

SMB KNAPT OP

BIJLAGEN

*Jenneke Heiblom
Studente Communicatie Management
Fontys Hogescholen te Eindhoven, leerjaar 4.
Leerlingnummer: 237166
Datum: 13-01-2015*

*Begeleid door:
Berly Walraven – Fontys Hogescholen
Jan Rutten en Louis Linders – ERAC B.V.*

*Opdracht:
Individueel onderzoek – Afstudeerscriptie
Organisatie:
SMB Investeringsfonds – ERAC B.V.*

Inhoudsopgave

12.	Bijlagen	5
12.1	Interviewvragen	5
12.2	Uitwerkingen interviews & gesprekken	7
12.3	Veldonderzoek	23
12.4	Interviews Intermediairs	26
13.	Begrippen	35

12. Bijlagen

12.1 Interviewvragen

Ondernemers

Persoonlijke gegevens

De respondent iets laten vertellen over de onderneming/het pand en zichzelf.

Wat heeft u voor bedrijf?

Hoe lang bent u hier al gevestigd?

Is het pand van u zelf?

1. Via welke middelen maakt u reclame voor uw onderneming?
Zijn dat ook de middelen waardoor u zelf bereikt zou willen worden?
Bent u zelf ook op die kanalen te vinden?

Algemeen:

2. Heeft u verbouwingsplannen?
Zo ja, wat voor plannen zijn dat?
Indien nee, wat is daar de reden van?
Hoeveel wilt u daar zelf maximaal aan bijdragen qua investering aan een eventuele verbouwing?
3. Heeft u wel eens aan subsidie gedacht ter ondersteuning van de verbouwing van uw pand?
Indien ja, waarom heeft u daar (nog) geen gebruik van gemaakt?
Indien nee, wat is daar de reden van?

Bekend met SMB

4. Heeft u wel eens gehoord van het SMB investeringsfonds?
Op welke manier heeft u ervan gehoord?
Heeft u er zelf ervaring mee?
Op welke manier?

Beeld bij SMB

5. Wat is uw algemene beeld bij het SMB Investeringsfonds?
Hoe heeft dit beeld zich gevormd?
Op welke manier wordt u het liefst door het SMB investeringsfonds benaderd?

Pandeigenaren

Persoonlijke gegevens

De respondent iets laten vertellen over het pand en zichzelf.

Heeft u meerdere panden in bezit?

Leegstaand of verhuurd?

Hoe lang bent u hier al eigenaar?

1. Maakt u reclame voor uw pand?

Via welke middelen maakt u reclame voor uw pand?

Zijn dat ook de middelen waardoor u zelf bereikt zou willen worden?

Bent u zelf ook op die kanalen te vinden?

Algemeen:

2. Heeft u verbouwingsplannen?

Zo ja, wat voor plannen zijn dat?

Indien nee, wat is daar de reden van?

Hoeveel wilt u daar zelf maximaal aan bijdragen qua investering aan een eventuele verbouwing?

3. Heeft u wel eens aan subsidie gedacht ter ondersteuning van de verbouwing van uw pand?

Indien ja, waarom heeft u daar (nog) geen gebruik van gemaakt?

Indien nee, wat is daar de reden van?

Bekend met SMB

4. Heeft u wel eens gehoord van het SMB investeringsfonds?

Op welke manier heeft u ervan gehoord?

Heeft u er zelf ervaring mee?

Op welke manier?

Beeld bij SMB

5. Wat is uw algemene beeld bij het SMB Investeringsfonds?

Hoe heeft dit beeld zich gevormd?

Op welke manier wordt u het liefst door het SMB investeringsfonds benaderd?

12.2 Uitwerkingen interviews & gesprekken

De uitwerkingen van alle interviews zijn gemaakt op basis van audio-opnames die tijdens het interview gemaakt zijn.

Gesprek Theo van de Laar, Voorzitter van de Federatie Ondernemersverenigingen Eindhoven
Bron: Aantekeningen van het gesprek

In het gesprek is met Theo besproken wat de mogelijkheden zijn om ondernemersverenigingen en ondernemers in Eindhoven te benaderen. Ook is met hem besproken welke personen het beste benaderd kunnen worden in kader van het onderzoek.

Theo heeft allereerst wat informatie over de FOE gegeven. De FOE is in 1981 opgericht vanuit het KNOV. Het KNOV is nu MKB Eindhoven. Zij hadden plaatselijk afdelingen met individuele leden, en de organisatie is opgericht om een samenwerking te hebben tussen winkelcentra en winkeliers onderling. De FOE heeft tussen de 20-25 leden, van iedere ondernemersvereniging in Eindhoven zit zo'n beetje iemand bij de FOE.

Het bestuur van de FOE bestaat uit een vertegenwoordiger uit de volgende stadsdelen:

- Binnenstad
- Winkelcentrum Woensel
- Kruisstraat/Woenselse markt
- Tongelre/Winkelcentrum Haagdijk
- Gestel/Winkelcentrum Kastelenplein
- Strijp/Trudoplein
- Stratum/Boulevard-Zuid

De FOE bestaat uit een voorzitter, een secretaris en een penningmeester. De FOE heeft als doel om problemen op te lossen tussen de ondernemers en het gemeentebestuur. Dit kunnen zaken zijn als uitbreiding van bepaalde gebieden of winkels, of concurrentievervalsing. Twee keer per jaar hebben ze een gesprek met de wethouder van economische zaken over de actualiteiten die spelen in de stad. Daarnaast houden zij nog één keer per jaar een vergadering voor alle ondernemers.

Daarnaast vertelde Theo over het ontstaan van het SMB. De stichting is opgericht door de gemeente en de kamer van koophandel om ondernemers te helpen aan huisvesting en wat minder commerciële bedrijven aan te trekken. Deze functie besloten zij na een aantal jaar niet meer voort te zetten en een nieuw doel te creëren. De panden die in bezit waren van het SMB werden verkocht en met die winst werd een potje gecreëerd om ondernemers een steuntje in de rug te bieden bij de ontwikkeling. Daarmee wilden zij twee dingen bereiken;

- Locaties die gezond zijn en een toekomst hebben, helpen. Locaties die potentie hebben om een goede leefbaarheid en een goed aanzicht voor de buitenwereld te creëren, komen in aanmerking voor de regeling.
- Gezicht van een centrum is hetgeen dat je ziet, met deze regeling wilden zij dat gezicht zo goed mogelijk voor de dag laten komen.

In 1977 besloot de Kamer van Koophandel zich terug te trekken. Er waren op dat moment 42 KvK's. Het ministerie besloot dat het tijd werd om te bezuinigen en de taken van de KvK terug te brengen. Hierdoor werd besloten dat de organisatie van het SMB niet langer bij de KvK zou liggen, omdat dat geen toegevoegde waarde had. De gemeente Eindhoven ging op zoek naar een nieuwe partner. De

FOE was daarna de meest voor de hand liggende partner, omdat deze veel praktischer was dan de KvK. Het enige dat de KvK als taak overhield was het goedkeuren van het jaarverslag.

Volgens Theo heeft het SMB een behoorlijke bekendheid bij de doelgroep. Hij denkt dat mede door een voorlichting van het SMB het interessant kan zijn voor de ondernemers om er eens verder naar te kijken. Qua middelen die er in gezet kunnen worden denkt hij zelf aan een reclame spotje op de lokale zender, of een advertentie in de lokale krant. Hij heeft contact met een aantal ondernemersverenigingen en wil zich zelf ook wel in zetten als intermediair tussen het SMB en de ondernemersverenigingen.

Kunt u iets vertellen over de onderneming?

