

GCCityscoop

GRONINGEN CITY CLUB

NIEUWSBULLETIN

JAARGANG 24 NR 2 SEPTEMBER 2015

UW STAD . . .

UW ONDERNEMING . . .

UW GRONINGEN CITY CLUB!

GCC: nieuwe invulling voor pand ABN AMRO aan Grote Markt

Een van de meeste bekende bankgebouwen van Groningen kan wat betreft de Groningen City Club een nieuwe toekomst krijgen. En daarmee zorgen voor nieuwe dynamiek aan de noordzijde van de Grote Markt. Zie pagina 3.



Mooiste terrassen van Nederland liggen in Groningen. Pagina 8 >



Wat is de toekomst van het winkelen in binnenstad? Pagina 15 >



Nieuw ondernemerschap in Groningen. Pagina 16 en 17 >

VERDER IN DIT NUMMER:

- Evenementenagenda **PAG. 2**
- Week van de Veiligheid **PAG. 2**
- Van de voorzitter: nieuwe toekomst pand ABN AMRO **PAG. 3**
- Nazomercarnaval op de Diepenring **PAG. 4**
- Column Grace Meijer: Are you tokking to me? **PAG. 4**
- Aftredene bestuursleden Groningen City Club **PAG. 5**

- Cees Jan Gieskes: Nieuwe voorzitter GCC **PAG. 6**
- Vastgoed makelaar Paul Casander: binnenstad moet nog meer entertainment bieden **PAG. 9**
- Dolf Stelpstra: Het gaat prima met vastgoed in binnenstad **PAG. 10**
- Nieuw onderkomen voor Groningen City Club **PAG. 11**
- Nieuwe verenigingsstructuur Groningen City Club **PAG. 12**

- Traditionele werkkantoor wordt over 5 jaar ontmoetingskantoor **PAG. 13**
- Algemeen Bestuur en Meldpunthouder **PAG. 14**
- Ruimte gezocht voor Pieten **PAG. 14**
- Voordeel voor leden **PAG. 18**
- Oude Kijk in 't Jatstraat ontwikkelt zich tot tweede Folklingestraat **PAG. 19**
- Voordelen GCC-leden **PAG. 20**

EVENEMENTENAGENDA

4 en 5 september	Kadepop im EMG Faktors
5 en 6 september	Proeven in Groningen op het Harmonieplein
6 september	Antiek- en boekenmarkt op de Grote Markt
10 september	Zomeravondconcerten op het Waagplein
11-13 september	Grachtenfestijn Groningen o.a. op en rond de Diepenring
12 september	Gospelmuziekoptreden in de Herestraat
16 september	Congres 'Maatschappelijk toegevoegde waarde in Stad en regio'
16-19 september	Holland Webweek Groningen op het Ebbingekwartierterrein
17 september	Do's and dont's rondom octrooien en Intellectueel Eigendom
26 september	Straatfeest in de Carolieweg, Oosterstraat en Poelestraat
26 en 27 september	Nacht van de Mode
1 oktober	Platen- en CD Beurs op de Vismarkt
3 oktober	Gospelmuziekoptreden op de Westerkade
3 en 4 oktober	Wonen in Groningen
10 en 11 oktober	4 Mijl van Groningen
17 oktober	Gospelmuziekoptreden in de Herestraat
1 november	Walk-In Concerts
14 november	Intocht Sinterklaas
28 en 29 november	Pietenspektakel

GEMEENTE GRONINGEN

Week van de Veiligheid

Jaarlijks vindt in de eerste week van oktober de "Week van de Veiligheid" plaats. Een week waarin wordt stil gestaan bij de veiligheid van ondernemers en hun personeel in het kader van de donkere dagen die voor de deur staan. Dit is veelal de periode waarin een stijging plaatsvindt van het aantal inbraken en overvallen. Gemeenten, brancheorganisaties, bedrijven, ondernemers en andere vertegenwoordigers bundelen hun krachten om dit zoveel mogelijk tegen te gaan.

Ook in Groningen wordt er sinds enkele jaren actief invulling gegeven aan deze Week van de Veiligheid, door uiteenlopende acties, bijeenkomsten en trainingen. Dit in combinatie met de bijeenkomst Groningen Samen Veilig.

In nauw overleg met de gemeente Groningen is een programma opgesteld, waarbij naast detailhandel ook de horeca wordt betrokken bij het onderwerp.

Focus hierbij ligt op het signaleren van afwijkend winkelgedrag, preventieve maatregelen om criminele handelingen te voorkomen en kennisverrijking.



De Week van de Veiligheid begint maandag 5 oktober met een kick-off op de Grote Markt. Verder zijn er die week verschillende activiteiten. Eén daarvan is een voorlichtings- en inspiratiebijeenkomst voor ondernemers en hun medewerkers op het gebied van veiligheid. De week wordt afgesloten met een horecaschouw waar burgemeester Peter den Oudsten bij aanwezig is.

Meer informatie over de Week van de Veiligheid én de activiteiten die georganiseerd worden staan op www.groningensamenveilig.nl of www.gemeente.groningen.nl.

EXTRA KOOPAVONDEN 2015

De extra koopavonden in 2015 zijn:

- **Sinterklaas:**
 - donderdag 3 december (reguliere koopavond) tot 21.00 uur
 - vrijdag 4 december tot 21.00 uur
- **Kerst:**
 - dinsdag 22 december tot 21.00 uur
 - woensdag 23 december tot 21.00 uur
 - donderdag 24 december tot 17.00 uur
- Donderdag 31 december tot 17.00 uur

DAGELIJKS BESTUUR

Voorzitter/Public Relations
Cees Jan Gieskes (MKBGW)
tel: 050-313.37.11 / 06-51.59.17.98

Vicevoorzitter
Eric Bos (Vroom & Dreesmann)
tel: 050-313.37.11 / 06-21.87.23.78

Secretaris
Alex Leuning (Progress Events BV)
tel: 050-313.37.11 / 06-28.88.10.71

Penningmeester
Fred Sprenger
tel: 050-313.37.11

Algemene zaken & projecten
Fred de Bruin (Fred de Bruin Horeca Consult)
tel.: 050-313.37.11 / 06-53.29.33.48

COMMISSIES GCC EN BIJBEHOORENDE COMMISSIEVOORZITTERS

Communicatie en Ledenwerving
Carin van der Velde (LS Advies)
tel: 050-313.37.11 / 06-41.33.60.27

Detailhandel
Berend Ziengs (De Schoenenfabriek BV, Hugo Boss)
tel: 050-313.37.11 / 06-21.82.70.88

Economische zaken
Henk Wustenveld (Horeca Combinatie Groningen bv - De Drie Gezusters)
tel: 050-313.37.11 / 06-45.57.02.08

Fysiek beheer & veiligheid
Ger de Vries
tel: 050-313.37.11

Horeca
Sil Doeksen (De Drie Gezusters)
tel: 050-313.37.11 / 06-45.57.01.98

Jeugd & verantwoord ondernemen
Grace Meijer
tel: 050-313.37.11 / 06-53.77.73.93

Ruimtelijke ordening
vacature
tel: 050-313.37.11

Verkeer en vervoer
vacature
tel: 050-313.37.11

Stafbureau Groningen City Club (GCC)
tel: 050-313.37.11
e-mail: info@groningen.net
www.groningencityclub.nl
Postadres: Postbus 363, 9700 AJ Groningen
Bezoekadres: Leonard Springerlaan 1, 9727 KB in Groningen (in het Infrahuis)
LinkedIn: groep 'Groningen City Club'
Facebook: 'Groningen City Club'
Twitter: 'Groningen City Club'

COLOFON

De CityScoop is een uitgave van Groningen City Club en verschijnt 3x per jaar

Oplage: 1.650
Redactie: Algemeen Groninger Persbureau Tammeling / Hans de Preter (050-318.84.48 / info@gic.nl)
Foto's: Jan Buwalda (050-541.59.45)
Vormgeving: NDC mediagroep (050-584.44.44)
Advertenties: Roel Lakenveld (050-577.81.37)
Drukwerk: Drukkerij Banda (0513-63.06.30)

'Een nieuwe toekomst voor pand ABN AMRO'

Het gaat weer beter met de Groningse binnenstad. Na zware jaren lijkt het tij nu duidelijk te keren. Althans: er komen veel nieuwe winkels en winkelformules bij en een nieuwe generatie jonge ondernemers met creatieve ideeën is actief geworden in Groningen, zoals u ook verderop in dit blad kunt lezen.

Het kan nog beter in de binnenstad van Groningen. Met name aan de Grote Markt worden momenteel lang niet alle kansen en mogelijkheden benut. Al jaren staat daar het kantoor van ABN AMRO Bank er wat verlaten en kwijnend bij totdat ze invulling kunnen geven aan hun wensen.

Wat mij betreft zou het een goed idee zijn om te komen tot een nieuwe invulling aan dit imposante kantoorgebouw.

In Groningen is de rol van zzp-ers in de stedelijke economie de afgelopen jaren sterk gegroeid. Er zijn steeds meer mensen die er voor kiezen om als zzp-er aan de kost te komen.

Velen van hen zijn ook op zoek naar passende kantoorruimte en zij voelen er niets voor om op een industrieterrein aan de rand van de stad te gaan zitten. Voor hen is het werken midden in een dynamische stad vele malen aantrekkelijker.

Helaas: het lukt lang niet altijd om passende werk- of kantoorruimte te vinden.

Ik denk dat dit kantoor van ABN AMRO Bank daar uitkomst kan bieden. Je zou het kunnen laten verbouwen tot een platform van kleine ondernemers, met een Grandcafé op de eerste verdieping en up to date gemeenschappelijke voorzieningen als een centrum voor designers. Helemaal bovenin zou je een gemeenschappelijke ruimte kunnen

inrichten met chatdiensten voor alle ondernemers in de binnenstad. Iedereen die aan e-commerce doet in de binnenstad zou vanaf deze verdieping gefaciliteerd kunnen worden.

Vindt u dit een wild idee? Dan heb ik meer nieuws voor u: wat mij betreft zou er bovenop het platte dak ook ruimte moeten komen waar in de toekomst de drones kunnen vetrekken, die over een paar jaar zeker zullen worden ingezet om boodschappen vanuit de binnenstad te gaan bezorgen.

Wat mij betreft zullen we alles op alles moeten zetten om in de binnenstad van Groningen ook ruimte te bieden aan de zzp-ers. Daarmee komen we dan aan de vraag tegemoet.

Het hoeft haast geen betoog: dat is ook een enorme kans voor de binnenstad. De zzp-ers vormen namelijk een economisch krachtige doelgroep, die gewend is geld uit te geven. Laten we hen dan vooral een plek geven in de binnenstad.

Ik denk dat het ook een goede zaak zou zijn wanneer de gemeente Groningen mee zou willen werken aan het verbouwen van ABN AMRO bank ten behoeve van zzp-ers. De gemeente zet zich de laatste tijd al hard in voor ondernemers in de binnenstad en ik denk dat dit een mooie kans is voor hen om concreet mee te helpen aan een nieuwe toekomst voor het ABN AMRO-pand, door het voortouw te nemen.

