

## Gianni Versace Weken groot succes



Honderden ondernemers in de binnenstad, én daarbuiten, haakten recent aan bij de Gianni Versace Weken. Zo werd de gratis Gianni Versace-stadswandeling massaal uitgedeeld aan bezoekers en klanten en aan de oproep om mee te doen aan de speciale Etalagewedstrijd werd door meer dan 200 winkeliers gehoor gegeven. Verderop in deze Cityscoop meer over de succesvolle Gianni Versace Weken én een interview met de ondernemer met de mooiste etalage van de stad.

### O.A. VERDER IN DIT NUMMER:

■ De toekomst van de binnenstad **PAG. 2**

■ De groene binnenstad **PAG. 3**

■ Inspiratiereizen **PAG. 4**

■ Grote Markt in de race

voor prijs **PAG. 5**

■ Dudok aan het Diep **PAG. 6**

■ Baloe bestaat 40 jaar **PAG. 7**

■ Update UlaaDS **PAG. 9**

■ Terugblik Gianni Versace Weken **PAG. 10 EN 11**

■ Leerlingen op 'bliksemstage' **PAG. 16**

■ Het geheim van een goede etalage **PAG. 17**

■ Groningen Werkt Slim **PAG. 18**

# De toekomst van de binnenstad van Groningen

In 2018 schreef Platform 31, kennis- en netwerkorganisatie voor Stad en Regio in Nederland, over de staat van binnensteden op dat moment. Steden maken voor de aanpassing van hun beleid vaak gebruik van de informatie van het Platform, omdat het platform laat zien wat de meerjarige trends en ontwikkelingen zijn waar niet aan te ontkomen is.

De vraag naar klassiek winkelen nam sinds 2008 af door de opkomst van online winkelen en demografische veranderingen. We zijn nu 5 jaar verder en we zien dat vergrijzing, een toename van het aantal huishoudens, meer focus op beleving en het in elkaar schuiven van de online en offline, impact hebben op de nieuwe binnenstad van Groningen. De toekomst van onze binnenstad staat volop in de belangstelling en dat is terecht, omdat deze economisch en maatschappelijk van groot belang is voor miljoenen bezoekers en vele duizenden medewerkers in retail, horeca, cultuur, kennis en de dienstensector. Ook werd toen al gesproken over trends die grote invloed zouden hebben op de toekomst van onze binnenstad. Anders samenleven, anders produceren, anders consumeren, anders investeren en anders vervoeren. Wat is actueler dan dit laatste in onze binnenstad met de nieuwe venstertijden?

Bij de aanbevelingen van toen wil ik graag stilstaan, omdat wij daar in Groningen op onderdelen goed mee bezig zijn. Je ziet dat sinds enige jaren de ontwikkeling naar een vitale binnenstad breed omarmd wordt door partijen. Deze ontwikkeling wordt ook wel de binnenstad van 'place to buy' naar 'place to be' genoemd. Daarnaast vereist de opkomst van nieuwe technologieën en nieuwe duurzaamheidseisen een andere manier van omgaan met onze binnenstad.

Het Platform noemde beleidsrichtingen die van belang zouden zijn bij de keuzes welke gezamenlijk (gemeente en samenwerkingspartners) zouden moeten worden gemaakt. De belang-



rijkste hiervan zijn het stimuleren van circulaire economie, functiemenging in een compacte binnenstad en een optimale samenwerking met alle belanghebbenden. Daarnaast is invulling van de openbare ruimte een onderscheidende factor. Op deze onderdelen scoort Groningen heel goed, denk hierbij aan de ontwikkelingen aan de Nieuwe Markt en de huidige aanpak van de Grote Markt als huiskamer van de stad.

Functiemenging houdt in dat het combineren van functies de aantrekkelijkheid van onze binnenstad voor de verschillende doelgroepen versterkt. Een mooi voorbeeld hiervan is het oude V&D pand. Acquisitie van bedrijven en ondernemers die een mooie toevoeging kunnen zijn voor de binnenstad en het toevoegen van nieuwe brede functies, zoals wonen, onderwijs, werk, cultuur en zorg. Voor dit laatste is de juiste samenwerking met belanghebbenden van het grootste belang.

In Groningen hebben we verschillende vormen van binnenstadsamenwerking waar ook de GCC en de KHN deel van uitmaken. De gemeente heeft hierin de regierol maar een succesvolle binnenstadsamenwerking betekent vaak schaken op diverse borden. Daar waar hiervoor bij de gemeente vele medewerkers beschikbaar zijn is het de kunst om vanuit ondernemers die elke dag bezig zijn met ondernemen, de juiste koers te kiezen en samen met de gemeente onderscheidende keuzes te maken om tastbare resultaten te boeken. De beste binnenstad maak je samen! Uiteindelijk zorgen we er samen voor dat er 'niets boven de binnenstad van Groningen gaat!'

Eric Bos

## DAGELIJKS BESTUUR

### 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  
algemeenbezaken@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

#### 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 / Leanne de Munnik,  
Marieke Bos, Moniek Smit,  
Lydwine Huizinga, Hans de Preter  
(050-3188448 / info@gic.nl)

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

ADVERTENTIES: Telemissie Bettie van Veen  
(06-38717650)

# Langzaam maar zeker kleurt de binnenstad steeds groener

Wie de afgelopen jaren heeft opgelet, kan het niet ontgaan zijn dat de binnenstad langzaam maar zeker steeds groener kleurt. Naast de bomen die al geplant zijn bij bijvoorbeeld de Kat-tenbrug en het Minervaplein, komen er onder andere ook bomen op de Grote Markt, in de Rode Weeshuisstraat en bij Dudok aan het Diep. Bovendien dragen ook ondernemers hun steentje bij: steeds meer ondernemers laten 'gevelgroen' bij hun winkel planten, en dat groeit boven verwachting goed.

Sinds 2010 is het voor inwoners van Groningen al mogelijk een gratis geveltuintje aan te vragen bij de gemeente. Er komt iemand langs om voor je huis of pand wat tegels weg te halen en er groen voor in de plaats te zetten. Vanaf 2018 is dat ook voor ondernemers mogelijk, onder andere op initiatief van enthousiaste ondernemers uit de Oosterstraat. De gemeente en de Groningen City Club (GCC) trekken samen op als het gaat om het promoten en mogelijk maken van dat gratis groen voor ondernemers. Omdat een tuintje voor een etalage voor on-

dernemers niet heel aantrekkelijk is, gaat het voor hen niet om een tuintje, maar om 'gevelgroen', ofwel een klimplant aan je pand.

En dat is populair. Inmiddels hebben zo'n 75 ondernemers in de binnenstad van de optie gebruik gemaakt, schat gemeentelijk coördinator groenparticipatie Laurens Stiekema in. "Vooral de afgelopen twee jaar gaat het hard. Mensen worden zich steeds bewuster van het hitteprobleem in de stad", ziet hij. "En bovendien: groen zien doet groen maken; het werkt ook aanstekelijk."

## VERKOELEND GROEN

Naast het reduceren van hitte in de stad, zorgt groen ook voor een rijke biodiversiteit, dempt het geluidshinder en zorgt het voor extra schaduwplekken in de stad. Stiekema: "Bovendien doet het gevelgroen het goed, vergt het weinig onderhoud en ziet het er aantrekkelijk uit."

Redenen te over dus, om gratis gevelgroen of een gratis geveltuintje aan te vragen bij de gemeente. En dat kan nog steeds. Voorwaarde voor het kosteloos laten aanleggen van gevelgroen is dat de ondernemer het zelf



onderhoudt. Af en toe snoeien dus, en zorgen dat het een beetje binnen de perken blijft. "Het is niet veel werk, maar het moet af en toe wel even gebeuren", zegt Pier Tjepkema, duurzaamheidscoördinator van de GCC. Hij moedigt ondernemers van harte aan zich aan te melden voor gevelgroen. "De uitspraak 'tegels eruit, groen erin', klinkt misschien wat afgezaagd, maar hij is actueler dan ooit, want het wordt steeds warmer in de stad."

De gemeente en de GCC trekken samen op en stellen samen het budget beschikbaar voor het aanleggen van het gevelgroen. Ondernemers die interesse hebben kunnen een mail sturen naar [info@groningencityclub.nl](mailto:info@groningencityclub.nl).



