

## **Projectplan**

### **Servicepunt Detailhandel Groningen: Nu en in de toekomst!**



**SERVICEPUNT**  
***detailhandel***

## Samenvatting

Op 31 januari 2011 is het Servicepunt Detailhandel Groningen formeel van start gegaan als een gezamenlijk project van Groningen City Club (GCC), Winkeliersvereniging Paddepoel, Gemeente Groningen, UWV en het Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (HBD). Doel: het ondersteunen van ondernemers in de branche detailhandel in brede zin, met daarnaast specifieke aandacht voor personeelsvraagstukken. Gekozen is voor een pilotperiode van 2 jaar, die inmiddels zo goed als verstreken is. In deze periode is de financiering van het Servicepunt volledig georganiseerd vanuit de gemeente, maar vanaf het begin is aangegeven dat dit op de lange termijn niet de gewenste constructie dient te zijn. Aan het eind van deze pilotperiode is het goed de balans op te maken, terug te blikken op doelstellingen, resultaten en bijbehorende organisatie. Dit om de vraag te beantwoorden: heeft het Servicepunt Detailhandel ook in 2013 en verder bestaansrecht en zo ja, hoe ziet deze toekomst er uit?

Na een periode van bijna 2 jaar kijkt het Servicepunt Detailhandel tevreden terug op wat zij in deze relatief korte periode heeft bereikt. De vele bezoeken die zijn verricht, de uiteenlopende vraagstukken die in behandeling zijn genomen, het grote aantal activiteiten dat is aangeboden, de vele gasten die zij heeft mogen verwelkomen en de projecten die zij heeft opgezet of ondersteund hebben bijgedragen aan de brede ondersteuning aan de detaillist in de stad. De verkregen informatie uit de vele gesprekken die met detaillisten en andere partijen hebben plaatsgevonden werkte inspirerend voor het Servicepunt: door een vraaggerichte manier van werken ontstonden en ontstaan keer op keer ideeën en initiatieven die aansluiten op de wens van de winkelier in Groningen.

Dit heeft ertoe geleid dat winkeliers positief reageren op het Servicepunt. Dat blijkt niet alleen uit individuele beoordelingen en evaluatiegesprekken, maar vooral uit het feit dat twee belangrijke ondernemersverenigingen in de stad, de GCC en de Verenigde Bedrijven Groningen West (VBGW), bereid zijn om na 2012 een deel van de financiering op zich te nemen, vanuit het Fonds Ondernemend Groningen (FOG). Dit met de gedachte dat ondersteuning van ondernemers een activiteit is, die in gezamenlijkheid tussen bedrijfsleven en overheid ontwikkeld moet worden. Hiermee zien wij voldoende draagvlak voor continuering van het Servicepunt in 2013 en verder.

Aangevuld met een co-financiering vanuit het economisch programma G-Kracht is voor 2013 de financiële basis gelegd voor het Servicepunt. Bij het voortzetten van het Servicepunt Detailhandel moet daarnaast goed nagedacht worden over haar doelstellingen en de wijze waarop deze doelstellingen gerealiseerd dienen te worden. Want financierende ondernemersverenigingen brengen eigen doelstellingen en voorwaarden met zich mee, die ingepast moeten worden naast de bestaande activiteiten, die het Servicepunt hebben gemaakt tot wat het nu is. Ook nu al heeft het Servicepunt verschillende projectplannen klaar liggen, die op tot stand zijn gekomen op basis van gesprekken met winkeliers: de Praktijkwinkel, Winkelverkiezing050 en de Raad van Inspiratie. Om al deze activiteiten, doelstellingen en projecten in 2013 uit te werken en succesvol te maken is een enorme uitdaging. Maar wel een uitdaging die het Servicepunt aandurft.

Daarvoor zal wel de huidige structuur geëvalueerd moeten worden. De inrichting van de huidige stuurgroep en haar rol binnen het Servicepunt zal meer pro-actief worden, waarbij zij haar kennis en expertise inzet om strategische keuzes te maken en daarmee de koers te bepalen. Zij zal ook moeten onderzoeken of de huidige rechtsvorm (samenwerking op basis van een convenant waarbij de uitvoering bij de gemeente ligt) nog past binnen de ambities die het Servicepunt Detailhandel heeft. Deze organisatorische elementen zijn des te belangrijker, vanwege de veranderende rol van het HBD, die vanaf het eerste moment een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan het Servicepunt, met gratis materiaal, een huisstijl en een website. Wanneer binnenkort het HBD een minder prominente rol zal krijgen in Nederland en op termijn zelfs geheel zal verdwijnen, betekent dit dat het Servicepunt meer dan ooit op 'eigen benen' zal moeten staan en zelf haar website en producten zal moeten beheren. Dit maakt de uitdaging alleen maar groter, maar wij denken dat, na een pilotperiode van twee jaar, het Servicepunt Detailhandel klaar is voor die toekomst.

## Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Servicepunt Detailhandel Groningen 2011-2012</b>	<b>5</b>
2.1	<i>Doelstellingen</i>	<b>5</b>
2.2	<i>Structuur</i>	<b>6</b>
	2.2.1 Rechtsvorm	<b>6</b>
	2.2.2 Organogram	<b>6</b>
	2.2.3 Stuurgroep	<b>6</b>
2.3	<i>Bezetting</i>	<b>6</b>
2.4	<i>Financiering</i>	<b>8</b>
2.5	<i>Facilitaire ondersteuning</i>	<b>8</b>
2.6	<i>Resultaten</i>	<b>9</b>
<b>3.</b>	<b>Servicepunt Detailhandel Groningen in 2013 en verder</b>	<b>11</b>
3.1	<i>Doelstellingen</i>	<b>11</b>
3.2	<i>Financiering</i>	<b>11</b>
3.3	<i>Structuur</i>	<b>12</b>
	3.3.1 Rechtsvorm	<b>12</b>
	3.3.2 Organogram	<b>13</b>
	3.3.3 Stuurgroep	<b>15</b>
3.4	<i>Bezetting</i>	<b>15</b>
3.5	<i>Facilitaire ondersteuning</i>	<b>16</b>
	3.5.1 Rol Hoofdbedrijfschap Detailhandel na 2012	<b>16</b>
<b>4.</b>	<b>Conclusie</b>	<b>17</b>
	<b>Bijlage 1: Resultaten Servicepunt Detailhandel Groningen feb. 2011 – sept. 2012</b>	<b>18</b>

## 1 Inleiding

De detailhandel is een grote branche; in de stad Groningen zijn meer dan 1.500 detaillisten actief. Het is ook een belangrijke sector voor de stad: detailhandel creëert levendigheid en is een belangrijke voorziening voor de inwoners en bezoekers van Groningen. Daarnaast is het een arbeidsintensieve sector met vooral ruimte voor werknemers met een laag tot gemiddeld opleidingsniveau. Tegelijkertijd is de detailhandel een bijzondere branche: een groot aantal detaillisten is nog steeds zelfstandig en veel vestigingen hebben een relatief kleine omvang. Daarmee is niet altijd alle kennis in huis die noodzakelijk is om een bedrijf optimaal te laten presteren: hoe om te gaan met personeel, met overheidsaangelegenheden, hoe de bedrijfsvoering optimaal te laten functioneren, hoe om te gaan met veiligheid, bedrijfsopvolging, etc. Juist de combinatie van belang van de branche en haar aard maakt dat er in de detailhandel behoefte is aan een gespecialiseerde ondersteunende dienst die de detaillist in al haar werkzaamheden kan ondersteunen. Op landelijk niveau vervult het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) deze rol; op lokaal niveau is deze ondersteuning niet zonder meer voorhanden. Deze aandacht is eens te meer belangrijk in een tijd waarin een economische crisis en de concurrentie (bijvoorbeeld van webwinkels) het ondernemen in de detailhandel tot een nog grotere uitdaging maken. Daarnaast is samenwerking tussen collega-ondernemers niet altijd meer vanzelfsprekend.

Met het bovenstaande in gedachten hebben Groningen City Club (GCC) en Winkelcentrum Paddepoel (PP) medio 2010 aan de Gemeente Groningen en het UWV verzocht een Servicepunt Detailhandel op te richten. Dit op basis van een model van het HBD, dat op dat moment al op verschillende plekken in Nederland succesvol geïmplementeerd was. Gemeente Groningen en UWV hebben vervolgens het initiatief genomen om een Servicepunt Detailhandel op te richten in gezamenlijkheid met de genoemde winkeliersverenigingen. Op 31 januari 2011 is het Servicepunt Detailhandel Groningen formeel van start gegaan, door het ondertekenen van een samenwerkingsconvenant door GCC, Winkeliersvereniging Paddepoel, Gemeente Groningen, UWV en HBD.

Insteek van het Servicepunt Detailhandel is vanaf het begin geweest om in de stad Groningen extra aandacht te kunnen geven aan de detailhandel en de bijbehorende arbeidsmarkt, door de krachten van de verschillende dienstverleners te bundelen. Op deze manier kan bijgedragen worden aan een sterke positie van de detaillist door middel van deskundigheidsbevordering en probleemoplossing, door samen te werken in vacaturevervulling en door promotie van het werken in de winkel. Omdat GCC en Winkeliersvereniging Paddepoel aan de basis van het Servicepunt Detailhandel stonden, heeft de dienstverlening zich in het eerste jaar aanvankelijk op hun werkgebieden gericht. In het tweede jaar een meer stadsbrede insteek gehanteerd.

In haar dagelijkse werkzaamheden ziet het Servicepunt Detailhandel een dynamische branche, die sterk onderhevig is aan de laatste trends en ontwikkelingen. De economische crisis heeft de branche detailhandel hard getroffen en door teruglopende bestedingen en veranderende bestedingspatronen hebben veel detaillisten het moeilijk. Een sterk groeiend aantal faillissementen is hier het gevolg van. Daarnaast verandert ook de consument en spelen begrippen als klantbeleving een steeds grotere rol in het voortbestaan van winkels. De alsmaar 'groener' wordende consument stelt hoge eisen aan de producten die worden gekocht in relatie tot de wijze waarop de productie van deze producten plaatsvindt. Ook is de huidige consument kritisch en heeft zij behoefte aan waardering door de winkelier. Tegelijkertijd is een grote groep door de opkomst van webwinkels en vele mogelijkheden om online producten te vergelijken niet langer trouw aan één bepaalde winkel. Het gemak lijkt hier vaak te winnen van de meer persoonlijke benadering. Winkeliers spelen hier massaal op in door het gebruik van een webshop en de mogelijkheid online aankopen in een fysieke winkel af te halen. Deze vorm van multi-channelmarketing is al langer gaande, maar neemt een vlucht sinds 2011.

Dit projectplan beschrijft de huidige situatie van het Servicepunt Detailhandel Groningen, inclusief haar huidige doelstellingen, de projectorganisatie, de financiën en de resultaten die zijn behaald sinds haar oprichting. Vervolgens wordt de ambitie van het Servicepunt Detailhandel voor de komende jaren

uitgewerkt in eenzelfde structuur, waarbij specifieke focus is gelegd op nieuwe projecten, het uitbreiden en verdiepen van de bestaande dienstverlening en haar toekomstige organisatorische en financiële inrichting.