Ons voorstel gaat overigens nog wat verder dan alleen het lanceren van een idee voor het ABN AMRO-pand. Wat vooral ten grondslag ligt aan onze suggestie is de vaste overtuiging dat we meer nieuwe mensen de binnenstad in moeten zien te krijgen. Daar gaat het om.



VERANDERINGEN IN BINNENSTAD

Door te zorgen voor ruimte in het ABN AMRO-pand sluiten we bovendien aan op de trend om als zzp-er te gaan werken. Het is belangrijk voor de binnenstad om optimaal aansluiting te blijven zoeken bij duidelijke trends. En dat vereist een andere houding dan we in het verleden misschien gewend waren. Ik zie wat dat betreft al een kentering. Want was er in het verleden sprake van bijvoorbeeld een verhoging van parkeertarieven, dan werd daar bijna automatisch tegen geageerd. Tegenwoordig is er vaker de redentatie: "Okay, als die verhoging dan nodig is, dan willen we daar wel wat voor terug! Voor wat, hoort wat." En ik denk dat dat een goede ontwikkeling is. In plaats van automatisch "nee" te roepen, is het beter om te ijveren voor optimale voorwaarden.

Dat geldt ook voor de sluitingstijden van winkels. Want in een tijd dat mensen veel meer vrije tijd hebben dan vroeger, is het raar wanneer winkels alleen open zijn wanneer bijna iedereen werkt. En het begrip "weekend" is ook een totaal ander begrip dan vijftien jaar geleden. Ook wanneer er evenementen zijn als Noorderzon of Swingin' Groningen zou het mooi zijn wanneer winkels open kunnen op de momenten dat er veel mensen in de stad zijn. Kortom: de tijden en de samenleving veranderen. Aan ons de taak om daar op passende wijze op in te spelen.

Cees Jan Gieskes

Het zomerse evenementenseizoen in de binnenstad wordt op 13 september op grootse wijze afgesloten. Dan organiseert de Stichting Grachtenfestijn voor de derde keer in successie het Grachtenfestijn. Een van de hoogtepunten van dit evenement is de Grachtenparade van fraaie schepen, sloepen en boten. Dit jaar staat de parade in het teken van het thema 'NazomerCarnaval'

Voor deelnemers en bezoekers biedt het festijn een indrukwekkende blik op de Diepenring met veel bootjes, versieringen en muziek. En voor (horeca)ondernemers is het een uitdaging om op dit evenement in te spelen.

Tijdens de allereerste editie in 2013 deden er nog zo'n veertig bootjes mee. Vorig jaar waren dat er al bijna tachtig. Dit jaar hoopt de organiserende stichting dat aantal te overtreffen. Iedereen met een boot(je) is van harte uitgenodigd om er met elkaar een leuke dag op het water van te maken!

De doelstelling van Stichting Grachtenfestijn is dan ook Groningen meer op de kaart zetten als waterstad door beleving te creëren op en rondom de Diepenring.



© AEROPHOTE EELDE

Grachtenfestijn combineert carnaval, schepen, muziek en zomer tot 'Nazomercarnaval'

KOREN

Stichting Grachtenfestijn faciliteert op verschillende plekken langs de route een aantal zangkoren die hun repertoire ten gehore zullen brengen aan bezoekers en deelnemers van de Grachtenparade.

De koren zullen te zien / horen zijn bij de Ebbingbrug (vanaf 13:00 uur), Poelebrug / Schuitendiep (vanaf 13:00 uur), EMG Faktors/

Kromme Jatbrug (vanaf 13:30 uur) én aan de steiger van Rondvaartbedrijf Kool (vanaf 13:30 uur).

Naast de koren hoopt Stichting Grachtenfestijn dat (horeca)ondernemers langs de route uiteraard weer hun terrassen openen voor de bezoekers en zelf een side-event organiseren met bijvoorbeeld muziek of ander entertainment langs de kade.

COLUMN

Are you tokking to me?

Aloha, ook zo'n fijne vakantie gehad? Of moest je juist extra werken om iedereen te vervangen en heb je nog het één en ander tegoed?

Hoe dan ook, wel een beetje kunnen genieten van de zon, toch?

Er is weer een hoop gebeurd in GCC City. Het allerbelangrijkste is onze verhuizing van de Grote Markt naar de Leonard Springerlaan 1. Niet meer in de binnenstad dus.

Dat wist je natuurlijk al. Want ... terwijl je deze CityScoop leest in de ene hand zit je natuurlijk met je andere aan de smartphone met de hele wereld contact te houden, beetje whatsappen, fotootje plaatsen op Instagram en chatten op Facebook.

En natuurlijk heb je de pagina van de Groningen City Club allang geliked en ben je altijd op de hoogte van aangepaste openingstijden, evenementen die in de binnenstad spelen en onze verhuizing naar het "Infrahuis".

O, dat had je nog niet gedaan? Wel handig hoor om van alles te weten wat zich in je eigen binnenstad afspeelt. Aangezien je toch nog met die ene hand op je smartphone zit, ga even naar onze pagina. Ja, gelukt? Vind ik leuk. Ja, helemaal goed. En als bewijs dat je het nu echt hebt gedaan: laat even een smiley voor mij achter. Dat vind ik namelijk leuk. Super, top dat je dat hebt gedaan.

Back to business. Niet alleen een nieuw kantoor, ook een nieuw bestuur is aangetreden met als nieuwe voorzitter Cees Jan Gieskes. Had je al kunnen weten als je onze pagina eerder had geliked, maar vanaf nu weet je dus echt alles als eerste. Zo fijn! Wat ook gaat veranderen is de CityScoop. Ja, ja, het blad dat je nu zit te lezen zal minder vaak per jaar uitkomen. Het wordt waarschijnlijk één keer in de drie maanden. Uiteraard wordt je via de nieuwsbrief van GCC op de hoogte gehouden van de actuele gebeurtenissen in de stad en natuurlijk ook, daar is die weer, Facebook.



Een nieuw item op Facebook waar ik zelf mee ben begonnen is trouwens: New in Town. Ik ga even bij de nieuwe zaken in de binnenstad langs, praatje, wat leuke foto's, druk op de knop en voilà, ze staan op onze social media site, helemaal top! En heb je zelf trouwens iets te melden, tips, actie, evenement, braderie in je straat. Geef het vooral door, liefst met foto, dan plaatsen wij die voor jou op onze Facebookpagina, helemaal voor niks. Hoe leuk is dat. En mocht je ons nieuwe kantoor willen bewonderen, je bent van harte welkom.

Fijn dat we elkaar even weer hebben gesproken, CU Gracie 😊



Aftredende bestuursleden Groningen City Club; 'Wat een geweldige club!'

Het bestuur van de Groningen City Club (GCC) is weer op volle sterkte. Tijdens een Algemene Ledenvergadering op maandag 22 juni namen enkele bestuursleden met jarenlange ervaring afscheid. Ze werden opgevolgd door nieuwe vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven uit de Groninger binnenstad. De bestuurswisseling vloeide voort uit de herstructurering van GCC waarbij het volledige zittende bestuur was afgetreden.

Tot de bestuursleden die zijn afgetreden behoren Dolf Stelpstra (in het dagelijks leven makelaar), Mark Engberts (NDC mediagroep), Matthea Frima (Uitzendbureau Randstad) en Berend Ziengs (De Schoenenfabriek en Hugo Boss).

Dolf Stelpstra heeft zich vele jaren verdienstelijk gemaakt voor de vereniging en voor de Groningse binnenstad. 'Dolf was altijd recht voor

z'n raap en eerlijk. Soms gooide hij een steen in de vijver om voor reuring te zorgen. Dat leverde misschien niet altijd het beoogde eindresultaat op, het zorgde wel voor de broodnodige discussies in Groningen!', aldus vicevoorzitter Eric Bos.

Stelpstra zelf zei dat hij zich de afgelopen vele, vele jaren graag voor GCC heeft ingezet. 'Ik ben namelijk een inwoner van de stad Groningen en ik werk hier ook en dan denk je graag mee over de toekomst. Dat heb ik bij GCC met veel plezier kunnen doen. Ik blijf in de toekomst op de achtergrond graag meewerken aan de geweldige club!', aldus Stelpstra.

Bestuurslid Matthea Frima is tien jaar actief geweest in het bestuur van GCC. In haar beginjaren heeft ze intensief samengewerkt met de inmiddels overleden oprichter en erevoorzitter Theo Venema. 'Theo was altijd oprecht geïnteresseerd in mensen. En dat is

het belangrijkste dat ik de afgelopen jaren heb geleerd en hopelijk van hem heb overgenomen. Ik heb hier met veel plezier gewerkt, want het is een mooie functie om samen te zorgen dat we de allermooiste stad van het Noorden houden!', aldus Matthea Frima.

Ook voor Mark Engberts was er alle lof van Eric Bos. Engberts heeft zich zeker op het vlak van de diverse communicatie uitingen naar ondernemer en consument ingezet. Hij heeft daarbij de mogelijkheden vanuit NDC mediagroep ten volle benut, van papier tot digitaal.

Berend Ziengs was slechts kort bestuurslid. Zijn uitgesproken mening heeft gezorgd voor herkenbaarheid bij en binding met de achterban. NB.: na de Algemene Ledenvergadering en de splitsing van een commissie in twee verschillende (Economische zaken en Detailhandel) is Berend Ziengs weer betrokken bij het retailbeleid als voorzitter van de commissie Detailhandel.



Cees Jan Gieskes: de nieuwe voorzitter van de Groningen City Club

'Het nieuwe winkelen vraagt om andere inrichting binnenstad: die slag moeten we écht gaan maken!'

‘Wat mijn belangrijkste drijfveer was om “ja” te zeggen tegen deze functie? Ik vind het zeer boeiend om mij in te zetten voor ondernemers en als dat dan ook nog in Groningen is, dan is dat helemaal een uitdagende combinatie! Daar komt bij: de Groningen City Club heeft een zeer gevarieerde achterban, van zzp-ers tot en met het grootwinkelbedrijf, in vele branches. En tenslotte is het prachtig om na te mogen denken over het vinden van eigentijdse antwoorden op de veranderingen waar de Groningse binnenstad mee te maken heeft.’

Cees Jan Gieskes, die dit betoogt, is sinds juni de nieuwe voorzitter van de Groningen City Club. Tijdens de laatste Algemene Ledenvergadering werd hij met algemene stemmen gekozen tot opvolger van Bert-Jan Hakvoort. Met Cees Jan Gieskes heeft de Groningen City Club een voorzitter die kan bogen op zeer ruime bestuurlijke ervaring en ook op persoonlijke ervaring als ondernemer.

Sinds 2010 heeft hij zijn eigen bureau MKBGW. De afkorting staat voor:

MKB GoedWerknemerschap. Zijn bedrijf levert een soort keurmerk voor personeel, een startkwalificatie die samen met MKB Nederland is ontwikkeld.

Zijn bestuurlijke ervaring begon in 1997, toen hij werd benaderd voor een bestuursfunctie bij Jong MKB Nederland. Na enige tijd werd hij bestuurder van MKB Noord. Vervolgens was hij onder meer tien jaar lang landelijk bestuurslid

van MKB Nederland, CEO van Maat Consult, directeur a.i. van het Noorderpoortcollege, vijf jaar voorzitter van Abiant Lycurgus en is hij nog steeds voorzitter van het schoolbestuur van de St. Nicolaasschool.

