



**GROTE MARKT IS
KLAAR
EYECATCHER ÉN
EYEOPENER**

MOOI

**Kwinkenplein
aangepakt**

**Campagnes
om stad te
(her)ontdekken**



**Banenwinkel brengt
werkzoekenden
en werkgevers bij
elkaar**



MOI



Mijn GCC:
 “Bussen in de straat?
 Dan zaten we hier niet”



Grote campagne na heropening ringweg

Een grootschalige campagne die eerder dit jaar is gestart om mensen te waarschuwen voor werkzaamheden aan de ringweg, en voor het risico om in ellenlange files bij Groningen terecht te komen, is een succes.

MOI



Een doorslaand succes, althans wanneer je het bekijkt vanuit het oogpunt van de bereikbaarheid van Groningen. Een zogenaamde "gridlock", waarbij het verkeer in Groningen muurvast komt te staan, en mensen urenlang geen kant meer op kunnen, is daardoor voorkomen. Dat is op zichzelf heel mooi. Maar ondernemers in de binnenstad hebben het óók geweten! Het bezoek aan Groningen is gekelder en veel trouwe bezoekers uit de regio hebben in aanpalende dorpen en steden alternatieve winkels gevonden.

En dat is een bittere pil voor de ondernemers in de binnenstad. Het omzetverlies ten gevolge van de wegwerkzaamheden komt bovenop ongunstige ontwikkelingen waar ze al enkele jaren mee te maken hebben. Eerst de pandemie en de teruggelopen omzetten, daarna de inflatie, de energiecrisis en nog voor velen het moeten terugbetalen van coronaschulden aan het Rijk. En nu omzetverlies vanwege de werkzaamheden aan de Ringwegen.

Normaal komt 35 procent van de bezoekers naar de binnenstad via de ringwegen, maar uit onderzoek blijkt dat dat is teruggelopen tot de helft daarvan. De omzet van winkels in Groningen ligt nu gemiddeld 12 procent lager dan het gemiddelde van Nederlandse steden! Groningen zal alles op alles moeten zetten om deze vertrokken consumenten terug te lokken. Dat gaat niet zomaar. Ook daarvoor is een enorme publiciteitscampagne noodzakelijk. Sommige ondernemers denken misschien: "ach, als in september de ringweg klaar

is, dan komt het wel weer goed!". Nou, vergeet dat maar. Dat is zeker geen automatisme, want er is veel voor nodig om beeldvorming te veranderen. Wat we nodig hebben is een campagne met als boodschap: 'Groningen is van de minst toegankelijke, veranderd in de méést toegankelijke stad van Nederland!'. En die campagne zullen we langdurig moeten gaan voeren. Aan de reacties op de campagnes over de bereikbaarheid van Groningen is duidelijk te zien dat ze helpen. Ze hielpen zelfs zó goed dat ik uit andere delen van het land reacties kreeg van mensen die zeiden: "Ach, zielig Groningen. Totaal onbereikbaar. Wát vervelend nou..!"

We zullen hier nu dus onze eigen campagne tegenover moeten stellen. En die campagne moet meteen losbarsten nadat in september het lint voor de heropening van de ringweg is losgeknipt. En in die lang vol te houden campagnes moeten we alle prachtige zaken die Groningen te bieden heeft voor het voetlicht brengen. Natuurlijk: zo'n campagne kost geld. Maar laten we dat ervoor over hebben. Want we hebben er niet voor niets aan gewerkt de afgelopen jaren om Groningen bereikbaar te maken. Dat lukt waarschijnlijk grandioos. Nu de bezoekers nog terugkrijgen.

Eric Bos ***

VOORZITTER/PUBLIC RELATIONS

Eric Bos
T 050-3133711 / 06-21872376
E voorzitter@groningencyclub.nl

VICEVOORZITTER/SECRETARIS

Mark Engberts
T 06-29013443
E communicatie@groningencyclub.nl

PENNINGMEESTER

Pier Tjepkema
T 050-3133711 / 06-10507857
E duurzaamheid@groningencyclub.nl

ALGEMENE ZAKEN & PROJECTEN

Fred de Bruin (Fred de Bruin Horeca Consult)
T 050-3133711 / 06-53293348
E algemenezaken@groningencyclub.nl

BINNENSTADSMANAGEMENT & PROJECTEN

Erwin Mulder
T 06-39578268
E erwin.mulder@groningencyclub.nl

COMMISSIES GCC EN BIJBEHORENDE COMMISSIEVOORZITTERS

COMMUNICATIE
Mark Engberts
T 050-5844444 / 06-29013443
E communicatie@groningencyclub.nl

DETAILHANDEL & SPECIAALZAKEN

Lieve ten Duis en Nardia van den Poll
T 06-27110421 / 06-37195782
E detailhandel@groningencyclub.nl

JEUGD & VERANTWOORD ONDERNEMEN

Grace Meijer
T 050-3133711 / 06-53777393
E jeugd@groningencyclub.nl

LEDENWERVING EN RELATIES

Hans Buissink
T 050-3133711 / 06-51740545
E leden@groningencyclub.nl

VERKEER & BEREIKBAARHEID

Eric Bos
T 050-3133711
E vv@groningencyclub.nl

DUURZAAMHEID

Pier Tjepkema
T 050-3133711
E duurzaamheid@groningencyclub.nl

STAFBUREAU GRONINGEN CITY CLUB (GCC)

Tijtske de Vries
T 050-3133711
E info@groningencyclub.nl
www.groningencyclub.nl
Leonard Springerlaan 1, 9727 KB Groningen
(in het Infrahuus)

Zomerstad komt er weer aan: elk weekend leuke kinderactiviteiten

Ook komende zomer staat Zomerstad Groningen weer op de agenda. Twee weken lang - tussen 20 juli en 4 augustus - zijn er elk weekend allerlei leuke en gratis activiteiten op de Grote Markt. Zomerstad is een initiatief van de gemeente Groningen en de Groningen City Club en richt zich op kinderen tot en met 12 jaar. De toegang is gratis.

Zomerstad is het beste te omschrijven als een soort mini-festival, maar dan wel met een bomvol programma: doe-dingen, knutselen, springen op springkussen en nog veel meer. "Dit jaar bestaat het programma uit de beste activiteiten van afgelopen edities", belooft de organisatie.

Grote Markt

Vond het kinderevenement voorgaande edities nog verspreid over de binnenstad plaats, komende zomer is de vernieuwde Grote Markt de thuisbasis van Zomerstad. Dankzij de herinrichting is hier nu volop verkoeling: de bomen zorgen voor schaduw en de waterpartijen voor frisheid.

20 juli 2024 Parade

Zaterdag 20 juli is de start van Zomerstad. Vanaf 12.00 uur kunnen kinderen hun beste en mooiste parade-outfit in elkaar knutselen. De outfits kunnen worden geshowd tijdens de parade door de binnenstad, tussen 15.00 en 16.00 uur. Onder muzikale begeleiding wordt er een rondje door de binnenstad gelopen.

21 juli Groningen on Air

Op zowel de Grote Markt als Vismarkt zijn zondag 40 springkussens te vinden.



24, 26 en 28 juli, 2 en 3 augustus Achterkant van de Stad

Het is traditioneel een van de meest populaire onderdelen van Zomerstad. Tijdens Achterkant van de Stad kun je een kijkje nemen achter deuren die normaal gesloten blijven. Dit jaar kun je onder andere terecht bij: The Palace, het Provinciehuis, Martinikerk en/of A-kerk, Politiebureau Rademarkt, Stadhuis, de Stadschouwburg, Drie Gezusters en de McDonalds.

24 juli en 31 juli Game On

De deelnemers kunnen deze woensdagen hun TikTok-, DJ- of Game-skills laten zien en meedoen aan dj-workshops, het opnemen tegen hun favoriete E-sporter(s) of de meest hilarische GIF's maken bij Visueel Verteld.

26 juli en 2 augustus Doe maar Normaal

Op deze vrijdag is er van alles te doen! Bootjes vrouwen (en dan bij de waterpartij checken of 'ie blijft drijven), jeu de boules, een dansworkshop of een 'cursus' poffertjes bakken.

