

Bladzijde 1
Onderwerp Voortgangsrapportage: Oog voor nieuwe detailhandel

Onderwerp Voortgangsrapportage: Oog voor nieuwe detailhandel

Steller Simon Poelstra / Jaap Hut

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon 06-11380588 Bijlage(n) 1 Ons kenmerk R014.4142506
Datum **20 FEB 2014** Uw brief van - Uw kenmerk -

Geachte heer, mevrouw,

Inleiding

In het najaar van 2012 heeft uw raad ingestemd met het plan 'Oog voor nieuwe detailhandel'. Dit plan beschrijft hoe de gemeente vanuit een faciliterende rol kan bijdragen aan het versterken van het winkelaanbod in de binnenstad. Het plan geeft aan welke acties de gemeente kan ondernemen om de stad Groningen te profileren als een aantrekkelijke vestigingsplaats voor zelfstandige winkeliers en retailketens.

Met deze brief brengen wij u op de hoogte van de in dit kader ontplooidde activiteiten.

De brief volgt de opbouw van het plan 'Oog voor nieuwe detailhandel'. Per onderwerp worden de ondernomen activiteiten benoemd. Tevens werpen we een blik in de toekomst.

Doelgroepenmarketing

In afstemming met de makelaars en de GCC heeft de gemeente samen met de Nederlandse Raad voor Winkelcentra op 3 oktober 2013 een bijeenkomst georganiseerd voor landelijke retailers en investeerders. De ruim 70 aanwezigen hebben winkeliers uit de stad ontmoet, mooie voorbeelden van het "nieuwe winkelen" bezocht en zijn gewezen op de kansen die ontstaan bij de Oostwand en op het Sontplein. Een foto- en videoverslag van deze middag kunt u vinden op www.nrw.nl.

Op verschillende pre-starters bijeenkomsten zijn het afgelopen jaar de kansen voor winkeliers in de stad Groningen extra benadrukt. Hierin is de samenwerking gezocht met de Kamer van Koophandel.

In het Inretail Magazine van december 2013 is onder regie van Marketing Groningen een artikel geplaatst. Drie winkeliers vertellen in dit artikel dat het in Groningen erg prettig ondernemen is. Het blad is toegezonden aan bijna negenduizend winkeliers in de mode-, schoenen-, sport- en woonbranche. In de bijlage kunt u het artikel lezen.

Samenwerking & facilitering

In 2013 is de samenwerking tussen gemeente, makelaars en pandeigenaren zowel op bestuurlijk als ambtelijk niveau geïntensiveerd. Via korte communicatielijnen worden potentiële huurders zo goed mogelijk gefaciliteerd. Partijen vinden elkaar en komen tot oplossingen of versnelling.

De GCC neemt actief deel aan presentaties, organiseert activiteiten en benut haar netwerk. Ook Marketing Groningen promoot Groningen actief als vestigingsstad voor detaillisten.

Naast deze actieve promotie verkoopt een stad waar het goed ondernemen is, zich in zekere zin zelf. Om gevestigde ondernemers adequaat te kunnen faciliteren is er in 2013 veel geïnvesteerd in de relatie met individuele ondernemers, winkeliersverenigingen en de GCC. We zijn samen met de GCC aangeschoven bij meerdere winkeliersvergaderingen en er zijn vele individuele ondernemers uitgenodigd voor een gesprek. We hebben ook zelf het initiatief genomen tot een aantal voorlichtingsbijeenkomsten.

Betreffende de tijdelijke invulling van winkelpanden hebben we ondernemers en pandeigenaren gestimuleerd samenwerking te zoeken met het Jonge Ondernemers Plan (JOP). Met name voor de Carolieweg was dit zeer versterkend. Ook heeft de gemeente zelf veel ideeën opgehaald, onder andere op het gebied van het reclame- en uitstallingsbeleid en het inrichten van de openbare ruimte.

Ontwikkelde instrumenten

We hebben een op de doelgroep afgestemde presentatie en factsheet ontwikkeld en er is een nieuwe promotiefilm gemaakt. De Nederlandse Raad voor Winkelcentra is als expert bij de ontwikkeling van deze instrumenten betrokken.

Daarnaast hebben we met Marketing Groningen een wandelfolder samengesteld. Het doel hiervan is om potentiële winkeliers met nieuwe winkelconcepten in Groningen te laten kennismaken.

Het ontwikkelde communicatiemateriaal hebben we gedeeld met de makelaars en diverse malen opnieuw gebruikt, onder andere tijdens Let's Gro.

