



Onderzoekcentrum  
Drechtsteden

# Ondernemersfonds Binnenstad

## Draagvlak onder de ondernemers

Het afgelopen jaar is op initiatief van de binnenstadspartijen volop gesproken over de invoering van een Ondernemersfonds. Om een weloverwogen besluit te nemen wil de gemeenteraad Dordrecht weten hoe de ondernemers in de Historische Binnenstad staan tegenover de plannen voor een Ondernemersfonds. Het OCD voerde dit draagvlakonderzoek uit.

In mei 2013 hebben 781 ondernemers die tot de doelgroep Ondernemersfonds Binnenstad behoren een uitnodiging ontvangen om de vragenlijst via internet in te vullen. Na eenmalige rappellering heeft - om de respons te verhogen - op de gemeentepagina van De Stem van Dordt nog een oproep gestaan om de vragenlijst in te vullen. Ondernemers hebben in verband daarmee ook langer dan oorspronkelijk gepland de mogelijkheid gekregen om de vragenlijst in te vullen. Uiteindelijk vulden 252 ondernemers de vragenlijst in, een respons van 32%.<sup>1</sup>

### Inhoud

1. Conclusies
2. Bekendheid
3. Houding
4. Draagvlak
5. Onderdelen

### Bijlagen

### **De huidige opzet van het Ondernemersfonds Binnenstad Dordrecht**

Door het instellen van een Ondernemersfonds kan het financiële draagvlak voor gezamenlijke binnenstadsactiviteiten - aanvullend op de kerntaken van de gemeente - worden vergroot. Voor het beheer en de uitvoering wordt een stichting opgericht. Om het fonds met financiële bijdragen te voeden is het voornemen om een reclamebelasting voor ondernemers in te voeren - met de WOZ-waarde als basis - zodat alle ondernemers aan het fonds bijdragen. Het uitgangspunt is dat de helft van de middelen zal worden ingezet voor gezamenlijke activiteiten op branche- en straatniveau, en de andere helft voor zaken als marketing en promotie (Bron: 'Activiteitenplan en begroting 2014 Ondernemersfonds Binnenstad Dordrecht', versie 18 februari).

## 1 Conclusies

Voor het voorliggende plan voor een Ondernemersfonds voor de Binnenstad bestaat onder ondernemers in het doelgebied, de Historische Binnenstad, onvoldoende draagvlak. De helft van de respondenten staat (erg) negatief tegenover het plan en gaat er helemaal niet mee akkoord. Daar staat slechts een derde tegenover dat (erg) positief staat tegenover het plan en slechts twee op de tien die er helemaal mee akkoord gaan. Eén op de drie respondenten gaat gedeeltelijk/onder voorwaarden akkoord met het plan.

*Ook in het aanvullende non-responsonderzoek is het aantal tegenstanders (38%) van het fonds in de beoogde opzet beduidend groter dan het aantal voorstanders (19%). Een kwart is niet voor of tegen, voornamelijk omdat men te onbekend is met het plan. Zo'n 15% wil er helemaal geen uitspraak over doen, waarvan 5% omdat dat een zaak is van het hoofdkantoor.*

Het belangrijkste bezwaar tegen het fonds is de verplicht opgelegde reclamebelasting terwijl men geen directe baat heeft bij meer bezoekers. Dit geldt - logischerwijs - vooral voor de bedrijven (zonder publieksfunctie) buiten het (kern)winkelgebied. Buiten het kernwinkelgebied staan (ruim) zes op de tien ondernemers (erg) negatief tegenover het plan en gaan daar helemaal niet mee akkoord. In het kernwinkelgebied is het draagvlak groter, maar gaan toch niet meer dan drie op de tien ondernemers helemaal akkoord met het plan. De helft is slechts gedeeltelijk/onder voorwaarden akkoord omdat men het op onderdelen niet eens is, twee op de tien ondernemers in het kernwinkelgebied is helemaal niet akkoord.

Naast de verplicht opgelegde reclamebelasting zijn er ook op alle andere onderdelen van het plan veel bezwaren/voorwaarden voor akkoord. Veel ondernemers vinden de

<sup>1</sup> Om een beeld te krijgen van de redenen waarom ondernemers niet hebben gerepondeerd en hoe zij tegen het Ondernemersfonds aankijken, hebben wij aanvullend nog een belronde gedaan onder een aselechte steekproef van non-respondenten. De meeste non-respondenten hebben niet gereageerd wegens tijdsbrek/een lage prioriteit. Zie verder de bijlage en het tekstkader bij de conclusies.



*Driekwart van de respondenten geeft aan bekend te zijn met het plan Ondernemersfonds.*



WOZ-waarde geen eerlijke heffingsgrondslag, vinden het starttarief veel te hoog en/of het aantal tredes te klein, willen liever een vereniging dan een stichting en/of zijn het oneens met het verdelingssysteem omdat het veel te weinig concreet is en te veel branche-/straatoverstijgend.

Al met al is er voor het huidige plan onvoldoende draagvlak en is het ook niet zo dat een enkele aanpassing het draagvlak direct flink zal doen toenemen. Daarvoor lijkt het plan ingrijpend te moeten worden omgevormd. Daarbij blijft het echter de vraag of er een plan met voldoende draagvlak denkbaar is zolang alle vestigingen in de Historische Binnenstad een heffing krijgen opgelegd terwijl een aanzienlijk aantal van hen niet of nauwelijks baat heeft bij activiteiten die met die middelen worden bekostigd.

## 2 Bekendheid

De hoofdlijnen van het Ondernemersfonds zijn op 18 februari 2013 vastgesteld door het Platform Binnenstadsmanagement. Om het beoogde plan Ondernemersfonds te presenteren en hierover met de ondernemers in gesprek te gaan, is eind april 2013 een informatiebijeenkomst georganiseerd.