27 juli en 3 augustus Knutselweek

Twee zaterdagen kan er volop geknutseld worden. Hulp is er ook, van Chantal te Wolde en de Knutselkeet.

28 juli Theater

Zondag 28 juli staat in het teken van theater. Er is onder andere een workshop 'Theater in één dag' i.s.m. het Forum.

Zondag 4 augustus De grande finale met de 'best of'

De laatste dag van Zomerstad. De leukste activiteiten van afgelopen twee weken komen nog eens voorbij. Er zijn springkussens, er kan geknutseld worden en ook zijn er games.

DE CITYSCOOP IS EEN UITGAVE VAN GRONINGEN CITY CLUB EN VERSCHIJNT VIER KEER JAAR.

Opplage: 1.650 exemplaren | **Redactie:** Persbureau Tammeling (050-3188448 / info@gic.nl)
Fotografie: Jan Buwalda | **Vormgeving:** Mediahuis Noord - MHN Vormgeving Jannus Walda
Advertenties: Telemissie Bettie van Veen (06-38717650)



Lutje Lokaal komt met nieuwe Stadsgids



Binnenkort rolt de nieuwe Stadsgids van Lutje Lokaal van de pers. De deelnemers aan Lutje Lokaal – inmiddels ruim 100 binnenstadondernemers – krijgen de gids om uit te delen aan hun gasten of klanten.

In de gids presenteren alle deelnemers van Lutje Lokaal hun winkel, hotel, café of restaurant. De gids is daarmee een ideaal, maar ook leuk naslagwerk voor zowel toeristen als voor Groningers die hun eigen stad beter willen leren kennen, zegt Nardia van den Poll van Mary Jane Boekatie, namens Lutje Lokaal.

De gids verscheen vorig jaar nog in een oplage van 20.000, maar het naslagwerkje was zo populair dat de voorraad er in een mum van tijd doorheen was. De bedoeling is dat er van deze editie 30.000 exemplaren van de pers rollen.

In de gids zit ook een plattegrondje, en een route. Online, op lutjelokaal.nl, zijn nog meer routes door de binnenstad te vinden, waaronder een Vintage & Fair-route, een Koffie, Thee & Lekkers-route en een route langs de leukste kinder(kleding)winkels.

Lutje Lokaal is nog altijd op zoek naar nieuwe deelnemers: lokale winkels en horecabedrijven. Deelnemers betalen 175 euro per jaar. Daarvoor word je opgenomen in de Stadsgids en kun je aanhaken bij Lutje Lokale Zaterdag, die twee keer per jaar georganiseerd wordt. Daarnaast is er ook de Lutje Lokale Cadeaukaart, te besteden bij de deelnemers.

En, om alvast in je agenda te noteren: de volgende Lutje Lokale zaterdag staat op de agenda voor 30 november.

www.lutjelokaal.nl



Kwinkenplein

Aanpak van Kwinkenplein en omgeving: meer groen en gele steentjes



Na de herinrichting van de Grote Markt worden ook het Kwinkenplein, de Kreupelstraat, Sint Walburgstraat en Kattenhage aangepakt. Doordat de bussen hier niet meer rijden, is het mogelijk om de straten opnieuw in te richten. De belangrijkste kenmerken van de plannen: meer ruimte voor fietsers en voetgangers, meer groen en gele steentjes.

Volgens Lisa Spliet van de gemeente Groningen zijn er al een aantal bijeenkomsten met omwonenden en ondernemers in het gebied geweest. Dat heeft geresulteerd in een Voorlopig Ontwerp. Verschillende wensen van betrokkenen uit de omgeving zijn hierin al meegenomen, aldus Spliet. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om meer groen, maar ook de taxi's zijn een punt van aandacht: er waren zorgen over mogelijke geluids-

overlast in de nachtelijke uren. Daarom wordt nu gezocht naar een andere plek waar de taxi's 's nachts kunnen staan.

Kwinkenplein

Het Kwinkenplein is een belangrijk onderdeel in de fietsroute van oost naar west (en andersom) in de binnenstad. De nieuwe inrichting is daarom meer gericht op fietsers en voetgangers en minder op gemo-

toriseerd verkeer, vertelt Spliet. Opvallend in de plannen is de groene middenstrook op het Kwinkenplein, met vier tot zes bomen. Verder wordt het asfalt vervangen door de bekende gele stenen en verdwijnen de verhoogde trottoirs.

Kreupelstraat

Ook in de Kreupelstraat wordt het asfalt vervangen door gele stenen. Alles wordt, net als de andere plekken in het gebied, gelijkvloers. Toegankelijkheid is belangrijk, aldus de gemeente. Er komen daarom circa vijf gehandicaptenparkeerplaatsen. Ook is er ruimte voor het laden en lossen van de Albert Heijn.

Sint Walburgstraat en pleintje

In dit gebied liggen veel kansen voor vergroening, klimaatadaptatie en het verbeteren van de verblijfskwaliteit, zo vertelt Spliet over de Sint Walburgstraat en bijbehorend pleintje. Sowieso komt er een nieuwe grote boom op het Sint Walburgplein. Mogelijk komt op een andere plek in de straat ook nog een nieuwe boom. Om de verblijfskwaliteit te verbeteren, wordt er ruimte gemaakt voor zittingen, spelen en/of kunst. En: de kenmerkende gaslantaarn op het pleintje blijft staan.

Het voorlopig ontwerp is onlangs voorgelegd aan ondernemers en omwonenden. Hun wensen en opmerkingen worden – waar dat kan – meegenomen in een definitief ontwerp, dat komend najaar wordt voorgelegd aan de gemeenteraad. Volgend voorjaar kan vermoedelijk de eerste spade de grond in. Naar alle waarschijnlijkheid wordt dan ook de planvorming voor de herinrichting van de Oude Ebbingestraat opgestart. ***



Sint Walburgstraat

Onderzoek naar reststromen in Groningse kledingzaken



Voor de Groningen City Club (GCC) zijn circulariteit en duurzaamheid twee belangrijke thema's. Niet voor niets heeft de GCC dan ook opdracht gegeven tot een onderzoek naar reststromen – 'waste' – in Groningse kledingzaken en vooral: mogelijke oplossingen voor dit probleem.

In het Uitvoeringsprogramma 2024 is vastgelegd dat de GCC zich inzet voor een duurzame binnenstad. Vanuit die ambitie is eerder al een samenwerking aangegaan met het samenwerkingsverband G-ROND, dat zich inzet voor een circulaire economie.

Een van de initiatieven die hieruit voortvloeit, is een project op het gebied van reststromen, waste, in kledingzaken. Want kleding-

zaken kennen verschillende afvalstromen. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om onverkoopbare kleding uit eerdere collecties, beschadigd of gehavend textiel, maar ook om kledinghangers en kartonnen dozen. Allemaal afval, dat nu voornamelijk op de afvalberg terecht komt of in winkels blijft liggen.

Ferrick van Dongen van Groener Groningen zal in opdracht van de GCC bij meerdere Groningse

kledingwinkels in kaart brengen welke reststromen er zijn en hoeveel afval er is. Ook doet hij – samen met andere 'duurzame' organisaties – aanbevelingen over de mogelijkheden om deze reststromen opnieuw te gebruiken.

Bruikbare en onbeschadigde kleding kan bijvoorbeeld geschonken worden aan een goed doel: mensen die het minder

breed hebben. Kleding en andere restproducten zoals kledinghangers die niet meer bruikbaar zijn, kunnen mogelijk gebruikt worden door kunstenaars verbonden aan het project Groningen Ontwerpt.

Een select aantal kledingzaken wordt binnenkort door Groener Groningen benaderd met de vraag of ze aan het onderzoek mee willen werken.

Congres De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) voor het eerst in Groningen

Groningen heeft zich eind mei van haar beste kant kunnen laten zien aan tientallen specialisten uit het hele land die deelnamen aan het congres 'Groningen, stad in beweging'. Het congres was georganiseerd door De Nieuwe Winkelstraat (DNWS). Dat is een onafhankelijk kennis- en netwerkplatform voor centrumgebieden die door lokaal samen te werken en kennis te delen willen investeren in de toekomst. Er zijn zo'n honderd gemeenten bij aangesloten. Het tweedaagse congres op 30 en 31 mei was georganiseerd in samenwerking met de gemeente Groningen en Groningen City Club.