Wij zijn FysioFit Eindhoven Zuid. Wij hebben drie poten binnen ons bedrijf, de reguliere fysiotherapie, fitness is een onderdeel maar ook een groot onderdeel is arbeidsfysiotherapie. Dat houdt in dat wij fysiotherapie doen bij bedrijven.

Hoelang zit u al in dit pand?

Wij hebben het overgenomen per 1 januari 2008. Daarvoor zat er al iemand sinds 1977 geloof ik. Er heeft sinds 1977 fysiotherapie in dit pand gezeten. Daarvoor zat er een furniturezaak in. In de loop der jaren is het binnen wel opgeknapt. Er zijn drie eigenaren hier en we waren met die drie eigenaren werkzaam hier en toen besloten we het over te nemen.

Hebben jullie ook iets aan de indeling veranderd?

Nee, wij niet. In 1977 is de heer van Gelder begonnen met dit pand. Hij kreeg in 1999 een compagnon en die heeft het wel verbouwd. Voorheen was het echt intern hokjes met gordijntjes, een ouderwetse indeling. Nu zijn er ook kleedkamers gekomen en een grote trainingszaal.

Maakt u reclame voor uw onderneming?

Niet echt, onze beste reclame is mond-tot-mond reclame. We hebben wel een banner hangen in de sporthal bij het voetbalveld, sporthal Strijp heet het geloof ik. Echt reclame maken doen we niet. We hebben dat in het verleden wel gedaan in de huis-aan-huis blaadjes maar die zijn er op een gegeven moment mee gestopt om commerciële advertenties te plaatsen.

Maakt u persoonlijk ook gebruik van die kanalen?

Ik maak zo'n beetje overal gebruik van, radio, tv, krant, social media. Alleen facebook en linkedin, geen twitter. Qua krant het Eindhovens dagblad en de lokale kranten.

Zijn dat ook de middelen waarop u zelf het liefst bereikt zou willen worden?

Ja, eigenlijk wel. Via de lokale krant.

Heeft u zelf verbouwingsplannen aan het pand?

Ja, we hebben onlangs een folder gekregen van het SMB en zij geven ons ook subsidie. We lopen al langer rond met plannen om iets aan het pand te doen maar als beginnend ondernemer ben je allang blij als je uit de rode cijfers bent. Nu is het zo met dit aanbod van het SMB kunnen we eens gaan kijken wat we aan het pand gaan doen.

Voor zowel de buiten als de binnenzijde?

Voor de buitenzijde dubbele beglazing. Voor de binnenzijde zitten we te denken om de receptie te veranderen zodat het toch een beetje een betere uitstraling gaat krijgen. Verder aan de buitenzijde niets, het is een karakteristiek pand en dat wilden we toch graag behouden. We hebben gedacht om de stalen kozijnen die er nu inzitten ook te behouden, maar daar kon amper dubbel glas ingezet worden en het moet opgeknapt worden.

Er wordt natuurlijk een eigen investering verwacht, hoe staat u daar tegenover?

Wat moet dat moet. We hebben nu het aanbod gekregen van subsidie erbij, dan is het aantrekkelijk. Anders zou het niet aantrekkelijk geweest zijn. We zijn nu net uit de rode cijfers en dat willen we graag zo houden.

Op welke manier heeft u van het SMB gehoord?

Er kwam iemand langs met een folder.

Wat is tot nu toe uw algemene beeld van het SMB?

Ik kan er weinig over zeggen, ik vind het geweldig dat het aanbod gedaan wordt.

Op welke manier zou u het liefst door het SMB benaderd willen worden?

Ik vind persoonlijk contact prettig. Toen hier die jongeman die folder af kwam geven en uitleg gaf ging het meer leven. Ik hoef niet elke keer persoonlijk contact, het kan ook via de mail bijvoorbeeld.

Als ondernemer zijnde, kunt u een reden bedenken waarom mensen eventueel geen gebruik zouden maken van subsidie?

Ik denk dat dat niet alleen de subsidie is maar ook dat ze de eigen bijdrage eraan moeten leveren. Dat is het financiële plaatje, kunnen we het wel kunnen we het niet. Je moet ergens een bepaald budget hebben om het te kunnen doen, je kunt niet altijd in de rode cijfers blijven zitten en denken het komt wel.

Heeft u zelf nog iets toe te voegen?

Het is een geweldig initiatief, ik denk dat de buurt er echt van op gaat leven.

Kun je iets vertellen over de onderneming en jezelf?

Ja dat kan ik. Ik ben 6 jaar geleden gestart met de winkel en ik heb 3 jaar lang twee winkels gehad. Daar ben ik afgelopen januari mee gestopt om de focus te kunnen leggen op de winkel in Eindhoven. Ik heb dit pand vorig jaar kunnen kopen, waardoor ik nu het perfecte moment vond om te zorgen dat het in deze vestiging allemaal goed is, dus daarom ben ik hier gaan verbouwen. Mede ook omdat de subsidie er nu was vond ik het nu het goede moment om dat te doen.

Je had al verbouwingsplannen?

Ja, toen ik vorig jaar het pand kocht wilde ik al gaan verbouwen maar qua geld was het niet zo'n goed moment en het was gewoon heel druk dus ik dacht ik wacht even tot ik iets meer ruimte heb zelf.

Toen kwam de subsidie, hoe heb jij van het SMB gehoord?

Via via. Volgens mij heeft een vriend van mij dat tegen me gezegd.

Wat heb je nu allemaal verbouwd aan het pand?

Dubbel glas. Er is een muur uitgehaald, de hoek is bij de winkel betrokken, de plafonds zijn er uit gehaald. Er is veel uitgehaald en daarna opnieuw opgebouwd. Elektriciteit en waterleidingen zijn opnieuw aangelegd, de vloeren zijn opnieuw gedaan, er lagen 3 verschillende vloeren in en dat is nu 1 nieuwe vloer geworden. De verwarmingen zijn weggehaald, van alles dus.

Dus vooral aan de binnenkant?

Ja, het grote is eigenlijk de kozijnen en daarna ben ik doorgeslagen naar de binnenkant. Voor de kozijnen moest toch de winkel leeg en moest ik toch dicht, dus ik dacht dan kan ik beter alles in één keer verbouwen. Anders zou ik over een jaar weer dicht moeten dus kon ik het net zo goed nu doen. Daarnaast kreeg je natuurlijk ook een beetje subsidie op de binnenkant.

Je hebt natuurlijk al een beetje ervaring met het SMB, dus wat is je algemene beeld bij de organisatie?

Op zich werd er duidelijk gecommuniceerd, dat is fijn. Je kon ze goed te pakken krijgen dat was ook fijn. Op zich goed.

Zijn er nog dingen die je anders zou willen zien?

Nee niet echt, het enige wat voor mij lastig is, is dat ik bijvoorbeeld de ramen al in augustus heb moeten betalen en ik moet alles tegelijk aanleveren. Het is lastig dat ik het niet in stukjes kan aanleveren voor de subsidie. Ik heb al een gedeelte vooruit moeten betalen, en nu moet ik nog steeds dingen inleveren bij het SMB. Je kunt maar één keer per maand dingen aanleveren ivm de vergadering die één keer per maand plaatsvindt.

Maak je ook reclame voor je onderneming?

Ja, via mijn website en via facebook. Via advertenties in blaadjes en toen de winkel open ging heb ik de straat volgehangen met ballonnen en flyers overal in de bus.

Zijn dat ook de middelen/kanalen waarop jij zelf het makkelijkst te bereiken bent?

