

Hoe samenwerkende ondernemers een winkelgebied uit het slop kunnen trekken

12-03-2019 11:50



Door Mirjam Koudijzer

Ondernemer en bestuurslid van Bedrijveninvesteringszone Schiebroek

Drieënhalf jaar geleden startte ik een kinderkledingwinkel aan de Peppelweg in de Rotterdamse wijk Schiebroek. Het winkelgebied stond er niet best voor. Er was veel leegstand en weinig enthousiasme onder ondernemers. De winkeliersvereniging was op sterven na dood. Inmiddels is de situatie helemaal anders. De oprichting van een bedrijveninvesteringszone heeft hier een belangrijke rol in gespeeld.

De ommekeer begon met een enthousiaste inwoner van Schiebroek. Die zag het slechte imago van het winkelgebied met lede ogen aan en meldde zich spontaan aan als vrijwilligster bij de winkeliersvereniging. Haar enthousiasme werkte aanstekelijk, maar al snel bleek óók: om echt wat voor elkaar te krijgen, heb je geld nodig: geld dat de ondernemers samen bij elkaar moeten brengen. En in Schiebroek was dat niet eenvoudig. We zijn met zeventig ondernemers en 42 vastgoedeigenaren. Probeer die maar eens op één lijn te krijgen.

De gemeente Rotterdam was toen al gestart om ondernemers te stimuleren zogeheten BedrijvenInvesteringsZones ('BIZ-gebieden') op te richten. Dit zijn winkelstraten (of bedrijventerreinen) waar een groep ondernemers zelf investeert in de kwaliteit van de omgeving. Ook wij konden vorig jaar een

vergoeding krijgen voor de inzet van een 'trekker': iemand die ondernemers actief benadert en bij elkaar brengt. Met geld uit een speciaal potje zijn we de eerder genoemde bewoonster eerst gaan betalen voor haar inspanningen die leidden tot de oprichting van de BIZ, en later als voorzitter. Zelf ben ik er vanaf vorig jaar ook mijn schouders onder gaan zetten, samen met de lokale juwelier.

Tijd en overtuigingskracht

De eerste stappen waren het moeilijkst. Om een BIZ te kunnen oprichten, moet namelijk een plan worden opgesteld dat gedragen wordt door alle ondernemers in het gebied. We besloten een bijdrage van driehonderd euro te vragen, voor sommige ondernemers nog best een aardig bedrag. Het kostte veel tijd en overtuigingskracht om iedereen mee te krijgen in onze plannen. Dat er meer beleving nodig was, daar was iedereen het wel over eens. Maar hoe? 'Dat hebben we al eens geprobeerd', kregen we nogal eens te horen. Vooral de oude garde verwees nog wel eens naar het falen van de winkeliersvereniging.

Uiteindelijk haalden we bij de officiële draagvlakmeting de vereiste opkomst van minimaal de helft en de vereiste instemming van twee derde daarvan. Het plan zelf was op zich niet zo bijzonder. In een winkelgebied moeten consumenten zich prettig voelen. Dan moet het er dus schoon, veilig en groen zijn. Maar dat moet wel nog even opgeschreven worden. De totale ondernemersbijdrage van 22 duizend euro werd nog eens verhoogd door de gemeente. Die legde er vijftig procent van het bedrag bovenop als subsidie.

Drie vliegen in een klap

We zijn als eerste aan de slag gegaan met het opknappen van de openbare ruimte. Zo hebben we nieuwe feestverlichting aangeschaft en de groenvoorziening aangepakt. Zoals het stuk grond rondom de bomen, de boomspiegels. Die waren om triest van te worden. We hebben ze opgehoogd en een betonnen rand gegeven. Een flinke investering, maar het maakt een enorm verschil. Die ophoging vormde ook een barrière voor honden en voor het plaatsen van fietsen. Zo sla je dus meerdere vliegen in één klap.

De volgende stap was om meer aan promotie te gaan doen, bijvoorbeeld met een Facebook-pagina en diverse evenementen, zoals een sinterklaasintocht. Het voordeel van de BIZ: iedereen betaalt mee én iedereen profiteert mee. Bij een winkeliersvereniging heb je vaak te maken met 'freeriders': winkels die niet betalen maar wel profiteren. Dat geeft altijd scheve gezichten. Nu stimuleren ondernemers elkaar juist, een kwestie van 'zwaan kleef aan'. Vorig jaar stond het bestuur er bij het nemen van het initiatief voor een braderie nog alleen voor. Dit jaar zijn er andere ondernemers die de organisatie graag willen oppakken.

Een jaar na de officiële oprichting zien we al dat de BIZ en de bijbehorende samenwerking vruchten begint af te werpen. Mede door samen na te denken over de functie van het gebied, staat inmiddels geen enkel pand meer leeg. Het opgeknapt gebied trekt ook andere partijen aan. De bibliotheek heeft zich onlangs ook in het gebied gevestigd. Dat is goed voor de diversiteit van het gebied en trekt ook weer extra publiek naar de winkels. Verder was de nieuwjaarsreceptie van de ondernemers nog nooit zo goed bezocht en horen we ook van bewoners positieve geluiden. Komend jaar willen we een omzetsmeting gaan doen onder winkeliers, om het effect van de BIZ concreet te maken.

Met het succes van de inzet van een 'trekker' is Schiebroek geen uitzondering. Dit jaar zijn in Rotterdam twaalf nieuwe BIZ-(winkel)gebieden opgericht, waaronder die in het centrum: de grootste van Nederland. Ik denk dat we als BIZ-gebieden ook onderling nog meer kunnen samenwerken. Bijvoorbeeld door evenementen op elkaar af te stemmen, zodat die elkaar niet in de weg zitten. Of door gezamenlijk dingen in te kopen, zoals feestverlichting. Zo kunnen zelfs concurrerende winkelgebieden elkaar nog helpen. Die samenwerking is hard nodig. Soms zie ik nog wel eens winkeliers die het allemaal in hun eentje willen doen. Die doen naar mijn idee aan 'winkeltje spelen'. Als je een goede ondernemer wilt zijn, komt er veel meer bij kijken.

Vijf tips voor een succesvolle bedrijveninvesteringszone

1. Persoonlijk contact

Wil je een nieuwe BIZ oprichten? Start met een groepje van drie of vier enthousiaste ondernemers die het leuk vinden om gesprekken te voeren en enthousiast kunnen vertellen. Accepteer dat deze beginfase veel tijd en energie kost.

2. Neutrale rol

Iemand die zelf geen ondernemer is, heeft geen eigenbelang en kan bij uitstek de rol van kwartiermaker of (BIZ)-voorzitter invullen. Zeker als er sprake is van 'oud zeer' kan een neutraal persoon makkelijker alle neuzen dezelfde kant opkrijgen.

3. Basis op orde

Start niet te vroeg met het maken van promotie. Focus je eerst op de basisvoorzieningen, zodat het gebied netjes, schoon en veilig is. Als dat nog niet op de orde is, is de kans groot dat bezoekers het bij een eenmalig bezoek houden.

4. Goed adressenbestand

Zorg voor een compleet overzicht van e-mailadressen, zodat je efficiënt en frequent met de hele groep ondernemers kunt communiceren. Zeker bij de oprichting van een BIZ is het belangrijk om veel contactmomenten te hebben en input te kunnen vragen.

5. Duidelijke keuzes

Probeer als bestuur niet iedereen bij het maken van het BIZ-plan te betrekken. Dat kost veel te veel tijd. Maak in de plaats daarvan zelf duidelijke keuzes en bied ondernemers vervolgens de kans daarop te reageren.

Mirjam Koudijzer