



DE STEM VAN DE ONDERNEMER 2021

Een kwantitatief onderzoek onder ondernemers in de Amsterdamse binnenstad, in opdracht van Amsterdam City

JEROEN HERMANS
SARA DE GROOT

AMSTERDAM, FEBRUARI 2021



INHOUDSOPGAVE

- > Vooraf 03
- > Onderzoeksresultaten 06
- > Bijlagen 17





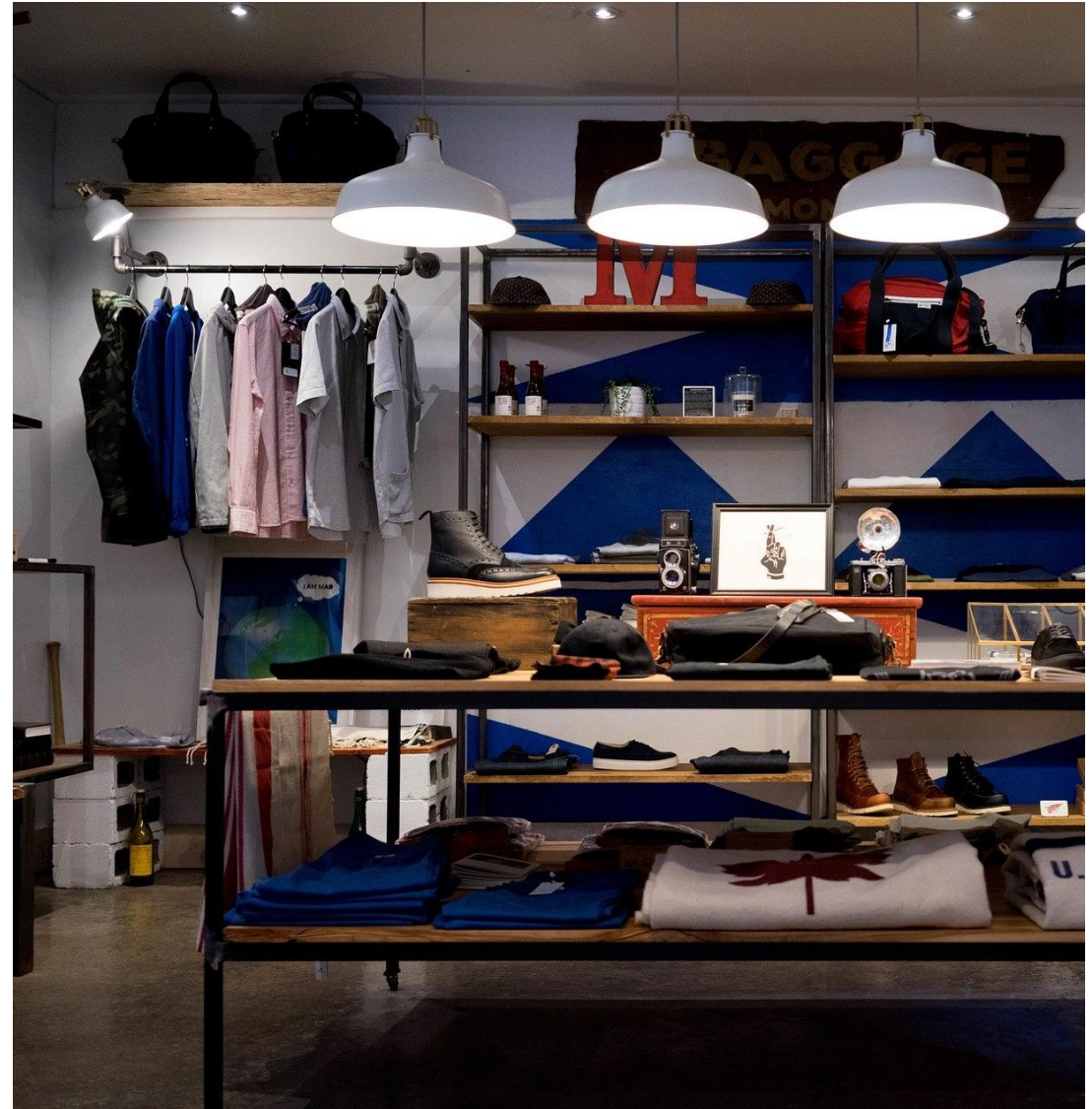
AANLEIDING EN DOEL ONDERZOEK

Amsterdam City Index 2021: De stem van de ondernemer

- > Amsterdam City komt op voor de belangen van ondernemers in de Amsterdamse binnenstad. Als overkoepelende vereniging voor ondernemers in de binnenstad van Amsterdam vertegenwoordigen zij de stem van de ondernemer. Al meer dan 10 jaar brengt Amsterdam City jaarlijks de Amsterdam City Index uit. De Index is de barometer van de bedrijvige Amsterdamse binnenstad. Onderwerpen die in de Index aan bod komen zijn onder andere bereikbaarheid, ondernemersklimaat, omzet, veiligheid en imago van Amsterdam. Dit jaar spelen uiteraard ook de gevolgen van corona een rol.
- > Amsterdam City wil graag inzicht in de mening van haar leden en overige ondernemers in de Amsterdamse binnenstad over deze onderwerpen. Sinds 2017 werken Amsterdam City en Ruigrok NetPanel samen om inzicht te krijgen in de meningen van ondernemers in de Amsterdamse binnenstad.