“Visionair die vooruit kijkt en het verleden slechts interessante historie vindt. Altijd op zoek naar verbinding en logica”, staat er op de LinkedIn-pagina van Gieskes. Het woordje “visionair” lijkt, terwijl we Gieskes interviewen, in elk geval wel een treffende omschrijving. Althans: tijdens ons gesprek geeft hij er blijk van graag na te denken over de binnenstad van Groningen, over ondernemerschap en over de Groningen City Club. Gieskes maakt een betrokken en gedreven indruk. Hij heeft over tal van zaken al z□veel nagedacht dat we amper vragen hoeven te stellen: over veel onderwerpen rond de binnenstad spreekt hij met verve.

Wat de biografie van Gieskes betreft is het van belang te vermelden dat hij een bijzondere band heeft met ondernemend Groningen. Hij is weliswaar niet in Groningen geboren, hij bracht hier wel een belangrijk deel van zijn jeugd door. In 1979 kwam hij op twaalfjarige leeftijd met zijn ouders naar Groningen, waar zijn vader bedrijfsleider werd bij C&A (“en dan krijg je wel wat mee van de binnenstad!”). Zijn eerste kennismaking met Groningen betrof de meikermis. Na zijn middelbare school ging hij naar de HEAO in Groningen. En vervolgens kreeg hij dus de genoemde (bestuurs)functies.

In zekere zin is zijn functie als voorzitter van GCC een beetje een thuiskomst, na het jarenlang uitoefenen van (landelijke) bestuurlijke functies. Hij is terug in de wereld waar hij als jongen via zijn vader veel van mee kreeg.

VERANDERINGEN IN DE BINNENSTAD

‘Ik vind dat Groningse ondernemers in de binnenstad het hartstikke goed doen! Ze doen hun stinkende best. Toch zijn er wat

ontwikkelingen waar we goed over na zullen moeten denken en een antwoord op moeten zien te vinden. De detailhandel en de binnenstad staan aan de vooravond van een enorme transitie. Zwanestraat, Folklingestraat, Ebbingekwartier: ze presenteren zich hartstikke goed. Aan inzet en arbeid ligt het dan ook niet. Je ziet echter wel dat het winkelen in het algemeen in rap tempo aan het veranderen is, vooral door internet.

Daar komt bij dat er ook veranderingen zijn in de manier waarop we wonen en werken. Kantooruren veranderen, mensen willen graag 24 uur per dag bereikbaar zijn. De overgang tussen werk en vrije tijd is veel diffuser, dat loopt steeds meer in elkaar over. Dit vindt zijn weerslag in andere, nieuwe koopmomenten. Zo verliest de traditionele koopavond aan betekenis. En dat vraagt om een nieuwe kijk op de inrichting van de binnenstad. Die slag moeten we nog wel maken!

Er zijn tal van nieuwe winkelformules bij gekomen. Zo zijn er winkels die alleen spullen tonen van leveranciers. Mensen kunnen die dus niet ter plaatse kopen, alleen via internet. Hun klanten komen niet meer de stad in om te kopen: ze komen alleen om zich te oriënteren. Voor veel mensen wordt de stad weer een dagje uit, net als vroeger. Die kant gaan we weer op: de stad is er meer dan in het verleden voor vermaak en oriëntatie, net zoals mensen toen bijvoorbeeld naar de huishoudbeurs gingen. Een heel mooi voorbeeld voor dit nieuwe “belevingsshoppen” is wat mij betreft wel de Schoenenfabriek, die deze zomer dan ook niet voor niets is uitgeroepen tot Nederlands beste door de specifieke aanpak op dit gebied.

Daar past ook bij dat mensen het tegenwoordig plezierig vinden om een kopje koffie te krijgen. Dat is misschien wel concurrerend met de horeca. Die moeten zelf ook weer nieuwe wegen zoeken om aantrekkelijk te blijven en daar zijn ze ook mee bezig. Daardoor denk ik dat er een ontwikkeling is waarbij horeca en >>

detailhandel zich veel meer gaan integreren. Ook festivals veranderen van karakter. Vroeger waren die vooral 's nachts, terwijl mensen nu ook graag overdag vermaakt willen worden. Of ze komen naar de binnenstad om zaken te zoeken die ze niet vinden op internet.'

NIEUWE GEBRUIKERS BINNENSTAD?

'En als je er dan toch over nadenkt hoe de binnenstad verandert: blijf je je dan oriënteren op het ouderwetse winkellende publiek? Of richt je je ook op nieuwe ondernemers in de dienstverlening? Zoals zzp-ers, die weliswaar ondernemer zijn en zelfstandig, maar die zich niet thuis voelen in een pand op een bedrijventerrein. Die hebben behoefte aan sociaal contact en die willen graag in de stad werken. Daar moeten we in Groningen wel over nadenken: er ontwikkelt zich een hele nieuwe en dynamische binnenstad. Overigens heeft de gemeente onlangs een heel nieuw plan gelanceerd voor de binnenstad en daar kunnen we ons over het geheel genomen prima in vinden.'

KABELBAAN

Het enige dat volgens Gieskes ontbreekt in het plan van de gemeente voor de binnenstad is een kabelbaan. 'Nu is dat uiteraard ook een initiatief van ons als ondernemers. En daar zijn we ook nog steeds hard mee bezig. Een dezer dagen verschijnt er een rapport ter afronding van de onderzoeksfase. Van wat ik er nu van weet is er nog steeds aanleiding is om enthousiast te ijveren voor de komst van een kabelbaan. Want je kunt je er als stad mee profileren en alleen al om die reden is het goed dat die kabelbaan er komt. Het is nu eenmaal zo dat een binnenstad om aantrekkelijk te blijven voor grotere groepen consumenten meerdere attracties nodig heeft. We hebben nu al twintig jaar het Groninger Museum, dat zeer succesvol is gebleken. We hebben nu ook het Infoversum, dat fenomenaal is. Daar hoort nog een attractie bij en dat is in onze ogen zeer zeker een kabelbaan.'

THEO VENEMA

Over de kabelbaan gesproken: heeft Gieskes één van zijn voorgangers, Theo Venema, nog gekend, de geestelijk vader van het kabelbaaninitiatief en jarenlang 'het gezicht' van GCC? 'Nee, ik heb hem niet gekend, behalve dan uit de krant. Het beeld dat ik van hem heb is dat het iemand was met liefde voor de binnenstad en met een visie op de binnenstad waar hij zich ook hard voor maakte.'

ONDERWIJS EN ONDERNEMEN

Eén van de zaken waar het nieuwe bestuur zich ook meer op zou willen richten is de samenwerking of kruisbestuiving tussen onderwijs en ondernemen. 'Ik heb het gevoel dat hoewel beide sectoren weliswaar dicht naast elkaar >> werken, de samenwerking toch echt veel beter kan. Dat pakken we nu nog niet echt samen op, terwijl dat wel zou moeten gebeuren. En wat dat betreft denk ik ook dat wij niet altijd aan heilige huisjes vast moeten houden. Beweging is onontkoombaar en dat geldt ook voor RUG en Hanzehogeschool, die ook voortdurend veranderen. Ook studenten van nu zijn anders dan die van vroeger en daarom geloof ik niet dat je er altijd aan vast moet houden dat beide instellingen maximaal in de binnenstad gevestigd zouden moeten zijn.'

ONDERNEMERSCHAP

'Ondernemers vormen een doelgroep waar ik mij gemakkelijk mee associeer. Daarom ben ik bijvoorbeeld ook niet de politiek ingegaan: er is niet één partij waar ik het volledig mee eens ben. Bij ondernemers ligt dat anders: die zijn puur en straight en komen op voor hun eigen bedrijf. Bij MKB Nederland heb ik vijftien jaar samen gewerkt met Hans de Boer en daarna zes jaar met Loek Hermans. Ik heb als bestuurder bij MKB Nederland alles gedaan, behalve het voorzitterschap.

Kort daarna ben ik voorzitter geworden van Abiant Lycurgus en daar kwam ik in een heel andere wereld terecht, met een andere dynamiek. Daarna kwam deze functie als voorzitter van GCC langs en daar heb ik graag 'ja'tegen gezegd, want ik vind ondernemers en ondernemersbelangen nog steeds vreselijk leuk. Het is zeer gevarieerd waar ik me in deze functie mee bezig kan houden: van horeca en dienstverlening tot grootwinkelbedrijf. En dat het onbezoldigd is komt mij goed uit. Want mijn mentor, Jan Hein Veenhouwer, zei ooit tegen mij: zodra functies betaald zijn loop je het risico dat mensen op plekken gaan zitten vanwege het geld. En daar is het mij dus niet om te doen en ik ben er trots op met mensen in het bestuur te zitten die het ook niet doen vanwege het geld. Mensen moeten intrinsiek gemotiveerd zijn, was de les van mijn mentor.

Een andere les was dat er een verschil is tussen ondernemen en besturen. Als bestuurslid vertegenwoordig je een groep en gaat het niet om je eigenbelang. En dat komt in de nieuwe structuur van de Groningen City Club hartstikke mooi naar voren. De ondernemer krijgt bij ons

steeds meer het gevoel: dit is zijn eigen vereniging waarin hij dingen kan bepalen! Eigenlijk hebben we nu een moderne variant van wat Theo Venema deed: die ging ook niet voor het eigen belang: hij richtte zich op wat ondernemers wilden. De ondernemer moet in Groningen weer het gevoel krijgen dat hij er toe doet. Niet door dingen te roepen, wel door zich in te zetten voor wat hem in het hart raakt.

PARKEERBELEID

'In mijn visie zou je parkeerbeleid moeten zien als "extern beleid". Zo beschouwt Q-park zich bijvoorbeeld als het visitekaartje van Groningen voor veel consumenten die van buiten de stad komen. Ik ben het daar helemaal mee eens. Wij zullen parkeergarages dan ook niet moeten beoordelen op hoeveel dubbeltjes en kwartjes ze vragen. We moeten niet blijven hangen in het beeld dat zes of zeven euro veel of weinig is voor een parkeerkaartje. Nee, we moeten het veel meer hebben over wat die garages te bieden hebben als "First impression". Als zo'n garage er prima uitziet, dan komt dat het beeld dat gasten van Groningen hebben zeer ten goede.

Je moet dus veel meer bieden dan bijvoorbeeld een inmiddels wat verouderde garage als bij de Vismarkt. Zo zou je stewards kunnen inschakelen om daar als gastheer mensen te ontvangen of vragen te beantwoorden. Ik denk dat een garage op die manier een mooie entree kan worden voor de stad. We doen er goed aan het voorbeeld van het zuiden te volgen en meer te doen aan "hospitality".

GEMOEDELIJKHEID

"Gemoedelijkheid" is onze kracht. In het westen beschouwen ze dat als provincialisme, terwijl het juist onze kracht is: dat maakt Groningen uniek. Daar wil je wat mee.