Twee derde van de totale groep ondernemers zegt, al dan niet digitaal, een uitnodigingsbrief te hebben ontvangen voor de informatiebijeenkomst. Een vijfde heeft geen uitnodiging ontvangen, waaronder veel bedrijven en kantoren zonder publieksfunctie.<sup>2</sup> De overige groep van 15% weet niet of zij wel of niet een uitnodiging heeft ontvangen.

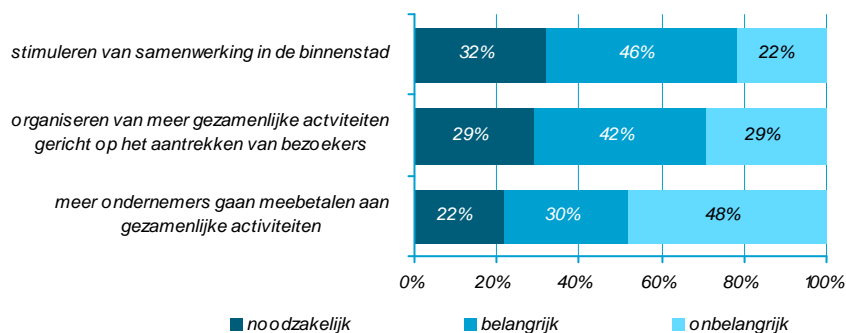
Een kwart van de respondenten geeft aan naar de bijeenkomst te zijn geweest. Vooral ondernemers die zijn gevestigd in aanloop/overloopstraten zijn naar de bijeenkomst geweest.

Drie kwart van de respondenten zegt bekend te zijn met het plan Ondernemersfonds. Het Ondernemersfonds heeft het afgelopen jaar ook de nodige aandacht gekregen van winkeliers- en brancheverenigingen en de media. Bedrijven en kantoren zonder publieksfunctie en ondernemers gevestigd buiten het winkelgebied zijn vaker onbekend met het beoogde voorstel.

## 3 Houding

Voordat we in de vragenlijst specifiek zijn ingegaan op het Ondernemersfonds in het voorliggende plan, hebben we eerst een paar vragen gesteld naar de houding van de ondernemers tegenover een aantal uitgangspunten van een Ondernemersfonds. Het stimuleren van samenwerking in de binnenstad en het organiseren van meer gezamenlijke activiteiten om bezoekers aan te trekken, vinden drie op de tien respondenten noodzakelijk (figuur 1). Zo'n vier à vijf op de tien vinden het niet noodzakelijk, maar wel belangrijk. Het resterende deel (20% à 30%) vindt dit onbelangrijk. Dat meer ondernemers gaan meebetalen aan de gezamenlijke activiteiten vinden respondenten minder belangrijk: de helft vindt dit onbelangrijk.

Figuur 1 Opvatting over het stimuleren van samenwerking en organiseren van en meebetalen aan gezamenlijke activiteiten in de binnenstad



<sup>2</sup> In deze factsheet schetsen we het algemene beeld over het Ondernemersfonds. Voor het beeld van de diverse subgroepen verwijzen we naar de gedetailleerde tabellen in de bijlage.



*De helft van de ondernemers staat negatief tegenover het Ondernemersfonds in de voorliggende opzet en gaat daar helemaal niet mee akkoord.*

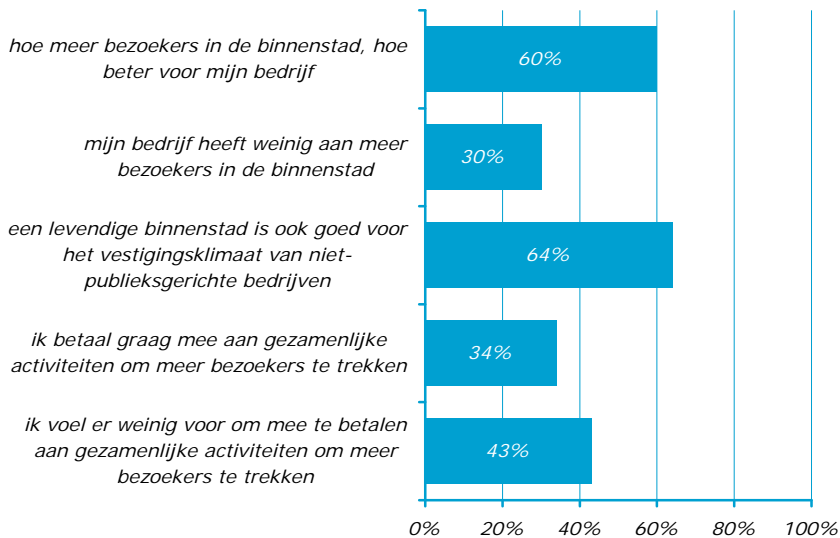


Zes op de tien ondernemers geven aan profijt te hebben van meer bezoekers in de binnenstad (figuur 2). Dit zijn vooral winkels en ondernemingen in het winkelgebied. Zo'n drie op de tien respondenten zeggen weinig te hebben aan meer bezoekers in de binnenstad, vnl ondernemers buiten het winkelgebied.

Zes op de tien respondenten zijn het eens met de stelling dat een levendige binnenstad ook goed is voor niet-publieksgerichte bedrijven. Ook van de niet-publieksgerichte bedrijven denkt 60% er zo over. Maar bedrijven en kantoren zonder publieksfunctie geven tegelijkertijd aan weinig voordeel te hebben van meer bezoekers in de binnenstad.

Een derde van alle respondenten betaalt graag mee aan het organiseren van gezamenlijke activiteiten om meer bezoekers te trekken; ruim vier op de tien voelen hier weinig voor. Vooral weer de bedrijven buiten het winkelgebied.

