

# Generaal Cronjéstraat Haarlem

Evaluatie ondernemersfonds



# Generaal Cronjéstraat Haarlem

## Evaluatie ondernemersfonds

Opdrachtgever

Winkeliersvereniging Cronjé en Stichting Ondernemersfonds Cronjé

Projectteam Stad & Co

Farzad Ghaus  
Elsbeth Boer  
Marlot van Dijken

Contactpersoon

Elsbeth Boer

Amsterdam, 16 juli 2018



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

Vestdijk 39-A  
5611 CA Eindhoven  
+31 (0)40 296 8844  
info@stadenco.nl

Postbus 4914  
5604 CC Eindhoven



# Samenvatting

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Winkeliersvereniging Cronjé en Stichting Ondernemersfonds Cronjé. Het bestaat uit een evaluatie van het functioneren van het ondernemersfonds op basis van reclamebelasting en de betrokken organisatie (de winkeliersvereniging en stichting ondernemersfonds Cronje) en een informele draagvlakmeting voor het oprichten van een Bedrijven Investeringszone (BIZ) voor ondernemers in de Cronjéstraat. Voor dit onderzoek is een enquête afgenomen bij ondernemers in de Cronjéstraat met een respons van 56% en is in een focusgroep een gesprek gevoerd met stakeholders.

De basis voor samenwerken in de Cronjéstraat is zeker aanwezig: 91% van de bevroegde ondernemers vindt het (heel) belangrijk om samen met andere ondernemers bij te dragen aan een aantrekkelijke Generaal Cronjéstraat. Daarnaast vindt 92% van de bevroegde ondernemers het (heel) belangrijk om samen met andere ondernemers gezamenlijke activiteiten en evenementen op te zetten en uit te voeren in de straat. De financiële structuur die door de oprichting van het ondernemersfonds is neergezet, wordt als waardevol gezien. Het functioneren van het ondernemersfonds en de winkeliersvereniging kan op een aantal punten verbeterd worden, waarbij communicatie tussen bestuur en de leden het belangrijkste aandachtspunt is.

De meerderheid (54%) van de bevroegde ondernemers vindt de bedrijveninvesteringszone (BIZ) geschikt als toekomstige samenwerkingsvorm in de Cronjéstraat en 28% is hierover neutraal. Qua tariefbepaling is bij 55% van de bevroegde ondernemers een vast bedrag per WOZ-object het meest populair. Mocht er gekozen worden voor het vervangen van het huidige ondernemersfonds op basis van reclamebelasting door een BIZ voor ondernemers in de Cronjé, dan is het van groot belang hier uitvoerig over in gesprek te gaan met ondernemers in de straat en gezamenlijk een vijfjarenplan op te zetten.





# Inhoudsopgave

<b>1 Inleiding</b>	<b>5</b>
<b>2 Onderzoekopzet</b>	<b>6</b>
2.1 Opzet enquête	6
2.2 Doelgroep: ondernemers	6
2.3 Focusgroepgesprek	7
<b>3 Ondernemersenquête: evaluatie ondernemersfonds</b>	<b>8</b>
3.1 Bekendheid, resultaten en inspraak ondernemersfonds	8
3.2 Collectieve inzet	9
3.3 Evenementen	10
3.4 Activiteiten	10
3.5 Bereikbaarheid bestuur en informatievoorziening	11
<b>4 Ondernemersenquête: de toekomst</b>	<b>13</b>
4.1 De BIZ	13
4.2 Prioriteit activiteiten	14
4.3 Suggesties voor de winkeliersvereniging als organisatie	15
4.4 Suggesties voor activiteiten	16
<b>5 Focusgesprek</b>	<b>17</b>
5.1 Oorsprong en opstart ondernemersfonds	17
5.2 Functioneren ondernemersfonds	18
5.3 Evaluatie activiteiten en informatievoorziening	18
5.4 Collectief bijdragen	19
5.5 Toekomstige collectieve financiering Generaal Cronjéstraat	19
<b>6 Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>20</b>
6.1 Functioneren ondernemersfonds en toekomst	20
6.2 Mogelijkheden en draagvlak BIZ	21
6.3 Aanbevelingen voor de winkeliersvereniging	22
6.4 Aanbevelingen BIZ	22

*Vragenlijst als separate bijlage op te vragen via [marlot@stadenco.nl](mailto:marlot@stadenco.nl)*



# 1 Inleiding

Het gaat goed met de Generaal Cronjéstraat, in de volksmond de Cronjé, in Haarlem. De leegstand is stabiel (8,8%) en de consumentenbestedingen nemen toe. Toch is de toekomstbestendigheid van deze langgerekte winkelstraat geen vanzelfsprekendheid. Meer dan vroeger vragen de veranderingen waarmee winkelgebieden worden geconfronteerd om meer samenwerking en gezamenlijke investeringen van ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente.

De Cronjéstraat heeft sinds 2015 een ondernemersfonds op basis van reclamebelasting: Ondernemersfonds Cronjé. Het fonds heeft tot doel om de aantrekkelijkheid van de Haarlemse winkelstraat te verbeteren en daarmee meer bezoekers aan te trekken. Het ondernemersfonds, met een onafhankelijk en onbezoldigd bestuur, beheert de middelen van de winkeliersvereniging. Het ondernemersfonds organiseert zelf geen activiteiten, maar financiert de activiteiten van de winkeliersvereniging. Alle ondernemers in de Cronjé betalen jaarlijks via reclamebelasting een bijdrage aan het ondernemersfonds. De gelden die de gemeente int voor het ondernemersfonds worden, na aftrek van inningskosten (ca. 10,5%) en precario overgemaakt naar het fonds. Vervolgens krijgt de winkeliersvereniging beschikking over deze bijdrage. Het Ondernemersfonds Cronjé maakt het mogelijk dat de winkeliersvereniging kan investeren in promotie, evenementen, veiligheid en leefbaarheid, feestverlichting en alle organisatie die hiervoor nodig is.

De winkeliersvereniging is met de gemeente Haarlem overeengekomen om in 2018 een evaluatie te laten uitvoeren naar het functioneren van het ondernemersfonds. Stad & Co is door de winkeliersvereniging als extern 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 ondernemers naar de toekomst te kijken. Wat zijn de mogelijkheden qua nieuwe vormen van financiering, waardoor er meer budget wordt gecreëerd? Aanvullend op de evaluatie van het ondernemersfonds, is daarom gebruik gemaakt van de gelegenheid om een informele draagvlakmeting te doen voor het oprichten van een bedrijveninvesteringzone (BIZ).

