

Binnenstad Haarlem

Evaluatie Ondernemersfonds



Binnenstad Haarlem

Evaluatie Ondernemersfonds

Opdrachtgever
Contactpersoon

Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem (SOBH)
Dick Freling

Projectteam Stad & Co

Farzad Ghaus
Elsbeth Boer
Nicole Haas

Contactpersoon

Farzad Ghaus

Amsterdam, 1 juni 2017



Samen de stad
mooier maken.

Amsterdam

Prins Hendrikkade 48-N
1012 AC Amsterdam
+31 (0)20 260 2626
info@stadenco.nl

Postbus 11100
1001 GC Amsterdam

Eindhoven

Begijnenhof 14
5611 EL Eindhoven
+31 (0)40 296 8844
info@stadenco.nl

Postbus 4914
5604 CC Eindhoven

Samenvatting

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem (SOBH). Het bestaat uit een evaluatie van het functioneren van het ondernemersfonds en een informele draagvlakmeting voor het oprichten van een Bedrijven Investeringszone (BIZ) in de binnenstad van Haarlem. Voor dit onderzoek is een enquête afgenomen bij ondernemers en eigenaren, en zijn gesprekken gevoerd met stakeholders.

De ondernemers en eigenaren zijn redelijk tevreden over de ondersteuning door de SOBH van evenementen in de binnenstad, vooral bij de kerstactiviteiten en het Bloemencorso. Qua ondersteuning van activiteiten heerst de grootste tevredenheid over de feestverlichting en de promotie van de binnenstad (Haarlem City Marketing). De bekendheid van de SOBH laat nog wel wat te wensen over, en dat geldt ook voor de mogelijkheid tot inspraak in activiteiten en het aanvragen van financiële bijdragen.

De grondhouding in de binnenstad van Haarlem is positief: de ondernemers, eigenaren en andere stakeholders onderschrijven allemaal het belang van samenwerking. De financiële ruggengraat die door de oprichting van het ondernemersfonds is neergezet, wordt als waardevol gezien. Er wordt wel gepleit voor een versimpeling van de tarieven, en een eerlijkere verdeling van kosten tussen ondernemers en eigenaren.

Voor de toekomst geven ondernemers de meeste prioriteit aan feestverlichting, het verbeteren van de uitstraling van het centrum, en de aanpak van fietsproblematiek. Zowel ondernemers als eigenaren willen een verbeterde bereikbaarheid van de binnenstad, inclusief meer en goedkopere parkeervoorzieningen. De grote meerderheid (74%) van de bevroegde ondernemers vindt de Bedrijven Investeringszone (BIZ) geschikt als toekomstige samenwerkingsvorm voor de binnenstad van Haarlem. Ook eigenaren zien de meerwaarde van het bundelen van hun krachten. Qua tariefbepaling is bij de ondernemers een koppeling van de WOZ-waarde het meest populair, gevolgd door de ligging van het pand.

Inhoudsopgave

1 Inleiding	5
2 Onderzoeksopzet	7
2.1 Opzet enquêtes	7
2.2 Doelgroep 1: ondernemers	7
2.3 Doelgroep 2: eigenaren	8
2.4 Opzet gesprekken stakeholders	8
3 Ondernemersenquêtes: evaluatie SOBH	9
3.1 Evenementenondersteuning	10
3.2 Activiteiten	11
3.3 Collectieve activiteiten	11
3.4 Bekendheid SOBH en resultaten	12
3.5 Inspraak in activiteiten	12
3.6 Aanvraag financiële bijdrage	13
3.7 Bereikbaarheid SOBH en informatievoorziening	14
4 Ondernemersenquêtes: de toekomst	15
4.1 De BIZ	15
4.2 Prioriteit activiteiten	16
4.3 De Burgwalbuurt	17
4.4 Suggesties voor SOBH als organisatie	17
4.5 Suggesties voor activiteiten	18
5 Eigenaren: evaluatie SOBH en toekomst	19
5.1 Enquête	19
5.2 VEBH ledenborrel	20
6 Stakeholdergesprekken	21
6.1 Functioneren ondernemersfonds	21
6.2 Evaluatie activiteiten	23
6.3 Reclameheffing	24
6.4 Toekomst binnenstad	25
7 Conclusies en aanbevelingen	27
7.1 Functioneren ondernemersfonds en toekomst	27
7.2 Mogelijkheden en draagvlak BIZ	28
7.3 Aanbevelingen voor de SOBH	29
7.4 Aanbevelingen BIZ	29

Vragenlijst als separate bijlage op te vragen via nicole@stadenco.nl

1 Inleiding

Het gaat beter met de binnenstad van Haarlem. Leegstand wordt minder en de consumentenbestedingen nemen toe. Toch is de toekomstbestendigheid van de binnenstad geen vanzelfsprekendheid. Meer dan vroeger vragen de veranderingen waarmee binnensteden worden geconfronteerd om meer samenwerking en gezamenlijke investeringen van ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente.

De binnenstad van Haarlem heeft sinds 2009 een ondernemersfonds. Het ondernemersfonds heeft tot doel om de aantrekkelijkheid van de Haarlemse binnenstad te verbeteren en daarmee meer bezoekers aan te trekken. Het ondernemersfonds wordt gevuld met bijdragen van ondernemers in de binnenstad van Haarlem. De inning van deze bijdragen wordt gedaan door de gemeente via een extra heffing op de reclame-uitingen. De grootte van de reclame-uiting is bepalend voor de jaarlijkse bijdrage die de ondernemers aan het ondernemersfonds doen. Doel van deze verplichte regeling via de reclameheffing is om *free-riders*-problematiek te ondervangen: ondernemers die niet bijdragen maar wel profiteren van een sterke binnenstad.

Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem (SOBH)

De gelden die de gemeente int voor het ondernemersfonds worden, na aftrek van inningskosten, overgemaakt naar de Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem (SOBH). Deze stichting, met een onafhankelijk en onbezoldigd bestuur, beheert de middelen van het ondernemersfonds. De stichting stelt jaarlijks een begroting op en legt middels een accountantsverklaring verantwoording af aan het College van B&W over de besteding van gelden. De SOBH organiseert zelf geen activiteiten, noch houdt de stichting zich bezig met beleidszaken zoals bijvoorbeeld het (fiets) parkeren. Circa 60 procent van het budget is gereserveerd voor een aantal vaste bijdragen aan onder andere City Marketing Haarlem, de Stichting Haarlem Lichtstad (feestverlichting) en de centrummanager. Daarnaast wordt ruim 30 procent van het budget gereserveerd voor de financiële ondersteuning van evenementen. De resterende 10 procent is gereserveerd voor overige kosten, waaronder veilig ondernemen en het oprichten van nieuwe straatverenigingen.

Derde Convenant Binnenstad Haarlem (2013-2017)

Vertegenwoordigers van alle stakeholders in de binnenstad van Haarlem (Vereniging van Eigenaren Binnenstad Haarlem, Haarlem Centraal, de gemeente, de Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Haarlem, Haarlem Marketing, MKB en wijkraden) hebben in april 2013 het derde Convenant Binnenstad Haarlem 2013-2017 ondertekend. Dit convenant wordt in 2017 vernieuwd. Het convenant benadrukt het belang van samenwerking om de binnenstad van Haarlem (economisch) te versterken.

Centrum Management Groep Haarlem

De Centrum Management Groep Haarlem komt ieder kwartaal bijeen om de voortgang van de convenant-afspraken te bespreken. Bijvoorbeeld als het gaat om bereikbaarheid, (fiets)parkeren, uitstallingen, reclamebeleid, ondernemersfonds, evenementen, nachtelijke overlast, zondagopenstellingen etc. Om de dagelijkse gang van zaken te monitoren en, waar nodig en gewenst, direct zaken aan te pakken, is het 'operationeel overleg' in het leven geroepen. Deelnemers van dit maandelijks overleg bestaan uit vertegenwoordigers van de ondernemers, de wijkraden, de gemeente en het centrummanagement.

Evaluatie 2012

In 2012 heeft er een evaluatie plaatsgevonden van het functioneren van het ondernemersfonds middels een enquête bij ondernemers in de binnenstad van Haarlem. De respons was laag (7 procent), maar de bevindingen gaven desalniettemin een indicatie van een aantal belangrijke ontwikkelingen. Er kwam onder andere uit naar voren dat 81 procent van de bevroegde ondernemers het oneens was met de heffingsmethode op basis van de grootte van de reclame. Ook werd er kritisch gesproken over de verschillen tussen tariefgroepen, die als te groot werden bevonden. Een positieve bevinding uit de evaluatie van 2012 was dat er wel veel draagvlak leek te zijn voor samenwerking. Gemiddeld was 75 procent voorstander van het samen met andere ondernemers opzetten en uitvoeren van gezamenlijke activiteiten in het centrum.

Huidige evaluatie

De SOBH is met de gemeente Haarlem overeengekomen om in 2017 een nieuwe evaluatie te laten uitvoeren naar het functioneren van het ondernemersfonds. Stad & Co is door de SOBH als extern deskundig bureau gevraagd om deze evaluatie uit te voeren. Naast een uitgebreide evaluatie van het huidige functioneren van het ondernemersfonds, is het van groot belang om samen met alle partners naar de toekomst te kijken. Hoe kan de toekomstige samenwerking tussen ondernemers eruitzien, en wat zijn de mogelijkheden qua nieuwe vormen van financiering? Hoe kan het geld van ondernemers en eigenaren in de toekomst meer rendement opleveren: meer bezoekers en een toekomstbestendige binnenstad? Aanvullend op de evaluatie van het ondernemersfonds, is het momentum van het onderzoek daarom gebruikt om een informele draagvlakmeting te doen voor het oprichten van een bedrijveninvesterings zone (BIZ).