- > De uitkomsten van het onderzoek worden verwerkt in de Amsterdam City Index. Daarnaast geven de onderzoeksresultaten inzicht in wat er speelt onder ondernemers.

Onderzoeksvraag

- > *Wat is de mening van ondernemers in de Amsterdamse binnenstad over thema's uit de Amsterdam City Index 2021?*



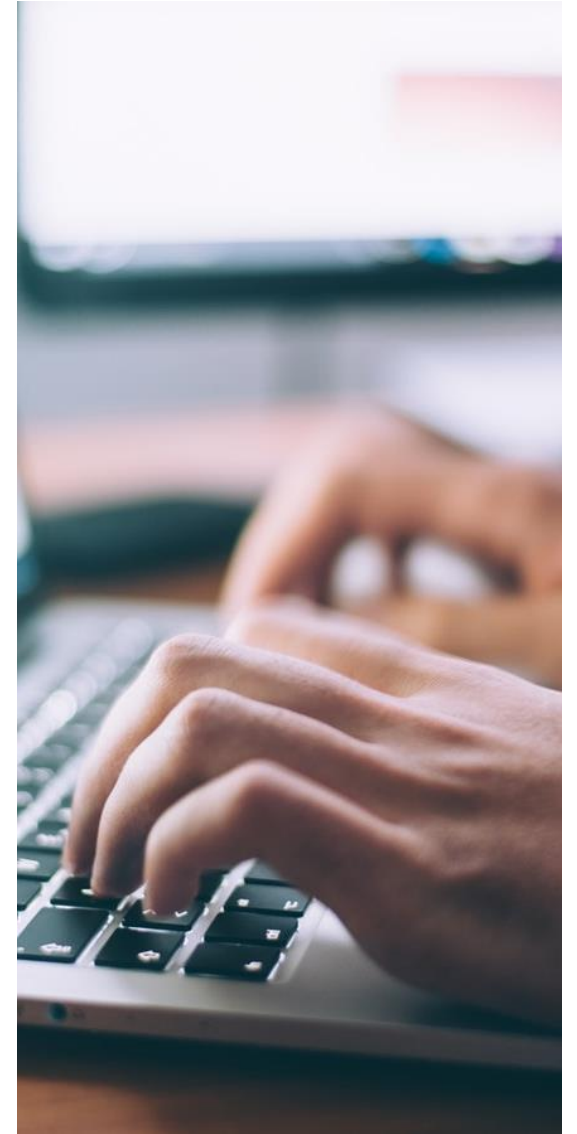
ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Methode en doelgroep

- > Het kwantitatieve onderzoek is online uitgevoerd.
- > De doelgroep voor dit onderzoek bestaat eigenaren en /of bedrijfsleiders die (indirect) lid zijn van Amsterdam City. In totaal hebben 157 relaties de vragenlijst helemaal ingevuld.
- > De steekproef is niet representatief voor ondernemers in de binnenstad van Amsterdam. Het was niet mogelijk om representativiteit van de steekproef te controleren door het ontbreken van achtergrondgegevens van zowel als indirecte relaties van Amsterdam City. Een profiel van eigenaren /bedrijfsleiders van ondernemingen in de Amsterdamse binnenstad is eveneens niet beschikbaar.
- > Wel is de steekproef vergelijkbaar met vorig jaar op basis van branche en verdeling eigenaar /bedrijfsleider.

