

Corona geeft ondernemersdienstverlening een impuls

Hoe gemeenten dichterbij ondernemers zijn komen te staan door corona, hoe dat te behouden en verder uit te bouwen



Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Samenvatting	6
1 Onderzoeksopzet	8
1.1 Onderzoekscontext	9
1.1.1 Looptijd	9
1.1.2 Verantwoording	10
2 Resultaten onderzoek onder gemeenten en ondernemers(verenigingen)	11
2.1 Resultaten algemene vragen	11
2.1.1 71% van de gemeenten beschikt over voldoende gegevens om met haar ondernemers in contact te komen	11
2.1.2 97% van de gemeenten kent een of meerdere vormen van een collectiviteit	11
2.1.3 Extra investering in telefonische bereikbaarheid heeft effect, 71% van de gemeenten heeft extra geïnvesteerd, 50% van de ondernemers heeft dit ervaren	12
2.1.4 Extra investeringen in bereikbaarheid per e-mail heeft effect, 67% van de gemeenten heeft extra geïnvesteerd, 52% van de ondernemers heeft dit ervaren	13
2.1.5 99% van de gemeenten heeft extra aandacht besteed aan het ondernemersdeel van de website, 58% van de ondernemersverenigingen heeft dit ervaren	13
2.1.6 Het 'economisch team' binnen de gemeente is door 34% van de gemeenten uitgebreid dan wel geactiveerd, 19% van de ondernemers(verenigingen) heeft dat ervaren	14
2.1.7 Een informeel loket voor vergunningen biedt zowel voor gemeenten als voor ondernemers veel voordelen, 10% van de gemeenten heeft dit team uitgebreid en 9% van de ondernemers(verenigingen) heeft dit ook ervaren	14
2.1.8 Afstemming met andere gemeenten uit de regio heeft met name plaatsgevonden tussen gemeenten die al een samenwerking kenden	15
2.1.9 45% van de ondernemers heeft zich gesteund gevoeld door hun gemeente tijdens de coronacrisis, 22% voelde zich zelfs zeer gesteund	15
2.2 Resultaten dienstverleningscomponenten	16
2.2.1 Gemeenten hebben tijdens de coronacrisis extra ingezet op (1) aandacht voor ondernemers, (2) communicatie met ondernemers en (3) ondernemers aan elkaar koppelen	16
2.2.2 Ondernemers(verenigingen) hebben ervaren dat gemeenten hebben ingezet op aandacht voor ondernemers en communicatie met ondernemers	17
2.2.3 Gemeenten hebben de intentie alle dienstverleningscomponenten die ze al inzetten voor de coronacrisis, of naar aanleiding van de coronacrisis (extra) zijn gaan inzetten, te handhaven	18
2.2.4 Gemeenten die nog niet alle dienstverleningscomponenten inzetten, zullen alsnog inzetten op onder andere samenwerking met ondernemersverenigingen, het economisch team	18
2.2.5 Ondernemers hebben de dienstverleningscomponenten die ze hebben ervaren, positief gewaardeerd	18
2.2.6 Ondernemers(verenigingen) zien graag een ondernemend economisch team, samenwerking met ondernemers(verenigingen) en het intern hanteren van korte lijnen als structureel onderdeel van de dienstverlening	19

2.3	Resultaten maatregelen	19
2.3.1	Gemeenten hebben tijdens de coronacrisis extra ingezet op de mogelijkheden voor terrassenverruiming, uitstel van belastingen, terugbetaling leges en tijdelijk gedogen	20
2.3.2	Ondernemers(verenigingen) hebben ervaren dat gemeenten hebben ingezet op terrassenverruiming, uitstel van belastingen, nieuwe beleidsplannen, het stimuleren van lokaal inkopen en tijdelijk gedogen	22
2.3.3	Gemeenten hebben de intentie een deel van de maatregelen die ze al inzetten voor de coronacrisis, of naar aanleiding van de coronacrisis (extra) zijn gaan inzetten, te handhaven	22
2.3.4	Het stimuleren van lokaal inkopen, uitstel van belastingen en het lokaal gunnen zijn maatregelen die gemeenten overwegen alsnog in te zetten	23
2.2.5	Ondernemers hebben de maatregelen die ze hebben ervaren, positief gewaardeerd	23
2.3.6	Ondernemers(verenigingen) zien onder andere het stimuleren van lokaal inkopen, het lokaal gunnen en uitstel van belastingen, graag als vaste maatregelen	24
2.4	Beschouwing	24
2.4.1	Inzet van gemeenten is meer zichtbaar geworden	24
2.4.2	Gemeenten 'moeten' deze lijn voortzetten	25
3	Hoe kan 'het nieuwe normaal' eruit zien?	26
3.1	Wat zeggen gemeenten te kunnen bieden en wat zien ondernemers graag terug in het nieuwe normaal?	26
3.1.1	Contactpersonen binnen de gemeente denken in mogelijkheden en tonen ondernemerschap	26
3.1.2	Gemeenten zien ondernemersverenigingen als gelijkwaardige gesprekspartners en betrekken hen steeds vaker bij het ontwikkelen van beleid	27
3.1.3	Hoe korter intern de lijnen binnen een gemeente tussen verschillende afdelingen zijn, hoe sneller zaken geregeld kunnen worden	28
3.1.4	Ondernemers waarderen het wanneer pro actief contact wordt gezocht en onderhouden	28
3.1.5	Formaliseer samenwerkingen in collectiviteiten of andere (al dan niet) economische verbanden	29
3.1.6	Ondernemers waarderen ook social calls en visits	29
3.1.7	Gemeenten kunnen ondernemers aan elkaar koppelen in geval gezamenlijke belangen	29
3.1.8	Een goed ingericht communicatieplatform van een samenwerkingsverband tussen gemeente en ondernemers verhoogt de kennis voor beide partijen	30
3.1.9	Lokaal blijven denken en handelen waar mogelijk	30
3.1.10	Door handhaving preventief in te zetten is handhaving achteraf minder nodig	31
3.1.11	Ondernemersondersteuning breder en structureel opzetten	31
3.1.12	In geval van concrete vraagstukken of crises kan een multidisciplinair team uitkomst bieden	32
3.1.13	Kijken welke gedoogacties mogelijk langer, dan wel structureel bijdragen aan de lokale economie	33
3.1.14	Kijken welke zaken daadwerkelijk vergunningsplichtig zijn en de vergunningverlening waar mogelijk versnellen	33
3.1.15	Zet, wanneer dat er nog niet is, een informeel vergunningenloket op en zorg voor de goede en voldoende bemensing	33
3.2	Hoe kunnen gemeenten zelf inkomsten genereren	33
3.2.1	(Anticyclisch) Investeren in de lokale economie	34
3.2.2	Kijken waar bezuinigingen mogelijk zijn en niet noodzakelijke uitgaven uitstellen	34
3.2.3	Vastgoed of grond verkopen en of verhuren	34
3.2.4	Precario op een andere manier heffen, waardoor het door een grote groep wordt gedragen	34
3.2.5	Het verhogen van belastingen en of precario	34

Voorwoord

Beste lezer,

Samen komen en helpen we elkaar de crisis door is een veel gehoorde uitspraak. Dit valt in het bijzonder te zeggen voor de belangrijke rol die de 355 Nederlandse gemeenten hebben vervuld in hun ondernemersdienstverlening bij de eerste golf van de coronacrisis. Met gepaste trots presenteer ik u dan ook het eindresultaat van het onderliggende rapport, dat handvatten biedt voor heden en toekomst.

Corona geeft ondernemersdienstverlening een impuls

Hoe gemeenten dichterbij ondernemers zijn komen te staan door corona, hoe dat te behouden en verder uit te bouwen?

Na jarenlange veranderingen bij o.a. de Kamer van Koophandel is ondernemersdienstverlening belangrijker dan ooit. Gemeenten hebben gedurende de eerste golf op alle linies hun ondernemersdienstverlening verbeterd en geïntensiveerd. Vooral het persoonlijke contact, de ondernemende instelling en het faciliteren van initiatieven heeft evident geleid tot een sterkere verbinding met ondernemers in alle gemeenten. Ook voor ondernemers is de gemeente de eerste en meest zichtbare overheid geworden. Wat voorheen ingewikkeld was, werd door de crisis vloeibaar. Een resultaat dat onderstreept en draagvlak heeft door een hoge respons onder Nederlandse gemeenten van 50% en bovendien meer dan 200 verschillende ondernemersverenigingen.

Het markeert bovenal de belangrijke rol die gemeenten als publieke organisatie vervullen als eerste aanspreekpunt voor de ondernemer, om ondernemers te gidsen, te helpen en te verbinden aan elkaar. Het onderzoek biedt houvast voor heden en toekomst, aangezien gemeenten de intentie hebben om de opgewaardeerde dienstverlening vast te houden en verder uit te bouwen. Uitdagingen blijven bestaan om elkaar nog sterker te vinden op diverse thema's. Ondernemers vormen niet voor niets de ruggraat van de lokale economie.

Ik wil u dan ook veel leesplezier wensen. Gemeenten zijn aan zet om met ondernemers te werken aan herstel en transformatie van de lokale en regionale economie en te bouwen aan sterke ecosystemen, die een bron zijn voor werkgelegenheid en economische groei.

Met een vriendelijke groet,

Boaz Adank
VNG portefeuillehouder economisch herstel

Samenvatting

Corona heeft de ondernemersdienstverlening van gemeenten opgeschud. Voor de ene gemeente had corona een grotere impact dan voor de andere, maar voor elke gemeente was de impact enorm.

VNG heeft SCC Consultancy gevraagd te onderzoeken hoe deze impact eruit ziet voor wat betreft de ondernemersdienstverlening; wat gemeenten hebben geleerd en hoe ze elkaar kunnen inspireren. SCC Consultancy heeft vervolgens aan de hand van een onderzoek onder alle gemeenten en een grote groep ondernemers(verenigingen), park- en centrummanagers, verdeeld over heel Nederland, in kaart gebracht hoe dienstverlening aan ondernemers er 'na corona' of anders gezegd, in 'het nieuwe normaal' uit kan zien.

Communiceren met ondernemers

De maatregelen die vanuit de rijksoverheid werden opgelegd, troffen de meeste ondernemers direct. Voor ondersteuning waren ondernemers op veel fronten op hun gemeente aangewezen. Dit betekende dat gemeenten meer en directer met haar ondernemers moesten gaan communiceren. Die gemeenten die in het verleden al nauwer samenwerkten met haar ondernemers, ondervonden hiervan direct profijt. De lijnen waren al korter en gemeenten en ondernemers wisten elkaar beter te vinden. Gemeenten waarbij dit minder of niet het geval was, moesten meer schakelen, investeren in contacten, in adressenbestanden, de website en andere communicatiemiddelen.

De belangrijkste stap is gemaakt door de medewerkers die het aanspreekpunt vormen voor ondernemers. Op hen werd een groter beroep gedaan dan voorheen en zij moesten, zowel richting ondernemers, als intern richting collega's plotseling in een hogere versnelling aan de slag.

Dienstverlening opschakelen

Gemeenten hebben aandacht besteed aan alle vormen van hun bereikbaarheid. Ondernemers en gemeenten zijn gelijkwaardiger met elkaar opgetrokken en zijn samen oplossingen gaan vormgeven.

De communicatie richting ondernemers is geïntensiveerd. Binnen gemeenten zijn teams opgeschaald of anders georganiseerd. Er zijn nieuwe communicatiekanalen aangeboden en social media zijn meer benut. Handhaving is in deze periode vaker dan 'voor corona' preventief ingezet.

Maatregelen beschikbaar stellen

Naast dienstverlening zijn ook verschillende maatregelen genomen om ondernemers zo veel mogelijk ruimte te bieden om te kunnen ondernemen. Naast voorbeelden als terrassenverruiming zijn er voorbeelden van tijdelijke uitzonderingen gedogen. Het lokaal kopen is gestimuleerd en niet alleen richting detailhandel. Er is getracht ondernemers lokaal met elkaar in contact te brengen om elkaar te helpen, samen zaken te doen of samen initiatieven te ontwikkelen.

Gemeenten hebben geprobeerd kosten voor ondernemers te verminderen door op onderdelen geen precario te heffen en leges van gecancelde evenementen terug te betalen. Sommige gemeenten hebben voor financiële tegemoetkomingen gekozen als uitstel van betaling van gemeentebelastingen en of het inzetten (of zelfs opzetten) van een ondernemersfonds.