De vraagstelling van het onderzoek is dan ook tweeledig:

1. Functioneert het ondernemersfonds tot genoegen van de ondernemers in de binnenstad en hun belangenvertegenwoordigers en de gemeente, en wat kan er worden verbeterd?
2. Welke mogelijkheden biedt de BIZ en wat is hiervoor het draagvlak bij de ondernemers en pandeigenaren in de binnenstad?



2 Onderzoeksopzet

De evaluatie is uitgevoerd middels een enquête onder ondernemers, een enquête onder eigenaren en persoonlijke gesprekken met stakeholders. Daarnaast hebben we documentatie geraadpleegd bij de ontwikkeling van de enquêtes en de voorbereiding op de gesprekken. Door deze methoden te combineren, en verschillende doelgroepen te betrekken, hebben we een veelzijdig beeld gekregen van het functioneren van het ondernemersfonds en mogelijkheden voor de toekomst.

2.1 Opzet enquêtes

We hebben twee enquêtes afgenomen: één voor ondernemers en één voor pandeigenaren in de binnenstad van Haarlem. De vragen in beide enquêtes zijn deels door ons zelf opgesteld, en deels gebaseerd op de survey die in 2012 door Platform Binnenstadsmanagement is uitgevoerd in opdracht van de SOBH. De inhoud van de enquêtes, de formulering van de vragen, alsook de introductieteksten zijn afgestemd met de opdrachtgever. Deelname aan de enquête was digitaal via Researchnet. Een deel van de ondernemers heeft aan het onderzoek meegedaan via enquêteurs, die persoonlijk bij de ondernemingen zijn langsgegaan. Hieronder staan de zes hoofdonderwerpen uit de enquête.

Onderwerpen enquêtes

- Activiteiten en evenementen
- Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem
- Aanvraagprocedure bijdrage SOBH
- Bereikbaarheid SOBH en informatievoorziening
- Investeringsfonds (BIZ)
- Prioriteiten en suggesties

De eerste vier onderwerpen zijn gericht op het evalueren van het ondernemersfonds; de laatste twee richten zich meer op mogelijkheden voor de toekomst. In de enquête werd het ondernemersfonds, en haar rol, kort toegelicht. Voorafgaand aan de vragen over de BIZ werden mensen via een compacte uitleg geïnformeerd over de huidige vorm van financiering, en de voordelen van een BIZ ten opzichte van reclamebelasting. De vragenlijst voor vastgoedeigenaren kwam grotendeels overeen met die voor ondernemers. De delen die niet relevant waren voor eigenaren zijn weggelaten, zoals vragen over de aanvraagprocedure voor financiering en de bereikbaarheid van de SOBH.

2.2 Doelgroep 1: ondernemers

In totaal zijn 1058 ondernemers in de binnenstad van Haarlem op 17 maart per mail uitgenodigd om aan de enquête deel te nemen. Op 27 maart en op 26 april hebben zij per mail een herinnering ontvangen. We hebben op 20 maart bij de NV Haarlem flyers uitgedeeld aan de ondernemers, met daarop de uitnodiging om deel te nemen en een link naar de enquête. Daarnaast zijn er twee presentaties gegeven: één aan ondernemersvereniging Haarlem Centraal en één aan de ondernemers van de Gierstraat. We hebben de belangrijkste stakeholders verzocht om hun achterban te activeren om deel te nemen aan de survey. Verder zijn op meerdere dagen enquêteurs persoonlijk langsgegaan bij ondernemers om ze te laten deelnemen en om flyers bij ze achter te laten ter herinnering. Tot slot is een ervaren ondernemer uit het netwerk van Stad & Co bij 135 ondernemers in de binnenstad van Haarlem persoonlijk langsgegaan om ze te wijzen op het belang van deelname aan de survey en om de mogelijkheden van de BIZ toe te lichten. Bij de persoonlijke bezoeken aan ondernemers hebben we ten behoeve van de representativiteit gezorgd voor een goede spreiding, zowel qua fysieke ligging als qua branche.



317 van de 1058

30 %

In totaal hebben **317** van de **1058** ondernemers in de binnenstad deelgenomen aan de enquête, waarmee de totale respons **30** procent bedraagt. Hiermee hebben we een representatieve steekproef gerealiseerd. We kunnen op basis van de hoge respons, en ook de spreiding van deelnemende ondernemers in het gebied dankzij de enquêteurs, betrouwbare uitspraken doen over de bevindingen.

2.3 Doelgroep 2: eigenaren

De uitnodiging tot deelname aan de enquête voor eigenaren is per mail op 31 maart verstuurd naar **69** leden van de Vereniging Eigenaren Binnenstad Haarlem (VEBH). Op 10 april zijn meer dan 360 brieven verstuurd naar vastgoedeigenaren met twee of meer panden. Daarnaast zijn de belangrijkste stakeholders per mail verzocht om hun achterban te stimuleren om aan het onderzoek deel te nemen. Op 19 april heeft Farzad Ghaus de enquête persoonlijk toegelicht bij de VEBH-ledenborrel; aansluitend hierop hebben alle leden van de VEBH per mail een herinnering gehad om deel te nemen.

Ondanks de verscheidene manieren om de vastgoedeigenaren te overtuigen van het nut van het meedoen aan de enquête, hebben slechts **28** eigenaren aan het onderzoek deelgenomen. Wij verwachten dat dit in ieder geval voor een deel te verklaren is vanuit een grote onbekendheid met het ondernemersfonds. Wel vertegenwoordigen deze eigenaren **74** panden in de binnenstad van Haarlem, waardoor hun mening betekenisvol is om mee te nemen in deze rapportage. Gezien de omvang van de steekproef kiezen we ervoor om de nadruk te leggen op de analyses van gesprekken met eigenaren en minder op statistische analyses. Deze bevindingen zijn daarmee mogelijk niet representatief voor alle eigenaren in de binnenstad van Haarlem.

2.4 Opzet gesprekken stakeholders

In overleg met het bestuur hebben we **12** stakeholders uitgenodigd om met ons persoonlijk in gesprek te gaan over het ondernemersfonds. In totaal hebben we drie bijeenkomsten georganiseerd waaraan **10** stakeholders hebben deelgenomen. Er is gesproken met vertegenwoordigers van de volgende organisaties:

1. Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem (SOBH)
2. Gemeente Haarlem
3. Centrum Management Groep (CMG)
4. Koninklijke Horeca Nederland, afd. Haarlem
5. Vereniging Eigenaren Binnenstad Haarlem (VEBH)
6. Haarlem Centraal
7. Haarlem Marketing
8. Haarlem Lichtstad
9. Cultuursector
10. Cocensus

Tijdens de drie stakeholdersbijeenkomsten werden dezelfde onderwerpen besproken die aan bod kwamen in de digitale enquête. De onderwerpen zijn in elk gesprek behandeld, waarbij door de gespreksleider ervoor is gezorgd dat alle aanwezigen aan het woord kwamen en de onderwerpen zo volledig mogelijk behandeld zijn.

↘ 3 Ondernemers- enquêtes: evaluatie SOBH 🔍

We hebben waardevolle input in handen van honderden ondernemers uit de binnenstad van Haarlem die aan de enquête hebben deelgenomen. In dit hoofdstuk behandelen we de belangrijkste bevindingen per thema. De focus van het eerste deel van de enquête ligt op het evalueren van het ondernemersfonds, in aansluiting op de eerste onderzoeksvraag van dit rapport. Hoe tevreden is men over het huidige functioneren van de SOBH?



3.1 Evenementenondersteuning

De tevredenheid over de ondersteuning door de SOBH van evenementen in de binnenstad is over het algemeen redelijk hoog. Men is het meest tevreden over de kerstactiviteiten en het bloemencorso: voor beide evenementen geldt dat **56% (zeer) tevreden** is. Over de Haarlem Shopping Night zijn de meningen het meest verdeeld: **28% is (zeer) ontevreden**, terwijl **43% (zeer) tevreden** is.

"Meer synergie tussen de ondernemers bij het organiseren van evenementen."

In de tabel staan voor elk van de evenementen de percentages tevredenheid vermeld. De verschillende activiteiten zijn gerangschikt op basis van de onderliggende gemiddelde scores. Deze scores worden berekend aan de hand van de responspercentages, en zijn op te vragen bij de onderzoekers. Haarlem Centraal Shopping Night heeft het hoogste percentage 'zeer tevreden' (18%), maar staat qua gemiddelde tevredenheid niet bovenaan omdat ook de percentages ontevredenheid en neutraal relatief hoog zijn voor deze activiteit.

Opvallend is dat veel ondernemers **geen mening hebben (21%)** of **neutraal zijn (32%)** over de ondersteuning van de SOBH van individuele evenementen van straatverenigingen. Hier lijkt veel onbekendheid over te zijn. Een vergelijkbaar patroon vinden we bij het Haarlem Cultuur Festival, waarover **24% geen mening** heeft en nog eens **24%** de vraag **neutraal** beantwoordt.

		Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Ze er tevreden	Geen mening
1	Bloemencorso	6%	8%	21%	38%	17%	8%
2	Kerstactiviteiten	5%	11%	20%	45%	11%	8%
3	Haarlem Jazz & More	7%	13%	22%	32%	17%	9%
4	Haarlem Centraal Shopping Night	7%	20%	21%	25%	18%	9%
5	Intocht Sinterklaas	5%	11%	28%	37%	8%	11%
6	Haarlem Cultuur Festival	4%	14%	24%	28%	6%	24%
7	Individuele evenementen straatverenigingen	5%	9%	32%	23%	10%	21%

3.2 Activiteiten

Het meest tevreden is men over de ondersteuning door de SOBH (in 2016) van de feestverlichting (58%) en city marketing (53%). Ook over de susteams (veiligheid) heerst tevredenheid: 47% is (zeer) tevreden en slechts een klein deel (13%) is (zeer) ontevreden.

