

MKB Financieringspoort Limburg 2.0

Provincie Limburg en LIOF

Veel mkb'ers hebben behoefte aan ondersteuning bij financieringsvraagstukken en de voorbereiding van financieringsaanvragen. Het project MKB Financieringspoort Limburg 2.0 is gericht op het matchen van de financieringsvraag en het -aanbod. Een goede match verhoogt de slaagkans van een financieringsaanvraag. En maakt het voor de mkb'er mogelijk te investeren in nieuwe producten, diensten of processen waarmee hij zijn bedrijf kan laten groeien. MKB Financieringspoort Limburg startte in het voorjaar van 2016 en loopt tot 2020. Kort na de start van Financieringspoort is een wijziging in het programma doorgevoerd. Het gewijzigde programma wordt aangeduid met 2.0, het oorspronkelijke programma met 1.0.



Achtergrond en doel

In het oorspronkelijke programma (1.0), dat liep van 2016 tot midden 2018, was sprake van een trechterwerking, waarbij mkb'ers via algemene voorlichtingsbijeenkomsten, verdiepingsworkshops en individuele gesprekken werden toegeleid naar de voucherregeling. Om het project duidelijk te positioneren zijn bij aanvang ook verschillende promotie-acties ondernomen.

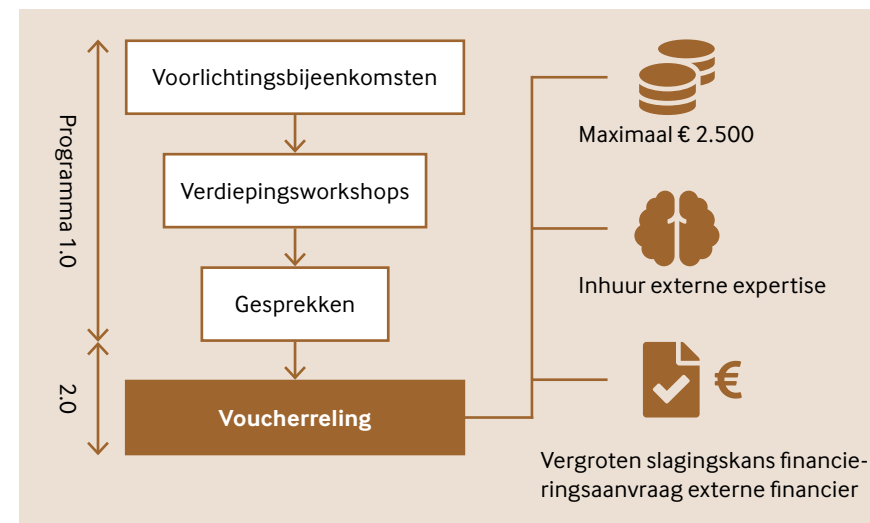
In de herziene aanpak (2.0), die vanaf midden 2018 in gang is gezet, worden geen voorlichtingsbijeenkomsten, events of verdiepingsworkshops meer georganiseerd. Men constateerde een zekere 'moehed' om bijeenkomsten te bezoeken waar min-of-meer dezelfde onderwerpen aan bod kwamen. Het was teveel aanbodgestuurd en te weinig vraaggericht. Ook een brede aanpak

voor het communiceren over en wegzetten van de voucherregeling bleek overbodig: het netwerk aan adviseurs en intermediaire organisaties, gecombineerd met reeds bestaande communicatiekanalen, bleek voldoende hecht te zijn om bekendheid over de regeling te genereren.



Aanpak

De activiteiten van MKB Financieringspoort Limburg 2.0 zijn erop gericht de mkb'er toe te leiden naar het voucherinstrument. Daarmee huurt de ondernemer externe expertise in om zijn businessplan en de financieringsaanvraag



op te stellen of aan te scherpen. Hiermee vergroot hij de slaagkans van zijn financieringsaanvraag bij externe financiers. De maximale bijdrage is 2.500 euro per voucher (50% van de kosten van de inzet van een extern financieel specialist, gemaximeerd).

Dat het voucherinstrument laagdrempelig is, wordt bevestigd door ondernemer Ward Massa van het bedrijf Stone Cycling, een bedrijf dat afval van bouwmaterialen gebruikt als grondstof voor nieuwe, duurzame bakstenen en tegels. Massa: "De hele procedure om tot de voucher-aanvraag te komen, duurde maximaal een halve dag. De voucher is een heel doeltreffende en praktische methode die in ons geval écht heeft bijgedragen aan de groei van ons bedrijf. Met de voucher hebben wij een financiële expert kunnen inhuren die met ons een aantal financiële modellen en prognoses heeft doorgerekend. Dat was de basis voor een gedegen financieringsaanvraag waarmee wij een particuliere investeerder konden aantrekken. Dat gecombineerd met een proof of concept lening bij LIOF gaf ons bedrijf een goede zet in de rug."