Laurens Stiekema

Fotografie: Jan Buwalda

## Gevelgroen wordt eenmalig gesnoeid

De Groningen City Club (GCC) en de gemeente laten dit voorjaar eenmalig het gevelgroen in de binnenstad snoeien. Dit omdat het groen op sommige plekken te hard is gegroeid. Het groeit op een aantal plekken voor beveiligingscamera's of bovenop daken. Het gaat om een eenmalige actie, omdat het normaal gesproken de taak van ondernemers is om het gevelgroen te onderhouden.

# 050&Mode 2023 in teken van Rock&Roll

Hoewel het nog ver weg lijkt, zijn de voorbereidingen voor de aankomende editie van 050&Mode weer begonnen. De eerste creatieve inspiratiesessie in het Groninger Museum zit er alweer op, waar ondernemers onder het genot van een hapje en drankje konden meedenken over ideeën voor het evenement. Ook werd het thema voor de aankomende editie bekend gemaakt: Rock&Roll.

"Met Rock&Roll kun je alle kanten op", licht Fred de Bruin van de Groningen City Club (GCC) toe. "Van de Best Geklede Groninger tot acties in winkels, alles zou op een leuke manier aangehaakt kunnen worden bij dit thema." Deelnemers aan de inspiratiesessie op 5 april waren volgens De Bruin dan ook ontzettend enthousiast om mee te denken over het evenement. De bedachte ideeën worden door de organisatoren van het evenement meegenomen in de voorbereidingen.

Het thema van 050&Mode 2023 sluit aan bij de expositie The Rolling Stones - Unzipped, die deze zomer en dit najaar in het Groninger museum te bewonderen is. Afgelopen jaar had het evenement het thema Be Who You Wanna Be.

## THE ROLLING STONES - UNZIPPED

The Rolling Stones - Unzipped is de eerste internationale tentoonstelling ooit over de wereldberoemde rockband. Na Londen, de Verenigde Staten en Azië gaat de expositie in vernieuwde vorm door Europa toeren. Op 30 juni 2023 keert de tentoonstelling terug naar Groningen. Aan de hand van ruim 400 originele objecten uit het persoonlijke archief van de band, geeft de tentoonstelling een kijkje achter de schermen. Zo zijn er niet alleen instrumenten, maar onder andere ook videomateriaal, persoonlijke dagboeken en kostuums te zien tijdens de expositie.

050&Mode wordt georganiseerd door de Groningen City Club in samenwerking met het Groninger Museum, Alfa-college, Studio Plakband en Let's Create Productions. In de loop van het voorjaar zal er meer bekend worden over de concrete invulling van de aankomende editie.



# Ga mee op inspiratiereis naar Arnhem & The Mall of The Netherlands

De Groningen City Club (GCC) organiseert voor ondernemers en relaties een paar keer per jaar inspiratiereizen naar Nederlandse of buitenlandse steden. Stond er vorig jaar nog een trip naar Bremen op het programma, dit voorjaar nodigt de GCC ondernemers uit om mee te gaan op reis naar Arnhem, op 5 juni. Later dit jaar, op 9 oktober, staat er dan een inspiratiereis naar The Mall of the Netherlands in Leidschendam op de agenda.

De Inspiratiereizen van de GCC zijn al jarenlang vaste prik. Gemiddeld twee keer per jaar reist een delegatie GCC-ers, ondernemers en relaties van de GCC af naar een stad om inspiratie

en kennis op te doen. Recent kreeg Bremen dus nog tientallen Groningers over de vloer en eerder waren er al trips naar onder andere Breda, Utrecht, Eindhoven, Leidsche Rijn en Münster.

Dit voorjaar staat er een trip gepland naar Arnhem, waar onder meer een bezoek aan de 'Future Store' op het programma staat. Hier



kunnen producenten, merken, ondernemers, overheden en onderwijs in een 'real life' omgeving kennismaken met de nieuwste digitale mogelijkheden.

De GCC heeft daarnaast het plan opgevat om komend najaar een bezoek te brengen aan The Mall of The Netherlands. Dit megawinkelcentrum, dat in maart 2021 officieel de deuren opende, bestaat behalve uit een groot aantal winkels, uit horeca, een fresh market, een bioscoop, een bowlingbaan, een gamehal, het Instagram-museum Youseum en voor de kleintjes de binnenspeeltuin van Peppa Pig. "We zijn nieuwsgierig wat het effect is van zo'n megawinkelcentrum op de omliggende binnensteden, maar ook: wat zijn de risico's en uitdagingen en welke lessen zijn er uit het eerste jaar te trekken?"

Meer informatie of aanmelden? Stuur dan een mail naar [info@groningencityclub.nl](mailto:info@groningencityclub.nl).



# Wordt de aanpak van de Grote Markt het 'Binnenstadsproject van het jaar'?

Het zou zomaar kunnen dat het project voor de aanpak van de Grote Markt in Groningen dit jaar de landelijke award wint voor 'Binnenstadsproject van het jaar'. Niet alleen omdat het project uniek, groen en innovatief is, maar vooral vanwege de samenwerking met ondernemers en andere partijen binnen het project.

Groningen doet mee aan een verkiezing van Platform Binnenstadsmanagement, een landelijke organisatie op het gebied van binnenstedelijke programma's en retail. Iedere drie jaar

reikt de organisatie een award uit voor 'Meest Inspirerende Binnenstad van Nederland'. Die award zal in 2025 weer worden uitgereikt. In de jaren ertussen reikt de organisatie jaarlijks drie awards uit aan toonaangevende en inspirerende projecten die bijdragen aan de toekomstbestendigheid en vitaliteit van een binnenstad. Steden konden dit jaar projecten insturen binnen drie thema's: Bereikbaar & Toegankelijk, Samenwerking en Leefbaar & Sociaal.

## SAMENWERKEN MET ONDERNEMERS

De gemeente Groningen koos in samenspraak met de Groningen City Club (GCC) om de aanpak van de Grote Markt in te sturen voor het thema Samenwerking. "In de vormgeving van de aanpak voor het plein hebben we intensief samengewerkt met ondernemers en veel andere stakeholders", legt Paul van den Bosch uit, programmamanager bij de gemeente. "Er hebben heel veel gesprekken met de omgeving plaatsgevonden en die waren ook af en toe heel scherp en best wel spannend, maar uiteindelijk hebben we met wat geven en nemen een plan neergezet waar de Grote Markt, die toch de huiskamer van de binnenstad is, echt een stuk mooier van gaat worden. Bovendien hebben we van de ondernemersvereniging Grote

Markt teruggekregen dat ze tevreden zijn over hoe het proces verlopen is, dus dit leek ons een mooi project om in te dienen."

Of Groningen de award daadwerkelijk gaat winnen, is nog even afwachten. Er zijn tien concurrerende projecten van andere steden. Naast het indienen van allerlei statements van verschillende partijen over het project, heeft Van den Bosch het project begin maart ook toegelicht voor de jury in Utrecht. "Het is natuurlijk afwachten wat de jury oordeelt, maar ik denk dat we goed hebben kunnen toelichten wat we hebben gedaan en hoe, en dat leidde tot enthousiaste reacties." Op 20 april wordt de winnaar bekend gemaakt. Dat geldt ook voor de twee andere categorieën, waar in totaal ook nog achttien projecten voor zijn ingediend.

## OP NAAR DE MEEST INSPIRERENDE BINNENSTAD

Over twee jaar hoopt Groningen ook mee te doen aan de verkiezing voor de meest inspirerende binnenstad van Nederland. "Het project voor de Grote Markt is een mooi opstapje richting de titel Meest Inspirerende Binnenstad", zegt Van den Bosch. De laatste keer dat Groningen die verkiezing won - toen nog met als titel de Beste Grote Binnenstad - was in 2005.



## Dudok aan het Diep:

# Volgend jaar al een nieuw park met horecazaak aan de Groningse grachten

Als alles volgens plan verloopt is Dudok aan het Diep in de zomer van 2024 een feit. Groningers kunnen dan op warme zomerdagen met de voetjes in het water relaxen op de vlonder, flaneren tussen het nieuwe groen of een koud biertje drinken op het terras. En ook over de donkere en druilerige winteravonden is nagedacht: bij de nieuwe horecagelegenheid Van Deeg Vandaag is er naast een kop koffie onder meer ruimte voor bakcursussen.