Groningen is overzichtelijk en compact. Hier tref je één binnenstad en dat maakt het geweldig mooi. En dan komen er ook nog bedrijven bij zoals Gasunie of GasTerra. Het zijn allemaal prachtige ingrediënten om van alles mee te doen. Daar komt nog iets bij. Van oud-Groningers die naar elders verhuisden heb ik het wel vaker gehoord: wij hebben hier echt een arbeidsethos met een enorme potentie. Dat moeten we faciliteren. En dat ik, in deze functie daar vorm aan mag geven, dat maakt deze functie van voorzitter van de Groningen City Club voor mij hartstikke leuk', aldus Cees Jan Gieskes.

'Zie zo', besluit Gieskes, 'dit waren wat van mijn gedachten over Groningen. That's me!'

De terrassen in Groningen behoren tot de mooiste van Nederland. En sinds deze zomer geldt dat voor twee terrassen in het bijzonder.

Het terras van Stadscafé-restaurant 't Feithhuis slaagde er in juli in om door te dringen tot de landelijke Terras Top 100 van Misset. En het terras op de boot Ludina, tegenover Whisk(e)- & Speciaalbiërcafé De Toeter aan de Turfsingel, werd derde van Nederland in de categorie publieksprijs van de Terras Top 100.

Beide bedrijven zijn zeer verguld met hun onderscheidingen: de ondernemers beschouwen het vooral als een kroon op hun streven het de gasten zo goed mogelijk naar de zin te maken en een aantrekkelijke entourage te bieden.

'T FEITHHUIS

'Dit is echt een erkenning waar we hier heel erg blij mee zijn!', vertelt Cindy Witteveen namens 't Feithhuis. Volgens haar is zo'n erkenning belangrijk voor een horecaonderneming. Het levert leuke reacties op van klanten, en uiteindelijk ook wel extra loop. 't Feithhuis heeft een zeer goed bijgehouden Facebook-pagina, waar het bedrijf dan ook met gepaste trots melding maakt van de onderscheiding. 'We worden er door veel gasten op aangesproken, dus dat we nu tot de bedrijven met de mooiste terrassen van Nederland behoren, is inmiddels wel bij velen bekend', aldus Witteveen.

Dit is wat de jury van Misset oordeelde over het terras van 't Feithhuis: 'De in totaal 150 zitplaatsen staan zowel in de slagschaduw van de Martinikerk als op houten vlonders. Op veel van de metalen tafels met rond houten blad een bordje met 'gereserveerd.' Dit is inderdaad ook een uitstekend en populair restaurant. En een belangrijk pre: ze staan ruim opgesteld, zodat de burens niet alle gesprekken woordelijk hoeven te volgen. Medewerkers zijn uitermate vriendelijk. Op weg naar het toilet en weer terug worden we door iedere medewerker die we passeren hartelijk begroet. Vrijgekomen tafels worden meteen schoongemaakt en klaargezet voor de volgende gasten.'

Eigenaar Keimpe Postema liet via Facebook weten verguld te zijn met de onderscheiding voor zijn terras. Volgens hem is het vooral ook een compliment aan zijn medewerkers: 'Een wedstrijd of verkiezing is een prikkel voor mensen om te excelleren. Het biedt nieuwe uitdagingen. Natuurlijk kan ik als ondernemer niet ontkennen dat



De mooiste terrassen van Groningen. En van de rest van Nederland!

alle PR mooi is meegenomen. Maar puur voor de PR gebruiken we andere kanalen. Een nieuwsbrief bijvoorbeeld en onze social media. Zo'n top 100-notering is niet zozeer een award voor de zaak, het is een award voor het team.'

LUDINA

Het terras op de Ludina van Café De Toeter, mag zich een publiekslievelingetje voelen. Op het kadeterras kan men lunchen en zijn tapas, bier en maaltijden verkrijgbaar. Het terras, sinds kort uitgebreid met een vlonder, is ingericht op een Groningse tjalk uit 1908. Want het is aan het publiek te danken, dat massaal via Facebook reageerde, dat het terras in de prijzen viel,

vertelt Alex Leuning. 'Het is echt fantastisch dat het zo werd gewaardeerd. Het terras op het dek is pas operationeel sinds begin mei 2012. In die drie jaar hebben we heel veel gedaan. Het was de eerste keer dat we meededen, en dat het publiek kon stemmen. We zijn uiteraard heel actief geweest om "likes" te krijgen en dat heeft vast wel geholpen.

Of deze verkiezing nu rechtstreeks veel klanten oplevert, durf ik niet te zeggen. Eén ding weet ik wel zeker: positiviteit brengt gasten! En story telling ook! En zo zijn we constant bezig met kwaliteit en gastvrijheid en dan is het natuurlijk heel leuk als dat gewaardeerd wordt!', aldus een gedreven en enthousiaste Leuning.





Vastgoed makelaar Paul Casander: 'Binnenstad moet nog meer entertainment bieden'

'Vooral startende ondernemers bezorgen Groningse binnenstad opgaande lijn'

De detailhandel in de binnenstad verandert. Net als de consument. En daarmee dus ook de economie en het karakter van de binnenstad van Groningen. Waar gaan we naar toe? Wat is de toekomst? CityScoop vroeg het aan specialisten die dagelijks betrokken zijn bij de economie van de binnenstad. Zoals vastgoedmakelaar Paul Casander van Overduin & Casander Bedrijfsmakelaars.

Hoe gaat het volgens u momenteel, economisch gezien, met de binnenstad?

'Voorzover ik dat aan de reacties van ondernemers kan afleiden, gaat het weer een stuk beter dan de periode eind eerste kwartaal, begin tweede kwartaal van dit jaar. De omzetzijde die veel ondernemers toen hebben opgelopen moet de rest van het jaar goed gemaakt worden. Dat wordt nog spannend.'

Heeft dat gevolgen voor de vastgoedmarkt?

'De vraag naar winkels is al gedurende begin 2014 in opgaande lijn en komt vooral van startende ondernemers.

Het dipje zoals hiervoor genoemd heeft daar geen invloed op.'

Hoe ziet de toekomst van het vastgoed in Groningen er uit? Is er iets te zeggen over trends? Waar gaan we naar toe?

'Zo onvoorspelbaar als de markt zich de afgelopen jaren heeft ontwikkeld, zo onvoorspelbaar is de toekomst. Wel zijn formulewijzigingen zichtbaar. Voorbeelden: veel ondernemers die een combinatie beginnen van een winkel met horeca, Media Markt dat meer het accent legt op internetverkoop en zijn winkel als showroom / informatiepunt geschikt maakt. Dit laatste zal meer gevolgd gaan worden.'

Hoe zou de binnenstad er, ten gevolge van bijvoorbeeld internet en het door elkaar heen lopen van werk en vrije tijd, in de toekomst uit kunnen zien? Zijn er vergezichten, trends?

'De binnenstad zal steeds meer entertainment moeten gaan bieden om de bezoekers te 'pleasen'.

Uitsluitend winkelen zal niet meer voldoende zijn. Het moet een dagje (weekend / midweek) uit worden waar winkelen een onderdeel van is.'

Heeft u zelf nog een opmerking of hartenkreet n.a.v. dit onderwerp?

'Biedt meer vrijheid aan ondernemers om het hiervoor genoemde entertainment te gaan verzorgen.

En realiseer die kabelbaan!!'



Het gaat goed met de belangstelling voor het vastgoed in de binnenstad. Wel zijn de huren nog niet terug op het oude niveau van voor de crisis. Alleen de belangstelling voor het huren van panden in de Herestraat is duidelijk niet op die van voorheen. Opmerkelijk is verder de toenemende rol van de horeca in de binnenstad. Een en ander betoogt Dolf Stelpstra, vastgoedmakelaar bij DTZ Zadelhoff. CityScoop stelde ook aan hem vragen over de actuele economische situatie van de binnenstad.

Hoe gaat het momenteel, economisch gezien, met de binnenstad?

‘Goed. Het laatste jaar zijn veel winkels verhuurd die soms wel jaren beschikbaar waren. Deze worden nu weer ingevuld. Overigens wel tegen lagere huren dan jaren geleden. Ondernemers hebben weer vertrouwen en dat uit zich in de plannen die ze maken en de ruimtes die ze zoeken.’

‘Een keerzijde is misschien het grote aanbod in de AI-straat van Groningen, de Herestraat. Het is niet eerder voorgekomen, althans ik kan me dat niet heugen, dat er zoveel keuze is om daar te huren. In tegenstelling tot de B en C-straten zijn de huren in de Herestraat niet echt gezakt. De panden komen leeg en zijn vaak niet direct geschikt om door een opvolgende retailer te worden ingevuld. In de praktijk van alle dag zie je dan ook dat de eigenaren kijken naar de herontwikkelingsmogelijkheden van het leegkomende pand. In sommige gevallen betreft het dan een herontwikkelingsopgaaf voor meerdere panden naast elkaar. Deze worden gesloopt, om vervolgens een geheel

Dolf Stelpstra RT Makelaar DTZ Zadelhoff:

‘Het gaat prima met het vastgoed in binnenstad; horeca zal een belangrijker aandeel vormen’

nieuw winkelcomplex te realiseren over meerdere verdiepingen. Er wordt bij deze herontwikkelingsstudies dan ook gekeken naar de vraag en de behoefte in de retailmarkt.’

Heeft dat gevolgen voor de vastgoedmarkt?

‘De aantrekkende beweging van de markt heeft zeker gevolgen voor de vastgoedmarkt. De goede locaties worden weer meer gewaardeerd als belegging, oftewel beleggers tonen weer interesse om te verwerven. De B en C-straten doen het als beleggingsinstrument minder goed dan in de jaren voor de crisis. Dat heeft mede te maken met kortere en meer flexibele huurovereenkomsten. Met andere woorden, de risico’s voor een belegger dat de huurder op kortere termijn weer vertrekt vertaalt zich in de waarde van het onderliggende vastgoed. De huurtransacties van de afgelopen tijd gaan ook tegen een vaak veel lagere huur. Samen met die lagere huur en de kortere looptijden is de beleggingswaarde van betreffende onroerende zaak beduidend lager dan in de tijden voor de crisis.’

Hoe ziet de toekomst van het vastgoed in Groningen er uit? Is er iets te zeggen over trends? Waar gaan we naar toe?

‘De retailsector is een markt die zich blijft ontwikkelen. Je kunt niet zeggen ‘we zijn nu klaar’. Als ergens veranderingen snel gaan dan is dat wel bij retail. Niet blijven ontwikkelen wil zeggen dat op termijn de aansluiting met de vraag in het winkellandschap wegvalt. Er is dus geen keus.’

‘Trends? Duidelijk is wel dat de laatste jaren de webverkoop meer en meer van de omzet in de fysieke winkels heeft afgesnoept. Te zien is dat een winkelformule de fysieke winkel nu samen exploiteert met de internetwinkel. Wedden op één paard is uiteindelijk de dood in de pot. Magazijnvoorraden in de winkel zijn bijna verleden tijd. Als een bepaald product in de winkel niet (meer) voorhanden is dan wordt dat artikel de volgende dag vanuit het centrale

magazijn per pakketpost thuis bezorgd.’