Het nieuwe normaal

Gemeenten hebben laten zien dat ze in staat zijn dichterbij ondernemers te staan en ze 'ondernemend' te ondersteunen. Ze hebben daarmee een nieuwe standaard gezet. Ondernemers(verenigingen) hebben de inzet gewaardeerd en zien dit, en in sommige gemeenten ook meer dan dit, graag terug in de toekomst.

Concrete voorbeelden die in het nieuwe normaal de ondernemersdienstverlening echt optimaliseren zijn, naast hierboven genoemde zaken:

- Elkaar (nog meer) zien als gelijkwaardige (gespreks)partners en dit formaliseren in (al dan niet economische) samenwerkingen, collectiviteiten, maar ook in projectmatig samengestelde teams die een concrete opdracht vervullen
- Ondernemers vaker opzoeken om te kijken hoe het gaat en hoe een ondernemer kan worden ondersteund, in plaats van de vraag van de ondernemer af te wachten
- Meer denken in mogelijkheden en in 'ja, mits, in plaats van nee, tenzij'
- Binnen gemeenten de afstemming tussen afdelingen zo kort en efficiënt mogelijk houden
- Lokale economie stimuleren, onder andere door ondernemers met elkaar in contact te brengen, maar ook door te kijken welke gedooguitzonderingen mogelijk structureel kunnen zijn
- Alleen die zaken vergunningsplichtig houden, waar dit nodig is, voor die vergunningen, een informeel vergunningenloket inrichten en goed bemensen

Inkomsten genereren

Tenslotte zijn ideeën opgehaald ten aanzien van hoe gemeenten zelf weer inkomsten kunnen genereren. Hier zijn voorbeelden genoemd van het investeren in en stimuleren van de lokale economie, bezuinigingen doorvoeren en niet noodzakelijke uitgaven uitstellen. Andere ideeën zijn precario op andere manieren heffen of gemeentebelastingen verhogen.

1 Onderzoeksopzet

VNG Realisatie ziet dat veel gemeenten in Nederland naar aanleiding van de coronacrisis, de ondernemersdienstverlening hebben geïntensiveerd en of verbeterd. Ze is benieuwd wat gemeenten hebben ervaren, wat ze hebben geleerd en wat ze meenemen naar de toekomst.

Om gemeenten in Nederland te ondersteunen is zij op zoek naar goede voorbeelden om hen te ondersteunen, dan wel te inspireren. VNG Realisatie heeft SCC Consultancy opdracht gegeven dit te onderzoeken. Deze rapportage beschrijft de resultaten van dat onderzoek.

Het onderzoek is uitgevoerd in de periode van september tot en met half oktober 2020. In deze periode zijn zowel alle 3551 gemeenten in Nederland als zo goed als alle ondernemersverenigingen, park- en centrummanagers benaderd om hun ervaringen, maar ook hun wensen en adviezen te delen. In het rapport wordt naar deze laatste doelgroep verwezen als 'ondernemers' of 'ondernemersverenigingen'.

Het bureau

SCC Consultancy is gespecialiseerd in klantgericht ondernemen. Sinds 1997 helpen zij organisaties klantgericht te worden en te blijven. Zij werken zowel voor profit als non profit organisaties in binnen- en buitenland. De ervaring in gemeenteland is breed. Op het gebied van (ondernemers)dienstverlening zijn door hen verschillende landelijke en regionale onderzoeken onder gemeenten verzorgd. Daarnaast verzorgden zij ook in opdracht van gemeenten verschillende onderzoeken. Deze variëren van eigen onderzoeken van SCC Consultancy tot burger- en ondernemerspeilingen van VNG.

SCC Consultancy heeft rondom ondernemersdienstverlening een aantal onderzoeksmethodieken ontwikkeld die meer informatie en tevens direct inzetbare informatie opleveren. Deze zijn ingezet voor dit onderzoek.

Leeswijzer

De titels van de paragrafen zijn de conclusie van dat wat in die paragraaf wordt beschreven. Op die manier is de inhoudsopgave eveneens een samenvatting die de lezer direct geleid naar de toelichting.

Er wordt in deze rapportage gesproken over 'de coronacrisis'. Hiermee wordt de eerste coronagolf bedoeld, de periode waarin de intelligente lockdown op zijn strengst was. Ook wordt er gesproken over 'na corona'. Dat is niet alleen de periode waarin we geen rekening meer hoeven te houden met het coronavirus en alles weer bij het oude is, maar ook de periode waarin er nog steeds sprake is van een gedeeltelijke lockdown, maar waarin wel meer mogelijk is; het 'nieuwe normaal'.

In dit eerste hoofdstuk wordt de onderzoekscontext toegelicht. Hoofdstuk 2 beschrijft de kwantitatieve resultaten van het onderzoek dat online is uitgezet, onder gemeenten en ondernemers(verenigingen) aangevuld met de meest voorkomende en belangrijkste opmerkingen die daarbij zijn gemaakt. Dit geeft inzicht in wat gemeenten zelf zeggen anders te hebben gedaan. Ook is in kaart gebracht wat gemeenten verwachten alsnog in te gaan zetten en wat zij in de toekomst denken te handhaven.

In een aantal gevallen is de optelling van de percentages ongelijk aan 100%, dit is het gevolg van afronding.

1 Per 1 januari 2020 telt Nederland 355 zelfstandige gemeenten.

Aan ondernemers is gevraagd wat zij hebben ervaren. Ook is in kaart gebracht hoe zij de inspanningen van hun gemeente tijdens de coronacrisis hebben gewaardeerd en is aangegeven wat zij graag in de toekomst behouden zouden zien.

In hoofdstuk 3 wordt antwoord gegeven op de vraag:

Wat kunnen gemeenten leren van de coronacrisis en van elkaar, wanneer het gaat om de dienstverlening aan ondernemers?

Verschillende dienstverleningscomponenten en of maatregelen worden uitgebreid beschreven, gebaseerd op dat wat gemeenten hebben gedaan en dat wat ondernemers hebben ervaren, of graag van hun gemeente hadden gezien. Daarnaast wordt ingegaan op wat gemeenten zouden kunnen doen om meer inkomsten te genereren, nu de gemeentekas, onder andere door de coronacrisis, leegloopt. Alle beschrijvingen in deze rapportage zijn gebaseerd op de interviews, de onderzoeksresultaten en de aanvullingen die gemeenten in het onderzoek hebben gegeven.

1.1 Onderzoekscontext

Om te komen tot een aantal goede voorbeelden is gestart met kwalitatief onderzoek om op die manier zo praktisch mogelijke zaken, situatieschetsen en andere beschrijvingen te achterhalen die, in de ogen van gemeenten en vanuit ondernemersperspectief, de ondernemersdienstverlening ten goede zijn gekomen.

Voor deze interviews zijn verschillende interviewtechnieken benut, teneinde zo veel mogelijk en zo praktisch mogelijke informatie te achterhalen. Hierbij zijn enerzijds gemeenten bevestigd op hun (extra) inzet rondom de dienstverlening aan ondernemers tijdens de coronacrisis. Ook is hun beeld van hoe de ondernemersdienstverlening had moeten of kunnen zijn tijdens de coronacrisis in kaart gebracht.

In deze interviews is gebleken dat gemeenten niet alles zelf hebben bedacht, maar ook hebben geïnventariseerd wat andere gemeenten ondernamen. Dit hebben veel gemeenten gebruikt als inspiratie om hun eigen ondernemers beter te faciliteren tijdens corona.

Anderzijds zijn ondernemers en hun vertegenwoordiging in de vorm van verenigingen, park- en centrummanagers eveneens bevestigd op de ervaringen met ondernemersdienstverlening van hun eigen gemeente 'in corona-tijd'; wat hebben ze ervaren en wat hadden ze graag gezien. Het doel van deze fase is gericht geweest op inventariseren (nog niet beoordelen) ten behoeve van het kwantitatieve deel van het onderzoek.

De resultaten hiervan zijn gebruikt om twee onderzoeken te formuleren. Het eerste onderzoek is uitgezet onder alle gemeenten in Nederland. Binnen gemeenten zijn, waar mogelijk, de wethouders economische zaken, bedrijfscontactfunctionarissen en medewerkers (beleid)economie of hun equivalenten benaderd met het verzoek deel te nemen aan het onderzoek. Zij zijn rechtstreeks benaderd.

Het tweede onderzoek is onder zo goed als alle ondernemersverenigingen, park- en centrummanagers uitgezet. Ook zij zijn, waar mogelijk, rechtstreeks benaderd.

Daarnaast is via social media, nieuwsbrieven en andere VNG-communicatiekanalen op verschillende momenten campagne gevoerd om beide doelgroepen te enthousiasmeren deel te nemen aan het onderzoek. Het was via deze campagnes mogelijk om rechtstreeks deel te nemen, ook wanneer men niet was benaderd.

1.1.1 Looptijd

Het kwalitatief onderzoek heeft plaatsgevonden in de periode van 7 tot en met 18 september 2020. Het kwantitatief onderzoek is uitgevoerd in de periode van 28 september tot en met 16 oktober 2020.

1.1.2 *Verantwoording*

Alle gemeenten in Nederland zijn benaderd. Er zijn in totaal 235 reacties, verdeeld over minimaal 179 gemeenten ontvangen. Minimaal, want er is niet van alle respons bekend welke gemeente het betreft. In totaal zijn vanuit ondernemersperspectief 226 reacties ontvangen.

Alle reacties komen vanuit het gehele land, verdeeld over alle provincies, grote, middelgrote en kleinere gemeenten. Dit maakt voor beide doelgroepen dat, gezien de vorm van het onderzoek, dit ruim voldoende is om conclusies aan te verbinden. Er zijn geen conclusies te trekken op deze deelgebieden, alleen op landelijk niveau.

Wel zijn er op gemeenteniveau uitschieters naar boven en naar beneden. Er zijn gemeenten die het heel erg goed hebben gedaan, er zijn ook gemeenten die nog een grote slag richting hun ondernemers moeten maken.

Alle beschrijvingen in deze rapportage komen voort uit het onderzoek.

2 Resultaten onderzoek onder gemeenten en ondernemers(verenigingen)

Zowel aan gemeenten als aan ondernemers(verenigingen) is eerst een aantal algemene vragen voorgelegd. De resultaten daarvan worden in dit hoofdstuk, wanneer mogelijk, naast elkaar gepresenteerd zodat direct inzichtelijk is in welke mate deze overeenkomen of afwijken en welke conclusies en aanbevelingen daar uit volgen. Het is mogelijk om deze resultaten naast elkaar te zetten door de manier van onderzoeken en de landelijke spreiding van de respons.

Vervolgens wordt beschreven welke dienstverleningscomponenten, in paragraaf 2.2, en maatregelen, in paragraaf 2.3, de gemeenten hebben ingezet, al dan niet als een nieuwe vorm van dienstverlening of als nieuw pakket.

Gemeenten is gevraagd wat zij overwegen alsnog extra te doen, zowel op het gebied van dienstverleningscomponenten als van maatregelen, en wat zij overwegen om 'na corona' te handhaven.

Ondernemers(verenigingen) is gevraagd hoe zij deze dienstverleningscomponenten en maatregelen hebben ervaren. Tevens is getoetst hoe zij deze hebben gewaardeerd en wat zij graag 'na corona' terug zouden zien.

2.1 Resultaten algemene vragen

2.1.1 71% van de gemeenten beschikt over voldoende gegevens om met haar ondernemers in contact te komen

Uit het kwalitatieve vooronderzoek is gebleken dat het zo direct mogelijk met ondernemers kunnen communiceren cruciaal is gebleken.

Het bezitten en beheren van goede bestanden met gegevens van ondernemers is daarom essentieel. Bijna 1 op de 4 gemeenten werkt hier al jaren aan en bijna de helft van de gemeenten heeft een gedeeltelijk bestand.

Beschikt uw gemeente over een bestand met contactgegevens van (zo goed als) alle ondernemers in uw gemeente?	gemeenten %
Ja, daar investeren wij al jaren in	23%
Ja, maar het is zeker niet compleet	49%
Ja, daar waren we net mee begonnen om op te bouwen	8%
Nee, maar we hebben een bestand aangekocht tijdens de corona-crisis (KvK, LISA, et cetera)	3%
Nee, dat hebben we niet	18%

Een op de 5 gemeenten beschikt hier niet over.

2.1.2 97% van de gemeenten kent een of meerdere vormen van een collectiviteit

Naast het bezitten en beheren van een goed bestand met gegevens van ondernemers biedt het hebben van georganiseerde contacten in de vorm van collectiviteiten, ook een groot voordeel. Denk hierbij aan bedrijventerreinenverenigingen, sectorale organisaties voor bijvoorbeeld horeca, bedrijven investeringszones (BIZ), park- en of centrummanager et cetera.