## 2 Servicepunt Detailhandel Groningen 2011-2012

### 2.1 Doelstellingen

Het Servicepunt Detailhandel streeft ernaar om de volgende algemene doelstelling te verwezenlijken: "Het leveren van verbeterde en gezamenlijke dienstverlening aan detailhandel, waarbij de vraag van de ondernemer centraal staat." Het Servicepunt Detailhandel werkt samen met alle partijen gezamenlijk aan de volgende specifieke doelen:

- Deskundigheidsbevordering;
- Probleemoplossing en ondersteuning;
- Verbetering van instroom, doorstroom en indien noodzakelijk uitstroom van werknemers in de detailhandel;
- Imagoverbetering van de sector onder werknemers.

Deze doelstellingen worden onder andere door de dienstverlenende partijen uitgevoerd (Gemeente Groningen, UWV WERKbedrijf en HBD). De taken die deze partijen uitvoeren, in samenwerking met het Servicepunt Detailhandel Groningen, liggen op gebied van:

- Informatie en advies: ondernemersvraagstukken;
- Informatie en advies: arbeidsvraagstukken;
- Vraaggerichte collectieve activiteiten;
- Vacaturevervulling;
- Promotie van het werken in de winkel.

Daarnaast kent het Servicepunt Detailhandel een aantal praktische taakstellingen. De taakstellingen voor het eerste en het tweede jaar van het bestaan van het huidige Servicepunt Detailhandel zijn als volgt omschreven:

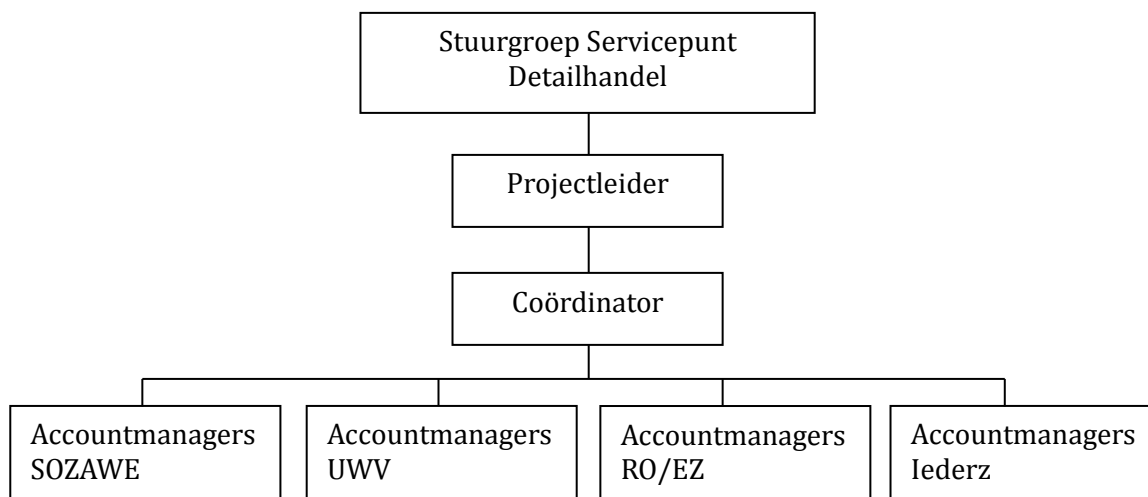
- *Collectieve ondernemerscontacten:* door bezoeken van ledenvergaderingen en/of andere collectieve activiteiten waar detaillisten aanwezig zijn. Het aantal is hierbij niet gespecificeerd.
- *Individuele ondernemerscontacten:* 200-225 bezoeken in het eerste jaar en 150-200 in het tweede jaar.
- *Deskundigheidsbevordering:* het gewenste minimaal aantal ondernemers/werknemers dat deelneemt aan enige vorm van deskundigheidsbevordering is voor het eerste jaar vastgesteld op 100 personen en voor het tweede jaar op 200 personen.
- *Vervulde vacatures:* van alle gemelde vacatures zal er 10% meer invulling plaatsvinden dan in de jaren ervoor (vervullingspercentage tussen 2007 en 2009 bedroeg 44%).
- *Doelgroep vacaturevervulling:* er zal extra focus komen te liggen op de invulling van vacatures door zogenaamde doelgroepen van UWV en SOZAWE. Hierbij is een streefaantal aangehouden van 50 personen per jaar.

## 2.2 Structuur

### 2.2.1 Rechtsvorm

Op 31 januari 2011 is het Servicepunt Detailhandel Groningen, met ondertekening van een samenwerkingsconvenant door GCC, Winkelcentrum Paddepoel, Gemeente Groningen, UWV en HBD, formeel van start gegaan als een gezamenlijk project. Hierbij levert de gemeente Groningen, dienst RO/EZ zowel de projectleider als de coördinator. De gemeente Groningen, dienst SOZAWE en RO/EZ, zijn samen verantwoordelijk voor het beschikbare budget. Alle deelnemende partijen leveren ofwel accountcapaciteit, ofwel kennis en faciliteiten.

### 2.2.2 Organogram



In het project wordt uitgegaan van de volgende inzet, waarbij opgemerkt moet worden dat de bezetting in het tweede jaar enigszins is gewijzigd. De overall capaciteit is echter nagenoeg gelijk gebleven. Tot slot is ook van belang te weten dat accountmanagers niet full-time ingezet worden, maar een naar beschikbaarheid te bepalen aantal bezoeken verrichten. De verhoudingen zijn hieronder weergegeven:

Projectleider:	2-4 uur per week (0,05-0,1 FTE)
Coördinator:	36 uur per week (1.0 FTE)
Accountmanagement:	1 accountmanagers SOZAWE (0.3 FTE)
	4 accountmanagers UWV (0.35 FTE)
	2 accountmanagers RO/EZ (0.15 FTE)
	2 accountmanagers Iederz (0.2 FTE)

### 2.2.3 Stuurgroep

De stuurgroep van het Servicepunt Detailhandel wordt gevormd door een afgevaardigde van UWV, SOZAWE, RO/EZ, GCC en Winkelcentrum Paddepoel. De stuurgroep komt eens in de drie maanden bij elkaar en bewaakt de voortgang en strategische plannen van het Servicepunt Detailhandel. Daarnaast worden er onderlinge afspraken gemaakt. De huidige rol van de stuurgroep is op dit moment veelal gericht op het akkoord geven op plannen en feedback geven op ideeën, aangedragen door de coördinator en projectleider.

## 2.3 Personele bezetting

Er zijn binnen het Servicepunt Detailhandel verschillende rollen / functies te identificeren. De functies

die aan bod komen zijn achtereenvolgend de projectleider, de coördinator en het team van accountmanagers.

- De projectleider:

Vanuit de stuurgroep is de projectleider focuspunt voor de strategie en uitvoering van het Servicepunt Detailhandel. Hij is verantwoordelijk voor planvorming, organisatie, financiering en realisatie van doelen. Hij is aanspreekpunt voor de politiek. Samen met de coördinator is hij eerste aanspreekpunt voor de winkeliersvereniging en samenwerkingspartners. De projectleider en de coördinator zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor het opstellen van voortgangsrapportages.

- De coördinator:

De dagelijkse uitvoering ligt in handen van de coördinator. De coördinator vormt daarmee het 'kloppend hart' van het Servicepunt. Dit houdt concreet in dat de coördinator verantwoordelijk is voor de functionele aansturing van het account-team, het verzorgen van de planning, het onderhouden van contacten met samenwerkingspartners, het bijhouden van de website, voorbereiding van vergaderingen, het opzetten van specifieke trajecten en projecten en administratie.

Naast de bedrijfsbezoeken organiseert het Servicepunt Detailhandel ook bijeenkomsten en trainingen voor winkeliers en hun werknemers. De thema's van deze activiteiten komen mede tot stand door het analyseren van alle informatie, beschreven in het gespreksverslag van de accountmanager, opgesteld na zijn of haar bezoek aan de winkelier. Daarnaast worden er ook bijeenkomsten en trainingen georganiseerd op basis van de actualiteit en ontwikkelingen binnen de branche. Hierbij kan gedacht worden aan overvaltrainingen, omzet verhogende inspiratiesessies of trainingen op het gebied van social media. Het analyseren van alle informatie en het organiseren van deze bijeenkomsten en trainingen is de verantwoordelijkheid van de coördinator.

- Het team van accountmanagers:

De kracht van het Servicepunt Detailhandel is dat er continu een één-op-één benadering naar winkeliers plaatsvindt met een vraaggerichte aanpak waar vervolgens direct actie op plaatsvindt. Dit gebeurt door het team van accountmanagers. De accountmanagers gaan proactief op bezoek bij de detaillist en bespreken met hem/haar de situatie van zijn/haar winkel. Een indicatie van de vragen die aan bod komen tijdens het bedrijfsbezoek: hoe gaat het met de bedrijfsvoering?, Heeft de detaillist problemen in de sfeer van ruimtelijke ordening?, Zoekt de detaillist personeel of heeft hij/zij lopende personeelskwesties?, Heeft hij/zij behoefte aan kennisverbreding en zo ja: op welke vlakken? De accountmanagers lopen daarvoor een checklist na van veel voorkomende onderwerpen, maar zijn vooral vraaggericht bezig: wat houdt de detaillist bezig en hoe kan het Servicepunt Detailhandel hem daarin ondersteunen?

Zodra de vragen en problemen in beeld zijn gebracht gaat de accountmanager op zoek naar een mogelijk oplossing. De accountmanager heeft een veelvoud aan contacten in zijn 'backoffice' waar hij gebruik van kan maken bij specifieke vragen. Dit gaat in veel gevallen om de deelnemende organisaties (met name gemeente en UWV), maar soms zal hij zich wenden tot organisaties die verstand hebben van specifieke materie (zoals voor veiligheidstrainingen). De accountmanager zet deze vragen uit en neemt na enige tijd weer contact op met de winkelier om te kijken of aan de vraag voldaan is. Hiermee is er sprake van 'nazorg'. Ook heeft de accountmanager een informatiemap bij zich met allerlei informatieve brochures en uitgaven. Vanuit de verschillende deelnemende organisaties zijn accountmanagers aangewezen die een deel van hun accountwerk verrichten vanuit het Servicepunt Detailhandel. Hiermee is er sprake van een geïntegreerde aanpak en wordt voorkomen dat deze accountmanagers langs elkaar heen werken en afzonderlijk van elkaar dezelfde detaillist bezoeken. Dit voorkomt irritatie bij een detaillist en is efficiënter voor de deelnemende organisaties.

## 2.4 Financiering

Voor de financiering van het Servicepunt Detailhandel zijn de volgende concrete kostenposten te identificeren:

- 1) Uren projectleiding
- 2) Positie van coördinator, 36 uur per week
- 3) Uren van accountmanagers RO/EZ
- 4) Uren van accountmanagers SOZAWE
- 5) Uren van accountmanagers UWV
- 6) Uren van accountmanagers Iederz
- 7) Fysieke ruimte
- 8) Activiteitenbudget en dienstverleningsmateriaal (o.a. folders, website, trainingen)

Grootste kostenpost qua financieel beslag is de coördinators-positie (post 2). In de pilotperiode van twee jaar (in 2011 en 2012) is dekking hiervoor geregeld vanuit het budget 'outreachinge werkgeversbenadering', beheerd door SOZAWE. Het gaat hier om een bedrag van in totaal €80.000 (incl. BTW), waarvoor het grootste deel gebruikt is om de coördinatorspositie te dekken en het restant gebruikt wordt voor activiteiten en trainingen (post 8).