Het DNWS-platform heeft tot doel de verblijfskwaliteit van centrumgebieden te verhogen, waardoor bewoners, bezoekers en toeristen er graag willen wonen, leren, werken, winkelen en uitgaan. "Wij waren blij dat we dit congres mochten helpen organiseren omdat we zo aan centrummanagers en ambtenaren uit het hele land konden laten zien wat we in Groningen hebben bereikt", vertelt Eric Bos, voorzitter van de Groningen City Club. En Groningen bleek de deelnemers inderdaad veel te bieden te hebben. Niet alleen veel informa-

tie over belangrijke stedelijke ontwikkelingen, maar ook mochten ze proeven aan een van de visitekaartjes van Groningen: het bruisende uitgaansleven waarmee het congres werd afgesloten. De bezoekers kregen tijdens een uitvoerig tweedaags programma een toelichting op recente ontwikkelingen in Groningen. Op het programma stonden onder meer bezoeken aan het Stadhuis, Forum, Het Groot Handelshuis, Groninger Museum en Meerstad. De deelnemers aan het evenement waren onder de indruk, zowel van het congres als van de stad Groningen. Volgens Hester Bunnik, coördinator bij 'De Nieuwe Winkelstraat', gaven de deelnemers na afloop het evenement 'een dikke 9' en lovende feedback.

Stad in beweging

Het thema van het congres was 'Stad in beweging'. Dat sloeg niet alleen op het feit dat Groningen zich voortdurend blijft ontwikkelen, maar ook op het feit dat deelnemers de binnenstad van alle kanten te zien kregen en zelf dus ook veel konden bewegen. Van het stadhuis naar het Forum, naar het Groothandelshuis, naar cocktails bij Mr. Mofongo. Voordeel van deze aanpak was ook dat de deelnemers alle gelegenheid kregen om te netwerken, en elkaar en de stad zo beter konden leren kennen.

Sprekers

Namens de gemeente Groningen vertelde Jeroen Berends over het strategisch locatiebeleid van de gemeente en hun aanpak. Hans Poll (Forum Groningen) gaf een presentatie over het succes van het Forum, en over de mix aan functies die dit centrum aan de Grote Markt biedt. Kristiaan Capelle van vastgoedontwikkelaar MWPO gaf tijdens zijn ontvangst van de bezoekers in Het Groot Handelshuis informatie over de transformatie van de oude V&D naar Het Groot Handelshuis, dat hét nieuwe zakelijk middelpunt in het centrum moet worden, met onder andere kantoren, flexplekken en vergaderruimtes waar je kunt werken, ondernemen, ontmoeten, lunchen én winkelen.

Algemeen directeur Andreas Blühm van Groninger Museum en Elsa Weelink, directeur Marketing



Groningen, vertelden over de programmering in de binnenstad en over hoe zij hun kennis vanuit de culturele sector inzetten voor de binnenstad.

Tijdens een wandeling door de binnenstad zagen de deelnemers hoe lokale ondernemers, verenigd in het platform Lutje Lokaal, een belangrijke bijdrage leveren aan een onderscheidend aanbod.

Ook brachten de deelnemers een bezoek aan Meerstad waar Max Papo van de Maripaan Groep vertelde hoe de Maripaan Groep er twee jaar geleden een innovatief concept van Jumbo opende. De Super Hub, waar deze Jumbo gevestigd is, heeft inmiddels diverse prijzen gewonnen waaronder de Groninger Architectuurprijs. De donderdagavond werd besloten met een bezoek aan Mr. Mofongo. Veel deelnemers vonden het er zo gezellig dat ze er tot in de kleine uurtje bleven, waardoor ze zelf konden ervaren hoe gezellig ook het uitgaansleven is in Groningen, "de stad die nooit slaapt".

Wiel

Hester Bunnik, coördinator bij De Nieuwe Winkelstraat, was net als de andere deelnemers en-



thousiast en vol lof over Groningen, zo liet ze na afloop weten. Volgens haar kunnen andere steden in Nederland veel van Groningen leren.

Zoals het feit dat ondernemers en vastgoedeigenaren bij plannen betrokken moeten worden. Ook op dit gebied heeft Groningen zelf ook nog een uitda-

ging. "Zo kun je samen nadenken over wat er nog ontbreekt in de stad en welke facetten erbij komen kijken. Hoe houd je verschillende stukken bereikbaar tijdens renovaties? Hoe zorg je dat het marktplein vergroent en tegelijkertijd beschikbaar blijft voor evenementen? Je hoeft het wiel niet altijd opnieuw uit te vinden." ***



Inspiratiereis naar Tilburg

Een Groningse delegatie, bestaande uit wethouders, fractievoorzitters, ambtenaren, gemeentelijke beleidsmedewerkers en Marketing Groningen, reist vrijdag 28 juni af naar Tilburg. Het gaat om een inspiratiereis, georganiseerd door de Groningen City Club (GCC). Er gaan zo'n vijftien mensen mee, waaronder twee wethouders: Carine Bloemhoff en Mirjam Wijnja.

De naam 'inspiratiereis' doet het al vermoeden: het is de bedoeling dat de Groningers in Tilburg inspiratie opdoen op het gebied van onder meer citymarketing en samenwerking tussen overheid en ondernemers. Er gaan dit keer geen ondernemers mee, zegt Erwin Mulder van de GCC. "Het is een bestuurlijke en ambtelijke reis."

De keuze voor Tilburg is geen toevallige. Tilburg heeft als stad namelijk veel overeenkomsten met Groningen. Innovatie, kennis en creativiteit zijn er belangrijke thema's en er is volop ruimte voor ambities. Daarnaast is het met 44 duizend studenten een echte studentenstad. De binnenstad heeft bovendien negen verschillende sfeergebieden. Kortom, zegt Mulder, genoeg om informatie, kennis en inspiratie op te doen voor onze eigen stad.



Op het programma staan onder andere twee stadswandelingen. Tijdens de een wordt duidelijk hoe Tilburg bezig is met thema's als zero-emissie, wayfinding, fietsen en scooters, parkeerbeleid, vergroening en andere relevante zaken. Een andere stadswandeling voert de delegatie door onder andere het dwaalgebied en de spoorzone, twee van de zogenoemde DNA-gebieden, zoals die in Groningen ook in ontwikkeling zijn.

Daarnaast staat een kennismaking met twee wethouders op de agenda: Rik Grashoff (Openbare ruimte, mobiliteit, Onderwijs en Arbeidsparticipatie) en Bas van der Pol (Stedelijke ontwikkeling en Economie). Ook wordt onder andere gesproken over de samenwerking tussen de gemeente Tilburg en ondernemers en over BIZ Vastgoed. BIZ staat voor Bedrijveninvesteringszone en is een afgebakend gebied waarbinnen de vastgoedeigenaren met een commerciële functie samen investeren.

De dag wordt afgesloten met een informatieve sessie over Citymarketing en de totstandkoming van sfeergebieden in Tilburg. ***

Behoeftte aan een coach? 2.000 euro tegemoetkoming voor ondernemers

Retailers en horecaondernemers in de gemeente Groningen kunnen 2.000 euro krijgen als tegemoetkoming voor een traject van 1- op-1 coaching. Ze moeten dan zelf minimaal 500 euro betalen.

Volgens Erwin Mulder van de GCC hebben veel (kleine) ondernemers nog steeds grote uitdagingen. "Personeelstekorten, stijgende loonkosten, niet verkoopbare voorraden en schulden uit het coronatijdperk zorgen ervoor dat mkb-ers in de problemen komen."

Bij zulke uitdagingen is een coach meer dan welkom. "Uit gesprekken met ondernemers blijkt dat er een sterke behoefte is aan een vertrouwenspersoon, coach of andere deskundige die de ondernemer daadwerkelijk helpt,

motiveert en stimuleert om vervolgstappen te zetten", zegt Mulder. "De uitdagingen waar ondernemers tegenaan lopen, zorgen ervoor dat ze niet altijd weten waar ze moeten beginnen in hun zoektocht naar (nieuw) succes. Een coach kan dan helpen om prioriteiten te stellen of de eerste stappen te zetten binnen een nieuw businessplan."