Uit het kwalitatieve vooronderzoek is gebleken dat gemeenten waar ondernemers bekend zijn met dergelijke samenwerkingen, er door ondernemers(verenigingen) richting de gemeente een minder hoge drempel wordt ervaren. Dit draagt bij aan de samenwerking en aan de waardering over en weer.

Maar liefst 97% van de gemeenten geeft aan een of meerdere vormen van een dergelijke collectiviteit te hebben. Onder de ondernemers(verenigingen) is dit bij 85% van hen bekend.

De vormen van collectiviteiten, zoals bekend zijn, zien er als volgt uit:

Collectiviteit	gemeenten %	ondernemers %
verenigingen op bedrijventerreinen	18%	21%
georganiseerde samenwerkingen met detailhandel	17%	16%
georganiseerde samenwerkingen met horecaondernemers	15%	15%
centrum of centra met centrummanagers	14%	16%
economische koepels of andere vormen van economische samenwerkingen (niet-BIZ)	13%	10%
verschillende parken met parkmanagers	11%	9%
BIZ	9%	10%
anders, namelijk	4%	3%

Bij 'anders' lijken de antwoorden van gemeenten en ondernemers(verenigingen) sterk op elkaar. Voorbeelden die gemeenten vaker noemen, zijn (samenwerkingen met) ondernemersverenigingen, ondernemersfondsen en overlegstructuren. Ondernemers-(verenigingen) noemen ondernemersverenigingen en (evenementen)platforms.

2.1.3 *Extra investering in telefonische bereikbaarheid heeft effect, 71% van de gemeenten heeft extra geïnvesteerd, 50% van de ondernemers heeft dit ervaren*

Omdat ondernemers voor informatie, maar ook voor regelingen en gemeentespecifieke zaken meer op de gemeente waren aangewezen dan ooit daarvoor, is de telefonische bereikbaarheid van groot belang geweest tijdens de coronacrisis. Daarom is getoetst hoe gemeenten daarop hebben ingezet en hoe ondernemers(verenigingen) dat hebben ervaren.

Hoewel veel gemeenten extra hebben geïnvesteerd in de telefonische bereikbaarheid, hebben niet alle ondernemers(verenigingen) dit ook zo ervaren.

Ongeveer 1 op de 3 ondernemers(verenigingen) had het idee dat er bij gemeenten ook niet meer mogelijk was op het gebied van telefonische bereikbaarheid.

Heeft uw gemeente extra aandacht besteed aan de telefonische bereikbaarheid voor ondernemers?	gemeenten %	ondernemers %
Ja, daar is veel extra aandacht aan besteed	42%	18%
Ja, daar is wat extra aandacht aan besteed	29%	32%
Ja, maar de groei in vragen was zo enorm, dat we dat niet goed konden managen	1%	7%
Nee, die was al voldoende	27%	14%
Nee, die mogelijkheid hadden we/ze niet	1%	29%

Ondernemers(verenigingen) waarderen de telefonische bereikbaarheid van voor de coronacrisis ook als minder goed. Het extra aandacht besteden aan telefonische bereikbaarheid heeft effect, echter minder dan de extra inzet vanuit gemeenten is geweest.

2.1.4 *Extra investeringen in bereikbaarheid per e-mail heeft effect, 67% van de gemeenten heeft extra geïnvesteerd, 52% van de ondernemers heeft dit ervaren*

Niet alleen de bereikbaarheid per telefoon, maar ook per e-mail is tijdens de coronacrisis belangrijker geweest dan ooit daarvoor. De ervaring met bereikbaarheid per e-mail vertoont zowel voor gemeenten als voor ondernemers(verenigingen) hetzelfde beeld als de telefonische bereikbaarheid. Gemeenten hebben opgeschaald, maar ondernemers(verenigingen) hebben dit slechts gedeeltelijk ervaren.

Ongeveer 1 op de 3 ondernemers(verenigingen) had het idee dat er bij gemeenten ook niet meer mogelijk was op het gebied van bereikbaarheid per e-mail.

Heeft uw gemeente extra aandacht besteed aan de bereikbaarheid per mail voor ondernemers?	gemeenten %	ondernemers %
Ja, daar is veel extra aandacht aan besteed	43%	18%
Ja, daar is wat extra aandacht aan besteed	24%	34%
Ja, maar de groei in vragen was zo enorm, dat we dat niet goed konden managen	0%	7%
Nee, die was al voldoende	32%	10%
Nee, die mogelijkheid hadden we/ze niet	0%	32%

Ondernemers(verenigingen) waarderen de bereikbaarheid per e-mail van voor de coronacrisis ook als minder goed. Het extra aandacht besteden aan bereikbaarheid per e-mail heeft effect, echter minder dan de extra inzet vanuit gemeenten is geweest.

2.1.5 *99% van de gemeenten heeft extra aandacht besteed aan het ondernemersdeel van de website, 58% van de ondernemersverenigingen heeft dit ervaren*

De informatievoorziening voor ondernemers op de gemeentelijke websites wordt voor de coronacrisis wisselend gewaardeerd. De websites van gemeenten waar dit vaker lager wordt gewaardeerd, zijn vaak gebonden aan de technische mogelijkheden van die website of er is te weinig kennis of tijd om deze informatie juist, actueel en compleet te houden.

Tijdens de coronacrisis hebben nagenoeg alle gemeenten extra aandacht besteed aan een ondernemersdeel over corona. Per gemeente verschilde het of het voornamelijk eigen informatie betrof, of dat er juist veel werd doorverwezen naar landelijke sites van onder de Kamer van Koophandel en van ministeries.

Heeft uw gemeente extra aandacht besteed aan het ondernemersdeel van de website?	gemeenten %
Ja, daar is veel extra aandacht aan besteed	65%
Ja, daar is wat extra aandacht aan besteed	34%
Ja, maar de groei in vragen was zo enorm, dat we dat niet goed konden managen	0%
Nee, die was al voldoende	0%
Nee, die mogelijkheid hadden we niet	1%

De tabel hierboven laat zien dat gemeenten eigenlijk allemaal (veel) extra aandacht aan het ondernemersdeel van de website hebben besteed. De tabel hieronder laat zien, dat ondernemers(verenigingen) daar een andere beleving bij hebben gehad.

Bijna 3 van de 4 ondernemers(verenigingen) vond de informatievoorziening (redelijk) goed. Ongeveer 1 op de 6 ondernemers(verenigingen) vond dat de informatievoorziening te langzaam op gang is gekomen.

Heeft uw gemeente extra aandacht besteed aan het ondernemersdeel van de website?	ondernemers %
Ja, daar is was alle informatie te vinden	19%
Ja, daar is was veel informatie te vinden	39%
Nee, die informatievoorziening kwam (te) langzaam op gang	17%
Weet ik niet	26%

Het juist, actueel en compleet informeren via een website wordt door ondernemers als belangrijk gezien. Een groot deel van de ondernemers zoekt vaak zelf eerst op de website naar een antwoord. Van deze groep doet een groot deel dat ook buiten kantooruren, waarmee de waarde van de juistheid en compleetheid van de online informatie stijgt, omdat op zo'n moment niet telefonisch navraag kan worden gedaan.

2.1.6 *Het 'economisch team' binnen de gemeente is door 34% van de gemeenten uitgebreid dan wel geactiveerd, 19% van de ondernemers(verenigingen) heeft dat ervaren*

Met 'economisch team', worden bedoeld de accountmanagers, bedrijfscontactfunctionarissen, medewerkers van het team economie of ondernemen of van het ondernemersloket, met andere woorden, die mensen die het eerste aanspreekpunt zijn voor ondernemers.

Bijna elke gemeenten heeft zo'n 'economisch team', echter onder ondernemers(verenigingen) is dit slechts bij ongeveer 3 op de 5 ondernemers(verenigingen) bekend.

Meer dan 1 op de 3 gemeenten heeft het 'economisch team' uitgebreid, dan wel geactiveerd naar aanleiding van de coronacrisis. Dit is bij bijna 1 op de 5 ondernemers(verenigingen) ook als zodanig ervaren.

Heeft uw gemeente een team dat speciaal beschikbaar is voor ondernemers?	gemeenten %	ondernemers %
Ja en dat is uitgebreid/geactiveerd naar aanleiding van de coronacrisis	34%	19%
Ja, dat hebben we/ze	65%	58%
Nee, maar dat zijn we/ze aan het inrichten	0%	8%
Nee, dat hebben we/ze niet	1%	15%

De waardering van de ondernemers over de leden van het 'economisch team' varieert enorm, maar respect en waardering overheerst. Zij hebben de ondernemers(verenigingen) met name verrast door:

- buiten kantooruren bereikbaar te zijn en te reageren
- mee te denken met ondernemers
- ondernemerschap te laten zien
- pro actief contact zoeken
- communicatie via nieuwsbrieven
- aandacht te hebben voor de ondernemers (interesse tonen, luisterend oor bieden)
- een stap extra te zetten
- intern korte lijnen hanteren

Deze eigenschappen zouden ondernemers met name graag terugzien na de coronacrisis.

2.1.7 *Een informeel loket voor vergunningen biedt zowel voor gemeenten als voor ondernemers veel voordelen, 10% van de gemeenten heeft dit team uitgebreid en 9% van de ondernemers(verenigingen) heeft dit ook ervaren*

Tijdens de coronacrisis hadden meer ondernemers de behoefte om dan wel sneller antwoord te krijgen op hun vergunningsaanvraag, dan wel nieuwe ideeën te toetsen op mogelijkheden binnen de gemeente. Een informeel loket kan hierbij uitkomst bieden.

Een informeel vergunningenloket helpt ondernemers bij een vergunningsaanvraag. Dit loket toetst op voorhand een vergunningsaanvraag op haalbaarheid. Wanneer een aanvraag niet haalbaar is, wordt deze ofwel aangepast, zodat de haalbaarheid groter wordt, dan wel gestaakt, zodat deze geen belasting is voor het team vergunningen en zodat de ondernemer zich veel werk en tijd kan besparen.

Dit loket helpt een ondernemer om de aanvraag in een keer compleet voor te leggen aan team vergunningen. Op deze manier hoeft het team vergunningen niet eerst extra informatie te verzamelen en kan in een keer aan de slag. De ondernemer weet beter waar hij aan toe is en hoeft niet steeds opnieuw informatie aan te leveren, waarna termijnen steeds opnieuw in gaan.

1 op de 10 gemeenten hebben dit loket uitgebreid of geactiveerd tijdens de coronacrisis en de ondernemers(verenigingen) hebben dit ook ervaren.

Heeft uw gemeente een informeel loket voor vergunningen?	gemeenten %	ondernemers %
Ja en dat is uitgebreid/geactiveerd naar aanleiding van de coronacrisis	10%	9%
Ja, dat heeft onze gemeente	35%	32%
Ja, dat hebben we/ze, maar dat is onvoldoende bemenst	27%	9%
Nee, dat hebben we/ze niet	29%	15%
Weet ik niet		34%

Bij ongeveer 1 op de 3 gemeenten is dit loket onvoldoende bemenst. In paragraaf 3.1.15 is een meer uitgebreide omschrijving gegeven, hoe het goed bemensen van dit loket zowel voor gemeenten als voor ondernemers voordelen biedt.

2.1.8 Afstemming met andere gemeenten uit de regio heeft met name plaatsgevonden tussen gemeenten die al een samenwerking kenden

Ongeveer de helft van de gemeenten heeft een of meerdere zaken afgestemd met andere gemeenten waar al in een vorm mee wordt samengewerkt. Nog eens 1 op de 3 gemeenten heeft daarnaast ook andere gemeenten opgezocht om zaken mee af te stemmen. Gemeenten hebben elkaar goed kunnen vinden.

Heeft uw gemeente tijdens de crisis dienstverlening en/of maatregelen afgestemd met andere gemeenten uit de regio?	gemeenten %
ja, zowel met gemeenten waar we al mee samenwerken als waar we nog niet mee samenwerken	36%
ja, alleen met gemeenten waar we al mee samenwerken	52%
ja, met gemeenten waar we nog niet mee samenwerken	1%
nee	10%

De afstemming varieert van inhoudelijk overleg over landelijke, dan wel gemeentelijke of regionale maatregelen, tot en met afstemming voor wat betreft veiligheid en handhaving (ook inzet boa's wanneer die samenwerken).

2.1.9 45% van de ondernemers heeft zich gesteund gevoeld door hun gemeente tijdens de coronacrisis, 22% voelde zich zelfs zeer gesteund

Ondernemers(verenigingen) is gevraagd in welke mate ze zich door hun gemeente gesteund te hebben gevoeld.