Ik word zelf veel bereikt via de telefoon en mail eigenlijk. Dat vind ik ook wel fijn. Ik hoor ook wel van mensen die het op facebook volgen en op die manier dingen van de winkel weten.

Had jij het SMB ook ergens op die kanalen verwacht terug te zien?

Nee niet echt, ze hebben wel laatst via mij een goed artikel in de krant hebben gehad en daar heb ik helaas verder niks op gehoord.

Jij bent natuurlijk zelf ook ondernemer, heb je enig idee waarom ondernemers terughoudend zouden kunnen zijn om gebruik te maken van het SMB?

Nee, eigenlijk niet echt. Mensen weten het vaak niet heb ik het idee. Daarnaast kunnen ze ook bang zijn of ze het wel gaan krijgen. Ik heb nu al ondernemers gehoord waarbij het goed is gegaan dus dan weet je dat het goed is, maar ik denk wel dat mensen dat kunnen denken. En je moet natuurlijk ook extra investeren zelf. Je moet zelf ook genoeg geld bijleggen.

Hoe zou jij het liefst zelf door het SMB benaderd willen worden?

Ik denk dat als je mensen echt wil bereiken je het beste kunt bellen of langsgaan en vertellen dat je subsidie kunt krijgen. Ikzelf een mailtje of een brief. Je krijgt heel veel brieven met subsidie dingen dus ik zou het gewoon heel direct doen.

Kun je iets vertellen over de onderneming? Met name hoelang je hier al gevestigd bent, of je hiervoor ergens anders hebt gezeten en hoelang de onderneming al bestaat?

Ik ben hier bijna een jaar gevestigd, over 4 of 5 maandjes een jaar. Dus eigenlijk zit ik hier iets langer dan een half jaar. Voorheen werkte ik alleen als freelancer.

Is het pand van jezelf?

Nee, het is een huurpand.

Wat voor bedrijf heb je?

Het is een dansschool.

Maak je reclame voor je dansschool?

Ja, er wordt reclame gemaakt voor de dansschool.

Via welke middelen/kanalen doe je dat?

Voornamelijk facebook, twitter en instagram.

Heb je ook posters/flyers?

Ja, we hebben ook posters die hier hangen, een website en brochures en flyers die bij de balie liggen.

De kanalen die je gebruikt voor je onderneming, ben je daar zelf ook actief op? Kijk je bijvoorbeeld tv of luister je naar de radio? Kijk je ook wel eens naar de lokale omroep?

Ja op facebook wel. Daarnaast kijk ik tv. Ik kijk heel weinig naar de lokale omroep.

De kanalen waar jij actief op bent, zijn dat ook de kanalen waardoor jij zelf bereikt wil worden?

Ik denk dat het met social media het meest effectief is, gezien de doelgroep.

Waarom denk je dat zo?

De doelgroep van de dansschool zijn jongeren die veel met hun telefoon zitten en makkelijk te bereiken zijn via social media.

Over het pand, heb je verbouwingsplannen?

Ja, ik wil graag beneden een isolatiewand plaatsen, aan de rechterkant een zitruimte en boven nog douches en kleedkamers.

Heb je ook nog verbouwingsplannen voor de buitenzijde?

Nee, ja een reclamebord maar dat is niet echt een verbouwing.

Geen nieuwe gevel of nieuwe kozijnen bijvoorbeeld?

Nee, ja alleen een parkeerplaatsje voor de fietsen zodat die geplaatst kunnen worden zonder dat de rest van het verkeer daar hinder van heeft.

Als je zo kijkt naar de verbouwing die je wil doen, zou je daar zelf een investering in willen doen?

Ja natuurlijk.

Hoeveel zou je daar maximaal aan uit willen geven?

Het liefst zo min mogelijk, het moet wel goed gebeuren, dus daar waar de middenmoot zo'n beetje zit. Dat is even uitzoeken. De investeringen zullen ook niet allemaal tegelijk worden gedaan. Ik ben net klaar met de verbouwing boven, daar is een isolatiewand geplaatst om 2 ruimtes te scheiden van elkaar. Het is een beetje bij een beetje tot dat alles gedaan is.

Ik heb toenstraks opgevangen dat het voor startende ondernemers lastig kan zijn het hoofd boven water te houden, dus het zeker lastig kan zijn om investeringen te doen. Is dat bij jou ook zo?

Ja, het is natuurlijk lastig en zeker in de tijd van de crisis. Dat is tevens ook een kans, een grote kans. Door het feit dat het voor iedereen lastig is houden mensen zich in, investeren ze niet en beginnen ze geen bedrijf. Hetgeen dat je mee kunt nemen en behouden in de loop van de tijd als de economie wel beter is, is mooi meegenomen.

Aangezien jij verbouwingsplannen hebt, heb jij ook wel eens gedacht aan het gebruik van subsidie?

Nee. Ik wist niet dat er subsidies voor zijn.

Dan neem ik aan dat je ook niet bekend bent met het SMB investeringsfonds?

Nee niet van gehoord, totdat jij had gebeld.

Iets verteld over het SMB

Nu ik dit zo heb verteld, wat is je algemene beeld bij het SMB?

Ik ben benieuwd wat de baat is van het SMB bij het uitdelen van subsidies.

Verteld dat het SMB de leefbaarheid in de wijken omhoog wil helpen door de panden een betere uitstraling te geven, dat het vanuit de gemeente is opgericht samen met de kamer van koophandel toendertijd.

Hoe zou jij het liefst benaderd willen worden door het SMB?

Het liefst persoonlijk contact.

Hoe zie je dat ingevuld? Wil je gebeld worden, of liever dat iemand van het SMB langskomt?

Ja, telefonisch een afspraak maken en dan langskomen.

Jij geeft aan dat je het liefst persoonlijk contact wil maar dat jij zelf nog niet van het SMB gehoord hebt, waar kan het SMB ondernemers als jijzelf het beste bereiken?

Zoals je net zei dat het SMB overgenomen is door de FOE en in eerst instantie opgericht met de kamer van koophandel, ik denk dat daar de meeste eenmanszaken en nieuwe zaken te vinden zijn. Als je op zoek bent naar startende ondernemers zullen ze geregistreerd zijn bij de kamer van koophandel. Dan heb je ook meteen de mensen die al begonnen zijn met een onderneming. Voor de mensen die willen beginnen met een onderneming denk ik dat je het beste reclame kunt maken.

Jij geeft zelf aan dat je nog niet nagedacht had over subsidie, heb je enig idee wat ondernemers tegenhoudt om voor subsidie te kiezen?

Ik kan natuurlijk niet voor alle ondernemers spreken, maar subsidie krijg je nooit voor niets. Iedereen heeft zo zijn vooroordelen, mijn persoonlijke vooroordeel is wat de baat van het SMB is bij het uitdelen van subsidie. Als ik dan hoor dat het een gemeentelijke instantie is wordt het wel duidelijker en snap ik ook dat het geen lening of privé instantie is.

Dus voor jou is het belangrijk dat het duidelijk is wie er achter zit?

Ja. Die transparantie vind ik belangrijk. Om bij voorhand te weten met wie ik te maken heb.

Stel, het SMB zou een bijeenkomst houden om wat meer over zichzelf te vertellen en te laten zien, zou je daar dan naartoe gaan?

Ja.

Heb je verder nog iets toe te voegen?

Nee, ik ben wel benieuwd naar de werkwijze. Je hebt me wel nieuwsgierig gemaakt.

Robert is eigenaar van een fietsenwinkel (centralbikes) met 3 locaties, waarbij gebruik is gemaakt van subsidie van het SMB op één locatie, die aan de laagstraat.

