

Think global,
love local



#UNIZO
kiest
2018

Wat verwachten de
ONDERNEMERS
na de gemeenteraadsverkiezingen van 14.10.2018?



DENK GLOBAAL, KOESTER LOKAAL

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



ZONHOVEN



ZONHOVEN

Inhoud

Aan de kandidaten voor de Gemeenteraadsverkiezingen 2018.....	2
Ter illustratie: enkele cijfers van Zonhoven	3
Vijf algemene prioriteiten voor de gemeenteraadsverkiezingen van 14/10/2018.....	4
Waarde: Duurzaamheid: klimaat ruimtelijke ordening.....	5
Waarde: Duurzaamheid: mobiliteit.....	8
DUURZAAMHEID in Zonhoven	10
Waarde: Innovatie door samenwerking, gefaciliteerd door de digitalisering	12
INNOVATIE DOOR SAMENWERKING in Zonhoven	14
Waarde: Klantgedrevenheid in een belevings- en betekenis-economie.....	16
KLANTGEDREVENHEID in Zonhoven	18
Waarde: Ondernemend	19
Een ONDERNEMEND Zonhoven	21
Samengevat: de VERWACHTINGEN van de ondernemers van Zonhoven	22
Conclusie.....	23

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 gemeente 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.

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 Zonhoven, 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 Zonhoven,

John Donders
voorzitter
UNIZO Zonhoven
www.unizo.be/zonhoven

Ter illustratie, enkele cijfers van Zonhoven

<http://regionalestatistieken.vlaanderen.be/monitor-gemeentelijke-profielschetsen>

21.276 inwoners (+ 8% t.o.v. 2005) – 8582 huishoudens (+14,3%)

0-19j: 4.496 (+0,3%) 20-64j: 12.900 (+3,6%) 65j en ouder: 3880 (+40,6%)

Aanvullende personenbelasting 8% (Vlaams gewest 7,3%)

Opcentiemen op de onroerende voorheffing: 1350 (Vlaams Gewest 1397)

Financiële schuld per inwoner: 283 euro (Vlaams Gewest 1.172)

Personeelsaantal (146) in de gemeente in koppen per 1000 inw: 6,9 (Vlaams Gewest 10,3)

Gemiddelde verkoopprijzen bouwgrond (per m² in €): 131 (Vlaams Gewest 179,10)

Ondernemingen Btw-plichtige Natuurlijke Personen (= zelfstandigen): 816

Ondernemingen Btw-plichtige Rechtspersonen: 1.029

Werkgelegenheid aantal jobs: 7057

Totaal aantal niet werkende werkzoekenden 748 waarvan 304 meer dan 1 jaar

www.detailhandelvlaanderen.be

414 commerciële panden (+20,3% sinds 2008) 33.403 m² winkelvloeroppervlakte (+40,5% sinds 2008)

36 leegstaande commerciële panden oftewel 8,7% (+71,4% sinds 2008) 2.345m² oftewel 7% (+28,9%)

Verspreide bewinkeling	253 winkels	+28,4%	15.019m ²	+ 44,5%	7,3% leegstand
Centrum Zonhoven	126 winkels	+ 5,9%	8.122m ²	- 3,3%	12,7% leegstand
Verspreid De Dry Dreven	8 winkels	- 11,1%	5.330m ²	+485,7%	0,0% leegstand
Heuveneindeweg	16 winkels	+ 60,0%	3.366m ²	+ 19,5%	3,9% leegstand
Genkerbaan	3 winkels	+ 0,0%	995m ²	+17,1%	0,0% leegstand
Beringersteenweg	8 winkels	+33,3%	572m ²	+ 39,4%	15,2% leegstand

