

# Think global, love local



#UNIZO  
kiest  
2018

Wat verwachten de  
**ONDERNEMERS**  
na de gemeenteraadsverkiezingen van 14.10.2018?

unizo

*Denk globaal, koester lokaal*

*“Omdat mensen die op eigen risico ondernemen, voor hun eigen loon zorgen, en welvaart & tewerkstelling creëren, versterkt moeten worden”*

Dilbeek,

9/10/2017

UNIZO formuleert **5 algemene prioriteiten voor de gemeenteraadsverkiezingen van 14/10/2018:**

- Vlotte bereikbaarheid
- Efficiënte samenwerking
- Faire fiscaliteit
- Bedrijvige kernen
- (Adem)ruimte om te ondernemen

**Waarom:**

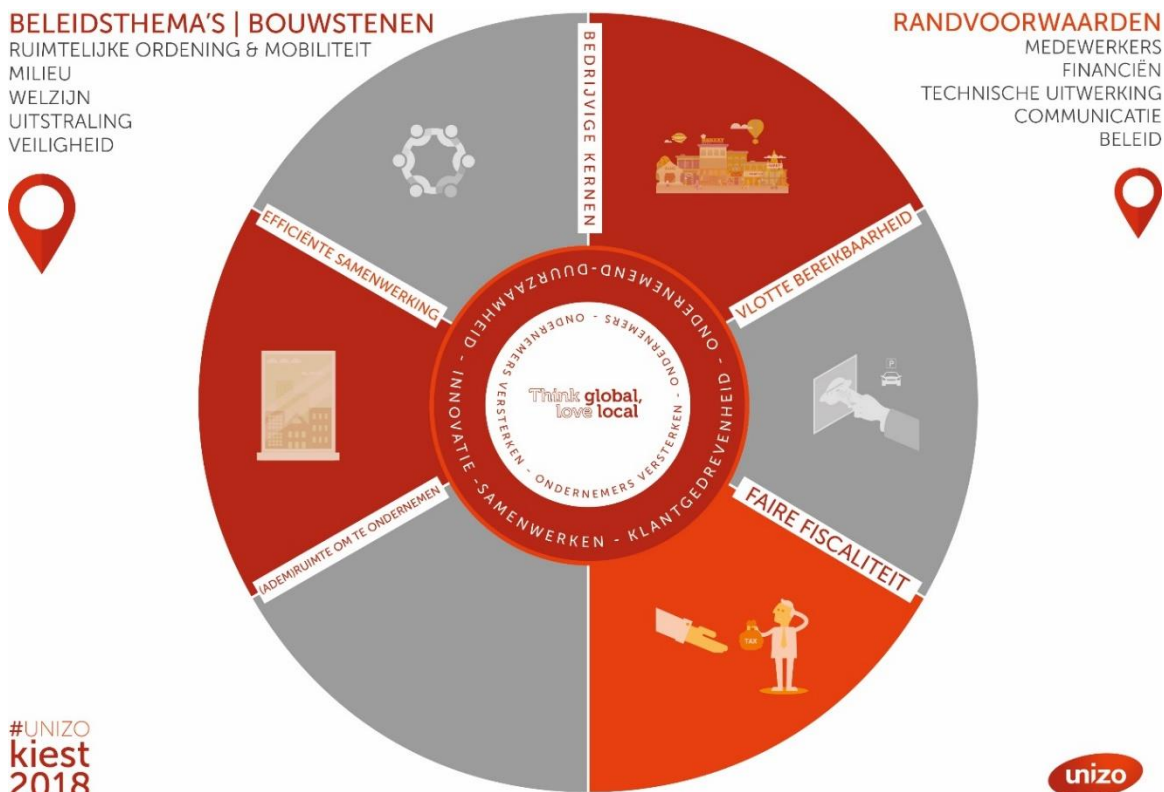
Omdat mensen die op eigen risico ondernemen, voor hun eigen loon zorgen, en welvaart & tewerkstelling creëren, versterkt moeten worden.

**Wat is ons vertrekpunt:**

5 waarden die ons als ondernemers inspireren: duurzaamheid, innovatie, samenwerking, klantgedrevenheid, ondernemend

**Waar houden we rekening mee:**

- De lokale economie wordt beïnvloed door een aantal randfactoren, beleidsthema's of, zo men wil, bouwstenen die het ondernemen faciliteren of net bemoeilijken: ruimtelijke ordening & mobiliteit, uitstraling van de gemeente, milieu, basisveiligheid en welzijn (onderwijs, voorzieningen)
- We houden ook rekening met 5 randvoorwaarden om een goed lokaal beleid te kunnen voeren: voldoende en deskundige medewerkers, voldoende financiële middelen, de uitwerking van het beleid moet technisch goed in elkaar zitten, de interne en externe communicatie moet in orde zijn en, bovenal, moet er lijn zitten in het beleid.