De vraagstelling van het onderzoek is dan ook tweeledig:

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

# 2 Onderzoeksopzet

Deze evaluatie is uitgevoerd middels een enquête onder ondernemers en een focusgroepgesprek met diverse bestuursleden van zowel het ondernemersfonds als de winkeliersvereniging en de beleidsadviseur economie van de gemeente Haarlem. Door deze methoden te combineren, hebben we een veelzijdig beeld gekregen van het functioneren van het ondernemersfonds en mogelijkheden voor de toekomst.

## 2.1 Opzet enquête

We hebben een enquête afgenomen onder alle ondernemers van de Generaal Cronjéstraat. Bij het opstellen van de enquête is deels gekeken naar de vragenlijst die in 2017 is uitgevoerd in opdracht van de SOBH (Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Haarlem). De inhoud van de enquête, de formulering van de vragen, alsook de introductieteksten zijn afgestemd met de opdrachtgever. De ondernemers zijn via het digitale platform Chainels uitgenodigd voor deelname aan de enquête (middels Researchnet). Daarnaast is een enquêteur persoonlijk langsgegaan bij de ondernemers en heeft ter plekke de vragenlijst doorgenomen. Hieronder staan de zes hoofdonderwerpen uit de enquête.

Onderwerpen enquête:

- Bekendheid, inspraak en resultaten Ondernemersfonds Cronjé
- Collectieve activiteiten en evenementen
- Bereikbaarheid en informatievoorziening
- Investeringsfonds (BIZ)
- Prioriteiten en suggesties

De eerste vier onderwerpen zijn gericht op het evalueren van het ondernemersfonds; de laatste twee richten zich op mogelijkheden voor de toekomst. In de enquête zijn het ondernemersfonds, en haar rol, kort toegelicht. Voorafgaand aan de vragen over de BIZ zijn respondenten via een korte uitleg geïnformeerd over de huidige vorm van financiering, en de voordelen van een BIZ ten opzichte van reclamebelasting.

## 2.2 Doelgroep: ondernemers



**69 van de 123**

**56 %**

De Generaal Cronjéstraat biedt ruimte aan 135 winkelpanden waarvan er momenteel 12 leeg staan. In totaal zijn 123 ondernemers uit de Generaal Cronjéstraat in juni 2018 per mail en via Chainels uitgenodigd om aan de enquête deel te nemen. Daarnaast is op 12 juni en op 26 juni 2018 een student van de Hogeschool van Amsterdam persoonlijk langsgegaan bij de ondernemers om enquêtes af te nemen. In totaal hebben 69 van de 123 ondernemers uit de straat deelgenomen aan de enquête, waarmee de totale respons 56% bedraagt. Hiermee hebben we een representatieve steekproef gerealiseerd. Op basis van de hoge respons kunnen we betrouwbare uitspraken doen over de bevindingen.

## 2.3 Focusgroepgesprek

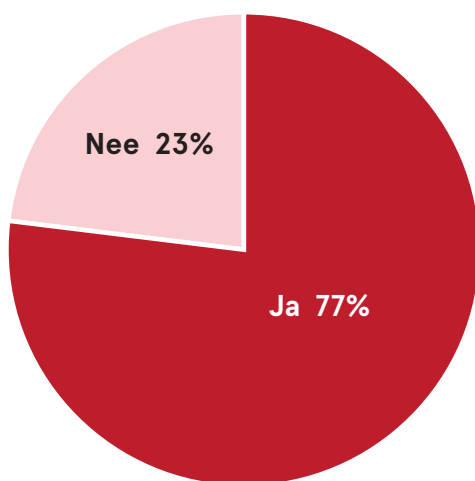
Om de meningen van de stakeholders over het ondernemersfonds goed in beeld te krijgen, alsook hun visie op de toekomst, is een focusgroepgesprek gevoerd. In overleg met de opdrachtgever waren de volgende personen aanwezig bij het focusgroepgesprek op 25 juni 2018:

1. Dick Claus, penningmeester Stichting Ondernemersfonds Cronjé
2. Peter van den Nouwland, algemeen bestuurslid Stichting Ondernemersfonds Cronjé
3. Kees Hoogenbosch, voorzitter Winkeliersvereniging Cronjé
4. Lian de Haan, penningmeester Winkeliersvereniging Cronjé
5. Kees Paulussen, secretaris Winkeliersvereniging Cronjé
6. Havva Eryilmaz, algemeen bestuurslid Winkeliersvereniging Cronjé
7. Jan Appelman, beleidsadviseur economie gemeente Haarlem, contactpersoon Winkeliersvereniging Cronjé en Stichting Ondernemersfonds Cronjé

Tijdens de focusgroepbijeenkomst hebben de deelnemers gereflecteerd op de huidige organisatie en het functioneren van het ondernemersfonds. Daarnaast is tijdens het focusgroepgesprek actief meegedacht over de toekomst van de Cronjéstraat en de bijbehorende manier van financiering van collectieve activiteiten. De gespreksleiding lag in handen van Elsbeth Boer en Roos Vermijs van Stad & Co. Zij hebben ervoor gezorgd dat alle aanwezigen aan het woord kwamen en de onderwerpen zo volledig mogelijk behandeld zijn.

# 3 Ondernemers- enquête: evaluatie ondernemersfonds

We hebben waardevolle input in handen van 69 ondernemers uit de Generaal Cronjéstraat 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 het ondernemersfonds?

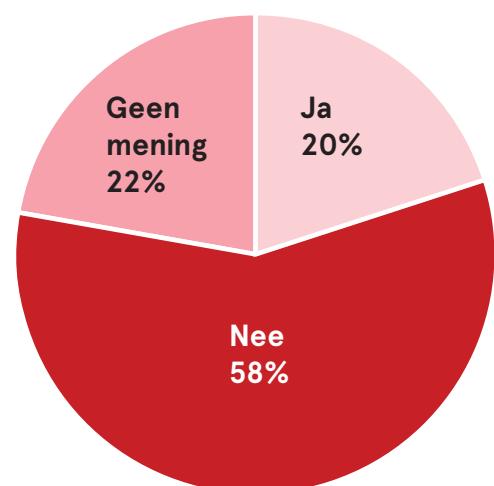


## Bekendheid ondernemersfonds

Aan degenen die aangaven het fonds te kennen, is gevraagd of zij de afgelopen twee jaar meer resultaat hebben gezien van samenwerking door de investeringen via het fonds dan in voorgaande jaren. Minder dan een kwart van de respondenten (20%) bevestigde dit, terwijl meer dan de helft (58%) het hier niet mee eens was en 22% geen mening had.

## 3.1 Bekendheid, resultaten en inspraak ondernemersfonds

Het ondernemersfonds is bekend bij 77% van de respondenten, wat inhoudt dat bijna een kwart van de respondenten niet op de hoogte is van het ondernemersfonds of haar rol qua beheer van de reclame-inkomsten.