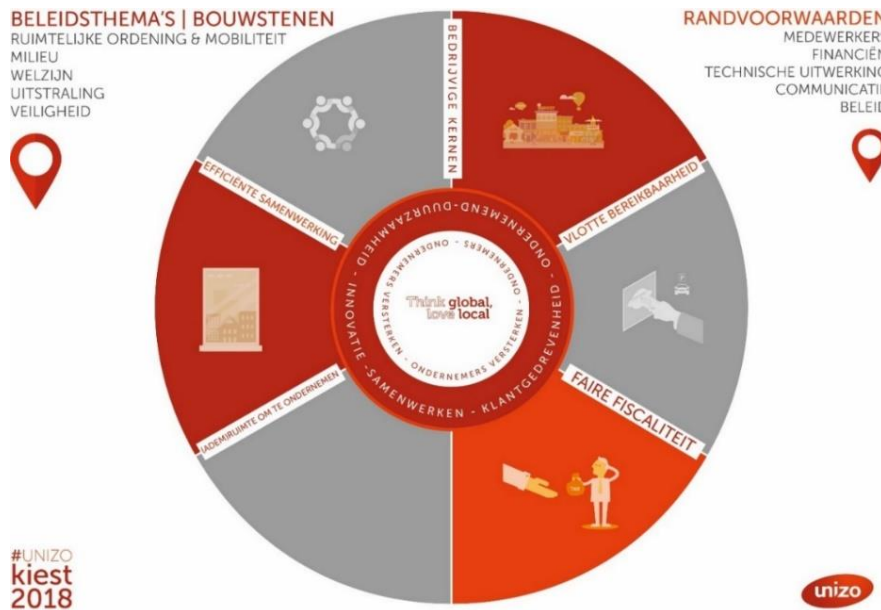
Koopvlucht naar Hasselt, Genk, Houthalen-Helchteren

Koopattractie van uit Zonhoven, Heusden-Zolder, Hasselt en Houthalen-Helchteren

Beoordeling van winkelgebied Zonhoven scoort steeds (iets) hoger dan of gelijk aan gemiddelden

VRIND, provincie en Vlaams Gewest: gemiddeld 3,6/5 en alle gemiddelden liggen op 3,5/5

Beoordeelde criteria: aantal winkels, trekkers, originele winkels, diversiteit winkels, kwaliteit winkels, looproutes, netheid, sfeer en uitstraling, horeca, bereikbaarheid wagen, bereikbaarheid openbaar vervoer, parkingkosten.



Vijf 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?

Vijf waarden die ons als ondernemers inspireren: duurzaamheid, innovatie & samenwerking, klantgedrevenheid, ondernemend.

Waar houden we rekening mee?

- De lokale overheid heeft invloed op het lokaal ondernemersklimaat via het werken op 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 de 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 een lijn (consistentie) zitten in het beleid.



DUURZAAMHEID: klimaat | ruimtelijke ordening

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

Vanuit een gelijkaardige zorg heeft ook het gemeentebestuur van Zonhoven het Europees 'Burgemeestersconvenant voor klimaat en milieu' onderschreven. Hiermee engageert men zich ook lokaal om de CO₂-uitstoot te beperken.

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. Bedrijvige kernen

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 mogelijkheden 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.

2. Winkelkernegebieden & winkelarme gebieden

Kiezen voor bedrijvige kernen is ook kiezen voor **winkelkernegebieden 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.

3. Productiebedrijven

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 terechtkunnen.

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 van de gelegenheid gebruik 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 te creëren voor lokaal verankerde bedrijven en voor die zonevreemde bedrijven die toch moeten herlokalisieren.

4. Hergebruik

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 te herbestemmen **kerken** mee.