## THINK GLOBAL, LOVE LOCAL (DENK GLOBAAL, KOESTER LOKAAL)

Aan de kandidaten voor de gemeenteraadsverkiezingen 2018,

De wereld verandert. De maatschappelijke uitdagingen zijn talrijk, complex en kunnen enkel via samenwerking worden aangepakt. Er ontstaan nieuwe groeisectoren zoals zorg en recreatie, de economie wordt meer en meer circulair, het bezit van producten wordt meer en meer vervangen door het gebruik van diensten, er ontstaan nieuwe kanalen, productieprocessen en businessmodellen, bedrijven beoefenen een combinatie van activiteiten en de stad wordt het kantoor van de toekomst.

Een aantal antwoorden op deze uitdagingen kan de lokale overheid zelf geven als actor, voor andere topics zal zij dienen samen te werken met andere overheden, voor nog andere is het aangewezen dit uit te werken met nog andere stakeholders (regisseur). Soms ook dient zij pleitbezorger te zijn bij andere overheden.

Door de digitalisering speelt het ondernemen zich af in een geglobaliseerde context: we zijn verbonden met mensen aan de andere kant van de wereld, startups zoeken werkkapitaal in Dubai en bepaalde taken worden uitbesteed naar de andere kant van de wereld. Voor internationaal aangestuurde ondernemingen is fysieke verankering vaak een zeer relatief begrip geworden.

Tegelijkertijd zien we dat velen houvast zoeken in het authentieke, nabije, herkenbare, en de mens zoeken achter product of dienst.

Daarom zijn de zelfstandige ondernemers een stabiel baken: zij staan open voor de kansen die de wereld hen biedt, maar blijven geworteld in hun streek; zij zorgen ervoor dat mensen met de fiets kunnen gaan werken en betalen via sponsoring het basketbaltruitje van onze kinderen.

Om het belang van het zelfstandig ondernemerschap te illustreren, nemen we een gemeente als Dilbeek.

*De gemeente Dilbeek telde in 2016 41.450 inwoners.*

*Dilbeek telt 1.345 zelfstandigen en 1.538 ondernemingen.*

*In Dilbeek werken 11.696 mensen in loondienst. Van die 11.696 werkt bijna 15% in een micro-onderneming (minder dan 10 werknemers) en iets meer dan 35% in een kleine onderneming (tussen de 10 en de 49 werknemers).*

*Samen zijn de kleine en familiale ondernemingen in Dilbeek dus goed voor 50% van de totale tewerkstelling in Dilbeek.*

Als (kandidaat-)verantwoordelijke voor uw lokaal bestuur kent u deze mensen én hun werknemers wellicht bij naam.

UNIZO is de lokale besturen dankbaar die dit weten te waarderen. Omdat mensen die op eigen risico ondernemen, voor hun eigen loon zorgen, en welvaart & tewerkstelling creëren, versterkt moeten worden.

Het ondernemerschap versterken, willen we samen met u vanuit volgend waardenkader aanpakken: Duurzaamheid, Innovatie, Samenwerking, Klantgedrevenheid, Ondernemend.

Dit houdt in dat de zelfstandige ondernemer gehoord wordt en kan meedenken; dat hij (M/V/X) op een vlotte en efficiënte manier geholpen wordt, zoals bij het zoeken naar een geschikte vestigingsplaats; dat hij bereikbaar is en zich vlot kan verplaatsen; dat hij duurzaam kan ondernemen en dat kan doen in een dynamisch klimaat, zodat hij ook waar krijgt voor zijn geld.

De ondernemer levert graag zijn bijdrage onder de vorm van een lokaal verankerd initiatief, tewerkstelling dicht bij huis, inkomsten voor de lokale financiën en een bijdrage aan het lokale sportieve en sociaal-culturele leven. Daar wordt iedereen beter van.

Samen met het toekomstig lokaal bestuur willen wij als partner werken aan een bedrijvig en dus levendig Dilbeek, waar het goed is om te wonen, te recreëren én te ondernemen. Het is met deze motivatie dat wij u onze prioriteiten voor de komende zes jaar voorleggen.

We komen hier graag regelmatig met u op terug.

Alvast veel succes!

Namens de ondernemers van Dilbeek,

# 1. Duurzaamheid

Duurzaamheid, vertaald als zorg voor de lange termijn en continuïteit, is een belangrijke ondernemerswaarde.

Vanuit een gelijkaardige zorg hebben de meeste lokale besturen het Europees 'Burgemeestersconvenant voor klimaat en milieu' onderschreven. Hiermee engageert men zich ook lokaal om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te beperken.

Een andere insteek zijn de lage-emissiezones waarbij, momenteel in Antwerpen maar binnenkort ook in Brussel en Gent, de milieu- en gezondheidshinder door slechte luchtkwaliteit wordt beperkt door een selectief toelatingsbeleid voor motorvoertuigen.

Meer en meer lokale besturen gaan ook in hun aankoopbeleid duurzaamheid als criterium hanteren.

## Hoe kan een lokaal bestuur haar ondernemers ondersteunen in het kader van een duurzaamheidsagenda ?

1.1. Alles begint met een klimaatvriendelijke ruimtelijke ordening. UNIZO is voorstander van **bedrijvige kernen**. Kernen zijn van oudsher het socio-economische en culturele hart van onze steden en gemeenten. Wonen, werken, winkelen, diensten aanbieden en ontspanning komen er samen. Ondernemingen bepalen mee die levendigheid. Zij dragen bij aan de aantrekkingskracht van een kern en zijn de beste remedie tegen leegstand.