"Het is nu vooral steen wat de klok slaat, wat erg warm wordt in de zomer. De weg wordt versmald en door de vergroening wordt het klimaat een stuk aangenamer", zegt Elzo Dijkhuis, gemeentelijk projectmanager voor de herinrichting van Dudok aan het Diep. Niet alleen het klimaat, maar ook de leefbaarheid krijgt een boost. "Aan een achterafgebied met een rommelige aanblik zoals de uitstraling nu is heb je niets."

Het contrast met de huidige situatie kan niet groter. "Mensen kunnen vanaf de vlonder aan het water straks echt genieten van de stad. Of een bezoekje brengen aan Van Deeg Vandaag van de gebroeders Riemer. Dit is ook voor de omliggende horeca prettig. De verwachting is dat de aanloop daar ook groeit. Bijvoorbeeld door even een pizza te bestellen en op de kade op te eten."

Wie in Groningen de naam Riemer hoort denkt al gauw aan boeken. "Er wordt weleens gezegd dat wij als boekenbroers de nieuwe horecagelegenheid gaan exploiteren," zegt Harmen Riemer, mede-eigenaar van boekhandel Riemer en Koffiestation. Maar dat is volgens Riemer wat kort door de bocht. "Van Deeg Vandaag is ontstaan vanuit Koffiestation, een koffiebranderij die Douwe Stelpstra en Emiel Driesten 10 jaar geleden hebben opgericht vanuit de behoefte om vers gebrande koffie aan te bieden in Groningen. Mijn broer Gert Jan en ik zijn 2 jaar geleden bij dit bedrijf ingestapt. Als eerste grote project hebben we een koffiezaak in de Oude Kijk in het Jatstraat geopend."



De gebroeders Harmen en Gert-Jan Riemer.

"Toen we Koffiebar begonnen, konden we niet een bakkerij vinden die de kwaliteit leverde die wij wilden én gebruik maakte van eerlijke producten," zegt Riemer. "Tot we in contact kwamen met Annet Hessels. Zij liet zich omscholen van orthopedagoog naar bakker en heeft dezelfde kijk op lokale, eerlijke en kwalitatief goede producten als wij."

Die producten gaan nu ook een centrale rol spelen binnen Van Deeg Vandaag. "Annet maakt sinds vorig jaar deel uit van onze coöperatie en is nu samen met mede-bakker Charlotte Lindenberg bezig met een opleiding. Ze reizen door heel Nederland om te kijken hoe andere bakkers te werk gaan, zodat we straks kwaliteit kunnen bieden. Deense kaneelbroodjes, desembroden en -pizza's, borrelplanken met focaccia. We willen het allemaal zo duurzaam mogelijk produceren."

Volgens Riemer biedt de luxepositie waarin ze zitten extra ruimte voor dit soort voorbereidingen. "Normaal huur je als ondernemer een pand dat je zelf naar een hoger niveau moet tillen, maar in dit geval houdt de gemeente zich bezig met de restauratie van het monumentale pand. Dit geeft ons de ruimte om ons concept goed neer te zetten."

Gezien de ambitieuze plannen lijkt dat niet overbodig. "Er gaat veel gebeuren op weinig vierkante meters, maar die uitdaging gaan we volle bak aan", vertelt Riemer. "In de ochtenden zal de focus liggen op de bakkersfunctie, maar in de avonden komen er ook bakcursussen. Met koud weer zetten we in op warme dranken, maar als de temperaturen stijgen moeten we kunnen switchen naar koude dranken en krijgt de ijsvitrine een prominente rol."

Dat is nog niet alles. "Wij worden ook een beetje de conciërge van het park. We gaan met de gemeente zorgen dat het netjes blijft. Dat zien we als onze taak. Er komen bijvoorbeeld openbare toiletten waar ook onze gasten gebruik van maken. Die wil je netjes houden," legt Riemer uit. "Maar ik ben niet van plan om het hele park te grasmaaien," lacht hij.

De plannen voor Van Deeg Vandaag liggen er dus. De gemeente lijkt eveneens klaar te zijn voor Dudok aan het Diep. Nu de bouw nog. Wat is de stand van zaken? "We moeten nog een aantal procedures door, waaronder de aanvraag van de omgevingsvergunning," zegt Dijkhuis van de gemeente. "Als hier niet te veel vertraging in ontstaat dan kan de herinrichting na de zomervakantie beginnen."

Foto: Jan Buwalda



Foto: Jan Buwalda

# Baloe bestaat 40 jaar

Plussize modezaak Baloe vierde onlangs haar 40-jarig bestaan. Op 1 januari 1983 opende de winkel de deuren in de Oude Ebbingestraat. En nog altijd staat eigenaresse Julia Bouwhuis met plezier in de winkel: "Het mooiste voor mij is dat elke dag een nieuwe onbeschreven bladzijde is."

Het is begin van de middag en nog rustig in de winkel. Aan een tafel midden in de winkel zit een oudere dame, één van de klanten. Ze drinkt een kopje koffie en maakt een praatje met medewerkster Ingrid, terwijl ze wacht op de taxi naar huis. Julia Bouwhuis staat ondertussen achter de toonbank en vouwt de kleding die de dame heeft uitgekozen vakkundig op.

Tussen de kleding in het magazijn boven de winkel vertelt Julia over het ontstaan van Baloe: "Mijn moeder had een grote maat. Voor haar was er maar weinig kleding te vinden. Vooral aan mooie items ontbrak het. Dat leek mij een gat in de markt."

Begin jaren tachtig is het aanbod van kleding bij groothandelaren miniem. Dit maakte het vergaren van een mooie collectie niet eenvoudig. "We lieten daarom de kleding speciaal voor onze winkel maken in een atelier in de stad. Mijn moeder en ik zochten de stoffen uit. De eigenaresse van het atelier had de patronen."

"Onze klanten wisten op een bepaald moment precies welke dagen er nieuwe kleding vanuit het atelier naar de winkel kwam. Dan stonden ze voor de winkel te wachten om tussen de nieuwe items te snuffelen."

## GROTE VERANDERINGEN

Sinds die tijd is er veel veranderd. Eind jaren tachtig begonnen ketens zoals C&A en H&M ook met grotere maten. "De collecties van de groothandels werden groter en het atelier werd minder interessant", zegt Julia.

Baloe verhuisde in 2002 van Oude Ebbingestraat 87 naar een groter pand op nummer 42. En inmiddels is de fysieke winkel aangevuld met een webwinkel. "We krijgen tegenwoordig niet alleen bestellingen uit Nederland, maar

ook uit België en Duitsland. Het zwaartepunt ligt nog wel bij de fysieke winkel, maar de service is uitgebreid. Ik ga ook weleens bij klanten langs. Dan kunnen zij thuis even passen."

De nieuwe ontwikkelingen hebben niet alleen invloed op de winkel, maar ook op het leven van Julia. "Vroeger deed je 's ochtends de deur van de winkel open en 's avond deed je hem weer dicht. Nu is de avond gevuld met activiteiten voor de webshop: foto's plaatsen, teksten schrijven en bestellingen afhandelen."

## HET GEHEIM VAN BALOE

Naast dat Baloe een winkel is met een zeer diverse doelgroep van vrouwen met maat 44 of meer, zijn er volgens Julia nog twee dingen heel belangrijk voor het succes van Baloe: eerlijk advies en persoonlijk contact. "We zijn eerlijk over of dingen goed staan. We willen dat klanten bij hun vriendinnen komen en dat die enthousiast zijn over hun nieuwe kleding."

"En het is hier altijd gezellig en hebben we veel vaste klanten die we inmiddels goed kennen." De tafel in het midden van de winkel doet dan ook goed z'n werk. Niet alleen voor een nieuwe broek, maar ook voor een kopje koffie en een praatje is iedereen welkom bij Baloe.