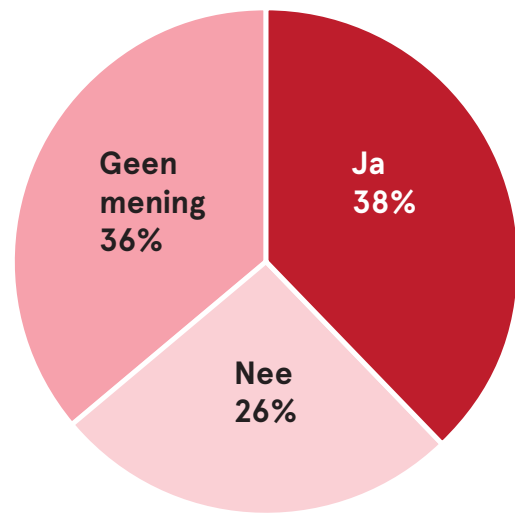
## Resultaat investeringen



De meningen over inspraak zijn nogal verdeeld: 38% geeft aan wel voldoende inspraak te hebben, terwijl 26% vindt dat er onvoldoende inspraak is. De overige 36% heeft hier geen mening over.

In de toelichting op deze vraag gaven een aantal ondernemers aan dat zij geen reactie krijgen vanuit het bestuur wanneer er contact gezocht wordt.

**"Ja er is voldoende ruimte voor inspraak, ondanks dat ik niet bij de vergaderingen ben geweest."**



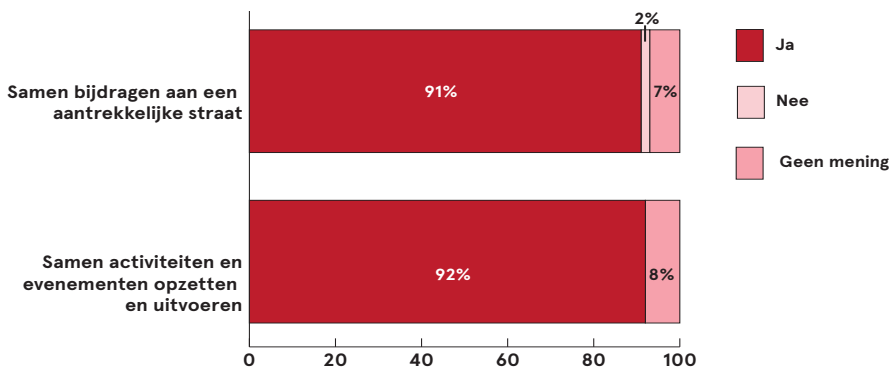
Inspraak in activiteiten

**"Ik ervaar de communicatie soms als eenrichtingsverkeer vanuit het bestuur, dat kan nog wat beter."**

### 3.2 Collectieve inzet

De grote meerderheid van de ondernemers (91%) vindt het (heel) belangrijk om samen met andere ondernemers bij te dragen aan een aantrekkelijke Generaal Cronjéstraat; slechts 2% vindt dit onbelangrijk, 7% van de ondernemers is neutraal over samenwerken.

Daarnaast vinden bijna alle ondernemers (92%) het (heel) belangrijk om samen met andere ondernemers gezamenlijke activiteiten en evenementen op te zetten en uit te voeren in de straat. Geen enkele ondernemer vindt dit zelfs onbelangrijk. 8% van de ondernemers is neutraal over deze wijze van gezamenlijke inspanning.



### 3.3 Evenementen

De tevredenheid over de evenementen in de Cronjéstraat gefinancierd door het ondernemersfonds loopt vrij uiteen. Men is het meest tevreden over de intocht van Sinterklaas: 40% is hierover (zeer) tevreden. De braderie/jaarmarkt heeft het hoogste percentage 'zeer tevreden' (14%), maar staat qua gemiddelde tevredenheid niet bovenaan, omdat ook op ontevredenheid en neutraal relatief hoog gescoord is voor dit evenement. Opvallend is dat veel ondernemers neutraal zijn (gemiddeld 29%) over de door het ondernemersfonds gefinancierde evenementen.

	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Ze er tevreden	Geen mening
1 Intocht sinterklaas	12%	23%	25%	27%	13%	0%
2 Braderie/jaarmarkt	6%	24%	31%	25%	14%	0%
3 Kerstactiviteiten	12%	31%	27%	26%	2%	2%
4 Kleinschalige acties: tulpen uit de Cronjé, paasactie etc.	16%	20%	31%	25%	6%	2%

In de tabel staan voor elk van de evenementen de percentages tevredenheid vermeld. De verschillende evenementen zijn gerangschikt op basis van de onderliggende gemiddelde scores (1 = hoogste tevredenheid, 4 = laagste tevredenheid). Deze scores zijn berekend aan de hand van de responspercentages, en zijn op te vragen bij de onderzoekers.

Opvallend is dat veel ondernemers neutraal zijn (gemiddeld 29%) over de door het ondernemersfonds gefinancierde evenementen.

### 3.4 Activiteiten

Het meest tevreden zijn de ondernemers over de nieuwe feestverlichting, gefinancierd vanuit het ondernemersfonds: 80% van de ondernemers is hier (zeer) tevreden over en slechts een klein deel (8%) is (zeer) ontevreden. Ook over de oprichting van de BIZ-vereniging voor eigenaren heerst tevredenheid: 66% is (zeer) tevreden.

Het is opvallend te noemen dat 41% geen mening heeft over de ondersteuning van de straatmanager en het veiligheidstraject. Over beide zaken heeft ook een relatief hoog percentage 'geen mening'. Er lijkt veel onbekendheid over beide activiteiten te zijn.

In de volgende tabel staan de activiteiten gerangschikt op basis van de onderliggende gemiddelde scores (1 = hoogste tevredenheid, 8 = laagste tevredenheid) (zie ook toelichting bij 3.3).

		Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer tevreden	Geen mening
1	Nieuwe feestverlichting	4%	4%	12%	53%	27%	0%
2	Oprichting BIZ- vereniging eigenaren	12%	4%	14%	45%	21%	4%
3	Chainels	4%	20%	18%	52%	4%	2%
4	Nieuwe plantenbakken	12%	22%	26%	36%	4%	0%
5	De straatmanager	6%	6%	41%	23%	16%	8%
6	Muziekvoorziening	10%	19%	31%	33%	4%	2%
7	Streetbranding	12%	16%	37%	25%	10%	0%
8	Veiligheidsstraject SVO	6%	10%	41%	31%	0%	12%

### 3.5 Bereikbaarheid bestuur en informatievoorziening

Over de bereikbaarheid van de bestuursleden van de winkeliersvereniging is bijna de helft van de respondenten (zeer) tevreden (47%). Ook is een relatief hoog percentage ondernemers neutraal over de bereikbaarheid: namelijk 29%. Wel lijken de meeste ondernemers bekend te zijn met het bestuur, weinig respondenten (8%) hebben 'geen mening' over de bereikbaarheid van de bestuursleden.