*Figuur 2 In hoeverre eens met de volgende stellingen (% mee eens)?*



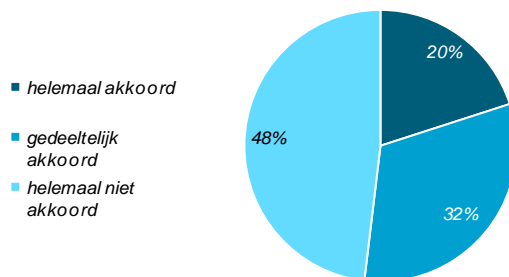
#### 4 Draagvlak

Een derde van de respondenten staat (erg) positief tegenover het Ondernemersfonds; 17% is niet positief maar ook niet negatief. Bij de resterende helft is sprake van een (erg) negatieve houding.

Een vijfde van de totale groep ondernemers gaat helemaal akkoord met het Ondernemersfonds, maar bijna de helft helemaal niet (figuur 3). De meest genoemde bezwaren zijn dat het fonds geen voordeel oplevert voor het bedrijf (28x genoemd), dat de bijdrage te hoog is (27x), dat men tegen een verplichtstelling is (21x) en dat men tegen een stichting is (18x).

Een derde gaat gedeeltelijk (onder voorwaarden) akkoord. De genoemde voorwaarden lopen uiteen. Zij willen zoal een andere organisatievorm (7x genoemd), een andere heffingsgrondslag (6x) of een ander verdelingsysteem (6x).

*Figuur 3 In hoeverre gaat men akkoord met het Ondernemersfonds in deze opzet?*



Over de organisatievorm zijn de meningen verdeeld: de helft is (onder voorwaarden) akkoord, de andere helft is niet akkoord. Volgens de laatste groep is een vereniging een meer geschikte vorm.

#### meest genoemde voorwaarden

- het voorstel dient concreter te zijn (9x genoemd);
- een vereniging als bestuursvorm (7x);
- een andere heffingsgrondslag dan de woz-waarde (6x);
- een ander verdelingssysteem voor de bestedingen (6x).

#### meest genoemde bezwaren

- het fonds levert geen voordeel op voor mijn bedrijf (28x genoemd);
- de afdracht/bijdrage is te hoog (27x);
- ik ben tegen een verplichtstelling (21x);
- de bestuursvorm stichting is niet gewenst (18x).

Wanneer we kijken naar de verschillende subdoelgroepen is het draagvlak in het winkelgebied relatief hoog, terwijl in de aanloop/overlooplocaties en het overige deel van de Historische Binnenstad het draagvlak lager is. In deze laatste twee gebieden staat bijna twee derde van de respondenten erg negatief tegenover het plan en gaat daarmee helemaal niet akkoord.

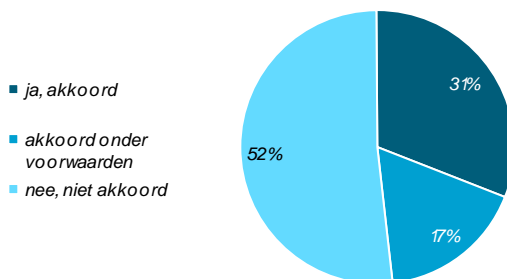
## 5 Onderdelen

### Organisatievorm

Voor het beheer en de uitvoering van het Ondernemersfonds heeft men in gedachte om een stichting op te richten, waarbij de bestuursleden worden ingebracht vanuit de bestaande winkeliersverenigingen en brancheorganisaties. In een stichting beslist het bestuur zelfstandig.

De helft van de respondenten gaat met deze organisatievorm (onder voorwaarden) akkoord. De andere helft is niet akkoord. De ondernemers maken zich vooral zorgen over de mate van inspraak en inbreng van de leden bij het maken van beslissingen. Volgens degenen die niet akkoord gaan, is een vereniging een meer geschikte vorm van bestuur. In een vereniging beslissen de leden.

Figuur 4 In hoeverre gaat men akkoord met de beoogde organisatievorm?



#### meest genoemde voorwaarden

- voldoende inspraak en inbreng (11x genoemd);
- controle op het bestuur (5x);
- recht op inzage van de jaarcijfers en bestedingen (5x).

#### meest genoemde bezwaren

- leden hebben te weinig inspraak (25x genoemd);
- ik ben tegen het Ondernemersfonds in het algemeen (21x);
- een stichting is niet democratisch (19x).

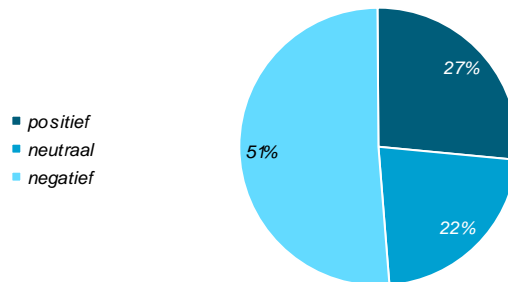
#### meest genoemde alternatieven

- een vereniging als bestuursvorm (42x);
- kleine ondernemingsverenigingen per straat of branche (7x).

### Verplichte financiële bijdrage via reclamebelasting

Met het meebetalen aan gezamenlijke publieks- en promotieactiviteiten verplicht te stellen is een derde van de respondenten het eens, maar de helft niet (en 13% is neutraal). Een verplichte bijdrage door middel van een reclamebelasting kent nog minder medestanders: slechts een kwart van de respondenten staat daar positief tegenover. De helft van alle ondernemers uit zich negatief over de verplichte reclamebelasting, een vijfde is neutraal. In het kernwinkelgebied is men nog wel gematigd positief, in het overige deel van de Historische Binnenstad is twee derde tot driekwart van de respondenten negatief.

Figuur 5 Hoe staat men tegenover het verplicht bijdragen door middel van het heffen van reclamebelasting?



Een kwart van de ondernemers staat positief tegenover een verplichte heffing via de invoering van een reclamebelasting, de helft staat daar negatief tegenover.

