

Nummer DOC-20-229496
Zaaknummer Z-19-078337
Onderwerp Ondernemersbijeenkomst EUM 2020
Datum 11 februari 2020

Inleiding

We actualiseren de lokaal economische uitvoeringsagenda Medemblik. Deze uitvoeringsagenda liep eind 2019 af. Voor deze actualisatie stellen we een nieuw uitvoeringsprogramma op. Dit programma loopt van 2020 tot en met 2024.

In het ondernemersontbijt op 11-02-2020 vroegen wij ondernemers naar hun mening en aandachtspunten. Voor een impressie zie ook

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6635179765219241984>

In dit verslag beschrijven wij de aandachtspunten die ondernemers ons meegaven.

Achtergrond

Ter voorbereiding op de actualisatie evalueerden wij de uitvoeringsagenda.

Uit deze evaluatie kwam naar voren:

1. De bedrijvigheid werd verbeterd.
Echter ook door de stijging van het aantal ZZP'ers.
2. We kennen een groei in de bezoekersaantallen bij musea en riviercruises.
Echter de bestedingen in winkels in niet dagelijkse goederen nam af.
3. De samenwerking tussen de overheid en ondernemers verbeterde.
Vooral door de oprichting van het ondernemersfonds en het toeristisch platform.
4. We ondersteunden projecten en leverden producten op zoals:
 - a. Het ondernemersfonds;
 - b. Lokaal detailhandelsbeleid;
 - c. Toeristische promotie en website Visit Medemblik;
 - d. Een proactief ondernemersloket;
 - e. Bedrijventerrein Andijk zuid werd getransformeerd tot zonnepark;
 - f. Glasvezel aangelegd op bedrijvenpark Overspoor;
 - g. Verbeterde faciliteiten voor de riviercruises;
 - h. Wandelronde in Medemblik, en bij Egboetswater, en laatst in polder Grootslag;
 - i. Verbeteringen in het sloepennetwerk;
 - j. Toeristische evenementen zoals de waterweken.

We kennen ook aanbevelingen:

1. Intensiever samenwerken met ondernemers;
2. Meer focus op duurzaamheid:
De opgaves voor de energietransitie en klimaatadaptatie zijn groot;
3. Meer focus door minder projecten;
4. Blijf aansluiten op de systematiek van de begroting.

Ter voorbereiding op de actualisatie vroegen wij ondernemers een vragenlijst in te vullen. We peilden de mening van de ondernemers over 'het ondernemen in Medemblik'. Denk daarbij aan de

kwaliteit van de vestigingslocaties, de gemeentelijke dienstverlening en de promotie van Medemblik naar bedrijven, inwoners en bezoekers.

Opzet ondernemersbijeenkomst

Plenair presenteerden we kort:

- De uitkomsten van de vragenlijst over het ondernemersklimaat;
- De opzet van het lokaal economische uitvoeringsprogramma Medemblik (EUM 2020).

De presentatie zit bij dit verslag.

Daarna gaven ondernemers hun inbreng via drie tafelgesprekken. We voerden het gesprek aan de hand van posters met activiteiten uit het programma. Deze posters zitten bij dit verslag.

Uitkomsten Ondernemersbijeenkomst

https://www.youtube.com/watch?v=_3R0B1sSQEU

(You tube: zoekwoorden welkom thuis Medemblik)

De vragenlijst is door 50 ondernemers ingevuld. Het is daarmee geen representatieve steekproef.

Het geeft een idee. We scoren gemiddeld voldoende en er is ruimte voor verbetering. De

uitkomsten uit de vragenlijst waren:

- Het ondernemersklimaat krijgt gemiddeld een 7;
- Bereikbaarheid met openbaar vervoer krijgt een onvoldoende;
- Ook snel internet op de werklocaties verdient aandacht;
- Gemeentelijke dienstverlening krijgt gemiddeld een 6,6;
- De meerderheid dat contact met de gemeente had gehad was tevreden;
- Regeldruk werd door de meerderheid niet hoog of laag ingeschat;
- Het betrekken van de ondernemers kreeg gemiddeld een 6,3;
- Er is zeker bereidheid om samen te verbeteren.

Het programma kent drie pijlers:

1. (Product)Ontwikkeling: Ondernemersklimaat en Vrijetijdsaanbod;
2. Dienstverlening: Ondernemersloket en Samenwerkingsverbanden;
3. Strategische positionering: Ondernemersklimaat en Vrijetijdsaanbod.