Opbouw rapport en leeswijzer

- > In dit rapport noemen wij de deelnemers aan het onderzoek 'ondernemers'.
- > We presenteren de belangrijkste onderzoeksresultaten per thema uit de Amsterdam City Index 2021. Er zijn vragen gesteld over de volgende thema's:
 - *Coronacrisis*
 - *Ondernemersklimaat*
 - *Stand van de economie*
 - *Veiligheid*
 - *Bereikbaarheid*
 - *Kwaliteit openbare ruimte*
 - *Toekomst Amsterdamse binnenstad op de lange termijn*
- > De antwoorden op de open vragen zijn op een kwalitatieve wijze geanalyseerd. We gaan niet alleen in op de meest genoemde antwoorden, maar ook op de naar onze mening inhoudelijk belangrijke antwoorden. We illustreren uitkomsten met relevante quotes van deelnemers. Deze hebben we in de rapportage cursief weergegeven. De percentages in het rapport zijn afgerond. Daardoor kan het totaal incidenteel optellen tot meer of minder dan 100%.





CORONACRISIS (1 / 2)

Ondernemers willen meer (financiële) steun van de gemeente

- > Bijna de helft van de Amsterdamse ondernemers (48%) vindt de communicatie tijdens de coronacrisis aan ondernemers vanuit de Gemeente Amsterdam slecht. Ruim twee op de tien ondernemers (22%) vinden de communicatie van de gemeente Amsterdam wel goed.
- > De gemeente Amsterdam ondersteunt Amsterdamse ondernemers met de mogelijkheid om gemeentelijke belastingen later te betalen, afstel/uitstel van precariobelasting en tijdelijke terrasuitbreidingen. 86% van de ondernemers vindt dat de gemeente Amsterdam ondernemers meer tegemoet moet te komen door meer lastenverlichting te bieden dan dat de gemeente nu al doet.
- > Gevraagd naar wat de gemeente volgens ondernemers moet doen om hen te helpen de komende maanden van de coronacrisis door te komen noemen zij belastingen kwijt te schelden en huurverlagingen door te voeren.
 - *Afstel van alle gemeentelijke heffingen.*
 - *Alle kosten bij de gemeente kwijtschelden zolang de ondernemer niet op reguliere wijze kan ondernemen.*
 - *Als verhuurder echt coulant zijn en dit ook opleggen aan andere pandeigenaren van commercieel vastgoed. Het is een tijdelijke crisis en de oproep van de overheid aan pandeigenaren zou eigenlijk net zo dwingend moeten zijn als deze nu is voor de uitbater en het individu.*
 - *De ondernemers die deels open zijn ondersteunen. Bijvoorbeeld bemiddelen met verhuurders om de enorme lasten bij huurders tijdelijk te verlichten.*
- > De gemeente moet volgens ondernemers ook meer kijken naar wat er wel kan en welke mogelijkheden er ondanks alles toch zijn.
 - *Minder vasthouden aan regels die golden toen het druk was. Het is nu niet druk dus laat het varen. Laat de ondernemers gewoon omzet proberen te maken, ga niet zo op de regeltjes zitten.*
 - *Meer mogelijkheden voor opening winkels creëren. Juist Amsterdam centrum is erg hard geraakt en andere wijken minder. Daar ligt ook een taak van de gemeente om hier mee aan de gang te gaan.*

CORONACRISIS (2 / 2)