#### meest genoemde redenen voor neutrale houding

- de belasting is niet eerlijk (7x genoemd);
- ik heb financieel onvoldoende ruimte om mee te betalen, zeker in deze economisch slechtere tijd (6x).

#### meest genoemd alternatief

- het stellen van bepaalde voorwaarden (o.a. aard en locatie bedrijf, formaat reclame en een goed bedrijfsplan maken, 3x).

#### meest genoemde redenen voor negatieve houding

- ik heb financieel onvoldoende ruimte om mee te betalen, zeker in deze economisch slechtere tijd (31x genoemd);
- publiekstrekkende activiteiten zijn niet zinvol voor ons (27x);
- ik ben tegen een verplichtstelling (24x).

#### meest genoemde alternatieven

- een vrijwillige bijdrage (15x);
- omzetgerichte belasting is handiger en eerlijker (12x).

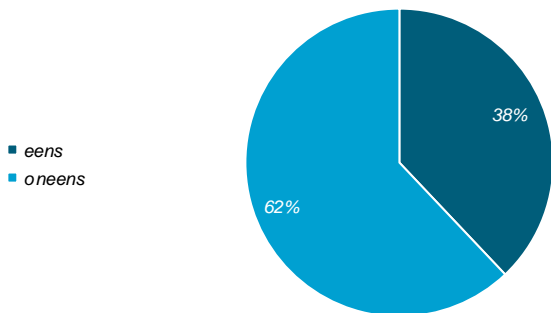
### Woz-waarde als heffingsgrondslag

Het plan is om de hoogte van de reclamebelasting te bepalen door als heffingsgrondslag de woz-waarde van objecten te nemen. Vier op de tien respondenten zijn het hiermee eens, waaronder relatief veel ondernemers in het winkelgebied. Zes op de tien respondenten zijn het oneens. Tegenstanders noemen veelal als reden dat de waarde van een pand geen goede indicator is van de financiële draagkracht van een onderneming (42x genoemd). Als heffingsgrondslag vinden zij omzet of winst meer geschikt (34x).

Overigens is 80% het wel eens met het uitgangspunt om vestigingen met een grotere financiële draagkracht meer te laten betalen dan vestigingen met een kleinere financiële draagkracht.



Figuur 6 Het plan om de woz-waarde van objecten als heffingsgrondslag te nemen



Zes op de tien ondernemers is het oneens met de WOZ-waarde als heffingsgrondslag, 65% is het oneens met de voorgestelde tredes.

- meest genoemde bezwaren**
- waarde van het pand zegt niet alles over de financiële draagkracht van de onderneming (42x genoemd);
  - het is niet eerlijk voor ondernemers die een gedeelte van het pand huren of erin woonachtig zijn (24x).
- meest genoemde alternatieven**
- omzet of winst als heffingsgrondslag (34x);
  - ligging (A of B locatie, 10x) of aantal m<sup>2</sup> als grondslag (8x).

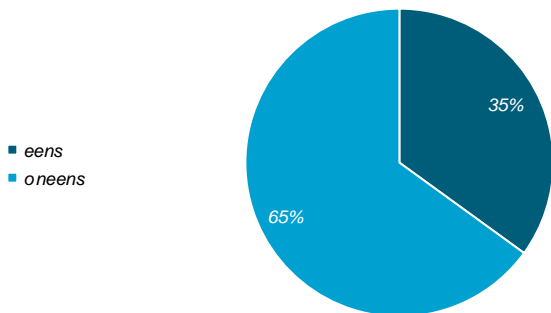


**Indicatieve belastingtredes**

In het voorstel zijn drie indicatieve tredes van belasting opgesteld. Met de voorgestelde belastingtredes is een derde het eens, maar twee derde niet. Tegenstanders vinden uitgebreidere tredes en een omzetgerelateerde heffingsgrondslag een beter alternatief. Net als het fors verlagen van het starttarief.

woz-object < 300.000	→	belastingbedrag 250,- per jaar
woz-object 300.000 - 800.000	→	belastingbedrag 365,- per jaar
woz-object > 800.000	→	belastingbedrag 500,- per jaar

Figuur 7 Eens met de voorgestelde indicatieve tredes van belastingbedragen?



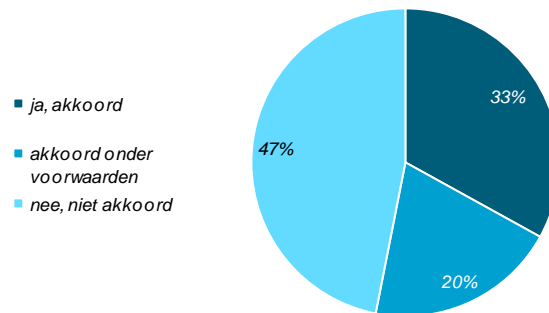
- meest genoemde bezwaren**
- de bedragen zijn te hoog, vooral het starttarief (26x genoemd);
  - met de woz-waarde als grondslag ben ik het niet eens (23x);
  - er is te weinig differentiatie (grootte, aard en locatie bedrijf, 22x);
  - ik ben tegen het Ondernemersfonds in het algemeen (19x).
- meest genoemd alternatief**
- meer differentiatie (4 of 5 tredes, 14x);
  - neem als heffingsgrondslag de omzet of winst (14x);
  - het starttarief fors verlagen (13x).



## Verdelingssysteem

In het beoogde voorstel is het uitgangspunt dat de helft van de middelen zal worden ingezet voor gezamenlijke activiteiten op branche- en straatniveau, en de andere helft voor zaken als marketing en promotie. Een derde van de ondernemers gaat hiermee akkoord. Een vijfde doet dit alleen wanneer aan bepaalde voorwaarden is voldaan, zoals meer controle op de bestedingen en een ander verdelingssysteem. Bijna de helft (47%) zegt niet akkoord te gaan. Ook zij willen liever een alternatief verdelingssysteem, waarbij maximaal 25% brancheoverstijgend is (en niet 50% zoals is beoogd).