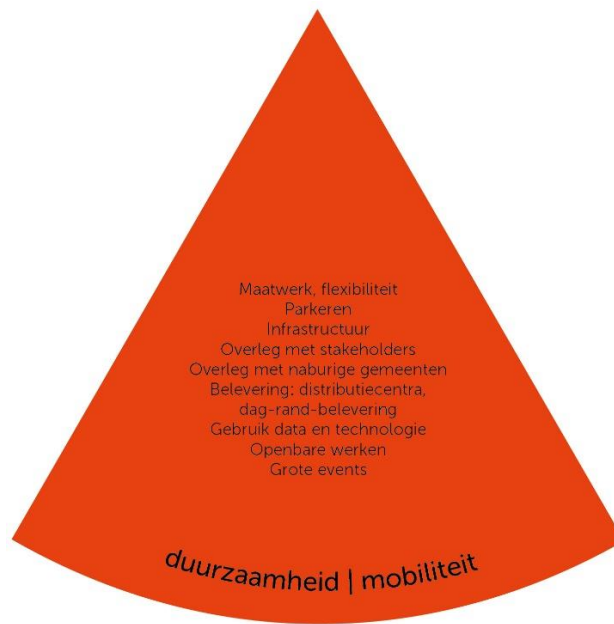
5. Klimaatactie

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 **praktische service** bieden door te zorgen voor oplaadpunten voor elektrische wagens en fietsen. Of door tijdelijk de installatie van zonneboilers en warmtepompen te ondersteunen.

6. Lokaal aankopen

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.



DUURZAAMHEID: mobiliteit

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. 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, maar zou dit wel tijdelijk kunnen.

2. Aangepaste infrastructuur

Ook moet de **infrastructuur** aangepast zijn: algemeen onderhoud, lokale bypasses zowel voor voetgangers, fietsers als voor gemotoriseerd transport, ontsluitingsmogelijkheden via spoor en water. Dit alles ondersteund door een goede **bewegwijzering**.

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. Ruimte voor parkeren

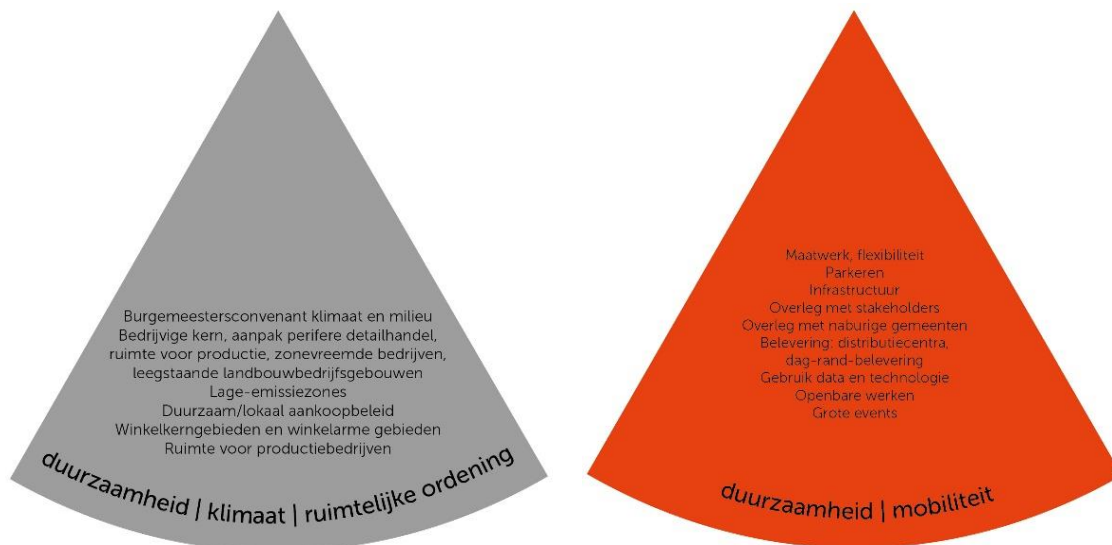
Daarnaast dient er ruimte te zijn voor **parkeren**: comfortabele **fietsstallingen, kort parkeren** in de kernen, gelegenheid tot **lang parkeren** aan de rand, met eventueel aansluitingsvervoer, en goed gesitueerde **laad- en loszones**. Voor interventieteams (de loodgieter, de elektricien, de kinesiist, 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 meer parkeergelegenheid kan gecreëerd worden.

4. Overleg met alle stakeholders

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. Grote evenementen en openbare werken

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.