Doordat de detailhandel de laatste jaren enorm is veranderd (de vermindering van het aantal handelszaken, de invloed van e-commerce), kan bedrijvigheid in kernen niet louter door de detailhandel alleen worden waargemaakt. Gelukkig zijn er nieuwe groepen ondernemers en nieuwe opportuniteiten door de technologische en digitale ontwikkelingen, die inspelen op de tendens van een terugkeer naar een meer lokaal georganiseerde productie. Bedrijvigheid in de kern bestaat daarom ook uit zichtbare diensten (zowel privé als overheid), kantoren, co-workingplekken voor freelancers, ondernemers in de creatieve economie en ateliers voor nieuwe ambachtelijke makers.

De te herbestemmen kerkgebouwen zijn hier een te onderzoeken opportuniteit.

Wanneer onze kernen bedrijvig blijven of worden, zijn zij duurzaam. Zij hebben een positieve impact op de sociale cohesie, op de mobiliteit en op het ruimtegebruik.

Een kern wordt niet zomaar bedrijvig. In vele kernen zien we immers een verdringing van de maakbedrijven door woningen. Pas wanneer er een algemeen gedragen programma of visie is, kunnen er stappen gezet worden naar een meer bedrijvige kern.

1.2. Kiezen voor bedrijvige kernen is ook kiezen voor **winkelkerngebieden en winkelarme gebieden**. Dit betekent niet dat er geen plaats is voor perifere detailhandel (baanwinkels), maar wel gelimiteerd. Er is immers een rechtstreeks verband tussen het ongebreideld toelaten van baanwinkels en leegstand in de oorspronkelijke handelskern. UNIZO ziet wel ruimte voor een assortiment dat complementair is aan de kern en per definitie ruimtebehoevend (meubelzaken, autodealers), met een zo groot mogelijke koppeling met de kern en geclusterd, zodat infrastructuur en parking zoveel mogelijk gedeeld worden.

Meteen kan hierdoor ook ruimte gevrijwaard of gecreëerd worden voor **productiebedrijven** die vanwege hun omvang, groei, het milieu of de mobiliteit, niet terecht kunnen in een gemeentekern en ruimte nodig hebben op een apart bedrijventerrein. Ook hier is clustering

aan de orde. Men denke hier ook aan maatwerk, zodat zowel bedrijven met veel werknemers als kleinschalige productiebedrijven er terecht kunnen.

Alles begint met een inventarisatie van het aanbod en een behoeftenplan voor de toekomst. Het aansluiten van zgn. lokale bedrijventerreinen op zgn. regionale terreinen, reconversie van verouderde of niet-gebruikte bedrijventerreinen of bedrijfsgebouwen en bedrijventerreinmanagement passen perfect in een duurzaamheidsagenda.

We maken hier gebruik van de gelegenheid om de problematiek van de rechtsonzekerheid van **zonevreemde bedrijven** in herinnering te brengen. In de regel bestaan deze bedrijven in harmonie met hun omgeving. Het verderzetten van hun activiteit op de bestaande locatie is daarom de meest wenselijke optie. Dit kan via een BPA (Bijzonder Plan van Aanleg) of RUP (Ruimtelijk uitvoeringsplan) zonevreemde bedrijven. Wanneer het niet anders kan, kan ook herlokalisatie een optie zijn.

Het is aangewezen om te beginnen met ruimte voor lokaal verankerde bedrijven en voor die zonevreemde bedrijven die toch moeten herlokaliseren.

Er zit ook potentieel in het hergebruik van leegstaande **landbouwbedrijfsgebouwen** voor ondernemersactiviteiten die inspelen op de troeven van het platteland, zoals stilte en rust (verblijfstoerisme, kinderdagverblijf, mindfulness, yoga, therapieën met dieren). Hierdoor wordt het bestaande patrimonium in harmonie met de omgeving gevaloriseerd. We nemen hier ook de opportuniteit van de leegstaande **kerken** mee.

1.3. Een lokale overheid kan **ondernemers betrekken** bij de **formulering en uitvoering van lokale acties in het kader van het burgemeestersconvenant klimaat en milieu** en **praktische ondersteuning en sensibilisering** aanbieden via energiescans of het ter beschikking stellen van thermografische luchtfoto's of scans. Hierdoor worden ondernemers gestimuleerd om te investeren in energiebesparende maatregelen.

De lokale overheid kan ook **praktisch service** bieden door te zorgen voor oplaadpunten voor elektrische wagens en fietsen. Of door tijdelijk de installatie van zonneboilers en warmtepompen te ondersteunen.

1.4. Bij de invoering van een **lage-emissiezone** is het van belang te leren uit de ervaring van andere steden. Een goede voorbereiding, een beperking van de administratieve overlast, tijdige en gerichte communicatie en een invoering in fasen verhoogt het draagvlak van de maatregel. Flankerende maatregelen zoals gerichte premies kunnen de overgang vlotter laten verlopen. De invoering van de lage-emissiezone dient te passen in een goed doordacht mobiliteitsbeleid met goed aangeduide en goed bereikbare randparkings die aansluiten op kwalitatief vervolgvervoer (openbaar vervoer, fiets) of, voor het goederenvervoer, eventueel op een stedelijk distributieplatform. Er is ook de problematiek van bezoekers uit het buitenland: hier is een gecoördineerde aanmeldingsprocedure over de steden heen aan de orde, dit om te vermijden dat een toerist of zakenpartner die enkele steden wil aandoen, zich telkens op een apart lokaal platform moet aanmelden.