Is er een reden dat jullie alleen subsidie hebben gebruikt voor het pand aan de laagstraat?

De reden daarvoor is dat we hier toen al een verbouwing wilden doen, dat waren we al van plan. Bij de andere locaties hebben we onlangs al verbouwd. Op de hoogstraat hebben we een jaar of 3 geleden verbouwd maar alleen de binnenkant, de buitenkant is hetzelfde gebleven. De locatie op de kruisstraat hebben we een jaar of 6/7 geleden verbouwd dus daar is niet echt de noodzaak om iets te gaan verbouwen.

Hebben jullie bij de andere locaties geen gebruik gemaakt van subsidie?

Toendertijd niet nee.

Wat was daar de reden van?

Ten eerste wisten wij toen nog niet dat het bestond. Ten tweede, al hadden we het wel geweten, we hadden daar alleen maar in het pand verbouwd, dus dan kom je volgens mij al niet in aanmerking voor subsidie. Dan moet je ook iets aan de buitenzijde doen.

Hoe hebben jullie uiteindelijk wel van het SMB gehoord?

De laatste keer had ik een brochure gekregen van jullie.

Jullie ervaring met het SMB, was dat een goede ervaring of zijn er dingen die je liever anders zou willen zien?

Nee, het ging wel goed. Ik ben er wel tevreden over.

Wat voor beeld heb jij bij het SMB?

Ik heb eigenlijk nog nooit iemand gezien van het SMB. De vorige keer hebben we een aantal keer telefonisch contact gehad.

Zou je liever wel persoonlijk iemand zien van het SMB?

Dat hoeft van mij niet per se. Het is zo goed gegaan.

Via welke middelen maakt u zelf reclame voor de onderneming?

Via de krant, het Eindhovens dagblad en zondagnieuws. Via internet. Veel via google adwords, we staan ook op vergelijkingssites.

Maken jullie ook gebruik van social media?

Ja, we hebben een facebookpagina.

Bent u persoonlijk ook te vinden op die kanalen?

Ja ik heb een facebookpagina en ik lees het Eindhovens dagblad. Meestal neemt iemand die mee naar de zaak en lezen we hem met meerdere mensen.

Wat denkt u dat een reden is voor andere ondernemers om er geen gebruik van te maken?

Ik kan me niet voorstellen dat iemand er geen gebruik van zou maken. Misschien heeft iemand helemaal geen middelen om te investeren, dat kan natuurlijk. Dan kun je wel zeggen dat ze de helft terugkrijgen maar voor sommigen kan dat nog steeds te veel zijn. Als je de mogelijkheden hebt en je wil iets aan de uitstraling van je pand doen kan ik alleen maar adviseren om er gebruik van te maken, het is echt heel interessant.

Zou u nog iets anders willen zien aan de regeling zelf?

Het zou fijn zijn als er subsidie vrij zou komen voor het verbouwen van de binnenkant. Wij hebben bijvoorbeeld onze winkel aan de Hoogstraat 2 of 3 jaar geleden verbouwd, maar 2 jaar daarvoor hebben we de pui helemaal aangepakt. Dus dan kun je wel zeggen alleen om subsidie te krijgen gaan we iets aan de uitstraling en de buitenkant doen, maar dat is helemaal niet nodig want we hadden al een heel up-to-date pand. Het is begrijpelijk dat het investeringsfonds er is om de uitstraling van bepaalde wijken wat te upgraden, en op het moment dat je aan de buitenkant van je pand niks doet is het wel een beetje raar om subsidie te krijgen maar voor ons was het in dit geval wel financieel wat interessanter geweest.

Hoe zou u het liefst zelf door het SMB benaderd willen worden met reclame of informatie?

Per mail.

En hoe vaak?

Ik vind dat je een mail moet sturen als je iets te melden hebt. Als jij elke week iets belangrijks te melden hebt dan kun je elke week een mail sturen, maar het moet ook wel informatief zijn.

Belangrijk, is dat ook bijvoorbeeld welke projecten er nu lopen?

Ja, dat is wel leuk. Mensen vinden dat toch altijd leuk om te zien. Misschien ook als er wat wijzigingen zijn in de regeling zelf.

Meneer Hoving is eigenaar van 2 panden aan de Hallenweg. Met de eigenaars van een aantal gebouwen aan de Hallenweg is gezamenlijk besloten te verbouwen en daar subsidie van het SMB voor te gebruiken. Er hebben 8 panden aan de Hallenweg subsidie gehad.

U heeft gebruik gemaakt van het SMB, vooral om de buitenkant op te knappen?

De buitenkant is een vrij collectief gebeuren geworden, omdat iedereen mee wilde doen en het toch een behoorlijke investering was. Het SMB gaf een behoorlijk bedrag aan subsidie en daardoor is iedereen ook vrij makkelijk over de streep getrokken om mee te doen. Ik heb een beetje het initiatief genomen en eigenlijk iedereen heeft uiteindelijk meegedaan aan het opknappen van de buitenkant.

Van hoeveel panden bent u zelf eigenaar?

Van de 8 panden heb ik er 3 in eigendom gehad, daarvan is er eentje verkocht aan de bestaande huurder. Dat was ook een beetje de deal in het begin, niet iedereen kon kopen. Die huurder kon toen ook nog niet kopen dus ik heb het gekocht omdat het als collectief gekocht moest worden van de gemeente en hij heeft het in een soort afspraak weer teruggekocht. Ik heb toen ook voor de buitenkant van zijn pand subsidie aangevraagd.

Hoe had u van het SMB gehoord?

Dat weet ik niet meer. Bij een van de eerste vergaderingen zat een ondernemer en die suggereerde dat er wel eens studenten langs waren gekomen met de vraag of zij wisten dat er een mogelijkheid was om subsidie te krijgen voor het opknappen van het pand op die locatie. En toen is het balletje snel gaan rollen, toen hebben we redelijk snel contact gehad met het SMB en is het heel snel gegaan.

Had u al verbouwingsplannen?

Er waren een aantal noodzakelijke verbouwingsideeën, maar die zijn in een stroomversnelling gekomen door de mogelijkheid tot subsidie.

De ervaring met het SMB, was dat een goede ervaring?

Ja uitstekend. Niet alleen omdat het een hele goed regeling is, waarbij je vind ik vrij makkelijk over de grens getrokken wordt om je pand op te knappen. Daarnaast hebben we ook veel medewerking gehad. Je moet daar toch aan allerlei voorwaarden voldoen en daar hebben ze ons zeer goed bij geholpen. Alleen maar lof voor het SMB, ik zou het iedereen aanraden.

Als u zelf zou kiezen hoe u door het SMB benaderd zou worden, via welke kanalen zou dat zijn?

Volgens mij maken ze wel op een bepaalde manier reclame doordat ze onder andere af en toe in de krant komen, dan worden mensen erop geattendeerd. Het kan natuurlijk directer doordat je misschien zelf aangeschreven wordt zodat je kennis neemt van de mogelijkheden, dat dat misschien summier zou worden uitgelegd. Ik kan me voorstellen dat een aantal ondernemers daar gevoelig voor zouden zijn. Het is mond-tot-mond. Je geeft het door aan de mensen. Er zijn een aantal mensen die intern, dus gebruikers, die ook in de binnenkant aan de slag zijn gegaan met de wetenschap dat ze daar ook een stukje subsidie voor konden krijgen.

Niet alleen binnen de pandeigenaren wordt mond-tot-mond reclame gebruikt, maar ook bij andere ondernemers?