Actuele Ontwikkelingen

We zien een behoorlijke dynamiek in de stad als het gaat om de invulling van winkelpanden. Er zijn nogal wat winkeliers die stoppen maar tegelijkertijd ontstaan er ook veel nieuwe initiatieven (o.a. De Schoenenfabriek, Het Toetjesparadijs, De Soepwinkel, Bershka, Borgesius, De Roemer, Laif en Nuver).

Makelaars geven aan dat daar waar pandeigenaren huren aanpassen of mee participeren in risico's van ondernemers, het iets makkelijker wordt om panden (tijdelijk) te verhuren. Het merendeel van de bestaande detaillisten en retailketens is echter gericht op kostenbeperking of het ontwikkelen van een bredere overlevingsstrategie. Intensieve acquisitie door makelaars lijkt hierbij niet het verschil te kunnen maken. Dit beeld wordt bevestigd in onze contacten met andere steden.

Voor de zittende ondernemers constateren we dat de gesprekken en samenkomsten er in verschillende straten (o.a. Zwanestraat, Damsterplein) toe leiden dat ondernemers meer samenwerken en meer gezamenlijke activiteiten ontwikkelen. In enkele gevallen zien we rechtstreekse samenwerking tussen ondernemers en pandeigenaren ontstaan om leegstand tegen te gaan.

Blik in de toekomst

De lijn die is uitgezet in het plan 'Oog voor detailhandel' waarbij de gemeente inzet op een profilerende en faciliterende rol, sluit aan bij de behoefte om gezamenlijk op te treden in een moeilijke markt. We profileren de stad als kansrijke vestigingsstad bij verschillende ondernemers-doelgroepen en investeren in het ondernemersklimaat. Marketing Groningen pakt een rol in de communicatie, de GCC initieert en ondersteunt waar mogelijk netwerk-activiteiten en de makelaars doen de acquisitie. Door deze duidelijke rolverdeling kent een ieder zijn taak en versterken partijen elkaar. De intentie is om de huidige lijn voort te zetten, afhankelijk van de hoeveelheid middelen die uiteindelijk beschikbaar zullen komen.

Voor 2014 werken we aan een uitwisseling van ondernemers (koplopers) tussen Leeuwarden en Groningen en een landelijke franchisebeurs. Speciale aandacht zal de komende jaren uitgaan naar het stimuleren van bedrijvigheid in het oostelijke deel van de binnenstad.

Rond de zomer van 2016 presenteren we een uitgebreide evaluatie van het plan 'Oog voor nieuwe detailhandel' aan uw raad.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

de burgemeester,
dr. R.L. (Ruud) Vreeman

A large, stylized handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long vertical stroke.

de secretaris,
drs. M.A. (Maarten) Ruys

A handwritten signature in blue ink, featuring a prominent circular loop followed by a horizontal stroke.

GRONINGEN DENKT MET ONDERNEMER MEE

DURF EN DAADKRACHT IN HET NOORDEN

 Advertorial
 TEKST: ANNEKAMIE BONGERD / BEELDS: STUARTJE DE OLDE FOTOGRAFIE


Joanna Schouten:

“Ik had dit
al jaren in
mijn hoofd.”

33

Het zijn niet de makkelijkste tijden voor de retail. Als ondernemer moet je lef hebben, durven vernieuwen. Wat ook helpt is een meedenkende en pro-actieve gemeente. Groningen is zo'n gemeente. INRetail Magazine maakte een rondje door het winkelhart van de hippe, noordelijke stad. “Zulke daadkracht, daar kun je als ondernemer wat mee.”

Houten aardappelkistjes fungeren als tafeltjes, op de stoelen liggen rode plaids, bij elk zitje staat een vrolijk gekleurd bloemetje. Het mooie najaar werkte ook mee, maar toch... vanaf dag één zat het terras alle dagen vol. In september opende Joanna Schouten haar Toetjesparadijs op de hoek van de populaire Folklingestraat en Zuiderdiep. In de zaak valt meteen de piano op en de grote tafel met bloemetjeskleed. Rechts is de keuken waar Joanna en haar medewerkers toetjes en taartjes bakken, om ter plekke op te eten of om mee te nemen. Haar producten zijn puur natuur, biologisch, zo veel mogelijk uit de streek en vooral heel erg lekker, anders halen ze Joanna's menu niet. “Iedereen zei: wie begint er nu midden in de crisis een nieuwe zaak,” blikt Joanna terug op de reacties die ze kreeg toen ze haar plannen met vrienden deelde. “Maar ik had dit al jaren in mijn hoofd. Mijn product had zich inmiddels bewezen - ik heb er eerst twee jaar mee op de markt gestaan en een vaste

kliëntkring opgebouwd - en nu kwam ik een geschikt pand tegen.”