Verder kan worden gesteld dat dekking voor post 1) en 3) door RO/EZ zijn ingebracht in de vorm van het beschikbaar stellen van capaciteit, terwijl dekking voor post 4), 5) en 6) door de respectievelijke organisaties op dezelfde wijze zijn ingebracht. De kosten van post 7) wordt door RO/EZ en SOZAWE binnen lopend budget gedekt, terwijl de kosten van post 8) voor rekening komen van het genoemde budget 'outreachinge werkgeversbenadering', het HBD en worden aangevuld met incidentele middelen van samenwerkingspartners, zoals de Kamer van Koophandel.

Er is nadrukkelijk de wens uitgesproken om structurele dekking te zoeken voor de periode na 2012. Een cofinanciering door belanghebbenden is hierbij altijd als wenselijk uitgangspunt aangehouden.

## 2.5 Facilitaire ondersteuning

Het Servicepunt Detailhandel wordt facilitair ondersteund door het HBD, in de vorm van het aanbieden van een website, het logo en de inhoud van bedrijfsmappen met foldermateriaal. Naast het HBD verstrekken ook UWV WERKbedrijf, Iederz en Gemeente Groningen documentatie ten behoeve van deze bedrijfsmappen. Tevens biedt het HBD ondersteuning en inkoopvoordeel voor specifieke trainingen en bijeenkomsten. Hier maakt het Servicepunt Detailhandel Groningen echter slechts één á twee keer per jaar gebruik van, omdat in de lokale praktijk van Groningen blijkt dat trainingen beter en goedkoper met lokale partners georganiseerd kunnen worden.

De website van het Servicepunt Detailhandel wordt beheerd en bijgehouden door de coördinator van het Servicepunt Detailhandel, maar de rechten en de claim op de domeinnaam liggen bij het HBD. De websites van alle landelijke servicepunten hebben dan ook hetzelfde ontwerp. De veranderende rol van het HBD zou tot gevolg kunnen hebben dat er kritisch gekeken moet worden naar voortzetting van de huidige website en domeinnaam. In paragraaf 3.5 wordt hier verder op ingegaan.



## 2.6 Resultaten

Bij de start van het Servicepunt Detailhandel zijn een aantal doelstellingen geformuleerd. De resultaten behorende bij deze doelstellingen worden in onderstaande tabel overzichtelijk weergegeven.

	Doelstelling	Realisatie	Doelstelling	Realisatie
	2011	2011	2012	2012
Bedrijfsbezoeken	200 – 250	225	150 – 200	185
Deskundigheidsbevordering	100 pers.	203	200 pers.	538
Vervullingsquote	55%	66,5%	55%	64,4%
Doelgroep vacaturevervulling	50 pers.	38	50 pers.	25

Tabel 1: Resultaten februari 2011 tot en met september 2012

Naast deze concrete cijfers is uit de vele gespreksverslagen veel waardevolle informatie te halen, die de cijfers onderbouwen. Hieronder volgen de meest belangrijke conclusies. Voor een volledige rapportage omtrent de resultaten van het Servicepunt Detailhandel wordt u verwezen naar bijlage 1 van dit projectplan.

- **Bedrijfsbezoeken:**

Voor de eerste twee jaar van het bestaan van het Servicepunt Detailhandel zijn in totaal 690 adressen opgenomen in het acquisitieplan. De bedrijfsbezoeken zijn in het eerste jaar sterk gericht op het bezoeken van de leden van de GCC en winkelcentrum Paddepoel. In het jaar daarna is er een bewuste keuze gemaakt om winkeliers te bezoeken met een minimale personele bezetting van 5 FTE. Dit vanwege het feit dat met name ondersteuning bij personeelsvraagstukken veelal efficiënter werkt bij grotere winkeliers. Het aandeel keten versus franchisenemer en zelfstandigen is hierdoor in het tweede jaar anders. Daarnaast is er specifiek gekozen om een aantal kleinere wijkwinkelcentra in zijn geheel te bezoeken.

Van de in totaal 690 adressen zijn er in de periode februari 2011 tot en met september 2012 inmiddels 516 benaderd voor een bezoek. Van deze groep was ruim 12% (88) niet geïnteresseerd en bleken 21 adressen en dus winkels niet meer te bestaan of waren er vergaande plannen om op korte termijn te stoppen.

In 2012 is ook bijgehouden hoe de verhouding is tussen enerzijds ketens en anderzijds zelfstandigen of franchisenemers. Van de 142 verslagen die van 2012 zijn ingediend is bijna 35% keten, 33% franchisenemer of zelfstandige en van 32% is dit niet bekend.

- **Gespreksverslagen:**

In meer dan 85% van alle bezoeken wordt gesproken met de eigenaar van de winkel, de bedrijfsleider dan wel filiaalmanager of de mede-eigenaar en directeur. Qua branche valt duidelijk het aandeel mode op in de totale bezoeken. Dat dit aandeel in 2011 hoger ligt dan in 2012 is te verklaren door de specifieke acties die in 2012 zijn opgezet richting kleinere winkelkernen en supermarkten en het feit dat in 2011 de focus lag op leden van de GCC (binnenstad) en winkelcentrum Paddepoel.

In totaal zijn er 291 concrete vragen tijdens de bezoeken geformuleerd, waarvan 167 in 2011 en 124 in 2012. Van de 124 vraagstukken in 2012 had ruim 33% betrekking op parkeren en overlast in verhouding tot ruim 16% in 2011. Het aandeel personele vraagstukken liep in 2012 terug met 33% ten opzichte van 2011.

- **Vacatures:**

Uit de bezoeken blijkt dat 40% wel bekend is met de dienstverlening van SOZAWE, Iederz en UWV, maar dat het percentage onder met name kleinere detaillisten veel lager ligt, getuige de uitkomsten van 2011 (30%).

Het aantal vacatures dat actueel is tijdens gesprekken en naar voren is gebracht is met in totaal 35 niet hoog. Dit is met name te verklaren door de economische crisis en de moeilijke periode die de detailhandel doormaakt. Tevens blijkt dat detaillisten veelal direct hun personeel werven door bijvoorbeeld simpelweg een poster op hun raam te plakken. De vacatures die rechtstreeks vanuit bedrijfsbezoeken in behandeling worden genomen door Servicepunt-partners UWV en SOZAWE vormt slechts een minderheid. Van de in totaal 384 vacatures die in behandeling zijn genomen in 2011 en 2012 is het merendeel reactief van aard en komen voort uit relaties die zijn opgebouwd en winkeliers waarmee landelijke convenanten zijn afgesloten. In totaal zijn er 206 vacatures (deels) ingevuld en ligt de uiteindelijke vervulling quote rond 66%.

Eén van de specifieke doelstellingen die geformuleerd is door SOZAWE, namelijk het uitplaatsen van WWB-kandidaten, blijkt lastig, met name voor uitkeringsgerechtigden met een grote afstand tot de arbeidsmarkt. In het jaar 2012 zijn er in de detailhandel in Groningen 25 WWB-kandidaten aangenomen (tot en met september 2012), ten opzichte van 38 in 2011. Naast de economische situatie in de branche speelt ook mee dat SOZAWE sinds 2012 nog slechts over zeer beperkte financiële middelen beschikt om werkgevers enthousiast te maken. Het Servicepunt Detailhandel is begin 2012 gestart met een specifiek project 'Klantmanagers' voor WWB-kandidaten (zie bijlage 1). Hiermee wordt ingespeeld op de huidige ontwikkelingen binnen de branche en worden tegelijkertijd werkervaringsplekken beschikbaar gesteld voor WWB'ers. Uitstroom naar reguliere arbeid is in 5 gevallen inmiddels succesvol gerealiseerd.

- Deskundigheidsbevordering:

In 2011 is een vijftal activiteiten, specifiek voor de detailhandel, georganiseerd. De belangstelling vanuit de branche is groot en met meer dan 200 bezoekers van ondernemers en werknemers was 2011 een geslaagd jaar. Zie bijlage 1 voor verdere details. Ook zijn er enkele meer algemene bijeenkomsten georganiseerd (zoals de MKB Ondernemersavond) waar de detailhandel specifiek voor werd uitgenodigd.

In 2012 is een vervolg gegeven aan de organisatie van dergelijke bijeenkomsten en zijn er tot en met september tien bijeenkomsten gepland voor de branche. De opkomst was hierbij boven verwachting: de bijeenkomsten, telkens verschillend van opzet en doel, trokken in totaal 538 personen; een forse groei ten opzichte van 2011. Met een gemiddelde beoordeling van 7,38 door de individuele deelnemer is terug te kijken op een reeks succesvolle bijeenkomsten. Zie bijlage 1 voor verdere details.

## 3 Servicepunt Detailhandel Groningen in 2013 en verder

### 3.1 Doelstellingen

In de toekomst van het Servicepunt Detailhandel zal de doelstelling: “Het leveren van verbeterde en gezamenlijke dienstverlening aan detailhandel, waarbij de vraag van de ondernemer centraal staat.”, nog steeds aan de basis liggen van haar bestaan. Daarmee zijn ook na 2012 bedrijfsbezoeken, het oplossen van individuele vraagstukken en het organiseren van activiteiten op basis van wensen van de winkelier de belangrijkste elementen van het Servicepunt Detailhandel. Echter, vanuit de wens die er ligt om de dienstverlening verder te professionaliseren en uit te breiden worden aanvullende doelstellingen geformuleerd. Deze toekomstige specifieke doelen hebben direct betrekking op de voorgenomen projecten die in paragraaf 3.2.2 verder worden uitgewerkt. Het betreft hier de Praktijkwinkel, Winkelverkiezing050 en de Raad van Inspiratie. De specifieke doelen voor de toekomst van het Servicepunt Detailhandel omvatten daarmee, naast de hoofddoelstelling:

- Detaillisten in de stad Groningen stimuleren om te innoveren;
- De kostenloze ondersteuning verder uitbreiden, zodat op deze manier ook individuele winkeliers, winkeliersverenigingen en bedrijventerreinen bij het Servicepunt terecht kunnen voor een breed aantal opdrachten waar zij zelf niet de capaciteit voor in huis hebben;
- Maximale creativiteit en nieuwe ideeën door de aansluiting met andere winkeliers en het onderwijs;

Met de uitvoering van deze drie genoemde projecten, breidt het Servicepunt Detailhandel haar dienstverlening uit en optimaliseert deze. Omdat de projecten voortkomen uit de vraag vanuit de markt, verwacht het Servicepunt Detailhandel veel animo voor de drie projecten.

Dit zijn doelstellingen die voor 2013 al vertaald zijn in concrete projecten. Daarnaast denkt het Servicepunt ook na over haar rol binnen de volgende onderwerpen:

- Mogelijke overname van een aantal taken en verantwoordelijkheden die momenteel binnen het winkelstraatmanagement zijn belegd, maar mogelijk komen te vervallen indien hiervoor geen financiële middelen meer voorhanden zijn;
- Mogelijke rol bij het verbeteren van het traject City Stewards;
- Het opzetten van projecten gericht op thema's als binden & boeien: hoe behoudt de detailhandel haar goede medewerkers?;
- Het mede organiseren en helpen vormgeven van activiteiten ten behoeve van het aantrekken van bezoekers tijdens bijvoorbeeld koopzondagen;
- Het ondersteunen van winkeliersverenigingen bij de organisatie van uiteenlopende activiteiten in specifieke gebieden met als doel meer bezoekers te trekken;
- Het organiseren van een lokaal event dat de branche op de kaart zal zetten en het saamhorigheidsgevoel bij de winkeliers in de stad Groningen zal versterken.