Ja, nouja, toevallig kennen we iemand uit een belangrijke straat waar een kennis van ons een onderneming heeft. Op die manier informeer je iemand en die gaat er dan mee aan de slag. Die vraagt het dan aan en dat wordt ook gehonoreerd. Ondernemers onder elkaar komen elkaar ook tegen. Vaak zie je ondernemersverenigingen in een bepaalde buurt of wijk, waardoor je de mogelijkheid ook door zou kunnen geven.

De ondernemers die nog geen gebruik hebben gemaakt van het SMB, heeft u enig idee waardoor dat zou kunnen?

Niet iedereen heeft het geld. Je moet toch de helft aan de buitenkant en driekwart aan de binnenkant investeren. Dat is een geldkwestie. De rest van de voorwaarden zijn eigenlijk oke. Dat zou ik niet zoveel anders doen. Het wordt van tevoren goed gecheckt of je het hele traject kunt doen, een bepaald bedrag wordt ingeschat en gereserveerd en daarna heb je genoeg tijd om het te realiseren vind ik. Het hele proces wordt goed geregeld. Maarja, je moet het wel van tevoren kunnen voorschieten. Op dit moment is het natuurlijk ook niet zo goed in ondernemersland, dus ik kan me voorstellen dat het voor sommigen daardoor moeilijker is.

Zijn er nog dingen die u graag anders zou willen zien bij het SMB of de regeling?

Niet zo zeer nee. De communicatie gaat goed, het is een duidelijk verhaal, de regels zijn duidelijk en ik vind het helemaal geen slechte regeling. Het is altijd fijn als je meer krijgt maar ik vind het heel reëel zoals het gesteld is. Het moet een soort van wisseling zijn, een ondernemer moet er wat voor over hebben, en dan vind ik het een hele mooie regeling.

Op welke kanalen bent u zelf te vinden of maakt u reclame voor uw pand?

Ik ben altijd wel geïnteresseerd in wat er speelt, dus kranten en dergelijke haal ik veel uit. Ik heb geen social media die heel specifiek gericht is op Eindhoven, behalve de krant en soms het netwerk. Ik ben niet zo aangesloten bij netwerken, niet bij een winkelvereniging. Ik heb meestal zelf mijn kanalen hoe ik het verhuur en vaak omdat het ook wel een goede locatie is gaat het via via. Gewoon een bord met te huur er op, en mensen komen er op af. Dat ze op die manier geïnteresseerd zijn. Vaak de lokale krant, of van horen zeggen. Ook via collega ondernemers, meestal hoor je wel dingen. Je komt elkaar tegen en op die manier deel je dingen. Als ik iemand weet die daar een pand heeft, zou ik hem er op attenderen. Dan denk ik, het is een goede regeling, maak er gebruik van.

Bent u bijvoorbeeld ook op social media te vinden?

Ik gebruik social media niet om mijn panden te verhuren. We hebben een goede website, we gebruiken makelaars en we worden goed gevonden op zoektermen. Daarnaast hebben we veel aanbieders die landelijk kantoorruimte of bedrijfsruimte aanbieden, daar zijn we goed te vinden. Op die manier werkt het. Ik heb bijna nooit een ruimte verhuurd aan iemand die ik al ken. Je hoort soms wel dat mensen ons voordragen omdat ze ons kennen en omdat ze die praktijk kennen die zoeken, maar direct is me dat eigenlijk bijna nooit overkomen.

Kunt u iets vertellen over u zelf en de onderneming?

Het ging over de verbouwing van de praktijk van mijn vriendin. Die heeft een mondhygiënistenpraktijk aan de Moreelselaan, ze huurde eerst een praktijkruimte bij een tandarts. Die ging verbouwen en daar wilde zij niet meer aan meedoen omdat dat allemaal heel anders werken werd. Mijn oom had het pand, waar ze nu inmiddels zit, leegstaan. Zodoende is ze daar gaan zitten en heb ik het mee begeleid met verbouwen omdat ik daar meer tijd voor had.

Wat was de reden dat u wilde verbouwen?

Van indeling was het een groentewinkel, die moest van binnen en van buiten verbouwd worden. De gevel en de beplating ook.

Toen hoorden jullie van het SMB?

Ja, ik weet eigenlijk niet meer hoe we er toen bij zijn gekomen dat het SMB bestond. Via iemand, van de registeraccountant geloof ik. We hebben nog een pand in Tongelre, en toen werd ik door de gemeente aangesproken. De gemeente en het SMB gingen toen de Jan van Riebeecklaan helemaal opknappen en toen kende ik het dus al van het andere pand.

U heeft er meerdere keren gebruik van gemaakt dan?

Nee de tweede keer niet, want in dat pand zat een huurder en die wilde er niet aan meedoen, en voor ons was het pand zo eigenlijk in orde. Er was ook in eerste instantie sprake dat de hele straat mee zou doen, maar het pand dat naast ons zat stond leeg en het pand dat daar weer naast zat, daar waren de eigenaren 90 van. Toen werd het maar 1 pand op de 3, en die anderen zaten veel verder in de straat dus toen hebben we er niet aan meegedaan.

U heeft gebruik gemaakt van de subsidie van het SMB, hoe is dat befallen?

Daar ben ik wel tevreden over. We moesten van te voren aantonen wat we wilden veranderen, en zorgen dat het officieel allemaal goed klopte. Dat is ook allemaal goed gegaan. Toen alle facturen opgestuurd waren werd het geld ook netjes gestort dus dat ging allemaal goed.

Uw beeld van SMB is wel positief?

Ja. Het enige is later bij de Jan van Riebeecklaan toen de gemeente daar mee bezig was en iemand van SMB zelf of een tussen iemand, dat liep nogal rommelig. Het was de bedoeling dat de hele straat mee zou doen en achteraf deed er niemand mee. Ik begreep dat er sommige straten zijn waar de subsidie geldt, maar de mensen op de Moreelselaan bijvoorbeeld weten daar niks van.

Die kennen het SMB niet?

Die kennen het helemaal niet. Die gevel bij de mondhygiënistpraktijk is opnieuw gestuct en volgens mij zijn er best andere mensen ook in geïnteresseerd maar die weten niet dat het bestaat.

U denkt ook dat het een probleem is, dat er weinig mensen vanaf weten?

Het is natuurlijk mooi met zo'n oude winkelstraat als het weer helemaal mooi opgeknapt is. Dat is ook het doel van het SMB maar dat weten weinig mensen. De fietsenmaker verderop heb ik ook het adres doorgegeven en verteld hoe het werkte. Het zou best iets zijn als al die mensen bijvoorbeeld een keer aangeschreven worden, dat ze weten dat het bestaat en erover na gaan denken.

Hoe zou u zelf het liefst benaderd willen worden door het SMB?

Het gaat altijd om bepaalde straten, jullie weten welke wijken straten het zijn. Net als de fietsenmaker, als hij niet weet dat hij bij het SMB moet zijn gaat hij ook niet kijken. Aangezien het SMB weet welke wijken en straten er in aanmerking komen is het volgens mij het makkelijkst om die in één keer aan te schrijven. Als mensen in een folder zien waar het al gebeurd is, en daar heeft het nut bij, gaan ze er eerder aan meedoen. Ik ben er ook maar via via achter gekomen. Dat zou ook nog kunnen, via het soort bedrijven als registeraccountants. Daar moeten ze toch op een gegeven moment naartoe, en als die het weten dan kunnen ze daarover informeren. Zo is het bij ons ook gebeurd eigenlijk.

Zou u nog dingen anders willen zien in de regeling zelf?