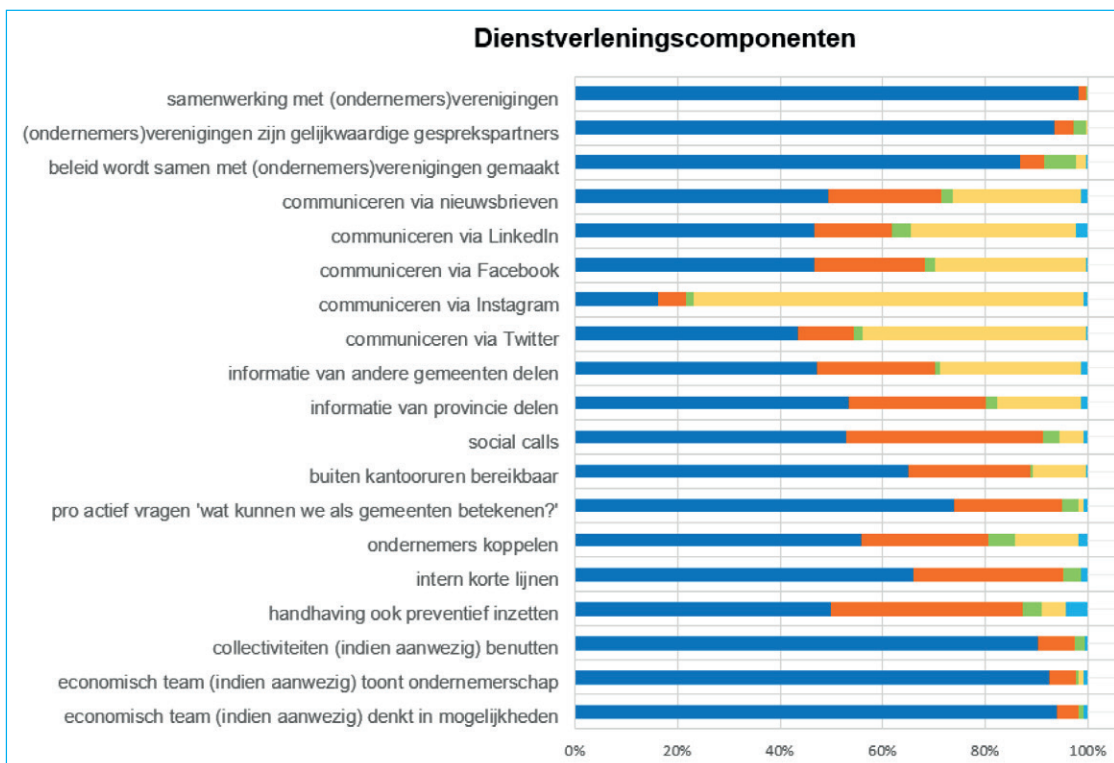
Slechts 15% van de ondernemers heeft aangegeven zich niet of nauwelijks gesteund te hebben gevoeld. Een deel van de ondernemers geeft ook aan dat er op dat gebied ook weinig verwachtingen waren ten aanzien van de gemeente. Dit betreft met name ondernemers die geen gebruik hebben gemaakt van regelingen.

2.2 Resultaten dienstverleningscomponenten

In het vooronderzoek is middels interviews onderzocht welke dienstverleningscomponenten belangrijk zijn en welke extra zijn ingezet tijdens de coronacrisis. Deze paragraaf maakt inzichtelijk wat gemeenten op dit front hebben gedaan en hoe ondernemers dit hebben ervaren.

2.2.1 Gemeenten hebben tijdens de coronacrisis extra ingezet op (1) aandacht voor ondernemers, (2) communicatie met ondernemers en (3) ondernemers aan elkaar koppelen

Onderstaande grafiek laat zien wat gemeenten normaalgesproken al deden (blauw), wat ze naar aanleiding van de coronacrisis extra zijn gaan doen (oranje), wat ze alsnog willen gaan doen (groen). Wat ze niet hebben gedaan (geel) of wat hen niet is gelukt (lichtblauw) is ook in kaart gebracht.



Legenda:

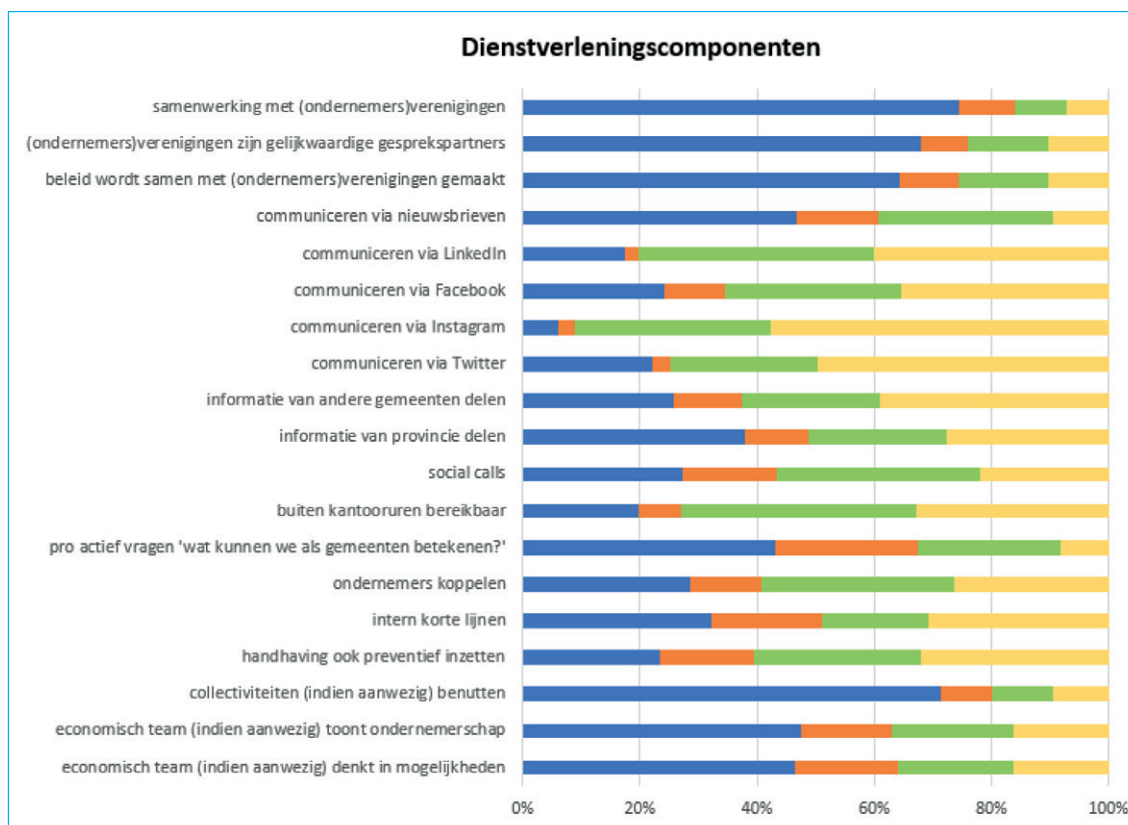
■	Dit deden we al voor de coronacrisis
■	Dit hebben we gedaan, of lijkt op iets dat we hebben gedaan, tijdens of nav de coronacrisis
■	Dit willen we gaan doen
■	Dit hebben we niet gedaan
■	Dit hadden we graag gedaan, maar is niet gelukt/gebeurd

Gemeenten hebben verschillende dienstverleningscomponenten geïntensiveerd of verbeterd en zijn op andere fronten zaken extra gaan doen.

Het extra aandacht hebben voor ondernemers, extra en gericht met hen communiceren en ze met elkaar in contact brengen is, volgens de gemeenten zelf, de grootste verandering geweest ten opzichte van wat ze normaalgesproken al voor ondernemers deden.

2.2.2 Ondernemers(verenigingen) hebben ervaren dat gemeenten hebben ingezet op aandacht voor ondernemers en communicatie met ondernemers

Onderstaande grafiek laat zien wat ondernemers(verenigingen) normaalgesproken al ervaren (blauw), wat ze naar aanleiding van de coronacrisis als extra inzet hebben ervaren (oranje), maar ook wat ze niet hebben gezien (groen) of waarvan ze niet op de hoogte zijn (geel).



Legenda:

■	Dit deed onze gemeente al voor de coronacrisis
■	Dit heeft onze gemeente gedaan, of lijkt op iets dat ze hebben gedaan, tijdens of nav de coronacrisis
■	Dit doet onze gemeente niet en heeft onze gemeente ook niet tijdens de coronacrisis gedaan
■	Weet ik niet

Ondernemers(verenigingen) hebben gezien en ervaren dat gemeenten, waar het gaat om dienstverlening, met name extra hebben ingezet op gerichte communicatie, aandacht voor de ondernemer en het met andere ondernemers in contact brengen.

Het grote percentage 'weet ik niet' (geel) laat eveneens zien dat veel inzet van gemeenten onbekend is bij ondernemers(verenigingen).

De communicatie rondom de dienstverleningscomponenten die bij ondernemers(verenigingen) niet bekend waren, kan beter. Dit betreft met name communicatie over:

- buiten kantooruren bereikbaar zijn
- handhaving ook preventief inzetten
- intern korte lijnen hanteren
- informatie van provincie delen
- ondernemers aan elkaar koppelen
- social calls en visits
- het economisch team toont ondernemerschap
- het economisch team denkt in mogelijkheden
- beleid wordt samen met (ondernemers)verenigingen gemaakt
- (ondernemers)verenigingen zijn gelijkwaardige gesprekspartners
- collectiviteiten worden benut
- communiceren via nieuwsbrieven

2.2.3 Gemeenten hebben de intentie alle dienstverleningscomponenten die ze al inzetten voor de coronacrisis, of naar aanleiding van de coronacrisis (extra) zijn gaan inzetten, te handhaven

Aan de gemeenten is gevraagd om van die dienstverleningscomponenten die de gemeente al deed, dan wel naar aanleiding van corona is gaan doen, aan te geven, hoe groot de kans is, dat zij dit 'na corona' blijven doen. Van alle dienstverleningscomponenten is die kans erg groot. Het communiceren via Instagram, Facebook en Twitter (indien in bezit van de gemeente) zal mogelijk minder intensief zijn.

2.2.4 Gemeenten die nog niet alle dienstverleningscomponenten inzetten, zullen alsnog inzetten op onder andere samenwerking met ondernemersverenigingen, het economisch team

Aan gemeenten die hadden aangegeven bepaalde dienstverleningscomponenten niet te hebben ingezet, is gevraagd, hoe groot zij de kans achten om dit 'na corona' alsnog zullen inzetten.

Van de volgende dienstverleningscomponenten is die kans het meest aanwezig:

- (ondernemers)verenigingen als gelijkwaardige gesprekspartners zien
- economisch team dat in mogelijkheden denkt
- beleid samen met (ondernemers)verenigingen maken
- intern korte lijnen hanteren
- handhaving ook preventief inzetten
- vragen wat de gemeente voor ondernemers kan betekenen
- economisch team toont ondernemerschap

2.2.5 Ondernemers hebben de dienstverleningscomponenten die ze hebben ervaren, positief gewaardeerd

Ondernemers is gevraagd een cijfer op een schaal van 1 tot 10 te geven, voor de dienstverleningscomponenten die zij daadwerkelijk hebben ervaren tijdens de coronacrisis.

Met andere woorden, dit betreft hoe ondernemers de dienstverleningscomponenten waarderen, waarvan ze hebben aangegeven dat hun gemeente dit heeft ingezet.

Onderstaande tabel geeft een overzicht, in volgorde van waardering, van die dienstverleningscomponenten:

dienstverleningscomponent	waardering ondernemers
samenwerking met (ondernemers)verenigingen	7,93
buiten kantooruren bereikbaar	7,89
(ondernemers)verenigingen zijn gelijkwaardige gesprekspartners	7,81
collectiviteiten (indien aanwezig) benutten	7,75
intern korte lijnen	7,73
economisch team (indien aanwezig) toont ondernemerschap	7,66
economisch team (indien aanwezig) denkt in mogelijkheden	7,66
communiceren via LinkedIn	7,56
handhaving ook preventief inzetten	7,50
social calls	7,50
wat kunnen we als gemeente betekenen	7,46
informatie van andere gemeenten delen	7,45
ondernemers koppelen	7,43
beleid wordt samen met (ondernemers)verenigingen gemaakt	7,27
informatie van provincie delen	7,21
communiceren via Instagram	7,17
communiceren via Twitter	7,12
communiceren via nieuwsbrieven	7,01
communiceren via Facebook	6,79

Dat wat gemeenten hebben gedaan is, wanneer ondernemers(verenigingen) dit hebben aangegeven dit hebben te hebben teruggezien bij hun gemeenten, hoog gewaardeerd. Hoe deze dienstverleningscomponenten het beste door gemeenten kunnen worden ingezet, wordt beschreven in hoofdstuk 3.

