

Door Renske Schut

De kracht van het collectief, meedoen of afhaken?

Op 16 mei jl. onderzocht SSM Retail Platform of een bundeling van krachten van retailers in combinatie en samenwerking met andere binnenstedelijke functies en de lokale overheid, nut heeft. Robert Strijk, wethouder in Leiden en Inge Nix van iXin Vastgoedmanagement & Consultancy lieten hun licht schijnen op deze complexe materie.

Organisatorische problemen

Initiatieven tot een collectieve krachtenbundeling blijken moeilijk van de grond te komen. Tegenstanders geloven meer in hun eigen kracht en de tegenstellingen tussen de uitdragers van de collectieve aanpak en de 'free riders' lijken onoplosbaar. Wethouder van Economie, Financiën en Bereikbaarheid en voormalig centrummanager Robert Strijk geeft zijn visie. Als centrummanager werd hij veelvuldig geconfronteerd met organisatorische problemen in winkelcentra. Bijna altijd was geld de oorzaak van het probleem. Wie betaalt de gemeenschappelijke advertenties? Veiligheid gaat elke ondernemer aan, maar wie draait op voor de kosten? En wat te doen met een ondernemer die niet bijdraagt aan het organiseren van activiteiten met een collectief doel, maar hier wel van profiteert, de zogenaamde 'free rider'?

Het Ondernemersfonds Leiden

In Leiden is in 2005 op initiatief van de ondernemers het Ondernemersfonds opgericht, van waaruit initiatieven van georganiseerde ondernemers beloond kunnen worden. Het fonds wordt door alle ondernemers in Leiden gesteund, waarmee van free riders geen sprake meer is. De ondernemers betalen 5,3% extra aan OZB, hetgeen neerkomt op ongeveer € 1.000.000,-- per jaar. Deze meeropbrengst wordt in het Ondernemersfonds gestort, dat wordt beheerd door de Stichting Ondernemersfonds Leiden. De opslag is een soort contributie voor ondernemersverenigingen, waarmee deze activiteiten kunnen financieren die het collectief belang dienen van Leidse bedrijfs- en winkelgebieden. Hierbij kan

bijvoorbeeld gedacht worden aan promotie, citymarketing en stimulering van de koopzondag. Maar ook aan de veiligheid en de aankleding van de winkelstraten. In het algemeen komen de fondsgelden ten goede aan het bedrijfsomgevingsbeleid, de infrastructuur, promotie en onderzoek.

Als resultaat noemt Strijk ook de bouw van een gemeenschappelijk laboratorium. Zowel het bedrijfsleven als het onderwijs kunnen gebruik maken van deze faciliteit. Niet alleen worden beide disciplines gefaciliteerd, er ontstaat tevens een aansluiting tussen het onderwijs en het bedrijfsleven.

Politiek

Bijkomend voordeel van een collectief is volgens de wethouder gelegen in de kansen binnen de politiek: “Als collectief heb je een breder fundament om je stem door te laten klinken in de politiek”, aldus Strijk. Verder meent hij dat er als collectief omzet valt te behalen, waar kosten bespaard kunnen worden. Daarbij geeft een collectief positieve energie. Immers, je genereert organisatiekracht, waar je als ‘stand alone’ veel minder voor elkaar krijgt.

De gemeente Leiden loopt bij ondernemers voorop waar het gaat om het vestigingsklimaat. Dit blijkt onder meer uit de resultaten van een recent onderzoek van Deloitte, “Monitor Tevredenheid Vestigingsklimaat 2012, bedrijfsleven aan het woord”, waarbij Leiden als beste uit de bus komt. De gemeente scoort het hoogst op de onderdelen aanbod van culturele en recreatieve voorzieningen. Ook de gemeentelijke dienstverlening scoort hoog. De gemeente staat zo dicht mogelijk bij de ondernemer en beschikt over deskundige ambtenaren die een hoge handelingssnelheid genereren.

“Vertrouwen is belangrijk”.

Inge Nix is van mening dat een bundeling van krachten van retailers vooral wordt bemoeilijkt door het aantal partijen en hun verschillende belangen. Het belang van een retailer staat immers vaak haaks op het belang van bijvoorbeeld een gemeente. Als voorbeelden van initiatieven ten aanzien van een collectief noemt Nix onder meer de reclamebelasting van de gemeente Schiedam. Met de inkomsten uit de reclamebelasting wordt het Ondernemersfonds Binnenstad gesteund ter versterking van de economische positie van deze binnenstad.

Nix meent dat een collectief alleen dan kans van slagen heeft wanneer sprake is van maatwerk en bovendien van voldoende vertrouwen. Daarbij zijn voldoende financiële instrumenten noodzakelijk. Andere succesfactoren zijn volgens haar onder meer een centraal gemeenschappelijk belang en de bereidheid tot samenwerking. De focus moet vooral liggen op waarde en niet op prijs.

Beide sprekers concluderen dat het zeker wel mogelijk is om ten aanzien van een collectief alle neuzen dezelfde kant op te krijgen. Dit vergt tijd en inspanning, maar de resultaten zijn er dan ook naar. De kracht van het collectief bestaat en heeft zich bewezen.