‘Wat ook opvalt is dat steeds meer buitenlandse formules in het binnenstadsstraatbeeld een plek innemen. Gelet op het pakket van eisen waaraan zo’n winkel dient te voldoen is het niet altijd gemakkelijk om snel de juiste plek te vinden. Veelal zullen (her)ontwikkelingen daarin moeten voorzien.’

‘De trend die ingezet is zal verder doorzetten. De bereikbaarheid en het parkeren in de binnenstad blijft een punt van zorg. Om consumenten te blijven trekken is herijking van het parkeerbeleid nodig, parkeertarieven moeten fors omlaag.’

Hoe zou de binnenstad er, ten gevolge van bijvoorbeeld internet en het door elkaar heen lopen van werk en vrije tijd, in de toekomst uit kunnen zien? Zijn er vergezichten, trends?

‘Een aantrekkelijke binnenstad waar naast de reguliere binnenstadswinkels ook de dagelijkse boodschappen te halen zijn. Openingstijden zullen verder verruimen en wellicht in de (verre) toekomst tot 22.00 uur open zijn. In het buitenland is dat vaak al normaal. De 24-uurs economie vraagt daar ook om. Iedereen is druk en winkelen en boodschappen doen moet na werktijd. Ook horeca zal een belangrijker aandeel in de binnenstad vormen, er wordt meer buitenshuis gegeten, horecaformules zullen op de trend inspelen door een groter en breder aanbod. Het aanbod van daghoreca naast winkels nemen toe. Die trend is nu al ingezet na een wijziging van het gemeentelijk beleid. Horeca is belangrijk voor het vertier, voor een kop koffie, een drankje en meer.’

Heeft u zelf nog een opmerking of hartenkreet n.a.v. dit onderwerp?

‘De binnenstad zal altijd een aantrekkelijk gebied blijven, zowel voor retailers, bezoekers als beleggers. Wij zien dat er voor vrijwel alle objecten in de binnenstad van Groningen interesse bestaat.’



De Groningen City Club is onlangs verhuisd naar een nieuw kantoor, gevestigd in het Infrahuis aan de Leonard Springerlaan 1. De verhuizing vanuit het oude pand aan de voet van de Martinitorren is noodgedwongen. Op de nieuwe locatie kunnen de gasten veel beter worden ontvangen. “We zijn hier heel trots op”, aldus bestuurslid Fred de Bruin.

De GCC zat vijftien jaar lang in een deel van het pand van ABN AMRO Bank op de Grote Markt. “Zij hebben ons vijftien jaar lang heel gastvrij onderdak geboden en het ging daarbij al die jaren om een unieke vorm van sponsoring. Een stevig bedankje richting ABN AMRO is dan ook echt op z'n plaats”, vindt De Bruin.

Het bestuur van de GCC was echter wel van mening dat het kantoor enigszins verstopt zat en dat de gasten er weinig representatief konden worden ontvangen. Een aantal weken geleden kreeg de vereniging wederom te horen dat de kans groot zou zijn dat ABN AMRO het genot van gebruik door de GCC spoedig zou moeten beëindigen en dat de GCC daarmee op straat kwam te staan. “Dat deze beëindiging ééns zou plaatsvinden speelt eigenlijk al enkele jaren en al

Nieuw onderkomen voor Groningen City Club

‘Dit is een aanmerkelijk betere ontvangst voor onze gasten’

die tijd hebben we rustig om ons heen gekeken. Met de invoering van een nieuwe bestuursstructuur hebben we dan ook besloten om ook qua huisvesting door te moeten pakken”, aldus het bestuurslid.

De GCC zocht een locatie die goed bereikbaar is en dat heeft het gevonden met het Infrahuis. “Je kunt hier gratis binnen de poort parkeren en uiteindelijk is het niet zo ver van het centrum af. “Het contact met het Infrahuis is ontstaan omdat Erwin Mulder hier als ‘citymanager’ ook al zit met het Servicepunt Detailhandel. Uiteindelijk streven we er naar een bundeling van krachten te realiseren. Zeg maar een soort van ondernemershuis met daarin een aantal zich elkaar versterkende organisaties.

Het nieuwe onderkomen biedt up-to-date voorzieningen en uitstekende vergadermogelijkheden.

Het nieuwe kantoor, waar ook het secretariaat is gevestigd, wordt tevens voornamelijk gebruikt voor bestuursvergaderingen en -afspraken. Ook zijn er mogelijkheden om (grotere) bijeenkomsten te houden in een meer informele setting. “Er zijn eigenlijk geen nadelen te bedenken”, vindt De Bruin: “Het kantoor is uitstekend bereikbaar en we kunnen hier veel meer gastvriendelijkheid bieden. De locatie heeft een zakelijke en representatieve uitstraling en dat past bij hoe we de GCC nu aan het professionaliseren zijn.”

Overigens huist de GCC op het moment van schrijven in ‘het zaaltje Drenthe’. “Dat gaan we vanzelfsprekend nog aanpassen. Verder komt er binnenkort een eigentijdse bewegwijzering vanaf de ingang, zodat duidelijk wordt dát we hier zitten én waar we hier zitten”, besluit De Bruin.

De Groningen City Club is deze zomer aan haar tweede jeugd begonnen. Dit jaar bestaat de vereniging precies twintig jaar en daarmee is het de oudste ondernemersvereniging van Groningen. GCC zag officieel het levenslicht in juni 1995. GCC ontstond toen uit een fusie van Federatie 8+ en City Promotie Groningen. In die twee decennia heeft GCC zich ontwikkeld tot een gezaghebbende vereniging die - zeker ook door het gemeentebestuur - zeer serieus genomen wordt als gesprekspartner.

Om ook de komende jaren vitaal, energiek en bovenal ook gedragen door haar leden te blijven, heeft GCC haar verenigingsstructuur aangepast. Dat gebeurde tijdens de Algemene Ledenvergadering op 22 juni. Die nieuwe structuur moet er voor zorgen dat GCC er is voor en vooral ook v an de binnenstadsondernemers.

EEN NIEUWE STRUCTUUR

In het afgelopen jaar voerde het bestuur van GCC vele gesprekken over manieren om de verbinding tussen de leden en het bestuur te herstellen en de onderlinge communicatie te verbeteren. 'Om beter aan te sluiten bij onze achterban dient het bestuur een afspiegeling van het ledenbestand te zijn', zo luidde de conclusie. Om dat te bereiken is besloten om de voormalige 'bestuursportefeuilles' om te vormen naar 'thema commissies'.

Daarmee hebben de leden meer ruimte gekregen om hun idee en over een bepaald onderwerp vorm te geven. Waar leden zich mee bezig houden bepalen de deelnemers binnen de commissie zelf, hoewel er voor dit jaar al wel een aantal zaken zijn benoemd. De commissies voeren beleid uit op een bepaald gebied, binnen hun eigen commissies (wel of niet samen met andere commissies als daar raakvlakken mee zijn), terwijl het bestuur op hoofdlijnen en in samenspraak met de commissievoorzitters het uitvoerend orgaan vormt.

DE NIEUWE COMMISSIES

Wie hebben zich gemeld om zich in te zetten binnen het nieuwe, kleinere bestuur en binnen de nieuw gevormde commissies? Een overzicht. Het bestuur bestaat uit vijf personen, te weten:



Groningen City Club begint op 20^{ste} verjaardag aan tweede jeugd met nieuwe verenigingsstructuur

- Voorzitter: Cees Jan Gieskes (MKBGW)
- Vicevoorzitter: Eric Bos (V&D Groningen)
- Secretaris: Alex Leuning (Progress Events BV)
- Penningmeester : Fred Sprenger
- Algemene zaken & projecten: Fred de Bruin (Fred de Bruin Horeca Consult)
- Economische Zaken: commissievoorzitter is Henk Wustenveld (Horeca Combinatie Groningen bv - De Drie Gezusters)
- Fysiek beheer & veiligheid: commissievoorzitter is Ger de Vries
- Horeca: commissievoorzitter is Sil Doeksen (De Drie Gezusters)
- Jeugd & verantwoord ondernemen: commissievoorzitter is Grace Meijer

De nieuw gevormde commissies zijn ontstaan uit de themaportefeuilles van voorheen.

Deze kunnen in de loop van de tijd veranderen, verdwijnen of er komen nieuwe commissies bij.

Voor nu zijn de volgende commissies actief:

- Communicatie & ledenwerving: commissievoorzitter is Carin van der Velde (LS Advies)
- Detailhandel: commissievoorzitter is Berend Ziengs (De Schoenenfabriek en Hugo Boss)

Twee commissies hebben nog geen commissievoorzitter.

Cees Jan Gieskes en Eric Bos nemen deze gezamenlijk waar tot zich kandidaten hebben gemeld.

Het gaat om de commissies 'Ruimtelijke ordening' en 'Verkeer & vervoer'.

Groningen City Club op zoek naar commissieleden

Op zoek naar een leuke, interessante, inspirerende en vooral ook gezellige nevenfunctie? Misschien is de Groningen City Club dan iets voor u!

De Groningen City Club wordt sinds deze zomer namelijk geleid door een dagelijks bestuur, dat gesteund wordt door diverse commissies, die zich bezighouden met een specifiek thema. Voor de commissies 'Ruimtelijke ordening' en 'Verkeer & vervoer' zoekt GCC nog voorzitters.

Wilt u er meer over weten, stuur dan even een mailtje naar GCC: info@ groningen.net.



Investeren in inrichting loont, vindt directeur Leo Limberger van projectinrichter Oving uit Assen. Door het nieuwe werken zijn veel kantoren haastig ingericht waardoor de werkplek voor veel werknemers niet meer hetzelfde voelt. Zijn devies is daarom: investeer in je inrichting en betrek daarbij je medewerkers om het voor hen zo prettig mogelijk te maken. ‘Je medewerkers vormen het kernkapitaal’, zegt Limberger.

Projectinrichter Oving voorziet grote veranderingen op gebied van kantoorinrichting

Het is allang niet meer zo dat mensen hele dagen op kantoor werken. ‘Mensen zijn onderweg, werken vanaf huis, pakken hun laptop en doen hun werk waar ze willen’, vertelt Limberger. Het nieuwe werken bleek een populaire trend die in veel organisaties snel is doorgevoerd. ‘Bij inrichten gaat het uiteindelijk om de gebruiker; de medewerkers zijn immers het belangrijkste kapitaal van de organisatie. Een werknemer die met plezier op het werk komt, omdat hij zelf de tijd en plaats waar hij werkt kan bepalen en kan afwisselen van werkplek en werkhouding, is veel productiever en loyaler naar zijn werkgever. Daarnaast zal hij of zij minder vaak ziek zijn.’

Het traditionele werkkantoor zal over vijf jaar veranderd zijn in “ontmoetingskantoor”

Dat houdt ook in dat werkgevers vrijheid en vertrouwen terug moeten geven. ‘Werknemers die al jaren op dezelfde plek werken, moet je langzaam voorbereiden op grote veranderingen.’ Ook is er volgens Limberger te weinig geïnvesteerd. ‘Toen de economie een enorme dip doormaakte, werd er in veel bedrijven krampachtig budgettair gestuurd: ‘Investeren? Nu even niet’. Terwijl de juiste investering, namelijk die in je medewerkers als kernkapitaal, zich toekomstgericht dubbel en dwars zal uitbetalen.’ Limberger gelooft in een combinatie van traditionele vaste werkplekken en werken op andere locaties. Deze combinatie vraagt dan ook om innovatieve interieuroplossingen. ‘Wij kiezen daarom voor inrichting voor de lange termijn. De inrichting moet functioneel zijn en moet het arbeidsproces zo goed mogelijk ondersteunen. Je moet de ideale voorwaarden creëren om aan de eisen van moderne arbeidsprocessen te voldoen en daarnaast ook aan de behoeften van individuele werknemers tegemoetkomen. Daarom interviewen we werknemers om tot een goed plan te komen.’