1.5. Duurzaamheid kan ook gerealiseerd worden door **lokaal aan te kopen** (of minstens alle lokale spelers de kans te geven) en korte ketenprojecten zoals restaurants die werken met lokale producten te promoten.

### 1.6. Een hoofdstuk apart is **mobiliteit**.

Dit is voor ondernemers een basisbehoefte én een groeiende zorg. Naargelang het type van ondernemer en naargelang de reden van de verplaatsing vertaalt dit zich anders (bereikbaarheid voor klanten, bereikbaarheid voor leveranciers, eigen mobiliteit).

Door de verspreide bebouwing en, wanneer we ons eenzijdig blijven richten op individueel georganiseerde automobilititeit, rijden we onszelf echter vast.

#### Hoe kan een lokale overheid ondernemers steunen om te komen tot een optimale mobiliteit ?

1. Door een mobiliteitsvriendelijke ruimtelijke ordening.  
**Maatwerk, flexibiliteit en omzichtigheid** zijn hierbij aan de orde: het permanent autoluw maken van straten kan voor een stedelijke kern een goede zaak zijn. Voor een landelijke kern kan dit echter nefast uitdraaien voor de handelaars.
2. Ook moet de **infrastructuur** aangepast zijn: algemeen onderhoud, lokale bypasses zowel voor voetgangers, fietsers als voor gemotoriseerd transport, ontsluitingsmogelijkheden via spoor en water. Ontsluitingsroutes naar handelskernen en bedrijventerreinen moeten ook geschikt gemaakt en gehouden worden voor vrachtverkeer. Een heldere bewegwijzering helpt hierbij. Denk ook aan de 'vrachtwagentoets': wordt een verkeerssituatie aangepast, kan een vrachtwagen er passeren? Zo ja, dan is er ruim genoeg gedacht. Vrachtwagenchauffeurs zijn u overigens ook dankbaar wanneer faciliteiten zoals douche, toilet en water voorzien worden.
3. Daarnaast dient er ruimte te zijn voor **parkeren**: comfortabele **fietsstallingen, kort parkeren** in de kernen, gelegenheid tot **lang parkeren** aan de rand, met eventueel aansluitingsvervoer, en goed gesitueerde **laad- en loszones**. Voor interventieteams (de loodgieter, de elektricien, de kinesist, de huisarts) kan een **interventiekaart** om te kunnen parkeren op bewonersplaatsen een grote meerwaarde betekenen. Ook kan men bekijken hoe door een meervoudig gebruik van de ruimte er parkeergelegenheid kan gecreëerd worden.
4. Mobiliteitsstromen zijn nooit enkel lokaal. Daarom is **overleg met alle stakeholders** (ondernemers in de mobiliteitsraad) **en met naburige gemeenten** aan de orde. Bestemmingsverkeer naar gemeente B is immers doorgaand verkeer in gemeente A. En dan zijn er nog openbare werken en grote evenementen en het eventueel hanteren van venstertijden. Voor de transportsector zou gebundelde en transparante info over zulke venstertijden een handig instrument zijn bij de ritplanning.
5. We moeten nadenken over oplossingen voor de (dure) *last mile* in de logistieke keten in steden. Dit kan via **distributiecentra** die ook kunnen dienen als stockageruimte voor de lokale handel (e-commerce), alsook via **dagranddistributie** (leveringen in de vroege ochtend of 's avonds/'s nachts) met stil transport. Hierbij kunnen ook **data en technologische oplossingen** hulp bieden.
6. **Grote evenementen** en **openbare werken** hebben een grote impact op alle ondernemers. Deze verdienen daarom een goede voorbereiding om de hinder zoveel mogelijk te beperken.

## **Ruimtelijke Ordening, Klimaat en Mobiliteit in Dilbeek, wat willen de ondernemers zeker wel, wat zeker niet, wat stellen ze voor?**

In eerste instantie wijzen de ondernemers van Dilbeek op het ontbreken van een korte- en langetermijnvisie, en dit voor alle beleidsdomeinen. Bijgevolg zeker ook voor Ruimtelijke ordening, Klimaat en Mobiliteit. De ondernemers achten dit als onontbeerlijk om een duidelijk, transparant en overkoepelend kader te scheppen zodat alle mogelijke acties hierin kunnen worden geplaatst en men niet enkel inspeelt op losstaande initiatieven.

De ondernemers van Dilbeek scharen zich zeker ook achter het verhaal van de 'Bedrijvige Kern', maar ook dit project dient te worden ingepast in een groter geheel/een korte- en langetermijnvisie, zoals hierboven uiteengezet.

