

Verslag lezing Karel Van Eetvelt

Hoe meer en beter samenwerken met lokale ondernemers?

Herbekijk ook [de presentatie](#).

1. ONDERNEMEN

VVDB vraagt: hoe kunnen we ondernemers meer betrekken bij lokale burgerparticipatie-initiatieven? Maar is dat niet al zo? Wat is een ondernemer eigenlijk?

Wat drijft een ondernemer? Wat is de toegevoegde waarde van een onderneming? In de media zien we enkel excessen: de ondernemer die foefelt en enkel op winst uit is. Maar niemand start als ondernemer om winst te maken. Enkel als bedrijven groeien en boekhouders aanwerven (zoals bij multinationals), gaat het de kant van de winstmaximalisatie op.

Ondernemers willen gewoon een probleem oplossen, iets doen wat mensen nodig vinden! Wie komt met een betaalbare oplossing, heeft succes.

Ondernemen is een passie! Je neemt het heft in eigen handen, je draagt zelf alle risico's. De onzekerheid is er altijd. Belangrijk is lessen trekken uit je fouten. Opgeven mag niet in je woordenboek staan! Geld is natuurlijk belangrijk: je moet zorgen dat je facturen betaald geraken.

Zowat alle ondernemers zijn actief betrokken bij de samenleving. Iets verkopen aan mensen uit je regio die jou niet kennen, werkt niet. Lokaal actief en sociaal zijn, helpt je onderneming vooruit.

In West-Europa is winst een 'vuil' begrip geworden, maar winst is noodzakelijk! Waarom? Om te investeren. Om mee te zijn met je tijd, want alles verandert snel. Om missie en visie te realiseren. Om tegenslagen op te kunnen vangen. Het verschil tussen wat het de ondernemer kost en wat de klant betaalt, gaat van factor 2,5 tot 3. De ondernemer moet transformeren, bv. mee zijn in het digi-verhaal omdat veel consumenten nu van huis uit bestellen en producten thuis laten leveren. Anders gaat de onderneming dood.

Ondernemers zien toegevoegde waarde! Wij staan aan de wereldtop wat collectieve voorzieningen betreft. Het gaat dan om vuilnisophaal, wegen en voetpaden, ons democratisch onderwijssysteem, het sociaal vangnet, enz. Deze collectieve investeringen worden betaald met belastingsgeld. In minder bedeelde landen zie je gauw het verschil! Je economie moet groeien als je welvaart wilt creëren. Niet alles moet groter worden, maar je moet wel meer middelen kunnen halen uit het systeem. We zijn intussen nummer 1 of 2 in de wereld qua belastingsgraad, dus daar kunnen we niet meer gaan verhogen. Maar beleidsmatig werd alles bij ons goed in elkaar gezet na de tweede wereldoorlog.

Lokaal speelt echter een ander verhaal. Vroeger konden ouders hun kinderen (van 10 tot 12 jaar) met gerust hart alleen naar school laten gaan, want er was veel sociale controle in het dorp. Nu is dat iets minder. Op plaatsen waar veel mensen bij elkaar zijn, groeit een dorpsgemeenschap. We zien nu meer blauw op straat als het sociale weg is. De lokale handelaar in het dorp verbindt mensen en is dus héél belangrijk! Shop daarom lokaal!

Wat sponsoring betreft geldt dat lokale verenigingen lokale initiatieven sponsoren. En in veel lokale verenigingen zitten ook lokale ondernemers die redeneren van 'als ik iets geef, komt er ook iets terug'. Denk aan die win-win.

Conclusie: ondernemers spelen een heel verbindende rol, zeker in centra die leven. We zien toch liever mensen op het terras van een café dan thuis achter hun pc? Bij gesprekken krijg je inspraak en tegenspraak, en dat brengt je verder.

2. HOE KUNNEN WE DE KERNEN GEZELLIG EN DYNAMISCH HOUDEN ZODAT HET ONTMOETINGS-PLAATSEN BLIJVEN?

Dit is een gigantische uitdaging. Onze maatschappij evolueert naar digitaal, met veel gemak en voordelen, maar ook andere gevolgen. Vijftien jaar geleden kwam het online shoppen op. Het is belangrijk ondernemingen te steunen zodat ze op betaalbare manier toch in het digitaal verhaal stappen. Anders overleven ze het niet! Dus de angst voor het digitale moet je eerst aanpakken!

