

"Horeca is nodig om de stad te laten bruisen"

Vijf jaar is Frank Wiese actief als ondernemer in de Hoornse binnenstad. Zelf is hij eigenaar van de horecagelegenheden Restaurant d'Oude Waegh en Bar-Restaurant Duvels en in samenwerking met anderen ook nog van Restaurantcafé Ridderikhoff, Grand Café Winston, Restaurant Steak, Grand Café 't Hop en sinds twee weken ook van de nieuwe bowling en amusementshal boven Winston. Onlangs werd Frank lid van de OSH.

In het verleden leken de gemeenten Hoorn en de lokale horeca elkaar nog wel eens dwars te zitten, maar volgens horeca-ondernemer Frank Wiese gaat het tegenwoordig goed. "Er zijn veel evenementen op de Roode Steen en dat juich ik toe. Met wat collega's hebben we Anouk van Berkum aangesteld als evenementenmanager Roode Steen. Zeker in de zomer hebben we het zelf te druk om te kijken hoe we de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van de Roode Steen in het bijzonder en de stad in het algemeen kunnen verbeteren. Dat is de taak van Anouk geworden." Logisch dat Anouk dan ook namens deze horeca-ondernemers in de OSH als vertegenwoordiger optreedt.

Hoger niveau

Ondanks de verbeterde relatie met de gemeente, streeft Frank toch naar een hoger niveau van samenwerking. Niet alleen met de gemeente trouwens, maar in het algemeen. "De gemeente roept dat Hoorn moet bruisen. Dat kan niet zonder de horeca. We moeten met allerlei partijen de samenwerking zoeken om alles naar een hoger niveau te tillen. Hoorn moet en kan beter op de kaart gezet worden." Samenwerking met de OSH betekent samenwerken met een grotere groep ondernemers. En: "Je hoeft het niet per se met elkaar eens te zijn, we hebben immers verschillende bedrijven. Maar je kunt wel proberen op één lijn te komen en naar elkaar toe te groeien."

Lappendag

Frank haalt wat voorbeelden aan van zaken die wat hem betreft best onder de aandacht mogen komen, of opnieuw bekeken mogen worden.

den. De sluitingstijd tussen 16.00 en 20.00 uur op lappendag bijvoorbeeld. "Restaurants zijn er de dupe van. Nu drinken mensen vanaf 15.00 uur enorm veel, omdat het daarna niet meer kan. Volgens mij kun je de tijden beter spreiden en komen en gaan mensen ook veel gespreider. Rottigheid? Dat hou je toch. Ik denk dat het goed is als we er met z'n allen anders naar gaan kijken." Hoorn in een winnende positie zetten: daar is het Frank om te doen. Een betere samenwerking tussen winkeliers en horeca is daarvoor ook nodig. "Daar heb je elkaar voor nodig en dan kun je iets bereiken. De parkeergelegenheid is niet afgestemd op een lang verblijf in de stad. Maar wat als je lekker hebt geshopt en daarna nog ergens wat wilt eten of drinken? Met een maximale parkeertijd van twee uur kom je er dan niet. Dat zijn zaken waar je over na moet denken."

Het kan

En het grotere doel: "Met een levendige en aantrekkelijke binnenstad hangt veel samen. Winkels, horeca, werkgelegenheid, wonen. Alles kan naar een hoger plan. Kijk naar de activiteiten rondom Nachtkapers, Kaap Hoorn en de Halve Maen. Dat zijn bewijzen dat het kan."



COLOFON

Teksten:
Bestuur OSH/Cor Dol

Fotografie:
Cor Dol

Ontwerp en printwerk:
Indrukmakers bv, Hoorn

Jaargang 5, uitgave 2

N I E U W S B R I E F

ONDERNEMERS STAD HOORN



Samen kom je verder

De economie trekt aan, het consumentenvertrouwen is toegenomen, verschillende branches noteren voor het eerst sinds jaren een flinke plus. Kortom: Nederland klimt op na een forse recessie. Toch is er nog een lange weg te gaan voordat in de retail en horeca sprake zal zijn van een gezonde balans bij veel ondernemingen. Ook de leegstand van veel winkelpanden zal niet snel opgelost zijn. Een structureel minder aantal vierkante meter vloeroppervlakte zal noodzakelijk zijn. Dat werd gesteld in een tweetal werkbijeenkomsten van de Westfriesse gemeenten in het kader van een toekomstig regionale detailhandelsvisie.