De ondernemers zijn van mening dat er géén flagrant probleem is met betrekking tot de leegstand. De cijfers zijn ook relatief laag, m.n. 8%. Met betrekking tot de leegstaande panden stelt zich wel een andere problematiek volgens de ondernemers, nl. het ontbreken van geschikte ruimtes voor elk type ondernemer. De ondernemers wijzen in dit kader ook op het feit dat er slechts een beperkte mogelijkheid is voor (vooral kleinere) ondernemers om hun zaak uit te breiden. Er dient te worden gezocht naar een geschikte manier om ruimte te creëren voor ondernemen. Dit kan bv. door te werken met hoogbouw, maar dan zouden tegelijkertijd ook de parkeermogelijkheden moeten worden uitgebreid.

De ondernemers van Dilbeek vragen een duidelijke communicatie rond de beschikbaarheid van panden in KMO-zones. Zij hebben momenteel het gevoel dat zij hieromtrent niet afdoende worden geïnformeerd.

Bovendien pleiten de ondernemers voor duurzame gebouwen. "Duurzaamheid boven esthetiek" suggereren zij als leidraad bij het maken van bouwkeuzes.

De ondernemers zijn van mening dat bepaalde zones - o.m. het centrum van Dilbeek - niet meteen volledig autoluw moeten worden, om te voorkomen dat de klanten niet meer tot bij hen geraken. Een stapsgewijze implementering van de nieuwe verkeersregels is zeker wenselijk. Het is eveneens niet voor de hand liggend om tot een consensus te komen wat betreft het richtingsverkeer van een straat. Éénrichtingsverkeer kan immers ideaal zijn voor een horecazaak met een terras maar minder ideaal voor een krantenwinkel. Hierbij wijzen we graag op het belang van het voorafgaand informeren van alle ondernemers, in overleg met hen te gaan en te zoeken naar een oplossing op maat.

Verder stellen de ondernemers van Dilbeek vast dat er een gebrek is aan parkeerplaatsen en fietspaden. Ondergrondse parkings (bv. onder de Ninoofsesteenweg) zouden alvast de oplossing kunnen bieden voor het gebrek aan parkeerruimte. Daarnaast suggereren de ondernemers dat het doortrekken van de metrolijnen vanuit Brussel een duidelijk meerwaarde zou bieden. Niet enkel naar een extra mobiliteitsstroom toe, maar dit zou eveneens de opstart van nieuwe ondernemingen kunnen aanmoedigen.

De ondernemers van Dilbeek wijzen op het ontbreken van voldoende KMO-bedrijfszones in Dilbeek. Hiermee doelen ze niet op industriezones, die er wel zijn, maar eerder op het ontbreken van zones waar ietwat grotere ondernemingen zich kunnen vestigen (bv. reeds gevestigde ondernemers in groeifase). Momenteel is het aanvoelen dat ondernemers Dilbeek snelle verlaten (bv. richting Brussel of Asse), omdat er niet genoeg KMO-panden te vinden zijn. Met een KMO-zone daarentegen kunnen



die ondernemers weer aangetrokken worden. Indirect kan dit ook leiden tot een opportuniteit om het fileleed naar Brussel toe terug te dringen.

Tot slot stellen de ondernemers vast dat er te veel vrachtwagens geparkeerd staan op de Ninoofsesteenweg. Dit zorgt niet enkel voor een onveilige situatie (door de beperkte zichtbaarheid), maar dit creëert eveneens een negatief straatbeeld wat het imago van de gemeente niet ten goede komt. De ondernemers vragen dan ook om elders geschikte parkeerplaatsen voor vrachtwagens te creëren.

## 2. Innovatie door samenwerking, gefaciliteerd door de digitalisering

De wereld van vandaag is een geconnecteerde wereld. Mede dankzij de digitalisering is er meer gedeelde informatie beschikbaar en kunnen, om te beginnen, standaardprocessen efficiënter en effectiever afgewikkeld worden.

De klassieke samenwerking tussen burger en beleid verloopt via diverse formeel georganiseerde adviesorganen, zoals de GECORO (Gemeentelijke Commissie Ruimtelijke Ordening, binnenkort omgevingsraad), of de Raad Lokale Economie, maar gaandeweg is het scala aan informatie-, inspraak-, samenspraak- en co-creatiemogelijkheden veel ruimer geworden. Ook de te verwachten schaalvergroting van de gemeenten dwingt om de klassieke manieren van werken te herdenken.

### Hoe wordt innovatie door samenwerking een troef en biedt ze kansen voor ondernemerschap?

2.1. Door samen een **visie** te ontwikkelen over waar men de komende 6 jaar naartoe wil, ook specifiek op het domein economie.

2.2. Door na te denken over vormen van **informatiedoorstroming, inwinnen van advies, inspraak, samenspraak en co-creatie**. Dit kan formeel georganiseerd zijn op een klassiek beleidsdomein (bv. GECORO/omgevingsraad, sport...) of thematisch, bijvoorbeeld ter voorbereiding van de herinrichting van het openbaar domein of hinder bij openbare werken.

In beide gevallen is het goed om vooraf goed na te denken over wie de stakeholders zijn, in vele gevallen zijn dat zeker ook de ondernemers.