# Vernieuwde Grote Markt steeds dichterbij

**Wie de Grote Markt op komt, ziet: hier wordt gewerkt. Dat begon afgelopen september al, en dat zal dit hele jaar nog zo blijven. Fase voor fase komen er nieuwe steentjes, bomen, water-elementen, kabels en leidingen. Dat is soms even afstappen of omlopen, maar het is allemaal voor een goed doel: de vernieuwde Grote Markt. We spraken Lisa Spliet, communicatieadviseur bij de gemeente Groningen, over wat er al gebeurd is en wat er nog gaat gebeuren.**

## WAT IS ER AL GEDAAN?

"We hebben al heel wat werk verricht op de Grote Markt. Op een groot deel van het plein ligt inmiddels al de nieuwe roodkeurige bestrating. Ook is een groot deel van de kabels en leidingen vervangen, hebben we het asfalt voor een groot deel verwijderd en is er al veel archeologisch onderzoek gedaan. Daarnaast hebben we een paar weken geleden een grote mijlpaal bereikt: toen is de eerste boom op de Grote Markt geplaatst."

## WAT STAAT ER DE KOMENDE MAANDEN TE GEBEUREN?

"We zijn nu aan het werk op het Waagplein en op het stuk langs de gevel aan de oostkant van de Grote Markt. Daar zijn we waarschijnlijk deze maand klaar. Daarna is de Noordzijde van de Grote Markt aan de beurt. Op de plek van de waterpartij en de bomengroep moeten we

dieper de grond in. Bij de waterpartij komt een put van 8 bij 3,5 vierkante meter. Daar is dus een behoorlijk gat voor nodig."

## HEBBERN DIE WERKZAAMHEDEN VEEL INVLOED OP ONDERNEMERS EN BEZOEKERS?

"Werkzaamheden hebben altijd effect op de omgeving, maar we hebben geprobeerd om dit zo beperkt mogelijk te houden. Zo hebben we de planning van de werkzaamheden opgedeeld in verschillende fases, zodat niet het hele plein in een keer is afgezet. Daarnaast zijn de werkzaamheden voor de terrassen van de ondernemers zoveel mogelijk klaar voordat het terrasseizoen weer begint. En verder heeft de aannemer veel contact met de ondernemers, zodat ze goed op de hoogte zijn van wanneer de werkzaamheden voor hun deur plaatsvinden."

## GAAT ER VEEL VERANDEREN VOOR ONDERNEMERS?

"Ze komen in elk geval straks aan een veel aantrekkelijker plein te liggen. En met ondernemers hebben we ook veel gesprekken gevoerd om de uitstraling van bijvoorbeeld de terrassen te verbeteren, zoals de omvang, de meubels en de kleur van de parasols. Met de standplaatshouders zoals de ijskraam en de poffertjeskraam zijn we nog in gesprek over de plek en vorm waarin ze terugkomen."

## HOE GAAT DE SAMENWERKING MET ONDERNEMERS IN DIT PROCES?

"Dat gaat goed. Grote plannen leveren toch altijd wat spanning op, maar alles is steeds in goed overleg met ondernemers en omwoners

den gegaan. Deze gesprekken vinden al plaats sinds we zijn begonnen met de plannen voor de Grote Markt. Daarnaast is er elke zes weken een bijeenkomst met de klankbordgroep, waar onder andere de Groningen City Club (GCC), ondernemers, bewoners en de aannemer in zitten. Dan kijken we terug en vooruit op de werkzaamheden, en nemen we mee wat er eventueel beter kan."

## WANNEER IS DE GROTE MARKT HELEMAAL AF?

"We verwachten eind 2023 klaar te zijn met het grootste deel van de werkzaamheden. Uiteraard kunnen we geen garantie voor geven. Als er bijvoorbeeld grote archeologische vondsten worden gedaan, moeten die veilig worden gesteld en onderzocht worden. We gaan ervanuit dat het plein in elk geval in het voorjaar van 2024 weer volledig gebruikt kan worden. Dit zullen we dan ook nog met de stad gaan vieren."

## IS DAT EEN REDEN OM DE BINNENSTAD TE MIJDEN?

"Absoluut niet. Er is straks juist weer van alles te doen. De meikermis komt er weer aan en het terrasseizoen gaat bijna van start. En naast de Grote Markt zijn er natuurlijk ook veel andere mooie plekken in de binnenstad, zoals het pleintje bij het Akerkhof, de Nieuwe Markt en de verlaagde kades bij de Kattenbrug. Ook zijn we bijna klaar met het pleintje voor Academie Minerva en het terrasseengebied bij het Kattendiep. Dit worden ook mooie groene verblijfsplekken, dus reden genoeg om de binnenstad juist te bezoeken."

## Pilot met elektrische deelvoertuigen slaat aan:

### *“We hebben onze dieselbus de deur uit gedaan”*

De pilot binnen ULaaDS wordt steeds verder uitgebreid. De ondernemers uit de binnenstad van Groningen die deel uitmaken van de pilotgroep kunnen gratis gebruik maken van deelvoertuigen. De proef begon in 2022 met een elektrische cargo bike en een carver. Sinds begin dit jaar kunnen de deelnemende ondernemers ook gebruik maken van de ID. Buzz, de elektrische uitvoering van het iconische Volkswagenbusje

ULaaDS is een Europees duurzaamheidsproject. De letters vormen een afkorting die staat voor ‘Urban Logistics as an on-Demand Service’. In Groningen werkt de GCC hierin samen met de gemeente Groningen en de RUG. Per 1 januari 2025 wordt in dertig Nederlandse gemeenten, waaronder Groningen, een emissievrije zone ingesteld. Vanaf dat moment zijn CO<sub>2</sub>-uitstotende voertuigen niet meer welkom in de binnenstad. Een mogelijke oplossing voor deze uitdaging is het delen van elektrische voertuigen, één van de projectproeven waar ULaaDS op inzet in Groningen.

“Op dit moment wordt er volop getest door een vijftiental ondernemers,” vertelt Erwin Mulder van de Groningen City Club. “En nu is de pilot uitgebreid met een elektrische bestelbus. Die bus heeft een groter laadvermogen dan de cargo bike of de carver en biedt ondernemers de kans om grotere vracht te vervoeren.”

De testfase is niet zonder succes. “Ik ben heel enthousiast,” zegt Merlijn Albering van de Stadsakker. Van de cargobike en de carver maakt ze geen gebruik, omdat ze een eigen bakfiets heeft. De bus daarentegen, die vindt ze ideaal. “Ik gebruik de bus voor langeafstan-

den. Zo haal ik voorraden op bij leveranciers in Dronten en Heerenveen.”

Door de pilot heeft Albering zelfs besloten om de dieselbus van de Stadsakker de deur uit te doen. “Dat idee speelde al een tijdje in ons hoofd, maar ULaaDS heeft ons definitief doen besluiten om afscheid te nemen van de oude bus. Voor korte afstanden hebben we een Goupel aangeschaft. Dat is een elektrisch busje geschikt voor korte afstanden. Ook online-supermarkt Picnic rijdt erin. Voor langeafstanden is de ULaaDS-bus ideaal.”

Ook Cor Dijkstra en Gea Koeling van De Kaaskop zijn blij met de uitbreiding van de pilot. “Voor De Kaaskop gaan we regelmatig de stad uit. Producten voor in de winkel halen we veelal bij boeren in de omgeving,” zegt Dijkstra. “Daarvoor gebruiken we de deelbus.”

“Een of twee keer per week maken we gebruik van een van de voertuigen. Dat is niet alleen handig voor ons zelf, maar ook voor het pro-

ject,” zegt Dijkstra. Hij duidt op het onderzoek achter de pilot. De Rijksuniversiteit Groningen vergaart allerlei gegevens: Voldoen de voertuigen? Waar lopen de ondernemers tegenaan? Werken de reserveringssystemen goed? Wat zijn de piekmomenten? “Resultaten zijn er nog niet, omdat het onderzoek nog loopt,” zegt Mulder. Toch hoopt hij binnenkort de eerste bevindingen met de ondernemers te kunnen evalueren.

In het begin was het voor de ondernemers bijvoorbeeld nog wat aftasten met het reserveringssysteem. “Maar als je tijdig reserveert, gaat het altijd goed,” zegt Dijkstra. “En als je de bus nodig hebt op een moment dat hij gereserveerd is, kun je in overleg met de andere ondernemers tot een oplossing komen.”

Momenteel staat de nieuwe bus nog niet in de binnenstad. Als de laadpaal is geïnstalleerd verhuist hij van Century Autogroep, één van de partners van het project, naar het centrum.