Mijns inziens is samenwerken de beste oplossing om te komen tot een betere economie in de hele regio. Denk aan een initiatief om gezamenlijk als Westfriesland, (marketingnaam Holland boven Amsterdam) te proberen meer toeristen naar ons gebied te trekken. Ook in Hoorn zelf moeten we beter kunnen samenwerken. Tal van organisaties proberen op eigen kracht mensen te informeren met als doel belangstelling te wekken voor het specifieke doel waarvoor die organisatie is opgericht. Maar met een betere samenwerking zijn beslist synergievoordelen te behalen. Daarom heeft de OSH een notitie ingebracht bij het Toeristisch Platform Hoorn waarin een voorstel wordt gedaan hoe te komen tot een goede marketing voor Hoorn. Met als centrale doelstelling een organisatie die de gezamenlijke promotie van Hoorn gestalte geeft en uitvoert! De basis is al vastgelegd in de denktank van het TPH. Nu is het zaak om snel tot uitvoering van goede plannen over te gaan.

Nachtkapers is een schoolvoorbeeld waar door samenwerking van verschillende organisaties een prima evenement tot stand is gekomen. Ad Geerdink, directeur van het Westfries Museum, is een inspirerende persoonlijkheid en warm pleitbezorger voor een gezamenlijke promotie. Als cultureel ondernemer heeft hij de wisseltrofee voor de meest onderscheidende ondernemer tijdens de bijeenkomst op 17 juni in ontvangst mogen nemen. Cultuur en commercie gaan prima samen als je de boodschap maar helder communiceert. Het was jammer dat ondanks alle inspanningen van de OSH en de Rabobank die de avond samen organiseerden, zoveel ondernemers schitterden door afwezigheid. Ze hebben wat gemist! Wat mij betreft moet er een andere wind door Hoorn waaien om de potentie van de unieke binnenstad veel beter commercieel uit te buiten.

Ik wens u een fijne zomer en dito leesplezier.

Jan Haring
vice-voorzitter OSH



OSH

Z
O
O
R
D

Breed 4
1621 KB Hoorn

T 0229 244 234
F 0229 249 804

I www.oshhoorn.nl
E info@oshhoorn.nl

Ad Geerdink ondernemer van het jaar

Tijdens de zomerbijeenkomst op 17 juni jongstleden werd Ad Geerdink uitgeroepen tot ondernemer van het jaar. Volgens OSH vice-voorzitter Jan Haring 'een man van de verbinding'.

Voor de toekenning van de eeuwige eer en tijdelijke wisseltrofee voor de ondernemer van het jaar is een aantal criteria opgesteld. Zo kenmerkt de ondernemer zich door creativiteit, innovatie en handelsgeest. Hij (of zij) heeft oog voor vernieuwing en brengt dit ook in de praktijk. Deze ondernemer realiseert zich dat het hebben van een duidelijk omschreven doel het uitgangspunt is bij al zijn denken en doen. Hij beseft dat alleen samen een groter doel kan worden bereikt en heeft vanuit die gedachte betekenis voor de binnenstad van Hoorn, en hij laat zich leiden door zijn visie op de toekomst.

Met name die betekenis voor de hele Hoornse binnenstad woog dit jaar zwaar mee. De keuze van de jury viel dan ook op Ad Geerdink, directeur van het Westfries Mu-

seum. Met moderne ideeën, zoals crowdfunding, weet hij zaken voor elkaar te krijgen. Jan Haring tijdens zijn speech: "En dat voor een doel dat door velen als 'onhaalbaar' werd gekwalificeerd: het naar Hoorn halen van de Halve Maen." Een gedurfd project, waarbij Ad alles uit de kast haalde om mensen enthousiast te maken. "Ad gaat de discussie niet uit de weg, maar lokt ze juist uit om kennis uit te dragen en gezamenlijk kennis te ontwikkelen. Hij is een man die landelijk het nieuws weet te halen. En een man die weet te verbinden, in cultuur, commercie en toerisme."

Hoewel Ad in de strikte zin van het woord geen ondernemer is, past hij volgens de jury echter prima in het profiel. Uit de nuancering door Jan Haring bleek dat Ad Geerdink een inspirerend lid en initiator van

het Toeristisch Platform Hoorn is. Het Westfries Museum kreeg internationale allure door de toepassing van virtual reality, waarmee de bezoeker een virtuele rondleiding door het Hoorn van de zestiende eeuw krijgt. "Activiteiten waarmee Ad Hoorn op de kaart zet. Dat maakt dat jij terecht de titel ondernemer, of zo je wilt, cultureel ondernemer, bent geworden."



Hoorn heeft volop potentie Het moet samen!