Toetjes via crowdfunding

Natuurlijk was het spannend. “Ik heb toch een nicheproduct en kan financieel niet te grote risico's nemen.” Gelukkig was de makelaar bereid de huur geleidelijk op te bouwen en een aantal opzegtermijnen te hanteren zodat ze niet meteen aan een vijfjaarcontract vastzat. Voor de benodigde 19.000 euro voor verbouwing en inrichting ging Joanna het pad van de crowdfunding op. Binnen drie weken had ze het bedrag binnen, via CrowdAboutNow. Waar mogelijk kocht ze haar spullen tweedehands. En de gemeente dacht mee. “De gemeente Groningen proffleert zich als ondernemersvriendelijk, als meedenkend en stimulerend. En dat maakt ze wat mij betreft absoluut waar. Ik had eerst een ander pand op het oog, een rijksmonument. Ze zelden meteen: ik zou het niet



Peter Groothuis:

“De gemeente
denkt méér
dan mee.”

doen, daar word je niet gelukkig van'. Op dit pand zat geen horecaverunning, daar moest ik een ontheffing voor aanvragen. Bij de afdeling Economische Zaken adviseerden ze eerst een vooraanvraag te doen, dan weet je of het zin heeft en hoef je niet meteen 500 euro voor de officiële aanvraag uit te geven. Op basis van mijn aanvraag heeft de gemeentelijke accountmanager daarna een mooi advies geschreven. Af en toe kwam hij zelfs bij mijn kraam op de markt langs om me op de hoogte te houden van de stand van zaken. Het is echt top hoe ze meedenken.”

Achthonderd man over de vloer

Joanna's woorden klinken Joost van Keulen, wethouder Economische Zaken, als muziek in de oren. Want dit is precies wat hij beoogt. “Wij leggen als gemeente geen blauwdruk op aan ondernemers, maar staan open voor hun wensen en behoeften. De winkeliers vormen samen het beeld van onze binnenstad. Het is mede dankzij het prachtige aanbod aan winkels dat Groningen een heel aantrekkelijk klimaat heeft voor de 26 miljoen bezoekers die we elk jaar mogen begroeten. We zoeken nadrukkelijk samenwerking, willen graag samen invulling geven aan de stad en elkaar uitdagen om Groningen nog aantrekkelijker te maken.”

Dat het niet alleen mooie woorden van de wethouder zijn, onderschrijft ook Peter Groothuis, eigenaar van de kleurrijke woonwinkel Woonn in de Poelstradaat. “Ik heb de afgelopen jaren een duidelijke kentering opgemerkt. Voorheen was er vooral veel wat niet mocht, kreeg je een boete als je uitstalling op straat dertig centimeter te ver uit de gevel stond. Nu komt de gemeente naar je toe met de vraag of ze ergens mee kunnen helpen en zijn ze aanwezig bij vergaderingen van de ondernemersvereniging.” Lovend is Peter ook over het Fonds Ondernemend Groningen dat jaarlijks bijna twee miljoen euro te verdelen heeft, waarvan 500.000 euro voor de binnenstad. “Dit bedrag brengen we als ondernemers via de OZB bijeen. Hier wordt bijvoorbeeld de feestverlichting in december uit bekostigd en ondernemers worden gestimuleerd evenementen te organiseren. Het mooie is dat de gemeente de afgelopen tijd regelmatig een substantieel bedrag bijlegde.” Peter Groothuis vroeg en kreeg een bijdrage uit het Fonds voor zijn initiatief om in oktober een woonweekend te organiseren. Samen met zijn collega van House of Design enthousiasmeerde hij nog eens vijftien collega-woonwinkels en ontwerpers om mee te doen. “In elke winkel hadden we iets bijzonders: een stylingadvies of iemand die zat te viltten en daar ter plekke kussens van maakte. Het was in alle winkels een groot succes. Ik had in

dat weekend acht- tot negenhonderd man over de vloer. En weken nadien zagen we nog mensen met het plattegrondje van de route door de stad lopen.” De subsidie voor volgend jaar is al aangevraagd, want dat dit evenement een vervolg moest krijgen, was meteen duidelijk.