## Succesvolle Gianni Versace Weken ten eind: een terugblik

Het was niet te missen: van maandag 13 februari tot en met zondag 12 maart stond de stad Groningen in het teken van de Gianni Versace Weken. Vanwege de expositie rondom de kleurrijke Italiaanse modeontwerper in het Groninger Museum waren er vier weken lang allerlei gratis activiteiten en events: van selfie spots tot een gondel door de Groningse grachten en een speciale Gianni Versace-wandeling door de binnenstad.

Meest in het oog springend was de etalagewedstrijd, waaraan uiteindelijk meer dan 200 ondernemers meededen. Zowel in de binnenstad als in Haren en de wijkwinkelcentra. Volgens de jury had Boekhandel Riemer de mooiste etalage van de stad; at HOME in Haren was de winnaar in de buitengebieden.

In de weekenden stond er op meerdere plekken een Selfie Spot, waar bezoekers een foto

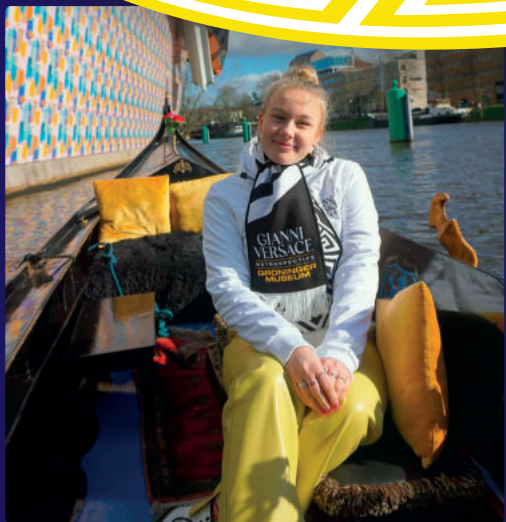
konden laten maken. Er werd volop gebruik van gemaakt: in totaal zijn er ruim 3.000 selfies gemaakt.

En ook de speciale Gianni Versace-Stadswandeling bleek populair: de schatting is dat zo'n 1.600 mensen de wandeling hebben gemaakt. Dat kan overigens nog steeds, benadrukt Erwin Mulder van de GCC. "Ondernemers kunnen de wandelingen tot aan het einde van de expositie gewoon blijven uitdelen."

Hoewel het weer niet altijd mee zat, werd er door bezoekers op de zaterdagen ook volop gebruik gemaakt van de mogelijkheid om met een gondel door de Groningse grachten te varen. Ook een kunstveiling voor het goede doel – het Beatrix Kinderziekenhuis – maakte deel uit van de Gianni Versace Weken.

Mulder van de GCC noemt de Gianni Versace Weken een groot succes. Niet in de laatste plaats omdat het programma samen met ondernemers is opgesteld. "Tijdens een aantal brainstormsessies in het Groninger Museum zijn er door ondernemers geweldige ideeën voorgedragen. Je kunt eigenlijk wel stellen dat het hele programma afkomstig is van winkeliers."

Fotografie: Stella Dekker en Grace Bregman





# Veiling voor Beatrix Kinderziekenhuis levert 4.000 euro op

Een door de GCC georganiseerde veiling van schilderijen van vier Groningse kunstenaars heeft 4.000 euro opgeleverd. De totale opbrengst gaat naar het goede doel: het Beatrix Kinderziekenhuis.

De veiling vond plaats in het kader van de Gianni Versace Weken. De GCC had vier kunstenaars - Erik Zwezerijnen, Keimpe van der Kooi, Inge Steenhuis en Paul la Poutre – gevraagd een schilderij rondom het thema Versace te maken.

Via Onlineveilingmeester kon vervolgens op de werken geboden worden. Dat leverde uiteindelijk 4.000 euro op. Eric Bos, voorzitter van de GCC, is blij dat GCC ook op deze manier aan de binnenstad kan bijdragen. "Dit laat zien dat we veel meer zijn dan een ondernemersvereniging. We willen zorgen voor een leefbare wereld."

Een cheque met het bedrag werd eind maart door wethouder Kirsten de Wrede aangeboden aan Barbara Beijens-Vrij van de Vrienden van het Beatrix Kinderziekenhuis. "Als kinderziekenhuis zijn we heel blij met dit bedrag," zegt Beijens-Vrij. "Hier kunnen we veel projecten mee financieren. Zo kunnen we angst, pijn en stress bij kinderen in het ziekenhuis wegnemen."



## Activiteitenagenda

|                           |                                                               |                                               |                                            |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Dinsdag 26 april:</b>  | <b>Koningsnacht</b>                                           | <b>Donderdag 11 tot en met zondag 21 mei:</b> | <b>Meikermis, Vismarkt en Ossenmarkt</b>   |
| <b>Woensdag 27 april:</b> | <b>Koningsdag</b>                                             | <b>Zaterdag 27 mei:</b>                       | <b>Stadsverband, Grote Markt</b>           |
| <b>Donderdag 4 mei:</b>   | <b>Platenbeurs, Vismarkt</b>                                  | <b>Donderdag 1 juni:</b>                      | <b>Platenbeurs, Vissmarkt</b>              |
| <b>Donderdag 4 mei:</b>   | <b>Dodenherdenking</b>                                        | <b>Zondag 4 juni:</b>                         | <b>Vitalis Vlooiemarkt, Vismarkt</b>       |
| <b>Vrijdag 5 mei:</b>     | <b>Bevrijdingsdag en Bevrijdingsfestival in het Stadspark</b> | <b>Zaterdag 10 juni:</b>                      | <b>Maakfestival, Nieuwe Markt en Forum</b> |
| <b>Zondag 7 mei:</b>      | <b>Vegan Lentemarkt, Vismarkt</b>                             | <b>Zondag 11 juni:</b>                        | <b>Dwars door Groningen, binnenstad</b>    |
| <b>Maandag 8 mei:</b>     | <b>Vismarktsdiner, Vismarkt</b>                               | <b>Zondag 25 juni:</b>                        | <b>Zeldzaam Mooi Markt, Vismarkt</b>       |

## Groningse ondernemster deed het andersom: eerst de webshop toen pas de winkel



Waar veel lokale ondernemers de concurrentie van het online winkelen voelen en steeds vaker moeite krijgen om het hoofd boven water te houden, springt Stéfanie Heins juist in het diepe. Ze besloot na het succesvol opstarten van een webshop een fysieke winkel te beginnen. Eind vorig jaar opende Favourites Concept Store de deuren in de binnenstad van Groningen.

Wie de winkel aan de Folkingestraat binnentapt, kan er niet om heen. Alles past hier bij elkaar. Van kaarsen tot kussens en van kettinkjes tot kraamcadeaus. De winkel staat vol met artikelen in zachte pastel- en aardetinten.

"De naam Favourites zegt het al," vertelt eigenaresse Heins. "De items die we hier verkopen

zijn mijn persoonlijke favorieten. Alles heb ik zelf uitgekozen. Dat zie je denk ik wel terug. De producten die we verkopen zijn allemaal een beetje in dezelfde stijl."

### CORONA BRACHT NIEUWE UITDAGING

Heins heeft geen achtergrond in de detailhandel. "Ik kom uit de paardensport en reed internationale wedstrijden. Tijdens corona waren die wedstrijden er niet en ging ik op zoek naar een nieuwe uitdaging. Die vond ik in mijn webshop. Ik dacht: dit ga ik gewoon proberen."

Diezelfde instelling had Heins toen ze naast haar webshop besloot een fysieke winkel te openen. "In de eerste week na de opening hoorde ik veel dat het zo knap was dat ik dit durfde. Maar voor mij was het juist een hele logische vervolgstap toen de webshop goed begon te lopen. Ik heb nu eenmaal uitdaging nodig. En ja, wat heb ik te verliezen?"

Volgens Heins heeft de fysieke winkel veel

voordelen ten opzichte van de webshop. "Online weet ik minder wat mensen leuk vinden. Hier in de winkel heb ik persoonlijk contact met klanten. Ook kan ik zien waar mensen naartoe lopen en welke hoekjes in de winkel minder klanten trekken."

Die fysieke winkel blijft af en toe nog een beetje onwerkelijk voor Heins. "Toch wel vreemd dat ik gewoon de sleutel van dit pand heb en dat dit gewoon mijn winkel is. Ben elke keer weer trots als ik naar binnen loop."