### 3.2 Financiering

De kosten van het Servicepunt Detailhandel zijn in de eerste twee jaar volledig gefinancierd vanuit het incidentele budget 'Outreachinge Werkgeversbenadering' van de gemeente Groningen, ondergebracht bij dienst SOZawe (naast, uiteraard, de inzet van capaciteit door de verschillende gemeentelijke diensten en het UWV). Al aan het begin van deze pilotperiode is nadrukkelijk de wens uitgesproken om een vervolg op de pilotperiode deels te financieren door middel van cofinanciering door belanghebbenden. Immers, ondersteuning van ondernemers is geen basale overheidstaak. Het is een extra dienstverlening, die enkel bestaansrecht heeft, wanneer ondernemers (collectieven) daar het belang van inzien, zeker in tijden van bezuiniging. Als dat zo is, en ondernemers (collectieven) ook bereid zijn middelen in het Servicepunt te steken via het Fonds Ondernemend Groningen (FOG), is het reëel

dat de gemeente een co-financiering doet, in dit geval via het economisch programma G-Kracht. Op deze manier kan het Servicepunt na een opstartfase van twee jaar uitgroeien tot een project dat daadwerkelijk van ondernemers en de overheid sámen is.

Inmiddels hebben de algemene ledenvergaderingen van de GCC en de Vereniging Bedrijven Groningen West (VBGW, beheerder van het FOG voor onder andere Paddepoel, Vinkhuizen, Hoendiep, Helpman) vastgesteld dat een deel van de beschikbare middelen van het FOG ten goede dient te komen aan het Servicepunt. Hiermee is een financiering door belanghebbenden gerealiseerd van € 42.500. Het is daarnaast ook een krachtig signaal aan de overheid, namelijk dat het Servicepunt taken uitvoert die in het belang zijn van ondernemend Groningen en dat de concrete uitvoering gewaardeerd wordt. Om aan dit signaal gehoor te geven heeft de gemeente als co-financiering een bedrag van € 50.000 voor het Servicepunt gereserveerd in G-Kracht 2013. Hiermee is voor 2013 een totaal budget beschikbaar van € 92.500.

De basale opbouw van de kostenverdeling binnen het Servicepunt is gelijk aan de pilotperiode (zie paragraaf 2.4). Door ophoging van het budget van € 80.000 naar € 92.500 zijn additionele middelen beschikbaar voor het organiseren van specifieke activiteiten en projecten. Naast deze financiering zal het Servicepunt bekijken of haar uitvoeringsprojecten in aanmerking komen voor specifieke subsidiestromen.

### 3.3 Structuur

#### 3.3.1 Rechtsvorm

Zoals in hoofdstuk 2 aan bod is gekomen, is het Servicepunt Detailhandel op dit moment organisatorisch belegd bij de Gemeente Groningen, dienst RO/EZ. Met een wijziging in de wijze waarop de totale toekomstige financiering wordt georganiseerd, zoals in bovenstaande omschreven, is het reëel dat doelstellingen worden aangescherpt en aangevuld vanuit de betalende partijen GCC en VBGW. Ook eventuele toekomstige wijzigingen in de organisaties UWV, SOZAWE en RO/EZ hebben een directe invloed op de wijze waarop het Servicepunt Detailhandel zal functioneren en de doelen die zij zal nastreven. Afhankelijk van deze aspecten en de impact hiervan op de huidige organisatie zijn er verschillende alternatieven op de huidige rechtsvorm te bedenken:

In de toekomst kan het Servicepunt Detailhandel eventueel ondergebracht worden in een stichting. Hierdoor ontstaat een volledige onafhankelijke en professionele organisatie met een duidelijke bestuurlijke vorm. Afgevaardigden van alle partijen nemen zitting in het bestuur en externe financiering is gemakkelijker te organiseren door de eigen identiteit. Doelstellingen worden vastgelegd in de basis van de stichting en zijn daarmee transparant, net als de financiële verantwoording.

Een ander alternatief zou zijn het op termijn samen gaan met bestaande initiatieven in de stad. Hierbij kan gedacht worden aan het Ondernemerstrefpunt (OTP), dat een vrij identieke opstart heeft doorlopen en inmiddels in een stichting is voortgezet. Voordelen hiervan liggen in schaalvergroting, inkoopvoordelen en gezamenlijke financiering.

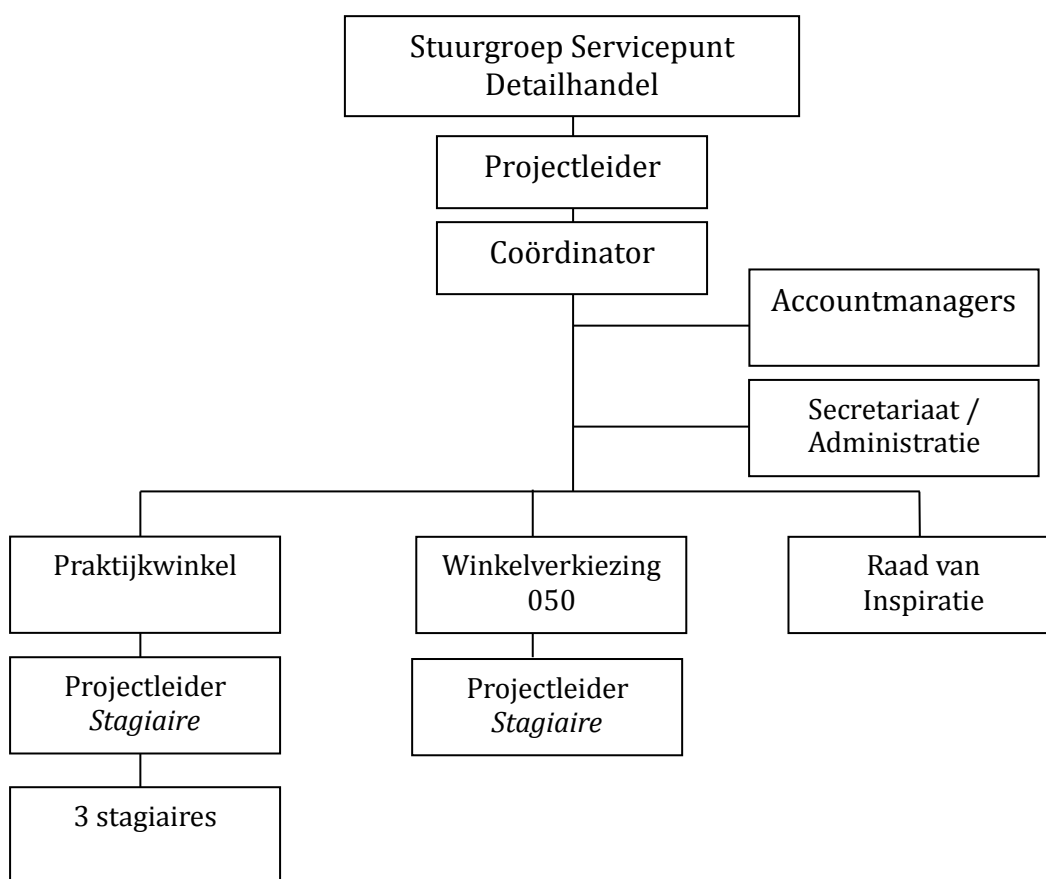
Tot slot kan ook gedacht worden aan een verdere samenwerking met de bestaande bedrijventerreinen als professioneel verlengstuk van de bestaande organisatie,. Dit zou dan een vereniging kunnen zijn al; dan niet in eigen vorm.

Met een operationele verleden van twee jaar, waarin het Servicepunt van een pilot is uitgegroeid tot een volwassen project dat inmiddels door ondernemend Groningen gewaardeerd en gedeeltelijk gefinancierd wordt, is het moment nu nog te vroeg om een definitieve beslissing te nemen over een toekomstige inrichting en rechtsvorm van het Servicepunt Detailhandel. Dat zou een te grote sprong ineens zijn. Hiervoor zullen nog aanvullende gesprekken moeten plaatsvinden met verschillende

partijen, dient nog goed gekeken worden naar de uiteindelijke doelstellingen en dienen de voor- en nadelen van verschillende mogelijkheden in kaart te worden gebracht. En ondertussen dient de basis van het Servicepunt: de vraaggerichte dienstverlening gewoon door te gaan, op het niveau dat de winkelier in Groningen gewend is. Doelstelling is om in 2013 een beslissing over de rechtsvorm te maken.

### 3.3.2 Organogram

Onderstaand organogram is een overzicht van een mogelijke toekomstige structuur van het Servicepunt Detailhandel. In het organogram is een drietal nieuwe projecten opgenomen welke het Servicepunt Detailhandel op dit moment uitwerkt. Naast de drie projecten blijft de huidige dienstverlening van het Servicepunt Detailhandel zoals gezegd bestaan (zie paragraaf 2.2.2). De structuur van het Servicepunt Detailhandel zal er met de realisatie van de projecten als volgt uitzien:



Projectleider:	2-4 uur per week (0,05-0,1 FTE)
Coördinator:	36 uur per week (1.0 FTE)
Accountmanagement:	11 accountmanagers (zie paragraaf 2.2.2)
Secretariaat/administratie:	1 full time stagiaire
Projectleider praktijkwinkel:	1 full time stagiaire 3 ondersteunende stagiair(e)s
Projectleider Winkelverkiezing 050:	1 full time stagiaire

Onder het Servicepunt Detailhandel komt behalve een team van accountmanagers een extra stafafdeling: het secretariaat en administratie. Deze werkzaamheden kunnen uitgevoerd worden door een stagiaire, waarmee de aanvullende kosten beperkt blijven. Reden van deze uitbreiding ligt in de toename van verantwoordelijkheden voor de coördinator van het Servicepunt. Meer informatie

hierover vindt u in paragraaf 3.4: Personele bezetting. Daarnaast is zijn drie projecten toegevoegd aan het organogram die eveneens uitgevoerd worden door stagiair(e)s. Deze drie projecten worden hieronder kort toegelicht. Uitgebreide projectplannen zijn op verzoek beschikbaar.

### **Praktijkwinkel:**

Om het algemene doel van het Servicepunt Detailhandel: “het aanbieden van een verbeterde en gezamenlijke dienstverlening aan de detailhandel, waarbij de vraag van de ondernemer centraal staat”, nog beter na te kunnen streven, is het idee van een praktijkwinkel ontstaan.

De praktijkwinkel wordt opgezet als een centraal punt waar detaillisten, winkeliersverenigingen en bedrijventerreinen in de stad Groningen terecht kunnen voor een breed aantal opdrachten waar zij zelf niet de capaciteit voor in huis hebben. De praktijkwinkel wordt onderdeel van het huidige Servicepunt Detailhandel. De opdrachten worden kosteloos belegd binnen de praktijkwinkel en vervolgens uitgevoerd door scholieren en studenten. Hierdoor biedt de praktijkwinkel ruimte aan verschillende studies, zodat scholieren en studenten algehele werkervaring op kunnen doen. Scholieren en studenten kunnen de opdrachten vanuit hun opleiding vervullen en lopen stage bij de praktijkwinkel. Door de realisatie van de praktijkwinkel, wordt aansluiting gevonden tussen de doelstelling van het Servicepunt Detailhandel, het bedrijfsleven en het onderwijs.