- > Om ondernemers er na de crisis weer bovenop te helpen moet de gemeente volgens hen de huidige lastenverlichting voor een langere periode hanteren en actief toerisme stimuleren. Daarnaast moet de gemeente ondernemers in het algemeen meer ondersteunen door ook aan hún belangen te denken.
 - *Vrijstelling van gemeentelijke belastingen voor een bepaalde periode.*
 - *Lastenverlichting in de aankomende jaren*
 - *Het anti toerisme beleid opheffen en het weer aantrekkelijk maken voor iedereen om naar onze mooie stad te komen.*
 - *Het centrum extra aantrekkelijk te maken door dagelijks een schone binnenstad op te leveren en dit de hele dag bij te houden. Verder de Amsterdammer, dagjesmensen en bezoekers uit het buitenland welkom heten en een grootste campagne opzetten om de wereld te laten weten dat men hier welkom is.*
 - *Snel herstellen van een gezond economisch klimaat. Belangen van bewoners en ondernemers zouden hierin parallel moeten lopen. Met name het centrum dankt haar bestaansrecht en aantrekkelijkheid aan de vele bezoekers.*
 - *De terrasuitbreiding een aantal jaren in stand houden.*



ONDERNEMERSKLIMAAT

Het ondernemersklimaat krijgt van ondernemers een onvoldoende. Gebrek aan waardering en ondersteuning vanuit de gemeente zorgen voor ontevredenheid

- > Het ondernemersklimaat wordt met een gemiddeld rapportcijfer van 5,2 beoordeeld. Vorig jaar beoordeelden ondernemers het ondernemersklimaat met een 4,9.
- > Ondernemers die het ondernemersklimaat met een onvoldoende beoordelen geven als motivatie dat ze het gevoel hebben dat de gemeente Amsterdam er niet is voor ondernemers, niet naar hen luistert en dat het beleid van de gemeente ondernemen in de weg zit.
 - *De gemeente heeft naar mijn inziens alleen oog voor de bewoners.*
 - *De regels van de gemeente en de starheid maakt het ondernemen steeds moeilijker en minder leuk.*
 - *Vergunningsbeleid te strak voor ondernemers. Overleg en afspraken maken met de gemeente is moeizaam.*
 - *Amsterdam doet niets om ondernemers te laten groeien. Integendeel, daar waar mogelijk werkt de gemeente tegen.*
 - *Ik voel me als horecaondernemer ondergewaardeerd. Daar waar we in andere steden merken dat er een basishouding is bij de gemeente: wat fijn dat u in onze gemeente komt ondernemen, voel je in Amsterdam heel sterk dat de branche als criminogeen word gekenmerkt.*
- > Ondernemers die voldoende tevreden zijn over het ondernemersklimaat noemen dat Amsterdam veel kansen biedt. Ook over het beleid van de gemeente Amsterdam zijn ze iets positiever. Maar echte ondersteuning wordt ook door deze ondernemers niet gevoeld.
 - *Er liggen veel kansen in Amsterdam. Toerisme brengt (afgezien van Corona situatie) ook veel extra omzet.*
 - *In normale tijden is dit natuurlijk dé plek als je een goed product hebt.*
 - *Op zich is het ondernemersklimaat goed te noemen in de hoofdstad. Doorn in het oog is echter regelgeving, handhaving en vertrutting van de stad. De gemeente mag haar ondernemers meer koesteren en steunen. De rotte appels dienen uiteraard hard te worden aangepakt.*

Ondernemersklimaat: het gevoel dat ondernemers hebben over kansen en groei voor hun onderneming. Daarnaast gaat het om het beleid van de lokale overheid als het gaat over regelgeving, het vergunningstraject en de bereidheid tot overleg. Ook gaat het over het gevoel van ondernemers dat de lokale overheid en ondernemers een gemeenschappelijk doel voor Amsterdam hebben.

STAND VAN DE ECONOMIE

Ondernemers zijn verdeeld over hun verwachtingen van stand van de economie in de Amsterdamse binnenstad na de coronacrisis. Een derde van de ondernemers is negatief over het voortbestaan van hun bedrijf in 2021

- > Gevraagd naar een rapportcijfer voor het vertrouwen dat zij hebben in de stand van de economie in de Amsterdamse binnenstad na de coronacrisis geven ondernemers gemiddeld een 5,7.
- > Twee op de drie ondernemers (68%) zijn negatief gestemd over het aantal bezoekers aan de Amsterdamse binnenstad dat zij verwachten in 2021. 17% heeft positieve verwachtingen over het aantal bezoekers.
- > Een op de tien ondernemers (11%) geeft aan dat hun bedrijf er op dit moment (zeer) goed voor staat. Een kwart van de ondernemers (27%) zegt er slecht voor te staan. Nog een kwart (25%) zegt er nu zeer slecht voor te staan.
- > Ondernemers zijn verdeeld over of hun bedrijf in 2021 overleeft. 38% is op dit moment positief over het voortbestaan van hun bedrijf. 29% is hier negatief over en 32% is op dit moment neutraal gestemd.