	--	-	+/-	+	++	Geen mening
Bereikbaarheid bestuursleden	11%	5%	29%	32%	15%	8%

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

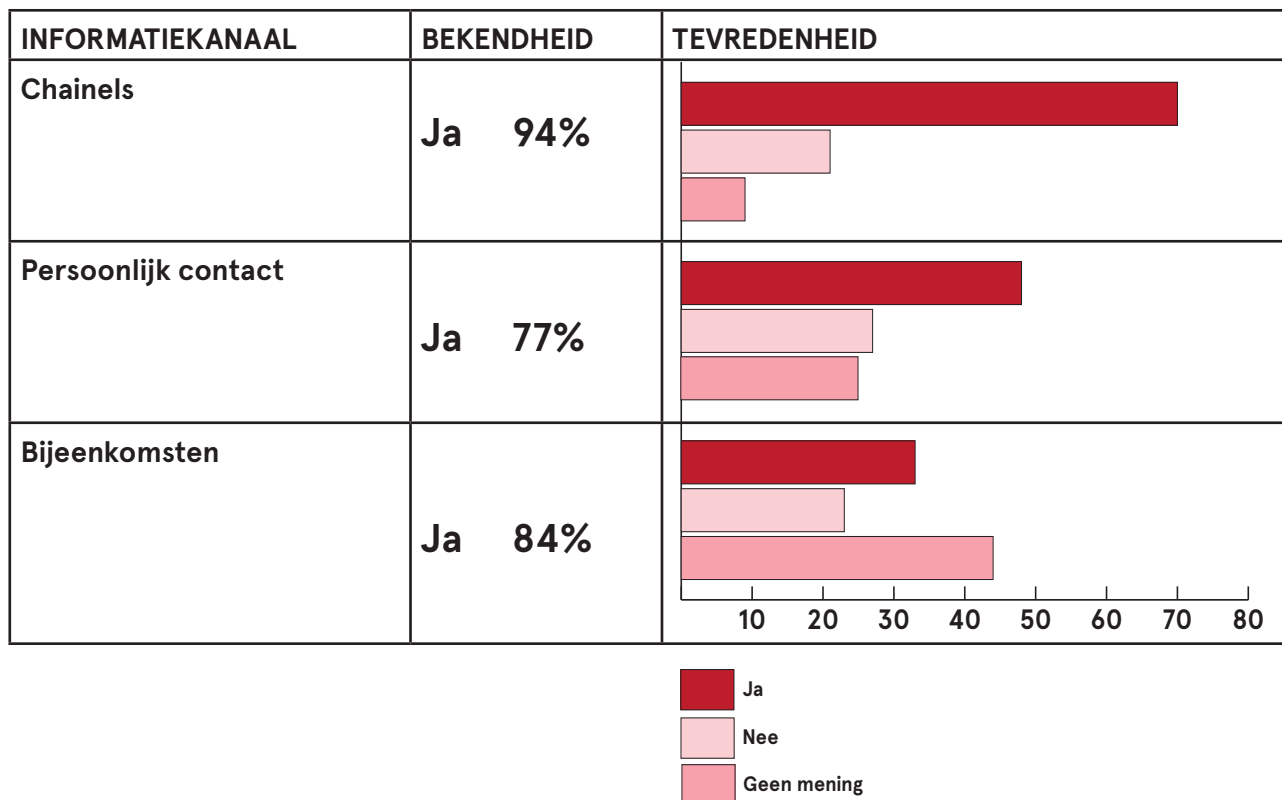
**"Wij zijn onlangs in de straat gevestigd, maar hebben al 3 bestuursleden gesproken, top!"**

**"Het bestuur kan nog toegankelijker worden door transparanter te zijn."**

Wat betreft de informatievoorziening door de winkeliersvereniging richting de ondernemers, is het online communicatieplatform Chainels (website, app of e-mail) het meest bekend (bij 94%), en is men daarover ook het meest tevreden van alle informatiekanaalen (70% tevredenheid).

De gezamenlijke bijeenkomsten georganiseerd door de winkeliersvereniging zijn bekend bij 84% van de ondernemers, en wordt door 33% positief gewaardeerd.

Het persoonlijk contact vanuit de bestuursleden richting de ondernemers is het minst bekend (23% van de ondernemers is hiervan niet op de hoogte). Wel is een groter deel van de ondernemers (48%) hierover tevreden.



Tot slot is de ondernemers gevraagd of zij actief gebruik maken van het communicatieplatform Chainels. Van de ondernemers geeft 40% aan alleen de updates te lezen en 35% van de ondernemers leest én reageert geregeld op de updates. Van de ondernemers leest 11% alleen de e-mails en 14% geeft aan helemaal geen gebruik te maken van Chainels. Als opmerking wordt veelal genoemd dat ondernemers niet aangesloten zijn op het online platform of het platform überhaupt niet te kennen.

# 4 Ondernemers- enquête: de toekomst

In de evaluatie is nadrukkelijk gekozen om niet alleen terug te kijken, maar ook vooruit te kijken. In dit hoofdstuk wordt besproken hoe de ondernemers aankijken tegen het oprichten van een BIZ als nieuwe samenwerkingsvorm voor de Cronjéstraat. Ook bespreken we welke prioriteiten ondernemers geven aan toekomstige activiteiten van het ondernemersfonds of een BIZ. We sluiten af met waardevolle suggesties voor de winkeliersvereniging als organisatie, en voor toekomstige activiteiten in de straat.

## 4.1 De BIZ

De grote meerderheid van de respondenten is positief over de BIZ als toekomstige samenwerkingsvorm: 54% vindt de BIZ (zeer) geschikt voor de Generaal Cronjéstraat. Slechts 11% geeft aan de BIZ niet als geschikte samenwerkingsvorm te zien. Daarnaast geeft 28% aan neutraal te zijn over de BIZ en geeft 7% aan geen mening te hebben.