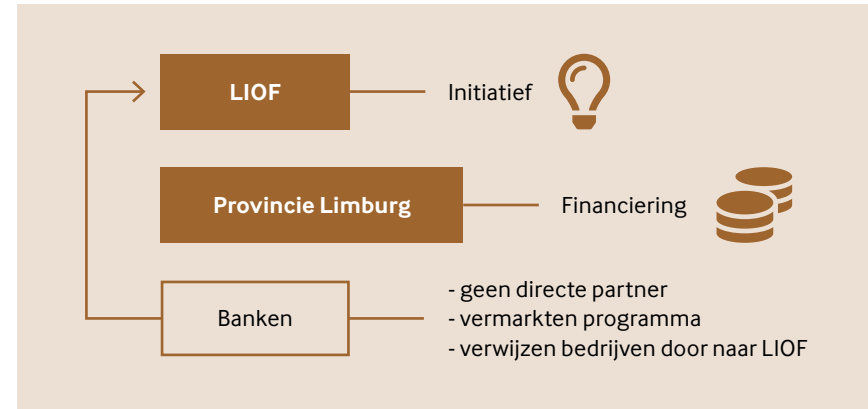


Betrokken partijen, looptijd en kosten

De provincie Limburg financiert het project. De initiatiefnemer is het Limburgs Instituut voor Ontwikkeling en Financiering (LIOF). De Kamer van Koophandel was alleen betrokken bij MKB Financieringspoort Limburg 1.0.

De banken zijn geen directe partner, maar helpen bij het vermarkten van het programma. Ook verwijzen zij bedrijven door naar het LIOF.

MKB Financieringspoort Limburg 1.0 kende een begroting van bijna 700.000 euro, waarvan 145.000 euro eigen bijdrage van de deelnemende mkb'ers.



MKB Financieringspoort Limburg 2.0 is begroot op bijna 270.000 euro, waarvan 87.500 euro eigen bijdrage van de deelnemende mkb'ers. In totaal worden er met MKB Financieringspoort Limburg 1.0 en 2.0 ruim honderd bedrijven geholpen (onder MKB Financieringspoort Limburg 1.0 zijn dit er 66 en onder MKB Financieringspoort Limburg 2.0 worden nog ongeveer 40 bedrijven geholpen).



Resultaat & impact

- MKB Financieringspoort Limburg 1.0 is inmiddels afgesloten en gedetailleerde resultaten zijn beschikbaar. Voor MKB Financieringspoort Limburg 2.0 kunnen nog geen gedetailleerde resultaten afgegeven worden.
- Voor de vouchers was onder MKB Financieringspoort Limburg 1.0 een bedrag van 145.000 euro beschikbaar. In totaal zijn 66 mkb'ers ondersteund met een voucher (gemiddeld werd een mkb-bedrijf dus voor bijna 2.200 euro per voucher ondersteund). Eén grote financiering (20 miljoen euro) buiten beschouwing latend, haalden deze mkb'ers voor 20,4 miljoen euro aan financiering (bancair, informal investors, LBDF-ontwikkelfonds, Participatiefonds LIOF, en andere financieringsbronnen) op voor hun inno-

vatie en/of groeiplannen¹, een bedrag dat nog steeds oploopt. Daarmee is tot op heden al een impactmultiplier van ruim 29 gegenereerd op de totale begroting van 700.000 euro. De meerderheid van de financiering (in aantal en omvang) is overigens buiten LIOF verkregen.

- Per februari 2019 zijn 60 van de 66 onder MKB Financieringspoort Limburg 1.0 toegekende vouchers afgerekend en een van de negen tot nog toe onder MKB Financieringspoort Limburg 2.0 toegekende vouchers. De eigen bijdrage van de bedrijven is daarbij gemiddeld hoger dan 50 procent; bovenop de vastgestelde totale voucherbijdragen van 127.88 euro dragen de betreffende mkb'ers 161.533 euro bij.
- Uit een enquête waaraan 32 bedrijven hebben deelgenomen blijkt dat de gemiddelde additionele werkgelegenheid 4,5 fte per bedrijf bedraagt. Daaruit kan de voorzichtige conclusie worden getrokken dat de circa honderd bedrijven die met de voucherregeling zijn of worden geholpen een additionele werkgelegenheid is en wordt gerealiseerd van circa 450 fte.



Lessen & inzichten

De programma's MKB Financieringspoort Limburg 1.0 en 2.0 hebben geleid tot de volgende lessen en inzichten:

- De huidige florerende economie leidt er niet vanzelfsprekend toe dat de kwaliteit en daarmee de slaagkans van de financieringsaanvragen van mkb'ers toeneemt. Voor het realiseren van hun groeiplannen blijft voor de meerderheid van mkb'ers externe financiering nodig. De externe financiers zijn tegelijk nog steeds onverminderd kritisch bij het toetsen van financieringsaanvragen van mkb'ers.
- In de toekomst wil het LIOF graag werken met een flexibel voucherbedrag. Dat geeft meer maatwerk naar de doelgroep.
- Met het programma MKB Financieringspoort Limburg 1.0 is het LIOF tot het inzicht gekomen dat de meerwaarde van het organiseren van groot-

schalige events en informatiebijeenkomsten gering is. In Limburg is een ondernemer met een financieringsvraag zelf goed in staat om de relevante informatie te vinden. Een randvoorwaarde hierbij is wel dat de regionale netwerken van intermediairs hecht zijn. In Limburg is dit het geval, maar in andere regio's van Nederland kan dat anders liggen.

- De intermediaire netwerken kunnen nog beter worden benut dan tot nu toe gebeurt.
- De laagdrempeligheid maakte de voucherregeling tot een succes. Voor het LIOF is dit een belangrijk signaal om niet te instrumenteel te denken.

¹ Dit bedrag is medio juli 2018 vastgesteld.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Bert de Wit, manager Business Development bij LIOF, bert.de.wit@liof.nl.