Desondanks is nagenoeg iedereen zeer gemotiveerd om door te gaan

- > Aan motivatie is er geen gebrek. In totaal zijn negen op de tien ondernemers (zeer) gemotiveerd om alles op alles te zetten om de coronacrisis door te komen: 66% geeft aan heel gemotiveerd te zijn, 24% zegt gemotiveerd te zijn.
- > Passie, levenswerk niet willen opgeven, gevoel van verantwoordelijkheid voor werknemers en hoop op betere tijden zijn factoren die motiveren om door te blijven gaan.
 - *Ons bedrijf bestaat al 46 jaar. Dat moet blijven. Bovendien is het te leuk! En zodra er weer ruimte komt voor ondernemen zullen de bezoekers en gasten ook weer komen denk ik.*
 - *De banen en toekomst van 350 mensen en heel veel werk in het verleden om te komen waar we waren.*
 - *Na 16 jaar opgeven? No way! Dit is het leukste werk dat ik tot nu toe heb gedaan.*
 - *Om de boel niet failliet te laten gaan en het weer een gezond bedrijf te maken. Ik heb niet voor niets jaren hard geknokt om dit op te bouwen.*

VEILIGHEID

Ondernemers zijn gematigd positief over de veiligheid in de binnenstad. Er is behoefte aan meer handhaving op overlast door criminaliteit en ondermijning.

- > De veiligheid in de Amsterdamse binnenstad wordt met een 6,2 beoordeeld. Dit is gelijk aan vorig jaar.
- > Vier op de tien ondernemers (41%) vinden het tijdens de huidige lockdown veilig op straat in de Amsterdamse binnenstad. Een kwart (26%) vindt het momenteel niet veilig.
- > Na de staat van de openbare ruimte (76%) zijn overlast door criminaliteit (43%) en ondermijning (de invloed van criminaliteit op bedrijfsvoering, 39%) de meest genoemde punten waarop de gemeente Amsterdam meer moet handhaven dan zij nu doet.

Veiligheid: het gevoel van veiligheid in de Amsterdamse binnenstad. Het gaat onder andere over de invloed van de georganiseerde criminaliteit op het ondernemen en ondermijning; de invloed van criminaliteit op de bedrijfsvoering. Ook gaat het over het gevoel van veiligheid op straat, het aantal incidenten zoals winkeldiefstal, zakkenrollen en bedreiging en de (bereidheid tot) aangiften van deze incidenten.

BEREIKBAARHEID

De bereikbaarheid wordt ook dit jaar als onvoldoende beoordeeld

- > Ondernemers beoordelen de bereikbaarheid van de binnenstad met een 5,4. Dit rapportcijfer is vergelijkbaar met vorig jaar. Toen beoordeelden ondernemers de bereikbaarheid met een 5,3.
- > Als het gaat over bouwwerkzaamheden aan bruggen en kades, opbrekingen en projecten als de 'oranje looper' dan verwacht 41% van de ondernemers dat dit veel invloed zal hebben op het aantal bezoekers. Een kwart (25%) denkt dat dergelijke werkzaamheden weinig invloed zullen hebben op het aantal bezoekers van de binnenstad.
- > Vier op de tien ondernemers (40%) denken dat de genoemde werkzaamheden en opbrekingen veel invloed hebben op hun bedrijfsvoering, bijvoorbeeld op het aanleveren van goederen en de bereikbaarheid van hun bedrijf voor leveranciers en werknemers.
- > 54% van de ondernemers denkt dat het terugdringen van de auto in de binnenstad, door het verminderen van mogelijkheden tot parkeren, veel invloed zal hebben op het aantal bezoekers van de binnenstad.