DUURZAAMHEID in Zonhoven (KLIMAAT, RUIMTELIJKE ORDENING EN MOBILITEIT)

Wat willen de ondernemers zeker wel? Wat niet? **Wat stellen ze voor?**

- ❖ Een duidelijke **visie voor wat betreft ruimtelijke ordening en mobiliteit voor het centrum, periferie en bedrijventerreinen, met actieplannen en timing** (korte en middellange termijn en lange termijn)
 - **Centrum:**
 - Ontwikkeling van een visie met mobiliteitsvriendelijke ruimtelijke ordening. Durven out of the box te denken, ook voor bv. site als de Kwint, Evenementenplein, ... Zonhoven heeft behoefte aan een landmark = opvallend bouwwerk of ander element in het landschap. (Cf. Glazen Huis Lommel).
Tevens nood aan oplossing voor het doorgaand verkeer in het centrum indien passage enkel als 'sluipweg' wordt gebruikt. Ook hierbij het aanbod van openbaar vervoer naar het centrum niet vergeten.
 - Bedrijvige kern als vertrekpunt met afbakening winkelgebied waar private bewoning op gelijkvloers wordt beperkt, stimuleren van wonen boven winkels. Positief beleid om winkels aan te trekken die voor meerwaarde zorgen voor het centrum (= onderscheidend).
 - Correcte controle op het gebruik van de blauwe zone zodat deze ter beschikking zijn van de bezoekers van het centrum (en niet onwettig worden ingenomen door bewoners en/of werknemers).
 - Laden en lossen in bepaalde zones (vooral rond schooluren): plaatsen en tijdstippen.
 - Digitale infoborden.

- **Buiten centrum:**
 - Perifere detailhandel (baanwinkels), maar wel gelimiteerd naar ruimtebehoevend (meubelzaken, autodealers, supermarkten, ...), met een zo groot mogelijke koppeling met de kern en geclusterd, zodat infrastructuur en parking zoveel mogelijk gedeeld worden.
 - Opwaardering van de Halveweg ter verbetering van uitstraling van de aanwezige handel enerzijds en snelheidsbeperkend anderzijds.

- **Kmo-zones/bedrijventerreinen:**
 - Aantrekkelijk aanbod creëren van beschikbare ruimtes, ook voor de kleinere lokale ondernemers en ambachtelijke bedrijven die nood hebben aan beperkte oppervlakte/bedrijfsruimte.
Maximale benutting en/of opsplitsing van bestaande beschikbare terreinen/gebouwen.
 - Inventaris opmaken en ter beschikking stellen voor wat betreft beschikbare gronden/panden
 - Duidelijke bewegwijzering wat tevens voor ontlasting kan zorgen van verkeersdrukte in centrum en andere sluiptwegen

- ❖ Stimulering van het **lokaal aankoopbeleid** van de gemeente met een duidelijke policy en bijhorende communicatie naar de ondernemers (nieuwsbrief voor ondernemers) voor wat betreft kandidaturen voor lokale aanbestedingen.

- ❖ Blijvende promotie van **de Zonhovenbon** bij de handelaars om hierop in te schrijven enerzijds maar ook voldoende promotie bij de consumenten en bij de lokale bedrijven (stimuleren om Zonhovenbon te schenken aan hun medewerkers als eindejaarsgeschenk, incentive, ...).

- ❖ Bekijken of **leegstandsbelasting** naar woningen/winkels/bedrijfspanen een optie is om invulling te versnellen en verloedering tegen te gaan. Deze extra middelen dan ook effectief aanwerven om (her)invulling te stimuleren via aanmoedigingspremies.

- ❖ Oproep naar de **gemeente om zelf ook duurzaam** om te gaan met haar patrimonium (gemeentehuis, sporthallen, ...) en mogelijkheden te bekijken voor wat betreft clusters/samenwerkingen met buurgemeenten. (Bv. zwembad, ...)

- ❖ **Tijdige communicatie** naar **en overleg** met betrokken ondernemers bij wegenwerken, zowel voor aanvang als tijdens de werken.



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?

1. Visie

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

2. Samenspraak

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.