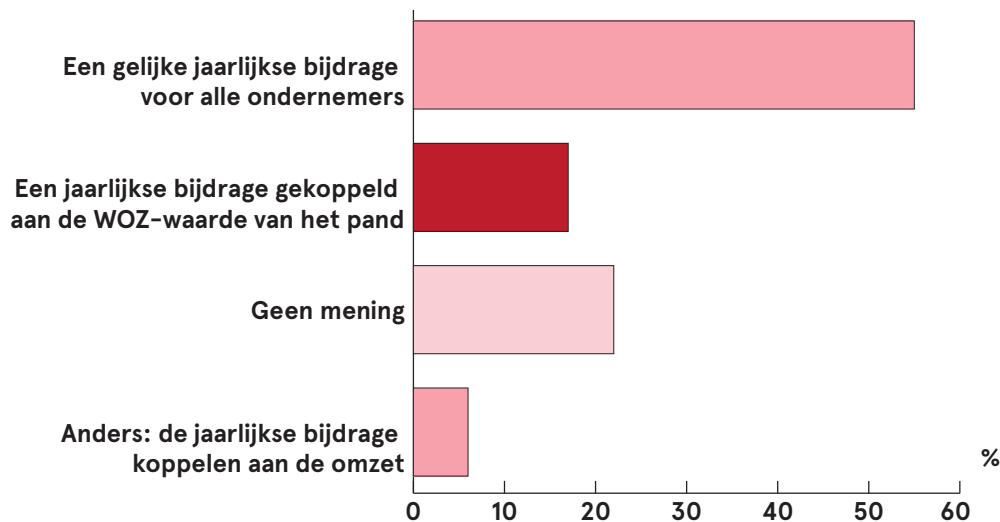
	--	-	+/-	+	++	geen mening
de BIZ als samenwerkingsvorm	3%	8%	28%	28%	26%	7%

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

**"Ik vind de huidige systematiek niet verkeerd, eindelijk betaalt iedereen mee!"**

**"De BIZ is een goede zaak, helemaal als ondernemers uit aangrenzende straten ook gaan bijdragen."**

Op dit moment betalen de ondernemers een vaste jaarlijkse bijdrage van € 600 aan het ondernemersfonds (inclusief precario, de bijdrage exclusief precario is circa € 525). Wat betreft de meest geschikte methode om de hoogte van een BIZ-tarief te bepalen, is een gelijke jaarlijkse bijdrage voor alle ondernemers het meest populair (55%). Van de ondernemers geeft 22% aan geen mening te hebben over het te bepalen tarief. Daarnaast geeft 17% aan de voorkeur te geven aan een bijdrage gekoppeld aan de WOZ-waarde van het pand. Tot slot wordt als andere mogelijkheid een aantal keer een omzetafhankelijke BIZ-bijdrage genoemd.



## 4.2 Prioriteit activiteiten

Aan de ondernemers zijn tien activiteiten voorgelegd met de vraag hoeveel prioriteit deze volgens hen dienen te krijgen bij de winkeliersvereniging of een andere samenwerkingsvorm. Wanneer we de hoogste prioriteitsniveaus (4 en 5) combineren, verdient de uitstraling van de Cronjé volgens de ondernemers de meeste prioriteit (95%), gevolgd door het versterken van de diversiteit in het winkelaanbod (84%), het organiseren van evenementen en acties (72%) en het verbeteren van de communicatie en samenwerking onder de ondernemers (67%).

Overigens vallen niet alle activiteiten onder de verantwoordelijkheid van de winkeliersvereniging, zoals het verbeteren van de bereikbaarheid. We hebben deze echter wel aan ondernemers voorgelegd, omdat ze medebepalend zijn voor hoe de Generaal Cronjéstraat wordt ervaren. Aan het verbeteren van de samenwerking tussen ondernemers en eigenaren wordt relatief het minst prioriteit gegeven (5% geeft een score van 1 of 2 en 40% geeft een neutrale score van 3).

In onderstaande tabel staan voor elk van de activiteiten de percentages prioriteit vermeld. De verschillende activiteiten zijn gerangschikt op basis van de onderliggende gemiddelde scores (1 = hoogste prioriteit, 10 = laagste prioriteit). Deze scores zijn berekend aan de hand van de responspercentages, en zijn op te vragen bij de onderzoekers.

	Lage prioriteit				Hoge prioriteit
	1	2	3	4	5
1 Uitstraling straat	0%	2%	3%	24%	71%
2 Diversiteit winkelaanbod	2%	2%	12%	33%	51%
3 Evenementen en acties	2%	4%	22%	31%	41%
4 Onderlinge samenwerking en communicatie	0%	0%	33%	27%	40%
5 Bereikbaarheid	7%	4%	17%	24%	48%
6 Collectieve marketing	2%	3%	20%	45%	30%
7 Belangenbehartiging	2%	2%	35%	30%	31%
8 Feestverlichting	5%	4%	26%	37%	28%
9 Veiligheid	2%	5%	35%	29%	29%
10 Samenwerking en communicatie richting eigenaren	3%	2%	40%	33%	22%

**"Zorg voor collectieve openings- en sluitingstijden. Vooral tijdens koopavond is eenheid belangrijk!"**

**"Zorg voor een schone straat!"**

### 4.3 Suggesties voor de winkeliersvereniging als organisatie

Op de open vraag met suggesties voor de organisatie kwamen 16 reacties. Men verlangt meer transparantie en persoonlijk contact vanuit het bestuur van de winkeliersvereniging, de communicatie wordt als eenrichtingsverkeer ervaren. Ook verlangt men naar beter en meer contact met de ondernemers, inclusief het persoonlijk langsgaan bij ondernemers. Deze punten zijn ook besproken tijdens het focusgroepgesprek met de bestuursleden van het ondernemersfonds en de winkeliersvereniging.

**"Werk samen met de rest van de ondernemers uit de Cronjé!"**

Daarnaast onderschrijven enkele ondernemers hun behoefte aan uniforme openingstijden. Vooral tijdens de koopavonden (donderdagavond) en zondagen wordt van alle ondernemers verwacht dat iedereen geopend is.

## 4.4 Suggesties voor activiteiten

Op de open vraag met suggesties voor activiteiten kwamen 19 reacties. Een aantal ondernemers verlangt naar een straat die meer ruimte biedt aan voetgangers: bredere stoepen, een autovrij weekend en een veiligere verkeerssituatie. Ook verwacht men een aanpak van de fietsen op de stoep.

Daarnaast geven een aantal ondernemers aan dat zij graag een verbeterde uitstraling van de straat willen. Het gebruikmaken van de ruiten en etalages van leegstaande winkelpanden (zie winkelcentrum Schalkwijk), het invoeren van collectieve openingstijden en het verbeteren van het openbare groen worden als opties aangedragen. Ook verlangt men naar meer evenementen en acties in de straat. Een Cronjé (kids) Run, evenementen voor kinderen, meer (rommel) markten, midnight shopping, muziek-evenementen en een Cronjé-actiekaart worden als ideeën aangedragen. Ook wordt het opzoeken van de samenwerking met het Julianapark als suggestie gegeven.