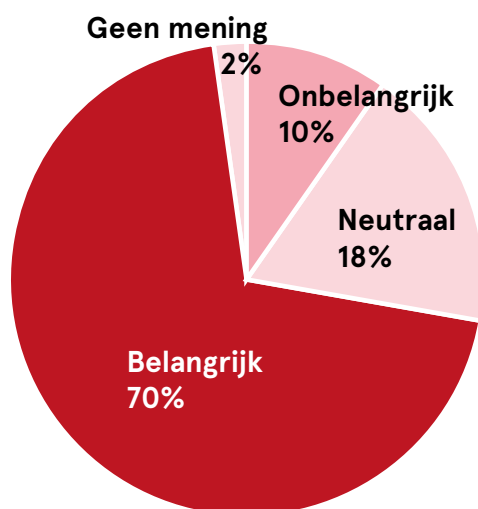
"Feestverlichting en bloemen zijn heel belangrijk voor de sfeer. Overal in de stad!"

Het is opvallend te noemen dat 32% geen mening heeft over de ondersteuning van de centrummanager, en 28% daar neutraal over oordeelt. Er lijkt veel onbekendheid over te zijn. Van de ondervraagden is 25% (zeer) tevreden, en 15% (zeer) ontevreden.

In onderstaande tabel staan de activiteiten gerangschikt op basis van de onderliggende gemiddelde scores (zie ook toelichting bij 3.1).

		Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer tevreden	Geen mening
1	Feestverlichting	8%	15%	17%	41%	17%	2%
2	Promotie	4%	14%	20%	44%	9%	9%
3	Susteams	4%	4%	27%	38%	9%	18%
4	Oprichten straatverenigingen	5%	8%	28%	30%	11%	18%
5	Centrummanager	4%	11%	28%	20%	5%	32%

3.3 Collectieve activiteiten



Gezamenlijke activiteiten

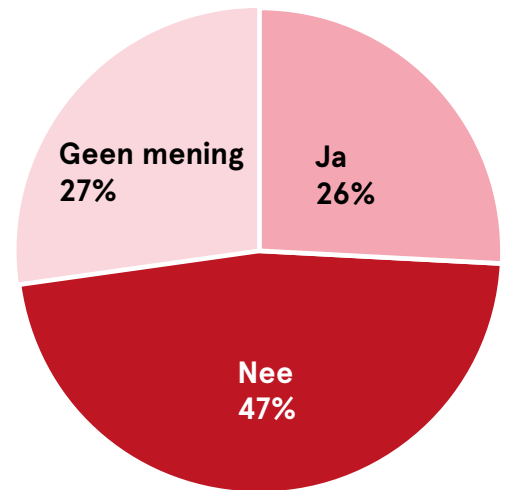
De grote meerderheid van de ondernemers (70%) vindt het belangrijk om samen met andere ondernemers gezamenlijke activiteiten op te zetten en uit te voeren in de binnenstad; slechts 10% vindt dit onbelangrijk.

Deze cijfers geven aan dat er veel draagvlak is voor het versterken van de samenwerking tussen de ondernemers in de binnenstad.

3.4 Bekendheid SOBH en resultaat

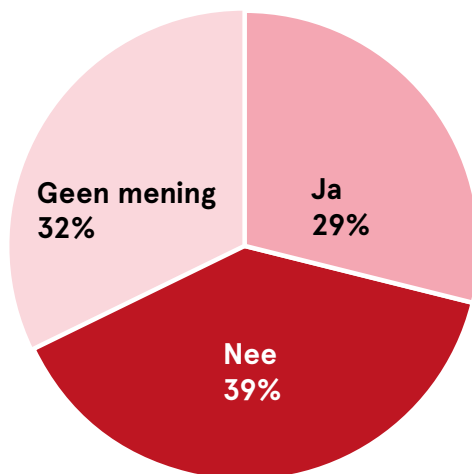
De SOBH is bekend bij **53%** van de respondenten, wat inhoudt dat bijna de helft van de ondernemers niet op de hoogte is van het ondernemersfonds of haar rol qua beheer van reclame-inkomsten. Het is lastig om aan te geven of dit een hoge of lage bekendheid is, omdat dit afhankelijk is van het referentiekader dat wordt gekozen.

Aan degenen die aangaven de SOBH te kennen, is gevraagd of zij de afgelopen twee jaar meer resultaat hebben gezien van samenwerking door de SOBH dan in voorgaande jaren. Iets meer dan een kwart van de respondenten (**26%**) bevestigde dit, terwijl bijna de helft (**47%**) het hier niet mee eens was en **27%** geen mening had.



Resultaat samenwerking

3.5 Inspraak in activiteiten



Inspraak in activiteiten

De vraag over inspraak in de activiteiten die door de SOBH worden ondernomen is door **179** ondernemers beantwoord. De meningen over inspraak zijn nogal verdeeld: **29%** geeft aan wel voldoende inspraak te hebben, terwijl **39%** vindt dat er onvoldoende inspraak is. De overige **32%** heeft hier geen mening over.

"Ik heb eigenlijk geen idee hoe het werkt bij het SOBH. Ik weet niet op welke basis zij bepaalde beslissingen nemen."

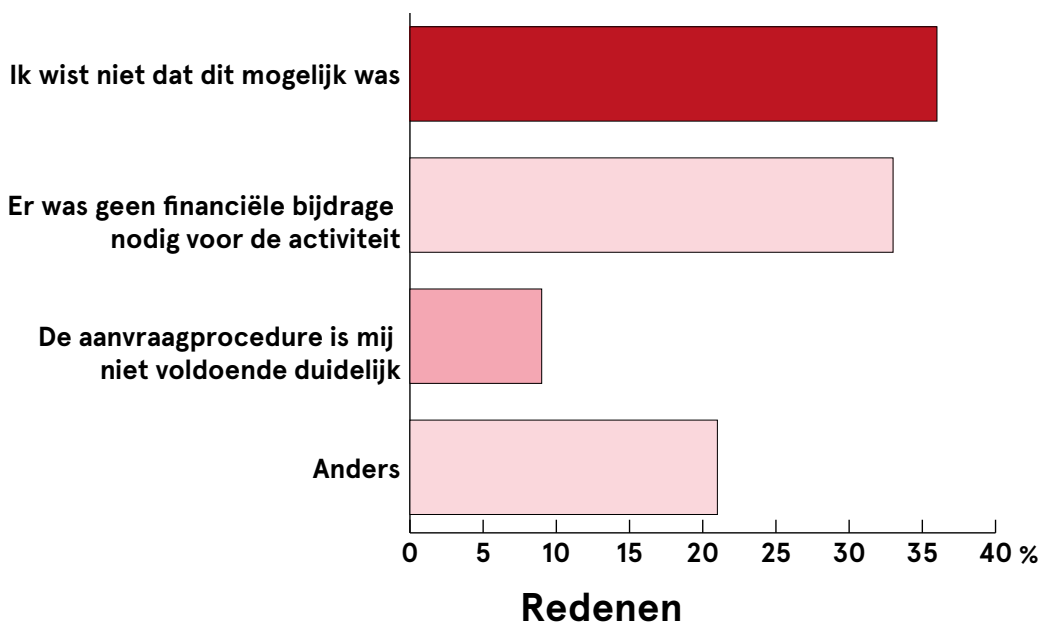
In de toelichting op deze vraag gaven sommigen aan dat ze geen inspraak hebben maar dat ze dat ook niet verwachten, of dat ze de mogelijkheid gewoon niet hebben benut. Anderen geven aan niet eens op de hoogte te zijn van de mogelijkheid tot inspraak.

3.6 Aanvragen financiële bijdrage

20% heeft wel eens een aanvraag ingediend 80% heeft dit nog nooit gedaan

In totaal geven **32** ondernemers aan weleens een aanvraag te hebben ingediend bij de SOBH voor een bijdrage aan activiteiten (**20%**), en **132** ondernemers zeggen dit nog nooit te hebben gedaan.

Hierbij had **91%** (**30** ondernemers) te maken met een toekenning van een aanvraag, en **12%** met een afwijzing (meerdere antwoorden mogelijk). De vraag over tevredenheid met de aanvraagprocedure voor een bijdrage van de SOBH is slechts door **38** ondernemers beantwoord. Van hen is **63%** tevreden over de procedure. De belangrijkste redenen voor het niet hebben ingediend van een aanvraag bij de SOBH zijn onbekendheid met deze mogelijkheid (**36%**) en dat er geen financiële bijdrage nodig was (**33%**).



Bij de **21%** die voor de antwoordoptie 'overig' kozen, stonden als redenen vooral aangegeven dat men geen interesse had, of dat het via de straatvereniging werd ingediend (**10** ondernemers). Vier ondernemers gaven aan de procedure te bureaucratisch of omslachtig te vinden.


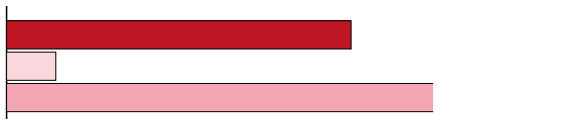
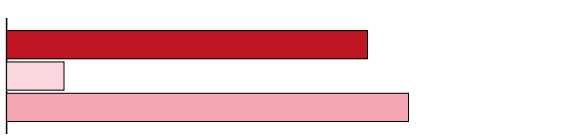
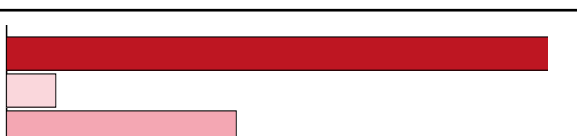
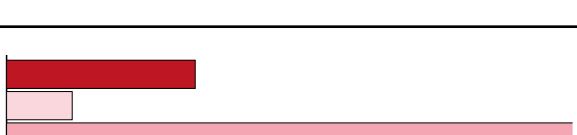
3.7 Bereikbaarheid SOBH en informatievoorziening

Over de bereikbaarheid van de bestuursleden van de SOBH heeft de grote meerderheid (**39%**) geen mening, en is **27%** neutraal. Er lijkt onbekendheid te zijn met het bestuur, iets wat ook terugkwam in de toelichting die ondernemers gaven op deze vraag. Iets minder dan een derde (**29%**) is (zeer) tevreden over de bereikbaarheid, tegenover **5%** die ontevreden is.