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).

3. Transparantie

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.

4. Aanspreekpunt voor ondernemers

Het is 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).

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.

5. Data

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.

6. Internationale verboderingen

Bekijk bij **internationale verboderingen** welke kansen hier kunnen liggen voor beider lokale economieën.

7. Onthaal

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

8. Fusie van gemeenten

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



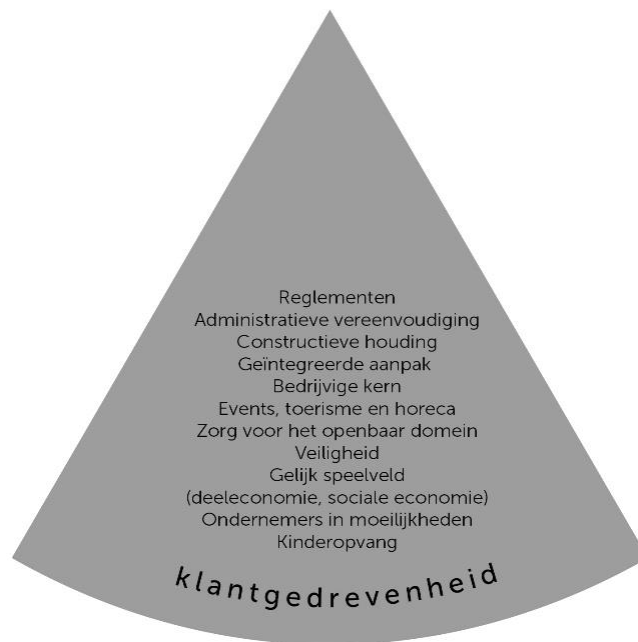
INNOVATIE DOOR SAMENWERKING in Zonhoven

Wat willen de ondernemers zeker wel? Wat niet? **Wat stellen ze voor?**

- ❖ Een **volwaardige dienst economie of een ondernemersloket** voor een professioneel onthaalbeleid voor alle ondernemers (detailhandel, horeca, diensten, vrije beroepen, kmo's) met
 - Minimaal een onthaalbrochure over ondernemen in Zonhoven (startersmap, contactgegevens enz....)
 - Voldoende competenties aanwezig voor wat betreft lokale economie, ruimtelijke ordening, milieu, toerisme, ...
 - Een administratief eenvoudige aanpak en gerichte kennis over het geldende beleid en de vergunningsstructuur met een impact op ondernemers.
 - Een gelijk speelveld voor alle zelfstandige ondernemers, grote ketens en buitenlandse bedrijven
- ❖ **Eén schepen voor lokale economie** voor de volledige legislatuur.
- ❖ Verder inzetten op **nieuwsbrieven, social media** (Facebook) voor ondernemers (info: wegenwerken, aanbestedingen, acties & events, subsidiemogelijkheden, ...)
- ❖ **Adviesraden** zijn belangrijk en moeten behouden blijven en serieus genomen worden. Betrek ondernemers niet enkel in adviesraden omdat het moet, maar maak er ook een **echte inspraak en co-creatie van voor het gemeentelijk economisch beleid**. En voorzie in voldoende **transparantie** naar ondernemers en hun achterban over de beslissingen die genomen worden op basis van ingewonnen advies van bijvoorbeeld de GECORO.

❖ **Handelskern meer promoten, op de kaart zetten**

- UNIZO Zonhoven roept op om Zonhoven **innovatief en attractief** te maken, en om de **creativiteit in handel en horeca** te stimuleren: creëer ruimte om **nieuwe trekpleisters** te creëren en uit te spelen. Bepaal het DNA van het huidige centrum, en zet in op de juiste doelgroepen: de bevolking van Zonhoven veroudert en is een belangrijke doelgroep op het vlak van wonen en handel, maar het is eveneens belangrijk om te investeren in de toekomst, in jonge gezinnen. Hiervoor is een dynamiek en een visie nodig. Bepaal deze nieuwe visie ook in **cocreatie met alle stakeholders**: ondernemers, bewoners maar ook (potentiële) bezoekers.
- En dit gaat niet enkel over handel en ondernemen: ook op het vlak van **toerisme, horeca** (incl. terrassen) **en de wekelijkse markt** is er nood aan een **attractiebeleid**, om Zonhoven aantrekkelijk(er) te maken voor bezoekers. Verbeterideeën zijn nodig. Uiteraard dienen hierin ook alle linken naar de lokale handel gelegd te worden, om doorstroom en een kruisbestuiving te creëren.