De uitkomsten van de tafelgesprekken:

Tafel 1. Ondernemersklimaat

Pijler 1 (Product)Ontwikkeling: Ondernemersklimaat

Pijler 3 Strategische positionering: Ondernemersklimaat

De aandachtspunten:

Richt je ook op:

- Woningbouw naast ondernemersklimaat:
Richt je niet alleen op huisvesting van buitenlands personeel maar juist ook op jongeren.
Betaalbare woningen voor jongeren en lager opgeleiden bij het werk;
- Bereikbaarheid van de gemeente en werklocaties met openbaar vervoer;
- Ga aan de slag met samenwerkingsverbanden van ondernemers;
- Bij verduurzaming eerst ook de verbetering van werklocaties aanpakken;
- Ontwikkel een visie voor je activiteiten, kaders waarin je werkt;
- Blijf binnen deze kaders flexibel om in te inspelen op initiatieven van ondernemers.

Belangrijke punten uit het programma zijn:

- Plan van aanpak per bedrijventerrein;
- Het ondersteunen van collectieven voor minder gebruik van energie, het duurzaam opwekken en het gebruik van duurzame energie;
- Energiescans per bedrijventerrein;
- Bereikbaarheid van werklocaties.

Achtergrond:

- Richt je ook op de woningbouw om personeel aan te trekken en te behouden;
- We moeten meer starterswoningen bouwen;
- Richt je op een lobby richting provincie en rijk om meer woningen te mogen bouwen;
- Verbeter het openbaar vervoer. Dit is belangrijk voor jongeren en ouderen. Voor jongeren om naar het werk te gaan. Voor ouderen om van voorzieningen zoals winkels gebruik te maken;
- Bedrijventerreinen zijn slecht bereikbaar voor langzaam verkeer.
- De bereikbaarheid van Overspoor is onvoldoende;
- Idee van een ondernemer kunnen we zelf iets aan collectief vervoer doen? En kan de gemeente daarin faciliteren?
- Vanuit Amsterdam is de bereikbaarheid van de gemeente Medemblik met openbaar vervoer slecht. Het personeel komt niet deze kant op;
- Richt je op plannen die slecht van de grond komen zoals kantoorontwikkeling naast het gemeentehuis. De gemeente is traag met het aanpassen van bestemmingsplannen;
- Medemblik als 'Energy Valley': groen, innovatief. Daarvoor moeten eerst bestaande terreinen op orde worden gebracht. De regionale studies zijn te globaal. Spreek met de ondernemers op de bedrijventerreinen zelf. Ga met hen aan de slag. Genoemd worden Nijverheidsweg (Wervershoof) en Overspoor. Bedrijventerrein Andijk zit nog op ADSL. Er is nog geen glasvezel aanwezig in grote delen van het buitengebied. Snel internet is op veel plekken een knelpunt;
- Let erop dat er niet te veel windmolens en zonneweides in Medemblik komen. Windmolens en zonneweides doen afbreuk aan het toeristische karakter/potentie van Medemblik.

Tafel 2: Ondernemersloket

Pijler 2. Dienstverlening: Ondernemersloket en Samenwerkingsverbanden

Aandachtspunten:

- Het verder professionaliseren van het relatiebeheer: het contact houden met ondernemers is erg belangrijk;
- Het bieden en onderhouden van een netwerk tussen de gemeente en ondernemers en ondernemers onderling is belangrijk. Versterk het parkmanagement. Het brengt ondernemers samen;
- Inkooptrajecten: heb aandacht voor de lokale ondernemers. Kijk goed naar aanbestedingseisen: sluit bedrijven niet onnodig of ondoordacht uit. Juist met de tenders van Europese aanbesteding;
- Graag meer contact met de inkopers van de gemeente. Ondernemers kunnen zo lokaal hun werk aanbieden en inkopers weten wat er in de gemeente is te krijgen;

- Meer aandacht voor ZZP-ers zoals:
 - o Coaches voor eenmanszaken;
 - o Flexplekken;
 - o Mogelijkheid tot het treffen / samenzijn van ZZP-ers.
- Het economisch programma en wat de gemeente doet voor ondernemers is onvoldoende bekend: Breng het meer onder de aandacht bij een groter groep ondernemers;
 - o Meer gerichte communicatie op het collectieve belang van ondernemerszaken;
 - o Aandacht voor het betrekken van jonge ondernemers via hun mediakanalen.

Belangrijke punten uit het programma zijn:

Concrete activiteiten zoals:

- Ondernemersloket en ondernemersspreekuur;
- Startersloket;
- De economische profielen per bedrijventerreinen;
- De energiescans.

Minder prioriteit wordt gegeven aan:

Onderzoek zoals:

- Onderzoek naar huisvesting buitenlandse werknemers;
- Onderzoek naar verduurzaming van panden (behoudens de concrete energiescans).

Tafel 3 Vrijetijdsaanbod

Pijler 1 (Product)Ontwikkeling: Vrijetijdsaanbod;

Pijler 3 Strategische positionering: Vrijetijdsaanbod.