Het dienstenpakket dat de praktijkwinkel wil aanbieden aan detaillisten in Groningen zal naar verwachting vooral bestaan uit opdrachten op het gebied van promotie, werving en selectie van personeel, organisatorische werkzaamheden en ICT. Wat betreft personele invulling wordt gedacht aan studenten van opleidingen in de volgende richtingen: secretariële opleiding, Communicatie, Bedrijfskunde, HBO Rechten, Small business and retail management, ICT en Personeelsmanagement.

### **Winkelverkiezing 050:**

De branche detailhandel is onderhevig aan vele ontwikkelingen en heeft het in de huidige economie erg moeilijk. De vooruit zichten op korte termijn zijn voor veel sub-branches niet gunstig, mede door het teruglopen van bezoekersaantallen en bestedingen. Daarnaast heeft de branche te maken met de concurrentie van de opkomende webshops, het digitale winkelen en de opkomst van e-commerce. Met het organiseren van een winkelverkiezing wil het Servicepunt Detailhandel deze ontwikkelingen tegengaan en zorgen voor reuring in de stad Groningen. Ondernemers worden gestimuleerd in het verder professionaliseren van de dienstverlening en het komen met innovatieve ideeën om klanten te binden en boeien. Ook een stijging van het bezoekersaantal door allerlei activiteiten in het kader van de verkiezing is een doel. Met deze verkiezing wordt fysiek winkelen in Groningen weer op de kaart gezet bezoekers zullen de toegevoegde waarde hiervan opnieuw ervaren. Groningen wordt weer geprofileerd als één stad, er is dan ook voor gekozen om de verkiezing stadsbreed te houden en de detaillist in buitengebieden ook een goede kans te geven om zich definitief op de kaart te zetten.

Om de verkiezing voldoende bekendheid te geven zal er uitgebreid gebruik worden gemaakt van verschillende promotiematerialen. Het Servicepunt Detailhandel wil hierbij zoeken naar creatieve en relatief goedkope opties, zoals het inzetten van studenten, die hier in Groningen in ruime aantallen aanwezig zijn. De totale kosten voor deze campagne zullen bijeen worden gebracht door het aangaan van samenwerkingen met verschillende (niet)commerciële partijen. De organisatie ligt bij het Servicepunt Detailhandel en enkele andere organisaties die hierin worden betrokken. Middels sponsoring worden aspecten als een website, advertentieruimte en andere promotionele items ‘betaald’.

### **Raad van Inspiratie:**

Voor veel detaillisten blijkt het lastig om in kansen te denken en deze te vertalen naar de eigen organisatie. Om hen hierbij te ondersteunen wil het Servicepunt Detailhandel een Raad van Inspiratie

oprichten. Deze laagdrempelige en vooral praktische denktank biedt detaillisten de ruimte om knelpunten en uitdagingen in te brengen op informele wijze, waarna een groep van creatieve en enthousiaste personen haar input levert en meedenkt. Uiteindelijk moet dit leiden tot nieuwe inzichten en kansen voor de detaillist en vooral praktische handvatten om aan de slag te gaan.

Door de combinatie te maken met het onderwijs en studenten vanuit hun studie te laten aanschuiven, wordt gebruik gemaakt van de meest actuele theoretische kennis. Daarnaast zijn er nog veel andere voordelen te behalen door de samenstelling van de Raad van Inspiratie. Het laten aanschuiven van brancheverenigingen is interessant daar zij veelal branche-overstijgend handelen en in de regel een groot netwerk hebben en inhoudelijk goede adviezen kunnen geven in relatie tot de haalbaarheid van ideeën.

Door de kleinschalige opzet en het gebruik van een veelal vrijwillige bijdrage door experts zijn de kosten minimaal, zo niet nihil. De eventuele kosten vanwege de noodzakelijke huisvesting kunnen mogelijkerwijs worden ondervangen door gebruik te maken van de faciliteiten waarover de verschillende partners beschikken.

In de aanloop naar de eerste Raad van Inspiratie, zullen verschillende stappen moeten worden ondernomen. Daarnaast wordt zo snel mogelijk gestart met de communicatie richting winkeliers. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de bestaande communicatiekanalen van zowel het Servicepunt Detailhandel als ook haar verschillende partners en samenwerkende partijen.

### 3.3.3 Stuurgroep

Zoals beschreven in paragraaf 2.2.3 is er in de huidige organisatievorm gekozen voor een stuurgroep. Het is aannemelijk dat de huidige opzet van de stuurgroep ook in het aankomende jaar zal worden voortgezet. De stuurgroep zal zich in de toekomst op een meer actieve wijze moeten gaan bezig houden met strategische keuzes en het functioneren van het Servicepunt Detailhandel. Dit is wenselijk, omdat het Servicepunt, met de deelfinanciering door GCC en VBGW nadrukkelijk een project met meer eigenaren is, elk met hun eigen doelstellingen. Om deze doelstellingen goed op elkaar af te stemmen en in te passen binnen de beschikbare capaciteit, is de Stuurgroep een belangrijk overlegmoment.

In de verdere toekomst zal de huidige stuurgroep, afhankelijk van toekomstige beslissingen rondom rechtsvorm ed. wellicht op een andere wijze vorm gaan krijgen (bijvoorbeeld een Stichtingsbestuur).

## 3.4 *Personele bezetting*

Binnen de toekomstige structuur van het Servicepunt Detailhandel zijn een aantal extra rollen / functies te identificeren, met name door de implementatie en uitwerking van verschillende projecten.

- De projectleider:

De functie van projectleider zal na 2012 dezelfde blijven.

- De coördinator:

De functie van coördinator zal net als de functie van projectleider na 2012 dezelfde blijven. Echter krijgt de coördinator er een verantwoordelijkheid bij: namelijk het onderzoeken, organiseren en uitvoeren van het drietal genoemde projecten. Hierbij krijgt de coördinator ondersteuning van stagiaires die hieronder benoemd worden en door hem aangestuurd worden.

- Het team van accountmanagers:

Het team van accountmanagers zal zich in de toekomst actief op de markt blijven richten. Helaas zal de capaciteit van de accountmanagers van het UWV op korte termijn waarschijnlijk afnemen, vanwege de reorganisatie binnen haar organisatie en de toenemende focus op specifieke doelgroepen. Dit leidt tot verminderde capaciteit voor de actieve bedrijfsbezoeken, waardoor de overgebleven capaciteit zo slim mogelijk dient te worden ingezet. Dit is met name relevant voor (de frequentie van) herhalingsbezoek

- Secretariaat en administratie:

Het secretariaat en de administratie kunnen bemand worden door een stagiaire van een administratieve opleiding. De werkzaamheden die deze stagiair(e) uitvoert zijn het opvangen van bezoekers, het aannemen van de telefoon en reguliere administratieve werkzaamheden.

- **Praktijkwinkel:**

De praktijkwinkel kan worden uitgewerkt door een projectleider. Deze projectleider is een stagiair(e) van bijvoorbeeld de opleiding Bedrijfskunde MER of Small Business and Retail Management.

- **Winkelverkiezing 050:**

Op dit moment wordt er onderzoek gedaan naar de organisatorische haalbaarheid van een winkelverkiezing in Groningen. Deze verkiezing zal gericht zijn op ondernemers in de detailhandel. Het organiseren van deze verkiezing kan door een stagiaire uitgevoerd worden. Deze stagiair(e) zal de functie van projectleider krijgen..

- **Raad van Inspiratie:**

De Raad van Inspiratie is een laagdrempelig overleg moment waarin studenten, winkeliers en mogelijk nog andere partijen afwisselend plaats nemen om mee te denken met elkaar en praktische tips uitwisselen. Precieze bezetting dient nog verder uitgewerkt te worden.

### **3.5 Facilitaire ondersteuning**

#### **3.5.1 Rol Hoofdbedrijfschap Detailhandel na 2012**

Ingegeven door het oude regeerakkoord, zal de rol en functie van het HBD vanaf 2013 sterk veranderen. De bedrijven zullen op termijn komen te vervallen en in de aanloop naar wat nog rest zijn inmiddels keuzes gemaakt door het bestuur van het HBD. Eén van de beslissingen die is genomen is het vroegtijdig beëindigen van alle activiteiten die gericht zijn op aansluiting op de arbeidsmarkt. Met ingang van 1 januari 2013 zal er vanuit het HBD geen focus en ondersteuning plaatsvinden op trajecten die hiermee een directe link hebben. Hierdoor zal ook haar rol als trekker van de Servicepunten Detailhandel, die zij in de afgelopen jaren in Nederland heeft opgezet, wegvallen. De lokale rol van een Servicepunt Detailhandel zal hierdoor ook wijzigen, in elk geval wat betreft de landelijke ondersteuning vanuit het HBD.

In Groningen heeft het HBD, zoals dit veelal in het land het geval is geweest, ook het initiatief genomen in de oprichting en inrichting van het Servicepunt Detailhandel. Het HBD heeft in de eerste fase voorzien in veel praktische informatie, tools en kennis en is daarnaast veelal faciliterend geweest. In de uitkering van de verschillende projecten en activiteiten is veelal de lokaal verkregen informatie gebruikt.

Het moge duidelijk zijn dat de veranderende rol van het HBD veel gevolgen met zich meebrengt voor het Servicepunt Detailhandel. De belangrijkste gevolgen van deze ontwikkelingen zijn:

- Het mogelijk geen gebruik meer kunnen maken van de website, de huisstijl en het logo van het Servicepunt Detailhandel (de uitslag hierover volgt in december 2012);
- Het wegvallen van de levering van informatievoorzieningen voor de bedrijfsmappen;
- Het wegvallen van ondersteuning en inkoopvoordeel voor specifieke trainingen en bijeenkomsten.

Daarbij dient wel opgemerkt te worden dat het Servicepunt in Groningen zeker niet afhankelijk is van het HBD. Hier wordt het Servicepunt gedragen door de gemeente, het UWV en de winkeliersverenigingen. Doelstellingen, financiering en organisatie zijn geregeld volledig buiten het HBD om en het effect van het verdwijnen van het HBD is daarmee beperkt. In een aantal andere steden zien Servicepunten, die afhankelijker zijn van het HBD zich genoodzaakt om zichzelf op te heffen. Dit neemt echter niet weg dat op een aantal vlakken, zoals beschikbaarheid van een website, de gevolgen in 2013 van een passend antwoord moeten worden voorzien.



## 4. Conclusie

Het Servicepunt Detailhandel is na haar opstart begin 2011 veel veranderingen in haar omgeving tegengekomen. Deze veranderingen vragen om een veranderend Servicepunt, dat is georganiseerd en gefinancierd op een manier die past bij de toekomst en doelstellingen en projecten heeft die een antwoord zijn op de detailhandel van de toekomst. Dit is essentieel om de continuïteit van het Servicepunt Detailhandel te waarborgen.

In onderstaande tabel zijn de voornaamste verschillen tussen de huidige en toekomstige situatie nog eens tegenover elkaar gezet. Deze toekomstige situatie is slechts een weergave van de, voor het Servicepunt Detailhandel Groningen, ideale situatie. Wijzigingen kunnen in een verder stadium aangebracht worden.