	--	-	+/-	+	++	geen mening
bereikbaarheid bestuursleden	2,5 %	2,5 %	27%	26%	3%	39%

(-- = zeer ontevreden, - = ontevreden +/- = neutraal, + = tevreden, ++ = zeer tevreden)

Wat betreft de informatievoorziening door de SOBH richting ondernemers, is de website www.centrum-haarlem.nl het meest bekend (bij **76%**), en is men daarover ook het meest tevreden van alle informatiekanaalen (**69%** tevredenheid). Deze website beoogt informatie over de activiteiten van de stichting uit te wisselen met ondernemers in de binnenstad. De maandelijkse digitale nieuwsbrief van de SOBH is bekend bij **67%**, en wordt door **66%** positief gewaardeerd. De bijeenkomsten over activiteiten van de SOBH zijn het minst bekend (**31%** kent ze niet), en ook de tevredenheid over dit informatiekanaal is het laagst (**23%** is tevreden).

INFORMATIEKANAAL	BEKENDHEID	TEVREDENHEID
www.centrum-haarlem.nl	Ja 76%	
www.ondernemersfondshaarlem.nl	Ja 42%	
E-mails van de SOBH	Ja 44%	
Maandelijkse digitale nieuwsbrief	Ja 67%	
Bijeenkomsten over SOBH activiteiten	Ja 31%	



4 Ondernemers- enquêtes: de toekomst

In het tweede deel van de enquête kijken we vooruit, in aansluiting op de tweede onderzoeksvraag van dit rapport. Hoe zien de ondernemers de binnenstad van Haarlem voor zich in de toekomst? We bespreken in dit hoofdstuk hoe de ondernemers aankijken tegen het oprichten van een BIZ als nieuwe samenwerkingsvorm. Ook bespreken we welke prioriteiten ondernemers geven aan toekomstige activiteiten van het ondernemersfonds of een BIZ. We sluiten af met waardevolle suggesties van ondernemers voor de SOBH als organisatie, en voor activiteiten in Haarlem.

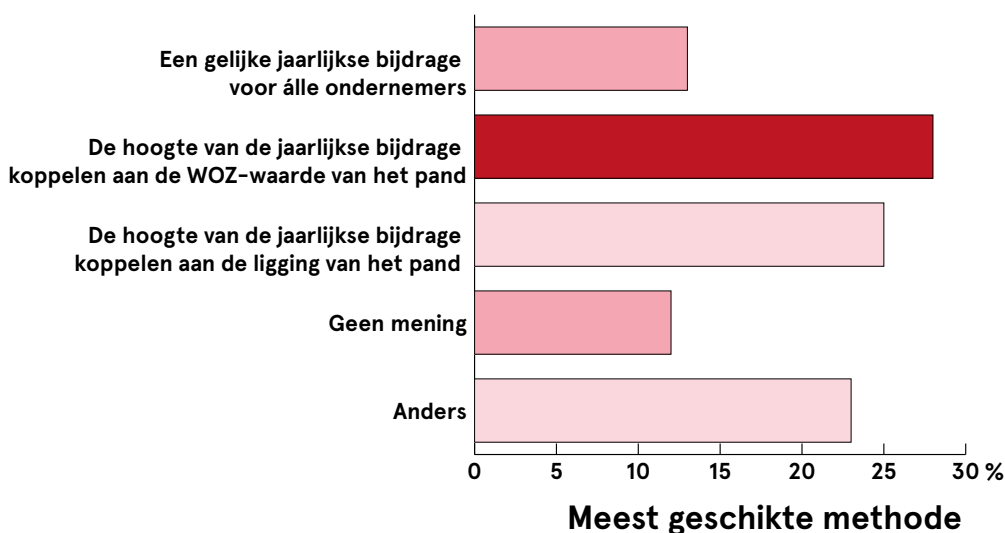
4.1 De BIZ

Van de 251 ondernemers die de vraag beantwoordden over de BIZ, is de grote meerderheid positief over de BIZ als toekomstige samenwerkingsvorm. **74%** vindt de BIZ geschikt voor de binnenstad van Haarlem (**35%** vindt de BIZ zeer geschikt). Slechts **11%** geeft aan de BIZ niet als geschikte samenwerkingsvorm te zien.

	--	-	+/-	+	++	geen mening
de BIZ als samenwerkingsvorm	6%	5%	11%	39%	35%	4%

(-- = zeer ongeschikt, - = ongeschikt +/- = neutraal, + = geschikt, ++ = zeer geschikt)

Wat betreft de meest geschikte methode om de hoogte van het tarief te bepalen, is een koppeling aan de WOZ-waarde het meest populair (**28%**), gevolgd door de ligging van het pand (**25%**). Ongeveer een kwart (**23%**) gaf aan een andere mogelijkheid beter te vinden.



In de toelichting op deze antwoordoptie werden de volgende opties door meerdere ondernemers genoemd:

1. een combinatie tussen WOZ-waarde en omzet;
2. op basis van de omzet of inkomsten;
3. de combinatie van ligging met WOZ-waarde;
4. per vierkante meter.

4.2 Prioriteit activiteiten

Aan ondernemers zijn **twalf** activiteiten voorgelegd met de vraag hoeveel prioriteit deze volgens hen dienen te krijgen bij de SOBH of een andere samenwerkingsvorm. Wanneer we de hoogste prioriteitsniveaus (4 en 5) combineren, verdient feestverlichting volgens ondernemers de meeste prioriteit (**73%**), gevolgd door collectieve marketing (**67%**), het verbeteren van de uitstraling van het centrum (**68%**), het verbeteren van de bereikbaarheid (**65%**) en het oplossen van de fietsproblematiek (**57%**). Overigens vallen niet al deze activiteiten onder de verantwoordelijkheid van de SOBH, zoals de fietsproblematiek. We hebben deze echter wel aan ondernemers voorgelegd, omdat ze medebepalend zijn voor hoe de binnenstad van Haarlem wordt ervaren.

Het verbeteren van de bereikbaarheid krijgt van alle activiteiten het vaakst prioriteitsscore 5 toegekend (door **47%** van de ondernemers), gevolgd door fietsproblematiek (**39%**) en uitstraling van het centrum verbeteren (**38%**). Aan het verbeteren van de samenwerking tussen ondernemers en eigenaren wordt relatief het minst prioriteit gegeven (**34%** geeft een score van 1 of 2). Het verhogen van de veiligheid van de binnenstad wordt het meest in de midden-categorie ingedeeld (**37%**).

		1-2 (zeer) lage prioriteit	3 neutraal	4-5 (zeer) hoge prioriteit
1	Feestverlichting	7%	20%	73%
2	Collectieve marketing	11%	23%	67%
3	Verbeteren bereikbaarheid	17%	18%	65%
4	Verbeteren uitstraling centrum	15%	17%	68%
5	Evenementen	15%	24%	61%
6	Oplossen fietsproblematiek	21%	22%	57%
7	Versterken diversiteit winkelaanbod	23%	20%	57%
8	Verbeteren samenwerking tussen ondernemers	16%	32%	52%
9	Belangenbehartiging	16%	32%	52%
10	Verhogen veiligheid binnenstad	20%	37%	43%
11	Verhogen duurzaamheid binnenstad	24%	27%	49%
12	Verbeteren samenwerking tussen ondernemers en eigenaren	34%	35%	31%



"Fietsen moeten geweerd worden uit de straten! Deze zijn een doorn in het oog van elke winkelier wanneer ze tegen de etalages staan."

4.3 Burgwalbuurt

Over het betrekken van de Burgwalbuurt bij het ondernemersfonds zijn de meningen verdeeld: **37%** is het daarmee eens, **25%** is het er niet mee eens, en **38%** heeft geen mening over de uitbreiding. In de toelichting wordt door sommigen genoemd dat de Burgwalbuurt te ver buiten het centrum ligt, terwijl anderen aangeven dat het ze echt niet uitmaakt, zolang er maar draagvlak voor is in de Burgwalbuurt zelf. Ook wordt de vraag 'Wat is 'binnenstad'' gesteld, en wordt gezegd dat het er ook van afhangt of de Burgwalbuurt profiteert van de activiteiten van het ondernemersfonds.

4.4 Suggesties voor de organisatie van de SOBH

Op de open vraag met suggesties voor de SOBH kwamen **66** reacties. Men verlangt meer bekendheid van de SOBH, ook bij ondernemers buiten het centrum en kleine ondernemers. Wat doet de SOBH, en wat is daarvan de meerwaarde voor de betalende ondernemers? De straatverenigingen worden als partij genoemd om te zorgen voor een betere terugkoppeling na vergaderingen en meer zichtbaarheid van de acties die door het ondernemersfonds zijn ondernomen.

"Bekijk iedere ondernemer eens ter plekke. Wij horen eigenlijk nergens bij. Jammer want we betalen wel!"

Een versimpeling van de tarieven wordt ook door meerdere ondernemers genoemd en een eerlijkere verdeling van kosten tussen ondernemers en eigenaren. Daarnaast wordt aangegeven dat de reclamebelasting voor kleine en voor startende ondernemers moeilijk te dragen is. Hier wordt aan toegevoegd dat ook de kleine ondernemers belangrijk zijn voor het toerisme. Meerdere ondernemers adviseren de SOBH om de reclamebelasting om te zetten naar een BIZ, waarbij wel wordt opgemerkt dat men moet zien te voorkomen dat ondernemers hun gevel helemaal gaan volhangen met reclame.