Bereikbaarheid: de toegankelijkheid van de binnenstad voor bezoekers én voor het leveren van goederen. Het gaat om de toegankelijkheid per vrachtwagen, auto, fiets, te voet en met het openbaar vervoer

KWALITEIT OPENBARE RUIMTE

Ondernemers zijn erg ontevreden over de staat van de openbare ruimte

- > De hoeveelheid zwerfvuil en afval op straat in de binnenstad wordt door ondernemers gewaardeerd met een 4,0.
- > Vorig jaar beoordeelden ondernemers de kwaliteit van de openbare ruimte met een 5,5. Toen verstonden we onder de kwaliteit van de openbare ruimte hoe schoon het is en de staat van het onderhoud. Dit laatste is dit jaar niet meegenomen in het onderzoek.
- > Drie kwart van de ondernemers (76%) vindt dat de gemeente zich als het gaat om handhaving meer moet richten op de staat van de openbare ruimte (afval, rotzooi op straten) dan dat de gemeente nu doet.



TOEKOMST AMSTERDAMSE BINNENSTAD OP DE LANGE TERMIJN (1 / 3)

Er is een sterke verbondenheid met de binnenstad

- > Bijna negen op de tien ondernemers (88%) voelen zich erg verbonden met de Amsterdamse binnenstad.
- > 14% van de ondernemers geeft aan dat het waarschijnlijk is dat hun bedrijf in de komende 5 jaar vertrekt uit de binnenstad. Zij noemen de bereikbaarheid van hun bedrijf voor klanten en de hoge lasten in de binnenstad hiervoor als redenen.
 - *Als onze klanten het niet meer nodig vinden om naar binnenstad te komen omdat ze parkeren te duur vinden en/of het parkeren te beperkt is, dan is vertrek waarschijnlijker.*
 - *Het is enorm afhankelijk van een eventuele huurverhoging, maar ook of ik mijn omzet op peil kan houden. Anders moet ik mijn businessmodel veranderen, meer via internet verkopen, en dan kan ik beter een goedkopere plek zoeken.*
 - *Als de bezoekersstroom niet terug keert betalen wij teveel huur en lasten voor de plek waar wij nu fysiek zitten in de binnenstad. Als dit niet verandert zullen ook wij moeten gaan zoeken naar een lagere huur op een andere plek.*
- > Het merendeel van de ondernemers (63%) geeft aan dat een vertrek uit de binnenstad voor hen een onwaarschijnlijke situatie is. Redenen om niet te vertrekken zijn dat het bedrijf niet geschikt is voor op een andere locatie, men bijzonder tevreden is met hun huidige locatie en dat men hoop heeft op een betere toekomst.
 - *Er is voor ons bedrijf geen plaats buiten de binnenstad. Geen levensvatbaarheid.*
 - *Mijn winkel hoort gewoon in de binnenstad. Het zal moeilijk zijn om elders weer een klantenkring op te bouwen.*
 - *Als ik niet failliet ga, blijf ik waar ik ben. Ik kan mij op dit moment geen betere locatie indenken. Ik wil niet eens naar een andere straat.*
 - *Ik hou van en ik voel me verbonden met de binnenstad. Vroeger bruiste de binnenstad van leven, ik hoop ook zo in de toekomst.*

TOEKOMST AMSTERDAMSE BINNENSTAD OP DE LANGE TERMIJN (2 / 3)

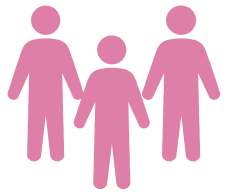
Meer bewoners in het centrum, meer groen, een schonere openbare ruimte en meer divers aanbod met kleinere en op lokaal gerichte winkels en cultuur maken Amsterdam aantrekkelijker

- > Gevraagd naar wat de binnenstad volgens hen aantrekkelijker zou maken voor Amsterdammers geven ondernemers aan dat er gericht moet worden op (betaalbare) huisvesting in het centrum, meer groen en een schonere omgeving.
 - *Huurprijzen verlagen zodat Amsterdammers niet de stad uit moeten.*
 - *Dat het centrum weer een beleving wordt. Dat er meer mensen wonen in het centrum.*
 - *Meer groen en meer pleinen/parken.*
 - *Voldoende 'casual' ruimte. Zoals groen en bankjes in en om rondom het centrum.*
 - *Schoonmaken en schoonhouden. Toeristen zijn er niet en mijn straat wordt ineens niet meer geveegd.*
- > Daarnaast noemen ondernemers dat er meer variatie in het winkelaanbod en horeca nodig is.
 - *Divers winkelaanbod, veel kleine winkels, niet alleen maar grote ketens. Veel kleine markten op diverse plekken.*
 - *Streven naar een kwalitatief betere horeca zodat het minder budget-toeristen aantrekt en de Amsterdammer zich er beter thuis voelt. Diversiteit aan winkeltjes, meer concept stores, minder massa.*
- > Aanbod dat volgens ondernemers toegevoegde waarde heeft zijn kleinschalige winkels en speciaalzaken, buurtgerichte winkels en evenementen en culturele evenementen.
 - *Minder mega ondernemingen, meer kleinere zelfstandige ondernemers.*
 - *Een mix van kleinere zelfstandige winkels met een divers aanbod. Gericht op de behoeften van de buurt en niet alleen op toerisme.*
 - *Aanbod van culturele activiteiten. Niet alleen maar evenementen voor jong publiek, maar juist cultureel aanbod van musea, theater, muziek.*