Zo adviseren we om in de GECORO/omgevingsraad vanuit het ondernemerschap minstens de productiebedrijven buiten de kern én de handel/diensten/horeca binnen de kern op te nemen (de zgn. “verenigingen van werkgevers of zelfstandigen, en de verenigingen van handelaars”).

Daarnaast pleiten wij ervoor om minstens een keer per jaar in de raden lokale economie de toestand van het economisch apparaat te bespreken. Zo vermijden we dat deze raden zich beperken tot de rol van actiecomité ten voordele van de lokale handel.

2.3. We evolueren van een top-down- naar een overlegmodel. Dit werkt enkel wanneer de burger en de ondernemer serieus worden genomen en er **transparant wordt gereageerd** op de adviezen en inzichten die ingewonnen zijn.

2.4. Op het domein economie is het aangewezen dat er een bestuurlijk en ambtelijk aanspreekpunt is voor ondernemers (**de schepen en de ambtenaar/dienst economie**). Op die manier ontstaan er bestuurlijk en ambtelijk pleitbezorgers voor het lokaal economisch

apparaat, door alle beleidsdomeinen heen. Overigens is werken met specifieke aanspreekpunten ook dankbaar voor andere thema's en bij grote projecten, zoals grote openbare werken (horecacoach, bereikbaarheidsadviseur).

2.5. Maak ook gebruik van de **bereidheid van velen om zich lokaal in te zetten** (projectbudget, burgerbudget, hackaton voor de oplossing van complexe problemen, spreek ondernemers ook aan op hun competenties).

2.6. Innovatie en co-creatie worden ook gestimuleerd door kort op de bal te spelen. Een grote wendbaarheid van het bestuurlijke en ambtelijke apparaat is daarbij een voorwaarde.

2.7. Er zijn veel **data** beschikbaar. Deze kunnen ingezet worden voor opsporing, objectivering en oplossing van problemen. Overweeg ook het openbaar domein hiervoor aan te passen door **Wi-Fi** te voorzien.

2.8. Bij **internationale verbroederingen**, bekijk welke kansen hier kunnen liggen voor beider lokale economieën.

2.9. Geen connectie zonder onthaal. Vergeet daarom niet uw **nieuwe ondernemers te onthalen**.

2.10. Denk ook na over de gevolgen van een eventuele **fusie van gemeenten** voor de betrokken ondernemers.

### **Innovatie door samenwerking in Dilbeek, wat willen ondernemers zeker, wat willen ze zeker niet, wat stellen ze voor?**

In eerste instantie wijzen de ondernemers van Dilbeek in dit kader eveneens op het ontbreken van een korte- en langetermijnvisie voor alle beleidsdomeinen. De ondernemers achten dit als onontbeerlijk om een duidelijk, transparant en overkoepelend kader te scheppen zodat alle mogelijke acties hierin kunnen worden geplaatst en men niet enkel inspeelt op losstaande initiatieven.

De ondernemers van Dilbeek stellen dat er op vlak van co-creatie zeker ruimte voor verbetering is. Hierbij wordt o.a. gedacht aan het imago dat de gemeente uitstraalt. Bijvoorbeeld bij het ontstaan/ontwerp van het logo van de gemeente Dilbeek, werd er géén input gevraagd aan de inwoners of ondernemers. Voor die zaken, waar er nood is aan een grotere collectieve gedragenheid, dient de gemeente een systeem van co-creatie te stimuleren en alle stakeholders hierin te betrekken.

De ondernemers van Dilbeek ondervinden weinig initiatieven waar wordt ingespeeld op de koopkracht van anderstaligen. Gezien de anderstaligen duidelijk vertegenwoordigd zijn binnen de gemeente Dilbeek, wijzen de ondernemers hier ook op de nood naar initiatieven om hun betrokkenheid te vergroten.

Wat het luik data en technologie betreft, stellen de ondernemers van Dilbeek voor om een databank/lijst van alle ondernemers op de website van de gemeente te plaatsen. Er is immers nood aan gerichte communicatie naar de ondernemers toe en een dergelijke databank kan hiervoor het

uitgangspunt zijn. (Als dit op niveau van de overheid mogelijk kan worden gemaakt middels de Kruispuntbank van ondernemingen, zou dit ook op het niveau van de gemeente moeten kunnen.)

De ondernemers van Dilbeek verwachten een (beter) persoonlijk onthaal van ondernemers. De ondernemers zien het als een rol van de gemeente om nieuwe ondernemers wegwijs te maken binnen de verschillende gemeentelijke instanties (contactpersonen, raden,...) maar ook andere organisaties die hun bij de opstart en verdere loopbaan kunnen ondersteunen. Op dit ogenblik ervaren de ondernemers het gebrek aan een persoonlijk onthaal als een enorm gemis.

Ten slotte zou er een meer dynamische wisselwerking moeten zijn tussen de adviesraad lokale economie en het gemeentebestuur.

### 3. Klantgedrevenheid in een belevings- en betekenseconomie

De economie is sterk aan het veranderen. Connectie, de centrale positie van de klant, het belang van waarden, de opkomst van de deeleconomie (gebruikmaken van een dienst wordt belangrijker dan het hebben van een product), sociaal ondernemerschap, de groeiende waardering voor het persoonlijk verhaal van de mens achter het product, de beleving en de zorg voor de lange termijn zijn daar maar enkele uitingen van.