Hoe werkplekken er over een jaar of vijf uitzien? De directeur van Oving denkt dat het ‘traditionele’ werkkantoor steeds meer een ontmoetingskantoor wordt. ‘Een gebouw waar je elkaar ontmoet, overlegt, kennis deelt en het bedrijfs-DNA bijtankt’, zegt Limberger. Zijn bedrijf gaat in op deze trend met een op maat gemaakt uitgewerkt concept. ‘Bij CUSTOM MADE maken we een ontwerp op maat voor de werknemer. Net als een maatpak dat nauwkeurig op je lichaam wordt ingemeten. Daardoor ben je zelf uitermate betrokken bij het proces. En dat is erg belangrijk, want geen mens of organisatie is gelijk.’

Alsmaar vernieuwen is een van de kernwaarden van Oving, zegt Limberger. ‘Naast hoogwaardige en aantrekkelijke collecties en innovatie in werkmeubelen bieden we toegevoegde waarde. Dat kan zijn door betere inhoudelijke kwaliteit te leveren, een betere service te bieden of door op advies- en technisch gebied projectmatige ondersteuning te geven.’

Algemeen bestuur/meldpunthouders Veilig Ondernemen Groningen

- Algemeen Bestuur: AB
- Meldpunthouder
Veilig Ondernemen: MPH

1.	A-kerkhof Noordzijde	Tabakspeciaalzaak A-kerk	De heer R. Heikoop	Tel. 050-3122291	AB en MPH
2.	A-Kerkhof Zuidzijde	Gerrit Gombert Maatkleding-Togamakerij	De heer G. Gombert	Tel. 050-3125835	MPH
3.	A-straat	Koffie- en Lunchlokaal Lav Azza	De heer L. Teijlingen	Tel. 06-22971206	AB
4.	A-straat	Westerhaven Muziekhuis	De heer G. S. van der Heide	Tel. 050-3144444	AB
5.	Brugstraat	Subway	De heer Schaafsma	Tel. 06-46169762	AB
6.	Ebbingekwartier	't Binnenhuis Woninginrichting	Mevrouw W. Naaijer	Tel. 050-3123197	AB en MPH
7.	Folkingestraat	Sieradenatelier Willem Tredgett	De heer W. Tredgett	Tel. 050-3135166	AB
8.	Gedempte Kattendiep	Hampshire City Hotel Groningen	Mevrouw S. Witkop	Tel. 050-5886565	AB
9.	Gelkingestraat	Haastje Repje Mode	De heer G. Hazenberg	Tel. 050-4090880	AB en MPH
10.	Grote Markt	Vroom & Dreesmann	De heer E. Bos	Tel. 050-3133711	AB
11.	Grote Markt	Hennes & Maurits	De heer H. Slot	Tel. 06-23394102	MPH
12.	Herestraat (tussen Gedempte Zuiderdiep en Tussen Beide Markten)	De Bijenkorf	Mevrouw A. Schotanus	Tel. 088-2453605	AB
13.	Nieuweweg	Momadesign	Mevrouw A. Modderman	Tel. 06-55106682	AB en MPH
14.	Oosterstraat	Internoord Reizen	Mevrouw H. Kramer	Tel. 050-3180844	AB
15.	Oude Kijk in 't Jatstraat	Kilroy	De heer F. Arends	Tel. 06-21684708	AB en MPH
16.	Oude Kijk in 't Jatstraat	Wirwar	Merouw K. Hoetjes	Tel. 050-3148424	AB en MPH
17.	Oude Kijk in 't Jatstraat	PS! Koffie, kunst & chocola	De heer M. Scholtalbers	Tel. 050-7600769	AB en MPH
18.	Poelestraat	Woonn	De heer P. Groothuis	Tel. 050-3640692	AB
19.	Poelestraat	Stadtlander Eetcafé	Mevrouw T. Harkema	Tel. 050-3127191	AB
20.	Sint Jansstraat	Bever Zwerfport	De heer P. Bruinsma	Tel. 050-3137094	AB
21.	Steentilstraat	Happy Walker	De heer C. Prenger	Tel. 050-3137264	AB
22.	Waagstraatcomplex	Café-Restaurant Het Goudkantoor	De heer E. Lolkema	Tel. 050-5891888	AB
23.	Westerhaven	Media Markt Groningen	De heer. M. Steur	Tel. 050-3172888	AB

Oproep: hebt u ruimte beschikbaar voor Pieten?

Eind november is het weer zover: het Pietenspektakel. Pieten zetten op zaterdag 28 en zondag 29 november de binnenstad op stelten.

De Groningen City Club is voor deze twee dagen op zoek naar een plek waar de Pieten zich kunnen omkleden, schminken en opwarmen. Het zou prettig zijn als er een toilet is en stromend water. (Wellicht) een geschikte locatie in de aanbidding? Neem contact op met Grace Meijer via 050-313.37.11.



robert paul van beets / Shutterstock.com

Wat is Algemeen Bestuur en Meldpunthouder?

Het Algemeen Bestuur bestaat uit de leden van het Dagelijks Bestuur en uit vertegenwoordigers van de meeste ondernemersstraten in de binnenstad.

Zij zijn de ogen en oren van hun straat op elk denkbaar gebied. Vaak treden zij individueel op, soms namens een nog bestaande ondernemersvereniging, maar altijd namens hun straat.

In Veilig Ondernemen zijn in een aantal straten Meldpunthouders benoemd. Zij zijn de vertegenwoordigers en daarmee de ogen en oren van hun straat op het gebied van veiligheid.

Deels zijn dit dezelfde mensen die zitting hebben in het Algemeen Bestuur, deels zijn het nieuwe contactpersonen.



Steeds meer variatie; winkelen wordt avontuur, leegstand neemt steeds verder af

Wat is de toekomst van het winkelen in de Groninger binnenstad?

“Het gaat gewoon lekker in de Groningse binnenstad!” Dat is in acht woorden samengevat de analyse van vastgoedmakelaar Igor Feenstra. Hij is werkzaam voor Kooistra Feenstra Bedrijfsmakelaars en kent de markt voor bedrijfsmatig onroerend goed in de binnenstad op zijn duimpje.

CityScoop sprak met hem en andere specialisten over de vraag hoe het er voorstaat met de economie van de Groningse binnenstad, halverwege 2015. Aanleiding voor die vraag is het feit dat het voor iedereen waarneembaar is dat de binnenstad aan het veranderen is, ook ten gevolge van de komst van internet. Werk en vrije tijd lopen door elkaar heen en volgens veel berichten zou de crisis aan z'n einde zijn gekomen.

Wie door de binnenstad loopt, door straten als Zwanestraat, Oude Kijk in 't Jatstraat, Folkingerstraat, Oosterstraat of Akerkhof: overal zijn nieuw winkels en nieuwe winkelformules te zien. Het maakt het wandelen door de Groningse binnenstad zeer verrassend. Ogenschijnlijk lijkt het dus weer veel beter te gaan met die binnenstad, waar het twee tot drie jaar geleden nog zo moeizaam leek.

IS DAT INDERDAAD HET GEVAL? HOE STAAT HET ER VOOR, MOMENTEEL?

‘Vorig jaar, 2014, was het een heel goed jaar wat betreft de verhuur van winkelpanden en ging het hard de goede kant op: wij hebben toen veel winkels verhuurd. Het eerste kwartaal van dit jaar viel het toch weer behoorlijk tegen. Gelukkig laat het tweede kwartaal weer een beter beeld zien. De animo om nieuwe winkels te openen in de stad zet duidelijk door’, vertelt Feenstra.

Volgens hem is het opmerkelijk dat het al lang niet meer vooral kledingwinkels zijn die er bij komen, het beeld is juist heel gevarieerd. Aan de Vismarkt is momenteel zelfs geen pand meer beschikbaar en ook de Herestraat is weer in trek.

In de Oosterstraat zijn ook nieuwe winkels gekomen, evenals aan de Carolieweg. ‘Het aanbod aan winkelpanden begint langzaam maar zeker wat op te drogen, al is er in straten als Gelkingestraat en Steentilstraat momenteel nog wel veel aanbod.’

Volgens Feenstra is de situatie in de stad Groningen ook duidelijk veel beter dan die in de regio in het Noorden. ‘De situatie is hier echt

totaal anders dan in steden als Assen, Emmen, Leeuwarden, Heerenveen, Roden of Winschoten: daar gaat het nog lang niet echt goed. Eigenlijk mag Groningen zich wel op de borst slaan. Want we doen het echt erg goed als stad, met leuke winkels en leuke initiatieven. Groningen moet daar echt meer mee gaan koketteren!’

TOEKOMST?

Als je de situatie van nu vergelijkt met die van een paar jaar geleden, zou je op grond daarvan een voorspelling kunnen doen voor de toekomst? Kan Feenstra een vergezicht schilderen van de situatie over een aantal jaren?

‘Nee! Dat kan ik niet. Het enige dat zeker is, is dat de markt in beweging is. Concepten zijn echt aan het veranderen. Een koffiebar in combinatie met een kapsalon, bijvoorbeeld, was enkele jaren geleden zéer bijzonder.

Niks is meer zoals het vroeger was, zo lijkt het wel. Al begrijp ik persoonlijk sommige combinaties niet: wie wil er bijvoorbeeld graag een broodje eten in een wassalon? Soms snap je het misschien niet. De consument waarschijnlijk wel, want het blijkt hartstikke goed te werken: de enorme variatie aan winkels in Groningen!’, aldus Igor Feenstra.

'Beleving moet het toverwoord zijn in Groningen als winkelcentrum'

'Je moet als binnenstad en met je eigen concept een totale beleving creëren', zegt Berend Ziengs stellig. Althans: 'beleving' is wel de reden van het succes van zijn nieuwe concept 'De Schoenenfabriek'. Horeca-ondernemer Sil Doeksen is het helemaal met hem eens. 'In de horeca draait het om kwaliteit en het verkopen van een goed verhaal', aldus de bedrijfsleider van Drie Gezusters. Zowel De Schoenenfabriek als de Drie Gezusters onderscheiden zich. Beide heren geven dan ook volgens velen invulling aan het 'nieuwe ondernemerschap'.

Maar misschien moeten we eerst de vraag oproepen of 'het nieuwe ondernemerschap' überhaupt bestaat. Beide heren zijn het daar niet helemaal over eens. Of misschien houden ze zich wel niet bewust bezig met 'het nieuwe ondernemen'. Feit is wel dat De Schoenenfabriek een vooruitstrevend en succesvol concept is en dat de Drie Gezusters onverminderd populair is in een tijd dat de horeca het lastig heeft.