Hip en ambachtelijk

“Je moet dingen doen om als winkelstad in the picture te blijven,” weet de ondernemer. “Niet bang zijn voor je concurrenten, maar onthouden dat je samen sterker staat. Als er maar twee of drie woonwinkels in de stad waren, was er niet zo veel publiek op afgekomen. Gelukkig denkt de gemeente méér dan mee en hebben we Marketing Groningen, een actieve club die veel organiseert. Vrijwel elk weekend is er in de binnenstad wel iets te doen. Zo participeerden in september alle modewinkels in de grote modeshow die op de Grote Markt werd gehouden en afgelopen zondag bijvoorbeeld was er live muziek in 25 winkels.”

Dat de stad volop kansen biedt aan initiatiefrijke en innovatieve ondernemers is ook de ervaring van Berend Ziengs. Als telg uit de bekende schoenenfamilie besloot hij het anders te doen. Afgelopen voorjaar opende hij hartje binnenstad, aan het A-Kerkhof, zijn Schoenenfabriek, een hippe



Berend Zlengs:

“Groningen is de metropool tussen Amstendam en Hamburg”

winkel met ambachtelijke uitstraling. De collectie is onderscheidend, de medewerkers - allen met een leren schoort voor - hebben vakkenis, de service gaat ver. Liefde, lef en authenticiteit zijn de kernwaarden van de Schoenenfabriek. "Het is een mooi jaar geweest," zegt Berend, die het in september al aandurfde een tweede winkel in Leeuwarden te openen. "We hebben één procent boven prognose gedraaid. En de lat lag al hoog."

Goed bezig in Groningen

"Groningen wordt vaak onderschat. Wat veel mensen in de rest van het land niet weten is dat het een hippe stad is en dat Groningers open staan voor vernieuwing." Berend Zlengs karakteriseert zijn stad graag als 'de metropool tussen Amstterdam en Hamburg'. "En het mooie is dat de stad zich nog steeds verder ontwikkelt. Een feest als Gronings Ontzet op 28 augustus, bestond jarenlang vooral uit bier drinken. Nu wordt het steeds meer aangekleed, waar retail en horeca profijt van hebben. De gemeente is actief in het bestrijden van leegstand, zet bij een groot evenement niet meer alle straten af maar zorgt dat de bezoekers via een looproute juist dóór de winkelstraten geleid worden. Kort geleden werd het plan geopperd om gratis parkeren tijdens de koopavond te testen. Binnen een maand was het gerealiseerd. Zultu

daadkracht, daar kun je als ondernemer wat mee. Ik kan niet anders zeggen, we zijn hier in Groningen goed bezig." Goed bezig is ook Joanna Scheuten van het Tonjesparadijs. Vanaf week twee zat ze ruim boven de geraamde omzet. En hoe vaak heeft ze al niet van klanten gehoord "ik ben wel drie keer langs gelopen, maar je terras zat steeds vol". "Ik heb al afsleken zitten denken moet ik misschien gaan uitbreiden?"

Meer weten over het ondernemersklimaat in de metropool van het noorden? Simon Poelstra en Jaap Hut, adviseurs Biedelijke Economie van de gemeente, informeren je graag. Regelmatig organiseren ze een wandeling door de binnenstad speciaal voor ondernemers. Samen de nieuwste winkels ontdekken en kennismaken met winkeliers die inhaken op het Nieuwe Winkelen. Aanmelden kan via strom, poelstra@groningen.nl of jaap.hut@groningen.nl.

GROEIEND GROENIGEN

- Groningen is een stad waar groei is. Het investeringscijfer nu op 195.000, de verwachting is dat de 200.000 binnen drie maanden bereikt wordt.
- In de stad studeeren ruim 50.000 studenten, over het algemeen trendgevoelige consumenten die voor een energieke sfeer zorgen.
- Groningen verouwt, een belangrijke regiofactor, tot ver over de Duitse grens. Met het wegrijden van veel voorkeuren op het gebied van woonwijken worden belangrijke wonen.
- De stad staat bekend om haar relatief grote aantal zelfsturende kleine creatieve wachts.
- In 2017 opert het Groninger Forum zijn nieuwe winkelruimte van 100.000 m². Het is de grootste winkelruimte in Nederland. Het Forum zal de commerciële dynamiek zeker een boost geven.
- Er zijn ruime parkerenmogelijkheden in de binnenstad.