Eric Bos, voorzitter van de Groningen City Club, is blij met de komst met winkels als Favourites Conceptstore. "De retail staat onder druk. Niet alleen in Groningen, maar ook in de rest van het land, hebben winkels last van inflatie, stijgende huurprijzen en de concurrentie van online. Dat het dan een keer andersom is, en een succesvolle webshop juist leidt tot een fysieke winkel, is natuurlijk prachtig", reageert hij.

## Groninger Ondernemers Agenda: Wat staat er op de planning om de stad zo aantrekkelijk mogelijk te maken?

Hoe maak je de binnenstad van Groningen zo aantrekkelijk, vitaal en toekomstbestendig mogelijk? De plannen en ambities van de GCC staan beschreven in de Groninger Ondernemers Agenda, de vroegere Retail Agenda. Het plan is om de ondernemers, meer nog dan voorgaande jaren, meer te betrekken bij de verschillende thema's en de projecten die daaraan gekoppeld worden.

### GRONINGER ONDERNEMERS ACADEMY

Vanuit het platform 'Groninger Ondernemers Academy' staan er ook dit jaar verschillende trainingen, inspirerende bijeenkomsten en workshops gepland, zowel voor de retail als voor de horeca. Thema's die dit jaar op de planning staan, zijn onder andere:

- Trends & ontwikkelingen in de digitale wereld en daarmee de koppeling van online en offline.

- Praktische trainingen, zoals positionering & profilering van je onderneming of het schrijven van goede teksten voor op je website of socials.
- Training effectief inkopen: haal meer rendement uit je inkoopgedrag. Deelnemers kunnen aansluitend gebruik maken van een verdiepingstraject (maatwerktraject van 2 dagen).
- In de week van de veiligheid is er aandacht voor winkeldiefstal, overvalpreventie en cybercrime.
- Tijdens Let's Gro is er een grote inspiratiebijeenkomst rondom het programma gastvrijheid.

Daarnaast is het plan om meer in te zetten op gebiedsgerichte bijeenkomsten: sessies die op verzoek van straatverenigingen worden georganiseerd, waarbij vanuit het overkoepelende programma ruimte wordt

geboden experts in te laten vliegen.

Tot slot worden er weer enkele vouchers beschikbaar gesteld voor ondernemers die na het volgen van een bijeenkomst zelf ook verder willen met dat bewuste thema.

### LAAT ZIEN EN VERTEL WIE JE BENT

De GCC wil dit jaar samen met ondernemers werk maken van een betere verbinding tussen kunst en binnenstad (en buitengebieden). Dat gebeurde al tijdens de Gianni Versace Weken. Dit jaar bieden onder meer de expositie over de Rolling Stones, o5o&Mode en wellicht ook de expositie rondom Disney in het Forum mogelijkheden. Ook doen we als stad mee aan de verkiezing 'Meest Inspirerende Binnenstad', die eens in de drie jaar georganiseerd wordt. De eerstvolgende is in 2025. Dit jaar doen we met de herinrichting van de Grote Markt een gooi naar een award op het gebied van binnenstadsprojecten.



Daarnaast staan ook dit jaar weer een aantal 'inspiratiereizen' gepland, waarbij we samen met ondernemers en relaties een bezoek brengen aan een inspirerende binnenstad.

### **SAMENWERKEN: BETROKKEN EN VERANTWOORDELIJK**

Als GCC ondersteunen we de verschillende winkelstraten en straatverenigingen. Dat doen we onder andere twee keer per jaar met een diner voor straatvertegenwoordigers. We gaan dan in gesprek over de ontwikkelingen in de binnenstad. Ook delen we plannen, en willen we graag van ondernemers horen waar behoefte aan is.

Samen met de gemeente kijkt de GCC naar oplossingen of programma's op maat op het gebied van gestegen energiekosten. Denk bijvoorbeeld aan een bedrijfsscan of advies van een accountant. Het programma wordt momenteel uitgewerkt.

### **WERKEN AAN EEN NOG MOOIERE STAD**

Om te zorgen voor meer groen in de binnenstad, kunnen ondernemers een geveltuintje laten aanleggen. De aanleg en beplanting wordt betaald; ondernemers moeten zelf zorgen voor het onderhoud. Aanmelden kan via [info@groningencityclub.nl](mailto:info@groningencityclub.nl)

Samen met de gemeente en ondernemers krijgt de Westerhaven meer groen, en ook wordt het gebied opnieuw ingericht. Een ontwerp bureau is hier nu mee aan de slag; hopelijk kunnen we dit jaar nog de resultaten zien.

### **DUURZAAMHEID**

Samen met Groningen Werkt Slim kijken we naar mogelijkheden om de binnenstad te verduurzamen. Groningen Werkt Slim richt zich daarbij onder andere op de horeca. Ook circulariteit is een speerpunt. Om energie te besparen, is er ook de Deuren Dicht-actie.

### **ONDERWIJS**

Nieuw is de samenwerking tussen de GCC en JINC, dat zich inzet voor kansarme kinderen en jongeren. Daarnaast organiseren we tweemaal per jaar een bijeenkomst met alle kennisinstellingen. Hierbij wisselen we informatie uit en onderzoeken we de mogelijkheden tot samenwerking. Deze samenwerking komt al tot stand bij projecten als o5o&mode, WOO, Cybersecurity (scans) en een nog op te starten projecten rondom circulariteit met het Alfa College. Ook trekt de GCC samen op met het OTP.

### **ONDERNEMERSCHAP MET IMPACT**

De GCC is betrokken bij verschillende projecten en initiatieven, zoals Omarm Groningen,



de jaarlijkse Sinterklaasactie en dit jaar was er, tijdens de Gianni Versace Weken, de veiling van kunstwerken voor het Beatrix Kinderziekenhuis. Dit jaar willen we ook weer de clinics met Donar nieuw leven inblazen.

### **CIRCULAIRE ECONOMIE**

Ook dit jaar staat er weer een Sustainable Moments Festival (SuMoFest) op het programma en daarnaast is de GCC onderdeel van de RIF-aanvraag op het gebied van circulariteit die het Alfa College heeft ingediend.

### **LOGISTIEK**

De GCC is nauw betrokken bij het project ULaaDs, een project op het gebied van duurzame stadslogistiek. Ondernemers kunnen in het kader van ULaaDs gratis gebruik maken van een elektrische cargo bike en carver, en sinds kort ook een elektrische (deel)bestelbus. De pilot wordt binnenkort geëvalueerd. Meer

daarover op pagina 9.

### **EEN AANTREKKELIJKE BINNENSTAD**

Tot slot zijn er weer een groot aantal activiteiten en evenementen die uit de koker van de GCC komen, waaronder de Bloemenjaarmarkt, Groningens Ontzet, Koningsdag en Tag der Deutsche Einheit. Speciaal voor leden willen we opnieuw, vlak voor de zomer, een Cinema-avond in het Forum plannen.

In de donkere wintermaanden zorgen we met sfeerverlichting voor een extra gezellige en sfeervolle binnenstad.

Als GCC zetten we ook in op het trekken van meer regionale bezoekers naar de binnenstad. Door het organiseren van een Franchisebeurs hopen we nieuwe, aantrekkelijke franchiseformules naar de stad te halen. We onderzoeken de mogelijkheid om in 2024 een regionaal congres te organiseren rondom dit thema.

# Zestig leerlingen lopen 'bliksemstage' in de binnenstad

In een aantal retailwinkels in de binnenstad van Groningen was eind maart een groepje zeer jonge medewerkers aan het werk. Bijna zestig leerlingen uit groep 7 en 8 deden er mee aan een 'bliksemstage', waarbij ze even mochten meedraaien in een winkel.

Het project was georganiseerd door de Groningen City Club (GCC) en JINC, om jongeren kennis te laten maken met een baan in de retail. De leerlingen werden verspreid over zeven winkels in de binnenstad van Groningen. Deelnemers waren onder andere Klup de Dag, Van Beek Art Supplies, KOKOTOKO, Musjes, Hartendief, Mary Jane Schoenenboetiek en Stadsakker.