Ondernemers kunnen een tegemoetkoming van 2.000 euro aanvragen waarmee ze een professional kunnen inhuren. Een eigen minimale bijdrage van 500 euro is een voorwaarde. Ze bepa-

len uiteraard zelf hun hulpvraag en de insteek van het coachingstraject. "We gaan ervan uit dat bij een totale investering van 2.500 euro voor een coach minimaal 25 sessies van een uur kunnen worden afgenomen. Ondernemers die nog geen idee hebben bij wie ze terecht kunnen zullen we helpen in hun zoektocht, zodat de juiste persoon en de juiste expertise wordt ingezet."

Er is eerst ruimte voor zo'n 40 trajecten. De regeling loopt met terugwerkende kracht vanaf 1 juni 2024 tot uiterlijk 31 december 2024 en zolang het budget dit toelaat.



Groninger Ondernemers Academy

Ondernemers die daar behoefte aan hebben kunnen eventueel ook nog gratis een aanvullende training of inspiratiesessie van de Groninger Ondernemers Academy volgen. Aanmelden kan via de QR-code. Kijk voor meer informatie, ook over andere trainingen en sessies, op www.groningerondernemersacademy.nl ***



Evenementen en GCC-activiteiten

WOENSDAG 3 JULI
Kennissessie: Betekenis-economie, identiteit, consumentengedrag
Banenwinkel, Zwanestraat

DONDERDAG 4 JULI
Retail Safari werkzoekenden
Start: Banenwinkel Zwanestraat

DONDERDAG 4 JULI
Platenbeurs, Vismarkt

ZATERDAG 6 JULI
Optreden Politie Orkest Noord-Nederland, Grote Markt

ZONDAG 7 JULI
Vitalis Vlooiemarkt, Vismarkt

ZONDAG 7 JULI
Frivolo Evento Estivo
Gedempte Kattendiep

WOENSDAG 10 JULI
Soccerhouse, Vismarkt

DONDERDAG 11 JULI
Banenborrel in de Banenwinkel

DONDERDAG 11 JULI
Zomeravondconcerten 2024,
Waagplein en Vismarkt

ZATERDAG 13 en ZONDAG 14 JULI
Dichters in de Prinsentuin,
Groningen

ZONDAG 14 JULI
Vitalis Vlooiemarkt,
Groningen

DONDERDAG 18 JULI
Afsluitingsevenement banenwinkel

ZATERDAG 20 JULI t/m
ZONDAG 4 AUGUSTUS
Zomerstad 2024,
Grote Markt

DONDERDAG 1 AUGUSTUS
Platenbeurs, Vismarkt

MAANDAG 12 t/m
VRIJDAG 16 AUGUSTUS
KEI-week,
Binnenstad

ZONDAG 18 AUGUSTUS,
Vitalis Vlooiemarkt,
Vismarkt

WOENSDAG 28 AUGUSTUS
Groningers Ontzet 2024
Grote Markt, Vismarkt,
Ossenmarkt

DONDERDAG 22 AUGUSTUS t/m
ZONDAG 1 SEPTEMBER
Noorderzon, Plantsoen

ZATERDAG 31 AUGUSTUS
Groningen Swim Challenge
Groningse grachten

ZATERDAG 28 SEPTEMBER
050&Mode

Save the date: zaterdag 28 september 050&Mode

Om alvast in je agenda te noteren: zaterdag 28 september staat het jaarlijkse event 050&Mode weer op de agenda.

050&Mode is traditioneel hét event om Groningen bij de bezoeker op de kaart te zetten als modestad bij uitstek. Meer dan voorgaande jaren worden tijdens de komende editie de lokale ondernemers in het zonnetje gezet: in de weken voorafgaand aan het event worden onder meer in nieuwsbrieven en op socials deelnemende fashionwinkels uitgelicht.

Het programma is nog niet bekend. Wel zal de focus dit jaar komen te liggen op sympathieke, kleinschalige events en acties. "Daarbij kan het gaan om

events in een bepaalde straat of gebied, maar ook in de winkels zelf kunnen deelnemers iets organiseren", vertelt Fred de Bruin van de GCC. "Kleine giveaways, hapjes en drankjes, muziek, een modeshow: van alles is mogelijk."

Wil je op de hoogte blijven van alle ontwikkelingen? Meld je dan aan voor de nieuwsbrief. Ook kun je nu alvast aanmelden als deelnemende winkel. Deelname is gratis. Mail naar info@groningencyclub.nl ***

Voorgenomen btw-verhoging is 'geldtrekkerij':

“Dit is voor horeca een extra trap na”

“Pure geldtrekkerij” en “van de zotte” noemt Jan Akkermans, voorzitter van de Groningse afdeling van KHN, het voornemen van vier formerende partijen om de btw op de meeste culturele goederen te verhogen van 9 naar 21 procent.



**Geen hogere btw
Je belast er
heel Nederland
mee**

De voorgenomen btw-verhoging is een extra belasting op jouw cultuur, sport, horeca en media. Het is een extra belasting op je kostbare vrije tijd, op je nieuwsgierigheid, op het toejuichen van je favoriete voetbalteam, op het boek dat je wilt lezen, op je schilderij aan de muur, op je fanfare in de buurt, op een hotelovernachting in het land, op het tijdschrift in de trein, op de kickbokschool in de wijk, en op de krant die je op de hoogte houdt van de wereld om je heen.

In de plannen van de nieuwe coalitie van PVV, VVD, NSC en BBB gaat op een flink aantal culturele goederen de btw fors omhoog. Dit betekent dat de belasting voor bijvoorbeeld boeken, kranten en podiumkunsten van 9 naar 21 procent gaat en ook voor de hotelsector gaat het tarief omhoog naar 21 procent.

“Totaal van de zotte”, reageert Akkermans, die ook zelf door de plannen geraakt wordt: hij is eigenaar van twee hotels in de Oude Boteringestraat, Corps de Garde en Halbert. “Bij de totstandkoming van deze plannen is alleen maar aan geld gedacht en niet aan geluk. Want mensen worden uiteindelijk geraakt in hun vrijetijdsbestedingen: weekendjes weg, theaterbezoekjes, het lezen van een goed boek of de krant, het wordt allemaal duurder.”

Want een ding is zeker, zegt Akkermans: uiteindelijk is het de consument die betaalt. “De horeca en ook culturele partijen als theaters hebben niet de financiële ruimte de extra kosten zelf op te vangen. En dan zit er dus niets anders op dan de rekening, of in ieder geval een deel daarvan, door te berekenen aan de eindgebruiker.” En dan gaat het niet om de minste bedragen. “Als de plannen doorgaan, kan dat zomaar betekenen dat een hotelovernachting tot een paar tientjes per nacht duurder wordt.”

Als voorzitter van de KHN in Groningen had Akkermans afgelopen tijd veel contact met collega-ondernemers. “De ongerustheid is groot”, weet de voorzitter. “Na de pandemie is dit voor horecaondernemers de zoveelste klap, zo niet de klap op de vuurpijl. De reserves zijn op en veel ondernemers zijn juist hard bezig de schade te herstellen. Een plan als dit is een trap na, heel zorgelijk.”

En dat terwijl het juist goed gaat met de hotels in Groningen. “Groningen is booming. Vooral de weekenden zijn goed. Het zijn dan met name toeristen die een nachtje of een weekendje naar de stad komen.”

De doordeweekse dagen zijn een ander verhaal. “Dan moeten we het toch vooral hebben van de zakelijke gebruiker: congresbezoekers of mensen die om een andere reden voor hun werk in Groningen moeten zijn.”

Ook die zakelijke gebruiker gaat, als de plannen doorgaan, straks meer betalen voor die hotelovernachting. “Dat wordt natuurlijk vaak wel vergoed door een werkgever, maar feit blijft: het geld moet wel ergens vandaan komen.” En dat is zorgelijk, vindt Akkermans. “Hotels kunnen het niet alleen maar van de weekenden hebben. We hebben de doordeweekse dagen nodig om de rest over-eind te houden.” ***



Roos Gielen Fotografie: Jan Buwalda

Ontbijten met een cocktail erbij? Bij Frans Bar en Bistro kan het



Niet alleen de Grote Markt zelf is spiksplinternieuw, je kunt er sinds kort ook terecht in een gloednieuwe horecagelegenheid: Frans Bar en Bistro. Je kunt er ontbijten, lunchen, borrelen en dineren.