Figuur 8 In hoeverre gaat men akkoord met het beoogde verdelingssysteem?



Ook bij het beoogde verdelingssysteem zijn de nodige bedenkingen. Men vindt onder andere het brancheoverstijgende deel te groot. Een derde van de ondernemers is zonder meer akkoord.

### meest genoemde voorwaarden

- ik wil een inzichtelijk basisplan met o.a. wie beslist wat, welke activiteiten gaan we organiseren, hoe is de controleerbaarheid en transparantie van de bestedingen gewaarborgd (9x genoemd);
- een alternatieve verdeling waarbij maximaal 25% van de bestedingen brancheoverstijgend is (7x).

### meest genoemde bezwaren

- ik ben tegen het Ondernemersfonds in het algemeen (19x genoemd);
- het brancheoverstijgende deel is te groot (17x);
- publiekstreckende activiteiten leveren niets op voor ons (14x);
- het verdelingssysteem is niet concreet genoeg, er zijn nog teveel onduidelijkheden (12x).

### meest genoemd alternatief

- een alternatieve verdeling waarbij maximaal 25% brancheoverstijgend is, en minimaal 75% op branche- en straatniveau is (12x).

drs. F.W. Winterwerp  
drs. L.M.A. Bastiaansen  
september 2013

Postbus 619  
3300 AP Dordrecht

(078) 770 39 05  
ocd@drechtsteden.nl  
www.onderzoekcentrumdrechtsteden.nl





## Bijlage: Tabellen

In de factsheet en tabellen hanteren we de volgende begrippen:

- Overig publiek 1 = galeries, kappers, reparatiebedrijven, reisbureaus en dergelijke
- Overig publiek 2 = uitzendbureaus, makelaardij, bankfiliaal en dergelijke
- Niet publiek = bedrijven en kantoren zonder publieke functie
- Kernwinkelgebied (kwg) = Achterom, Bagijnhof (muv eerste stuk vanaf Vest), Drievriendenhof), Blindeliedengasthuissteeg, Kolfstraat, Korte Breestraat, Lindenstraat, Nieuwstraat (muv stuk tussen Statenplein en Museumstraat), Sarisgang, Statengang, Statenplaats, Statenplein, Tolbrug, Visstraat, Visbrug, Voorstraat Augustein, Voorstraat Midden, Vriesestraat, Wijnbrug, Wijnstraat aangrenzend aan Scheffersplein.
- Aanloop/overloop = Bagijnhof (eerste stuk vanaf Vest), Groenmarkt, Grote Spuistraat, Vleeshouwerstraat, Voorstraat Noord, Voorstraat West, Wijnstraat vanaf De Waag tot Wijnbrug.
- Overig = overige straten

Tabel 1 Respons uitgesplitst naar soort onderneming en locatie

	n (aantal)	respons (aantal)	respons (%)
<i>functie</i>			
winkel	354	129	36
horeca	125	32	26
overig publiek 1	75	25	33
overig publiek 2	34	20	59
niet publiek	174	39	22
eigenaar leegstand	19	7	37
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	317	89	28
aanloop/overloop	219	86	39
overig	245	77	31
<b>totaal</b>	<b>781</b>	<b>252</b>	<b>32</b>

Toelichting: het respons percentage is het respons aantal gedeeld door n aantal.  
n = het totaal aantal aangeschreven bedrijven.

Tabel 2 Uitnodigingbrief voor de informatiebijeenkomst Ondernemersfonds ontvangen (%) (n=252)

	ja	nee	weet niet
<i>functie</i>			
winkel	72	18	10
horeca	80	10	10
overig publiek 1	80	8	12
overig publiek 2	40	25	<b>35</b>
niet publiek	47	30	23
eigenaar leegstand	33	17	50
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	69	18	13
aanloop/overloop	75	17	8
overig	56	20	<b>24</b>
<b>totaal</b>	<b>66</b>	<b>19</b>	<b>15</b>

Toelichting: waarden wijken significant **gunstig** of **ongunstig** af van het gemiddelde in het licht van het Ondernemersfonds.

Tabel 3 Naar de informatiebijeenkomst Ondernemersfonds op 24 april 2013 geweest (%) (n=251)

	ja	nee
<i>functie</i>		
winkel	30	70
horeca	31	69
overig publiek 1	52	48
overig publiek 2	5	95
niet publiek	14	86
eigenaar leegstand	17	83
<i>deelgebied</i>		
kernwinkelgebied (kwg)	25	75
aanloop/overloop	39	61
overig	17	83
<i>totaal</i>	27	73

Tabel 4 Bekend met het plan Ondernemersfonds Binnenstad van 18 februari 2013 (%) (n=249)

	ja	nee
<i>functie</i>		
winkel	86	14
horeca	72	28
overig publiek 1	84	16
overig publiek 2	60	40
niet publiek	60	40
eigenaar leegstand	67	33
<i>deelgebied</i>		
kernwinkelgebied (kwg)	80	20
aanloop/overloop	90	10
overig	60	40
<i>totaal</i>	76	24

Tabel 5 Heeft naar eigen zeggen reclame uiting op/aan het pand of bedrijf (%) (n=249)

	ja	nee	weet niet
<i>functie</i>			
winkel	80	10	10
horeca	72	18	10
overig publiek 1	81	15	4
overig publiek 2	70	20	10
niet publiek	24	62	14
eigenaar leegstand	17	67	16
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	77	15	8
aanloop/overloop	72	19	9
overig	44	41	15
<i>totaal</i>	65	24	11

Tabel 6 Opvatting over het stimuleren van samenwerking in de binnenstad (%) (n=246)

	noodzakelijk	belangrijk	onbelangrijk
<i>functie</i>			
winkel	31	49	20
horeca	47	44	9
overig publiek 1	44	32	24
overig publiek 2	19	56	25
niet publiek	24	45	31
eigenaar leegstand	33	34	33
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	45	41	14
aanloop/overloop	26	47	27
overig	23	50	27
<i>totaal</i>	32	46	22

Toelichting: exclusief de categorie 'weet niet' (10%).

