Op basis van eigen SWOT analyse heeft de stuurgroep horeca van Oudenaarde volgende **prioritaire thema’s** geformuleerd:

* Communicatie
* Evenementen
* Terrasbeleid
* Veiligheid en overlast
* Samenwerking met toerisme

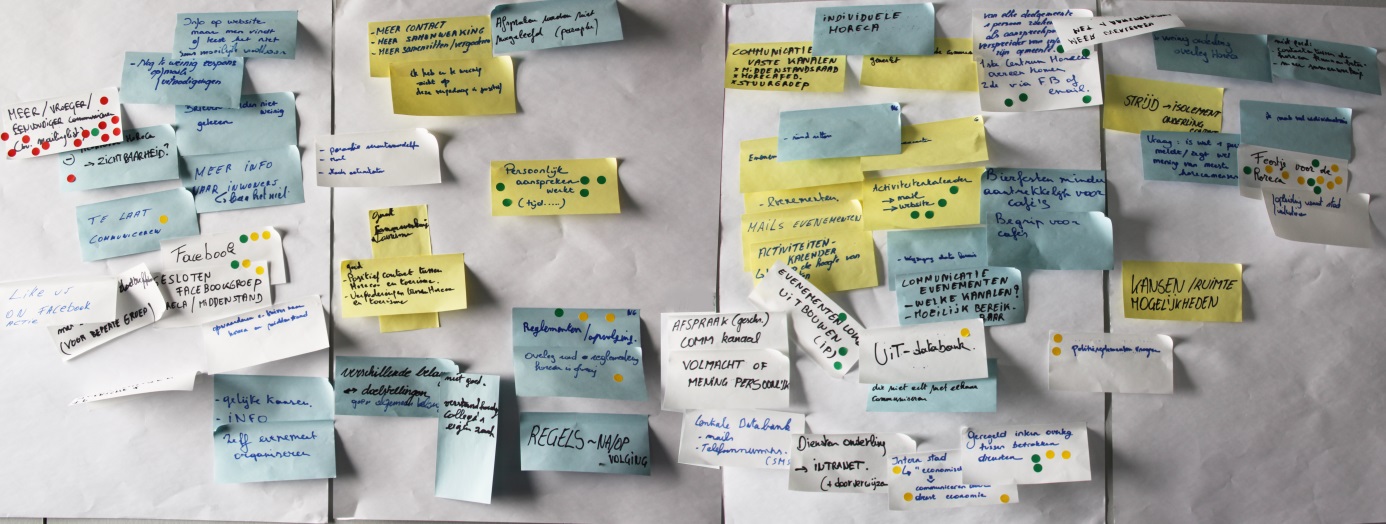
Deze thema’s worden verder uitgewerkt in werkgroepen. In deze werkgroepen gaan horeca en stad samen op zoek naar actiepunten, verbeterpunten en mogelijke initiatieven voor de toekomst.

Het hiernavolgend hoofdstuk bundelt de actiepunten uit de werkgroep Communicatie.

**1. Een database van de horeca**

**2. Overleg en informatie-uitwisseling tussen de stad en horeca**

* **Één aanspreekpunt voor de horeca**
* **Structureel overleg tussen horeca en stad**
* **Informatie-uitwisseling tussen horeca en stad**
* **Een “horeca-adviseur” op de diverse diensten**



*Foto werkgroep communicatie*

ACTIEPLAN

# 1 Een database van de horeca

## 1.1 Doelstelling van het bestand

Guidea adviseert a priori om werk te maken van een databestand met daarin alle horecaondernemingen op het grondgebied Oudenaarde, aangevuld met relevante gegevens.

Er moet eerst nog nagedacht worden naar wie Oudenaarde wenst te communiceren, hoe de gemeente deze groep wenst te bereiken en of ze wenst te segmenteren. Ook moet er bepaald worden of er eventuele extra info verzameld moet worden.