#### Hoe kan een lokale overheid hierop inspelen?

3.1. Door regelmatig haar reglementen te herdenken en, via de mogelijkheden die de digitalisering biedt, de **administratieve overlast** voor ondernemers te beperken. Wat sterk gewaardeerd wordt, is ontzorging van ondernemers door een **constructieve houding** wanneer een ondernemer op informele wijze raad vraagt bij de voorbereiding van een **vergunningaanvraag**. Binnen de administratie kan men bijvoorbeeld ook werken met gemengde teams om complexe dossiers aan te pakken zodat vermeden wordt dat de ondernemer van het kastje naar de muur wordt gezonden.

3.2. Door te kiezen voor **bedrijvige en levendige kernen** waar wonen, werken en recreatie zoveel mogelijk gebundeld worden. Dit is meteen ook een bijdrage aan de sociale cohesie in een gemeente of stad, met gunstige effecten op de veiligheid. Door aandacht te hebben voor **evenementen, toerisme en horeca**. Een gemeente waar iets te beleven valt, verhoogt haar aantrekkelijkheid voor jongeren en vermijdt een braindrain naar de grotere steden. Horeca is een belevenis op zich en ondersteunt het toerisme, de recreatie en de beleving van een gemeentelijke kern. Daarom is een horeca-beleidsplan en het aanstellen van een horecacoach om horecaondernemers te begeleiden, een goed idee.

3.3. Door **zorg te dragen voor het openbaar domein**, inbegrepen de netheid van zowel de gemeentekernen als de ambachtelijke terreinen (management van bedrijventerreinen, esthetische bekleding van afsluitingen van werven, innovatieve afvalinzamelingsystemen, duurzaam materiaalgebruik).

3.4. Door een **veilige omgeving** te creëren en ondernemers hierin te ondersteunen (preventieadvies, overleg over het zonaal veiligheidsplan, het BINZ Buurtinformatienetwerk Zelfstandigen, blauw op straat bij evenementen en op bedrijventerreinen).

3.5. Door een sterke **regie kinderopvang** die voldoende (financiële) ondersteuning voorziet voor sociale ondernemers in de kinderopvang, en starters in het bijzonder. Alsook door samenwerking te activeren tussen lokale bedrijven/KMO's met de kinderopvang. Verder inzetten op het lokale Huis van het Kind als belangrijke verbindende sector.

3.6. Door rond de deel- en sociale economie een **gelijk speelveld** te creëren en bij initiatieven zoals gezamenlijke aankopen, repaircafés en korte keten-initiatieven **te bekijken hoe de bestaande lokale economische spelers betrokken kunnen worden**.

3.7. Door zonder vooroordelen oog te hebben voor de specifieke noden van **ondernemers in moeilijkheden** (sociaal onderzoek in functie van het tijdelijk recht op leefloon, artikel 60, tijdelijke opvang in noodwoningen, doorverwijzing naar gespecialiseerde diensten).

### **Klantgedrevenheid in Dilbeek, wat willen de ondernemers zeker wel, wat zeker niet, wat stellen ze voor?**

Wederom wijzen de ondernemers van Dilbeek op het ontbreken van een korte- en langetermijnvisie. Hetzelfde geldt voor dit thema. De ondernemers achten dit als onontbeerlijk om een duidelijk, transparant en overkoepelend kader te scheppen zodat alle mogelijke acties hierin kunnen worden geplaatst en men niet enkel inspeelt op losstaande initiatieven.

De ondernemers van Dilbeek stellen een administratieve vereenvoudiging voor in kader van de huis-aan-huis bedeling van publiciteitsfolders. De aanvraagprocedure is momenteel zeer omslachtig. Bovendien verschillen de reglementen hieromtrent van gemeente tot gemeente, wat nog eens een extra last met zich meebrengt t.a.v. de ondernemers.

De ondernemers zijn van mening dat er nood is aan een meer resultaatgerichte aanpak bij de ondersteuning van ondernemers. De ondernemer zou zich tegelijkertijd moeten kunnen laten adviseren door zowel iemand van het beleid (bv. schepen) als door een ambtenaar binnen de gemeente. Op die manier kan een "overgangperiode" of wachttijd op ondersteuning/antwoord worden vermeden en kan men op een efficiënte manier worden geholpen.

De ondernemers van Dilbeek hechten zeer veel belang aan de ambtenaar lokale economie, zowel als direct contactpunt als naar verdere ondersteuning toe. Één à twee voltijdse equivalenten achten zij dan ook als minimaal om het lokaal ondernemerschap afdoende te ondersteunen en bepaalde zaken te realiseren en/of in beweging te brengen.

Op vlak van de veiligheid hebben de ondernemers van Dilbeek het gevoel dat de politie diefstal niet als prioritair beschouwt.

## **4. Ondernemend**

Een goed draaiende en lokaal verankerde lokale economie biedt tewerkstellingskansen voor inwoners, inkomsten voor de gemeentekas en de levendigheid van dorp of stad. Daarom verdient ook dit aspect de volle aandacht.