"We hebben de leerlingen meegenomen in

onze werkdag", vertelt Tessa Sinnema van kledingwinkel Klup de Dag in de Oosterstraat. "Hoe onderhoud je de winkel, hoe begroet je klanten, hoe maak je een leuke set kleding en hoe ga je met elkaar om?" Vijf leerlingen liepen dinsdag mee in de winkel aan de Oosterstraat. "We wilden vooral meegeven dat we hier met z'n allen heel veel plezier hebben met elkaar en met de klanten, en dat dat ook heel belangrijk is. Soms is het hier gewoon één grote speeltuin voor volwassenen."

JINC is een organisatie die zich inzet om kansenongelijkheid te bestrijden. De organisatie helpt kinderen van 8 tot 16 jaar, die naar school gaan in wijken met sociaaleconomische achterstand, aan een goede start op de arbeidsmarkt. Door middel van projecten maken de jongeren kennis met allerlei beroepen en ontdekken ze welk werk bij hun talenten past. Landelijk geeft de organisatie op die manier jaarlijks 63.000 basisschool- en vmbo-leerlin-

gen de kans om te groeien. JINC werkt hiervoor samen met het onderwijs en partners uit het bedrijfsleven.

Voorafgaand aan de snuffelstage kregen de kinderen kort tekst en uitleg van Grace Bregman van de GCC. Daarbij kregen ze ook een notitieboekje, sleutelhanger en een Groningse fietsbel uitgereikt.



Boekhandel Riemer heeft de mooiste Versace-etage van de binnenstad. Meer dan tweehonderd ondernemers wisten de boekverkopers uit de Ebbingestraat met hun etalage achter zich te houden. "Ik vond het al een eer dat we bij de laatste acht zaten," zegt Barbara Prins, boekverkoopster en het creatieve brein achter de prijswinnende etalage.

De GCC organiseerde de wedstrijd in het kader van de Gianni Versace Weken, vanwege de expositie rondom de Italiaanse ontwerper in het Groninger Museum. Toen de aankondiging van de wedstrijd binnenkwam bij boekhandel Riemer ontstonden er wat twijfels. "Versace dacht ik. We zijn geen kledingzaak. Past dit dan wel bij onze winkel?"

Toch is Prins gaan kijken hoe ze de vertaalslag naar de boekwinkel kon maken. "We hebben ons vooral gericht op de kleuren geel, zwart en wit. We hebben veel in die kleuren in de winkel: waterflessen, boeken, sleutelhangers, dekens."

"Maar kleuren maken nog geen Versace," zegt Prins. "Daarom ben ik op Pinterest gaan kijken. Daar kwam ik boekvouwkunst tegen. Prachtig, alleen veel te moeilijk." Toch wilde Prins graag een boek als pronkstuk in de etalage. "Ik heb uiteindelijk een groot, oud boek gekocht in de kringloopwinkel. Daar heb ik het Versacelogo uitgesneden en achter de naaimachine heb ik een omslag gemaakt van de sjaal die wij als promotiemateriaal kregen."

## Boekhandel Riemer wint etalagewedstrijd

### Wat is het geheim van een goede etalage?



Van links naar rechts: Fred de Bruin, Grace Bregman, Jan Riemer, Barbara Prins, wethouder Mirjam Wijnja, Andreas Blühm (Groninger Museum) en Gert-Jan Riemer.

#### HET GEHEIM VAN EEN GOEDE ETALAGE

"Wat het geheim is van een goede etalage vind ik lastig te zeggen," vertelt Prins. "Ik heb geen achtergrond als stylist of etaleur. Ik ben afgestudeerd als verpleegkundige. Ik miste daarna creativiteit in m'n werk in het onderwijs met chronisch zieke kinderen, waardoor ik het plezier verloor. Toen ben ik bij Riemer terecht-

gekomen. Ik heb namelijk de droom om ooit een kinderboek te schrijven en op deze manier kan ik zien hoe de boekenwereld werkt."

Toch heeft Prins wel wat tips. "Ik denk dat het belangrijk is om te letten op kleurgebruik en om gebruik te maken van hoogte en diepte. Verder is het altijd goed om in te spelen op de actualiteit, bijvoorbeeld de Boekenweek, Moederdag of Pasen." Daarnaast moet je volgens Prins echt denken vanuit de klant. "Ik kan wel iets mooi vinden, maar uiteindelijk richt je je op de klant."

De etalage lijkt niet alleen in de smaak te zijn gevallen bij de jury van de wedstrijd, bestaande uit Andreas Blühm (Groninger Museum), Mirjam Wijnja (Wethouder gemeente Groningen), Fred de Bruin (bestuur GCC) en Grace Bregman (Commissievoorzitter GCC), maar ook bij het winkelend publiek. "We kregen de afgelopen weken veel vragen van klanten over de zwarte waterflessen uit de etalage," zegt Prins. "Die vielen door de Versace-etage wel echt meer op."

Ook voor winkels buiten de binnenstad was er een eerste prijs voor de mooiste etalage. In dit geval ging At Home aan de Rijksstraatweg in Haren er met de prijs vandoor.



## DUURZAAM ONDERNEMEN

Alle horecaondernemers in de binnenstad van Groningen krijgen binnen nu en twee jaar een adviseur van duurzaamheidsplatform Groningen Werkt Slim over de vloer. Doel van het vrijblijvende bezoek: een quick scan van de mogelijkheden en kansen op het gebied van energiebesparing en circulair ondernemen. Ook winkeliers kunnen gratis advies van Groningen Werkt Slim inwinnen.

"Het is allemaal geen rocket science", neemt projectleider Floris van Dijk eventuele twijfels maar meteen uit de weg. "Vaak is er met relatief eenvoudige ingrepen al een hoop winst te behalen."

Eerst maar eens over Groningen Werkt Slim. Dit platform, een initiatief van de gemeente Groningen, geeft gratis en praktisch advies aan ondernemers over energiebesparing, duurzaam vervoer, klimaatadaptatie en circulariteit. Het initiatief komt voort uit de ambitie van de gemeente Groningen om in 2035 volledig CO<sub>2</sub>-neutraal te zijn. Groningen Werkt Slim werkt nauw samen met de verschillende bedrijvenverenigingen in de stad, zo ook met de Groningen City Club.

Een van de initiatieven uit de koker van beide partijen is de bekende Deuren Dicht-actie. Afgelopen jaren zijn er al een paar duizend bordjes met daarop de tekst "Welkom, wij zijn open, de deur is dicht om energie te besparen" uitgedeeld.

En ook nu weer slaan de GCC en Groningen Werkt Slim de handen ineen, dit keer als het gaat om het ondersteunen van horecabedrijven op het gebied van verduurzaming. Volgens Van Dijk is er bewust voor deze groep gekozen. "Deze sector heeft het afgelopen jaren heel zwaar gehad. Eerst vanwege de pandemie, later kwamen daar de torenhoge energieprijzen nog eens overheen. Veel ondernemers staat het water aan de lippen."

Vandaar dat is besloten met een aanpak specifiek voor deze branche te komen. Ondernemers krijgen bezoek van een speciaal opgeleide adviseur van Groningen Werkt Slim. "Aan de hand van een overzicht van mogelijk te nemen maatregelen zullen ze kijken op welke vlakken nog winst te behalen is", vertelt Van Dijk. Hij noemt als voorbeeld LED-verlichting of juist het isoleren van verwarmingsleidingen. Er zijn ook een hoop horeca-specifieke maatregelen, gaat Van Dijk verder. "Zo kan warmte die vrijkomt bij het bereiden van gerechten een goede bron zijn voor het verwarmen van het

## Groningen Werkt Slim helpt (horeca) ondernemers met verduurzamen



Floris van Dijk en Frank Wichertjes

Foto: Jan Buwalda

pand", noemt hij. En ook het bereiden zelf kan vaak duurzamer, bijvoorbeeld door groenten te fermenteren in plaats van te koken. Ook lokaal inkopen van producten kan een verschil maken, voegt Van Dijk toe.

Bedrijven en ondernemers die uiteindelijk aan bepaalde voorwaarden voldoen, krijgen van Groningen Werkt Slim het label 'Groen Genieten'. "Daarmee kunnen ze ook aan klanten en leveranciers laten zien dat ze een CO<sub>2</sub>-neutrale footprint hebben of daar naartoe werken."