Wil de gemeente zijn communicatie en contact naar de horeca toe verbeteren, moet het een up to date en zo volledig mogelijk elektronisch bestand opbouwen van het horecalandschap in Oudenaarde.

In tweede instantie kan dit bestand ook op lange termijn helpen om intern deze data ook voor andere diensten ter beschikking te stellen/ invulbaar te maken. Denk maar aan aanvullende info ivm terrassen/vergunningen/evenementen.

Maar tevens moet dit bestand aangevuld worden per horecazaak hoe en of ze communicatie van de stad wensen te ontvangen: lid van gesloten facebookgroep/email/post/sms…

De stad wil op bepaalde momenten een communicatie kunnen voeren naar de horeca in zijn totaliteit of naar een deelsegment. Een gerichte communicatie werkt niet alleen kostenbesparend, maar verhoogt ook de efficiëntie. Op dit moment zijn echter de middelen niet aanwezig om naar geselecteerde doelgroepen van horecaondernemingen te communiceren. Nu wordt er een algemene nieuwsbrief verstuurd per email naar alle ondernemers vanuit de stad. Indien dit bijvoorbeeld vanuit een gekende persoon naar bijvoorbeeld enkel de horeca in de randgemeenten gestuurd zou worden, heeft deze email meer kans om gelezen te worden.

## 1.2 Welke gegevens komen in de database?

Deze database kan zo breed als gewenst opgebouwd worden (denk maar aan het verzamelen van gegevens als rechtspersoon, eigenaar gebouw, vergunningen, taksen,…). Echter in dit stadium denken we dat het belangrijker is om ‘snel’ een soort basisdatabase op te bouwen en zicht te hebben op hoe deze gecontacteerd wensen te worden. En pas later werk te maken van een database in de diepte.

### 1.2.1 Gegevens gelinkt aan de horecaonderneming

* Naam van de onderneming (het uithangbord)
* Naam en voornaam zaakvoerder
* Type onderneming
  + Eetgelegenheid
  + Drankgelegenheid
  + Slaapgelegenheid
  + Andere
* Nacebel-code
* Adres
  + Straat
  + Huisnummer
  + Bus
  + Postcode
  + Gemeente
* Contactgegevens
  + Telefoon
  + GSM
  + E-mail
* Website

Eventueel in tweede instantie ook:

* Vestigingsnummer
* Oppervlakte van de uitbating
  + Benutte oppervlakte
  + Publiek toegankelijke oppervlakte
* Terras
  + Ja of nee
  + Oppervlakte van het terras
* Capaciteit van de uitbating
  + Aantal m² per persoon
* Aantal werknemers (in aantal personen, niet in aantal voltijds equivalenten)
  + Geen
  + 1 tot 4
  + 5 tot 9
  + 10 tot 19
  + 20 tot 49
  + 50 of meer

### 1.2.2 Hoe wensen ze gecontacteerd te worden?

Indien de gemeente hen iets wenst te communiceren of te vragen, hoe wensen ze dan gecontacteerd te worden?

* Brief per post
* E-mail
* Facebook
* Twitter
* Sms
* Persoonlijk: via aanspreekpersoon, hetzij direct of via aanspreekpunt deelgemeente.
* Niet, ze wensen zelf regelmatig de aparte horeca-sectie van de website te bekijken
* Deel uitmaken van de gesloten facebookgroep

## 1.3 Samenstelling van de database

Om de opbouw van dit databestand tot een goed einde te brengen moet de stad in eerste instantie een verantwoordelijke of trekker van het project aanduiden.

Vervolgens moet in de stuurgroep horecabeleidsplan gekeken worden om het volledige traject te begeleiden.

Een eerste opdracht van deze stuurgroep zal alvast zijn om de diverse stappen in het traject te bepalen en een tijdschema op te stellen.