Tot slot geven een aantal ondernemers aan meer behoefte te hebben aan het leveren van persoonlijke input met betrekking tot suggesties voor activiteiten. Deze ondernemers voelen zich tot op heden niet gehoord, maar denken graag mee.



# 5 Focusgroep gesprek

Naast de enquêtes die zijn afgenomen onder de ondernemers, is er een focusgroepgesprek gevoerd met direct betrokkenen uit de Generaal Cronjéstraat. In de focusgroep hebben de deelnemers gereflecteerd op de huidige organisatie en het functioneren van het ondernemersfonds. Daarnaast is gezamenlijk nagedacht over de toekomst van de Generaal Cronjéstraat en welke systematiek van financiering van collectieve activiteiten hierbij past.

## 5.1 Oorsprong en opstart Ondernemersfonds Cronjé

De focusgroep is gestart met het bespreken van de oorsprong van het ondernemersfonds in de Cronjé. Er wordt verteld dat de winkeliersvereniging een moeizaam bestaan had in 2014, met name financieel. Relatief weinig ondernemers waren lid van de vereniging, er waren veel free-riders en er was weinig budget in kas om evenementen te organiseren. Dit was ten tijde van de crisis. In navolging van de binnenstad van Haarlem is toen gekeken naar de mogelijkheden voor een fonds op basis van reclamebelasting.

Alvorens het ondernemersfonds op basis van reclamebelasting door een besluit van de gemeenteraad werd ingevoerd in de Cronjéstraat, is er een stemming gehouden onder de ondernemers. Van de aanwezige ondernemers heeft toen 99% vóór de invoering van het ondernemersfonds gestemd. Ongeveer 1/3e van het totaal aantal ondernemers was toentertijd bij de stemming aanwezig. Het ondernemersfonds op basis van reclamebelasting is toen per januari 2015 ingevoerd. Hiervoor is een speciale stichting opgericht, de Stichting Ondernemersfonds Cronjé. De stichting ontvangt elk kwartaal een bijdrage vanuit de gemeente Haarlem. Op haar beurt maakt de stichting weer geld over naar de Winkeliersvereniging Cronjé. De winkeliersvereniging is verantwoordelijk voor goede besteding van de gelden ten behoeve van de winkelstraat.

De aanwezigen vertellen dat het ondernemersfonds op basis van reclamebelasting met een tweeledig doel in het leven is geroepen. Enerzijds wilde men borgen dat bestaande evenementen en acties gecontinueerd konden worden, anderzijds streefde men naar een vergroting van het jaarlijkse budget. Toen het ondernemersfonds werd ingevoerd in 2015, lagen de inkomsten van de winkeliersvereniging op basis van vrijwillige bijdragen op ongeveer € 35.000 per jaar. De huidige inkomsten via het ondernemersfonds liggen rond € 60.000. Tevens wordt als winst door de aanwezigen gezien dat de grote ketens nu ook meedoen. "Dat was voorheen niet zo en dat was een doorn in het oog van de kleine ondernemers met hart voor de straat", wordt uitgelegd.

## 5.2 Functioneren ondernemersfonds

In de prestatieafspraken met de gemeente Haarlem en de Stichting Ondernemersfonds Cronjé staat dat de als subsidie uitgekeerde reclamebelasting uitsluitend uitgegeven mag worden aan promotie, evenementen, veiligheid en leefbaarheid, feestverlichting en de organisatie hiertoe. In de enquête is daarom aan de ondernemers een aantal vragen gesteld over het functioneren van het ondernemersfonds en met name de winkeliersvereniging, aangezien deze verantwoordelijk is voor de besteding van het jaarlijkse budget. Onder meer de bekendheid van het ondernemersfonds is aan bod gekomen, waarbij 77% van de respondenten aangeeft bekend te zijn met het fonds. De focusgroepleden reageren enigszins verbaasd op het feit dat 23% van de respondenten niet bekend is met het ondernemersfonds, maar er wordt direct toegevoegd: "Het ondernemersfonds is een technisch ding, het gaat erom dat de winkeliersvereniging budget heeft om dingen te organiseren". De aanwezigen merken op dat er nog winst valt te behalen door nieuwe ondernemers actief te informeren over het fonds en de winkeliersvereniging.

Ook wordt er door de focusgroep gesproken over de opbrengsten van het ondernemersfonds. Bij de oprichting van het ondernemersfonds had men gehoopt op hogere jaarlijkse inkomsten, rond de € 75.000 per jaar. Er zijn een aantal redenen te noemen waarom de inkomsten lager uitvallen dan verwacht: precario wordt afgetrokken van de inkomsten en de perceptiekosten liggen redelijk hoog. Daarnaast kunnen ondernemers bezwaar maken en kan er bij leegstand geen heffing worden geheven over een pand. Dat wordt gezien als één van de nadelen door de aanwezigen.

## 5.3 Evaluatie informatievoorziening en activiteiten

Communiceren over wat er gedaan wordt met de geïnde gelden door de winkeliersvereniging is erg belangrijk, menen de aanwezigen. "Als bijna een kwart van de respondenten zegt dat ze niet weten wat het fonds is, dan ligt er voor ons een taak", wordt opgemerkt. Ook vindt men het belangrijk dat de bestuursleden van de winkeliersvereniging bekend én benaderbaar zijn. Wellicht verhoogt dit ook de aanmeldingen bij vergaderingen en borrels. De bijeenkomsten zijn immers hét moment om je mening te geven als ondernemer. De bestuursleden van de winkeliersvereniging hopen door nog meer persoonlijk contact de betrokkenheid bij bijeenkomsten verhogen. Het bestuur van de winkeliersvereniging geeft aan dat alle ondernemers met goede ideeën zich kunnen melden: er wordt dan gekeken wat mogelijk is. "De evenementen pakken we sinds dit jaar ook anders aan, omdat hierop veel kritiek kwam vanuit de straat. Nu regelen we meer zelf en kunnen we met minder budget toe".

Het informeren van nieuwe ondernemers wordt als prioriteit gezien. Chainels is hierin een hele verbetering en zorgt voor toegankelijkheid van informatie, geven de focusgroepleden aan. Ook alle documenten worden hier gedeeld. Belangrijk is dat men hierin vaardig is en dat nieuwe ondernemers zo snel mogelijk bij Chainels aansluiten.