'Het nieuwe ondernemen bestaat niet', vindt Sil Doeksen. 'We zijn hier allemaal 'gewoon ondernemer', maar we moeten veel beter en harder ondernemen dan dat we voor de crisis hebben gedaan. Er is veel meer concurrentie. Niet alleen in de retail, maar ook in de horeca. De consument heeft minder tijd en geld te besteden als ze de stad in gaan. En daar moet je op inspelen.'

IS INTERNET EEN BEDREIGING?

Het internet wordt door velen genoemd als een grote bedreiging voor het bezoek van stadscentra. 'Daar waar je elkaar vroeger ontmoette in de kroeg, gebeurt dat nu via sociale media', zegt Sil Doeksen. 'Bovendien zijn jongeren maandelijks zo'n 50 euro kwijt aan hun mobiele telefoontje. Dat is nou net dat extra geld wat ze niet meer besteden in de kroeg. Ze gaan minder snel op stap. Wij moeten ervoor zorgen dat we het centrum zo aantrekkelijk maken, dat ze wel weer een hapje of een drankje komen doen.'

Ziengs ziet het internet overigens niet als bedreiging, maar als kans. Het geheim zit 'm vol-



Sil Doeksen.

gens Ziengs vooral in een stevig fundament met én een stenen winkel én een webwinkel. 'Wij spelen heel erg in op beleving, ook in onze winkels. Niet alleen met onze producten, maar ook met de uitstraling van ons personeel en de winkel zelf. Het zorgt er wel voor dat we klanten hebben uit het hele land, die hier één keer zijn geweest en sindsdien al hun schoenen via onze webwinkel kopen. Ze worden gegrepen door de beleving en de kwaliteit.'

'Ook de binnenstad heeft 'belevenis' als belangrijkste marketingtool', zegt Berend Ziengs. 'We moeten - meer dan ooit - de klant verleiden om naar het centrum te komen. Een winkel staat niet meer op zichzelf, maar is een onderdeel van die totale belevenis. Er horen ook veel activiteiten bij. Met een bruisende stad blijven we genoeg mensen trekken om Groningen als winkelstad overeind te houden.'

ACHTEROVER LEUNEN? ZO WERKT HET NIET MEER!

'Tot 2008 konden we met z'n allen een winkeltje openen en achterover leunen, maar zo werkt

het niet meer', zegt Ziengs. 'Je moet weten wat je klant wil en inspelen op die behoeftes. We gaan weer terug naar klassieke klantenbinding en daar is ook helemaal niets mis mee. Outlets als Zara en H&M moeten lekker blijven doen wat ze nu ook doen, maar anderen moeten op zoek gaan naar het DNA van hun bedrijf', zegt Ziengs.

'Wij draaien niet op het halen van targets, maar op onze kernwaarden. Ons product staat voorop. We combineren daarnaast vakkennis met een gezonde portie lef. Met onze uitstraling zorgen we voor een belevenis, waar mensen terug blijven komen. Ze kunnen zich identificeren bij ons concept. En om die mensen binnen te krijgen, gaan we de straat op. Dan zetten we onze poetsstoel ergens neer en zien we wel wanneer we worden weggestuurd.'

Er zijn volgens Ziengs voldoende andere concepten in de stad die volgens hem op de goede weg zijn. 'Cledingraad is lekker eigentijds en je gaat je er thuisvoelen. Ik kom zelf ook graag bij Stardust. Andere mooie concepten, waarbij die >>

beleving bovenaan staat en die het ook goed doen, zijn bijvoorbeeld de Witte Raaf, Musjes, Coolblue en de verschillende bakkerscafés.'

DRIE GEZUSTERS VERKOOPT OOK BELEVING

'Ook wij verkopen beleving', zegt Sil Doeksen. 'Kwaliteit en een goed verhaal is binnen de horeca belangrijker dan ooit. Je moet wel meegaan met bepaalde trends, zoals het gebruiken van streekproducten, biologische producten, het zelf maken van patat van Groningse aardappels en een onderscheidend aanbod. Vroeger hadden we een kaart met een handvol speciaalbiertjes, maar nu hebben we wel meer dan tachtig verschillende biertjes. Je wilt meer en verschillende consumenten gaan aanspreken door een breder assortiment in te zetten.'

En al met de eerste zonnestraaltjes zit het enorme terras voor 'de Drie' vol. 'Ja, we hebben een absolute toplocatie en dat helpt ons. Maar ook



Berend Ziengs.

daar proberen we verbeteringen door te voeren. We hebben geïnvesteerd in nieuwe parasols met terrasheaters. Mensen gaan er ook zitten als het wat frisser is en blijven langer hangen.'

Doeksen streeft naar een levendige binnenstad en organiseerde daarom verschillende evenementen op de Grote Markt. Met de WK-schermen, de IJssbaan en onlangs het scherm tijdens de Bekerfinale trekt hij absoluut meer bezoekers in zijn eigen Drie Gezusters. 'We zijn ook afhankelijk van anderen. Een bruisende stad met mooie winkels, activiteiten en - heel belangrijk - een grote warenmarkt zorgt voor meer bezoek. Wij hebben het dan drukker.'

'Of we makkelijk praten hebben met onze toplocatie en schaalgrootte? Misschien wel. Maar ook kleinere horecazaken kunnen iets doen met hun beleving. Geloof me: we zijn jaloers op Mr. Mofongo's. Daar destilleren ze nota bene hun eigen drank. Ze zijn echt een voorloper! Als klein bedrijf is het vooral belangrijk om de ondernemer dicht bij de gast te houden. Dat geeft je concept echt een ziel en dat willen mensen graag', aldus Doeksen.

'We hoeven niet meer heel prijsgericht te zijn. Gasten willen best ergens iets meer voor betalen, maar je moet wel weten wat ze precies willen. Denk na wat er in hun hoofd omgaat. Daar liggen kansen. En ja, daar komt best veel bij kijken. Met het simpelweg verkopen van biertjes en koffie, kom je er niet meer.'

WE KUNNEN NOG WEL EEN GROTE PUBLIEKSTREKKER GEBRUIKEN

Zowel Doeksen als Ziengs zien voor Groningen als winkelstad een mooie toekomst weggelegd. Ze streven naar een betere beleving en zien de detailhandel, de horeca en de warenmarkt als drie belangrijke pijlers. 'Mensen moeten een dagje de stad in willen gaan om vermaakt te worden.

Niet om alleen maar nieuwe schoenen te kopen', zegt Doeksen.

'Ik denk echter dat we nog wel een grote publiekstrekker kunnen gebruiken', zegt Ziengs. 'Ik denk aan een groot pretpark. In ieder geval iets waar we een nieuw publiek mee aanboren.' Doeksen: 'Ouderen genieten van onze historische binnenstad.

Jong volwassenen kunnen hier terecht voor een goed winkel- en horeca-aanbod, maar we kunnen nog meer doen voor kinderen. Die nemen uiteindelijk hun ouders ook wel weer mee. Laatst hadden we hier op een zondag de Mega Blubber Power Race van Telekids en het was smoordruk!'

Maar ook het verlagen van parkeertarieven, het verbeteren van de P+R, het realiseren van een sterk Groninger Forum, het organiseren van meer activiteiten, festivals en markten moeten bijdragen aan een betere beleving van de binnenstad. 'We zijn op de goede weg.

Ook al gaat het stap voor stap. Maar als we hier met z'n allen op inzetten, dan staat Groningen straks heel erg goed op de kaart', besluit Ziengs.

De Schoenenfabriek

Berend Ziengs, telg uit de bekende 'schoenenfamilie' is de bedenker van het vooruitstrevende concept 'De Schoenenfabriek'. Het begon ooit met een winkel aan het Akerkhof in Groningen, maar inmiddels zijn er ook vestigingen in Leeuwarden en Zwolle. 'Bovendien openen we heel binnenkort in Nijkerk', zegt Ziengs trots.

De Schoenenfabriek richt zich op het midden- en hoogsegment en zorgt voor beleving door de industriële uitstraling van de winkels. Veel van de schoenen worden verkocht in de verschillende winkels, maar ook de webshop loopt goed. 'Inmiddels is de omzet zo groot dat we er 'een extra winkel' bij hebben', zegt Ziengs. 'We doen het goed, zowel online als in onze winkels, omdat we voor 70 procent een onderscheidend aanbod hebben. We hebben daardoor geen last van prijsvechters.'

Ziengs stuurt op het faciliteren van zijn personeel. 'Mijn opa had een stevige hiërarchie. Mijn vader opereerde met teams en nu is het helemaal omgedraaid. Wij stimuleren ondernemerschap bij de filialen en faciliteren ze. Natuurlijk wel met ons DNA en onze waarden in het achterhoofd.'

VOORDEEL VOOR LEDEN



Veel ondernemingen kiezen ervoor algemene voorwaarden te gebruiken bij het leveren van producten en/ of diensten. Algemene voorwaarden zijn bepalingen die worden opgesteld om bij meerdere overeenkomsten te worden gebruikt. Het woord zegt het al: de bepalingen zijn 'algemeen'. De kern van de prestaties van een overeenkomst moeten in de overeenkomst zelf worden opgenomen.

Het is van belang om u voorafgaand aan het sluiten van een aannemingsovereenkomst af te vragen of u voorwaarden van toepassing wilt verklaren en welke voorwaarden dan het beste bij het leveren van uw product of dienst passen.

Algemene voorwaarden

Als er algemene voorwaarden van toepassing worden verklaard is het vervolgens van belang om de inhoud van deze voorwaarden goed te kennen en ook als gebruiker van deze voorwaarden conform deze inhoud te handelen. In de voorwaarden worden vaak allerlei punten geregeld, zoals de wijze van betaling, garanties enz..

Ook is het van belang na te gaan of in de overeenkomst wordt afgeweken van de bepalingen in de algemene voorwaarden.

Algemene voorwaarden dienen ter hand te worden gesteld. Het deponeren van de voorwaarden bij bijvoorbeeld de Kamer van Koophandel en een verwijzing daarna is niet voldoende. Ook de opmerking dat de voorwaarden op verzoek worden toegezonden maakt niet dat deze ter hand zijn gesteld.

De algemene voorwaarden zijn dan weliswaar van toepassing, maar de bepalingen zijn vernietigbaar.

Het is daarom van belang dat u de voorwaarden bij het sluiten van de overeenkomst overhandigt of bij het verstrekken van de offerte

toestuurt en degene met wie u de overeenkomst sluit voor ontvangst van deze voorwaarden laat tekenen. Dat kan bijvoorbeeld door te verzoeken ook alle pagina's van de algemene voorwaarden te paraferen.

In het geval een overeenkomst langs elektronische weg tot stand is gekomen, bijvoorbeeld via een webshop, dienen de algemene voorwaarden vóór of uiterlijk bij het sluiten van de overeenkomst langs elektronische weg aan de wederpartij ter beschikking te stellen.

De voorwaarden dienen op een zodanige wijze te worden toegezonden dat ze door de wederpartij kunnen worden opgeslagen en op die manier toegankelijk blijven om later nog eens in te zien.