Hoe meer er betaald wordt hoe beter, dat is natuurlijk altijd fijner. Maar hoe de regeling nu is, de helft van de verbouwing buiten en een kwart van de verbouwing binnen, vind ik gewoon redelijk. Nu met offertes en facturen dat er ook gecontroleerd wordt van welke rekening het afgeschreven wordt zodat er niet mee gerommeld kan worden vind ik ook alleen maar goed. Daar heb ik verder geen klagen over. Toen alles klaar was en alle facturen opgestuurd waren kregen we antwoord en na een paar weken werd het geld teruggestort.

Wat denkt u dat de reden is dat ondernemers geen gebruik zouden maken van het SMB?

Omdat ze het niet weten denk ik. De ene kant dat ze het niet weten, en toen bijvoorbeeld bij de Jan van Riebeecklaan had de Trudo een grote offerte aangevraagd om alle daken te vervangen en dat was zo'n belachelijk groot bedrag dat mensen argwaan kregen omdat zij zelf bij de dakdekker om de hoek de helft kwijt zouden zijn. Die prijzen van nieuwe kozijnen sloegen nergens op. Die mensen daar weten allemaal wel een bouwbedrijf te zitten waar ze veel minder kwijt zouden zijn. Dan zijn ze via Trudo nog duurder uit ook al krijgen ze de helft terug. Je kunt natuurlijk ook zelf subsidie aanvragen, je hoeft niet met een groot bouwbedrijf mee te doen, maar zo werd het daar naar mijn idee wel uitgelegd.

Denkt u dat een bijeenkomst van het SMB zou helpen om verkeerde informatie te voorkomen?

Ja misschien wel. Omdat in Tongelre en de Jan van Riebeecklaan ook wat buitenlandse ondernemers zitten met een eventuele taalachterstand, die zijn makkelijker te bereiken als het duidelijk uitgelegd dan dat iemand van de Trudo en de gemeente een verhaal gaan houden.

Hoe maakt u (of uw vriendin) reclame?

Mijn vriendin helemaal niet. Zij zat eerst op een andere locatie en alle patiënten zijn eigenlijk meegekomen. Ze heeft eigenlijk alleen een website.

Bent u zelf te vinden op social media?

Nee. Wij hebben van huis uit een handel in aardappel, groente en fruit. Mijn ooms en mijn moeder hebben vroeger door het kopen en verhuren van panden vele connecties gelegd door de afspraak te maken met de huurder dat zij bij hun afnamen. Dus die connecties zijn er al.

Heeft u zelf nog iets toe te voegen?

Nee niet echt. Ik denk dat veel mensen het gewoon niet weten. Ik kwam er dan achter via het registeraccount achter. Later toen ik eenmaal bekend was bij jullie belden ze wel eens, maar dan moeten mensen het wel weten. Ik denk ook dat net als bij de Moreelselaan, die mensen weten het gewoon niet en misschien is er wel belangstelling voor.

De regeling zelf is gewoon duidelijk?

Ja het is allemaal goed gegaan. Ik heb ze alleen maar aan de telefoon gehad. Er is volgens mij nooit iemand geweest, ik heb tekeningen en offertes opgestuurd en toen is het goedgekeurd. Achteraf toen alles klaar was facturen opgestuurd en bankafschriften en toen werd het geld gestort, dus dat ging allemaal wel goed.

12.3 Veldonderzoek

Naast het afnemen van interviews is er nog veldonderzoek gedaan in de vorm van korte gesprekken. Hierbij zijn geen afspraken gemaakt met de respondenten en werden zij spontaan, persoonlijk benaderd. In gespreksvorm werden vervolgens een paar vragen gesteld, om een zo transparant mogelijk beeld te kunnen vormen over de mening tegenover het SMB Investeringsfonds.

Winkelstraat: 4 personen
Biarritzplein: 3 personen
Pagelaan: 2 personen
Kruisstraat: 6 personen
Leenderweg: 4 personen
Hastelweg: 1 persoon
Frans Leharplein: 2 personen

Winkelstraat:

Mevrouw 1: Ze kent het SMB niet maar heeft ook zojuist haar pand opgeknapt dus heeft weinig behoefte aan subsidie. Ze is wel blij dat er een initiatief is om de wijk wat leefbaarder te maken.

Meneer 2: Kent het SMB niet. Hij is wel van plan om zijn pand op te knappen dus vindt het fijn dat het initiatief er is. Het klinkt voor hem als een hele goede regeling en hij gaat de mogelijkheden bekijken om er gebruik van te maken. Het zou fijn zijn als hij er wat meer van had gezien in bijvoorbeeld de mail of de krant. Hij zou aanwezig zijn bij een door het SMB georganiseerde bijeenkomst.

Meneer 3: Kent het SMB door de studenten die er eerder geweest waren maar is geen eigenaar van het pand. Hij vindt echter de regeling erg goed en heeft ook aan de eigenaar doorgegeven dat de regeling bestaat, hij hoopt dat de eigenaar hier gebruik van zal willen maken. Een bijeenkomst is voor hem niet zo relevant, maar voor de eigenaar wel dus die zou daarover benaderd kunnen worden.

Mevrouw 4: Kent het SMB niet. Weet wel dat de burens gebruik hebben gemaakt van subsidie en na wat uitleg vertelt zij dat de burens gebruik hebben gemaakt van het SMB. Zij wil dat zelf ook gaan doen voor de buitenkant van het pand, de binnenkant is al opgeknapt een paar jaar geleden. Ze snapt niet zo goed wat de regeling inhoudt en hoe het werkt. Na een korte uitleg van mij en het achterlaten van een flyer gaat ze een a4-aanvraag indienen.

Biarritzplein:

Meneer 1: Heeft via iemand anders wel eens van het SMB gehoord. Een mede ondernemer van een andere straat waar hij wel eens contact mee heeft. Hij is benieuwd wie en wat er achter zit en is een tikkeltje wantrouwig. Zodra hij hoort dat het een gemeentelijke instantie is stijgt zijn interesse. Hij weet echter niet of hij financieel aan de voorwaarden kan voldoen maar overweegt een a4-aanvraag in te dienen. Hij zou het SMB graag terugzien in de lokale krant en op facebook.

Mevrouw 2: Heeft nog nooit kennis genomen van het SMB. Ze is ook niet van plan haar pand op te knappen omdat ze daar op dit moment niet de financiële middelen voor heeft. Heeft wel interesse in de regeling voor de toekomst en vindt het goed dat er zoiets bestaat. Ze zou er graag over terug lezen in de krant of via persoonlijk contact of de mail. Ze is zelf te vinden op facebook. Als het SMB een bijeenkomst zou organiseren, zou zij daarbij aanwezig zijn.

Meneer 3: Heeft wel eens gehoord van het SMB maar weet niet wat het inhoudt. Hij is erg wantrouwig en vraagt naar het addertje onder het gras. Na wat uitleg en informatie toont hij voorzichtig wat interesse. Hij geeft aan er nader naar te zullen kijken en wat meer informatie in te winnen bij collega ondernemers. Hij zou zelf het SMB graag terugzien op facebook en zou interesse hebben in een bijeenkomst van het SMB.

Pagelaan:

Mevrouw 1: Heeft pas geleden het pand opgeknapt en had graag gebruik gemaakt van het SMB als zij het gekend had. Nu heeft het voor haar weinig zin maar zij zal wel collega ondernemers erop attenderen zodat zij er gebruik van kunnen maken. Zij leest zelf vaak de krant en kijkt tv, niet zo vaak naar de lokale omroep. Ze is ook te vinden op facebook en twitter. Een bijeenkomst van het SMB zou voor haar niet zo interessant zijn, maar ze denkt wel dat andere ondernemers daar iets aan zouden hebben.