De focusgroepleden spreken ook over lange termijn doelen om de straat te verbeteren. "Het is belangrijk om de pandeigenaren BIZ hierbij te betrekken, en de gemeente én de ondernemers", merkt één van hen op. Men wil inzetten op een flinke verbetering van de uitstraling en beleving van de straat. Vanuit zowel de pandeigenaren-BIZ als de gemeente wordt hier nu aan gewerkt. Aan de andere kant wordt opgemerkt dat het jaarlijkse bedrag vanuit het ondernemersfonds te klein is om daadwerkelijk te kunnen investeren in de hardware van de straat: "Het is een druppel op een gloeiende plaat". Geconcludeerd wordt dat het belangrijk is heel effectief om te gaan met het budget dat er jaarlijks is, maar een grote investering kan niet worden uitgevoerd met het beperkte budget van het ondernemersfonds.

## 5.4 Collectief bijdragen

Uit de enquête blijkt dat een grote meerderheid van 91% het belangrijk vindt om samen te investeren in de straat. Dit wordt ook onderschreven door de focusgroep: iedereen aan tafel vindt het erg belangrijk dat er door alle ondernemers collectief wordt bijgedragen en dat er gezamenlijk een budget wordt gecreëerd. Bovendien wordt toegevoegd dat het de moeite waard is om te onderzoeken hoe dit budget vergroot kan worden en organisatorisch gemakkelijker kan worden gedaan. "De constructie waar in 2015 voor gekozen is, met zowel de Stichting Ondernemersfonds Cronjé als de Winkeliersvereniging Cronjé, is een bestuurlijk onhandige constructie". Het ondernemersfonds is in feite onzichtbaar en functioneert als bestuurlijke tussenlaag, meent een andere deelnemer.

## 5.5 Toekomstige collectieve financiering Generaal Cronjéstraat

De Stichting Ondernemersfonds Cronjé is zelf niet betrokken bij de uitgaven die de winkeliersvereniging doet. Het ondernemersfonds is in feite een doorgeefluik en het is de vraag of het in leven moet blijven. Immers, "biedt de Stichting Ondernemersfonds Cronjé zelf geen toegevoegde waarde". Het fonds is een constructie met als doel geld inzamelen, maar het bestaan van twee losse besturen heeft voor de aanwezigen geen voordeel. Daarnaast speelt de wens voor een groter budget.

Een andere mogelijke systematiek voor collectieve financiering is een bedrijveninvesteringzone (BIZ). Deze systematiek zorgt ervoor dat er één vereniging is met één bestuur waar jaarlijks het geïnde geld naar overgemaakt wordt. Voordeel is dat de perceptiekosten aanzienlijk lager liggen: van 10,5% in de huidige systematiek naar 3,5% met de BIZ. Hierdoor blijft er meer budget over om te investeren in de straat. De focusgroepleden menen dat het zeker de moeite waard is om te onderzoeken of de BIZ een goede vervanger is voor het ondernemersfonds.

Uit de enquête blijkt dat 54% van de respondenten de BIZ een (zeer) geschikt instrument vindt voor de Generaal Cronjéstraat. De focusgroepleden vinden dit nog geen overtuigend grote groep en geven aan dat een eventuele overgang van het ondernemersfonds naar een BIZ zeer zorgvuldig moet worden gedaan. Uit de enquête blijkt ook dat de meeste ondernemers voorstander zijn van één vast bedrag per WOZ-object. De aanwezigen lijkt dit ook de beste methode. Wel wordt benadrukt dat de precario dan weer los geheven wordt door de gemeente en ondernemers dus twee aanslagen krijgen: één voor precario (gemeentelijk) en één voor de BIZ (winkeliersvereniging). Hierover moet heel duidelijk gecommuniceerd worden. Ook is er aandacht voor het feit dat sommige ondernemers meerdere WOZ-objecten hebben en dus meerdere aanslagen zullen krijgen als de BIZ wordt ingevoerd. Aanwezigen vinden het heel belangrijk dat hierover goed in gesprek wordt gegaan. "De achterban heeft het recht om goed geïnformeerd te worden en kritische vragen te stellen". Die inspraak wordt belangrijk gevonden en gewaardeerd en het wordt door het bestuur zo goed mogelijk opgepakt.

De aanwezigen concluderen dat het ondernemersfonds een extra bestuurslaag vormt: dit kost tijd, geld en is overbodig. Het is een goed idee om het huidige systeem te vervangen door de BIZ, maar het is van belang het traject zorgvuldig te doorlopen. "Met de BIZ behoud je de goede aspecten, en haal je de minder goede zaken eruit".



# 6 Conclusies & aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de bevindingen van de enquête en de resultaten van het focusgesprek samengevoegd en de twee centrale vragen van de evaluatie beantwoord, te weten:

1. **Functioneert het ondernemersfonds tot genoegen van de ondernemers in de Generaal Cronjéstraat, en wat kan er worden verbeterd?**
2. **Welke mogelijkheden biedt de BIZ en wat is hiervoor het draagvlak bij de ondernemers in de Generaal Cronjéstraat?**

Door het combineren van twee onderzoeksmethoden 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 niet direct in de macht van de winkeliersvereniging ligt, zoals het versterken van de diversiteit van het winkelaanbod en het verbeteren van de bereikbaarheid. We bespreken ze echter wel, omdat het belangrijke signalen zijn van ondernemers over de Generaal Cronjéstraat.

## 6.1 Functioneren ondernemersfonds en toekomst

De grondhouding in de Generaal Cronjéstraat in Haarlem is positief: zowel uit de ondernemers-enquête als uit het focusgesprek blijkt dat er veel draagvlak is voor samenwerking en collectief investeren in de winkelstraat. Het feit dat er met de oprichting van het ondernemersfonds in 2015 een financiële basis is ontstaan, wordt als waardevol gezien voor de Haarlemse winkelstraat.

### Functioneren ondernemersfonds

Opvallend is dat het bestaan van het ondernemersfonds bekend is bij driekwart van de respondenten, wat inhoudt dat een kwart van de geënquêteerde ondernemers het ondernemersfonds niet kent, noch haar rol in het beheer van de reclame-inkomsten. Echter, zijn bijna alle ondernemers wel op de hoogte van de activiteiten en evenementen die worden georganiseerd door de winkeliersvereniging. Ook geven de cijfers aan dat er veel draagvlak is voor het gezamenlijk opzetten van activiteiten en evenementen in de Cronjéstraat. De grote meerderheid van de ondernemers (91%) vindt het (heel) belangrijk om samen met andere ondernemers bij te dragen aan een aantrekkelijke Generaal Cronjéstraat. Daarnaast vinden bijna alle ondernemers (92%) het (heel) belangrijk om samen met andere ondernemers gezamenlijke activiteiten en evenementen op te zetten en uit te voeren in de straat. Een mogelijke verklaring is dat het ondernemersfonds op zich als financiële constructie niet bekend is, maar het bestaan en de activiteiten van de winkeliersvereniging wel bekend zijn.