### WINKELIERS

Niet alleen horecaondernemers, ook winkeliers kunnen hulp en advies van een adviseur inschakelen. "Er komt dan ook een adviseur langs die de ondernemers kosteloos advies op maat geeft", vertelt Van Dijk. Voor zowel winkeliers als horecaondernemers geldt dat het nemen van duurzame en energiebesparende maatregelen vaak een stuk makkelijker en lucratiever is dan men vaak denkt, weet Van Dijk. "De maatregelen die we adviseren hebben doorgaans een rendement van 20 tot 25 procent, dus die verdienen zich snel weer terug."

### Doeboek over circulair ondernemen

Om ondernemers op weg te helpen als het gaat om circulair werken, is er onlangs het Doeboek Circulair Ondernemen gelanceerd.

Het Doeboek is speciaal geschreven voor ondernemers die zich willen oriënteren op circulair ondernemen. Want waar begin je, en hoe pak je dat aan en wat zijn de juridische haken en ogen? Het zijn allemaal vragen waar in het boek antwoord op wordt gegeven. Ook worden ondernemers uitgedaagd hun motivatie, ambitie en het meest geschikte verdienmodel te onderzoeken. Het Doeboek is aan te vragen via de website van Groningen Werkt Slim.

[www.groningenwerktslim.com](http://www.groningenwerktslim.com)

## Broodje van eigen Deeg zet volop in op energiebesparing

### *“Het is een sport geworden”*

Met grote ovens, rijskasten en koelcellen zijn bakkers grootverbruikers van energie. Toch zijn de bakkers van Broodje van Eigen Deeg altijd op zoek naar manieren om hun energieverbruik te drukken. “Het is voor ons een beetje een sport geworden.”

Het is druk op vrijdagochtend in de bakkerij. Buiten ligt de temperatuur op slechts een paar graden boven het vriespunt. Ondanks de kou brandt de kachel bij Broodje van Eigen Deeg niet. De bakkerij in de Brugstraat heeft geen verwarming. “De oven verwarmt het pand,” vertelt mede-eigenaar Tineke Plagmeijer. “Als we klaar zijn met bakken, laten we de kleppen van de oven open. De stenen vloeren van de oven blijven nog uren warm.”

En dat is niet het enige wat de bakkers van Broodje van Eigen Deeg doen om energie te besparen. “Vanaf het moment dat we de bakkerij begonnen, hebben we geprobeerd dingen zo efficiënt mogelijk in te richten. En gaandeweg blijft je natuurlijk ontwikkelen.”

Plagmeijer vertelt dat energie besparen voor haar in grote én kleine dingen zit. Zo is de bakkerij gasloos, is de temperatuur van de rijskas-

ten constant om het energievretende afkoelen en opwarmen te voorkomen, wordt de bakkerij verlicht door ledlampen, wordt de koffie voor de werknemers warm gehouden in een thermoskan en als de bakkers om drie of vier uur 's ochtends beginnen, gaat alleen de verlichting in de bakkerij aan en niet in de winkel.

Belangrijk daarbij is volgens Plagmeijer het monitoren van het energieverbruik. “We kijken elke maand naar wat we verbruikt hebben. Als we daar afwijkingen in zien, proberen we dat te herleiden. Een storing in een apparaat vreet energie, maar ook door veroudering kunnen sommige apparaten steeds meer stroom gaan vragen. Daarom kan het lonen om apparaten soms al te vervangen voordat de levensduur is verstreken.”

#### HOGE KOSTEN

De kosten voor gas en elektra stegen het afgelopen jaar explosief. “Doordat wij geen gasoven hebben, zijn onze kosten niet zo sterk gestegen als die van collega-bakkers. Vanaf onze start, acht jaar geleden, zijn we gasloos. We wisten natuurlijk niet dat de gasprijzen zo hard zouden stijgen, maar we hebben er nu wel geluk mee.”

Desondanks liggen ook de kosten van Broodje van Eigen Deeg flink hoger dan vorig jaar. “Energie, grondstoffen, lonen. Alles is duurder geworden. We willen dat niet allemaal doorbereken aan de klant, want zij hebben ook hogere rekeningen. Daarom kijken we altijd hoe we verder kunnen bezuinigen en energie is daarbij een belangrijke factor.”

Toch denkt Plagmeijer dat veel verder bezuinigen op dit moment niet mogelijk is. “Dit is het voor nu wel een beetje. We zitten in een monumentaal pand, dus we kunnen niet zomaar alles aanpakken.” Toch hoopt Plagmeijer in de toekomst verder de kunnen besparen. “Ik heb thuis een apparaat dat het energieverbruik per minuut meet. Ik hoop dat die technologie er ook ooit komt voor grootverbruikers, dan kunnen we nog nauwkeuriger zien waar de pieken in ons energieverbruik zitten en daarop anticiperen.”



## Workshop Effectief Inkopen

# “Tot nu toe deed ik het op gevoel”

Ondernemers en filiaalleiders kunnen zich ook dit jaar weer gratis aanmelden voor de succesvolle workshop ‘Effectief inkopen’ op 9 mei. Het gaat om een van de workshops die gratis wordt aangeboden vanuit de Groninger Ondernemers Academy. Deelnemers leren onder andere hoe ze zo slim mogelijk hun inkoop kunnen doen en welke winst er nog te behalen is. Voor de deelnemers van vorig jaar is er een tweedaagse, verdiepende sessie.

De workshop ‘Effectief Inkopen’ wordt verzorgd door Myrte Hengelmolen van Myrtelogie. De deelnemers gaan onder andere aan de slag met het bepalen van de doelgroep en het in kaart brengen van komende trends en ont-



wikkelingen. Ook krijgen de deelnemers uitleg over ‘sturen op cijfers’ aan de hand van een nul-meting en ‘leveranciersmanagement’: heb je teveel of misschien te weinig leveranciers?

Ook vorig jaar konden Groningse ondernemers zich al aanmelden. Nynke Kloosterman van Diezijner in de Zwanestraat was een van hen. “Ondanks dat ik een kassasysteem heb, en dus over de nodige cijfers beschik, deed ik de inkoop vooral op gevoel”, zo vertelt ze. De deelnemers van vorig jaar kregen onder andere de opdracht om hun doelgroep te bepalen, en dat op papier te zetten. “Als ondernemer heb je uiteraard wel min of meer in je hoofd wat je doelgroep is, maar ik vond het heel verhelderend daar eens echt over na te denken.”

Na het bepalen van de doelgroep gingen de deelnemers aan de slag met prijspunten en welke items, per doelgroep, wel of niet goed lopen binnen die prijspunten. “Die informatie werd visueel gemaakt waardoor je heel goed zag dat goedlopende kledingstukken qua prijs en trends perfect pasten bij de doelgroep. En andersom dus ook: van de minder verkopende items zag je vaak dat ze ofwel te duur, ofwel te goedkoop zijn voor je klanten.”

‘Enorm inspirerend en verhelderend’, vond Nynke deze bevindingen. “En wat ik ook zo

leuk vond: het succes van een workshop valt of staat ook vaak met wat je er thuis nog mee doet. Nu gingen we direct al aan het werk en had je op die manier handvaten om er thuis of in de winkel uitgebreider mee aan de slag te gaan.”

Nynke was zo enthousiast dat ze zich al heeft aangemeld voor een verdiepende sessie waarbij je als ondernemers twee dagen lang persoonlijk wordt begeleid.

### GRONINGER ONDERNEMERS ACADEMY

Vanuit de Groninger Ondernemers Academy worden elk jaar meerdere workshops en bijeenkomsten georganiseerd. Ondernemers, filiaalleiders en medewerkers kunnen gratis meedoen.

Behalve een workshop ‘Effectief Inkopen’ zijn er ook cursussen en bijeenkomsten op het gebied van digitalisering, marketing en communicatie, (online en sociale) veiligheid en cybercrime. Ook zullen er per straat of gebied een aantal bijeenkomsten georganiseerd worden, onder andere over gebiedsmarketing. Tijdens Let’s Gro is er een workshop over het thema gastvrijheid: hoe ontwikkel je gastvrije ruimtes?

Een overzicht van alle bijeenkomsten is hier te vinden: [www.groningerondernemersacademy.nl](http://www.groningerondernemersacademy.nl)



Nynke Kloosterman van Diezijner.