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?

1. Ontzorgen

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.

2. Bedrijvige kernen

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 beleving 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. Openbaar domein

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 afvalinzamelingssystemen, duurzaam materiaalgebruik).

4. Veiligheid

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).

5. Kinderopvang

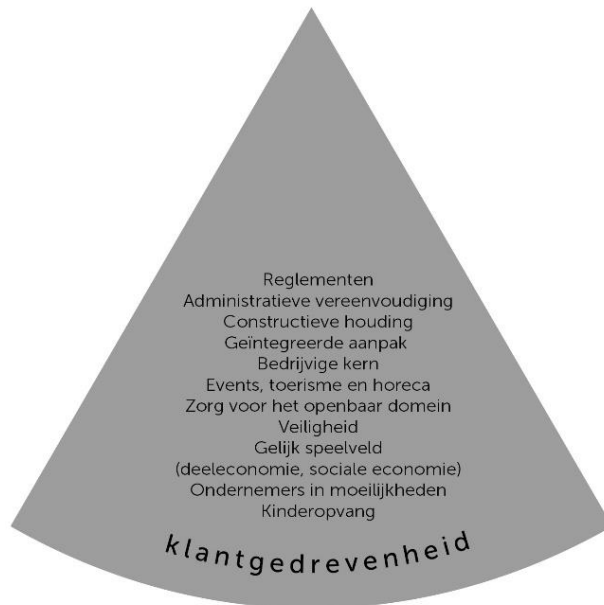
Door een sterke **regie kinderopvang** die voldoende (financiële) ondersteuning voorziet voor sociale ondernemers in de kinderopvang, en starters in het bijzonder. Alsook door samenwerking te activeren tussen lokale bedrijven/KMO's met de kinderopvang.

6. Gelijk speelveld

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**.

7. Ondernemers in moeilijkheden

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 Zonhoven

Wat willen de ondernemers zeker wel? Wat niet? **Wat stellen ze voor?**

- ❖ Inzetten op **uitstraling van de gemeente**.
 - Tevens extra stimuleren van nog meer participaties van de gemeente bij evenementen met uitstraling à la veldrijden, Drijfveer, ...
 - Opmaak van een citymarketing plan met actiepunten op korte en langere termijn
- ❖ Ondernemers in moeilijkheden correct ondersteunen en begeleiden (doorverwijzen naar bestaande diensten zoals UNIZO, Dyzo enz.)
- ❖ Onthaalbrochure en vast contactpersoon voor **startende ondernemers** zodat zij zich ook welkom voelen in Zonhoven.
- ❖ **Strenger en correct optreden** voor wat betreft verkeersveiligheid (snelheid, parkeren, schoolomgeving, ...) en bij sluikestorten en zwerfvuil.



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?

1. Mentaliteit

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.

2. Fiscaliteit

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.

3. Steun

Door steun en ondersteuning waar het nuttig is.

4. Verbinding

Door onderwijs en economie met elkaar te verbinden via demonstratie-evenementen of het ondersteunen van bedrijfsbezoeken.

5. Antwoordtermijn

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.

6. Containerpark

Door **toegang tot het containerpark** te bieden voor afval dat vergelijkbaar is met particulier afval.