Tabel 7 Opvatting over het organiseren van meer gezamenlijke publieks- en promotieactiviteiten gericht op het aantrekken van bezoekers (%) (n=245)

	noodzakelijk	belangrijk	onbelangrijk
<i>functie</i>			
winkel	28	44	28
horeca	38	53	9
overig publiek 1	42	33	25
overig publiek 2	7	40	53
niet publiek	21	37	42
eigenaar leegstand	40	20	40
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	44	40	16
aanloop/overloop	19	47	34
overig	16	41	43
<i>totaal</i>	29	42	29

Toelichting: exclusief de categorie 'weet niet' (10%).

Tabel 8 Opvatting over gedachte dat meer ondernemers meebetalen aan gezamenlijke publieks- en promotieactiviteiten (%) (n=246)

	noodzakelijk	belangrijk	onbelangrijk
<i>functie</i>			
winkel	28	30	42
horeca	29	28	43
overig publiek 1	18	27	55
overig publiek 2	6	29	65
niet publiek	7	35	58
eigenaar leegstand	25	25	50
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	35	33	32
aanloop/overloop	15	29	56
overig	9	27	64
<i>totaal</i>	22	30	48

Toelichting: exclusief de categorie 'weet niet' (12%).

Tabel 9 In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen (% mee eens) (n=237)

	hoe meer bezoekers in de binnenstad, hoe beter voor mijn bedrijf	mijn bedrijf heeft weinig aan meer bezoekers in de binnenstad	een levendige, bloeiende binnenstad is ook goed voor het vestigingsklimaat voor niet-publieksgerichte bedrijven	ik betaal graag mee aan gezamenlijke activiteiten om meer bezoekers naar de binnenstad te trekken	ik voel er weinig voor om mee te betalen aan gezamenlijke activiteiten om meer bezoekers naar de binnenstad te trekken
<i>functie</i>					
winkel	76	15	64	39	37
horeca	84	31	74	41	42
overig publiek 1	60	31	70	29	44
overig publiek 2	16	53	67	12	53
niet publiek	18	55	52	27	52
eigenaar leegstand	80	17	83	25	50
<i>deelgebied</i>					
kernwinkelgebied (kwg)	82	12	71	47	26
aanloop/overloop	60	26	60	26	48
overig	28	58	59	23	63
<b>totaal</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>64</b>	<b>34</b>	<b>43</b>

Toelichting: exclusief de categorie 'weet niet' (2 à 7%).

Tabel 10 Opvatting over het principe om meebetalen aan gezamenlijke publieks- en promotieactiviteiten in de binnenstad voor alle commerciële vestigingen in de Historische Binnenstad verplicht te stellen (%) (n=239)

	(helemaal) mee eens	niet eens/niet oneens	(helemaal) mee oneens
<i>functie</i>			
winkel	43	13	44
horeca	40	17	43
overig publiek 1	28	12	60
overig publiek 2	6	11	83
niet publiek	30	8	62
eigenaar leegstand	20	20	60
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	55	14	31
aanloop/overloop	26	13	61
overig	17	9	74
<b>totaal</b>	<b>35</b>	<b>13</b>	<b>52</b>

Toelichting: exclusief de categorie 'weet niet' (4%).

Tabel 11 Meest genoemde redenen waarom men het oneens is met het 'gezamenlijk meebetalen' principe verplicht te stellen, en een genoemd alternatief (n=123)

reden	aantal keer genoemd
publiekstreckende activiteiten in het algemeen zijn niet zinvol voor ons (niet meer omzet of klanten)	
- ik richt me op een andere of specifieke doelgroep	36
- ik zit op een afgelegen locatie buiten de route van passanten	10
ik wil hier niet aan meebetalen en/of ik heb financieel onvoldoende ruimte om mee te betalen zeker in deze economische tijd	30
ik ben tegen het principe van verplichtstelling door de overheid, laat ondernemer vrij om te kiezen	23
de gemeente moet eerst andere zaken op orde brengen en dan pas aan promotie denken (o.a. bereikbaarheid binnenstad, parkeerkosten en leegstand)	20
een grote organisatie zoals het Ondernemersfonds is niet efficiënt (te algemeen en veel belangen)	15
<i>alternatief</i>	
meebetalen per activiteit gericht op specifieke doelgroep, branche of straat (kleinschaliger en gericht)	20

Tabel 12 Houding ten opzichte van een verplichte bijdrage door middel van de invoering van een reclamebelasting (n=235)

	positief	neutraal	negatief
<i>functie</i>			
winkel	31	27	42
horeca	35	21	44
overig publiek 1	36	16	48
overig publiek 2	6	5	89
niet publiek	16	19	65
eigenaar leegstand	0	20	80
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	42	32	26
aanloop/overloop	20	15	65
overig	14	13	73
<i>totaal</i>	27	22	52

Tabel 13 Meest genoemde redenen waarom men negatief staat tegenover een verplichte bijdrage door middel van de invoering van reclamebelasting, en een genoemd alternatief (n=129)

	aantal keer genoemd
<i>reden</i>	
ik heb financieel onvoldoende ruimte om mee te betalen zeker in deze economische tijd	31
publiekstreckende activiteiten zijn niet zinvol voor ons (niet meer omzet of klanten)	27
ik ben tegen het principe van verplichtstelling en regulering door de overheid	24
het voorstel is voor mij te onduidelijk	12
de belasting is niet eerlijk (o.a. verschil grote en kleine ondernemingen, toplocatie versus afgelegen locatie, kantoor en leegstand versus horeca)	12
het Ondernemersfonds zal weinig effect hebben	12
een grote organisatie zoals het Ondernemersfonds is niet efficiënt (te algemeen en veel belangen)	12
<i>alternatief</i>	
een vrijwillige bijdrage	15
omzetgerichte belasting is handiger en eerlijker	12
verenigingen per branche (kleinschaliger en gericht)	10