TOEKOMST AMSTERDAMSE BINNENSTAD OP DE LANGE TERMIJN (3 / 3)

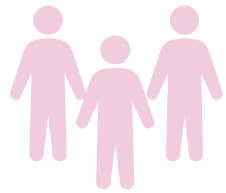
- > Alle typen bezoekers zijn van belang voor de toekomst van de Amsterdamse binnenstad volgens ondernemers. Ze zijn van mening dat bezoekers van buiten Amsterdam iets belangrijker zijn dan bewoners van de binnenstad en overige Amsterdammers.

In welke mate zijn de volgende groepen bezoekers voor u als ondernemer belangrijk in de toekomst voor de binnenstad?
% (zeer belangrijk + belangrijk)



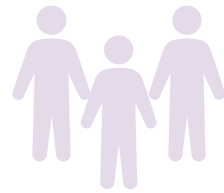
Bewoners van de binnenstad

72%



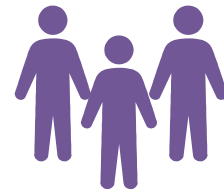
Overige Amsterdammers

75%



Bezoekers van buiten Amsterdam

85%



Bezoekers uit het buitenland

80%



ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Steekproefomvang en steekproefkader

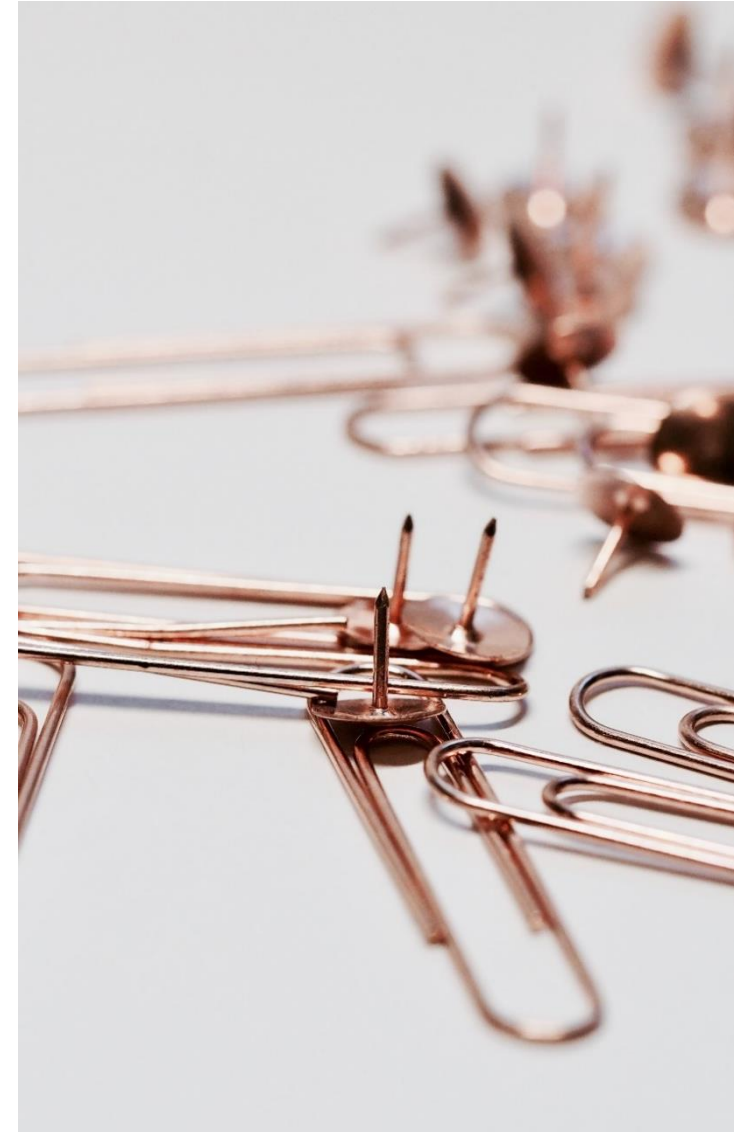
- > Als steekproefkader hebben we gebruik gemaakt van het relatiebestand van Amsterdam City. Directe relaties hebben een persoonlijke uitnodiging via e-mail ontvangen, met daarin een unieke link naar de vragenlijst. Naast leden van Amsterdam City zijn ook ondernemers die deelnemen aan het platform Open in de buurt uitgenodigd.
- > Indirecte relaties zijn benaderd via straatmanagers uit het netwerk van Amsterdam City en via de nieuwsbrief van Amsterdam City. Indirecte relaties hebben de vragenlijst ingevuld via een open link.