## Hoe kan de lokale overheid de lokale economische spelers ondersteunen ?

- 4.1. Door een proactieve, oplossingsgerichte **hands-on mentaliteit** waarmee men kort op de bal speelt en het doel belangrijker is dan de letter van het reglement.
- 4.2. Door een **faire en stabiele fiscaliteit** waardoor men waar voor zijn geld krijgt. Voorbeelden van pestbelastingen die het ondernemerschap ontmoedigen zijn belastingen op drijfkracht, verspreiding van reclaimedrukwerk, overdreven dossierkosten om vergunningen te krijgen, belastingen op het openblijven na het sluitingsuur, belasting op drankslijterijen, belastingen op zonnepanelen als bedrijfsoppervlakte, taksen voor aanplakborden of het laten betalen voor bestekken in het kader van overheidsopdrachten.
- 4.3. Door steun en ondersteuning waar het nuttig is.
- 4.4. Door onderwijs en economie met elkaar te verbinden via demonstratie-evenementen of het ondersteunen van bedrijfsbezoeken.
- 4.5. Door goede regelingen, zoals een helder traject voor de behandeling van vragen. Zo stelt UNIZO voor om voor eenvoudige vragen een **antwoordtermijn van 3 werkdagen** als maximum te nemen. Bij openbare aanbestedingen is het aangewezen snel te informeren zodat men de opdracht kan inplannen of zich op andere opportuniteiten kan focussen.
- 4.6. Door **toegang tot het containerpark** te bieden voor afval dat vergelijkbaar is met particulier afval.
- 4.7. Door een **aankooppolitiek** die stabiel is in de tijd, en ook lokale spelers aan bod laat komen (liever een fotograaf dan een fotohokje). De nieuwe wet overheidsopdrachten biedt kansen om de administratieve rompslomp te verminderen. Overheden kunnen overigens ook een rol opnemen in de strijd tegen sociale dumping. Men moet wel redelijk blijven bij het opleggen van sociale clausules. Die moeten haalbaar blijven voor kleinschalige ondernemingen. Beter is positieve actie zoals Talentenwerf in de bouwsector waarbij men samen erin slaagt werkzoekenden op te leiden tot valabele arbeidskrachten in de bouw.

## Een ondernemend Dilbeek, wat willen de ondernemers zeker wel, wat zeker niet, wat zijn de voorstellen ?

Wederom wijzen de ondernemers van Dilbeek op het ontbreken van een korte- en langetermijnvisie, en dit voor alle beleidsdomeinen. Hetzelfde geldt dus voor dit thema. De ondernemers achten het als onontbeerlijk om een duidelijk, transparant en overkoepelend kader te scheppen zodat alle mogelijke acties hierin kunnen worden geplaatst en men niet enkel inspeelt op losstaande initiatieven.

De ondernemers van Dilbeek ervaren de belasting op huis-aan-huis verspreiding van reclaimedrukwerk als niet-redelijk. Op dit ogenblik voelen zij een benadeling van de kleinere (lokale) ondernemers tegenover de grote commerciële spelers. Waarom? Vanuit de insteek dat een lokale handelaar maximaal 4 keer per jaar (zijnde 1x per seizoen) publiciteit wenst te bedelen, zou het reglement beter kunnen vaststellen dat de eerste 4 publiciteitsfolders aan een lager tarief kunnen worden bedeed.

Wat het aankoopbeleid betreft, zijn de ondernemers van mening dat de gemeente zeker initiatieven neemt om lokale ondernemers mee te laten dingen. Het interesseformulier op de gemeentelijke website om in te tekenen op aanbestedingen/offertevragen draagt hier toe bij. Wel wijzen de ondernemers op het feit dat deze mogelijkheid niet bij alle ondernemers gekend is. Een duidelijkere communicatie hieromtrent is dan ook onontbeerlijk.

De ondernemers van Dilbeek zien het als een rol van de gemeente om nieuwe ondernemers wegwijs te maken binnen de verschillende gemeentelijke instanties (contactpersonen, raden,...) maar ook andere organisaties die hun bij de opstart en verdere loopbaan kunnen ondersteunen. Op dit ogenblik ervaren de ondernemers het gebrek aan een persoonlijk onthaal als een enorm gemis.



**Samengevat zijn dit de verwachtingen van de ondernemers van Dilbeek:**

- Het ontwikkelen van een **korte en lange termijn visie** voor de gemeente: waar wil Dilbeek naartoe?
- Inzetten op een **bedrijvige kern** (met een betere bereikbaarheid voor ondernemers, de inrichting van **duurzame en nieuwe ruimtes** voor de ondernemers, voldoende parkeermogelijkheden,...)
- **Betere en meer efficiënte communicatie** tussen het gemeentebestuur en de ondernemers m.b.t. advisering en ondersteuning van de ondernemers, maar ook om een betere dynamiek en wisselwerking te creëren tussen beide partijen.
- De nood aan **1 à 2 fulltime ambtenaren, met voldoende budget**, om de nodige zaken te realiseren en in beweging te brengen.
- Een **herziening van de belasting op huis-aan-huis verspreiding van reclamedrukwerk**, met oog op een faire taxatie voor de kleine ondernemer.