Op 17 juni werd de zomerbijeenkomst van de OSH gehouden, in samenwerking met de Rabobank. De opkomst viel wat tegen en dat was jammer, want onder meer Erik de Deugd van de Rabobank gaf een spreekbeurt. Hij sprak over veranderend klantgedrag in de retail. Een belangrijke punt uit Eriks voordracht was om vooral geen overspannen angst te hebben voor de internetconsument. "Beter is het om uit te gaan van de eigen kracht en te zorgen voor een boeiend en interessant winkellandschap", stipte hij aan. Overigens zijn er ook prima voorbeelden van retailbedrijven die een goede combinatie maken tussen internet en fysieke winkels, waarin zij elkaar juist versterken.

Uit de redevoering van Erik de Deugd bleek verder onder meer dat winkelend publiek steeds meer geneigd is om er een dagje uit van te maken. Dat betekent ook dat horeca en retail elkaar nodig hebben om de

stad voor het winkelend (en dus ook consumerend) publiek aantrekkelijk te maken. Bovendien geldt dat shoppen steeds meer wordt gekoppeld aan toerisme: winkelen wordt gekoppeld aan bijvoorbeeld een bezoek aan een museum en een hapje eten. Dus behalve dat retail en horeca elkaar opzoeken, wordt het ook belangrijk om

daar de toeristische bedrijven en organisaties bij te betrekken. OSH vice-voorzitter Jan Haring vond het opvallend dat Hoorn een goede uitgangspunt heeft om commercieel gezien beter te presteren dan momenteel gebeurt. "En dan is het verbazend dat er zoveel winkelleegstand is. Gezien de potentie die de Hoornse

binnenstad heeft zou die leegstand significant lager moeten zijn. Afgezien van de algemene nationale en internationale ontwikkelingen heeft Hoorn in vergelijking met andere steden meer kansen." Onlangs eindigde Hoorn als vierde in de verkiezing van beste winkelstad van Nederland. Hoewel aan de

waarde van die verkiezing enigszins getwijfeld mag worden, geeft het wel aan dat Hoorn in het vizier is.

Ook tijdens de zomerbijeenkomst werden de mogelijkheden en kansen van en voor Hoorn door verschillende sprekers benadrukt. In de Hoornse

binnenstad zijn de mogelijkheden tot het invullen van klantenwensen volop aanwezig, maar dan moeten we er wel alles uit halen wat er in zit.

De belangrijkste sleutel is samenwerking. En dat woord kwam dan ook opvallend vaak terug op deze avond.

Doe uw voordeel met de zomermarkten!

Voor het 52e jaar in successie worden dit jaar de Hoornse woensdagmarkten gepresenteerd. Ooit begonnen als 'Hartje Hoorn Markten' met oud-Hollandse ambachten en volksdansen is de markt uitgegroeid tot de huidige publiekstrekker. En mensen in de stad betekent kansen voor ondernemers.



De Roode Steen presenteert elke week een 'Proef- en Beleefmarkt', waar bezoekers naar hartenlust kunnen proeven van biologische, duurzame en eerlijke streekproducten. Kok Marcel maakt allerlei hapjes met ingrediënten uit eigen tuin en de lokale markt. De bijna 25 deelnemers bieden bijvoorbeeld biologisch brood (van Le Perron), vers gerookte paling, kaas, wijn, delicatessen en nog veel meer.



Op vier woensdagen in juli (vanaf de 8e) en de eerste woensdag van augustus staat de Hoornse binnenstad in het teken van woensdagmarkten. Tussen 10.00 en 17.00 uur staat in het centrum een grote markt met zo'n 100 kramen met uitsluitend aanbieders van antiek en curiosa, kunst en gebruikte boeken, hobbyisten en am-

bachtslieden.

Per week verschilt dan nog het thema van de markt.

De thema's voor de markten van deze zomer zijn:

- 8 juli - Moet je eens Hoorn! - Platen- en cd-beurs en muzikanten uit heel Europa
- 15 juli - Creatief Hoor(n)! - Grote creativiteitsmarkt, workshops en artiesten
- 22 juli - Hoornse Beestenboel - Ponedag Hoorn, dierendemonstraties en kinderboerderij
- 29 juli - Hoornse Piratendag - Veel kinderattracties en heel veel piraten
- 5 augustus - Nostalgisch Hartje Hoorn - West-Fries volksdansen, ringsteken, muzikanten en ambachten



Overigens is ook op veel donderdagen in de zomer genoeg te doen in Hoorn. Op alle donderdagen in juli, 20 en 27 augustus en op 3 september is de Roode Steen weer voor even de aloude Kaasmarkt. De 'Kaasmarkt van Hoorn' vertelt in theatervorm de geschiedenis van het plein. De voorstellingen zijn tussen 12.30 en 13.30 uur en tussen 20.00 en 21.00 uur. Op 3 september is er geen avondvoorstelling.

Extra kansen dus voor Hoornse ondernemers op deze dagen, en zeker in de binnenstad!