Financieringstafels

Brainport Network

Bedrijven melden zich voor financiering vaak als eerste bij banken. De banken kunnen deze financieringsaanvragen op basis van hun criteria afwijzen. In sommige gevallen betreft dit echter kansrijke bedrijven die goed in het ecosysteem van de regio passen. Met de Financieringstafels van Brainport Network¹ kunnen bedrijven die afgewezen worden in sommige gevallen tóch verder geholpen worden. Tijdens de Financieringstafels, die maandelijks bijeenkomen, worden oplossingen bedacht voor bedrijven die vastlopen in hun zoektocht naar geld. De Financieringstafels zijn gericht op groeifinanciering voor het mkb. Zo helpen ze innovatieve startups en doorgroeiers om hun ambities te realiseren. Er zijn drie Financieringstafels actief in respectievelijk de regio's Brainport Eindhoven (sinds 2015), Agrifood Capital ('s-Hertogenbosch, sinds 2016) en Midpoint Brabant (Tilburg, sinds begin 2017). Zo willen de Financieringstafels economische bedrijvigheid stimuleren en meer banen creëren in Zuidoost-Nederland. Eén van de betrokkenen over de Financieringstafels: "Met elkaar ondernemers helpen in Nederland, daar ligt de passie!"



Achtergrond en doel

De Financieringstafels willen een antwoord bieden op een probleem binnen het bedrijfsleven dat al geruime tijd speelt. Het wemelt in de maakindustrie,

¹ Brainport Network is een alliantie van zes triple-helix regio's en de provincies Noord-Brabant en Limburg, die tot doel heeft de economische ontwikkeling van Zuidoost-Nederland te versterken en belemmeringen hiervoor op te ruimen. Zie <https://www.brainportnetwork.nl/>

hightech en andere sectoren in Zuid-Nederland van startups en scale-ups met serieuze potenties, maar de praktijk laat zien dat ze de weg naar het benodigde kapitaal vaak niet weten te vinden. Deze 'mismatch' tussen vraag en aanbod remt de economische groei binnen Brainport Network af. De redenen daarvoor hangen onder andere samen met onbekendheid van ondernemers van de juiste financieringsinstrumenten en het grondig veranderde speelveld binnen de financiële wereld; het resultaat van de krediet- en schulden crisis van enkele jaren terug. Tegenwoordig lenen banken minder makkelijk geld uit, de wet verplicht hen ruimere buffers aan te houden. Onder meer in antwoord hierop doken de laatste tijd tal van kapitaalverschaffers op, zoals crowdfunding, *private equity*, *informal investors*, participatiemaatschappijen en kredietunies. Met als gevolg dat starters of doorgroeiers wel veel meer keus hebben, maar vaak door de bomen het bos niet meer zien. Bij welke kredietverlener moeten ze zijn, waar vinden ze een gewillig oor en wie helpt hen vooruit?



Aanpak

Het speciale aan de Financieringstafels is dat ze de formule van 'open innovatie' toepassen op financieel en economisch gebied: leden van de Financieringstafel brengen in alle openheid – binnen integriteitafspraken en gedragsregels – eigen klanten of relaties als case ter tafel (na akkoord van de betreffende onderneming). Ze geven advies en zetten daarvoor hun gezamenlijke netwerk in. Ook de samenwerking tussen de drie systeembanken is uniek.



Binnen de Financieringstafel wordt gekeken waar in financieel opzicht oplossingen liggen voor de startup of scale-up in ontwikkeling en wie van de partners dit kan oppikken. De financiële professionals bekijken vervolgens, multidisciplinair, wat de ondernemers verder kan helpen op de kapitaalmarkt.

Voor de Financieringstafel houdt de betrokkenheid echter niet op bij het geld; ze kijkt in de breedte naar de bedrijfsfase. Want soms is kapitaal niet het enige breekpunt. Het komt ook voor dat een businessplan niet goed genoeg is, dat er in een bedrijf (nog) onvoldoende ondernemerschap aanwezig is om de verwachtingen waar te maken of dat andere kwaliteiten ontbreken. De Financieringstafel kan starters en doorgroeiers ook op die onderdelen de weg wijzen.

De partijen aan de financieringstafels hebben een aantal gedragsregels opgesteld over hoe ze met elkaar omgaan. Door de banken mag bijvoorbeeld geen commercieel gevoelige informatie worden gedeeld en er dienen notulen van alle bijeenkomsten te worden gemaakt. Door inbreng van kapitaal, kennis en/of netwerk zorgen de partijen aan tafel ervoor dat het bedrijf verder wordt geholpen. De gedragsregels waarborgen dat het overleg voldoet aan de regels van het mededingingsrecht en compliance-richtlijnen van de banken.

Ellie Karssemakers van het bedrijf Wanderwatch is één van de ondernemers die pitchte aan de Financieringstafels. En met succes, want haar pitch leidde tot een mooi financieringsaanbod van één van de banken en als extraatje een filmpje dat de nodige exposure oplevert. Karssemakers: "Ik heb geleerd dat een bank toch net iets meer voor je kan betekenen dan ik had verwacht. Ik heb het traject als prettig ervaren. Men denkt oprecht mee en geeft duidelijk aan wat wel en niet tot de mogelijkheden behoort. Wel vind ik dat het initiatief mag worden verbreed met meer ruimte voor de financiering van risicokapitaal. Ik heb gemerkt dat de banken, maar ook de BOM, behoorlijk risico-avers zijn."