Meneer 2: Het pand is wel aan een opknapbeurt toe, maar dat gaat via de eigenaar geeft deze meneer aan. Hij vindt het SMB voor zover hij het nu kent een goede regeling en is ook wel bereid in overleg te gaan met de eigenaar hier over. Hij heeft geen behoefte aan persoonlijk contact of een mailing. Hij is zelf niet te vinden op social media maar leest wel de krant en kijkt tv. Hij zou best aanwezig zijn op een bijeenkomst van het SMB mits de eigenaar meegaat.

Kruisstraat:

Meneer 1: Heeft al gebruik gemaakt van het SMB en was erg tevreden over de regeling. Hij heeft zowel de buitenkant als de binnenkant opgeknapt en was blij met de steun van het SMB. Hij vertelt er over tegen zijn collega ondernemers en verbaast zich erover dat het SMB zo weinig te vinden is. Een advertentie in de krant of een flyer in de bus zou hij graag zien. Hij zit zelf op facebook en twitter.

Meneer 2: Heeft via via van het SMB gehoord maar wist er zelf nog weinig vanaf. Hij heeft er wel interesse in maar wil eerst weten wat de voorwaarden zijn en waar hij aan zou moeten voldoen. Hij gaat daar nog even naar kijken en dient misschien een a4-aanvraag in. Hij zou graag een mail terugzien van het SMB.

Mevrouw 3: Ze kent het SMB niet en wil haar pand wel opknappen maar heeft daar op dit moment de financiële middelen niet voor. Het lijkt haar wel een interessante regeling en ze wil er graag meer informatie over. Ze zou het graag terugzien in de krant of via een flyer. Ze maakt zelf geen gebruik van social media.

Meneer 4: Heeft via een collega-ondernemer van het SMB gehoord en een aanvraag ingediend. Hij wacht nog op goedkeuring maar wil graag met behulp van het SMB zijn pand opknappen. Hij vindt het fijn dat de regeling er is maar het mag van hem wel wat duidelijker op de site. Het was lastig te vinden voor hem en hij zou graag een flyer hebben of een folder met wat informatie. Hij zit zelf wel op facebook maar niet heel actief. Hij zou zeker naar een bijeenkomst komen die georganiseerd is door het SMB.

Meneer 5: Hij kent het SMB niet en vraagt zich af wat het precies inhoudt en of hij ervoor in aanmerking komt. Hij vindt de flyer fijn maar snapt niet alles wat er in staat. Hij gaat misschien nog contact op nemen met het SMB zelf geeft hij aan. Hij leest de krant en is niet te vinden op social media. Hij geeft aan ook rondvraag te gaan doen bij collega ondernemers over het fonds. Een bijeenkomst van het SMB zou hij wel bij willen wonen.

Mevrouw 6: Deze mevrouw kent het SMB niet en weet ook niet wat het inhoudt. Ze is wantrouwig richting de regeling en wil weten wat er achter zit. Als ze hoort dat het een gemeentelijke instantie is, toont ze wat meer interesse. Ze wil vooral de binnenkant van haar pand opknappen omdat zij zelf de buitenkant niet echt nodig vindt. Na wat uitleg over de voorwaarden wil ze wel nadenken over het opknappen van de buitenkant zodat ze subsidie kan krijgen. Ze vindt het een redelijk goede regeling maar zou graag zien dat er ook subsidie gegeven wordt voor alleen de binnenkant. Ze leest zelf de krant en kijkt tv, en heeft een facebook account voor haar winkeltje. Ze ziet graag persoonlijk of mailcontact. Zij ziet een bijeenkomst voor het SMB wel zitten en zou deze ook bijwonen.

Leenderweg:

Mevrouw 1: Deze mevrouw denkt het SMB te kennen, maar dat blijkt niet het geval te zijn. Ze had er vaag ergens van gehoord, ze wist niet meer wat het inhield of wat je ermee kon. Zelf heeft ze geen concrete verbouwingsplannen, maar ze vindt dat het fonds verbouwen toch een stuk aantrekkelijker maakt. Ze wil er zelf nog over nadenken, maar zal wel aan collega ondernemers vertellen dat het fonds bestaat. Ze leest zelf de krant en kijkt af en toe tv. Een bijeenkomst van het SMB lijkt haar wel interessant.

Meneer 2: Deze meneer heeft van het SMB gehoord door de studenten die een flyer kwamen brengen, hij heeft toen geen interesse getoond en twijfelt nu. Hij wil vooral binnen verbouwen, dus het fonds is niet zo interessant voor hem, maar de kozijnen zijn wel aan vernieuwing toe. Hij gaat de flyer en eventueel de website bekijken geeft hij aan. Hij zit zelf op facebook en leest heel af en toe de krant, een bijeenkomst van het SMB lijkt hem wel interessant.

Meneer 3: Deze meneer heeft nog nooit van het SMB gehoord. Hij heeft er zelf verder geen interesse in maar vindt het een goede regeling. Als hij ooit gaat verbouwen zal hij wel de regeling daarin meenemen. Verder zou hij behoefte hebben aan een flyer door de bus of een mailtje. Een bijeenkomst van het SMB zou hij momenteel niet bijwonen, over een tijdje wel.

Meneer 4: Deze meneer heeft nog nooit van het SMB gehoord. Hij had wel meegekregen dat wat mensen verderop in de straat verbouwd hadden en subsidie hadden gekregen, maar hij wist niet dat dit via het SMB ging. Hij toont wel interesse en gaat kijken of hij een a4-aanvraag in gaat dienen, hoe dat precies werkt en of hij in aanmerking komt. Verder doet hij zelf niet aan social media en leest af en toe de krant. Een bijeenkomst voor het SMB lijkt hem wel interessant als er niet teveel tijd in gaat zitten. Aan persoonlijk contact heeft hij weinig behoefte, een mailtje zou wel mogen van hem.

Hastelweg:

Meneer 1: Deze meneer is eigenaar van meerdere panden en heeft via een collega eigenaar gehoord van het SMB. Het lijkt hem wel interessant, maar niet al zijn panden hoeven opgeknapt te worden. Hij gaat erover nadenken om toch een aanvraag in te dienen. Hij had wel verwacht het SMB terug te zien in een advertentie of in de mail of een flyer in de brievenbus. Hij zit zelf op facebook en twitter. Een bijeenkomst van het SMB zou hij wel bijwonen.

Franz Leharplein:

Mevrouw 1: Heeft nog nooit van het SMB gehoord en het pand is ook niet van haar. Eventuele verbouwingen gaan via de eigenaar, maar ze gaat de informatie wel aan de eigenaar doorgeven want het lijkt haar wel interessant voor hem.

Mevrouw 2: Kende het SMB niet en weet ook niet of haar locatie in aanmerking zou komen. Ze was ook benieuwd wie of wat er achter zat, toen ze hoorde dat het een gemeentelijke instantie was, toonde ze wel wat meer interesse maar ze bleef een beetje afstandelijk. Ze nam de flyer aan en zei dat ze er wel even naar zou kijken. Verder las ze wel de krant en keek ze tv, maar was ze totaal niet met social media bezig. Een bijeenkomst van het SMB leek haar wel interessant.

12.4 Interviews Intermediairs

De uitwerkingen van alle interviews zijn gemaakt op basis van audio-opnames die tijdens het interview gemaakt zijn.

Interview Rob van Helden, eigenaar van H&S accountants te Veldhoven.

Interview afgenomen op 25-11.

Bron: audio opname van het interview

Wat is de connectie tussen u en SMB?

Helemaal geen.

