

“Samen zorgen dat we een leuk en bruisend dorp houden.”

Onderzoek naar de tevredenheid van ondernemers over Centrum Management (Elst)

De retail in binnensteden en dorpscentra maakt turbulente tijden door. Omzetten staan onder druk door externe oorzaken zoals de economische crisis en het veranderende winkelgedrag van de consument. Dit heeft de afgelopen jaren geleid tot faillissementen en leegstand.

Veel binnensteden en dorpscentra werken vanwege al deze ontwikkelingen actief aan het trekken van meer bezoekers, het bieden van meer beleving en daarmee het stimuleren van besteding. Hierbij wordt gestreefd naar samenwerking tussen alle partijen: gemeente, vastgoed, winkeliers, horeca en cultuur omdat men steeds meer beseft dat de aantrekkelijkheid van het centrum als geheel het verschil maakt.

Aanleiding

In januari 2015 werd de Elster Ondernemers Vereniging (EOV) na een stemming onder ondernemers omgezet naar het Centrum Management Elst (CME). Bij de EOV had elke ondernemer zelf de keuze om lid te worden en contributie te betalen. Aan het CME draagt iedere centrumondernemer bij door de betaling van reclamebelasting.

Aanleiding van dit onderzoek is de stemming die in 2020 (vijf jaar na de oprichting) zal plaatsvinden onder de centrumondernemers over de voortzetting van het CME op de huidige wijze. Het CME wil graag weten of ondernemers tevreden zijn over de huidige activiteiten van CME en welke aanvullende wensen en behoeften er leven bij de ondernemers ten aanzien van het centrummanagement.

Het onderzoek is verricht door middel van kwalitatief fieldresearch in de vorm van vijftien diepte-interviews onder de ondernemers in Elst waarbij gestreefd is naar een goede dwarsdoorsnede. Het interview concentreerde op vier onderwerpen: het belang van het CME, participatie, collectiviteit en communicatie.

Bevindingen

Het belang van CME – Het centrum van Elst roept bij de ondervraagde ondernemers een trots gevoel op en men beseft dat het CME hier een grote invloed op heeft. Over het algemeen zijn de respondenten erg tevreden over het CME en ook zien zij allen het belang in van CME. Volgens hen zorgt het CME voor stabiliteit en samenwerking onder de ondernemers en zij voelen zich door CME vertegenwoordigd richting de lokale politiek. Tot slot hebben de ondervraagde ondernemers de wens dat het CME blijft monitoren wat er speelt bij de ondernemers.

“Ik hoop dat het CME blijft bestaan maar daar ben ik van overtuigd.”

Participatie – De taken van het CME worden onder meer uitgevoerd door (in totaal zeven) werkgroepen. Slechts vier van de vijftien ondernemers geven aan dat ze actief zijn in een werkgroep. De voornaamste reden die de ondernemers hiervoor geven is tijdgebrek. Zij geven wel aan dat ze tevreden zijn over de werkgroepen, echter blijkt uit de interviews ook dat het merendeel van de ondernemers niet bekend is met de werkgroepen of onvoldoende inzicht heeft in de werkzaamheden die daarbinnen worden uitgevoerd.

“Ik weet niet precies wat zij allemaal doen, er is eigenlijk maar één keer per jaar een vergadering waarbij alle werkgroepen presenteren wat zij doen.”

Alle ondervraagde ondernemers geven aan dat ze deelnemen aan de georganiseerde activiteiten in het centrum. De omzet, de betrokkenheid met het dorp en het belang van de activiteiten zijn primaire redenen voor deelname. De ondernemers zijn van mening dat de activiteiten een toegevoegde waarde moeten hebben. Tevens geven een aantal respondenten aan dat iedere ondernemer zou moeten meedoen aan de activiteiten die georganiseerd worden. Dit zou in het belang van zowel de winkeliers als het centrum zijn. De meeste ondernemers zijn van mening het aantal activiteiten in balans is, maar indien ze een evenement zouden willen toevoegen dan zouden dit evenementen zijn die zijn gebaseerd op eten & drinken, gezamenlijke uitverkoop en/of een actie rond Moederdag.