Voor Erwin van de Pasch van BioNatin BV was de pitch één van de 'mooiste vergaderingen van zijn leven': "Ik ging er met lood in de schoenen naar toe in de veronderstelling dat het wel weer niets zou worden." In de wereld zijn maar enkele bedrijven die doen wat wij doen dus ik had weinig vertrouwen dat ik de mensen aan tafel kon overtuigen. Maar met name RVO maakte zich ons probleem snel eigen en na een half uur waren onze grootste financiële problemen opgelost. Ik kreeg een AIL, een Aanvullende Innovatie Lening, van één van de banken en een leaseconstructie voor de aanschaf van een paar zeer dure machines. Ik was zeer aangenaam verrast over de aanpak."

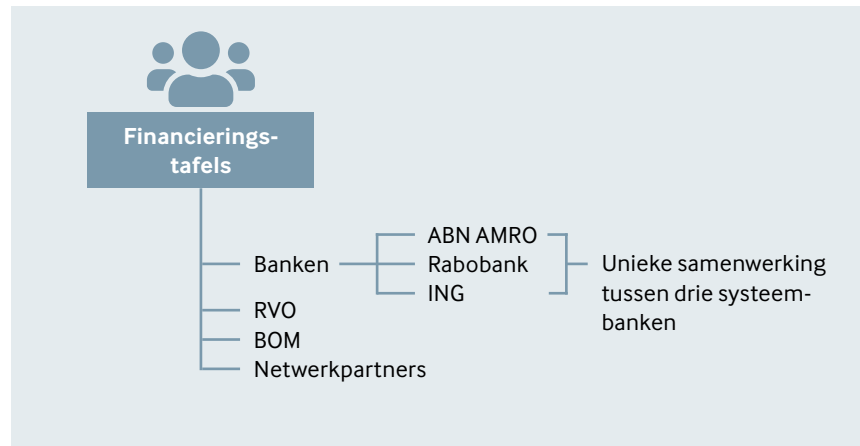


Betrokken partijen, looptijd en kosten

Vaste deelnemers in de Financieringstafels zijn de drie grote systeembanken (ABN AMRO, Rabobank en ING), de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) en de Brabantse Ontwikkelingsmaatschappij (BOM). Daarnaast heeft elke Financieringstafel zich versterkt met eigen netwerkpartners. Bij de Financieringstafel van Brainport Eindhoven is dat De Lage Landen (DLL). Bij de Financieringstafel van Midpoint Brabant schuift de gemeente Tilburg aan en bij de Financieringstafel van AgriFood Capital zijn dat Collin Crowdfund, NCB Participaties en het Bosch Investeringsfonds.

Het project startte in 2015 en kent geen einddatum. Het concept ontwikkelt continue door. Brainport Network is actief betrokken bij de landelijke uitrol van de regionale financieringstafels.

De kosten voor de organisatie van de Financieringstafels bestaan voornamelijk uit ureninzet van de betrokken organisaties. Zij zijn enkele uren per maand kwijt aan de voorbereiding en het bijwonen van de Financieringstafel en het opvolging geven aan gemaakte afspraken.



Resultaat & impact

- De Financieringstafels zijn laagdrempelig en praktisch georganiseerd met een sterke focus op het financieringsvraagstuk van de mkb'er. Deze praktische aanpak gecombineerd met de unieke samenwerking tussen de belangrijkste partijen op de kapitaalmarkt werpt regionaal zijn vruchten af en geeft energie: in 2017 zijn vanuit de Financieringstafels in Brainport Eindhoven, Midpoint Brabant (Tilburg) en AgriFood Capital ('s-Hertogenbosch), honderd bedrijven verder geholpen. Van die honderd bedrijven heeft ongeveer een derde financiering ontvangen (de gemiddelde financiering bedraagt 300.000 euro (enkele uitschieters naar boven niet meegerekend)), een derde is geholpen bij het aanscherpen van het bedrijfsplan en een derde is op andere wijze verder geholpen. Met een landelijke aanpak moet het mogelijk zijn op jaarbasis minimaal duizend mkb'ers verder te helpen.
- Wat de Financieringstafels voor ondernemers interessant maakt, is dat er heel veel kennis op één punt samenkomt. De Financieringstafels kunnen de ondernemer in contact brengen met kapitaalverleners, maar bieden ook een netwerk of knowhow omtrent bepaalde aspecten van de bedrijfsvoering aan.
- Het instrument 'regionale financieringstafels' is prominent opgenomen in het landelijke MKB-Actieplan en de MKB-Samenwerkingsagenda 2018/2019 van de Rijksoverheid. Regionale Financieringstafels worden door het ministerie van Economische Zaken en Klimaat en provincies samen met banken en andere financiers 'aangejaagd'.
- De deelnemers aan de Financieringstafels vinden het waardevol om bij elkaar te komen. Men leert elkaar steeds beter kennen. Dit leidt tot 'kortere lijntjes in de regio'.