Ook verlangt men naar beter en meer contact met de ondernemers, inclusief het persoonlijk langsgaan bij ondernemers. Ook het zorgen voor een actueel en compleet bestand met mailadressen van ondernemers (filiaalhouders bij de grote ketens) wordt door een paar ondernemers genoemd. Daarnaast wordt als tip gegeven om nieuwe ondernemers door de SOBH of de centrummanager wegwijs te laten maken. Hierbij kan de rol van de SOBH worden uitgelegd, kunnen de tarieven worden toegelicht en kunnen ook onderwerpen als calamiteiten aan bod komen.

Ook wordt aangegeven dat Haarlem meer moet profiteren van haar centrale ligging dichtbij Schiphol, de Keukenhof, Alkmaar en de Zaanse Schans. Er kan bijvoorbeeld voor worden gekozen om meer te investeren in goede hotelfaciliteiten zodat toeristen Haarlem als verblijfslocatie uitkiezen. Haarlem kan ook meer als citytrip op de kaart worden gezet. Daarnaast wordt als tip gegeven om marketingmateriaal voor ondernemers beschikbaar te stellen en te zorgen voor meer PR rond evenementen zoals Haarlem Shopping Night.

4.5 Suggesties voor activiteiten in Haarlem

Er kwamen **54** reacties op de open vraag naar suggesties voor activiteiten. Door meerdere winkeliers wordt aangegeven dat het goed zou zijn als zij meer voordeel kunnen halen uit activiteiten in de binnenstad. In dit kader wordt bijvoorbeeld verzocht om de timing van evenementen eens goed te bekijken: bijvoorbeeld de intocht van Sinterklaas organiseren op een dag dat de winkels open zijn, Shopping Night op een ander tijdstip, en kerstactiviteiten plannen nadat mensen hun salaris en eindejaarsuitkering hebben ontvangen. Ook openbare toiletten worden genoemd om bezoekers meer tegemoet te komen. Daarnaast wordt gepleit voor meer afvalbakken, een betere reiniging van de stad in de vroege ochtend, betere feestverlichting en meer groen.

"Vergeet de winkeliers niet: Haarlem ook als winkelstad promoten."

Een ander inzicht is dat volgens meerdere ondernemers niet alleen het centrum moet worden betrokken bij de evenementen, maar juist ook de straten daaromheen. Hiermee wordt ook gezorgd voor meer bekendheid bij het publiek van straatjes die in opkomst zijn. Als positief voorbeeld wordt genoemd dat de kerstmarkt vorig jaar doorliep tot aan de Kinderhuisvest. De Gouden Straatjes worden ook genoemd om meer zichtbaar te maken, bijvoorbeeld met behulp van bewegwijzering.

Als nieuwe activiteiten worden bijvoorbeeld genoemd: een sloepenrace of andere activiteit op het water, een culinair festival, modeshow, kunstroutes, meer braderieën/marktjes in de straten en meer koopavonden. Hierbij wordt genoemd dat straatverenigingen moeten worden gestimuleerd om meer evenementen te organiseren. Sommige ondernemers geven aan niet te wachten op nieuwe activiteiten; zij zien liever dat de bestaande activiteiten worden verbeterd.

"De bereikbaarheid van Haarlem wordt onderschat en heeft prioriteit."

De bereikbaarheid van Haarlem en de parkeerproblematiek worden door meerdere ondernemers genoemd. Er wordt aangegeven dat er te weinig parkeermogelijkheden zijn en dat het parkeren goedkoper moet worden. Vernieuwingen die men graag zou willen zien zijn 'Park & Bike' en parkeren met pinbetaling.

↘ 5 Eigenaren: evaluatie SOBH en de toekomst 🔍

Zoals al eerder opgemerkt, hebben slechts 28 eigenaren deelgenomen aan de enquête. Zij vertegenwoordigen weliswaar meer dan 70 panden, maar we kunnen op basis van deze steekproef maar beperkt cijfermatige uitspraken doen. We duiden de belangrijkste resultaten, gevolgd door een korte bespreking van onze bevindingen bij de VEBH ledenborrel, aangezien we daar een goede indruk hebben gekregen van de onderwerpen die eigenaren belangrijk vinden.

5.1 Enquête

De bevroegde eigenaren zijn overwegend positief over de ondersteuning door de SOBH van de evenementen in de binnenstad in 2016. Per evenement zijn maar maximaal 3 van de 28 eigenaren (zeer) ontevreden. Over Haarlem Jazz & More zijn eigenaren het meest tevreden: 11 zijn tevreden en 6 zeer tevreden. Dit wordt gevolgd door het Bloemencorso, waar 15 eigenaren tevreden en 2 eigenaren zeer tevreden over zijn. Over het Haarlem Cultuur Festival lijkt men verdeeld te zijn: 8 eigenaren hebben hierover geen mening, terwijl 9 eigenaren tevreden zijn (en 2 zeer tevreden). **De ondersteuning van individuele evenementen door straatverenigingen lijkt niet goed bekend:** 8 eigenaren hebben hierover geen mening, en nog eens 8 beantwoorden de vraag neutraal.

Wat betreft de activiteiten die door de SOBH zijn ondersteund, zijn de eigenaren het meest positief over de promotie van de binnenstad door City Marketing: 10 eigenaren zijn hierover tevreden, en 7 zijn zeer tevreden. Ook de feestverlichting kan op goedkeuring rekenen: 12 eigenaren zijn tevreden en 3 zeer tevreden. Over de ondersteuning bij het oprichten van straatverenigingen zijn 9 eigenaren tevreden, terwijl 9 anderen hier geen mening over hebben. Over de susteams voor veiligheid zijn de meningen verdeeld: 8 eigenaren zijn hierover neutraal, 7 tevreden, en 9 hebben geen mening.

De eigenaren hechten belang aan het opzetten en uitvoeren van gezamenlijke activiteiten met andere vastgoedeigenaren en ondernemers: 17 eigenaren vinden dit belangrijk, tegenover 4 die het onbelangrijk vinden. Deze uitkomst geeft aan dat er in de basis een positieve houding is richting meer samenwerking in de binnenstad, althans volgens de bevroegde eigenaren. Ook het belang van inspraak in de activiteiten in de binnenstad als individuele vastgoedeigenaar komt duidelijk naar voren: 18 eigenaren vinden dit (zeer) belangrijk, 2 vinden het (zeer) onbelangrijk, en 7 oordelen hier neutraal over. **Ook dit resultaat wijst erop dat eigenaren betrokken willen worden bij wat er in hun binnenstad gebeurt.**

Ongeveer driekwart van de eigenaren (n=18) is bekend met de SOBH. De vraag of er de afgelopen twee jaar meer resultaat zichtbaar is van samenwerking als gevolg van SOBH-investeringen, is door 16 eigenaren beantwoord. Van hen vinden 4 van wel, 7 van niet, en hebben er 5 geen mening. De meningen daarover zijn dus nogal verdeeld. Met de website www.centrum-haarlem.nl zijn 17 van de eigenaren bekend, dus ongeveer een derde kent de website niet.

Ook aan de eigenaren is een korte uitleg gegeven over de huidige financieringsvorm van de SOBH via reclamebelasting en zijn de mogelijkheden van een BIZ toegelicht. Van de eigenaren vinden 13 de BIZ (zeer) geschikt als samenwerkingsvorm voor de binnenstad van Haarlem, 5 eigenaren geven aan de BIZ (zeer) ongeschikt te vinden en 6 zijn er neutraal over. Wat betreft de meest geschikte methode om de hoogte van het tarief te bepalen bij een BIZ, zijn de meningen verdeeld. De meest populaire methode is de koppeling aan de WOZ-waarde van het pand (8 eigenaren). De meeste eigenaren (13) hebben geen mening over het toevoegen van de Burgwalbuurt aan het ondernemersfonds of een andere samenwerkingsvorm, 9 zijn het niet eens met deze uitbreiding en 3 zijn het eens.

Volgens de eigenaren moet de SOBH, of een andere samenwerkingsvorm, de meeste prioriteit geven aan het verbeteren van de bereikbaarheid: 14 eigenaren geven hier de hoogste prioriteit aan (niveau 5), en nog eens 4 eigenaren geven bereikbaarheid prioriteitsniveau 4. Aan het oplossen van de fietsproblematiek wordt ook veel waarde gehecht: 11 eigenaren geven dat onderwerp niveau 5, en nog eens 4 kiezen voor niveau 4. Ook belangrijk vindt men het verbeteren van de uitstraling van het centrum en collectieve marketing. Relatief het minste belang lijkt te worden gehecht aan het verbeteren van de samenwerking tussen eigenaren en ondernemers.

De open vraag over welke investeringen men als vastgoedeigenaar van belang vindt in de binnenstad van Haarlem, is door 19 eigenaren beantwoord. Investeren in de bereikbaarheid van het centrum wordt meerdere malen genoemd, inclusief een verbetering van de verkeerssituatie rond de toegang van het centrum (Parklaan en omgeving). Hierbij horen volgens hen ook goede parkeervoorzieningen en lagere parkeertarieven. Door meerdere eigenaren wordt belang gehecht aan orde en netheid in de openbare ruimte, zoals meer gratis fietsenstallingen en het reinigen van meterkasten en straatmeubilair. Daarnaast vindt men het onderhoudsniveau en de uitstraling van de panden belangrijk, inclusief pandverlichting.

5.2 VEBH Ledenborrel

Op 19 april heeft Farzad Ghaus op de ledenborrel van de VEBH de evaluatie van het ondernemersfonds onder de aandacht gebracht, en de mogelijkheden van een BIZ nader toegelicht. Bij deze bijeenkomst was ook een aantal raadsleden aanwezig. De eigenaren stonden open voor ideeën om de organisatie van de vastgoedpartijen in de binnenstad verder te versterken. **Ze zien voordelen in het bundelen van hun krachten.** Een BIZ zou ook een verdere professionalisering en uitbreiding van hun huidige vereniging kunnen betekenen. Er waren ook eigenaren die positieve ervaringen hadden met BIZ'en in andere steden.