	<b>Huidige Situatie (2011-2012)</b>	<b>Toekomstige Situatie (2013 en verder)</b>
Doelstelling	“Het leveren van verbeterde en gezamenlijke dienstverlening aan detailhandel, waarbij de vraag van de ondernemer centraal staat.”	“Het leveren van verbeterde en gezamenlijke dienstverlening aan detailhandel, waarbij de vraag van de ondernemer centraal staat.” Met nieuwe ambities en projecten.
Rechtsvorm	Project, organisatorisch in beheer bij RO/EZ	Mogelijk stichting, vereniging of aansluiten bij bestaand initiatief
Stuurgroep	Relatief passieve rol	Actieve rol met meerdere ‘eigenaren’
Personeel	Relevante functies: de projectleider, de coördinator, het team van accountmanager.	Relevante functies: de projectleider, de coördinator, het team van accountmanager, de medewerker secretariaat en administratie en de stagiair(e)s die mogelijk het drietal projecten zullen gaan bezetten
Financiering	Gemeentelijk budget ‘Outreachinge Werkgeversbenadering’	Vanuit Gemeente Groningen: G-Kracht + middelen FOG via GCC en VBG
Ondersteuning: Website/logo	Vanuit HBD	Vanuit Servicepunt Detailhandel
Informatievoorzieningen bedrijfspappen	Vanuit HBD, UWV, Gemeente Groningen	Vanuit UWV, Gemeente Groningen
Specifieke projecten	Klantmanagers (zie bijlage 1)	Klantmanagers, Praktijkwinkel, Winkelverkiezing050, Raad v. Inspiratie

## **Bijlage 1: Resultaten Servicepunt Detailhandel feb. 2011 – sept. 2012**

### **Inhoudsopgave**

<b>1</b>	<b>Bedrijfsbezoeken</b>	<b>19</b>
<b>2</b>	<b>Gespreksverslagen</b>	<b>21</b>
2.1	<i>Contactpersonen</i>	<b>21</b>
2.2	<i>Brancheverdeling</i>	<b>22</b>
2.3	<i>Personele vraagstukken</i>	<b>22</b>
2.4	<i>Deskundigheidsbevordering</i>	<b>23</b>
2.5	<i>Vragen</i>	<b>23</b>
<b>3</b>	<b>Vacatures</b>	<b>25</b>
<b>4</b>	<b>Deskundigheidsbevordering</b>	<b>26</b>
<b>5</b>	<b>Projecten</b>	<b>27</b>
5.1	<i>Social Partnership Detailhandel</i>	<b>27</b>
5.2	<i>Platform Detailhandel</i>	<b>27</b>
5.3	<i>Projecten (Personeel)</i>	<b>28</b>

## 1 Bedrijfsbezoeken

*Bedrijfsbezoeken vinden plaats op basis van een vooraf vastgesteld acquisitieplan, waarbij bedrijven aan de verschillende accountmanagers worden toegewezen. In het acquisitieplan is rekening gehouden met vakantiespreiding en geplande activiteiten die invloed hebben op de beschikbaarheid van accountmanagers.*

Het aantal gerapporteerde bedrijfsbezoeken betreft uitsluitend diegenen die vanuit het Servicepunt Detailhandel zijn opgenomen in de acquisitieplanning. Bezoeken die buiten deze planning plaatsvinden in de detailhandel zijn zoveel mogelijk meegenomen op het moment dat dergelijke bezoeken ook als zodanig zijn gemeld bij de coördinator ter verwerking. Dat niet alle bezoeken in de detailhandel die plaatsvinden buiten de planning ook bekend zijn en gemeld worden ligt enerzijds in het consequent melding maken ervan door de betreffende accountmanager. Anderzijds ligt dit in de complexiteit om dergelijke bezoeken achteraf uit de verschillende systemen naar voren te halen.

### 2011

In het jaar 2011 is er in totaal gecalculeerd op basis van een planning van 313 adressen, leden van de GCC en winkeliers Paddepoel. In totaal zijn hiervan 225 bedrijven bezocht. Daarnaast waren er 55 winkeliers die geen prijs stelden op een bezoek, maar door de adviseurs in eerste instantie wel zijn benaderd en waren er 14 winkels reeds gesloten of zouden op korte termijn gaan sluiten.

### 2012

In de periode januari tot en met september van 2012 is gewerkt met een totale planning van 377 adressen. Dit hogere aantal is bewust aangehouden en meerdere redenen liggen aan dit hogere aantal ten grondslag. Er is in 2012 specifiek gekozen een aantal grotere winkels / ketens te bezoeken. Dergelijke grotere bedrijven zouden in theorie meer mogelijkheden moeten hebben om uitkeringsgerechtigden en specifieke doelgroepen aan te nemen. Daarnaast is er voor gekozen om, daar waar dergelijke grote bedrijven gevestigd zijn in zogenaamde kleinere winkelkernen, ook de omliggende winkeliers te bezoeken. Hierdoor zijn onder andere Vinkhuizen, Lewenborg, Beijum en Helpman bezocht. Tot slot is rekening gehouden met een tweetal factoren. Het toch wel grote aantal winkeliers dat in 2011 ofwel geen interesse heeft gehad in een bezoek ofwel niet meer bestond en het feit dat het in verhouding veel lastiger is om in het geval van grotere winkels / ketens een bezoekafpraak te maken. Qua planning 2012 lopen we redelijk op schema. Na wat vertraging in de eerste helft van het jaar is er hard gewerkt om dit in het tweede gedeelte van het jaar weer recht te trekken. In de aankomende weken zullen nog relatief veel bezoeken plaats gaan vinden.

Jaar	Planning	Bezocht	Geen interesse	Winkel gaat sluiten/is gesloten	Nog te bezoeken	Aanwezige verslagen	Ontbrekende verslagen
2011	313	225	55	14	20	207	13
2012	377	182	33	7	155	142	-

\* de gegevens van 2012 lopen tot en met september

#### Doelstelling:

2011: 200 – 250  
2012: 150 – 200

225 gerealiseerd  
182 gerealiseerd

De redenen waarom een relatief groot aantal winkeliers geen behoefte heeft in een persoonlijk gesprek met één van de adviseurs ligt veelal in één van de onderstaande punten, waarbij geconcludeerd kan worden dat het jaar 2011 en 2012 niet significant van elkaar afwijken:

- De betreffende detaillist beschikt over een goed georganiseerde interne organisatie met landelijke aansturing, veelal ketens/filialen;
- De winkelier in kwestie had geen tijd en/of behoefte, focus op bedrijfsvoering;
- De betreffende winkelier was na herhaalde pogingen niet bereikbaar en een afspraak heeft daardoor niet kunnen plaatsvinden.

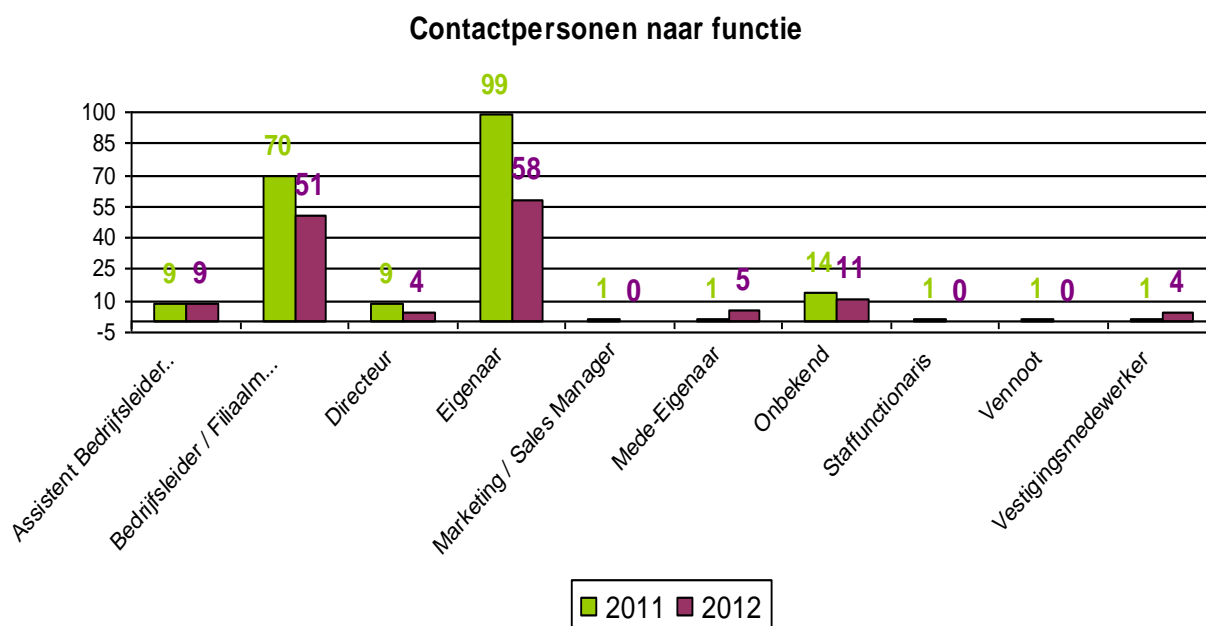
## 2 Gespreksverslagen

Alle bezoeken worden geregistreerd en gerapporteerd middels een standaard verslag. In dit verslag zijn verschillende vragen opgenomen, waarbij veelal een keuze moet worden gemaakt uit vooraf bepaalde antwoordmogelijkheden, om de uniformiteit in antwoorden te stimuleren. In het vrije tekstveld wordt het feitelijke verslag opgenomen.

In onderstaande analyse zijn de gegevens van 2011 en 2012 verwerkt in één grafiek of tabel. In totaal zijn 207 verslagen van 2011 en 142 verslagen uit 2012 meegenomen.

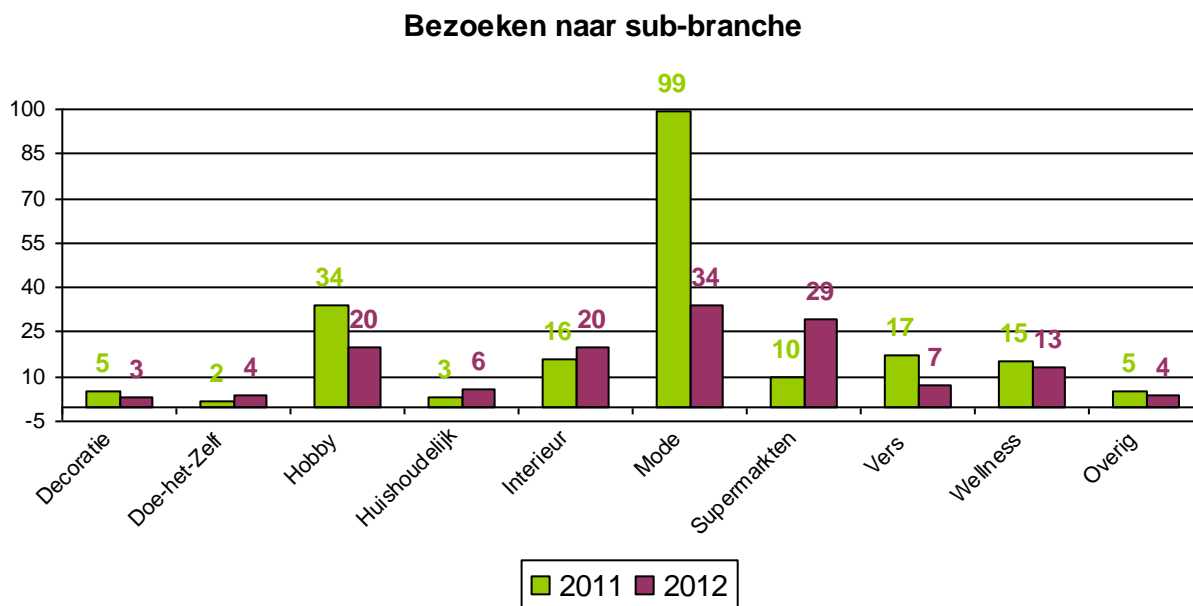
### 2.1 Contactpersonen

Gesprekken die door de accountmanagers worden gepland vinden bij voorkeur plaats met eindbeslissers of beïnvloeders. Wat opvalt, is dat er ten opzichte van het jaar 2011 in de afgelopen periode minder vaak gesproken is met de daadwerkelijke eigenaar van de winkel. Dit is echter een logisch gevolg gelet op het aandeel keten versus franchisenemer of ZZP'er die vertegenwoordigd zijn in de planning van de bedrijfsbezoeken van 2012.