Lessen & inzichten

- Voor het model bestaat ook elders in het land en bij het ministerie van Economische Zaken en Klimaat grote belangstelling. Het wordt gezien als een nieuw instrument om op regionale schaal financiële knelpunten voor beginnende ondernemers en scale-ups op te ruimen.
- Echter, in aanvulling op het vorige punt: de aanpak van de Financieringstafels is niet automatisch uit te rollen naar het bredere mkb. Voor goed functionerende Financieringstafels is het van belang goed te analyseren waarom een financieringsaanvraag wordt afgewezen. Soms heeft het met de kwaliteit van de aanvraag te maken of met bepaalde financieringsrisico's. Financieringstafels zijn niet automatisch de oplossing voor bedrijven wiens financieringsaanvraag bij de bank is afgewezen. Om die reden adviseren betrokkenen dat de Financieringstafels niet rechtstreeks benaderbaar moeten zijn door bedrijven. Hierdoor kan de druk op de Financieringstafels te groot worden.
- Het is uniek dat drie grote banken zich gezamenlijk over elkaars bedrijfs-cases buigen om te kijken met welke financiële oplossing een bepaalde onderneming het meest gebaat is. Deze banken en andere partners in de Financieringstafel zetten voor deze gelegenheid bewust hun 'regio-pet' op. De kracht van de eigen regionale economie staat centraal. Daar komen slimme ideeën uit voort, want de partners vertrouwen elkaar en stappen over hun eigen schaduw heen.
- Vertrouwen is het belangrijkste criterium om een ondernemer wel of geen krediet te verstrekken vanuit de Financieringstafels Brainport Network; hebben de deelnemers aan de Financieringstafel het vertrouwen dat de ondernemer wil en kan terugbetalen?
- Voor ondernemers zijn de Financieringstafels een vooruitgang, omdat er nu een gezamenlijk loket is waar ze kunnen pitchen. Overigens zaten de ondernemers bij de start van de Financieringstafels zelf niet aan tafel. Er werd gesproken óver de ondernemers, maar niet mét de ondernemers. Daar is men van afgestapt, omdat al snel het inzicht ontstond dat het nood-

zakelijk was om de ondernemer aan tafel te hebben.

- De rol van de voorzitter aan de Financieringstafel is vrij bepalend voor het succes ervan. Een goede voorzitter is in staat de deelnemers aan tafel te enthousiasmeren, de juiste dynamiek aan tafel te creëren en er elke maand weer een interessante bijeenkomst van te maken, waar de deelnemers graag naar toe komen.
- Veel van de kennis aan de Financieringstafels sluit aan bij het economisch profiel van de regio. Voor startende bedrijven is dat handig om te weten. Zo beschikt 'Eindhoven' over een internationaal gereputeerde hightech sector. De prioriteiten van de regio Midden-Brabant zijn: smart industries, logistiek en leisure. Agrifood Capital is vanouds sterk in food, agro-business (R&D, farmacie, processing en handel) en retail.
- De drie Financieringstafels hanteren een eigen financiële bandbreedte. Bij de Financieringstafel in Eindhoven liggen de bedragen tussen de honderdduizend en tien miljoen euro. Bij Agrifood Capital en Midpoint Brabant gaat het in hoofdzaak om investeringen tussen honderdduizend en een miljoen euro.
- Een sterk punt van de Financieringstafels is dat ze volstrekt onafhankelijk zijn. Daarmee wordt bedoeld dat de deelnemers aan tafel hun eigen, commerciële belangen opzij schuiven ten gunste van het gezamenlijke, regionale belang en het belang van de ondernemers die een financieringsbehoefte hebben. Dat vraagt om 100 procent vertrouwen in elkaar.
- Bij RVO is de verwachting dat in de toekomst een verschuiving gaat optreden van het subsidie-instrumentarium (ondernemer hoeft niet terug te betalen) naar leningen en revolverende fondsen (ondernemer betaalt wel terug). De (regionale) Financieringstafels horen bij de tweede categorie.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Carina Tielemans, programmaleider Brainport Network Capital, c.tielemans@brainportnetwork.nl

Topcentrum E-commerce

Regio Zwolle

Topcentrum E-commerce is een publiek-private samenwerking tussen onderwijs, bedrijfsleven en overheden om de positie van E-commerce in de regio Zwolle op de kaart te zetten. E-commerce gaat verder dan handel drijven via het internet. Het betreft de verbinding tussen online en offline zakendoen, waarbij ICT slechts één van de onderdelen is. E-commerce is de route die de klant in zijn besteltraject doorloopt. Zo zijn marketing, IT, sales en logistiek allemaal een toevoegde waarde in dit hele traject. Aangezien dit een interdisciplinaire branche is, heeft Topcentrum E-commerce het doel gesteld om het onderwijs in de regio Zwolle zo goed mogelijk aansluiting te laten vinden bij de e-commerce branche. Door nauwe samenwerking tussen e-commerce bedrijven, onderwijsinstellingen en overheden, wordt er een betere aansluiting gerealiseerd tussen de vraag van bedrijven en het aanbod van studenten die door de scholen in de regio worden afgeleverd. Uitwisseling van kennis, afstemming van wensen, het realiseren van stageplaatsen en het organiseren van evenementen zijn onderdeel van de samenwerking tussen de partijen.



Achtergrond en doel

Het initiatief voor Topcentrum E-commerce kwam 2016 van ondernemer Johan Keurentjes van De Nieuwe Zaak. Vanuit zijn betrokkenheid bij veel e-commercebedrijven in de regio bleek dat de hoeveelheid beschikbare arbeidskrachten een probleem was. Met hulp van Kennispoort Zwolle zijn onderwijsinstellingen, bedrijven en overheden bij elkaar gebracht om onderwijs en bedrijfsleven beter op elkaar te laten aansluiten.