Tabel 14 Meest genoemde redenen waarom men niet geheel positief staat tegenover een verplichte bijdrage door middel van de invoering van reclamebelasting, en een genoemd alternatief (n=32)

	aantal keer genoemd
<i>reden</i>	
de belasting is niet eerlijk	7
ik heb financieel onvoldoende ruimte om mee te betalen zeker in deze economische tijd	6
het voorstel is voor mij te onduidelijk	3
<i>alternatief</i>	
bepaalde voorwaarden (o.a. aard en ligging bedrijf, formaat reclame en een goed bedrijfsplan)	3

Tabel 15 In principe eens met het uitgangspunt om vestigingen met een grotere financiële draagkracht meer te laten bijdragen aan een Ondernemersfonds dan vestigingen met een kleinere financiële draagkracht (%) (n=240)

	ja	nee
<i>functie</i>		
winkel	84	16
horeca	87	13
overig publiek 1	84	16
overig publiek 2	59	41
niet publiek	77	23
eigenaar leegstand	50	50
<i>deelgebied</i>		
kernwinkelgebied (kwg)	83	17
aanloop/overloop	86	14
overig	73	27
<i>totaal</i>	80	20

Tabel 16 Meest genoemde redenen waarom men het oneens is met het uitgangspunt om vestigingen met een grotere financiële draagkracht meer te laten bijdragen aan een Ondernemersfonds, en een genoemd alternatief (n=35)

	aantal keer genoemd
<i>reden</i>	
het is niet eerlijk, iedereen is gelijk	22
ik ben tegen het principe van verplichtstelling en regulering door de overheid	15
<i>alternatief</i>	
een vrijwillige bijdrage	8
bepaalde voorwaarden (o.a. aard en ligging bedrijf, aantal m <sup>2</sup> , en een goed bedrijfsplan)	7

Tabel 17 In principe eens met de WOZ-waarde als heffingsgrondslag (%) (n=228)

	ja	nee
<i>functie</i>		
winkel	38	62
horeca	49	51
overig publiek 1	40	60
overig publiek 2	22	78
niet publiek	40	60
eigenaar leegstand	0	100
<i>deelgebied</i>		
kernwinkelgebied (kwg)	50	50
aanloop/overloop	29	71
overig	30	70
<i>totaal</i>	38	62

Tabel 18 Meest genoemde redenen waarom men het oneens is met de WOZ-waarde als heffingsgrondslag, en een genoemd alternatief (n=125)

	aantal keer genoemd
<i>reden</i>	
de waarde van het pand zegt niet alles over de financiële draagkracht van de onderneming	42
het is niet eerlijk voor ondernemers die een gedeelte van het pand huren of in het pand woonachtig zijn	24
de woz-waarde wijkt teveel af van de werkelijke waarde (bovendien is de woz van historische panden erg hoog) en het is een log instrument	14
ik ben tegen het Ondernemersfonds in het algemeen	14
de verschillen tussen de woz-waarde en bedragen is te klein	13
<i>alternatief</i>	
omzet of winst als heffingsgrondslag	34
ligging/soort locatie als heffingsgrondslag	10
aantal m <sup>2</sup> als heffingsgrondslag	8

Tabel 19 Eens met de in het plan voorgestelde indicatieve tredes van belastingbedragen? (%) (n=226)

	ja	nee
<i>functie</i>		
winkel	39	61
horeca	45	55
overig publiek 1	37	63
overig publiek 2	6	94
niet publiek	36	64
eigenaar leegstand	0	100
<i>deelgebied</i>		
kernwinkelgebied (kwg)	54	46
aanloop/overloop	27	73
overig	19	81
<i>totaal</i>	35	65

Tabel 20 Meest genoemde redenen waarom men zich niet kan vinden in de voorgestelde tredes van belastingsbedragen, en een genoemd alternatief (n=124)

	aantal keer genoemd
<i>functie</i>	
de bedragen zijn te hoog, vooral het starttarief	26
met de heffingsgrondslag (woz-waarde) ben ik het niet eens	23
er is te weinig differentiatie wat niet eerlijk is (grootte, aard, locatie)	22
ik ben tegen het Ondernemersfonds in het algemeen	19
<i>alternatief</i>	
meer differentiatie, uitgebreidere tredes (4 of 5 tredes)	14
kijk als heffingsgrondslag naar de omzet/winst	14
starttarief fors lager	13

Tabel 21 Akkoord met een stichting als organisatievorm (%) (n=223)

	ja, akkoord	akkoord onder voorwaarden	nee, niet akkoord
<i>functie</i>			
winkel	32	20	48
horeca	30	24	46
overig publiek 1	40	8	52
overig publiek 2	6	6	<b>88</b>
niet publiek	36	12	52
eigenaar leegstand	0	20	80
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	39	23	39
aanloop/overloop	23	16	62
overig	28	10	62
<i>totaal</i>	31	17	52

Tabel 22 Meest genoemde redenen waarom men niet akkoord is met een stichting als organisatievorm, en een genoemd alternatief? (n=101)

	aantal keer genoemd
<i>reden</i>	
leden hebben in een stichting te weinig inspraak en ruimte om zich te laten horen	25
Ik ben tegen een Ondernemersfonds in het algemeen	21
een stichting is niet democratisch	19
een stichting is te zelfstandig en heeft teveel macht	9
<i>alternatief</i>	
vereniging	42
kleine ondernemersverenigingen per straat of branche	7