## 2.2 Brancheverdeling

Op basis van de brancheverdeling kunnen specifieke signalen worden geclusterd en specifieke branche problemen / vraagstukken opgepakt worden.



## 2.3 Personele vraagstukken

In het gespreksverslag is een onderdeel opgenomen dat betrekking heeft op de personele behoefte die op dit moment leeft bij de betreffende ondernemer. Doel hiervan is om eventuele vacatures in behandeling te nemen en de algehele dienstverlening van het Werkplein Groningen toe te lichten.

Wat opvalt, is nog steeds het grote aantal winkeliers dat niet bekend is met de dienstverlening zoals deze vanuit het voormalige werkplein werd aangeboden. Wellicht is dit, afgezet tegen de huidige economische situatie en het beperkte aantal vacatures, een logisch gevolg. Echter door het niet bekend zijn met de dienstverlening blijkt het erg lastig om de doelgroepen die door de verschillende organisaties zijn vastgesteld 'weg te zetten' bij ondernemers. Daarnaast zou men wellicht ook nog meer een beroep kunnen doen op het juridische loket dat UWV heeft.

Duidelijk is natuurlijk ook dat de markt op dit moment geen groeiemarkt is, qua personele aangelegenheden. Bezoekersaantallen lopen terug en daarmee ook bestedingen van consumenten en dus worden de kosten van personeel in verhouding steeds hoger. Het opzetten van trajecten is nog steeds mogelijk, maar haalbaar mits deze vraaggericht worden opgezet en een duidelijke win-win kennen.

### 2011

	Recentelijke vacatures	Huidige vacatures	Bekend met Werkplein	Vacatures opgenomen	Knelpunten personeel
Ja	32	13	64	12	10
Nee	175	194	143	195	197

### 2012

	Recentelijke vacatures	Huidige vacatures	Bekend met Werkplein	Vacatures opgenomen	Knelpunten personeel
Ja	26	22	77	14	2
Nee	116	120	65	128	140

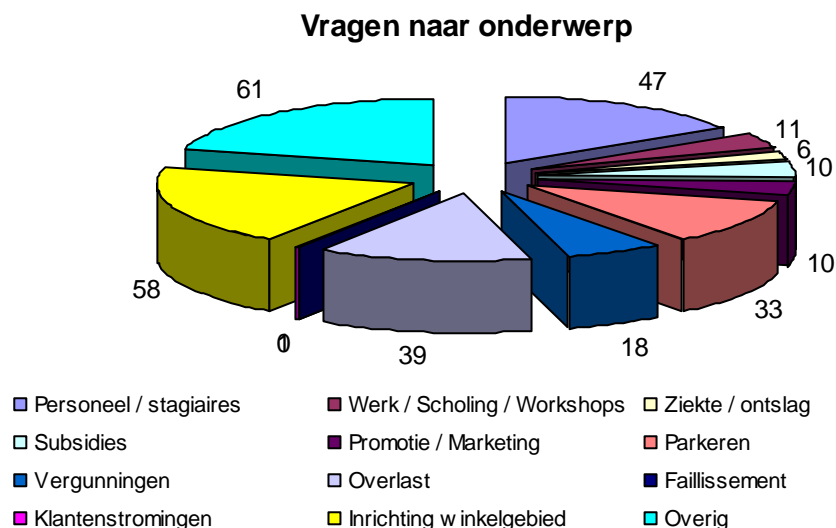
## 2.4 Deskundigheidsbevordering

Het Servicepunt Detailhandel heeft onder andere als doelstelling om werkgevers en werknemers te trainen en informatie te verschaffen over onderwerpen die zij interessant vinden. De ervaring leert dat veel grote organisaties (ketens) zijn aangewezen op landelijk ingerichte trainingen en workshops. Het personeel dat in de winkel staat is hierdoor minder geïnteresseerd of niet bevoegd om af te wijken van landelijke afspraken op het gebied van deskundigheidsbevordering. Het aantrekken van dergelijke ketens is dus erg lastig, onafhankelijk van de onderwerpen en aard van de trainingen. Bijzonder is echter dat veel van dit soort partijen wel graag geïnformeerd blijft over de onderwerpen en bijeenkomsten die gepland worden.

Een heel ander beeld is terug te zien bij de kleinere ondernemers of zelfstandigen. Zij beschikken vaak niet over een opleidingsplan voor henzelf of de medewerkers die zij eventueel in dienst hebben en maken dankbaar gebruik van de verschillende bijeenkomsten en trainingen die georganiseerd worden. Deze groep is eigenlijk geïnteresseerd in alles wat wordt aangeboden, zowel trainingen als inspiratiesessies en komt ofwel alleen of neemt het gehele team graag mee.

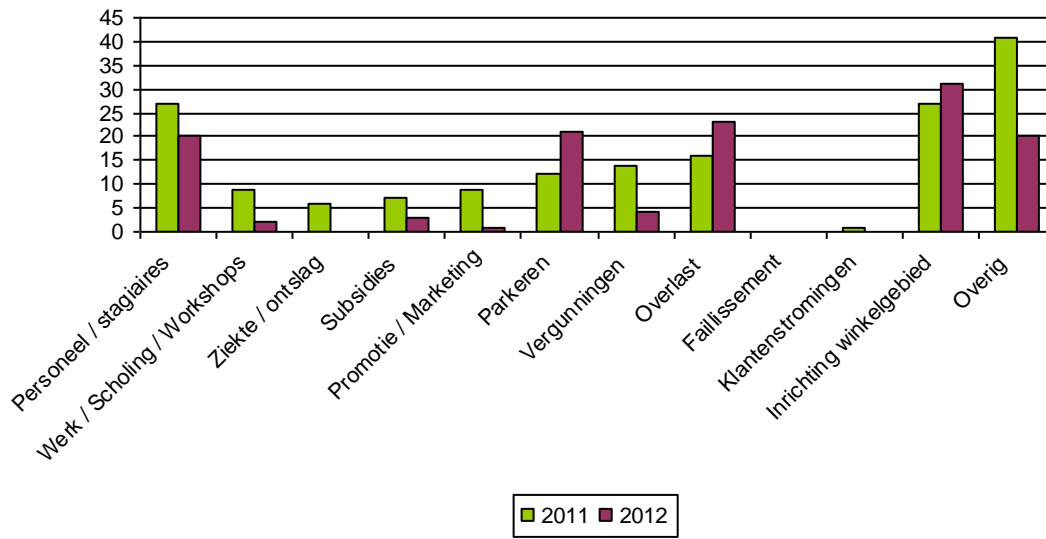
## 2.5 Vragen

Tijdens de verschillende bezoeken komen diverse onderwerpen aan bod. Al naar gelang de onderwerpen en behoefte worden concrete vragen geïnventariseerd en door de betreffende accountmanager in behandeling genomen. Deze vragen / acties worden in het verslag gerapporteerd en terugkoppeling richting de werkgever vindt plaats door de accountmanager.



\* overzicht van het totaal aantal vragen in 2011 en 2012

### Vragen naar onderwerp per jaar





### 3 Vacatures

Vacatures komen via verschillende kanalen richting het Werkplein Groningen (incl. Hoogezand). Enerzijds pro-actief vanuit bezoeken in het kader van het acquisitieplan en anderzijds reactief vanuit werkgevers die zich zelf melden bij het Werkplein Groningen.

De gegevens zoals deze hieronder zijn weergegeven zijn afkomstig vanuit het MIP systeem dat door UWV WERKbedrijf wordt gebruikt en aangevuld met de registratie van het werkgeversteam Groningen. Vanwege de complexiteit van de gegevens en de beperkte mogelijkheden in MIP om op snelle wijze de juiste gegevens naar boven te krijgen, dient er een kanttekening geplaatst te worden bij de cijfers van met name UWV WERKbedrijf. Branchecoderingen, functietitels en andere relevante zaken worden niet altijd juist weergegeven, waardoor er een handmatige telling plaatsvindt vanuit het totale bestand van enkele duizenden plaatsingen / vacatures. Hierdoor zullen sneller fouten kunnen worden gemaakt.

2011	Totaal ingediende vacatures	Totaal ingevulde vacatures	Gedeeltelijk ingevulde vacatures	Openstaande /geblokkeerde vacatures	Ingetrokken Vacatures	Vervallen vacatures
WW	123	73	0	9	5	14
WWB	85	38	6	14	4	28

2012	Totaal ingediende vacatures	Totaal ingevulde vacatures	Gedeeltelijk ingevulde vacatures	Openstaande /geblokkeerde vacatures	Ingetrokken Vacatures	Vervallen vacatures
WW	123	60	0	20	0	43
WWB	53	22	7	10	10	11

Doelstelling: vervullingquote 55%

2011: (117 / 176 \* 100%)

2012: (89 / 136 \* 100%)

**66,5% gerealiseerd**

**65,4 % gerealiseerd**

*Berekening:  $\frac{\text{totaal ingevulde vacatures} + \text{gedeeltelijk ingevulde vacatures}}{\text{totaal ingediende vacatures} - \text{openstaande/geblokkeerde vacatures} - \text{ingetrokken vacatures}} * 100\% = \text{vervullingquote}$*

WWB	Aangenomen kandidaten	Mislukte trajecten	WW plaatsingen	Volledige hervatting	Gedeeltelijke hervatting
2011	38	4	6	27	6
2012	25	1	0	7	7

Doelstelling vanuit het projectplan: 50 (doelgroep) plaatsingen

2011:

2012:

**38 gerealiseerd**

**25 gerealiseerd**

## 4 Deskundigheidsbevordering

Het Servicepunt Detailhandel heeft als doel om werkgevers en werknemers kennis bij te brengen over specifieke onderwerpen, al naar gelang de belangstelling. In de gespreksverslagen komt deze vraag ook aan de orde.

In de afgelopen 2 jaar zijn er op verschillende momenten activiteiten aangeboden aan winkeliers en medewerkers werkzaam in de detailhandel. Alle activiteiten hebben als doel kennisverrijking en imagoverbetering. Vanaf 2012 zijn de meeste bijeenkomsten ook middels een enquête beoordeeld door de bezoekers. In het overzicht zijn medewerkers van het Servicepunt Detailhandel en gastsprekers / organisatoren niet meegenomen.