Alle aanwezigen reageerden positief en wilden graag verder praten over concrete vervolgstappen. Er werden ook kritische vragen gesteld, zoals:

- Hoe verhouden twee BIZ'en zich straks tot elkaar (eigenaren en ondernemers?)
- Welke gezamenlijke doelen worden geformuleerd?
- Welke investering wordt van de eigenaren verwacht?
- Gaat de gemeente haar verantwoordelijkheden niet doorschuiven naar de eigenaren?
- Is een BIZ haalbaar gezien de matige betrokkenheid van een deel van de eigenaren?

Ook boden meerdere eigenaren aan te willen meedenken en meehelpen met de verdere uitwerking van de mogelijkheden van de BIZ. In een mogelijk vervolg is het van belang om de kritische vragen te gebruiken om samen met alle betrokken partijen tot een realistisch plan van aanpak te komen.

6 Stakeholder- gesprekken

We hebben meerdere bijeenkomsten met stakeholders georganiseerd om hun persoonlijke ervaringen met het ondernemersfonds te horen en om hun visie scherp te krijgen over de toekomst van de binnenstad van Haarlem. We bespreken onze bevindingen in dit hoofdstuk per hoofdthema. Tijdens de drie stakeholdergesprekken werden de volgende onderwerpen besproken:

Onderwerpen gesprekken stakeholders

Functioneren ondernemersfonds

- Slagkracht en zichtbaarheid ondernemersfonds
- Inspraak in de activiteiten, bereikbaarheid bestuursleden
- Resultaten en gevolgen van activiteiten
- Aanvraagprocedure financiële ondersteuning activiteiten

Activiteiten

- Beoordeling evenementen gesteund door de SOBH
- Beoordeling activiteiten gesteund door de SOBH

Reclameheffing

- Voor- en nadelen van het huidige systeem
- Geschiktheid van alternatieven zoals de BIZ

Toekomst binnenstad

- Overkoepelende visie op de binnenstad van Haarlem: waar willen we naartoe, wat willen we bereiken?
- Welke prioriteiten moet de SOBH (of een alternatieve samenwerkingsvorm) hebben voor de komende jaren?

6.1 Functioneren ondernemersfonds

Tijdens de stakeholdergesprekken is er uitgebreid stilgestaan bij het huidige functioneren van het ondernemersfonds. Zoals ook uit de respons en resultaten van de evaluatie uit 2012 bleek, is de zichtbaarheid van het ondernemersfonds niet zo groot. In de stakeholdergesprekken kwam naar voren dat dat op zich niet bezwaarlijk is: het ondernemersfonds is een vehikel om de binnenstad economisch sterker te maken. Het ondernemersfonds zelf behoeft niet zozeer bekendheid, is meermalen opgemerkt. Omdat het ondernemersfonds best een ingewikkelde constructie is, blijkt in de praktijk dat het lastig uit te leggen is aan individuele ondernemers. Ook de gemeenteraad heeft moeite om het fonds te begrijpen en sommige raadsleden denken dat het een gift van de gemeente aan de binnenstad betreft: de opbrengst wordt immers uitgekeerd als subsidie.

"Mijn grootste zorgpunt is dat de gemeenteraad niet weet hoe het in elkaar zit."

Het nadeel van de relatieve onbekendheid van het fonds, is dat ondernemers niet weten wat het allemaal realiseert. Ze zijn zich er niet van bewust dat ze allemaal bijdragen aan een betere binnenstad. Zo wordt er vaak vanuit gegaan dat zaken als kerstverlichting door de gemeente gefinancierd worden. Ook worden er, ondanks uitvoerige communicatie, relatief weinig aanvragen voor financiële steun gedaan en veelal door dezelfde partijen. Het is dan ook belangrijk dat de ondernemers weten dát er een fonds is waar zij allemaal aan bijdragen en waar aanspraak op gedaan kan worden voor de financiële ondersteuning van activiteiten. Hoe het fonds organisatorisch en juridisch in elkaar steekt, is minder van belang voor individuele ondernemers, vindt men.

"Het is voor ondernemers best goed om te weten dat dingen niet vanzelf gaan. Veel mensen denken: dat doet de gemeente. Het mag best duidelijk gemaakt worden wat het fonds allemaal doet."

De zichtbaarheid van het ondernemersfonds en de mogelijkheid om aanvragen te doen, is bij de straatverenigingen beter bekend. Dit wordt door de stakeholders ook gezien als de juiste manier. In de straatverenigingen werken detailhandel en horeca samen, ontstaan initiatieven en nieuwe ideeën en deze moeten ondersteund worden door het ondernemersfonds. De afgelopen jaren is door Haarlem Centraal en het ondernemersfonds geïnvesteerd in het versterken van de straatverenigingen en met succes. De straatverenigingen zijn ook bekend met de procedure voor het aanvragen van financiële ondersteuning voor activiteiten. Enkele stakeholders vinden dat de aanvraagprocedure te formalistisch is georganiseerd en over te veel schijven loopt. Hoofdmoot is dat de ondernemers meer het gevoel moeten krijgen dat het fonds van hen is. Enkele stakeholders pleiten voor het versoepelen van kleine aanvragen tot €1.500. Er is nu één procedure voor alle aanvragen, voor zowel hoge als lage bedragen.

"Als we de straatverenigingen willen stimuleren en faciliteren, dan helpt het wellicht om de lagere bijdragen gemakkelijker toe te zeggen. Tijdrovende procedures zijn demotiverend."

Bij goedkeuring ontvangt men 75% van het bedrag vooraf en 25% achteraf, na verantwoording. In de praktijk blijkt dit een drempel te zijn voor kleinschalige initiatieven om een aanvraag te doen, terwijl het ondernemersfonds deze initiatieven juist graag wil ondersteunen. Ook is een collectieve aanvraag vanuit meerdere straatverenigingen niet mogelijk, omdat er voor het bestuur dan geen overzicht meer is. Daarnaast eist de accountant dat er verantwoording achteraf plaatsvindt. Tussen wens en mogelijkheid zit dus nog een verschil. Enkele stakeholders pleiten voor een zoektocht naar werkbare oplossingen om de aanvraagprocedure te vereenvoudigen.

Over de inspraakmogelijkheden in het ondernemersfonds zijn de stakeholders tevreden. Van Ondernemersvereniging Haarlem Centraal zitten twee bestuursleden in het bestuur van de SOBH. Zij kunnen de straatverenigingen op de hoogte houden via de ledenvergadering van Haarlem Centraal of tussentijds. Ook de Koninklijke Horeca Nederland afdeling Haarlem is vertegenwoordigd in het bestuur van het ondernemersfonds en kan zijn leden via ledenvergaderingen of tussentijds op de hoogte brengen. Bovendien is er op basis van de statuten jaarlijks een goedkeuring vereist door de ledenvergadering van Haarlem Centraal en Koninklijke Horeca Nederland afdeling Haarlem op de begroting en het activiteitenprogramma van de SOBH voor het komend jaar, alsook achteraf op de jaarrekening. Bij afkeuring wordt advies ingewonnen bij de Centrum Management Groep op basis waarvan een nieuwe begroting, activiteitenprogramma en jaarrekening door de SOBH worden opgesteld. Op basis van de statuten vindt ook een terugkoppeling plaats door de SOBH van het gevoerde beleid aan de Centrum Management Groep, waarin alle stakeholders in de binnenstad vertegenwoordigd zijn.

6.2 Evaluatie activiteiten

Het grootste deel van de bestedingen die vanuit het ondernemersfonds worden gedaan, ligt reeds vast. Dit geldt voor de jaarlijkse bijdrage aan Haarlem Marketing, de bijdrage aan de kerstverlichting in de binnenstad en de bijdrage aan de Centrum Management Groep. Hierdoor is er nog zo'n 30% van het totale budget beschikbaar voor vrije bestedingen aan aanvragen.

"Wat heet vrije bestedingen? Bloemencorso, Sinterklaasintocht: men rekent op een bijdrage. Anders betekent dat gigantische schade voor de stad."

De kerstverlichting wordt als een belangrijke en logische besteding van het ondernemersfonds gezien. Ze draagt in grote mate bij aan sfeer in de binnenstad, het is een zichtbare besteding en veel ondernemers profiteren ervan. Wel wordt er opgemerkt dat de verlichting niet de gehele binnenstad beslaat. Er moet dus regelmatig uitgelegd worden waarom dat zo is. Een grotere reservering van het budget voor de kerstverlichting kan ervoor zorgen dat een groter deel van de binnenstad wordt verlicht.

Door verschillende stakeholders wordt opgemerkt dat het Haarlemse publiek traditioneel en kritisch is: continuïteit van evenementen is daarom erg belangrijk. Daarbij wordt ook aangemerkt dat vernieuwing noodzakelijk is om te blijven verrassen. Anderzijds wordt ook besproken dat grote (commerciële) evenementen, die zichzelf kunnen bedruipen, eigenlijk geen bijdrage meer nodig hebben. In dat licht worden onder andere Haarlem Culinair en Haarlem Jazz genoemd. Voorgesteld wordt om initiatieven bijvoorbeeld drie jaar lang te ondersteunen, waarna zij op eigen kracht moeten kunnen renderen. Zo kunnen de initiatieven met behulp van een stimulans vanuit het fonds bewijzen gezond te kunnen voortbestaan. Ook zijn er evenementen die een rol kunnen spelen voor de hele stad, maar die net buiten de binnenstad worden georganiseerd, zoals Bevrijdingspop. Omdat dergelijke evenementen wel kunnen bijdragen aan het positieve imago van Haarlem wordt voorgesteld om te kijken op welke wijze deze initiatieven in de toekomst kunnen worden ondersteund. Ook nieuwe en kleinschalige initiatieven moeten niet worden vergeten en verdienen een stimulans, aangezien de stad zich daarmee kan onderscheiden. In het algemeen wordt opgemerkt dat het fonds kritisch moet zijn betreffende de impact van evenementen: wat stopt het fonds erin en wat haalt de stad eruit. Een evenement zoals het Bloemencorso zorgt voor veel internationale media-aandacht en volle hotels, maar levert niet direct iets op voor de lokale middenstand.