In Frans Bar en Bistro en waan je je even in Parijs. Blauwe, paarse tinten springen in het oog, met hier en daar een vleugje geel. Er staat een lange bar tegen de zijwand, barkrukken met een bekleding van suède, een hoog plafond, raampjes van kleurrijk glas in lood aan de voorzijde en bij binnenkomst zie je een prachtige muurschildering van Gronings Kunstduo VAAF.

Frans zit op de plek van de oude ijssalon Talamini. Afgelopen twee jaar stond het pand leeg. Maar nu brengt de nieuwe bistro weer leven in de brouwerij, vertelt bedrijfsleider Roos Gielen. Ze groeide op in een gezin van horecaondernemers en kreeg het reilen en zeilen van een restaurant dus al vroeg mee. Ze werkte langere tijd in café Hooghoudt, een paar panden verderop. En nu gaat ze voor het eerst een restaurant volledig runnen. De eigenaren van Frans Bar en Bistro zijn Arne Dijkstra en Robert Jan Osinga. Osinga is tevens eigenaar van Hooghoudt. “We zijn een soort huiskamer,” vertelt Gielen. “We

zijn er voor iedereen: de stadgers, de studenten, toeristen. De Grote Markt is zo'n centrale plek. Iedereen mag zich welkom voelen.”

Bijzonder aan dit café is dat je er naast lunch, borrel en diner ook kunt aanschuiven voor een ontbijt: een vers croissantje, brioche met ei of toast met avocado met een lekker kopje koffie erbij. En wie 's ochtends al wat te vieren heeft, kan een cocktail bestellen of kiezen voor het champagne-arrangement.

“Ontbijten in een café is nog helemaal geen Gronings ding”, zegt Gielen. “Maar in andere landen, zoals Engeland, Italië of Frankrijk, gaan mensen 's ochtends even een espressootje en een croissantje halen. Dat willen we hier ook naartoe brengen.”

Maar in de nieuwe bistro kun je ook heerlijk borrelen, met oesters bijvoorbeeld, en een goede wijn. Of lunchen, met een echte Franse uiensoep: 's Avonds kun je bij Frans ook dineren, aan de lange bar, of aan een

van de tafeltjes. Het concept is shared dining: je bestelt verschillende gerechten en deelt die met je tafelgenoten. Op de kaart staat onder andere crispy buikspek met aardappelkrokantjes, dorade, tarbot, maar ook knolselderijsteak en watermeloeentartaar.

Hoewel het restaurant Frans heet, staan er naast een aantal Franse gerechten vooral Mediterrane lekkernijen op de kaart. “Met af en toe een uitstapje naar het oosten.” De naam heeft de bistro te danken aan eigenaar Robert Jan Osinga. Zijn vrienden noemden hem vroeger voor de grap Frans. “Hij heeft heel veel gereisd, veel geproefd, vandaar de variatie op de kaart.”

Frans Bar en Bistro is elke dag geopend voor lunch, borrel en diner, en van woensdag tot en met zondag ook voor ontbijt. ***



Pop-up Banenwinkel in Zwanestraat

In de Zwanestraat in Groningen zit sinds kort een pop-up banenwinkel, de tweede van het land. In de banenwinkel kunnen ondernemers banen aanbieden en kunnen werkzoekenden een baan vinden. Het gaat om banen in de retail, horeca en supermarktbranche. De banenwinkel werd feestelijk geopend door wethouder Carine Bloemhoff.

De banenwinkel is een initiatief van De Nieuwe Winkelstraat in samenwerking met Groningen City Club, Werk in Zicht en de gemeente Groningen. De banenwinkel is in totaal acht weken lang geopend, tot en met 19 juli. In de banenwinkel kunnen ondernemers en werkzoekenden elkaar ontmoeten. Daarnaast zijn er workshops, talententests

en speciale loopbaancoaches die mensen helpen uit te zoeken waar ze in kunnen uitblinken. In de winkel hangt een grote wall of talent waar ondernemers vacatures kunnen achterlaten en werkzoekenden kenbaar kunnen

maken dat ze werk zoeken. Verder is er in de winkel een speciale selfieroom en wordt er een 'retailsafari' aangeboden waarbij je op de tour kan langs verschillende ondernemers en je een inkijkje krijgt in hun wereld. Als klap op de vuurpijl worden er ook nog biertapwedstrijden en live kookwedstrijden georganiseerd. "Zodat mensen een beetje een gevoel krijgen bij de functie die ze overwegen," verduidelijkt Eric Bos van de Groningen City Club. "Alles wordt in werking gezet om ondernemers te koppelen aan nieuwe werkrachten."

Ontmoetingsplek

"Het is een mooi initiatief", zegt wethouder Carine Bloemhoff. "Aan de ene kant zitten we met een personeelstekort, en aan de andere kant hebben we

ook heel veel werkzoekenden. De banenwinkel is een ontmoetingsplek. Het is mooi dat we mensen nu op deze manier mensen begeleiden naar werk."

Gastvrijheid

"Wij hebben natuurlijk een prachtige stad, en we willen graag dat de klanten goed geholpen kunnen worden. Dat is gastvrijheid en dat vinden we belangrijk", zegt Bos. "Maar op dit moment kunnen sommige horeca of winkels niet open, omdat ze niet genoeg personeel hebben. Dat is natuurlijk niet best. Maar met de banenwinkel hopen we banen in retail, horeca en supermarkten te promoten om ervoor te zorgen dat de gastvrijheid die we zo belangrijk vinden alsnog kunnen bieden. Gedurende acht weken worden mensen in de stad attent gemaakt op de mogelijkheden die er zijn in retail en de horeca. Contactberoepen zijn de allerleukste beroepen die er zijn", zegt Bos. "Maar het is ook echt een vak. Laten we het de waardering geven die het verdient."

DOPPIO: "Echt goede mensen vinden is het moeilijkst"

Voor koffiezaak Doppio is de banenwinkel een uitkomst. Bij Doppio, met plek voor 300 mensen, is het vaak druk en om al die gasten goed te bedienen, is natuurlijk personeel nodig.

"We hebben altijd een hele stapel met CV's, maar het is moeilijk om goede mensen te vinden. En we merken ook dat het lastiger is om personeel te houden. Personeel komt en gaat, en er gaat altijd veel tijd zitten in het aannemen van men-

sen", zegt Jordy Snuverink van Doppio.

Daarom is Doppio blij met de komst van de banenwinkel. "Mensen die een baan zoeken met behulp van de banenwinkel, kiezen straks waarschijnlijk veel gerichter voor Doppio. Dat is anders dan met een stapel cv's door de stad lopen en overall iets achterlaten. Als er al een eerste schifting is geweest bij de banenwinkel, kunnen we makkelijker aan gemotiveerd en geschikt personeel komen."

GENTS: "Je loopt er heel makkelijk even naar binnen"

"Het is enorm lastig gemotiveerd personeel te vinden, dat ook nog eens doorde-weeks beschikbaar is", zegt Sigrid van der Tuuk van kledingzaak Gents in de Zwanestraat. Ze hoopt dat de oproep op de vacaturewand iets oplevert. "We zijn echt naarstig op zoek."

De reden: Gents is onlangs verhuisd en

telt nu niet een verdieping, maar twee verdiepingen. "Dat betekent dus ook dat we een extra iemand moeten hebben staan." Over het initiatief van de Banenwinkel is ze enorm te spreken. "Ik denk dat het zeker in een studentenstad heel goed werkt. Je loopt er toch heel makkelijk even naar binnen."