2.2.6 Ondernemers(verenigingen) zien graag een ondernemend economisch team, samenwerking met ondernemers(verenigingen) en het intern hanteren van korte lijnen als structureel onderdeel van de dienstverlening

Ondernemers(verenigingen) zien 'na corona' bij voorkeur alle dienstverleningscomponenten terug. Hen is gevraagd welke dienstverleningscomponenten zij het meest belangrijk vinden om terug te zien in de dienstverlening van gemeenten aan ondernemers. Dat zijn de volgende (in volgorde van belangrijkheid):

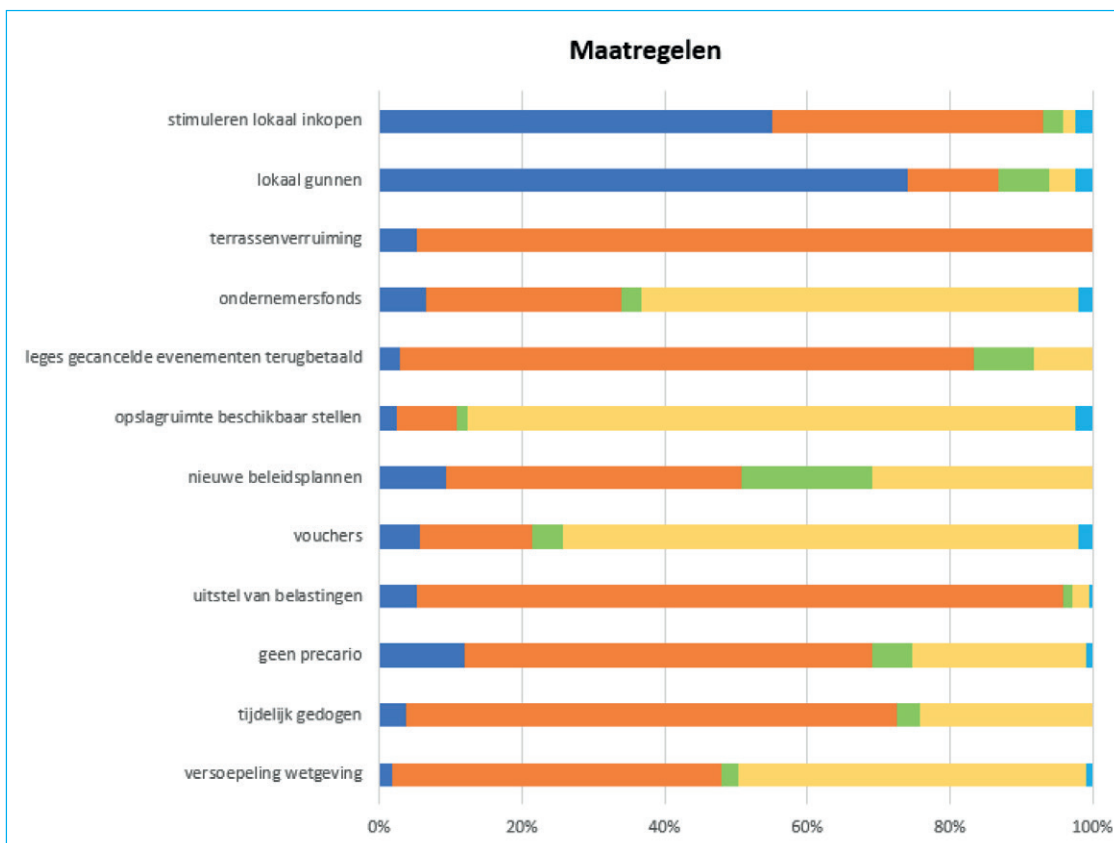
- economisch team toont ondernemerschap
- economisch team denkt in mogelijkheden
- (ondernemers)verenigingen zijn gelijkwaardige gesprekspartners
- intern korte lijnen hanteren
- samenwerking met (ondernemers)verenigingen
- collectiviteiten benutten
- ondernemers aan elkaar koppelen
- informatie van andere gemeenten delen indien zinvol
- vragen wat de gemeente voor ondernemers kan betekenen
- handhaving ook preventief inzetten

2.3 Resultaten maatregelen

In het vooronderzoek is middels interviews onderzocht welke maatregelen belangrijk zijn geweest en welke extra zijn ingezet tijdens de coronacrisis. Deze paragraaf maakt inzichtelijk wat gemeenten op dit front hebben gedaan en hoe ondernemers dit hebben ervaren.

2.3.1 Gemeenten hebben tijdens de coronacrisis extra ingezet op de mogelijkheden voor terrassenverruiming, uitstel van belastingen, terugbetaling leges en tijdelijk gedogen

Volgende grafiek laat zien wat gemeenten normaalgesproken al deden (blauw), wat ze naar aanleiding van de coronacrisis extra zijn gaan doen (oranje), wat ze alsnog willen gaan doen (groen). Wat ze niet hebben gedaan (geel) of wat hen niet is gelukt (lichtblauw) is ook in kaart gebracht.



Legenda:

■	Dit deden we al voor de coronacrisis
■	Dit hebben we gedaan, of lijkt op iets dat we hebben gedaan, tijdens of nav de coronacrisis
■	Dit willen we gaan doen
■	Dit hebben we niet gedaan
■	Dit hadden we graag gedaan, maar is niet gelukt/gebeurd

Gemeenten hebben verschillende maatregelen geïntensiveerd of verbeterd en hebben daarnaast extra maatregelen getroffen.

De **meest ingezette maatregelen** die gemeenten hebben genomen zijn, in volgorde van voorkomen:

- terrassenverruiming
- uitstel van belastingen
- leges gecancelde evenementen terugbetaald
- tijdelijk gedogen
- geen precario vragen
- versoepeling wetgeving

De **belastingen** waarvoor gemeenten het meest **uitstel** hebben verleend zijn (in willekeurige volgorde):

- WOZ
- OZB
- lokale heffingen/gemeentebelastingen
- reclamebelasting
- BIZ
- rioolheffing
- toeristenbelasting
- marktgeden
- afvalstoffenheffing
- ondernemersfonds

Het **gedogen** kent verschillende varianten, gemeenten hebben onderstaande zaken als toelichting gegeven, op wat zij tijdelijk hebben gedoogd (in willekeurige volgorde):

- laden en lossen/bevoorrading
- parkeren bij afhaalmogelijkheden
- detailhandel op ongewenste plekken
- plaatsen tenten (detailhandel, sportscholen)
- pragmatisch(er) met vragen omgaan
- mobiele marktkramen
- terrassen(verruiming)
- drive-throughs
- strijdig gebruik openbare ruimte
- bezorgmogelijkheden horeca en detailhandel
- afwijken van bestemmingsplannen
- plaatsen spandoeken/reclameborden
- verruiming tijdvensters (supermarkten, bevoorrading, strandpaviljoens, zondagsopenstelling)

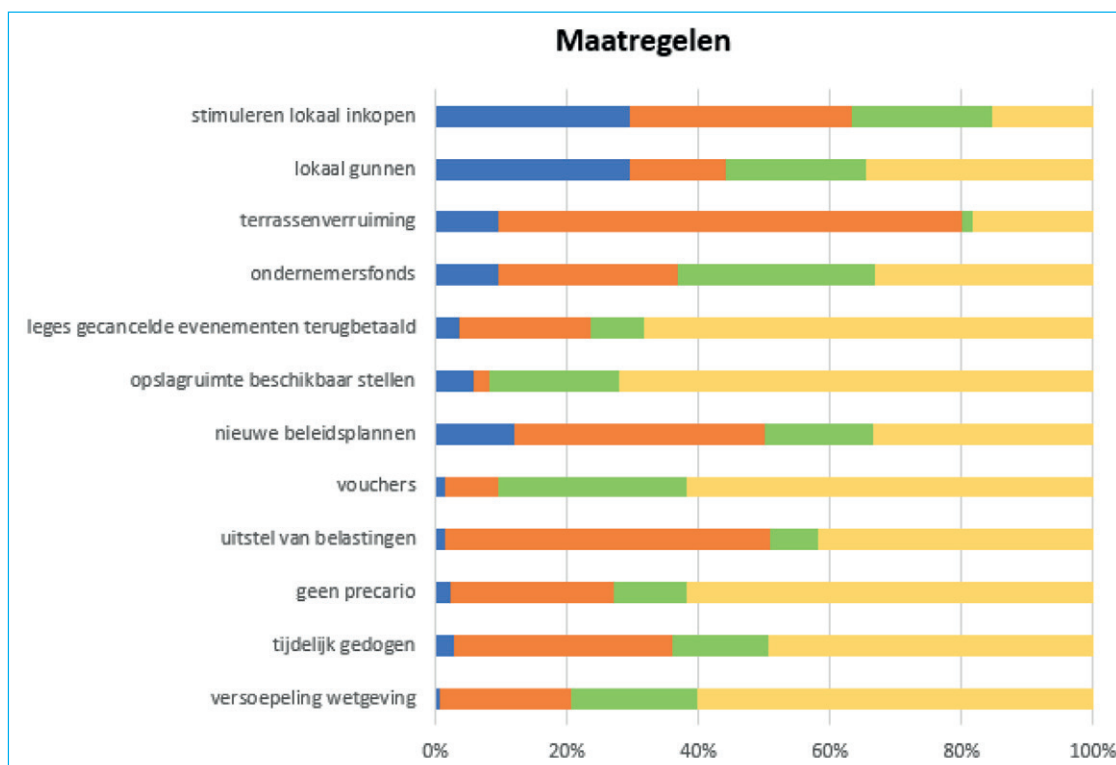
De belangrijkste zaken waarvoor **geen precario** werd gevraagd zijn (in willekeurige volgorde):

- terrassen(uitbreiding)
- horeca
- uitstallingen
- standplaats

Er zijn gemeenten die naast deze maatregelen ook het volgende hebben gedaan:

- sportverenigingen of andere huurders van gemeentepanden hoefden geen huur te betalen
- parkeren is op verschillende plaatsen tijdelijk gedoogd of op locaties tijdelijk kosteloos geworden

2.3.2 Ondernemers(verenigingen) hebben ervaren dat gemeenten hebben ingezet op terrassenverruiming, uitstel van belastingen, nieuwe beleidsplannen, het stimuleren van lokaal inkopen en tijdelijk gedogen
 Volgende grafiek laat zien wat ondernemers(verenigingen) normaalgesproken al ervaren (blauw), wat ze naar aanleiding van de coronacrisis als extra inzet hebben ervaren (oranje), maar ook wat ze niet hebben gezien (groen) of waarvan ze niet op de hoogte zijn (geel).



Legenda:

■	Dit deed onze gemeente al voor de coronacrisis
■	Dit heeft onze gemeente gedaan, of lijkt op iets dat ze hebben gedaan, tijdens of nav de coronacrisis
■	Dit doet onze gemeente niet en heeft onze gemeente ook niet tijdens de coronacrisis gedaan
■	Weet ik niet

Ondernemers(verenigingen) hebben gezien en ervaren dat gemeenten hebben ingezet op maatregelen als terrassenverruiming, uitstel van belastingen, nieuwe beleidsplannen, het stimuleren van lokaal inkopen en tijdelijk gedogen.

De voorbeelden van de belangrijkste maatregelen en de uitwerking welke belastingen zijn uitgesteld, wat is gedoogd en welke precario niet is geheven, komen overeen met die voorbeelden die de gemeenten zelf ook aan hebben gegeven.

Toch laat ook hier het grote percentage 'weet ik niet' (geel) zien, dat op het gebied van maatregelen, veel inzet van gemeenten nog onbekend is bij ondernemers(verenigingen). Ook over deze maatregelen kan beter worden gecommuniceerd.

2.3.3 Gemeenten hebben de intentie een deel van de maatregelen die ze al inzetten voor de coronacrisis, of naar aanleiding van de coronacrisis (extra) zijn gaan inzetten, te handhaven

Aan de gemeenten is gevraagd om van die maatregelen die de gemeente al deed, dan wel naar aanleiding van corona is gaan doen, aan te geven, hoe groot de kans is, dat zij dit 'na corona' blijven doen.