Het spreekt vanzelf dat een dergelijk project een aanzienlijke investering in mensen en middelen met zich meebrengt. Hier moet dan ook de nodige ruimte voor vrijgemaakt worden.

Idee kan zijn om een jobstudent tijdens de zomermaanden gericht op pad te sturen langsheen alle horecazaken om dit bestand op te bouwen.

## 1.4 Hoe kunnen de gegevens in de database up-to-date gehouden worden?

Het up-to-date houden van een database is een belangrijke uitdaging en moet op een systematische en consequente manier volgehouden worden. Een van de opdrachten van de stuurgroep van dit project is dan ook procedures uitwerken om de database up-to-date te houden.

Enkele mogelijke pistes hiervoor zijn:

* Jaarlijks een e-mail sturen naar de horecaondernemer met de vraag om zijn gegevens te controleren en, indien nodig, wijzigingen door te geven
* Als een ambtenaar een horecazaak bezoekt, de lijst met gegevens meenemen en samen met de zaakvoerder overlopen

## 1.5 Actiepunten

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actiepunt | Trekker | Overige actoren | Termijn | Prioriteit |
| Beslissing om een database op te bouwen | KMO consulente | Gemeentebestuur? | Kort | Hoog |
| Werkgroep samenstellen om te bepalen wat het doel is en wat er in moet (verplicht/optie/toekomst) | KMO consulente | Gemeentebestuur? | Kort | Hoog |
| Stappenplan en tijdstabel voor het project opstellen | KMO consulente | Werkgroep database | Kort | Hoog |
| Beheerder database aanstellen | KMO consulente | Werkgroep database | Kort | Midden |
| Komen tot een database met informatie over de horeca in Oudenaarde | KMO consulente | IT afdeling, … | Midden | Hoog |
| Procedures uitwerken om de database up-to-date te houden | KMO consulente | Werkgroep database | Midden | Hoog |

# 2 Overleg en Informatie-uitwisseling tussen de stad en horeca

## 2.1 Beleidsvisie

Informatie-uitwisseling van de stad naar de horeca is heel belangrijk. Dit komt uit de werkgroep communicatie naar voor als hét knelpunt.

Normaalgezien is communicatie een tweerichtingsverkeer en komt het aspect **overleg** als even noodzakelijk naar boven. Er kan nog veel verbeterd worden op dit vlak, te starten met een goede informatiedoorstroming van de stad naar de horeca toe.

We geven hieronder echter een iets andere volgorde aan de te nemen acties. Omdat we ervan overtuigd zijn, vanuit ervaring uit andere steden, dat dit een goed stappenplan kan zijn voor de stad Oudenaarde.

## 2.2 Beleidsacties

### 2.2.1 Eén aanspreekpunt voor de horeca

Om te komen tot een geïntegreerd horecabeleid is meer nodig dan het bepalen van strategische en operationele keuzes. Het is belangrijk dat zowel stad als horeca met elkaar willen samenwerken. Een randvoorwaarde bij een geïntegreerd horecabeleid is de aanwezigheid van één aanspreekpunt die hoofdzakelijk verantwoordelijk is voor de realisatie van het horecabeleidsplan.

De piste van horecacoach werd bekeken en kon helaas niet genomen worden. Er zou echter wel een centrummanager tegen het eind van 2015 aan het werk worden gezet. Via welke constructie deze functie zal ingevuld worden, moet nog bepaald worden. Tevens het takenpakket dat deze centrummanager zou kunnen vervullen moet nog bepaald worden.