Conclusie Aandachtspunten:

- **Programma voor verbetering toeristisch recreatief aanbod** vindt men belangrijk; fiets, wandel en vaarroutes;
- Maar ook aanbod voor de gasten van **de riviercruise**; deze schepen komen aan maar krijgen we deze groep ook van de boot af de gemeente in? Daarvoor is een toeristisch recreatief aanbod belangrijk!
- Vervolgens moet dit aanbod bekend gemaakt worden; en dan niet alleen de stad Medemblik maar de hele gemeente. **(Gebieds)marketing voor het vrijetijdsaanbod** is belangrijk;
- **Slimmer aanbod aan elkaar verbinden**: creëer een belevenis voor de bezoeker (het verhaal erachter) en verleid ze om langer te verblijven. Verbind ze met andere ondernemers. Daar kunnen we met elkaar echt een betere slag met elkaar maken.

Het minst belangrijk zijn:

- Onderzoek naar de economische betekenis vrijetijdseconomie, herhaling nulmeting. Als argument werd genoemd dat we wel weten dat het belangrijk is;
- Ontwikkeling van een vaar-app vindt men geen gemeentelijke taak.

Achtergrond

Toelichting

Maaïke Steltenpool lichtte kort toe hoe we Medemblik positioneren en bekend maken bij bezoekers en op welke doelgroepen we ons richten. Centraal in de promotie staat de campagne Medemblik Rijk aan Verhalen.

Aan tafel werd duidelijk dat er veel verhalen zijn, bijvoorbeeld over de Opperdoezer Ronde. Een kans is om hier een slag maken naar het toeristisch aanbod, want waar kan de bezoeker deze verhalen beleven? Is er iets te bezoeken of open, kortom is er aanbod?

Algemeen:

- Belangrijk aandachtspunt: wat belangrijk is voor de een, is wellicht minder belangrijk voor de ander en andersom. We kunnen niet zomaar gaan strepen;
- Het beeld is er dat de marketing erg gericht lijkt op de stad Medemblik en minder op de kernen en het landelijk gebied. De coördinator toeristische marketing legt uit dat het wel degelijk om de hele gemeente gaat maar dat de stad vaak wel het uithangbord is. Hier is ook een groot deel van het aanbod. Echter de dorpen, het wandelen en fietsen zijn zeer belangrijk onderdeel van het toeristisch aanbod! We doen ons best dit goed duidelijk te maken.

Productontwikkeling Vrijetijdsaanbod:

- Wat is de meerwaarde van de nulmeting voor de ondernemers;
- Wandel - en fietsroutes worden door meerdere ondernemers benoemd als belangrijk onderdeel van de productontwikkeling;
- Masterplan Varen Medemblik was niet bekend bij de drie havenmeesters;
- **Programma voor verbetering toeristisch recreatief aanbod** vindt men belangrijk; fiets, wandel en vaarroutes. Maar ook aanbod voor de gasten van de riviercruise; deze schepen komen aan maar krijgen we deze groep ook van de boot af de gemeente in? Daarvoor is een toeristisch recreatief aanbod belangrijk! Vervolgens moet dit aanbod bekend gemaakt worden; en dan niet alleen de stad Medemblik maar de hele gemeente.

Strategische positionering: Vrijetijdsaanbod:

- Toeristisch platform, Toeristisch marketing en Medemblik rijk aan verhalen zijn eigenlijk hetzelfde. Het gaat allemaal om toeristische marketing, hoeft niet apart benoemd. Wel belangrijk!
- Steeds terugkerend onderdeel van gesprek was: Slimmer aanbod aan elkaar verbinden: creëer een belevenis voor de bezoeker (het verhaal erachter) en verleid ze om langer te verblijven. Verbind ze met andere ondernemers. Daar kunnen we met elkaar echt een betere slag met elkaar maken;
 - Voorbeeld dat genoemd wordt: ik wil de Opperdoezer ronde wel verkopen in mijn haven en mensen verleiden een bezoek aan de teler te brengen.
- Wie is je doelgroep:
 - We richten op families met jonge gezinnen, rustzoekers (50+) en bezoekers die in een straal van 50 km van Medemblik wonen;
 - De georganiseerde toeristen kan je goed bereiken, de niet georganiseerde doelgroep is lastiger te bereiken;
 - Voorbeeld: een groep toeristen kan een Opperdoezer Ronde excursie bezoeken. Waar kan de niet georganiseerde toerist terecht als hij dit wil beleven.
 - Hoe haal je die veel te besteden hebben binnen. Richt je ook daarop.
 - Voorbeeld: de landmark in Amsterdam. Hier komen 30-ers die bereid zijn om veel te betalen en minimaal met kinderen twee x per week uit eten gaan. Er liggen al veel producten uit Westfriesland. Kijk hoe je deze groep verleid deze kant op te komen.
- Hoe komt productaanbod dat al is ontwikkeld bij andere ondernemers goed bij de andere ondernemers terecht: hoe weten ze elkaars aanbod. Hierin hebben we ook al een slag te maken;
- **(Gebieds)marketing voor het vrijetijdsaanbod is belangrijk.**