Dat zijn, in volgorde van willen handhaven, de volgende maatregelen:

- stimuleren lokaal inkopen
- lokaal gunnen
- nieuwe beleidsplannen
- terrassenverruiming
- vouchers
- ondernemersfonds

Voorbeelden van vouchers die gedurende de coronacrisis zijn uitgereikt zijn (in willekeurige volgorde):

- opleidings-/omscholingsvouchers
- vouchers om lokaal te besteden
- toeristenvouchers
- digitaliseringsvoucher
- ten behoeve van duurzaamheid/klimaat
- ten behoeve van accountancydiensten
- aanjaagbudget voor lokale initiatieven die ondernemers helpen (webinars, coaching, advisering)
- kickstartfonds voor innovatieve ideeën om toch te kunnen (blijven) ondernemen in tijden van Corona

2.3.4 *Het stimuleren van lokaal inkopen, uitstel van belastingen en het lokaal gunnen zijn maatregelen die gemeenten overwegen alsnog in te zetten*

Aan gemeenten die hadden aangegeven bepaalde maatregelen niet te hebben ingezet, is gevraagd, hoe groot zij de kans achten om dit 'na corona' alsnog zullen inzetten.

Stimuleren van lokaal inkopen, uitstel van belastingen en het lokaal gunnen zijn de maatregelen die het meest worden overwogen om, wanneer een gemeente dat nog niet had gedaan, alsnog in te zetten.

2.2.5 *Ondernemers hebben de maatregelen die ze hebben ervaren, positief gewaardeerd*

Ondernemers is gevraagd een cijfer op een schaal van 1 tot 10 te geven, voor de maatregelen die zij daadwerkelijk hebben ervaren tijdens de coronacrisis. Met andere woorden, dit betreft hoe ondernemers de maatregelen waarderen, waarvan ze hebben aangegeven dat hun gemeente dit heeft ingezet.

De maatregelen zijn hoog gewaardeerd, zelfs hoger dan de dienstverleningscomponenten. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat een maatregel een meer merkbaar effect heeft en meer zichtbaar bijdraagt aan het (voort)bestaan van een onderneming.

Hoe deze maatregelen het beste kunnen worden ingezet, wordt beschreven in hoofdstuk 3.

Onderstaande tabel geeft een overzicht, in volgorde van waardering, van die maatregelen:

Maatregel	waardering ondernemers
terrassenverruiming	8,65
versoepeling wetgeving	8,57
geen precario	8,49
uitstel van belastingen	8,46
stimuleren lokaal inkopen	8,33
lokaal gunnen	8,32
tijdelijk gedogen	8,14
vouchers	8,08
leges gecancelde evenementen terugbetaald	8,06
ondernemersfonds	7,65
nieuwe beleidsplannen	7,44
opslagruimte beschikbaar stellen	7,10

2.3.6 *Ondernemers(verenigingen) zien onder andere het stimuleren van lokaal inkopen, het lokaal gunnen en uitstel van belastingen, graag als vaste maatregelen*

Ondernemers(verenigingen) zien 'na corona' bij voorkeur de meeste maatregelen terug. Hen is gevraagd welke maatregelen zij het meest belangrijk vinden om terug te zien in het pakket dat een gemeente aan ondernemers biedt. Dat zijn de volgende (in volgorde van belangrijkheid):

- stimuleren lokaal inkopen
- lokaal gunnen
- uitstel van belastingen
- terrassenverruiming
- nieuwe beleidsplannen
- tijdelijk gedogen

2.4 **Beschouwing**

Wanneer de inzet van gemeenten wordt afgezet tegen dat wat ondernemers(verenigingen) hebben ervaren, vallen een aantal zaken op:

- Meerdere gemeenten hebben veel componenten van hun dienstverlening met name uitvergroot, extra ingezet of opgeschakeld
- Meerdere gemeenten hebben veel maatregelen extra ingezet of anders benut om tijdens de coronacrisis ondernemers beter te faciliteren
- Gemeenten zijn bij andere gemeenten gaan kijken of ze op het gebied van maatregelen of dienstverlening nog konden verbeteren op optimaliseren, om ondernemers beter te faciliteren
- Gemeenten zijn meer, actiever en over meer verschillende kanalen gaan communiceren

Daarmee is het verschil tussen wat gemeenten 'voor corona' al deden en wat ze 'tijdens corona' zijn gaan doen.

2.4.1 *Inzet van gemeenten is meer zichtbaar geworden*

Een groot verschil is wel te zien, bij hoe ondernemers dit hebben ervaren en hoe zij de inzet van de gemeenten hebben gewaardeerd. Die inzet is met name meer zichtbaar geworden.

Deze grotere zichtbaarheid lijkt twee belangrijke oorzaken te hebben. In de eerste plaats hebben ondernemers hun gemeenten nu meer en actiever opgezocht. Ondernemers hadden de gemeente concreter nodig voor interpretatie van de maatregelen en de uitwerking binnen de gemeente daarvan. Ook zochten ondernemers hun gemeente op voor ondersteuning in verschillende vormen, zoals de TOZO en de NOW of uitleg over de TOGS.

Daarnaast volgden de ondernemers(verenigingen) ook de communicatie van andere gemeenten. Wanneer zij een maatregel voorbij zagen komen, waarbij zij voordeel dachten te hebben, ook binnen de eigen gemeente terugzien of daar binnen de eigen gemeente gebruik van kunnen maken. Zo informeerden ondernemers(verenigingen) zelf ook de gemeente, blijkt uit de interviews met de ondernemers(verenigingen) die in het kader van de onderzoeksopzet zijn gehouden.

In de tweede plaats is de grotere zichtbaarheid ook een gevolg van het feit dat de meeste gemeenten ook daadwerkelijk meer en over meer kanalen zijn gaan communiceren. De noodzaak om meer en actiever te communiceren is ingegeven door het feit dat de rijksoverheid landelijk maatregelen oplegden, die gemeenten op gemeenteniveau moesten vertalen.

2.4.2 Gemeenten 'moeten' deze lijn voortzetten

De inzet van de gemeenten is niet alleen meer zichtbaar geworden, dat wat zichtbaar is geweest, is door ondernemers ook hoog gewaardeerd. Daarmee hebben gemeenten laten zien dat ze dit kunnen. Het is mogelijk om, 'na corona' een stapje terug te doen, omdat de druk verdwenen is, maar er is eigenlijk een nieuwe standaard gezet. Met name de medewerkers die direct met ondernemers in contact staan hebben veel extra inzet geleverd. Zij hebben op die manier de basis voor het 'nieuwe normaal' gelegd.

Hoofdstuk 3 geeft beschrijvingen van hoe deze dienstverleningscomponenten en maatregelen in dat 'nieuwe normaal' zo effectief en efficiënt mogelijk kunnen worden ingezet, waardoor ze zo optimaal mogelijk worden benut en door beide partijen gewaardeerd.

3 Hoe kan 'het nieuwe normaal' eruit zien?

In dit hoofdstuk wordt enerzijds ingegaan op wat gemeenten zouden kunnen doen om hun ondernemers meer en of beter te ondersteunen. Daarnaast worden in paragraaf 3.2 suggesties gedeeld die gemeenten zelf hebben aangegeven, op de vraag, wat ze kunnen doen om weer zelfstandig inkomsten te genereren.

Het is tot stand gekomen aan de hand van de kwalitatieve interviews die zijn gehouden om het onderzoek vorm te geven en de resultaten van het online onderzoek dat aan de hand van die interviews is uitgezet.

3.1 Wat zeggen gemeenten te kunnen bieden en wat zien ondernemers graag terug in het nieuwe normaal?

De volgorde van de komende paragrafen is voor zo ver mogelijk bepaald aan de hand van belangrjkheid. Er is gekeken naar de volgende zaken:

- Waarmee helpen gemeenten hun ondernemers het beste of het meest?
- Wat verwachten ondernemers met name van hun gemeente?
- Wat is mogelijk?

De verschillende zaken zullen in verschillende paragrafen worden beschreven. Dit is een gevolg van het feit dat veel zaken op elkaar aansluiten of inhaken, maar ook van het feit dat het nu eenmaal in een aantal situaties complex is om het slechts bij een dienstverleningscomponent of maatregel in te zetten. Daar waar geen volgorde op basis van belangrjkheid kon worden bepaald is de volgorde eerder organisch gekozen om de paragrafen goed op elkaar aan te laten sluiten.

Dat wat wordt beschreven is of wel benoemd in de interviews, dan wel beschreven in de resultaten van het online onderzoek.

Zowel gemeenten als ondernemers hebben goede voorbeelden gegeven, wensen, verwachtingen en teleurstellingen gedeeld, maar ook hand in eigen boezem gestoken. Vooroordelen over en weer zijn beslecht en de 'gezamenlijke vijand', het coronavirus, heeft ook positieve zaken gebracht.

Hoewel er voor een aantal gemeenten volgens ondernemers(verenigingen) nog genoeg ruimte voor verbetering is, kan eveneens de conclusie worden getrokken dat beide partijen de gedachte 'samen komen we er wel' delen. Een goede samenwerking is het fundament dat nodig is en daarom wordt gestart met die zaken die de samenwerking stimuleren.

3.1.1 Contactpersonen binnen de gemeente denken in mogelijkheden en tonen ondernemerschap

De 'contactpersonen binnen de gemeenten' betreft in de eerste plaats de accountmanagers, bedrijfscontactfunctionarissen, medewerkers van het team economie of ondernemen of van het ondernemersloket. Het betreft, zeker niet in de laatste plaats, ook het college en de medewerkers die uiteindelijk de vergunning verlenen.

Ondernemers spreken graag met mensen die ondernemerschap tonen en dat uit zich onder andere in:

- toegankelijk en bereikbaar zijn
- in mogelijkheden in plaats van onmogelijkheden denken
- kansen in plaats van bedreigingen zien
- oplossingen in plaats van beren op de weg zoeken
- uitgaan van 'ja, mits' in plaats van 'nee, tenzij'
- interesse in ondernemers tonen en een luisterend oor bieden
- durven toegeven iets niet te weten en vervolgens helpen het antwoord te achterhalen

Het 'toegankelijk en bereikbaar' wordt niet alleen bepaald door persoonlijke e-mailadressen, doorkies- en mobiele nummers, maar met name door de opvolging.

Belt of mailt iemand binnen een werkdag terug, neemt iemand de tijd voor een ondernemer, geeft iemand inhoudelijk antwoord, probeert die persoon een ondernemer te helpen en mogelijk zelfs verwachtingen te overtreffen.

Dit is het eenvoudigst te realiseren door mensen hiervoor aan te stellen in de vorm van accountmanagers, bedrijfscontactfunctionarissen, medewerkers van het team economie of ondernemen of van het ondernemersloket die zich "alleen maar" hiermee hoeven bezig houden.

Dit team kent de ondernemers en kent de verschillende situaties, bedrijventerreinen, centra, parken et cetera. Ze weten elkaar intern ook te vinden, wanneer ze tegen iets aan lopen waarmee ze (nog) niet bekend zijn. Ze kennen intern de juiste weg om een ondernemer goed en zo snel mogelijk te helpen. Ze werken nauw samen met het team vergunningen en, indien aanwezig, het informele vergunningenloket dat op voorhand vergunningsaanvragen toetst op haalbaarheid, dan wel zorgt dat een aanvraag in een keer compleet wordt voorgelegd (zie ook paragraaf 3.1.15).

Niet alleen van de eerste aanspreekpunten worden deze eigenschappen en kenmerken verwacht, ook van de contactpersonen die een ondernemer in tweede instantie kan treffen, zoals bij een team vergunningen.

Ook van de leden van het college worden dergelijke eigenschappen verwacht en juist corona heeft laten zien, dat dit verschil kan maken. Voorbeelden die goed zijn gewaardeerd zijn burgemeesters en wethouders EZ die:

- persoonlijke brieven aan ondernemers schrijven, bijvoorbeeld om ze te informeren, maar ook om ze een hart onder de riem te steken
- bij ondernemers informeren, persoonlijk, per mail of telefonisch, hoe het gaat en vragen of (en zo ja wat) de gemeente iets voor ze kan betekenen
- via social media naar buiten treden om ondernemers te informeren, hetzij informatief, hetzij interactief om vragen te beantwoorden

3.1.2 Gemeenten zien ondernemersverenigingen als gelijkwaardige gesprekspartners en betrekken hen steeds vaker bij het ontwikkelen van beleid

Wanneer gemeente en ondernemersvereniging elkaar opzoeken om samen beleid te maken, problemen te slechten en initiatieven mogelijk te maken, heeft de volgende effecten:

- er ontstaat meer begrip over en weer
- er wordt meer gerealiseerd
- er is meer draagkracht voor beleid, maar ook voor initiatieven
- een goed contact komt de samenwerking ten goede
- er worden over en weer eenvoudiger ideeën gedeeld of proefballonnen opgelaten
- lokale economie zal groeien
- het ondernemersklimaat wordt aantrekkelijker
- ondernemers zullen de gemeente gaan opzoeken om zich juist daar te vestigen

Het begrip over en weer is met name een gevolg van inzicht hebben in elkaars werelden. Door te weten wat er speelt en wat eventuele effecten zijn, maakt dat daarmee rekening kan worden gehouden, dat er op een andere manier wordt gecommuniceerd, hetgeen het eindresultaat ten goede komt.