Hogeschool  van Arnhem en Nijmegen

**HAN
ONDERZOEKS
CENTRUM RETAIL**

Het HAN Onderzoekscentrum Retail (OC Retail) brengt studenten, docenten en werkveld bij elkaar. Dit gebeurt door met elkaar onderzoek te doen en relevante, actuele kennis te vergaren. De resultaten worden via presentaties en publicaties gedeeld met het onderwijs en regionale partijen in de retailbranche.

Collectiviteit – Om de collectiviteit in Elst in beeld te brengen is eerst gekeken naar de samenwerking tussen de ondernemers onderling. Hieruit blijkt dat de samenwerking voornamelijk in kleine kring aanwezig is en dat dit bovendien meestal met ondernemers uit de directe omgeving is (bijvoorbeeld ondernemers uit de eigen straat). Ondernemers zien het nut in van onderlinge samenwerking maar in de praktijk wordt het nog weinig uitgevoerd. Ook hier speelt tijdgebrek een rol en daarnaast het feit dat het lastig is om met iedereen op één lijn te zitten. Twee zaken waarbij die eenheid ontbreekt zijn collectieve openingstijden en deelname aan koopzondagen.

“Ik zie wel dat het CME er een enorme poging in doet om die eenheid te creëren, maar ik vind zelf dat de ondernemers het nog vaak af laten weten.”

Daarna is gekeken naar de samenwerking tussen de ondernemers en het CME. Deze wordt over het algemeen als positief ervaren. Het persoonlijk contact tussen CME en de individuele ondernemer wordt verschillend ervaren; de één beoordeelt dit als gering terwijl de ander het voldoende vindt. Het onderzoek heeft niet kunnen aantonen of ondernemers verschillende behoeften hebben of dat het persoonlijk contact onevenredig verdeeld wordt vanuit het CME.

Communicatie – De communicatie vanuit CME vindt voornamelijk plaats via e-mail en via persoonlijk contact. De communicatie via de e-mail wordt door de meeste respondenten gezien als de snelste manier van informatie verspreiden maar de voorkeur ligt bij persoonlijk contact. Zo zou een groot deel van de respondenten de nieuwsbrief graag op papier ontvangen waarbij zij het waarderen als deze persoonlijk wordt rondgebracht waarbij er tijd is voor een ‘praatje’. De ondernemers benaderen CME zelf meestal via e-mail of telefoon. Zij vinden CME goed bereikbaar en beoordelen ook de betrokkenheid vanuit CME als goed.

“Het CME heeft ook interesse in lief en leed, zoals ondernemers die te maken hebben met ziekte, sterfgeval, geboorte, nieuwe vestiging etc. Dat geeft iets extra’s, dat toont betrokkenheid.”

Op de vraag hoe de communicatie tussen de ondernemers onderling verloopt, zijn heel verschillende antwoorden gegeven. De meeste ondernemers hebben aangegeven goed contact te hebben, maar dit contact beperkt zich vaak tot de ‘buren’. Een aantal ondernemers geeft aan helemaal geen contact te hebben. Deze verschillende uitkomsten zijn vooral terug te leiden tot de mate van activiteit in een werkgroep en het afkomstig zijn uit Elst. Indien een ondernemer actief is in een werkgroep heeft hij automatisch meer contact met andere ondernemers en als een ondernemer zelf in Elst woont, is hij vaak meer betrokken.

Aanbevelingen

Uit de resultaten en conclusies van het onderzoek komen de volgende aanbevelingen naar voren:

- Vergroot de communicatie over de taken van CME en de werkzaamheden van de werkgroepen;
- Beloon deelnemers aan de werkgroepen, bijvoorbeeld via exposure op social media of evenementen;
- Maak het bezoeken van vergaderingen aantrekkelijker, bijvoorbeeld door interessante sprekers;
- Faciliteer kennismaking tussen ondernemers, bijvoorbeeld door het organiseren van zakelijke speeddates;
- Zorg voor persoonlijk contact op maat, bijvoorbeeld door laagdrempelige inschrijving voor contactmomenten.

Uit het onderzoek kan worden geconcludeerd dat de ondernemers tevreden zijn over CME. Zij zien het belang van centrummanagement in en waarderen de inspanningen van CME om van Elst een aantrekkelijk centrum te maken.

CME kan de stemming van 2020 met vertrouwen tegemoet zien.