Wat betreft de huidige activiteiten en evenementen zijn de ondernemers het meest tevreden over de nieuwe feestverlichting en de oprichting van de BIZ voor pandeigenaren. Aannemelijk is dat dit laatste samenhangt met de geplande opknapping van de luifel. Hieruit kunnen we concluderen dat acties die bijdragen aan het verbeteren van de uitstraling van

de straat hoog scoren. De meeste ondernemers lijken bekend te zijn met het bestuur van de winkeliersvereniging. Echter vinden niet alle ondernemers dat er voldoende gelegenheid is tot inspraak in de activiteiten van de vereniging. Door sommigen wordt de communicatie vanuit het bestuur richting de ondernemers als 'eenrichtingsverkeer' ervaren. Ook over de gebruikte communicatiekanalen van het bestuur (Chainels, persoonlijk contact en de bijeenkomsten) is een deel van de ondernemers ontevreden. Wel lijkt nagenoeg iedereen op de hoogte te zijn van deze communicatiemiddelen. Tijdens het focusgroepgesprek is naar voren gekomen dan ondanks alle moderne, digitale wijzen van communicatie, de persoonlijke benadering het meest wordt gewaardeerd door ondernemers.

De systematiek van het huidige ondernemersfonds is volgens de deelnemers van het focusgroepgesprek vrij ingewikkeld en niet altijd goed uit te leggen aan individuele ondernemers. Hierdoor kan het lijken alsof de systematiek niet transparant is en dat maakt het ook direct één van de nadelen van het ondernemersfonds. Andere nadelen die zijn genoemd zijn de hoge perceptiekosten die het fonds met zich meebrengt en de bijdrage die wordt gedaan per ondernemer i.p.v. per WOZ-object.

### **Verbeterpunten toekomst**

In de enquête en tijdens het focusgesprek is ook aandacht besteed aan verbeterpunten voor de toekomst. Voor de toekomst geven ondernemers de meeste prioriteit aan het verbeteren van de uitstraling van de straat en het versterken van de diversiteit van het winkelaanbod. Ook dient er kritisch gekeken te worden naar bestaande evenementen. Om ervoor te zorgen dat zowel bestaande als nieuwe evenementen beter aansluiten bij de wensen van de ondernemers is het noodzakelijk om de communicatie en het persoonlijk contact met ondernemers te verbeteren en aandacht te hebben voor de inspraak van individuele ondernemers. Uit het focusgroepgesprek is naar voren gekomen dat beide punten reeds worden opgepakt: de inrichting en uitstraling van de straat wordt in samenwerking met de pandeigenaren en de gemeente Haarlem opgepakt. Ook is er sinds begin 2018 een nieuwe evenementencommissie actief. Het is sterk aan te bevelen hier als winkeliersvereniging meer over te communiceren, bijvoorbeeld middels Chainels, door het inzetten van blokhoofden die het aanspreekpunt zijn voor een afgebakend deel van de straat of door het uitbrengen van een nieuwsbrief elk kwartaal.

Als ander verbeterpunt voor de toekomst komt uit het focusgroepgesprek naar voren dat meerdere ondernemers pleiten voor een versimpeling van de systematiek: het is dan gemakkelijker om het fonds uit te leggen aan individuele ondernemers en er draagvlak voor te creëren.

## **6.2 Mogelijkheden en draagvlak BIZ**

Naast het functioneren van het huidige fonds, is er in het onderzoek ook aandacht besteed aan de mogelijkheden en het draagvlak voor het instellen van een bedrijveninvesteringzone (BIZ) in de Generaal Cronjéstraat. Uit de enquête blijkt dat de meerderheid van de ondernemers (54%) de BIZ geschikt vindt als toekomstige samenwerkingsvorm; meer dan een kwart vindt het zelfs zeer geschikt. Ook is een groot deel van de ondernemers (nog) neutraal over de BIZ als samenwerkingsvorm: dit kan duiden op onbekendheid over de BIZ als middel. Voor een informele draagvlakmeting van een BIZ wordt 20% aangehouden: minimaal 20% van de ondernemers in een gebied dient positief te zijn over het invoeren van een BIZ, alvorens het voorbereidingstraject kan worden gestart. Als de enquête wordt gebruikt als informele draagvlakmeting, dan kan gesteld worden dat er ruim draagvlak is voor het onderzoeken van de mogelijkheden voor een BIZ in de Generaal Cronjéstraat.

Onder de deelnemers van het focusgesprek 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, bestaat uit een duidelijk plan voor vijf jaar en lagere perceptiekosten. Daarnaast kan de oprichting van een BIZ zorgen voor vernieuwde aandacht voor samenwerking in de straat en opnieuw reuring creëren.

Een ander genoemd voordeel is dat de kosten in een BIZ anders georganiseerd worden dan bij het innen van de reclamebelasting. Qua tariefbepaling onder de ondernemers is een gelijke jaarlijkse bijdrage voor álle ondernemers het meest populair. Daarnaast betalen ondernemers in een BIZ een heffing per WOZ-object, dit in tegenstelling tot de huidige systematiek, waarbij iedere ondernemer één aanslag ontvangt. Samen met het voordeel van lagere perceptiekosten levert dit ieder jaar een hoger te besteden budget op. Duidelijke communicatie hierover richting de ondernemers is essentieel.

### 6.3 Aanbevelingen voor de winkeliersvereniging

- Zorg voor nog meer bekendheid over de systematiek van de reclamebelasting via het ondernemersfonds en het feit dat alle ondernemers bijdragen.
- Zorg voor meer transparantie over de activiteiten van de winkeliersvereniging.
- Stimuleer op het gebied van communicatie het 'tweerichtingsverkeer' tussen de winkeliersvereniging en de ondernemers, investeer in persoonlijk contact met individuele ondernemers en stimuleer inspraak.

### 6.4 Aanbevelingen voor de toekomstige BIZ

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

- Communiceer transparant, duidelijk, via verschillende media, bijeenkomsten en contactmoment en met grote regelmaat 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. Er komt één vereniging met één bestuur, de perceptiekosten van een BIZ zijn lager en er zal sprake zijn van een hoger aantal betalingsplichtige objecten in het gebied, waardoor het jaarlijks te besteden bedrag hoger is.
- Creëer in gezamenlijkheid een BIZ-plan voor 5 jaar, waarin duidelijke doelstellingen en investeringen zijn opgenomen.



**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**

Vestdijk 39-A  
5611 CA Eindhoven  
+31 (0)40 296 8844  
info@stadenco.nl

Postbus 4914  
5604 CC Eindhoven