenseerd in de vaste lasten, de TVL (Tegemoetkoming Vaste Lasten), en ik heb ook NOW gehad. Maar dat is allemaal compensatie en bovendien moet ik de NOW helemaal terugbetalen, en de TVL voor een deel. Dat is prima hoor, want dat betekent ook dat ik nog omzet heb gedraaid, maar steun? Nee. Een maand nauwelijks iets verkopen betekent voor een winkelier ook een maand amper inkomen. Dat vergeten mensen nog wel eens."