"Er mag scherper naar de evenementen worden gekeken. Het beleid moet passen bij hoe we de stad willen promoten. Dus niet evenementen overeind houden die niet meer passen bij de marketing van de stad."

De jaarlijkse bijdrage aan Haarlem Marketing is moeilijker uit te leggen aan ondernemers, blijkt uit de gesprekken. Vooral voor hotels en overige horeca zijn de inspanningen die Haarlem Marketing doet wel zichtbaar, maar voor de detailhandel veel minder. Dit komt mede omdat marketing pas op de lange termijn tot resultaat leidt en dit ook niet altijd direct meetbaar is. Stakeholders geven aan dat Haarlem Marketing de ondernemers moet ondersteunen: er moet over gesproken worden hoe dat vorm kan krijgen.

Enkele stakeholders geven aan dat het geld ieder kalenderjaar moet worden opgemaakt. Eén van de opties is extra ondersteuning van de kerstmarkt, de drukst bezochte activiteit. Als alternatief wordt het organiseren van een pitch genoemd om de overgebleven gelden te verdelen.

6.3. Reclameheffing

Een belangrijk onderdeel van de stakeholdergesprekken beslaat de systematiek. Over het feit dat er door het ondernemersfonds een financiële ruggengraat is neergezet, zijn alle stakeholders tevreden en dit moet dan ook zeker behouden worden. Tijdens de gesprekken komen echter meerdere nadelen naar voren van het huidige systeem op basis van reclamebelasting. Zo zijn met 8% de perceptiekosten hoog te noemen, omdat het systeem arbeidsintensief is. In de heffing zit ook nog een deel precario: in de praktijk is dit erg lastig uit te leggen aan de ondernemers. Tevens kan de gemeenteraad de subsidie opschorten: zij hebben er immers over besloten. Ook is het van tevoren nooit zeker wat de jaarlijkse inkomsten zijn voor het fonds: er is dus altijd kans dat er een teveel ontvangen bedrag terugbetaald moet worden aan de gemeente. Hierdoor is het bestuur altijd wat voorzichtig met uitgaven. Tenslotte is met de huidige systematiek nog altijd sprake van *free-riders*: er zijn ondernemers die bewust hun reclame-uiting hebben verwijderd, zodat zij niet hoeven bij te dragen aan het fonds. En de pandeigenaren dragen in de huidige systematiek helemaal niet bij, terwijl zij wel profiteren van een economisch vitale binnenstad.

"Het is heel vervelend dat we nu pas na 1,5 jaar weten wat de opbrengsten zijn. Met een BIZ is dit voor de komende jaren gewoon duidelijk."

Als alternatieven worden een stadsbreed fonds (Leids model) besproken en het invoeren van een Bedrijven Investeringszone (BIZ). Een nieuw systeem moet de problematiek van het huidige systeem oplossen. Er wordt besproken dat eigenlijk de hele stad georganiseerd moet zijn en moet bijdragen aan het centrum. De binnenstad is immers een trekker, die zorgt voor veel bedrijvigheid voor Haarlem. Met het Leids model blijf je echter afhankelijk van de gemeenteraad: één van de nadelen van het huidige systeem. Bovendien is de verscheidenheid aan gebieden en hun belangen groot. Het combineren van alle belangen in één fonds voor de gehele stad zorgt voor veel discussie. Daarnaast hebben Waarderpolder (BIZ) en de Generaal Cronjéstraat al een eigen fonds. De BIZ zou in dat opzicht een verbetering zijn, wordt opgemerkt. Makkelijk uit te leggen, lage perceptiekosten en elk jaar duidelijk hoeveel geld er binnenkomt.

De stakeholders zien zeker de voordelen van een BIZ. Wel heeft men twijfels bij het benodigde draagvlak; is dat haalbaar? Om de BIZ-oprichting te laten slagen moet het programma niet ingewikkeld maar helder zijn en het gebied niet te omvangrijk. Bovendien moet heel duidelijk worden gemaakt wat de voordelen zijn ten opzichte van het huidige systeem. Ook moet duidelijk worden gemaakt dat de BIZ niet dient om gemeentelijke taken over te nemen. Het overgaan van het ondernemersfonds naar een BIZ zal een lastenverschuiving met zich meebrengen: veel kleine ondernemers betalen nu maar €111 per jaar. Ook hier voorziet men een uitdaging. Het oprichten van een BIZ wordt echter ook als kans gezien: opnieuw aandacht voor het belang om samen te investeren in de binnenstad. De noodzaak en urgentie om van systematiek te veranderen moeten heel duidelijk worden gemaakt aan de ondernemers.

"Belangrijk is dat de politiek niet steeds meer taken gaat parkeren bij het ondernemersfonds."

Hoewel de stakeholders toenemende betrokkenheid van eigenaren toejuichen, wordt dit wel als een intensieve operatie gezien: pandeigenaren zullen persoonlijk benaderd en overtuigd moeten worden van de meerwaarde van een BIZ. Op dit moment investeren zij immers niets en wordt er wel via diverse overlegorganen naar hen geluisterd, wordt meerdere malen opgemerkt. Belangrijk is dat alle partijen op basis van sterke argumenten worden overtuigd van de toe te passen systematiek.

Rond de jaarwisseling wordt een nieuw convenant opgesteld voor het Haarlemse centrum. Het programma moet vernieuwend zijn en mag naar de wens van de stakeholders op veel publiciteit rekenen. Het nieuwe convenant biedt de gelegenheid om de BIZ op te nemen in de plannen en de afspraken tussen de gemeente en andere belanghebbende partijen meteen vast te leggen.

6.4. Toekomst binnenstad

Als afsluiter van alle gesprekken wordt gevraagd: wat is de toekomst van de binnenstad en waar moeten de komende jaren de prioriteiten liggen? De stakeholders benoemen het feit dat Haarlem al snel wordt vergeleken met steden zoals Leiden, Gouda en Dordrecht: de steden lijken voor een buitenstaander veel op elkaar. Haarlem heeft een duidelijke identiteit nodig, die wordt gedragen en geuit door alle belanghebbenden.

"Wat belangrijk is in het centrum, is goed voor de rest van Haarlem. Daarom moeten we meer samenwerken en één identiteit uitdragen."

Haarlem moet haar kernwaarden benutten om de aantrekkingskracht op bezoekers te vergroten. Bovendien is er een toekomstvisie nodig, die wordt bepaald in samenspraak met ondernemers, bewoners én bezoekers. Drie kernwaarden staan centraal in alle communicatie die Haarlem Marketing uitvoert: kwaliteit, oorspronkelijkheid en de menselijke maat. De stakeholders vinden deze kernwaarden goed toepasbaar op Haarlem en zien deze graag gehandhaafd. Een paar stakeholders merken op dat er ook een rol is weggelegd voor de gemeente in het versterken van de economie en het aantrekken van nieuwe bedrijven. Een accountmanager voor bedrijven die speciaal hiervoor wordt aangesteld, wordt als voorbeeld genoemd.

Meerdere stakeholders geven expliciet aan dat de prioriteit de komende jaren bij de straatverenigingen moet liggen. Zij zijn de afgelopen jaren onder leiding van Haarlem Centraal geprofessionaliseerd. De komende jaren moet het ondernemersfonds de straatverenigingen stimuleren nog actiever te worden en meer te organiseren. Hierdoor zal ook het draagvlak onder ondernemers voor samenwerking nog meer toenemen.

"In de straatverenigingen werken horeca en retail samen: dat is sterk en moeten we stimuleren."

Voor de bijdragen aan grotere evenementen moet kritisch gekeken worden waar wel en niet in geïnvesteerd wordt. Stimuleren van nieuwe initiatieven is het belangrijkste, merken diverse stakeholders op, en nieuwe initiatieven beginnen altijd klein. Ook met het oog op de drukte in de stad en het schrikbeeld van Amsterdam, waarbij de inwoners zich tegen de grote drukte gaan keren, is dit een goede focus.

Ook wordt aangegeven dat onderzoek en statistiek meer moeten worden benut, zodat de stad de resultaten kan meenemen in haar keuzes. Die keuzes moeten aansluiten op de visie voor het centrum en gemaakt worden voor de lange termijn, zodat er een goed fundament ontstaat waarop voortgebouwd kan worden.

7 Conclusies & aanbevelingen

In de evaluatie van de Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem staan twee vragen centraal, die in deze conclusie worden beantwoord. In dit hoofdstuk combineren we de bevindingen van de enquêtes en de gesprekken met de stakeholders. Zoals eerder aangegeven, zijn de cijfermatige bevindingen uit de ondernemersenquête representatief. De meningen van de eigenaren en andere stakeholders kunnen niet zomaar worden gegeneraliseerd omdat wij slechts een klein deel van hen hebben gesproken.

1. Functioneert het ondernemersfonds tot genoegen van de ondernemers in de binnenstad, hun belangenvertegenwoordigers en de gemeente, en wat kan er worden verbeterd?
2. Welke mogelijkheden biedt de BIZ en wat is hiervoor het draagvlak bij de ondernemers en pandeigenaren in de binnenstad?