Representativiteit

- > De steekproef is niet representatief voor ondernemers in de binnenstad van Amsterdam.
- > Het was niet mogelijk om representativiteit van de steekproef te controleren door het ontbreken van achtergrondgegevens van (indirecte) leden van Amsterdam City. Een profiel van eigenaren /bedrijfsleiders van ondernemingen in de Amsterdamse binnenstad is eveneens niet beschikbaar.
- > De sector waarin de ondernemers werkzaam zijn is uitgevraagd om een beter beeld van de achtergrond van de deelnemende ondernemers te verkrijgen. Een profiel van de deelnemers is te vinden op de volgende pagina.
- > Het profiel van de deelnemers aan dit onderzoek is vergelijkbaar met die van vorig jaar.

Vragenlijst

- > De vragenlijst heeft online gestaan van 27 januari t/m 10 februari 2021.
- > De vragenlijst is in nauw overleg met Amsterdam City tot stand gekomen.
- > Gemiddeld hebben ondernemers 20 minuten nodig gehad om de vragenlijst in te vullen.



ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Profiel van de ondernemers

- > De steekproef bevat directe relaties van Amsterdam City (n=97) en indirecte relaties (n=60).

	Ondernemers 2020 (n=157)	Ondernemers 2019 (n=155)
Rol		
Eigenaar	76%	71%
Bedrijfsleider	24%	29%
Sector		
Horeca	43%	39%
Retail*		32%
Retail non-food*	25%	
Retail food*	5%	
Toerisme	6%	5%
Ambacht	5%	6%
Culturele sector	4%	3%
Creatieve sector	1%	1%
Persoonlijke dienstverlening	1%	1%
Vastgoed	1%	3%
Zakelijke dienstverlening	1%	8%
Financiële sector	0%	1%
Anders	7%	3%

* In 2020 is de sector retail uitgesplitst naar food en non-food.

ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Respons

- > In totaal hebben 157 ondernemers de vragenlijst helemaal ingevuld.
- > Hiervan zijn er 60 een directe relatie van Amsterdam City.
- > 651 directe relaties van Amsterdam City zijn uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek.
- > Naar directe relaties die niet gereageerd hebben, is een herinneringsmail gestuurd.

Omschrijving	Directe relaties	Indirecte relaties
Aantal uitnodigingen (bruto steekproef)	651	
Bouncers (niet bereikt)	14	
Afgemeld voor onderzoek	9	
Gestart met vragenlijst	128	101
Afgehaakt	22	32
Uitgescreend (geen doelgroep)	6	9
Uitgescreend (niet goed ingevuld)	3	0
Gekwalificeerde deelnemers (netto steekproef)	97	60



Jeroen Hermans
jeroenhermans@ruigroknetaanel.nl



Sara de Groot
naamsara@ruigroknetaanel.nl

Ruigrok NetPanel / Silodam 1a, 1013 AL Amsterdam / 020-7820400 / info@ruigroknetaanel.nl / KvK 34135878 / btw 809001469B01 / Bank 659170264