



Olaf Busch

CCCCC Winkelgebieden

KANSEN

EN

KEUZES VAN



GRONINGEN

OOSTERPOORT

Positionering

De winkels en horeca van Oosterpoort moeten hun positie bepalen in een retailwereld waarin de kaarten opnieuw geschud worden. Schaalvergroting gecombineerd met technologische ontwikkeling betekent concentratie in de sterkste winkelgebieden. Aankoopgedrag wordt gestuurd door internet, gemak en beleving.

Voor de Oosterpoort is er in de toekomst een plek wanneer het zich volledig richt op de buurtfunctie. Dagelijkse dingen, take away en gezelligheid. De Oosterpoort is een sterk merk en de bewoners zijn trots op hun wijk. De sfeer en uitstraling van de Meeuwederweg kunnen het goede gevoel bieden wat tot klantenbinding leidt.

Actie: kiezen voor de Oosterpoort

Door: ondernemers

Branche	N
Dagelijks	4
Mode	1
Non food	5
Verzorging en reparatie	9
Horeca (Meeuwederweg)	8
Horeca (verspreid)	7

Aanbod versterken

Kiezen voor de buurt betekent niet alle andere doelgroepen afschrijven. Een echt goede naam verspreidt zich makkelijk naar andere stadsdelen.

Nieuwe winkeliers zijn welkom want het aanbod is klein en daardoor kwetsbaar. De vernieuwing van cultuurcentrum de Oosterpoort biedt kansen om de wijk nog beter op de kaart te zetten.

Voor alle ondernemers: wordt gewoon de beste in je specialiteit. De allerlekkerste frietjes van de stad, de beste bioloog, de gezelligste Daag elkaar maar uit!

Actie: Actief aan tafel gaan bij en inspelen op plannen Cultuurcentrum Oosterpoort

Door: Ondernemers en bewoners

Actie: Wordt de beste!

Door: Ondernemers

Uitstraling en presentatie verbeteren

Leuke, lekkere en goede winkels en horeca mogen gezien worden. Vooral het middengedeelte van de Meeuwederweg heeft authentieke kwaliteit. Die moet naar voren gehaald worden door de panden op te knappen en zorg te besteden aan de uitstallingen en het terras meubilair. De eerste stap is het samen beschrijven van het gewenste beeld.

Actie: Wensbeeld uitstraling en presentatie beschrijven

Door: Ondernemers, eigenaren en bewoners

Activiteiten

De belangrijkste activiteiten zijn de goed (ook door oud bewoners) bezochte Jaarmarkt en de kerstversiering. Als het voorziet in de behoefte van de bewoners is het belangrijk voor het voortbestaan van de detailhandel en horeca om meer te organiseren. Zo zou er ook in het voorjaar of de herfst “feest gevierd” kunnen worden.

Actie: Behoeftetepeiling onder bewoners naar wijkactiviteit

Door: Ondernemers

Promotie

Hoewel de belangrijkste doelgroep dichtbij woont blijft actieve promotie noodzakelijk. De concurrent zit maar één muisklik verderop en de binnenstad is op loopafstand.

Effectieve promotie vraagt om het gezamenlijk uitdragen van steeds dezelfde krachtige boodschap waarin de algemeen erkende kwaliteit centraal staat. Die kwaliteit wordt bepaald door de wijk als geheel. De ondernemers maken daar deel van uit.

Gebruik social media als Facebook om je eigen winkel of gelegenheid onder de aandacht te houden. Vind iemand in de Oosterpoort die hier vrijwillig of tegen een kleine vergoeding bij wil helpen.

Actie: Gezamenlijke promotie afstemmen

Door: ondernemers



Organisatie

Het aantal ondernemers in de Oosterpoort is te klein om te zorgen voor een continue organisatie van activiteiten en promotie. Het gaat om financiële middelen en menskracht.

Het Fonds Ondernemend Groningen kan benut worden om extra middelen te verwerven. De ondernemers moeten hiertoe voorstellen indien via de Groningen City Club.

Via het Buurtoverleg Oosterpoort kan de samenwerking tussen ondernemers en bewoners georganiseerd worden. De versterking van het winkel- en horeca aanbod in de buurt moet door bewoners en ondernemers samen opgepakt worden.

Actie: Voorstellen indien bij het Fonds Ondernemend Groningen

Door: Ondernemers

Actie: Versterken winkel- en horeca aanbod agenderen in buurtoverleg

Door: Ondernemers en bewoners



Olaf Busch

CCCCC Winkelgebieden

Winkelen is één van Nederlands favoriete vrije tijdsbestedingen. Toch staan veel winkelgebieden voor serieuze vraagstukken. Door de gestagneerde economie, maar vooral door veranderend koopgedrag (internetshopping), schaalvergroting en bevolkingsontwikkelingen moet elk winkelgebied zichzelf opnieuw uitvinden.

Alleen door het bieden van beleving en gemak kunnen binnensteden en winkelcentra hun positie in de toekomst veilig stellen. [Hoe Compleet, Comfortabel, Compact, Creatief en Concurrerend is uw winkelgebied?](#)

Ik bied ondersteuning door:

- Inzicht te bieden in relevantie en karakter van uw winkelgebied,
- Kansen in kaart te brengen en
- Gemeente, ondernemers en inwoners te verbinden en te activeren.

Opdrachtgever: Koopcentrum Oosterpoort

Adviesdatum: 25 november 2014

Bedrijfsgegevens:

Olaf Busch - CCCCC Winkelgebieden

Van Harinxmaweg 19

9246 TL Olterterp

Telefoon: 0512 385610

Mobiel: 06 2001 8731

Email: info@olafbusch.nl

Website: www.olafbusch.nl

KvK nr. 52744529