2011	Aantal werkgevers / werknemers	Beoordeling
MKB Ondernemersavond 29-03-2011	4	-
'Dossiervorming' door BoutOveres Advocaten 21-06-2011	5	-
'Training Winkeldiefstal, agressie en criminaliteit' 21-06-2011	14	-
MKB Ondernemersavond 06-07-2011	1	-
Workshop 'Direct meer Omzet' door Ad van Beek 05-10-2011	71	-
Workshop 'Social Media' door Syntens 14-11-2011	33	-
Workshop 'Social Media' door Syntens 15-11-2011	57	-
MKB Ondernemersavond 23-11-2011	18	-
<b>Totaal</b>	<b>203</b>	

2012	Aantal werkgevers / werknemers	Beoordeling
Workshop Ad van Beek 07-02-2012	147	7,68
Workshop Social Media 'Strategie' 20-02-2012	33	7,21
Workshop Social Media 'Twitter' 21-02-2012	17	7,64
Workshop Social Media 'LinkedIn' 06-03-2012	19	8,06
MKB Ondernemersavond 14-03-2012	1	
Roadshow Voorkom Overvallen 26-03-2012	120	6,8
Overvalspreventie V&D + Bijenkorf 11-04-2012	30	
Workshop Van website naar webshop 22-05-2012	42	6,6
Gevecht om de Klant 04-06-2012	69	7,58
MKB Ondernemersavond 20-06-2012	12	7,48
Overvalspreventie Supermarkten 26-06-2012	28	
SamenEenvoudigOnline 11-09-2012	20	
<b>Totaal</b>	<b>538</b>	<b>7,38</b>

### Doelstelling vanuit het projectplan:

2011: 100 personen  
2012: 200 personen

**203 gerealiseerd**  
**538 gerealiseerd**

## 5 Projecten

In 2011 zijn verschillende projecten van de grond gekomen. Deze zijn veelal vanuit of in samenwerking met het Servicepunt Detailhandel verder uitgewerkt.

### 5.1 *Social Partnership Detailhandel (SPS)*

In Groningen was in 2011 een Social Partnership Detailhandel actief. Deelnemende partijen in dit SPS waren Ikea, Saturn, MediaMarkt, Macro, Hema, V&D, Hornbach en Bijenkorf. Doel van het SPS was om in gezamenlijkheid trajecten op te starten waar alle partijen profijt van hebben. Dit zijn personele trajecten, trajecten gericht op inkoopvoordelen en andere vraaggerichte trajecten. Meesterwerk BV was als externe intermediair aangesloten. In één van de laatste bijeenkomsten waren 3 speerpunten benoemd die verder zijn uitgewerkt.

#### SPS-Campus

Medio september 2011 is er gestart met een plan om de onderlinge mobiliteit van personeel tussen de verschillende partners te stimuleren. Dit traject is inmiddels uitgewerkt en heeft de titel SPS Campus meegekregen. Het doel van de SPS Campus is het uitwisselen van werknemers, werkende bij de verschillende SPS leden, om elders ervaring op te doen. Arbeidsplaatsen zullen beschikbaar worden gesteld en werknemers zullen gedurende een periode van 3 maanden uitgewisseld worden. De opzet van het Social Partnership zal hierdoor verder tot zijn recht komen en biedt opties als het gaat om trajecten van meer personele aard.

#### Poolvorming

Er zal een pool worden opgezet ten behoeve van piek- en dalmomenten. Deze pool zal worden gevormd door enerzijds werkzoekenden met een grote afstand tot de arbeidsmarkt en anderzijds door werkzoekenden met ruime ervaring in de detailhandel. Vanuit deze zogenaamde 'kweekvijver' kunnen vacatures worden ingevuld.

#### Wet Verbetering Poortwachter

Op het moment dat er onderling tussen de verschillende SPS leden een dusdanig vertrouwen is gegroeid zal een start worden gemaakt met het ondersteunen van elkaar, in geval van de Wet Verbetering Poortwachter. Hierbij kan worden gedacht aan onderlinge uitwisseling van werknemers met het oog op dossiervorming en andere gewenste trajecten.

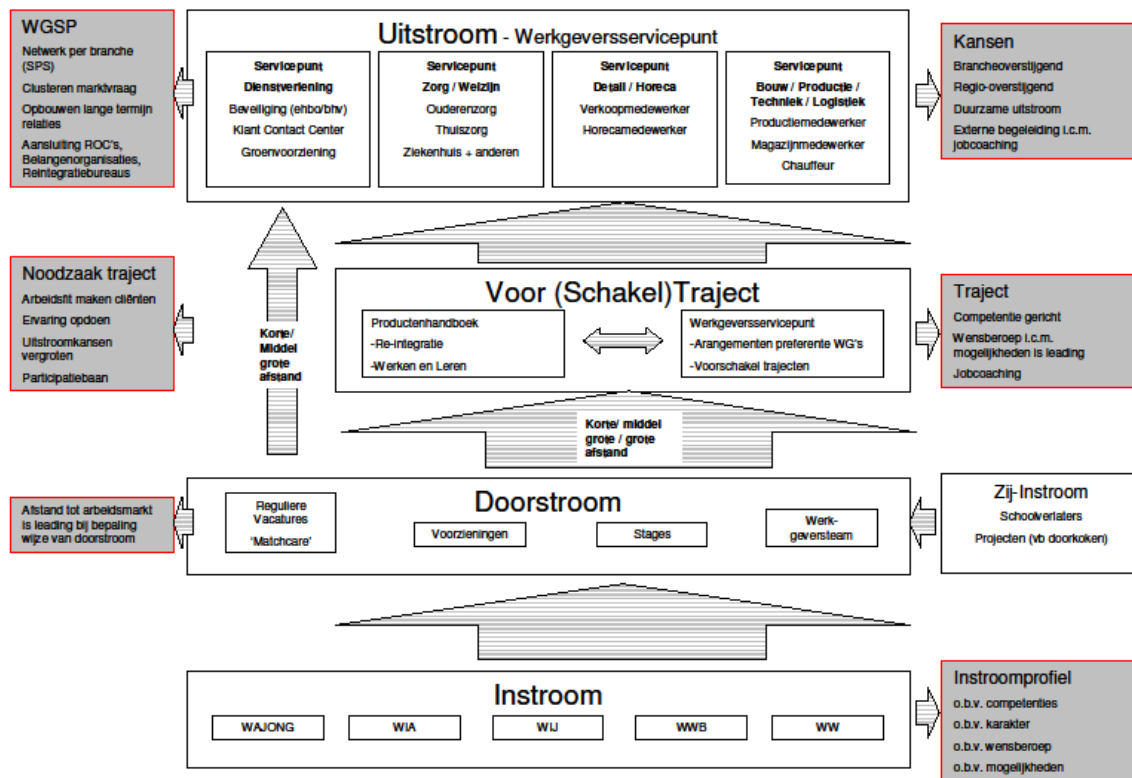
In 2012 is er geen vervolg gekomen op de verschillende trajecten en de algehele Social Partnership. Met alle partners is vanaf het begin de afspraak gemaakt dat het hier geen 'praatclub' betreft, maar dat er feitelijke voordelen moeten zijn en draagvlak bij alle partijen. Na verschillende individuele gesprekken bleek dat een aantal partners de voordelen van het Social Partnership onvoldoende zagen ten opzichte van de tijd die men er in stak. Daarbij kwam ook dat door de aanhoudende slechte economie, prioriteiten anders zijn komen te liggen. Tevens bleek het erg lastig te zijn om nog commitment te verkrijgen van alle betrokkenen in projecten als de SPS Campus. Tot slot bleek dat de kracht van meer maatwerk voor velen als prettiger werd ervaren. Op dit moment is er dus geen actief Social Partnership Detailhandel.

### 5.2 *Platform Detailhandel*

In de uitwerking van concrete acties in het kader van het Social Partnership Detailhandel is een plan ontstaan dat verder gaat dan detailhandel en voorziet in brancheoverstijgende aansluiting met andere SPS programma's in en buiten de regio Groningen. Alles om in gezamenlijkheid te streven naar duurzame uitstroom van met name specifieke doelgroepen binnen uitkeringsland.

Een dergelijke opzet sluit aan bij de wensen van een aantal SPS leden om ook te kijken naar alternatieven als het gaat om duurzame uitstroom, kennisbehoud en professionalisering van het beschikbare werkzoekenden bestand, om instroom in andere trajecten (mede) mogelijk te maken.

Een eerste schematische opzet is hieronder toegevoegd.



Omdat dit project direct verbonden was met het oorspronkelijke Social Partnership Detailhandel, is bovenstaand idee in Groningen niet verder uitgewerkt. Wel heeft het schema uiteindelijk bijgedragen aan de uiteindelijke opzet van andere alternatieven in andere branches en op andere locaties.

### 5.3 Projecten (personeel)

#### Klantmanagers / Assistent Klantenontvangst

In september 2011 is een unieke pilot gestart, waarbij werkzoekenden gedurende een periode van 5 maanden stage gaan lopen bij V&D en worden opgeleid tot klantmanager. De klantmanager probeert klanten zo goed mogelijk van dienst te zijn door vragen te beantwoorden en in te spelen op behoeften. Hij/zij is het visitekaartje van V&D en zorgt bij klanten voor het 'warme en welkome' gevoel tijdens het bezoek aan V&D. De missie is: *'Maak van de kijker een klant'*.

Het traject omvat verschillende trainingen, overzichtelijke en uitvoerige evaluatiemomenten, een verscheidenheid aan taken en verantwoordelijkheden en heel belangrijk; ruimte voor persoonlijke groei en ontwikkeling. Het betreft hier een traject zonder baangarantie, maar met uitgebreide mogelijkheden om te werken aan jezelf en aan je toekomst! Het traject is vanwege bovengenoemde voorwaarden voorlopig alleen geschikt voor WWB kandidaten.

In navolging van dit traject en de positieve geluiden vanuit zowel werkgever als werkzoekenden is in december 2011 ook MediaMarkt gestart met de klantmanager. In 2012 is Hornbach aangesloten en in september Saturn en Bijenkorf.

Uniek in dit traject is dat iedereen die voldoet aan de basisvoorwaarden kan deelnemen. Een traject dat inmiddels is ingepast in de uitstroombanen, zoals SOZawe die kent. Er is gekozen om steeds kleine aantallen werkzoekenden te laten starten, max. 1-2 per organisatie.

Inmiddels zijn er 4 werkzoekenden uitgestroomd naar regulier werk. Een aantal dat mogelijk dit jaar nog gaat groeien, afhankelijk van de ontwikkelingen bij de verschillende organisaties. De uitdaging bij dit traject is te vinden in een aantal factoren:

- de te bemiddelen werkzoekenden hebben een relatief grote afstand tot de arbeidsmarkt en vaak naast praktische problemen als kinderopvang en schulden ook meer sociale problematieken, waardoor de begeleiding intensief is en de kans op uitval groot;
- de werving van geschikte kandidaten geschiedt achteraf, waardoor vooraf niet duidelijk is hoeveel en of er überhaupt kandidaten beschikbaar zijn;
- de economische crisis treft ook de bedrijven die deelnemer zijn in het traject, hierdoor is uitstroom niet altijd meer haalbaar, onafhankelijk van de kwaliteiten van een kandidaat.

Positief is tot slot dat een aantal organisaties in de detailhandel betaalde formatie gaan invullen met dergelijke gastheren en -vrouwen, waardoor de doorplaatsingsmogelijkheden van deze kandidaten in theorie zou moeten toenemen.

#### Interieurcoaches

Gesprekken over een traject voor interieurcoaches hebben inmiddels plaatsgevonden. Helaas bleek dit traject onvoldoende stabiliteit en zekerheid met zich mee te brengen om verder uit te rollen. Vervolggesprekken vinden mogelijk plaats na aanpassingen in het concept.

Het betreft een concept waarbij op zeer laagdrempelige wijze werkzoekenden opgeleid worden tot interieurcoach met als doel om zelfstandig woonaccessoires te verkopen.