Of deze functie zou uitgevoerd worden door de centrummanager of niet, het is wenselijk volgende taken in te vullen en vast te laten leggen:

Het bepalen van één centraal aanspreekpunt horeca die

- het persoonlijk contact is, met als doel horecaondernemers te stimuleren en betrekken binnen het stadsgebeuren

- fungeert als één documentatiepunt horeca, zowel vanuit de horeca, maar ook een bundeling van alle relevante info vanuit de stadsdiensten

- de coördinerende rol voor het uitwerken van dit horecabeleidsplan vervult

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actiepunt | Trekker | Overige actoren | Termijn | Prioriteit |
| Bepalen wie het centrale aanspreekpunt wordt voor de horeca | Stadsbestuur | Te bepalen | Midden | Hoog |
| Takenpakket en actiegebied van het aanspreekpunt bepalen | Stuurgroep horecabeleids-plan | Stadsbestuur, horeca | Midden | Hoog |
| (Een centrummanager aanwerven) | Stadsbestuur | PreventieDienst, PersoneelsDienst stad | Midden | Hoog |

### 2.2.2 Structureel overleg tussen horeca en stad

Structureel overleg moet in een overlegplatform gebeuren. Er is nu reeds een stuurgroep horeca samengesteld, maar dit zit nog niet ingebakken in een structuur of per thema en de randgemeenten zijn hier ook nog niet in opgenomen.

#### 2.2.2.1 Rol?

Het overlegplatform speelt een heel belangrijke rol. Het *volgt de voortgang van de beleidsacties op* en het is een plaats waar *overleg* wordt gepleegd over nieuwe beleidsmaatregelen.

Het platform mag niet de plaats zijn waar enkel informatie uitgewisseld wordt tussen beide partijen. Daadwerkelijk overleg en inspraak in het beleid mag niet vergeten worden.

Daarnaast is ook opvolging belangrijk. Als horeca en stad samen afspraken maken, dan is het voor de horecaondernemers belangrijk dat ze zien dat de zaken opgevolgd worden. Dat er iets gebeurt met hun voorstellen of agendapunten.

#### 2.2.2.2 Wanneer?

Er moet een platform gecreëerd worden dat regelmatig samenkomt. Stad en horeca zouden bijvoorbeeld driemaandelijks kunnen overleggen.

Eenmaal per jaar is er een algemene informatieve vergadering waarop alle horecaondernemers uitgenodigd zijn.

Natuurlijk kan het aanspreekpunt horeca, indien nodig, ad hoc een overlegmoment plannen om kort op de bal te kunnen spelen.

Het overlegplatform kan subplatformen of werkgroepen oprichten om bv. een terrasreglement op te maken of om samen een evenement te organiseren. De resultaten die uit deze subplatformen voortvloeien worden telkens teruggekoppeld naar het overlegplatform.

Verder wordt er ook gesproken over het aftoetsen en overleggen via een gesloten facebookgroep. Wat er voor de stad Oudenaarde het beste werkt zal pas al doende duidelijker worden.

#### 2.2.2.3 Wie?

Het aanspreekpunt nodigt telkens alle horecaondernemers uit. Toch is het belangrijk dat er een vaste kern horecaondernemers is die elk overlegmoment bijwoont. Dit zijn trekkers die bereid zijn voldoende tijd in het overleg te investeren en het actief willen opvolgen. We stellen voor dat dit volledig apart naast de huidige middenstandsraad opgesteld wordt.

We stellen voor dat een heterogene groep horecaondernemers op het overlegmoment aanwezig is. Dit betekent voldoende vertegenwoordigers uit de hotels, de restaurants en de drankgelegenheden. Daarnaast moeten ook voldoende horecaondernemers uit Oudenaarde centrum en de deelgemeenten van Oudenaarde aanwezig zijn. Ook de vaste horecakern moet zo heterogeen mogelijk samengesteld worden.

Afhankelijk van de agenda worden medewerkers van diverse stadsdiensten (bv. ruimtelijke ordening, algemene administratie, financiën…) uitgenodigd. Nu is de horecarelevante informatie verspreid over meerdere stadsdiensten. De stadsdiensten zijn onvoldoende op de hoogte van de werking van andere stadsdiensten. Door de betrokken stadsdiensten op het overleg uit te nodigen wordt er eigenlijk al onmiddellijk gewerkt aan een betere communicatie tussen de stadsdiensten.