Uit onderzoek van de Economic Board van de regio Zwolle is gebleken dat E-commercebedrijven veel moeite hebben om voldoende personeel te vinden. Als dat personeel al wordt gevonden, zijn de kwalificaties vaak onvoldoende om direct in de e-commercebranche aan de slag te gaan. Naar schatting zijn er bij de aan Topcentrum E-commerce verbonden bedrijven (32) de komende jaren gemiddeld tussen de vijf en tien nieuwe goed opgeleide medewerkers nodig om te blijven ontwikkelen en aan de klantvraag te kunnen voldoen. Uit het onderzoek bleek ook dat het kennisniveau en de vaardigheden van de jongeren die van school afkomen onvoldoende waren om projectmatig met de verschillende disciplines om te kunnen gaan

De overkoepelende doelstelling van Topcentrum E-commerce is om de Regio Zwolle in 2020 leidend te laten zijn op het thema e-commerce. De volgende concrete doelen zijn opgesteld om dit hoofddoel te realiseren:

- Minimaal 150 goed opgeleide studenten die een blikveld hebben dat breed genoeg is om in de e-commerce branche te werken;
- Minimaal 120 werknemers die worden bijgeschoold om in de e-commerce branche te kunnen werken;
- Minimaal 40 e-commerce bedrijven actief laten meedenken en deelnemen in de continue vernieuwing van het onderwijsaanbod en kennisdeling in het netwerk van bedrijven;
- Een structurele samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven te hebben gerealiseerd;
- Deelnemende bedrijven de mogelijkheid bieden om talenten te ontmoeten, de studenten werkervaring op te laten doen en die studenten te

enthousiasmeren om mogelijk in de toekomst als nieuwe werknemer aan de slag te gaan.

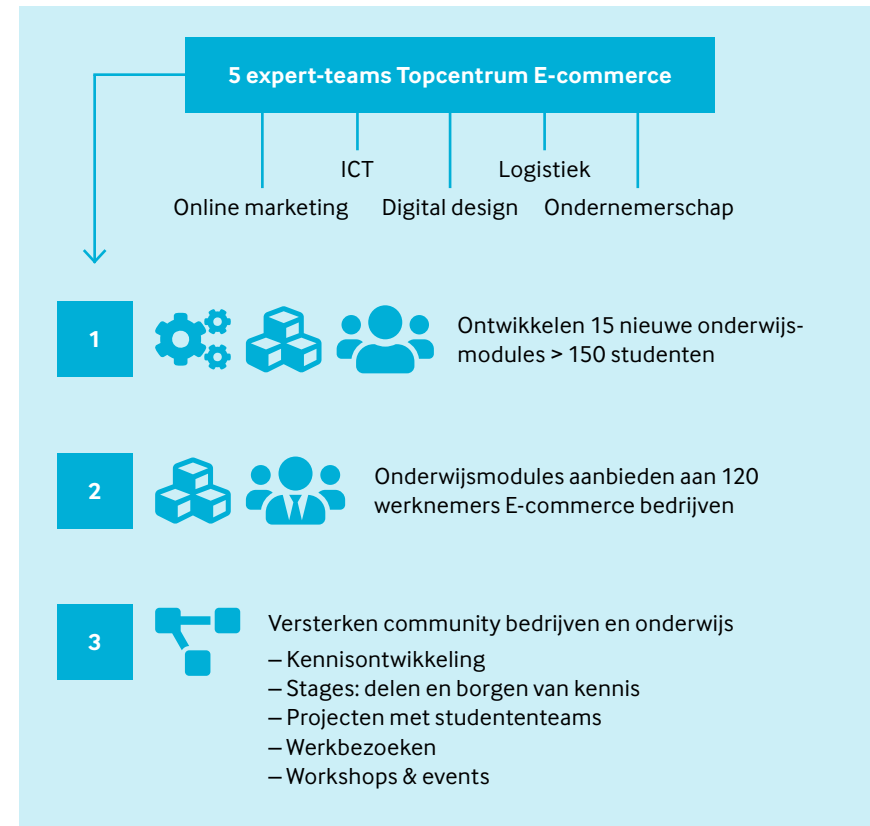
Aanpak

De aanpak van Topcentrum E-commerce bestaat uit drie pijlers.

1. Het ontwikkelen van vijftien nieuwe onderwijsmodules die minimaal 150 studenten relevant opleiden voor de e-commerce sector. De onderwijsinstellingen ontwikkelen samen met de betrokken e-commerce bedrijven nieuwe onderwijsmodules.
2. Leven Lang Leren. Het commercieel aanbieden van deze onderwijsmodules aan 120 bestaande werknemers van e-commerce bedrijven uit de regio en daarbuiten.
3. Het versterken van de community van bedrijven en onderwijsinstellingen gericht op kennisontwikkeling, -deling en borging door stages, projecten met studententeams, werkbezoeken, workshops en events. Hierbij is het doel om een duurzaam netwerk van veertig bedrijven te hebben.

Binnen het Topcentrum wordt gewerkt met vijf expertteams: online marketing, ICT, *digital design*, logistiek en ondernemerschap. In ieder expertteam wordt lesmateriaal ontwikkeld en periodiek geactualiseerd ten behoeve van de e-commerce opleidingen in de regio.

Het project staat niet op zichzelf, maar is onderdeel van een meerjarig programma van Kennispoort, onderwijsinstellingen en bedrijven om de economische structuur en aantrekkingskracht van de regio Zwolle te versterken. Deelnemende bedrijven hebben, afhankelijk van hun bijdrage, toegang tot (relevant opgeleide) studenten en krijgen de mogelijkheid om talenten te ontmoeten, werkervaring met hen op te doen en als toekomstige werknemer te enthousiasmeren.