Hoe langer deze gelijkwaardige samenwerking duurt, hoe eenvoudiger en gemakkelijker het loopt. Oplossingen zullen sneller worden gevonden en er zal meer ruimte zijn om zaken uit te proberen. Ook zullen de verborgen agenda's verdwijnen, omdat er meer vertrouwen over en weer is.

Door gezamenlijk naar buiten te treden en bijvoorbeeld gezamenlijk bijeenkomsten te organiseren ontstaat een veel breder draagvlak bij de achterban van ondernemersverenigingen.

3.1.3 Hoe korter intern de lijnen binnen een gemeente tussen verschillende afdelingen zijn, hoe sneller zaken geregeld kunnen worden

Dit lijkt een open deur, maar als het eenvoudig zou zijn, zou deze conclusie niet uit het onderzoek naar voren zijn gekomen. Zowel ondernemers als gemeentemedewerkers klagen over bureaucratie, onbegrip en slechte bereikbaarheid van "de afdelingen". Toen corona de druk opvoerde leek er meer mogelijk, leken "de afdelingen" beter bereikbaar, meer bereid tot het denken in oplossingen et cetera.

Afhankelijk van de omvang van een gemeente en de manier van organiseren kunnen lijnen meer of minder kort/efficiënt worden ingericht. De coronacrisis heeft binnen veel gemeenten laten zien, dat collega's elkaar beter en sneller wisten te vinden, nu er een gemeenschappelijk doel was. Dit heeft aangetoond dat het mogelijk is. Die mogelijkheden liggen nog vers in het geheugen en de kans om de lijn door te zetten is nu groter dan ooit.

3.1.4 Ondernemers waarderen het wanneer pro actief contact wordt gezocht en onderhouden

Om snel met de ondernemers uit de gemeente contact op te kunnen nemen, is het hebben en beheren van een zo actueel en compleet mogelijk adresbestand essentieel.

Er zijn gemeenten die hier al jaren aan werken, maar er zijn ook gemeenten die juist vanwege de coronacrisis een adresbestand hebben aangeschaft via LISA of de Kamer van Koophandel.

Het aanschaffen van het bestand is de eerste stap, het is vervolgens belangrijk om het zo actueel en compleet mogelijk te houden en middels een AVG-protocol te handelen. De AVG werkt hierin faciliterend in plaats van beperkend. Door correct te omschrijven hoe de adressen worden beheerd en gebruikt en vervolgens zo te handelen, is er veel mogelijk.

Het benaderen van ondernemers kan ook gebeuren via ondernemersverenigingen. Voorbeelden hiervan zijn gezamenlijk communiceren en gezamenlijk bijeenkomsten organiseren.

Ook zijn er gemeenten die al vele jaren hebben geïnvesteerd in collectiviteiten. De vormen zijn legio, de meest voorkomende zijn (in volgorde van meest aanwezig en bekend):

- verenigingen op bedrijventerreinen
- georganiseerde samenwerkingen met detailhandel
- centrum of centra met centrummanagers
- georganiseerde samenwerkingen met horecaondernemers
- economische koepels of andere vormen van economische samenwerkingen (niet-BIZ)
- bedrijven Investeringszone (BIZ)
- verschillende parken met parkmanagers

Redenen om pro actief contact te zoeken of te onderhouden zijn:

- informeren over gemeentelijke zaken
- informeren (indien van toepassing) over zaken van andere gemeenten of vanuit de provincie, waar al dan niet mee wordt samengewerkt
- onderzoeken of peilingen doen, de resultaten daarvan terugkoppelen en uitnodigen samen verbetertrajecten op te zetten

De vorm van contact kan variëren van papier tot e-mail en van telefonisch tot een bezoek. De inhoud van het contact, de aanleiding voor het contact en de beschikbare middelen bepalen uiteindelijk de vorm. Met alle ontwikkelingen rondom het klimaat zijn er steeds meer ondernemers, maar ook gemeenten, die de voorkeur geven aan een e-mail boven een brief.

Sinds de coronacrisis is het gebruik van de online mogelijkheden enorm gestegen. Een bezoek kan mogelijk in een aantal gevallen ook online via Microsoft Teams of een equivalent plaatsvinden.

3.1.5 Formaliseer samenwerkingen in collectiviteiten of andere (al dan niet) economische verbanden

Zoals hiervoor al beschreven zijn er legio vormen voor samenwerkingen en collectiviteiten, zoals verenigingen voor bedrijventerreinen, economische koepels, (niet-)BIZ, et cetera. Tijdens de coronacrisis hebben deze collectiviteiten veel voordelen opgeleverd. Gemeenten wisten deze collectiviteiten te vinden, of zij vonden als vertegenwoordiging eenvoudiger een stem bij de gemeenten. Veel van deze partijen hebben tijdens de corona de rol van vertegenwoordiger naar zich toe getrokken en ook dat is door gemeenten gewaardeerd.

Door deze te formaliseren in een vorm, krijgen ze meer gewicht, voor alle betrokken partijen. Daarnaast is de zichtbaarheid van dergelijke, formele, samenwerkingsverbanden groter voor ondernemers (zoals ook beschreven in paragraaf 2.1.2).

Door deze samenwerking een eigen communicatieplatform te geven (zie ook paragraaf 3.1.8), wordt de kracht hiervan optimaal benut.

3.1.6 Ondernemers waarderen ook social calls en visits

Tijdens de coronacrisis hebben verschillende gemeenten geïnvesteerd in zogenaamde social calls en social visits. 'gewoon eens bellen of langsgaan' om te kijken hoe het met de ondernemer gaat en wat je als gemeente eventueel voor deze ondernemer kunt betekenen.

Dit onderschrijft en stimuleert de laagdrempeligheid en de bereikbaarheid van de gemeente in het algemeen en die van bepaalde contactpersonen in het bijzonder. Zoals ook al eerder beschreven komt een goed contact de samenwerking ten goede.

Met name ondernemers hebben aangegeven dit zeer te waarderen en graag terug te blijven zien 'na corona'.

3.1.7 Gemeenten kunnen ondernemers aan elkaar koppelen in geval gezamenlijke belangen

Hoe meer contact gemeenten met hun ondernemers onderhouden, hoe beter ze inzichtelijk hebben wat er speelt, welke ondernemer waar mee bezig is en waar men daarbij tegenaan loopt.

Door de kennis hiervan te benutten om ondernemers aan elkaar te koppelen, worden verschillende doelen gerealiseerd:

- lokaal ondernemerschap en lokaal kopen wordt gestimuleerd
- eventuele problemen worden ondervangen of sneller opgelost, omdat de juiste partijen samen komen
- een basis voor gezamenlijke initiatieven wordt gelegd

Een andere vorm van koppelen van ondernemers is het gezamenlijk inkopen van zaken die een grote groep ondernemers nodig heeft. Tijdens de coronacrisis zijn er voorbeelden van gemeenten die bijvoorbeeld gezamenlijk voor alle ondernemers die daar gebruik van wilden maken desinfectiegels en -dispensers hebben ingekocht, om op die manier een betere prijs te bedingen.

Het investeren in de lokale economie zal op termijn ook positieve gevolgen kunnen hebben voor de gemeentekas. Hiervan is een korte omschrijving gegeven in paragraaf 3.2.1.

3.1.8 Een goed ingericht communicatieplatform van een samenwerkingsverband tussen gemeente en ondernemers verhoogt de kennis voor beide partijen

Ondernemers zijn niet altijd even tevreden over de informatie die ze online op de website van gemeenten kunnen vinden. Andersom vinden veel gemeenten vinden het lastig om de informatie voor ondernemers goed toegankelijk te maken. Dit heeft verschillende oorzaken die variëren van de technische mogelijkheden van de gemeentelijke website tot de beperkte kennis en of tijd om dit te onderhouden binnen de gemeente.

Wanneer voor een intensievere samenwerking tussen gemeenten en ondernemers(verenigingen), al dan niet geformaliseerd in een vorm, zoals beschreven in paragraaf 3.1.5), wordt gekozen, kan een eigen communicatieplatform (veelal een website) daarin een belangrijke rol spelen. Dit kan de onderlinge communicatie, tussen gemeenten en ondernemers(verenigingen) faciliteren, maar het kan ook een informerende functie naar derde partijen hebben.

Tijdens de coronacrisis zijn verschillende van dit soort platforms benut. Ook zijn er verschillende platforms naar aanleiding van de coronacrisis opgezet en die zijn, zowel door ondernemers als door gemeenten, als zeer nuttig ervaren. Alle belangrijke informatie stond daardoor op een plaats en werd door de verschillende belanghebbenden gevuld.

Voorbeelden van een georganiseerde vorm zijn:

- economische koepel
- ondernemersfonds
- samenwerking in centra of op bedrijventerreinen
- bedrijven investeringszone (BIZ)
- andere al dan niet economische samenwerkingen

Dit platform wordt met slechts het doel van informeren en mogelijk deels organiseren opgezet en zal dat derhalve juist goed faciliteren. De kennis en kunde, maar ook de tijd om het actueel te houden, hoeft niet alleen vanuit de gemeente te komen, waardoor de vulling ook een betere garantie in kwaliteit en actualiteit kent.

3.1.9 Lokaal blijven denken en handelen waar mogelijk

Zonder innovatie en mogelijke internationalisering in de weg te staan, kan de lokale economie worden gestimuleerd. Dit lokaal denken en handelen valt in twee delen uiteen.

Het eerste betreft het stimuleren van de lokale economie door ondernemers aan elkaar te koppelen en door lokaal (in)kopen te stimuleren en te promoten.

Het stimuleren en promoten heeft verschillende uitingsvormen gekend. Voorbeelden hiervan zijn:

- spandoeken of posters kosteloos laten ophangen of zelf ophangen
- huis-aan-huis-foldering
- promotie op de website en social media-kanalen van de gemeente om lokaal te kopen
- samen met detaillisten een website bouwen om het lokaal kopen te stimuleren
- vouchers uitreiken die lokaal konden worden besteed

Ook zonder coronacrisis kunnen dergelijke middelen worden ingezet.

Het tweede betreft het lokaal denken en handelen van de gemeente zelf. Tijdens corona zijn er verschillende gemeenten geweest die niet alleen lokaal inkopen hebben gestimuleerd en gepromoot, maar ook zelf lokaal zijn gaan kopen. Voorbeelden hiervan zijn vouchers of tegoedbonnen uitreiken die bij lokale ondernemers konden worden besteed. Dit betreft niet alleen besteding bij de lokale detailhandel of horeca, maar juist ook bij bijvoorbeeld lokale accountants en businesscoaches. Ook zijn er gemeenten die toeristische vouchers hebben uitgegeven, om dat deel van de economie te stimuleren.

Tevens hebben gemeenten hun eigen facturen sneller betaald, hetgeen door ondernemers ook zeer is gewaardeerd.

Door ondernemers is de oproep gedaan om ook lokaal meer te gunnen dan wel aan te besteden. Dat ligt vaak complexer en hierbij is een goede communicatie omtrent dergelijke aankopen of aanbestedingen belangrijk. De uitleg waarom het (ook) buiten de gemeente wordt gegund kan veel misverstanden voorkomen. Een goed contact zoals in verschillende paragrafen hiervoor beschreven, helpt daar bij.

Samen beleid maken zal eveneens dit lokaal denken en handelen stimuleren.

Tenslotte is een ander voorbeeld van lokaal blijven denken en handelen, dat van gemeenten die eigen panden of gymzalen aan ondernemers(verenigingen) beschikbaar hebben gesteld voor tijdelijke opslag.

3.1.10 Door handhaving preventief in te zetten is handhaving achteraf minder nodig

Handhaving wordt vaker ook preventief ingezet door al aan de voorkant mee te denken of iets kan, of hoe iets wel kan slagen. De coronacrisis heeft laten zien, dat dit vaker ingezet kan worden, hetgeen aan de daadwerkelijke handhavingkant veel werk heeft bespaard.