Doel is om een goede doorstroming, afstemming te krijgen van de verschillende lopende projecten per afdeling.

#### 2.2.2.4 Waarover?

Oudenaardse horecaondernemers hebben nood aan overleg over diverse thema’s. Deze thema’s moeten nog verder bepaald worden. Voorbeelden van thema’s kunnen zijn:

* Terrasreglementering
* Toerisme
* Parkeerbeleid
* Evenementen
* Subsidies
* Veiligheid en overlast
* Citybranding
* Dienstverlening stadsbestuur
* …

Het aanspreekpunt maakt een verslag van het overlegplatform en stuurt het op naar de deelnemers. De belangrijkste punten uit het overleg worden meegenomen in de nieuwsbrief zodat alle horecaondernemers op de hoogte zijn.

#### 2.2.2.5 Actiepunten

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actiepunt | Trekker | Overige actoren | Termijn | Prioriteit |
| Opstarten gestructureerd overlegplatform | Diensthoofd toerisme en evenementen | Huidige stuurgroep | Kort | Hoog |
| Zorgen voor een evenredige verdeling binnen de horeca (hotels, restaurants, drinkgelegenheden, centrum, deelgemeenten) / opstellen vaste kern | Diensthoofd toerisme en evenementen | Huidige stuurgroep | Kort | Hoog |
| Agenda overlegplatform opstellen. Thema’s zoals gewijzigde regelgeving, activiteiten, evenementen, geplande werken, initiatieven om samen te werken… opnemen in de agenda van het overleg. | Diensthoofd toerisme en evenementen | Huidige stuurgroep | Kort | Hoog |
| Opvolgen agendapunten | Diensthoofd toerisme en evenementen | Aanspreekpunt | Midden | Hoog |
| Opvolgen subplatformen | Diensthoofd toerisme en evenementen | Aanspreekpunt | Midden | Midden |

### 2.2.3 Informatie-uitwisseling tussen horeca en stad

#### 2.2.3.1 Duidelijkheid

De stad moet erover waken om informatie over bv. vergunningen en attesten, starterformaliteiten, reglementen (bv. terrassen) duidelijk en eenvoudig naar de horecaondernemers te communiceren.

Soms is het niet duidelijk waarom regels zijn zoals ze zijn. Regels toelichten kan weerstand tegen reglementering wegwerken.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actiepunt | Trekker | Overige actoren | Termijn | Prioriteit |
| Erover waken dat de relevante stadsdiensten duidelijke informatie geven bij reglementswijzigingen | KMO consulent | Horeca-adviseurs van de relevante stadsdiensten | Kort | Hoog |

#### 2.2.3.2 Individueel contact

Het is niet eenvoudig om horecaondernemers te stimuleren om zich bij het gemeentebeleid te betrekken. Horecaondernemers zijn in de horeca gestapt om met *mensen* bezig te zijn. Individueel contact blijkt, ook in de andere gemeenten, het best te werken. Het aanspreekpunt moet sowieso regelmatig de diverse Oudenaardse horecazaken bezoeken.

De Dienst Toerisme zou regelmatig (bv. maandelijks) telefonisch contact moeten opnemen met de hotels. Zo kan de Dienst Toerisme de vinger aan de pols houden. De hotels geven bv. cijfers over de bezettingsgraad door. Deze informatie kan de Dienst Toerisme ook terugkoppelen naar het overlegplatform.