Maar blik anderzijds ook eens terug: *waar zijn steden en gemeenten ontstaan?* Terugkijkend in de geschiedenis situeert zich dit ongeveer altijd rond handelsactiviteiten. Want daar ontmoetten mensen elkaar. Maar handelscentra zijn intussen natuurlijk sterk veranderd. De kern van Bornem heeft 13.000 inwoners, en er zijn 60.000 inwoners in de omgeving. Dit is vandaag te klein! Een goed draaiende kledingzaak is onmogelijk geworden zonder sterke online-verkoop.

3. PARTICIPATIEVE TRAJECTEN INZAKE DORPSONTWIKKELING

Vraag is: welke activiteiten kunnen we organiseren die mensen lokken? Zorg voor een afgebakende zone, bv. met bomen, waar je alle activiteiten samenbrengt. Zorg voor initiatieven die het algemeen belang dienen. Zorg dat je communicatie creëert rond je concept, dat het zichtbaar wordt. Werk ook met vrije beroepen zoals tandartsen en creatievelingen. Een maakplaats (dus ambachtslui) in Bornem verenigt bv. mensen, dit komt terug. Probeer alle collectieve diensten zoals een school (weer) in je centrum te krijgen.

Op maandag is het markt. Het is ook een uitdaging om die levendig te houden.

Cultuurcentrum, school en ziekenhuis liggen op wandelafstand van het handelscentrum. Als beleid moet je hierop inzetten, net zoals je moet inzetten op een collectief gedachtegoed dat werkt voor de toekomst en voor iedereen. Je moet dus inzetten op investeringen in de kern! Wil een handelaar zich settelen op een plek die niet toegelaten is, dan moet je eerst aan ordehandhaving doen en de zaak weghalen. Daarna kun je de ondernemer helpen om de juiste plek te vinden voor zijn zaak.

Hoe betrek je ondernemers bij burgerinitiatieven? De meeste mensen zijn sociaal. Spreek hen aan bv. via het lokale verenigingsleven. In Bornem zijn er vier lokale handelaarsverenigingen aanwezig (KMO-werking, Voka, ...) die lijsten met ondernemers in hun bezit hebben. Benader hen zodat je mensen kunt contacteren.

4. HET BELANG VAN LOKAAL VOOR DE GEMEENSCHAP

- Een mooi vb. van ondernemen is de buurtkar van Bornem. Deze gaat naar de mensen toe die zich nog moeilijk kunnen verplaatsen. De kar werd ontwikkeld samen met de lokale handel die de verkoopproducten levert.
- Een beetje analoog is de Digi-kar rond digitalisering.
- Het belang van lokale verenigingen is enorm groot, maar het middenveld is sterk geëvolueerd. Vroeger wist je snel bij wie je moest zijn. Nu zijn organisaties kleiner geworden, versnipperd. Maar de behoefte blijft, en je wil oplossingen vinden als beleid.
- Belangrijk is de juiste vragen stellen, maar ook draagvlak en ambassadeurs zijn noodzakelijk.
- Bij het gemeentelijk beleid zijn zowel inspraak als tegenspraak belangrijk, maar beslissen is ook belangrijk! Dit betekent de grootste gemene deler zoeken in een bepaalde visie en dan doorgaan. Je moet kunnen verdragen dat er mensen tegen een voorstel of mening zijn.
- Door online-verkoop is de ontmoeting handelaar-klant weggevallen. Wat doe je hiermee? Lokaal zijn er de laatste jaren weer ambachtslui opgekomen. Dit werkt weer verbindend.
- Veel omzet draait nu rond export. De markt buiten Vlaanderen ontdekten de ondernemers zelf.



Het Laatste Nieuws 14 februari 2023: proefproject Sociaal Huis van Bornem
Bornemse scholen kunnen lege brooddozen vullen met brood of fruit aan Buurtkar:
“Willen alle hindernissen wegnemen, want kinderen mogen geen honger lijden.”