Door het combineren van verschillende onderzoeksmethoden en het ondervragen van diverse doelgroepen, hebben we een veelzijdig beeld gekregen van het functioneren van het ondernemersfonds en de mogelijkheden voor de toekomst. Naast conclusies op basis van het uitgevoerde onderzoek, worden in dit hoofdstuk ook aanbevelingen gedaan voor de toekomst. Belangrijk om te vermelden is dat sommige aanbevelingen meer van algemene aard zijn en de aanpak daarvan bij andere partijen dan de SOBH hoort, zoals de fietsproblematiek. We bespreken ze echter wel, omdat het belangrijke signalen van ondernemers en eigenaren zijn over de binnenstad van Haarlem.

7.1 Functioneren ondernemersfonds en verbeterpunten toekomst

De grondhouding in de binnenstad van Haarlem is positief: zowel uit de ondernemersenquêtes als uit de stakeholdergesprekken blijkt dat er veel draagvlak is voor samenwerking. Het feit dat er met de oprichting van het ondernemersfonds een financiële ruggengraat is ontstaan, wordt als waardevol gezien voor de Haarlemse binnenstad. Ook eigenaren onderkennen het belang van samenwerking.

Functioneren ondernemersfonds

Opvallend is dat de SOBH bekend is bij 53% van de respondenten, wat inhoudt dat bijna de helft van de geënquêteerde ondernemers het ondernemersfonds niet kent, noch haar rol in het beheer van de reclame-inkomsten. Hoewel uit de stakeholdergesprekken naar voren komt dat bekendheid van het fonds geen doel op zich is - het fonds is immers een instrument - betekent dit in de praktijk ook dat de mogelijkheid tot ondersteuning door de SOBH voor individuele evenementen van straatverenigingen zeer onbekend is. Maar één vijfde van de ondernemers heeft ooit een aanvraag voor financiële ondersteuning ingediend bij de SOBH; de belangrijkste reden om dit niet te doen was onbekendheid met deze mogelijkheid. Ook hebben maar weinig respondenten een mening over de ondersteuning van de centrummanager, of oordelen daar neutraal over, wat duidt op onbekendheid.

Daar waar het ondernemersfonds zelf geen grote bekendheid geniet, heerst er wel grote tevredenheid over ondersteuning door de SOBH van evenementen in de binnenstad, met name de kerstactiviteiten en het bloemencorso. Zowel ondernemers als eigenaren zijn minder bekend met het Haarlem Cultuur Festival. Betreffende de ondersteuning van activiteiten door de SOBH, zijn zowel ondernemers als eigenaren het meest tevreden over de feestverlichting, promotie van de binnenstad (Haarlem Marketing) en de susteams. Daar waar tijdens de stakeholdergesprekken werd aangegeven dat de steun aan Haarlem Marketing soms moeilijk uit te leggen is aan individuele ondernemers, mag de promotie van de binnenstad dus wel op tevredenheid van de respondenten rekenen.

De systematiek van het huidige ondernemersfonds is volgens de stakeholders vrij ingewikkeld en niet altijd goed uit te leggen aan individuele ondernemers. Andere nadelen zijn de hoge perceptiekosten, het gegeven dat er nog altijd *free-riders* zijn die de reclamebelasting ontduiken en de afhankelijkheid van de gemeenteraad. Tot slot profiteren de vastgoedeigenaren op dit moment van een economisch vitale binnenstad, maar dragen zij niet (financieel) bij.

Verbeterpunten toekomst

In de enquêtes en tijdens de stakeholdergesprekken is ook aandacht gegeven aan verbeterpunten voor de toekomst. Voor de toekomst geven ondernemers de meeste prioriteit aan feestverlichting, het verbeteren van de uitstraling van het centrum en de aanpak van de fietsproblematiek. Eigenaren leggen de meeste prioriteit bij het verbeteren van de bereikbaarheid van het centrum en ook bij de aanpak van fietsproblematiek. In de stakeholdergesprekken komt naar voren dat men vindt dat kleinschalige en nieuwe initiatieven gestimuleerd moeten worden. Er mag kritisch gekeken worden naar bestaande evenementen. Vooral initiatieven vanuit de straatverenigingen wil men in de toekomst mogelijk maken: zo ontstaan nieuwe evenementen en acties. Ook blijkt dat winkeliers willen dat er meer evenementen en acties worden georganiseerd die zijn gericht op winkelen. Om er voor te zorgen dat zowel bestaande als nieuwe initiatieven beter aansluiten bij de wensen van de ondernemers is meer bekendheid over het bestaan en de mogelijkheden van het fonds noodzakelijk. Immers, weinig ondernemers weten nu de weg te vinden naar het ondernemersfonds voor het indienen van een aanvraag en er is ook onbekendheid over de wijze waarop inspraak kan worden uitgeoefend. Uit de enquêtes komen reeds suggesties naar voren om de bekendheid te vergroten: men adviseert de SOBH om de communicatie en het persoonlijk contact met ondernemers te verbeteren en aandacht te hebben voor kleine en startende ondernemers.

Ten slotte de verbeteringen voor wat betreft de systematiek van het fonds. Uit de enquêtes komt naar voren dat meerdere ondernemers pleiten voor een versimpeling van de tarieven, en een eerlijkere verdeling van kosten tussen ondernemers en eigenaren. De stakeholders hebben daarnaast aangegeven dat versimpeling van de systematiek belangrijk is: het is dan makkelijker het fonds uit te leggen en er draagvlak voor te creëren.

7.2 Mogelijkheden en draagvlak voor BIZ

Er is, naast het functioneren van het huidige fonds, in het onderzoek ook aandacht besteed aan de mogelijkheden en het draagvlak voor het instellen van een Bedrijven Investeringszone (BIZ) in de binnenstad van Haarlem. Dit sluit goed aan bij de eerdergenoemde nadelen en verbeteringen ten aanzien van de huidige systematiek.

Uit de enquêtes blijkt dat de grote meerderheid van de ondernemers (74%) de BIZ geschikt vindt als toekomstige samenwerkingsvorm; meer dan een derde vindt het zelfs zeer geschikt. Ook eigenaren zien de meerwaarde van het bundelen van hun krachten. Het oprichten van een BIZ zou in hun geval een professionalisering van de bestaande VEBH betekenen. Onder de stakeholders werd snel duidelijk dat een vervangende systematiek de nadelen van de huidige systematiek moet ondervangen. De BIZ is hiervoor als meest geschikte vorm aangewezen: een BIZ is gemakkelijk uit te leggen, heeft een duidelijk plan voor vijf jaar en lage perceptiekosten. Het feit dat de gemeenteraad geen invloed heeft op een BIZ wordt ook als voordeel gezien. Daarnaast kan de oprichting van een BIZ zorgen voor vernieuwde aandacht voor samenwerking in de binnenstad en opnieuw reuring creëren. De stakeholders hebben ook aangegeven dat het realiseren van een BIZ voor eigenaren intensief wordt, maar dat het met goede argumenten zeker is uit te leggen aan de eigenaren waarom investeren in de binnenstad ook voor hen loont.

Een ander genoemd voordeel is dat de kosten in een BIZ eerlijk worden verdeeld over alle ondernemers. Dit is afhankelijk van de tariefbepaling waarvoor wordt gekozen. Qua tariefbepaling is bij de ondernemers een koppeling van de WOZ-waarde het meest populair, gevolgd door ligging van het pand. Ook de eigenaren hebben aangegeven dat een koppeling aan de WOZ-waarde het meest voor de hand ligt. In de stakeholdergesprekken kwam naar voren dat de overgang van het huidige fonds naar een BIZ zal zorgen voor een verschuiving van de lasten: hiermee moet zorgvuldig worden omgesprongen. Duidelijke communicatie is essentieel.

7.3 Aanbevelingen (huidig) ondernemersfonds

- Zorg voor meer bekendheid van het ondernemersfonds en haar rol
- Maak procedures voor het aanvragen van financiële steun duidelijker en minder omslachtig
- Zorg voor meer ondersteuning van kleinschalige en nieuwe initiatieven
- Professionaliseer de straatverenigingen verder door hen actief te begeleiden, ondersteunen in het doen van aanvragen, etc. Hiervoor kan een rol weggelegd zijn voor ondernemersvereniging Haarlem Centraal of de centrummanager.
- Geef individuele ondernemers die geen onderdeel uitmaken van een straatvereniging, ook de mogelijkheid om een financiële bijdrage aan te vragen bij de SOBH.
- Bespreek met de gemeente of het mogelijk is om de verantwoordingseisen voor bedragen onder € 1000 te versoepelen.

7.4 Aanbevelingen BIZ

Als er wordt gekozen voor een BIZ als nieuwe samenwerkingsvorm in de binnenstad van Haarlem, dan raden wij het volgende aan:

- Richt een aparte BIZ op voor eigenaren en voor ondernemers. Het al dan niet slagen van de ene BIZ beïnvloedt dan niet het slagen van de andere BIZ. Stem de inhoud van de plannen wel goed op elkaar af: investeringen van beide partijen moeten elkaar versterken en bijdragen aan een aantrekkelijke binnenstad.
- Communiceer transparant, duidelijk, via verschillende media en frequent om de overgang van het huidige ondernemersfonds naar een BIZ te realiseren.
- Maak duidelijk wat de voordelen van de BIZ zijn ten opzichte van het huidige systeem. Alle niet-woningen gaan meebetalen, waarbij de bijdrage bijvoorbeeld kan worden gekoppeld aan de WOZ i.p.v. reclame-uitingen. De kostenverdeling wordt daarmee eerlijker.



**Samen de stad
mooier maken.**

Amsterdam

Prins Hendrikkade 48-N
1012 AC Amsterdam
+31 (0)20 260 2626
info@stadenco.nl

Postbus 11100
1001 GC Amsterdam

Eindhoven

Begijnenhof 14
5611 EL Eindhoven
+31 (0)40 296 8844
info@stadenco.nl

Postbus 4914
5604 CC Eindhoven