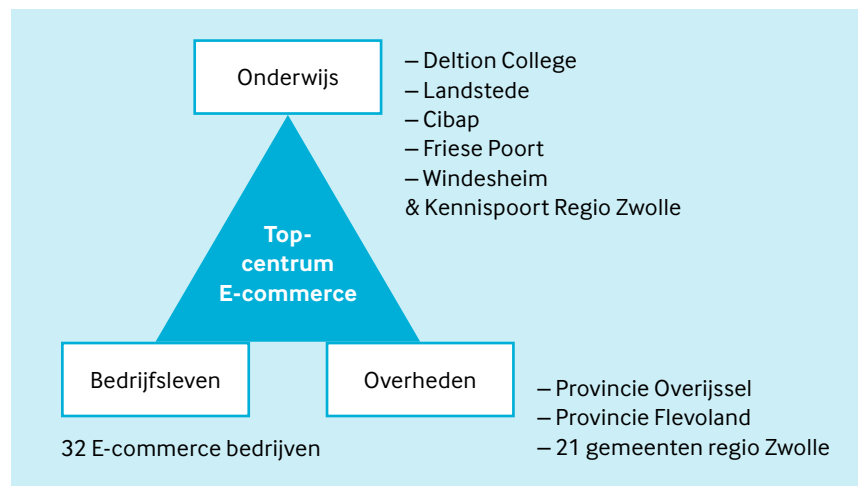
De continuïteit wordt geborgd door de ontwikkelde onderwijsmodules tegen betaling aan te bieden voor werknemers in de groeiende community (cluster) van bedrijven binnen en buiten de regio.



Betrokken partijen, looptijd en kosten

Topcentrum E-commerce is een publiek-private samenwerking tussen de volgende partijen in de regio Zwolle: 32 e-commerce bedrijven, vijf onderwijsinstellingen (het Deltion College, Landstede, Cibap, Friese Poort en Windesheim), Kennispoort Regio Zwolle, Provincie Overijssel, provincie Flevoland en de 21 gemeenten van Regio Zwolle.

Het project wordt geleid door een stuurgroep waarin elk van de ondertekenaars van de samenwerkingsovereenkomst zitting heeft. Deze stuurgroep bewaakt de financiële voortgang en inhoudelijke samenhang tussen de projecten. Onder de stuurgroep zitten de projectleider en de clustermanager. Eerstgenoemde is verantwoordelijk voor de uitvoering, het behalen van doelstellingen, de doelmatigheid van de activiteiten en de verantwoording. De focus ligt daarbij vooral op het onderwijs. Laatstgenoemde richt zich meer op de e-commerce bedrijven. Hieronder valt het scouten, werven en screenen van bedrijven, het organiseren van evenementen, de branding en de organisatie van de helpdesk.



Topcentrum E-commerce kent een looptijd van 2016 tot 2020. In 2020 loopt de Regionaal Investeringsfonds (RIF) MBO subsidie voor het project af. Het project is begroot op een bedrag van 2.044.054 euro. Daarvan is 680.510 euro afkomstig van een RIF MBO subsidie, het overige deel (1.363.544 euro) wordt door de betrokken partijen door middel van cofinanciering gerealiseerd. Iedere partij die betrokken is bij Topcentrum E-commerce draagt eraan bij.

Aangezien het project voor een deel rust op een RIF MBO-subsidie is het de uitdaging voor Topcentrum E-commerce om de continuïteit na de looptijd te garanderen. Daarom is men nu al druk bezig met zoeken naar mogelijkheden om zelfstandig door te kunnen gaan. Mogelijke verdienmodellen zijn: vacaturebank, waar een niet-deelnemend bedrijf tegen betaling kan aansluiten, online-opleiding, lidmaatschap voor nieuwe leden, vergoedingen om aan bijeenkomsten deel te kunnen nemen als bedrijf. Met invoering van dergelijke middelen lijkt de continuïteit daarmee gewaarborgd.



Resultaat & impact

Topcentrum E-commerce heeft als overkoepelend doel om de regio als e-commerce gebied op de kaart te zetten. Door de verbinding tussen onderwijs, bedrijfsleven en overheid aan te gaan lijkt dit goed te lukken. Niet alleen de huidige gevestigde bedrijven kunnen zo doorgroeien, ook voor bedrijven buiten de regio wordt Zwolle een interessante vestigingsregio waar voldoende personeel beschikbaar is.

Het kennisniveau van studenten was enkele jaren geleden ver ondermaats maar is inmiddels goed op niveau. Het is nu gewenst om de continuïteit te garanderen en de hoeveelheid studenten te verhogen.

Er zijn een aantal resultaten geboekt die Topcentrum E-commerce zich ten doel heeft gesteld. Allereerst zijn er nieuwe opleidingen gerealiseerd, zoals een e-commerce manager opleiding (als BBL traject), een BOL opleiding in

e-commerce, een minor die actief wordt gevoed door e-commerce bedrijven en diverse evenementen, workshops en bijeenkomsten over e-commerce die goed worden bezocht.

Ricardo van den Burg van Cameranu.nl stelt dat het zoeken van samenwerking in de regio essentieel is: "De e-commerce branche is wezenlijk anders omdat het over de bestaande grenzen van functies heen gaat. Een e-commerce specialist kan met zaken als communicatie, marketing en IT omgaan en hiertussen snel schakelen. Het bevindt zich op het snijvlak van alles wat bij een webwinkel komt kijken. Daar is aansluiting vanuit het onderwijs essentieel bij, omdat er voorheen de nodige kennis ontbrak op het moment dat een afgestudeerde bij ons binnenkwam."

