



Vraagactivatie vanuit gemeenten richting ondernemers

Analyse van uitvraag panel Economie van de VNG

21 april 2026

Vereniging van Nederlandse Gemeenten

Nassaulaan 12
2514 JS Den Haag
070 373 83 93

economie@vng.nl

April 2026

1. Inleiding

Gemeenten zetten steeds vaker in op het actief ophalen en activeren van ondernemersvragen, maar lopen daarbij tegen duidelijke knelpunten aan. Dat blijkt uit de uitvraag van het Economiepanel van de VNG onder gemeenten en regionale partners over *vraagactivatie*.

Vraagactivatie is het proces waarbij de (latent aanwezige) behoefte en ondersteuningsvraag van mkb-ondernemers bewust gemaakt, opgehaald en gearticuleerd wordt, zodat publieke en private dienstverleners deze behoeften kunnen herkennen en daarop vraaggestuurde dienstverlening kunnen afstemmen. De manier waarop vraagactivatie wordt vormgegeven kan verschillen per gemeente.

De vragenlijst die aan gemeenten is voorgelegd bestond uit zowel gesloten als open vragen over:

- De huidige inrichting van vraagactivatie
- Praktijkervaringen en wat volgens respondenten werkt
- Cruciale processtappen richting een stevigere aanpak
- Belemmeringen voor verdere versterking
- Leerbehoeften en ondersteuningswensen

2. Algemeen beeld vanuit het panel Economie

De paneluitvraag laat zien dat gemeenten en regionale partners actief bezig zijn met vraagactivatie, maar dat de mate van professionalisering en borging sterk verschilt. Veel organisaties bevinden zich in een ontwikkelfase: er zijn veel initiatieven, maar deze zijn vaak nog persoonlijk, versnipperd of afhankelijk van individuele accountmanagers.

3. Wat gemeenten nu doen

De meest genoemde vormen van vraagactivatie zijn:

- Structureel accountmanagement en bedrijfsbezoeken
- Ondernemersbijeenkomsten en themasessies
- Toekomstgerichte ondernemersgesprekken
- Regionale samenwerking (bijvoorbeeld via gezamenlijke accountteams)
- Signalering en doorverwijzing binnen het regionale ecosysteem

Opvallend is dat een aanzienlijk deel van de respondenten aangeeft dat de aanpak nog voornamelijk reactief is, of dat vraagactivatie 'nog beperkt is ingericht'. Persoonlijk contact, één-op-één gesprekken of kleinschalige bijeenkomsten, wordt daarbij duidelijk effectiever gevonden dan grootschalige events.

4. Wat werkt volgens de praktijk?

Respondenten benadrukken dat er geen 'one size fits all' aanpak is. Wat wel breed wordt gedeeld:

- Vertrouwen en nabijheid zijn cruciaal: ondernemers willen een vast aanspreekpunt.
- Praktische en concrete insteek werkt beter dan abstracte of beleidsmatige benaderingen.
- Goede voorbeelden en storytelling (koplopers zichtbaar maken) helpen om andere ondernemers te activeren.
- Regionale netwerken en samenwerking vergroten bereik en effectiviteit, mits rollen helder zijn.

5. Belangrijkste knelpunten

De meest genoemde belemmeringen zijn:

- Gebrek aan capaciteit en middelen
- Onvoldoende (structurele) financiering
- Gebrek aan bestuurlijke prioriteit en borging
- Onvoldoende zicht op ondernemersbehoeften
- Ondernemers ervaren weinig urgentie

Met name kleinere gemeenten geven aan dat beperkte capaciteit het lastig maakt om vraagactivatie structureel vorm te geven en dat regionale samenwerking noodzakelijk, maar niet altijd vanzelfsprekend is.

6. Leerbehoeften

De leerbehoeften sluiten hier logisch op aan. De volgende vragen en wensen werden veel gedeeld:

- Hoe start je vraagactivatie regionaal op?
- Professionaliseringsslag in accountmanagement
- Gebruik van data, CRM en signaleringssystemen
- Ontwikkeling van gespreksformats, tools en instrumenten
- Bestuurlijke positionering en borging

7. Samenvattend:

Gemeenten zien het belang van vraagactivatie en hebben behoefte aan meer houvast, structuur en bestuurlijke steun om dit duurzaam en effectief in te richten.