Mocht u nog vragen hebben over het gebruik van algemene voorwaarden of wenst u hulp bij het opstellen ervan. Neemt u dan contact op met BoutOveres Advocaten in Groningen (050-3140840).

Anita Winter

ACCOUNTANCY COLUMN: VOORDEEL VOOR LEDEN

Zeker tijdens de bouwvak was het rustig in de stad. Gelukkig voor de vakantiegangers die in Nederland bleven was het weer goed gestemd. Iedereen wil ons doen geloven dat het beter met de economie gaat. Als de consumenten dat ook gaan geloven krijgt de detailhandel nog een mooi najaar. Dat mag ook wel een keer na alle slechte tijden.

Persoonlijk vind ik dat collega-ondernemers de crisis overall de schuld van geven maar ik mis bij hen ook wel de nodige innovatie en creativiteit om in te spelen op de marktveranderingen. Het is ook niet eenvoudig want we hebben alles al en zijn verwend.

Leuk om te zien dat er nieuwe concepten bij komen en dat die ook aan slaan. Bijvoorbeeld *Broodje van eigen Deeg* in de Brugstraat. Het mooiste vind ik dat je daar alleen maar kunt pinnen. Wat een tijdsbesparing!

Omdat je geen kasadministratie meer hoeft bij te houden heb je geen gezeur over kasverschil-

De vakantie voorbij

len en moeilijke discussies met het personeel over die verschillen. Ook bij de boekhouder/accountant levert het nog besparing op. Prachtig toch!

Aan dit punt, *besparing op de administratieve lasten*, zal Jurjen Veldhuis van ons kantoor in de volgende columns aandacht besteden. Dat levert u meer tijd op om te ondernemen en u bespaart tegelijkertijd op de kosten.

Een mooi voorbeeld van de levendigheid van de binnenstad is wat Wijnand van Smeden allemaal doet rond de Brugstraat en de Hoge der A. Met daarnaast het jongeren hotel en Miss Blanche.

Het zou prachtig zijn als er meer van zulke partijen zijn die de stad mooi en authentiek houden. Met een groot aanbod van speciaalzaken.

De Zwanestraat staat er ook al leuker op en is een stuk levendiger dan voorheen, met zaken als Palazzo, Illy en de Kaaskop met een perfecte en vriendelijke bediening. Ga zo door!



VDW
VDW accountancy

BINNENSTAD BETER

De binnenstad van Groningen leeft op. En dat is overduidelijk te zien in de Oude Kijk in 't Jatstraat. Waar vroeger in deze straat veel reisbureaus en uitzendbureaus waren gevestigd, waardoor het er 's zomers vaak nogal saai en tam kon zijn, zijn nu de meest uiteenlopende zaken gevestigd. Tuinscharen, broodjes, koffie, Spaanse milkshakes: het is een klein avontuur om langs de etalages in deze lange winkelstraat te wandelen.

Twee ondernemers die de Oude Kijk in 't Jatstraat de afgelopen zes jaar hebben zien veranderen, en daar ook aan hebben meegewerkt, zijn Marcel Scholtalbers en Marian Osinga, eigenaren van de bijzondere koffiebar PS! In hun winkel kan men terecht voor de meest uiteenlopende soorten kwaliteitskoffie, waarvan je op locatie kunt genieten, eventueel in combinatie met een in de huisbakkerij gebakken taart.

Scholtalbers is penningmeester van de Straatvereniging voor Bedrijven Oude Kijk in 't Jatstraat / Stoeldraaijerstraat, een vereniging die nauw samenwerkt met de ondernemers in de Kromme Ellebogen en de Zwanestraat.

'Wij waren zes jaar geleden één van de eersten die hier een koffie- en foodzaak startten. Sindsdien zijn er steeds meer foodwinkels gekomen, misschien omdat dat door een andere regelgeving ook wat makkelijker werd in Groningen. In de Oude Kijk in 't Jatstraat kun je momenteel in veel zaken terecht voor kwaliteitskoffie. In eerste instantie denk je misschien dat we concurrenten van elkaar zijn. Het tegendeel is waar, we versterken elkaar vooral. Samen trekken we steeds meer publiek en dat is uiteindelijk in het belang van ons allemaal', vertelt Scholtalbers.

Marian Osinga is opgeleid als makelaar. Scholtalbers was franchiser in de detailhandel. Met hun passie voor koffie besloten ze samen de zaak PS! te beginnen en te werken aan het realiseren van hun droom. 'We proberen zo gastvrij mogelijk te werken. En juist het feit dat we onze passie en kennis over koffie kunnen delen met onze gasten, maakt het werk voor ons bijzonder leuk!', vertellen ze. Opvallend onderdeel van de zaak is overigens een kleurige mozaïekbar, geïnspireerd op het werk van Gaudi.



Ook Stoeldraaijerstraat, Kromme Elleboog en Zwanestraat bloeien op **Oude Kijk in 't Jatstraat ontwikkelt zich tot 'tweede Folkingestraat', vol verrassende winkels**

Vandaar dat de zaak door veel klanten ook wel "De Mozaïekbar" wordt genoemd.

De ondernemers in de Oude Kijk in 't Jatstraat zijn behoorlijk actief. 'We hebben allemaal plannen en ideeën. Onze voorzitter Kim Hoetjes heeft voor 28 augustus weer een prachtige braderie georganiseerd. Dat zegt heel veel over haar enthousiasme en gedrevenheid! Volgens Scholtalbers maakt het niet zoveel uit of er nu foodwinkels zitten of kledingzaken. 'Het belangrijkste is dat er sprake is van vernieuwing: of er nu horeca is of iets anders: dat maakt dan niet uit. Zo lang het geen leegstand is, want dat is achteruitgang'.

Scholtalbers kan zich vinden in de omschrijving dat de Oude Kijk in 't Jatstraat een hippe indruk maakt, met alle nieuwe formules van jonge ondernemers. 'Het is een unieke straat, één van

de oudste van Groningen. Er zit weer leven in, met echt zelfstandige ondernemers in plaats van filialen van winkelketens. Ook dat draagt bij aan de unieke beleving van onze winkelstraat'.

De Oude Kijk in 't Jatstraat heeft zich door de variatie in winkels en het jeugdige elan ontwikkeld tot een soort verlengstuk van de Folkingestraat. Het enige verschil met de Folkingestraat is dat de Oude Kijk in 't Jatstraat wat onbekender is, nog wat meer in opkomst, dat het allemaal wat nieuwer is en dat er sprake is van een "vibe".

'Je hoeft, komende vanuit de Folkingestraat, alleen de Vismarkt over te steken en je kunt te kust en te keur terecht voor groente, kleding, taart, koffie, brood en andere specialiteiten. Tja: misschien moeten wij volgend jaar ook mee gaan doen aan de verkiezing voor de Leukste Winkelstraat van Nederland!', aldus Scholtalbers.

Voordelen uitsluitend voor GCC-leden

De Groningen City Club (GCC is in de allereerste plaats een belangen-behartiger. Meestal is dat onzichtbaar werk, waar pas na (soms jaren) iets van te merken is. Om haar leden ook sneller en een meer zichtbaar voordeel te bieden heeft GCC een aantal leden bereid gevonden hun collega-ondernemers tegen een lagere prijs dan normaal te ondersteunen. GCC heeft gekozen voor leden die iets bieden waar elke ondernemer mee te maken kan krijgen. Onderstaande GCC-leden bieden hun collega-ondernemers ondersteuning aan bij:

ALGEMENE

ONDERNEMERSONDERSTEUNING:

• MKB Nederland Noord:

Belangenbehartiging 21ste eeuw | bereikt-ontmoet-informeert-ondersteunt | 15000 leden | koepelorganisatie | vóór & dóór ondernemers.
Contactgegevens:
- Leonard Springerlaan 31, 9727 KB Groningen
- Tel.: 050-527.57.57., fax 050-527.83.73
email: noord@mbk.nl
twitter: @mkbnlnoord

DIGITALE ONDERSTEUNING:

• Studio Wisemice:

Wijsheid in Webdesign en Workshops.
Contactgegevens:
- Bloemensingel 202, 9712 KZ Groningen
- Tel.: 06-43.52.59.88,
e-mail: wisemice@gmail.com

FINANCIËLE ONDERSTEUNING:

• VDW accountancy B.V.:

Gratis eerste anderhalf uur advies of second opinion. Daarna 10% korting op uurtarief voor adviesdiensten.
Contactgegevens:
- Damsterdiep 49-53, Postbus 484, 9700 AL Groningen
- Tel.: 050-406.30.08, fax: 050-318.48.85,
e-mail: info@vdwgroep.nl

JURIDISCHE ONDERSTEUNING:

• Bout Overes Advocaten Groningen:

Gratis eerste gesprek over elk denkbaar juridisch geschil op zowel civielrechtelijk als strafrechtelijk gebied.
Contactgegevens:
- Ossemarkt 7, Postbus 7015, 9701 JA Groningen
- Tel.: 050-314.08.40, fax: 050-312.81.12,
e-mail: info@boutoveres.nl

• De Haan Advocaten & Notarissen:

Gratis intake gesprek en vervolgens 10% korting op de advocaat- en notariskosten.
Contactgegevens:
- Turfsingel 33, 9712 KJ in Groningen
- Tel.: 050-318.13.44, fax 050-312.49.18,
e-mail: m.schaap@dehaanlaw.nl

MAKELAARS-ONDERSTEUNING:

• DTZ Zadelhoff:

Eerste gesprek en/of advies over elk vastgoedonderwerp.
Prijs op maat bij vervolgfafspraken of opdrachten.
Contactgegevens:
- Hereweg 95B, 9721 AA Groningen
- Tel.: 050-314.12.32, fax 050-318.51.60,
e-mail: dstelpstra@dtz.nl

PROMOTIONELE ONDERSTEUNING:

• NDC mediagroep, afdeling Sales:

Adverteren doet verkopen!
Profiteer van de mogelijkheden bij de grootste uitgever van Noord Nederland!
Contactgegevens:
- Lübeckweg 2, 9723 HE Groningen
- Tel.: 050-584.44.44, fax 050-584.49.95,
- e-mail:
verkoopgroningen@ndcmediagroep.nl

VEILIGHEIDS-

ONDERSTEUNING:

• RECO Security:

20% korting op uw huidige prijs voor: mobiele-surveillance, alarmopvolging en winkelbeveiliging.
Contactgegevens:
- Postbus 6030, 9702 HA Groningen
- Tel.: 050-260.00.82
- email: info@reco-security.nl

ZORGONDERSTEUNING:

• De Friesland Zorgverzekeraar:

GCC-leden ontvangen 10% korting op Basisverzekering, Aanvullende Verzekeringen, Doorlopende Reisverzekering en Doorlopende Annuleringsverzekering.
Contactgegevens:
- Tel. 058-291.31.31

In elke CityScoop zal één van de aanbieders een toelichting geven en/of dieper ingaan op een bepaald probleem dat zij in ondernemersland in hun vakgebied signaleren.

Op de website www.groningencityclub.nl staan de aanbieders ook genoemd met een directe link naar hun respectievelijke websites en/of een uitgebreidere toelichting op hun aanbieding.

Bovenstaande aanbiedingen gelden uitsluitend voor leden van de Groningen City Club.