MARKET HOTEL: "Fulltimers vinden is lastig"

Bij het Market Hotel op de Grote Markt gelukkig géén grote personeelstekorten. Toch heeft het hotel op de 'Wall of Talent' drie vacatures hangen, voor fulltimers. "Parttimers vinden is in een studentenstad als Groningen niet heel lastig, maar mensen die voltijd aan de slag willen, is een ander verhaal", zegt Noor Rozema van het Market Hotel. Ze hoopt dat het met de banenwinkel een stuk makkelijker wordt. Rozema heeft al toegezegd de

Banenwinkel sowieso één dagdeel te willen bemannen. "Hartstikke leuk natuurlijk", zegt ze, "maar zo'n Banenwinkel is voor ons ook wel dé kans om talenten te spoten. En dan kun je beter ook zelf aanwezig zijn, even je gezicht laten zien en eventuele vragen beantwoorden." Ze vindt de Banenwinkel sowieso een 'geweldig initiatief'. "En wat ik vooral zo goed vindt: dat het niet alleen voor retailers is, maar ook voor horecaondernemers."

Agenda

- 3 JULI: **Kennissessie**
- 4 JULI: **Retail Safari**
- 3 JULI: **Ontbijtsessie voor ondernemers met Tom Kikkert**
Deze veel gevraagde spreker gaat in op de veranderende consument en merkidentiteit.
- 1 en 8 JULI: **Sollicitatietrainingen**
- 11 JULI: **Banenborrel**
Meet & greet met potentiële werkgevers.
- 18 JULI: **Afsluitingsevent banenborrel**

Op verzoek worden er gedurende de opening van de banenwinkel retailsafari's georganiseerd: de manier om kennis te maken met bijzondere winkels en horeca-concepten.

“We hadden hetzelfde doel: de Grote Markt een impuls geven”



Bomen, zitplekken, waterfonteinen en geen bussen meer. De ‘nieuwe’ Grote Markt is nu ook officieel een feit: zaterdag 1 juni was de opening met van ’s ochtends vroeg tot ’s avonds laat een uitgebreid feest- en activiteitenprogramma voor jong en oud.

Programmamanager binnenstad Paul van den Bosch kijkt tevreden terug. Op het feest maar ook – belangrijker nog – op het hele project. Want, zo zegt hij eerlijk, soms was het nog best een uitdaging de neuzen van de gemeente, ondernemers en omwonenden dezelfde kant op te krijgen.

“De belangen lagen soms wat uit elkaar, maar uiteindelijk hadden alle partijen hetzelfde doel: het belangrijkste plein van de stad een impuls geven. En dat is gelukt.”

Ook Niek Strous van het Market Hotel is blij met het resultaat én met de samenwerking met andere ondernemers en de gemeente. “Je merkt dat je na verloop steeds meer begrip krijgt voor elkaars standpunten”, zegt Strous – ook secretaris van de Ondernemersvereniging Grote Markt – terugblikkend op het traject.

Hij wijst als voorbeeld op de groep bomen op de Grote Markt. De plannen stuitten aanvankelijk op verzet van het Market Hotel. “Wij hadden ze liever langs de randen gezien, zoals op de Vismarkt. Maar uiteindelijk bleek de huidige plek – onder andere

vanwege kabels en leidingen in de grond – een stuk praktischer.” En nu? “Het ziet er mooi uit”, vindt Strous. “En ook de afstand tot het hotel valt mee.”

De grootste plus aan de ‘nieuwe’ Grote Markt vindt Strous vooral dat de bussen uit het straatbeeld zijn verdwenen. En Van den Bosch? “De opgehoogde windroos. Dat heeft uitgedaagd zoals we hoopten, het werkt: mensen gebruiken het als zitje, maar het is tegelijkertijd ook een mini-podium en meetingpoint: een plek waar je afspreekt.”

Eric Bos, voorzitter van de GCC, noemt ‘het project Grote Markt’ zowel een eyecatcher als een eyeopener. Over dat laatste zegt hij: “het project laat zien hoe goed het werkt om ondernemers al in een vroeg stadium bij plannen te



betrekken, zoals dat in Groningen met de Citydeal ook het voornemen is. Het is dé manier om draagvlak te creëren. Overleg bij de voordeur dus. En niet bij de achterdeur, als de plannen al gemaakt zijn.” Hoewel de Grote Markt officieel klaar is, moeten er nog wel wat puntjes op de i. Zo komt er nog een campagne om fietsers te attenderen op de nieuwe fietsroutes (voor het Stadhuis langs, en langs de noordzijde). De campagne gaat vermoedelijk rond de KEI-week van start.



Nieuwkomer in Zwanestraat: mannenmodemerkt A fish named Fred

Met de komst van A fish named Fred is de Zwanestraat een nieuw mannenmodemerkt rijker. Het merk komt uit Amsterdam, en heeft inmiddels 1800 verkooppunten wereldwijd. Het merk staat bekend om kleding met met vrolijke prints en kleuren.



Bertil Zaal tekende voor de vestiging van het merk in de stad. Overhemden van A fish named Fred waren al bij zijn andere winkel Zaal Leatherwear in Groningen te krijgen. “Klanten lopen ermee weg”, vertelt Zaal. “Ze kwamen speciaal voor het merk. Reden genoeg om een nieuwe vestiging te openen met de complete kledinglijn.” In de winkel in de Zwanestraat verkoopt Zaal sinds 5 juni alles van het merk: van sokken en schoenen tot boxershorts en van overhemden en broeken tot gilets en colberts. Op elk item staat wel ergens een klein visje verstoppt.

Onderscheidende kleding

“Niet alleen de kleding is onderscheidend en aangenaam verrassend, maar we trekken ook bijzonder leuke klanten aan. Hoe ik ze typeer? Verrassende, uitgesproken, zelfbewuste mannen, die wel wat aandurven. Dat is echt een feestje.”

In de nieuwe A fish named Fred in Groningen valt niet alleen de kleding op: de muren in de nieuwe winkel zijn bedekt met blauwe schubben en de etalagepoppen hebben geen hoof-

den, maar oranje vissenkoppen. De vestiging in Groningen is na Amsterdam, Leidschendam, Maastricht en Haarlem de vijfde in Nederland.

Bijzonder verhaal

Zaal leerde het merk kennen tijdens een bezoek aan een antiekwinkeltje in Amsterdam, negen jaar geleden samen met zijn vrouw. In de winkel hingen ook een paar overhemden van het merk A fish named Fred. Daarop zei zijn vrouw: “Trek dat overhemd eens aan!” Zaal en zijn vrouw waren gelijk verkocht. Hij zocht het merk in Groningen, waar hij het tot zijn teleurstelling niet kon vinden. Een jaartje later trof hij de eigenaren van A fish named Fred op een kledingbeurs in Berlijn en kon hij de overhemden toevoegen aan zijn assortiment. Een verdere uitbreiding lag voor de hand, vonden Zaal en Rob Schalker, CEO van A fish named Fred.

Zwanestraat nog steeds leuk

De brandstore is gevestigd in de Zwanestraat. Zaal koos deze plek ‘met zorg uit’. “Het moest zo zijn”, lacht Zaal. “Drie weken geleden heb ik het pand gehuurd en nu is de winkel klaar. Echt een record hoe snel dat gegaan is!” De Zwanestraat werd in 2016 verkozen tot leukste winkelstraat van Nederland. En leuk is het nog steeds, al kreeg de straat de laatste tijd wel te maken met verschillende leegstaande panden. Maar daar maakt Zaal zich geen zorgen over. “Die leegstand is zo weer weg”, denkt hij. “Waar krimp is, is ook ruimte voor groei. Maar je moet je wel onderscheiden.”

Fish doet het anders

En zich onderscheiden doet A fish named Fred als geen ander. “Mannenmode is vaak grijs en saai, veel van hetzelfde. Fish doet het helemaal anders, er is niks wat hierop lijkt”, zegt Zaal. “Ik heb klanten, die verslaafd zijn aan de kleding van fish. Laatst nog had ik een klant die uitriep: ‘Oh, een hele winkel van fish! Daar gaat mijn salaris!’”



Foto Jan Buwalda

“Onvoorstelbaar dat er vroeger bussen door de Brugstraat reden”

Wraps, salades, smoothies en soepen. Plantaardig en biologisch als basis. Gezond en lekker: dat is in een notendop het concept van saladebar SLA, aan de Brugstraat.