Tabel 23 Onder welke voorwaarde(n) gaat men wel akkoord met een stichting als organisatievorm (n=33)

	aantal keer genoemd
<i>voorwaarde</i>	
voldoende inspraak en inbreng	11
controle op bestuur	5
recht op inzage jaarcijfers en bestedingen	5

Tabel 24 Akkoord met het als uitgangspunt genomen verdelingsstelsel (%) (n=218)

	ja, akkoord	akkoord onder voorwaarden	nee, niet akkoord
<i>functie</i>			
winkel	35	18	47
horeca	33	27	39
overig publiek 1	26	35	39
overig publiek 2	18	12	71
niet publiek	40	12	49
eigenaar leegstand	20	20	60
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	38	26	36
aanloop/overloop	27	13	61
overig	31	17	52
<i>totaal</i>	33	20	47

Tabel 25 Onder welke voorwaarde(n) gaat men wel akkoord met het verdelingsstelsel (n=29)

	aantal keer genoemd
<i>voorwaarde</i>	
maak eerst een basisplan en geef dit vorm en inhoud, meer inzicht nodig in o.a. doelstellingen en manier van besteding (wie bepaalt verdeling, promotie van wat, krijgt men een jaaroverzicht, controleerbaarheid en transparantie?)	9
een andere verdeling (maximaal 25% brancheoverstijgend)	7

Tabel 26 Meest genoemde redenen waarom men niet akkoord is met het als uitgangspunt genomen verdelingsstelsel, en een genoemd alternatief? (n=85)

	aantal keer genoemd
<i>reden</i>	
ik ben tegen het Ondernemersfonds in het algemeen	19
het verdelingsstelsel is niet goed (te weinig activiteiten op straatniveau en te hoge overheadkosten), vooral het brancheoverstijgende deel is te groot en hier heb ik geen grip op	17
publiekstreckende activiteiten in het algemeen zijn niet zinvol voor ons, ik heb er geen baat bij	14
het verdelingsstelsel is niet concreet genoeg, teveel onduidelijkheden	12
<i>alternatief</i>	
een andere verdeling (maximaal 25% brancheoverstijgend)	12

Tabel 27 Houding ten opzichte van de huidige opzet voor een Ondernemersfonds Dordtse Binnenstad (%) (n=227)

	(erg) positief	neutraal	(erg) negatief
<i>functie</i>			
winkel	36	21	43
horeca	43	7	50
overig publiek 1	39	13	48
overig publiek 2	6	19	75
niet publiek	26	16	58
eigenaar leegstand	0	25	75
<i>deelgebied</i>			
kernwinkelgebied (kwg)	49	23	28
aanloop/overloop	22	10	67
overig	20	17	63
<i>totaal</i>	33	17	50

Toelichting: exclusief de categorie 'weet niet' (6%).



Tabel 28 *Akkoord met het Ondernemersfonds in deze opzet (n=222)*

	<i>helemaal akkoord</i>	<i>gedeeltelijk akkoord</i>	<i>helemaal niet akkoord</i>
<i>functie</i>			
<i>winkel</i>	22	36	43
<i>horeca</i>	21	39	39
<i>overig publiek 1</i>	33	13	54
<i>overig publiek 2</i>	6	22	72
<i>niet publiek</i>	16	35	49
<i>eigenaar leegstand</i>	0	20	80
<i>deelgebied</i>			
<i>kernwinkelgebied (kwg)</i>	30	48	22
<i>aanloop/overloop</i>	17	20	63
<i>overig</i>	12	23	65
<i>totaal</i>	20	32	48

Tabel 29 *Belangrijkste voorwaarde(n) bij de huidige opzet van het Ondernemersfonds (n=52)*

	<i>aantal keer genoemd</i>
<i>het voorstel moet concreter, maak eerst een basisplan en geef dit vorm en inhoud</i>	9
<i>vereniging in plaats van bestuur</i>	7
<i>andere heffingsgrondslag dat woz-waarde</i>	6
<i>ander verdelingsstelsel</i>	6
<i>de kosten moeten omlaag van de belastingbijdrage, vooral het starttarief</i>	5
<i>belastingtredes subtieler en eerlijker</i>	4

Tabel 30 *Belangrijkste bezwaren bij de huidige opzet van het Ondernemersfonds (n=96)*

	<i>aantal keer genoemd</i>
<i>het heeft geen toegevoegde waarde voor ons (geen voordeel qua omzet)</i>	28
<i>afdracht is te hoog</i>	27
<i>ik ben tegen een verplichtstelling</i>	21
<i>de organisatie/bestuurvorm stichting is ongewenst</i>	18
<i>de verdeling van de heffing is oneerlijk</i>	13
<i>het voorstel is niet concreet genoeg, teveel onduidelijkheden</i>	10
<i>het voorstel is niet efficiënt en biedt geen oplossing (te groot, log, oncontroleerbaar)</i>	9
<i>ik ben tegen de woz-waarde als heffingsgrondslag</i>	8

Tabel 31 *Resultaten non-responsonderzoek (%) (n=52)*

	<i>%</i>
<b><i>brief gekregen?</i></b>	
<i>ja</i>	56
<i>nee</i>	4
<i>weet niet</i>	34
<i>naar hoofdkantoor</i>	6
<b><i>bekend met plan Ondernemersfonds?</i></b>	
<i>ja</i>	35
<i>enigszins</i>	29
<i>nee</i>	36
<b><i>reden non-respons</i></b>	
<i>te druk, geen tijd, nog niet aan toegekomen</i>	50
<i>geen nut</i>	14
<i>hoofdkantoor</i>	6
<i>te oud/denkt aan stoppen/stopt</i>	6
<i>overige redenen</i>	24
<b><i>voor of tegen plan in huidige opzet?</i></b>	
<i>voor</i>	19
<i>niet voor/niet tegen</i>	25
<i>tegen</i>	38
<i>weet niet</i>	2
<i>daar gaat het hoofdkantoor over</i>	6
<i>geen antwoord</i>	10