Belangrijk is ook zoals hierboven reeds werd aangegeven dat er ook in de deelgemeenten telkens één aanspreekpunt gezocht wordt die deze rol kan vervullen.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actiepunt | Trekker | Overige actoren | Termijn | Prioriteit |
| De horecaondernemers af en toe bezoeken. | Het aanspreekpunt | Reca | Kort | Midden |
| Regelmatig telefonisch contact met hoteliers | Dienst Toerisme | Hotels | Kort | Midden |

#### 2.2.3.3 Communicatiemiddelen op maat

Er zijn veel mogelijkheden om informatie vanuit de stad naar de horecaondernemers (én omgekeerd!) te verspreiden. Indien via de database een beeld gevormd is hoe, hoeveel en wie op welke manier gecontacteerd wenst te worden, kan er actie ondernomen worden.

Enkele keren per jaar wordt de te verspreiden specifieke horeca info gebundeld (of van de website pagina geplukt) en kan deze verspreid worden via:

* **Een elektronische nieuwsbrief** geschreven vanuit hun “gekende” aanspreekpunt.

Voordeel is dat je kan nagaan wie wel/niet deze nieuwsbrief geopend heeft en kan je hieruit leren voor bijkomende/latere actie

* Mensen die liever **een brief per post** ontvangen kunnen diezelfde nieuwsbrief zo ontvangen. In de werkgroep werd er het idee gelanceerd om met een herkenbaar kleur te gaan werken, zodat de brief opvalt tussen de andere post.
* Via sms met link naar de online nieuwsbrief

Communicatie rond de evenementen komt later aan bod in de werkgroep evenementen.

**De website** heeft 2 verbeterpunten:

VINDBAARHEID: Er kwamen opmerkingen vanuit de werkgroep dat deze moeilijk terug te vinden was. Een analyse via google analytics of via experten dringt zich aan. Hieruit kan geleerd worden of mensen de info terugvinden, lezen,… Pas dan kunnen verbeterpunten geformuleerd worden.

NIEUWIGHEDEN: Ook moet er iemand aangesteld worden om deze sectie in de website up to date te houden. Pas dan kan er via andere communicatiekanalen hier naartoe gelinkt worden. Zo kan er dan via facebook en/of twitter de link gelegd worden naar deze nieuwe info. Maar kan er bovendien een persoonlijke toets aan het bericht toegevoegd worden, wat het voor de volger aangenaam en persoonlijk maakt.

Communicatie rond de overlegplatformen/stuurgroepen moet sowieso een wisselwerking kunnen zijn. Een **gesloten facebookgroep** kan hier bijvoorbeeld een mogelijkheid zijn. Omdat leden hier actief en bewust instappen en dus ook meer geneigd zijn om hieraan te willen deelnemen. Iedereen krijgt de kans om hier deel van uit te maken. Maar de keuze ligt bij hen.

In deze groep kan bijvoorbeeld het verslag van het vorige overlegplatform gedeeld worden, het kondigt de agendapunten van het volgende overlegplatform aan en biedt de horecaondernemers de gelegenheid om zelf agendapunten voor te stellen.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actiepunt | Trekker | Overige actoren | Termijn | Prioriteit |
| Nieuwsbrief opstellen en verspreiden (elektronisch en per post) | KMO consulent | Later het aanspreekpunt | Kort | Hoog |
| Informatie verspreiden via de website en daarna via facebook en twitter | Diensthoofd toerisme en evenementen | Dienst toerisme | Kort | Hoog |
| De gesloten facebookgroep op regelmatige basis informeren en input vragen | Diensthoofd toerisme en evenementen | Stuurgroep | Kort | Hoog |

### 2.2.4 Een “horeca-adviseur” op de diverse diensten

Het kwam niet in de werkgroep naar boven, maar soms zal gespecialiseerde hulp nodig zijn van een bepaald departement om een dossier vlotter af te handelen. Dit kan bijvoorbeeld uitgevoerd worden door een medewerker van het stadsbestuur die bijzonder goed op de hoogte is.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actiepunt | Trekker | Overige actoren | Termijn | Prioriteit |
| Een horeca-adviseur bepalen op de diverse diensten waar horeca geregeld mee te maken heeft. | Het aanspreekpunt | Stadsbestuur | Midden | Midden |