Denk hierbij aan voorbeelden als:

- meedenken over hoe een evenement kan plaatsvinden, in plaats van toetsen of een evenement mag doorgaan
- in geval van vergunningverlening meedenken bij de vergunningsaanvraag, in plaats van na vergunnen controleren of alles wel klopt
- op voorhand advies geven over aan te schaffen apparatuur, te plaatsen tenten en of overkappingen, uitstallingen et cetera

Het preventief inzetten van handhaving is deels geïnitieerd vanuit gemeenten, omdat ze dat al deden, of de meerwaarde daarvan inzagen. Maar ook ondernemers hebben zelf initiatief hiertoe genomen om zeker te weten, dat ze de juiste maatregelen troffen of investeringen deden, om te kunnen blijven ondernemen.

3.1.11 Ondernemersondersteuning breder en structureler opzetten

In voorgaande paragrafen zijn al verschillende vormen van ondernemersondersteuning beschreven.

Deze paragraaf gaat met name in op financiële ondersteuning. Denk daarbij aan vormen als:

- economische koepel
- ondernemersfonds
- bedrijven investeringszone (BIZ)
- andere economische samenwerkingen

De ondersteuning kan zich richten op zaken als:

- financiële ondersteuning voor projecten met een bepaald karakter (klimaat/milieu, innovatie, arbeidsparticipatie, werkgelegenheid)
- overbruggingskredieten
- financieren van of beschikbaar stellen van businesscoaches

Afhankelijk van de vorm en de doelstelling van deze ondernemersondersteuning zullen vooraf kaders moeten worden bepaald, die duidelijk maken, wanneer een ondernemer in aanmerking kan komen voor een dergelijke ondersteuning.

Het in paragraaf 3.1.8 beschreven communicatieplatform, zou een vehikel voor deze samenwerking kunnen zijn.

3.1.12 In geval van concrete vraagstukken of crises kan een multidisciplinair team uitkomst bieden

Naar aanleiding van de coronacrisis zijn binnen gemeenten verschillende initiatieven geweest die zich het best laten samenvatten als het samenstellen van een multidisciplinair team met een specifieke opdracht. Andere benamingen die in dit kader voorbij zijn gekomen zijn:

- taskforces
- corona/COVID-loket
- Social Local Impact Management (SLIM) Team

Kenmerkend voor en tevens de reden van het succes van deze op projectbasis samengestelde teams is:

- ze hebben een concreet doel of specifieke opdracht
- de samenstelling bestaat uit deelnemers vanuit uiteenlopende disciplines
- zowel gemeente als ondernemers zijn vertegenwoordigd
- er is een eigen verantwoordelijkheid met budget
- er is mandaat tot het nemen van beslissingen en het uitvoeren daarvan

Dergelijke teams kunnen eveneens rondom projecten opgericht worden om van het begin af aan alle partijen (en daarmee alle belanghebbenden en hun invalshoeken) aan tafel te hebben. Elke partij heeft op die manier inbreng en invloed. Het verstevigt de draagkracht gedurende het proces en de acceptatie van het eindresultaat.

Ook hiervoor kan het in paragraaf 3.1.8 beschreven communicatieplatform een vehikel voor dergelijke teams zijn.

3.1.13 Kijken welke gedoogacties mogelijk langer, dan wel structureel bijdragen aan de lokale economie

Om de lokale economie te ondersteunen zijn tijdens de coronacrisis verschillende gedoogconstructies gebruikt. Voorbeelden van de meest voorkomende zijn:

- toestaan van andere tijdsvensters voor bevoorrading of openstelling, gebruik gemeentegrond (tenten, overkappingen, uitstallingen) voor horeca en detailhandel
- het plaatsen van extra terrassen en tenten (ook voor sportscholen en -verenigingen)
- sportmogelijkheden faciliteren in parken, bossen en andere plaatsen
- tijdelijk ruimte beschikbaar stellen voor pop up ondernemingen
- strandpaviljoens/(winter)kamperen langer toestaan
- gebruik strijdig met bestemmingsplan toestaan (zoals drive-throughs, consumentenverkoop op industrieterreinen et cetera)
- ludieke acties in parken en centra ten behoeve van promotie

Ondernemers hebben met name positief en dankbaar gebruik gemaakt van de mogelijkheden en hebben ook in de meeste gevallen zonder morren dit gestaakt, wanneer de gedoogperiode was afgelopen.

Dit gedogen was met name ingegeven om lokale ondernemers de crisis door te helpen, maar mogelijk zitten er mooie initiatieven tussen, die ook een structureel karakter zouden kunnen hebben.

Door te kijken wat er mogelijk is, en beleid dusdanig flexibel inrichten, dat er meer mogelijk is, kan de lokale economie ook op deze manier worden gestimuleerd. Ondernemers worden zo op een andere manier gefaciliteerd in hun ondernemen.

3.1.14 Kijken welke zaken daadwerkelijk vergunningsplichtig zijn en de vergunningverlening waar mogelijk versnellen

In het verlengde van het gedogen zouden de vergunningen eens tegen het licht kunnen worden gehouden. Op het gebied van vergunningen zijn er tussen gemeenten grote verschillen. Waar de ene gemeente een en ander regelt binnen een APV, organiseert een andere gemeente dit met een meldplicht of een vergunning.

Door de vergunningen eens goed tegen het licht te houden en te onderzoeken hoe andere gemeenten dit hebben geregeld, kan de regeldruk worden verlaagd. Dit heeft niet alleen voor ondernemers positieve gevolgen, ook voor het team vergunningen en handhaving zal dit een positieve uitwerking hebben.

De zaken die vergunningsplichtig blijven zouden onder de loep genomen kunnen worden, om te kijken of het aanvraagproces vereenvoudigd kan worden. Denk hierbij aan zaken als:

- Welke informatie is daadwerkelijk nodig om tot een vergunningsbeslissing te komen?
- Welke partijen binnen de gemeente zijn nodig voor de vergunning?
- Hoe kan worden voorkomen dat een ondernemer die herhaaldelijk vergunningen aanvraagt, steeds opnieuw bepaalde basisinformatie moet aanleveren?
- Hoe kan worden gerealiseerd dat ondernemers goed geïnformeerd zijn, zodat een vergunning in een keer en compleet kan worden aangevraagd?

Dit laatste kan worden gerealiseerd door goede informatievoorziening via de website en de juiste contactpersonen, maar ook via een informeel vergunningenloket, zoals beschreven in de volgende paragraaf.

3.1.15 Zet, wanneer dat er nog niet is, een informeel vergunningenloket op en zorg voor de goede en voldoende bemensing

Een informeel vergunningenloket helpt ondernemers bij een vergunningsaanvraag. Een vergunningsaanvraag wordt op voorhand getoetst op haalbaarheid. Wanneer een aanvraag niet haalbaar is, wordt deze ofwel aangepast, zodat de haalbaarheid groter wordt, dan wel gestaakt, zodat deze geen belasting is voor team vergunningen en zodat ook de ondernemer zich veel werk en tijd kan besparen.

Dit loket zorgt er vervolgens voor dat een aanvraag in een keer compleet wordt voorgelegd aan team vergunningen. Dit heeft, zowel voor de gemeente als voor de ondernemer voordelen. Team vergunningen kan in een keer aan de slag en hoeft niet eerst extra informatie te verzamelen. De ondernemer weet beter waar hij aan toe is en hoeft niet steeds opnieuw informatie aan te leveren, waarna opnieuw de termijnen in gaan.

De belangrijkste factor om dit succesvol te laten zijn, is de juiste en voldoende bemensing. Een extra persoon op dit loket, kan, volgens gemeenten waar dit reeds succesvol wordt ingezet, bij team vergunningen mogelijk 2 of 3 personen sparen.

Juist tijdens de coronacrisis hebben dergelijke loketten, zowel gemeenten als veel ondernemers geholpen. Ondernemers wilden graag zo snel mogelijk weten waar ze aan toe waren, aangezien de coronacrisis zich 'ineens' aandienende en vanuit de rijksoverheid verschillende maatregelen getroffen moesten worden. Gemeenten werden daardoor extra bevraagd en deze loketten zijn, mits goed en voldoende bemest, een grote steun daarin geweest.

3.2 Hoe kunnen gemeenten zelf inkomsten genereren

Door de coronacrisis zijn kosten van gemeenten gestegen en inkomsten gedaald. Het verschilt per gemeente hoe groot de impact financieel is. Er zijn gemeenten die over een buffer beschikten, vanwege zuinig beleid in de afgelopen jaren, maar er zijn ook gemeenten waar er al sprake was van een begrotingstekort.

Er zijn gemeenten waar de coronacrisis een groot gat in de gemeentekas heeft geslagen, er zijn ook gemeenten waarbij het gat al groot was als gevolg van tekorten op het sociaal domein.

Voor elke gemeente is het interessant om te kijken of en zo ja hoe, er inkomsten kunnen worden genereren. Dat is de reden waarom gemeenten de vraag is voorgelegd hoe zij zelfstandig inkomsten kunnen genereren.

In deze paragraaf wordt een aantal ideeën beschreven die zijn genoemd door gemeenten zelf. Slecht een klein deel van de gemeenten die hebben meegewerkt hebben deze ideeën meegegeven. Het grootste deel van de gemeenten heeft aangegeven hier geen suggesties voor te hebben, maar wel zeer geïnteresseerd te zijn in de antwoorden.

De ideeën variëren van strategisch tot korte termijn en eenmalige oplossingen. Omdat ze niet concreet zijn uit te werken op basis van de onderzoeksresultaten, worden alle suggesties genoemd en waar mogelijk voorzien van een toelichting.

3.2.1 (Anticyclisch) Investeren in de lokale economie

Door de lokale economie te stimuleren worden bepaalde opbrengsten op (lange) termijn ook weer hoger. Suggesties die in dit kader zijn genoemd zijn:

- toerisme stimuleren
- commerciële activiteiten stimuleren die ofwel een hogere belastingafdracht met zich meebrengen, dan wel voor extra pacht of precario-opbrengsten kunnen zorgen
- tijdelijk gedogen van economische activiteiten die ofwel een belastingafdracht met zich meebrengen, dan wel voor pacht of precario-opbrengsten kunnen zorgen
- verbeteren van het ondernemersklimaat door te investeren in kernwinkelgebieden en bedrijventerreinen

Paragraaf 3.1.9 beschrijft voorbeelden van hoe lokaal denken en handelen kan worden ingezet om bij te dragen aan de lokale economie.

3.2.2 Kijken waar bezuinigingen mogelijk zijn en niet noodzakelijke uitgaven uitstellen

Een groot aantal gemeenten zal dit al structureel doen, maar mogelijk heeft de coronacrisis zaken in een ander daglicht gezet. Een inspirerend en als het gaat om bezuinigingen, misschien een erg 'out of the box'-voorbeeld dat in dit kader is genoemd, is het volgende:

- Het verwaarden van reststromen bij aanbestedingen (bijvoorbeeld verkoop van hout)
- Het reduceren van afvalstromen (zorgen dat er minder afval wordt opgehaald)

3.2.3 Vastgoed of grond verkopen en of verhuren

Wanneer een gemeente beschikt over vastgoed of grond, zou de verkoop hiervan inkomsten kunnen genereren. Verkoop is echter een eenmalige oplossing en kan op lange termijn de financiële positie mogelijk opnieuw schaden.

3.2.4 Precario op een andere manier heffen, waardoor het door een grote groep wordt gedragen

Een voorstel dat is gedaan, betreft het in plaats van precario heffen, dat met name door de detailhandel en horeca wordt betaald, een reclamebelasting te heffen, dat door meer bedrijven wordt betaald (bijvoorbeeld ook door bedrijven op bedrijventerreinen). Daarmee wordt hetzelfde bedrag verspreid over een veel grotere groep bedrijven. Door alle betrokken iets meer te laten betalen, kunnen de inkomsten van de gemeente (licht) stijgen.

3.2.5 Het verhogen van belastingen en of precario

Er zijn al gemeenten die een verhoging van deze posten hebben aangekondigd. Ondernemers hebben hier in een aantal gevallen zeer negatief op gereageerd. Dat betrof procentueel grote verhogingen voor doelgroepen die door de crisis al zwaar zijn getroffen.

**Vereniging van
Nederlandse Gemeenten**

Nassaulaan 12
2514 JS Den Haag
+31 70 373 83 93
info@vng.nl

december 2020

vng.