7. Aankooppolitiek

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 Zonhoven

Wat willen de ondernemers zeker? Wat niet? **Wat stellen ze voor?**

- ❖ Een **faire en stabiele fiscaliteit** waardoor men waar voor zijn geld krijgt. Daarom ook de oproep om de belastingen naar de ondernemers zeker niet te verhogen. Zonhoven heeft in vergelijking met de andere Limburgse steden en gemeenten “zeker niet de minste” ondernemersbelastingen, zowel niet in aantal als de geldende tarieven.
- ❖ Op het vlak van het **gemeentelijk aankoopbeleid** dient er voldoende aandacht te zijn voor (eerlijke) kansen voor **lokale ondernemers** en handelaars, zodat ook zij zaken kunnen doen met het lokaal bestuur.
- ❖ Zoals eerder aangehaald heeft Zonhoven nood aan:
 - een volwaardige Dienst Economie of een ondernemersloket voor een **professioneel onthaalbeleid voor ondernemers**, met minimaal een onthaalbrochure over ondernemen in Zonhoven. Deze economische dienstverlening dient ook te voorzien in de begeleiding bij de vestiging en herlokalisatie van ondernemers op het grondgebied, zodat de **juiste onderneming op de juiste plaats** kan zitten.
 - **Eén schepen voor lokale economie** voor de volledige legislatuur.
 - een **visie** op de toekomst van de gemeente en het centrum. Dit is voor Zonhoven een belangrijke uitdaging en om hierin ook gerichte initiatieven te kunnen uitrollen, dient hiervoor ook het nodige **budget** te worden voorzien



Samengevat:

De 5 belangrijkste VERWACHTINGEN van de ondernemers van Zonhoven

1. Ontwikkeling van een **duidelijke visie voor wat betreft ruimtelijke ordening en mobiliteit** voor het centrum, periferie en bedrijventerreinen met bijhorende actieplannen en timing.
2. Een **volwaardige dienst economie** of ondernemersloket en een volwaardig schepenambt voor een professioneel onthaalbeleid en ondersteuning voor alle ondernemers. Tevens extra inzetten op communicatie voor de nodige transparantie en openheid. (Website, nieuwsbrieven, magazine) en één schepen lokale economie voor de volledige legislatuur.
3. Ondernemers verder betrekken in de adviesraden en rekening houden met de gebrachte adviezen, maar ook **inspraak van en co-creatie met ondernemers** voor wat betreft het gemeentelijk economisch beleid.
4. **Inzetten op uitstraling en attractiviteit van Zonhoven** en hierbij durven out of the box te denken (creatief en innovatief).
5. Een **faire en stabiele fiscaliteit** en dus ook oproep om de belastingen naar de ondernemers zeker niet te verhogen.



ZONHOVEN

CONCLUSIE

We hopen dat de UNIZO-ondernemersvereniging van **Zonhoven** met dit document duidelijk heeft gemaakt wat we met deze UNIZO-prioriteiten willen bereiken.

Economie is de motor van iedere gemeente en die motor wordt aangedreven door alle ondernemers, in alle sectoren, van klein naar groot, van jong tot oud. Elk van deze ondernemers die gevestigd is in onze gemeente wil het beste voor zijn onderneming.

Wij, ondernemers, vragen aan het stadsbestuur om een krachtig economisch beleid te voeren want enkel op die manier kunnen wij in de beste omstandigheden functioneren.

Wij, ondernemers, geven aan de gemeente ook iets in de plaats. De gemeente kan op ons rekenen voor het creëren van arbeidsplaatsen, het aanbieden van producten en diensten, het voorzien van hotels, restaurants en cafés, het vrijetijdsaanbod, het financieel ondersteunen van de lokale verenigingen, het organiseren van evenementen, het aantrekken van nieuwe inwoners, bezoekers en toeristen en nog zoveel meer.

UNIZO Zonhoven staat klaar om, met zij die starten op 1 januari 2019, de handschoen op te nemen en de volgende zes jaar constructief mee te werken aan een sterk economisch beleid voor Zonhoven.

Dit document is voor ons alvast een duidelijke houvast.

Tot 1 januari 2019,

Namens het bestuur van UNIZO Zonhoven

John Donders
Voorzitter UNIZO Zonhoven
www.unizo.be/zonhoven