SLA opende in de zomer van vorig jaar de deuren. Het was daarmee de eerste SLA-franchise in het Noorden. Aan het roer staan Laura Stoppels en haar echtgenoot George Luinge.

Laura, hoe kwamen jullie erbij een SLA te openen?
“Tot 2021 woonden George en ik in Amsterdam, en toen al vonden we het een geweldig concept: gezond eten en toch het gevoel van comfort food. We kwamen er in Amsterdam dan ook heel graag. Toen we hier in de stad kwamen te wonen, vonden we het dan ook best jammer dat hier geen SLA zat. “Dan openen we toch zelf een filiaal”, zei George eerst nog grappend. Maar ik was hoogzwanger en bovendien deden we allebei heel wat anders: ik werkte als jurist en George was marketeer. Vanuit de gedachte dat we ons kind willen meegeven dat je altijd je hart moet volgen, hakten we toch de knoop door. En zo openden we in juli vorig jaar de deuren.”

Jullie hebben een plekje aan de Brugstraat. Hoe bevalt dat?
“Het is een fantastische locatie en een mooi, oud pand met prachtige ramen en een mooie oude deur. We hebben een plekje in de overdekte winkelgalerij. Aan de ene kant geweldig natuurlijk, maar ik heb ook wel eens het gevoel dat de pilaren het zicht op SLA ontnemen. En jammer: we mogen geen terras voor de deur. We hadden wel een vergunning aangevraagd maar die is afgewezen. We moeten het nu doen met een klein tafeltje en twee kleine stoeltjes, tegen het raam. Dat wordt gedoogd.”

De Grote Markt is net klaar en de Brugstraat zelf heeft jaren geleden al een upgrade gehad. Wat vind je van al die ontwikkelingen?
“Inderdaad, nu je het zegt: vroeger reden er bussen door de Brugstraat en lag hier asfalt voor de deur. Ik kan me er nu niks meer bij voorstellen. En bovendien: ik denk dat we dan

ook niet voor deze plek zouden zijn gevallen. Groningen wordt steeds leuker en mooier, met de Grote Markt voorop. Maar wat mij betreft zou er nog wel meer groen bij mogen. Er liggen daar nu van die betonnen barrières. Waarom daar geen plantenbakken van maken?”

Jullie zijn lid van de GCC. Wat was voor jullie reden om je aan te melden als lid?
“Ik vind het een mooie gedachte om je als groep ondernemers te verenigen. Samen sta je altijd sterker, het is fijn om een onderdeel van een groep te zijn. We zijn te kort lid om te kunnen zeggen dat de GCC voor ons al een enorme toegevoegde waarde heeft gehad, maar het feit dat zo’n club er is, is gewoon al heel goed. Een mooi initiatief vind ik bijvoorbeeld de cursussen die je kunt volgen vanuit de Groninger Ondernemers Academy. Ik heb zelf nog overwogen me aan te melden voor de cursus Duits, maar het is er nog niet van gekomen.”

En de Banenwinkel?
“Gelukkig hebben we vooralsnog helemaal geen moeite met het vinden van personeel. Tot nu toe is het elke keer vrij makkelijk gelukt om nieuwe mensen te vinden. We ontvangen veel sollicitaties, al dan niet via via. Voor ons is de Banenwinkel op dit moment niet heel relevant, maar ik kan me voorstellen dat het voor andere ondernemers echt een uitkomst is.”

Wat is je favoriete gerecht op de kaart? De absolute aanrader?
“Oei, lastig kiezen! Ik zit op dit moment in een ‘Gado gado fase’, maar de Hot Mexicana was ook lange tijd favoriet.”

Laatste vraag: is er nog iets dat je kwijt wilt aan de leden van de GCC?
“Misschien interessant om te weten is dat wij ook catering verzorgen. We hebben inmiddels al aan meerdere vitaliteitsdagen van verschillende bedrijven bij mogen dragen, heel leuk!” ***

NIEUWS



Onderzoek naar toegankelijkheid Steentilstraat



In de Steentilstraat loopt een pilot om de straat toegankelijker te maken voor gehandicapten en minder validen. Het stad-Groningse adviesbureau Hieroo voert daarbij in opdracht van de gemeente een onderzoek uit naar de toegankelijkheid van de straat. Ook de GCC en Toegankelijk Groningen zijn bij het project betrokken.

Eerder deze maand is er door onder andere ondernemers, mensen van de werkgroep Toegankelijk Groningen en Gerhard Kruijer van bureau Hieroo ter plekke een inventarisatie gemaakt. Loszittende stoeptegels, geparkeerde fietsen, uitstallingen op straat: alle mogelijke belemmeringen en knelpunten zijn op de foto’s gezet. De bevindingen worden gebundeld en op een later moment overhandigd aan de gemeente, in de hoop dat er geld wordt vrijgemaakt voor de aanpak ervan.

Een eerste stap is al gezet: alle ondernemers in de Steentilstraat zijn gevraagd om op de website van Toegankelijk Groningen aan te geven in hoeverre hun winkel of bedrijf toegankelijk is voor minder validen en over welke faciliteiten, zoals een invalidentoilet, ze beschikken.

Het gaat om een pilot. Mogelijk worden komende tijd ook andere straten in de binnenstad aan een toegankelijkheidstest onderworpen.

www.toegankelijkgroningen.nl

Ondernemers kunnen gratis cargobike uitproberen



Ondernemers in de stad Groningen kunnen via Groningen Bereikbaar gratis twee weken lang een cargobike uitproberen. Geen gek idee, met het vooruitzicht van een emissievrije binnenstad per 1 april volgend jaar.

Voordelen
Aan zo’n elektrische cargobike zitten nogal wat voordelen, zo stelt Groningen Bereikbaar. In de eerste plaats ben je een stuk sneller dan met de auto en bovendien ben je niet afhankelijk van venstertijden: met je cargobike ben je altijd welkom in de binnenstad. Daarnaast is een cargobike duurzaam: je CO2-uitstoot ligt een stuk lager. Ook is het een vriendelijk alternatief voor je portemonnee want je hebt tenslotte geen parkeer- en brandstofkosten. Last but not least is het ook altijd nog een stuk gezonder om op de fiets te stappen, dan achter het stuur van de auto of een bestelbus.



Hoe werkt het?
Ondernemers die interesse hebben in het uitproberen van een cargobike kunnen hun gegevens achterlaten op www.groningenbereikbaar.nl. Ook kun je dan een periode uitkiezen die jou goed uitkomt. De cargobike is vervolgens op te halen bij het Provinciehuis.

Over de cargobike
Goed om te weten: de inhoud van de laadbak is 850 liter. De maximale belasting van deze bak is 100 kilo. De actieradius is 50 kilometer.

Meer informatie vind je op de site van Groningen Bereikbaar: www.groningenbereikbaar.nl.

3 oktober: Groninger Marktendag

Op donderdag 3 oktober is het Groninger Marktendag. Van 09.00 uur tot 17.00 uur zijn er in de binnenstad zeven verschillende markten te vinden. Ook zijn er foodtrucks, is er livemuziek en een speciaal kinderprogramma. Er is bewust gekozen voor 3 oktober. Dan is het in Duitsland Tag der Deutschen Einheit en zijn veel Duitsers vrij.

Op de Groninger Marktendag zijn er maar liefst zeven verschillende markten te vinden: een markt met vintage en handgemaakte producten, een streekproducten- en visplein, een braderie, een antiek- en vlooiemarkt, een platen- en boekenmarkt en een lifestyle- en brocantemarkt.

Standhouders die deel willen nemen aan een van de markten kunnen zich aanmelden via de website. De Groninger Marktendag wordt mogelijk gemaakt door een samenwerking tussen Groningen City Club, de gemeente Groningen en Marketing Groningen. "Samen zorgen zij voor een bruisende binnenstad op 3 oktober waar bezoekers kunnen genieten van een gevarieerd aanbod aan kramen en activiteiten."

www.groningermarktendag.nl



Foto: Kneils



Het team achter Wijk: Peter Torenbosch, Paul Papo, Kim Leij, Lennart Deddens, Max Papo en Kristiaan Capelle.

Mega-horecazaak Wijck opent dit najaar in Merckt

De binnenstad krijgt er een mega-horecazaak bij. In het pand Merckt, op de Grote Markt, opent dit najaar Wijck.