Johan Keurentjes is als initiatiefnemer en actief betrokken ondernemer erg blij dat Topcentrum E-commerce nu een begrip is in de Regio Zwolle. "Het kost veel tijd om een dergelijke samenwerking op te zetten, zeker omdat het aftasten is hoeveel input iedere betrokkene levert en wat hij kan verwachten qua opbrengst. Dat is inmiddels verworpen tot een goed lopende organisatie. Het is dan ook veelzeggend dat we waarschijnlijk nu al na 2020 doorkunnen met Topcentrum E-commerce."



Lessen & inzichten

- Het is gebleken dat het lang duurt voordat het onderwijs de gewenste aanpassingen heeft gemaakt, zeker om de aansluiting bij de e-commerce branche te blijven vinden. Door niet alleen naar opleidingen te kijken, maar ook het bredere aanbod aan activiteiten hoopt men deze zwakte zoveel mogelijk te kunnen aanvullen.
- Het is belangrijk dat betrokken bedrijven niet alleen maar komen halen, maar ook zelf hun bijdrage leveren. Roepen dat de aansluiting tussen onderwijs en bedrijven niet volstaat is daarbij niet voldoende, een actieve bijdrage is noodzakelijk. Daarom zijn bedrijven zowel financieel als in uren geëngageerd.
- Het is van belang dat er een goede verhouding is tussen de hoeveelheid tijd die er in het project wordt gestoken. Iedereen heeft natuurlijk eigen belangen, maar dit zou in goede verhouding moeten staan met de gemeenschappelijke belangen.
- De samenkomst van belangen zorgt voor de gewenste resultaten omdat de deelnemende partijen inmiddels dezelfde taal spreken en een gemeenschappelijk belang hebben.
- Het is zandingswerk om iedere docent aan de hand mee te nemen om hem of haar te laten ervaren wat e-commerce is en wat het kan betekenen voor de eigen les.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Erik Brunekreef, Clustermanager Topcentrum E-Commerce, 06 - 47 51 20 06 / 038 - 202 20 20, erik@topcentrum.nl
Zie ook: www.topcentrum.nl

MKB Werkt!

MKB Eindhoven

MKB Werkt! is een arbeidsmarktprogramma dat sinds 2014 middels een vraaggerichte aanpak het mkb in de regio Eindhoven ondersteunt bij het vervullen van de personeelsbehoefte. Het is een initiatief van MKB Eindhoven en een aanpak voor en door werkgevers. Centraal staat het Vacaturecafé, een driemaandelijke, laagdrempelige bijeenkomst waar werkgevers en werkzoekenden elkaar ontmoeten. Hier vinden ook praktische workshops voor werkzoekenden plaats. Belangrijk uitgangspunt van de aanpak van MKB Werkt! is dat de ontmoeting tussen werkgevers en werkzoekenden voorop staat, niet het matchen op basis van een cv. Dit maakt de aanpak uniek en onderscheidend ten opzichte van instanties die vooraf proberen hun werkzoekenden op de vacatures van de werkgevers te matchen.



Achtergrond en doel

Het programma startte vanuit de observatie dat mkb-bedrijven in de regio Eindhoven moeilijkheden ondervonden in het werven van personeel. De aanpak is opgezet in 2014 met behulp van subsidie van het Instituut Gak. Ondernemersnetwerk MKB Eindhoven nam destijds waar dat het bestaande instrumentarium vanuit overheden ontoereikend was om goed in de personeelsvraag van mkb-bedrijven te voorzien.

Hier waren ruwweg drie redenen voor:

1. Het arbeidsmarktbeleid in de regio was overwegend aanbodgericht. Het naar werk begeleiden van groepen met een afstand tot de arbeidsmarkt

stond centraal. Er was echter weinig aandacht voor de wensen van werkgevers en de vacatures die zij hadden.

2. Het beleid was in de praktijk gericht op grotere bedrijven, en maar weinig op mkb-bedrijven. Voor instanties die werkzoekenden in opdracht van de overheid naar werk begeleiden, is contact met grote werkgevers efficiënt, omdat grote bedrijven relatief veel vacatures hebben en daardoor grote aantallen werknemers kunnen wegzetten. Het kost de instanties naar verhouding meer werk om het mkb te bedienen. Bekend is echter dat het mkb duurzamer plaatst, zodat een intensievere aanpak wel loont op de langere duur. Dat vereist echter dat vanuit de instanties meer vanuit doelen op de lange termijn gehandeld wordt dan momenteel het geval is. De dynamiek die ontstond tussen instanties en grote werkgevers plaatste mkb-bedrijven op een achterstand in de zoektocht naar personeel.
3. Veel mkb-bedrijven waren onbekend met het arbeidsmarktbeleid van gemeenten ten behoeve van specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld statushouders, ouderen, jongeren) en de mogelijkheden van subsidiëring.

Om deze redenen wilde MKB Eindhoven een aanpak opzetten die de vraag van mkb-bedrijven centraal stelt. Het doel is om in de personeelsvraag van ondernemers te voorzien. Dat gebeurt door werkgevers met vacatures en werkzoekenden bij elkaar te brengen. In het werkzoekendenbestand van MKB Werkt! zijn alle werkzoekenden opgenomen met wie in contact is gekomen, zonder onderscheid te maken tussen verschillende doelgroepen. MKB Werkt! is niet afhankelijk van aanmeldingen via UWV en gemeenten; werkzoekenden melden zich zelf aan.