

“Het komt op één of andere manier niet van de grond”

Onderzoek naar drempels bij samenwerking tussen ondernemers in binnensteden en dorpscentra

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

Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) is een onafhankelijke stichting die haar diensten verleent aan meer dan honderd winkel-gebieden in Nederland. Hierbij staat het succesvoller maken van een winkelgebied door middel van samenwerking tussen diverse partijen centraal. Door middel van actieplannen wordt beschreven hoe een winkelgebied zichzelf weer op de kaart kan zetten. Dit levert echter niet altijd de gewenste resultaten op, waardoor verbeteringen uitblijven en het winkelgebied geen progressie doormaakt.

Platform DNWS ervaart dat er sprake is van diverse drempels die de samenwerking belemmeren. Veel ondernemers komen daardoor niet naar bijeenkomsten, willen geen kennis met elkaar delen en willen ook niet meewerken aan het organiseren van activiteiten. Daarmee wordt de voortgang van de verbetering van het winkelgebied belemmerd.

Platform de Nieuwe Winkelstraat is opdrachtgever van dit onderzoek.

Door middel van kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews onder centrumondernemers is inzicht verkregen in de drempels die zich voordoen bij samenwerking. Hierbij is gekozen voor de centra van Wijchen en Zevenaar omdat deze zich momenteel in een verandertraject bevinden.

Meest voorkomende drempels

Tijdens de interviews zijn de verschillende drempels in kaart gebracht. Het bleek dat er veel verschillende redenen zijn voor ondernemers om niet met elkaar samen te werken.

“Daar heb ik geen tijd voor.” Deze drempel komt het meest voor. Ondernemers hebben het druk maar het is ook mogelijk dat de ondernemer wel tijd heeft maar deze niet voor samenwerking wil vrijmaken. Hij/zij ziet dan het nut niet in van samenwerking met andere ondernemers en gebruikt ‘geen tijd’ als excuus.

“We hebben al zo veel geprobeerd en dat werkte ook niet.” Deze ondernemers hebben in het verleden wel eens gezamenlijk veranderingen proberen door te voeren. Deze pogingen leverden niet de gewenste resultaten op en hierdoor staan zij niet meer open voor veranderingen. Echter kan dit ook weer als excuus gebruikt worden om niet te hoeven meewerken aan de veranderingen.

“De gemeente / vastgoedeigenaren moeten iets doen, wij niet.” Bij deze drempel worden gewezen naar factoren als het parkeerbeleid of de huurprijzen en worden de problemen dus afgeschoven op andere stakeholders in plaats van te kijken waar men zelf initiatieven kan nemen.

“Ik doe al aan zo veel dingen mee.” Dit is een drempel die voorkomt bij ondernemers die al energie in andere projecten steken. Hierdoor ontstaat er een gebrek aan tijd voor andere samenwerkingsinitiatieven.

“Ik heb geen geld, ik kan niet investeren.” Deze drempel wordt vaak gebruikt door de kleinere ondernemers die niet over veel financiële middelen beschikken. Hierdoor denken zij geen bijdrage te kunnen leveren aan het traject om een bloei te realiseren in het winkelgebied.



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.

“Wij hebben alles al op de rit, we hebben geen hulp nodig.” Bij deze drempel geven ondernemers aan dat zij voor hen momenteel alles goed gaat. Zij zien vaak het collectief belang niet in van het groeien als winkelgebied en kijken vooral vanuit hun eigenbelang. Dit hangt ook samen met de angst om de huidige positie kwijt te raken. De ondernemers in kwestie zijn blij met hun huidige positie en zijn huiverig om deze positie kwijt te raken wanneer zij veranderingen moeten doorvoeren of wanneer zij andere ondernemers helpen – vooral als deze andere ondernemers hun concurrenten zijn.

“We doen het al jaren zo.” Deze sluit nauw aan bij de vorige drempel. Deze ondernemers staan meestal niet open voor verandering. De huidige aanpak die zij hanteren werkt voor hen prima en voor hen heeft het te weinig toegevoegde waarde om de aanpak, in collectieve zin, te vernieuwen.

“Ik ken jou niet.” Hierbij worden de ondernemers bedoeld die niet mee willen werken, omdat zij de andere ondernemers niet kennen. Dit vormt voor hen een drempel om tot samenwerking te komen.

“Ik wil niet met hem/haar samenwerken, want ik vind hem niet sympathiek.” Bij deze drempel gaat het om ondernemers die niet samen willen werken vanwege persoonlijke redenen/overtuigingen.

“Ja, maar hij kan dit makkelijker doen dan ik. Ik ben veel te klein”. Bij deze drempel ontkennen ondernemers in staat zijn om een taak uit te voeren, omdat zij geen grote onderneming zijn (Calimero-effect). Deze ondernemers zijn van mening dat de grotere ondernemers geschikter zijn voor de taak.

“Ja, maar als hij niets doet dan doe ik het ook niet.” Deze ondernemers hebben kennelijk ervaren dat andere ondernemers meeliften op het succes van de ondernemers die zich wél inzetten. Zij vinden het dan niet eerlijk dat zij al het werk in principe doen terwijl andere ondernemers niks doen en ‘gratis’ kunnen profiteren van het succes.

Verder komt het regelmatig voor dat ondernemers wel hun medewerking toezeggen maar dit vervolgens niet waarmaken. Ook is er een groep die veel klaagt maar die geen alternatieve oplossingen weet te bieden. Tot slot gaan de samenwerkingstrajecten vaak gepaard met geroddel over elkaar. De ondernemers treffen elkaar te weinig en veel informatie bereikt hen via ‘horen zeggen’. Het onbegrip dat hieruit kan ontstaan, komt de samenwerking niet ten goede.

Vervolgonderzoek

Het onderzoeken van de drempels is een eerste stap in het bevorderen van samenwerking tussen ondernemers onderling en met andere stakeholders in binnensteden en dorpscentra. Momenteel worden door het HAN Onderzoekscentrum Retail meerdere vervolgonderzoeken uitgevoerd binnen dit thema. De resultaten daarvan zullen in het najaar van 2017 gepubliceerd worden.

Hogeschool  van Arnhem en Nijmegen

 **HAN**
ONDERZOEKS
CENTRUM RETAIL

Deze publicatie is een uitgave van het HAN Onderzoekscentrum Retail. Bent u actief als retailer of centrummanager en wilt u graag kosteloos verder geïnformeerd worden over onze activiteiten of onderzoeksresultaten? Neem dan contact met ons op.

Peggy de Jong, Coördinator & Onderzoeker

Website: www.han.nl/OCRetail

Email: Peggy.deJong@han.nl

Mobiel: 06-22668602