Wijck bestaat uit drie verdiepingen met onder andere een café met terras op de begane grond en een bistro op de eerste verdieping. In de kelder komt ruimte voor events en feesten, en ook komen hier vier karaoke booths die te huur zijn.

Het nieuwe horecaconcept is een samenwerking tussen The Boilermaker Group en Maripaan Horeca (Paul Papo, Peter

Torenbosch, Kim Leij, Lennart Deddens, Kristiaan Capelle, Max Papo).

Rooftop verdwijnt

Met de opening van Wijck sluit Rooftop Merckt de deuren. De aankomende periode zal worden gebruikt om het concept verder uit te werken, te bouwen en om mensen aan te nemen. Het is de bedoeling dat Wijck dit najaar de deuren opent.

Ode aan de stad: oproep om eigen binnenstad te (her)ontdekken

Ode aan de stad. Dat is de boodschap van een campagne die onlangs van start is gegaan en die Groningers moet aansporen de vernieuwde binnenstad te (her)ontdekken. "We doen ons best om zoveel mogelijk mensen te verleiden naar Groningen te komen", zegt Elsa Weelink van Marketing Groningen, de organisatie die de campagnes ontwikkelt en uitvoert.

De campagne Ode aan de stad richt zich niet alleen op inwoners van de stad, maar ook op bewoners van de omliggende dorpen en wijken. "We willen Groningers aanmoedigen om hun eigen stad opnieuw te ontdekken en te leren kennen. Er is afgelopen periode zo ontzettend veel moois neergezet, met als kers op de taart natuurlijk de nieuwe Grote Markt", vertelt Weelink. "De stad heeft veel nieuwe verrassingen in petto. Niet alleen de binnenstad, maar ook omliggende wijken."

Om te laten zien wat de stad zoal te bieden heeft worden inwoners en bezoekers opgeroepen hun eigen 'Ode aan stad' te delen. Dat kan van alles zijn: een foto, een gedicht, een opiniestuk of juist een typisch Gronings gerecht.

"We willen Groningers op deze manier aansporen hun trots te laten zien", stelt Weelink. Er wordt ook een wedstrijd aan gekoppeld: de winnaar met de mooiste en origineelste ode wint een diner voor twee bovenin de Martinatoren.

Ook tijdens de Gastvrijheidsacties die er komende weken en maanden nog op het programma staan, is er extra aandacht voor 'Ode aan de stad'. Zo komt er tijdens de acties in de wijken en op P+R-locaties onder andere een fotobooth te staan, met ook een brievenbus waar mensen hun odes aan Groningen kunnen posten. Die odes kunnen ze achterlaten op ansichtkaarten met de tekst 'Love. Groningen' die dan worden uitgedeeld.

Ook voor winkeliers is er in de campagne een rol weggelegd: zij worden opgeroepen om komende tijd een van hun 'pronkjuwelen' extra uit te lichten, en in de etalage letterlijk op een voetstuk te zetten: een ode aan de stad. De campagne loopt nog de hele zomer. In het najaar komt er een expositie met een overzicht van alle 'odes'.

Wintergoud

Er zijn nog gesprekken gaande over een najaarscampagne, onder andere rondom het event Wintergoud. Dat is een nieuw winterfestijn dat aankomende winter voor het eerst plaatsvindt in Groningen. Op de Grote Markt komen een ijsbaan, wintercafé en reuzenrad en WinterWelVaart wordt een XL-editie, met een giga wintermarkt tussen het A-kwartier en de Grote Markt. "Het wordt een fantastische, Groningse variant op de bekende Duitse kerstmarkten. Maar dan dus met een extra Gronings tintje: kraampjes en stalletjes met lokale producten en lekkernijen", zegt Weelink. "Kortom, we hebben als stad ook het najaar een hoop te bieden, zowel aan mensen uit eigen land als Duitse bezoekers." ***



Nieuw familiehotel in Groningen: De Oosterboog



Aan het begin van het Gedempte Kattendiep in Groningen vorderen de werkzaamheden voor de bouw van een nieuw familiehotel: De Oosterboog.

Het hotel wordt gerealiseerd door transformatie van bestaande panden op de driehoek Gedempte Kattendiep/Oosterstraat/Kleine Peperstraat. In het nieuwe hotel komen ruim honderd kamers.

Het hotel De Oosterboog is ontwikkeld door vastgoedondernemer Arend Jan Vegter in samenwerking met architectenbureau De Zwarte Hond. Met het hotel moet het gebied een kwaliteitsimpuls krijgen. De Oosterboog wordt omsloten door de Oosterstraat, het Gedempte Kattendiep en de Kleine Peperstraat en is in de jaren '80 gebouwd als ABC-complex voor de winkels Albert Heijn, Giraffe en Marca.



Herestraat op weg naar nieuwe grandeur

De Herestraat gaat aan een tweede jeugd beginnen. Deze belangrijkste winkelstraat van Noord-Nederland krijgt er aan de zijde van het Gedempte Zuiderdiep - ook wel de 'Kop van de Herestraat' genoemd - een grote blikvanger bij. Het betreft nieuwbouw op de plaats van het huidige C&A-pand die dankzij stijlvolle architectuur dit deel van de Herestraat weer de grandeur van een ouderwetse winkelstraat moet geven.

Eric Bos, voorzitter van de Groningen City Club kan haast niet wachten tot het klaar is. Mede omdat er in verband met de aanstaande bouwwerkzaamheden momenteel meerdere winkelpanden leeg staan in dit deel van de Herestraat.

"Ja, dit gedeelte van de Herestraat is tijdelijk even minder interessant om er nu nieuwe activiteiten te starten. Maar dat is van tijdelijke aard, en heeft alles te maken met de ontwikkelingen die komen gaan", zo zegt hij. Dat het op dit moment even rustig is in de Kop van de Herestraat, werd ook in de media vermeld. "Leegstand in de Herestraat!", zo was een beetje de teneur. Maar volgens Bos moeten we niet vergeten dat

die tijdelijke leegstand alles te maken heeft met de aanstaande ingrijpende sloop- en verbouwwerkzaamheden. Ook volgens Groningse makelaars wachten veel geïnteresseerde partijen op het moment dat de herontwikkeling van het grote en beeldbepalende C&A-pand klaar is.

"Het zou jammer zijn wanneer er een verkeerde beeldvorming ontstaat, alsof het niet goed zou gaan met dit deel van de Herestraat. Dat is niet het geval. Het is juist zo dat er een voor heel Groningen prachtig bouwproject op het punt staat te beginnen. Daardoor is het momenteel misschien wat rustiger, maar straks krijgen we er een prachtige trekpleister bij. Daardoor zal de loop er weer in komen in deze straat. Sterker

nog, ik denk dat die vernieuwing van het C&A-pand een impuls zal betekenen voor de hele Herestraat en de straten er omheen. We zijn dankzij het nieuwe C&A pand bezig met een complete reshuffling", aldus Eric Bos.

Wat gaat er precies komen?

In het nieuwe pand op de C&A Locatie komt minder ruimte voor winkels dan in het huidige pand, daarvoor in de plaats komen appartementen. Bovendien komt er een fietsenkelder met plaats voor vijf- tot zeshonderd fietsen. De winkels komen op de begane grond en de eerste verdieping. Daarboven komen dan langs de Herestraat en het Gedempte Zuiderdiep verdiepingen met twee-, drie- en

vierkamer huurappartementen en eengezinswoningen. De plannen zijn ontwikkeld door eigenaar Redevco, en architectonisch uitgewerkt door het Amsterdamse Rijnboutt Architectuur. Dat ontwierp een pand in modern-klassieke stijl, dat meer lijkt te passen bij een klassieke Herestraat dan het huidige jaren-zestig C&A-pand.

De plannen voor de C&A-locatie passen binnen de plannen voor een upgradering van de binnenstad van Groningen. Niet alleen de Grote Markt, als 'huiskamer van de binnenstad' is aangepakt. Ook de entrees naar die binnenstad worden opgeknapt, zoals het Damsterdiep en het Kattendiep. Daar vandaan wandelt straks veel publiek richting binnenstad. ***