Ik heb even op de website gekeken, wij waren getriggerd door de subsidieverstrekking aan ondernemers die het pand willen verbouwen. Tegenwoordig met handelsbanken zijn financieringen veel moeilijker los te krijgen. Dus in eerste instantie als intermediair, en daarnaast ben ik zelf ook ondernemer buiten het adviesbureau. Ik heb een eigen pand dus mocht een keer ter sprake komen dat ik het wil gaan verbouwen is het altijd aantrekkelijk om zoveel mogelijk adressen in je bestand te hebben. Natuurlijk ook om iets voor je klanten te kunnen betekenen. Wij zijn eigenlijk een adviesbureau in de accountancy aan MKB ondernemers. Daar zitten een aantal ondernemers bij met een eigen pand. Als dat pand verouderd is, vinden wij het prettig dat we een zo breed mogelijk scala aan mogelijkheden aan kunnen bieden.

Wat denkt u dat u zou kunnen betekenen om de bekendheid van het SMB te vergroten?

Dat is het SMB onder de aandacht brengen bij de ondernemers die in ons bestand zitten, gebruik makend van het netwerk binnen de ondernemersverenigingen. Ik ben zelf voorzitter van de ondernemersvereniging in Veldhoven, daar zitten ook al 37 ondernemers in. Daar zitten de beslissers aan tafel. Dat betekent dat je meteen al een groot bereik hebt, maar dat is wel Veldhoven. Er zitten ondernemers uit Eindhoven bij. Wij zitten hier aan de rand van Eindhoven, dus vandaar dat wij ook een aantal ondernemers uit Eindhoven in ons bestand hebben zitten. Een ondernemer komt altijd met een vraagstelling bij ons en op het moment dat zij dat doen, bijvoorbeeld waar ze terecht kunnen voor financiering, dan denk je in eerste instantie aan de huisbankier. Die betrek je daarin, daar lever je cijfers aan. Maar als je organisaties hebt zoals creditororganisaties, die vanuit de handelsbanken en economische zaken zijn opgericht, ga je zoeken naar partijen die zouden willen financieren.

Wat denkt u dat het SMB zelf kan doen om de doelgroep beter te bereiken?

Ik neem aan dat via de gemeente Eindhoven en via de kamer van koophandel op de website al een verwijzing is. Je kijkt naar het omgekeerde traject, waar gaat een ondernemer zoeken naar financieringsmogelijkheden of subsidiemogelijkheden om zijn plan te realiseren. Gemeente Eindhoven zou in eerste instantie niet als partij naar voren komen, de kamer van koophandel wel als informatiemedium. Daarnaast heb je verschillende adviesorganisaties. Bijvoorbeeld de NV Rede, die heeft veel bedrijvencentra onder beheer en daarbij ook allerlei linkjes naar mogelijke financieringspartijen. Ik zou het niet in de dagbladen zetten, maar wellicht ondernemersverenigingen aanschrijven. Dan heb je ook meteen een bereik in ondernemend Eindhoven. Ook de bedrijvencontactdagen. De NV Rede heeft jaren een stand gehad op de bedrijvencontactdagen, dan breng je meteen alles goed onder de aandacht en heb je een breed spectrum van ondernemers die daar de beurs bezoeken.

Gaan ondernemers ook actief op zoek naar subsidie?

Een ondernemer gaat, voor het aanvragen van een vergunning, al kijken welke financieringsmogelijkheden er zijn. Mocht een ondernemer de financiering rond hebben met de huisbankier en zelf voldoende middelen hebben, dan zou bij een vergunningaanvraag al geïnformeerd kunnen worden door de gemeente over het SMB. Daarnaast in het voortraject zou bijvoorbeeld een architect als intermediair daar een advies in kunnen geven. Die moet uiteindelijk het budget gaan berekenen op basis van de bouwplannen. Er zijn dus verschillende invalshoeken waar het SMB onder de aandacht gebracht kan worden. Als je het dan gaat richten op intermediairs, accountantskantoren, administratiekantoren, architecten, dan heb je een kleine beschrijving van partijen waar het onder de aandacht gebracht kan worden maar daar zijn er nog een aantal achter. Er zijn ook bouwadviesbureaus, en intermediairs die specifiek gericht zijn op subsidieaanvragen naar ondernemers toe. Intermediairs zijn een hele belangrijke schakel in deze keten. De ondernemer gaat als het goed is altijd naar zijn adviseur toe. De actieve ondernemers gaan zelf ook zoeken, dat is enkel internet. Dat is het medium waar tegenwoordig naar gegrepen wordt, de zoekmachine. Ik kan me niet voorstellen dat een partij als een gemeente of een KvK op social media iets gaat doen. Qua adviesverstrekking zou je wel iets met social media kunnen doen, maar social media gaat zo snel. Bijvoorbeeld berichten op LinkedIn worden ieder uur ververs, een bericht wordt dan meteen naar de achtergrond gedrukt. Het is niet zo dat je elke dag of elke week een nieuwsfeitje hebt dat je op LinkedIn kunt delen. Dan lijkt mij de website en banners via de organisatie het beste medium.

Welke middelen kan het SMB gebruiken om de ondernemers te bereiken?

Je hebt bijvoorbeeld met Facebook een groot bereik. De vraag is hoe je dat aan gaat pakken maar met een bericht van bijvoorbeeld een succesvolle deal kun je dat op Facebook zetten. In de trend dat je de locatie laat zien en dat je een ondernemer subsidie hebt verleend, in dat geval zou ik ze allebei gebruiken. Zowel Facebook als LinkedIn. Als wij als intermediair de website gaan benaderen en we zetten dat op zowel Facebook als LinkedIn, dan geven wij aan dat we een organisatie volgen. Dan is het meteen onder de aandacht. Ik heb uit ervaring geleerd dat je dat met regelmaat terug moet laten komen. Naam, logo en onderwerp zijn drie factoren die je met regelmaat terug moet laten komen om herkenbaarheid te krijgen. Op het moment dat de situatie zich voordoet dat ze zo'n organisatie als SMB nodig hebben, dat zij meteen weten waar zij moeten zoeken. Voor de website geldt dus, goede zoekleutels en zoekwoorden, en inderdaad het gebruik van social media. Ik merk dat Facebook steeds minder een zakelijk karakter heeft. Puur LinkedIn wordt gebruikt voor zakelijke contacten en zakelijke presentaties. Met Facebook heb je nog steeds een groot bereik met advertenties, en pagina's worden onder de aandacht gebracht. Daarmee heb je een groot bereik en het is wel belangrijk om een groot draagvlak te creëren. Direct mail is iets wat gemakkelijk is voor SMB want je hebt al een doelgroep in kaart gebracht. Als iemand met de gedachte speelt, en ze hebben geen middelen, dan gaan ze niet zoeken. Op het moment dat ze een mailing binnenkrijgen over subsidie en weten dat ze contact op kunnen nemen met het SMB, heb je meteen een contactmoment.

Wat is tot nu toe uw beeld van het SMB?

Puur en alleen van een eerste contact en op de website kijken werd ik getriggerd om voor mijn klanten en voor mijzelf bijvoorbeeld ook te kijken wat de mogelijkheden zijn voor extern kapitaal. Zeker in deze moeilijke tijd is dit een mooie partij die net die laatste stap voor een ondernemer kan zijn. Ik heb even gekeken wat de doelstelling is van het SMB, en hier kwam niet helemaal tot uiting dat het fonds uitgeput zou worden. Ik ben meer voorstander van een permanent fonds dat continue gevoed wordt. Anders heb je het SMB onder de aandacht gebracht en vervolgens is het fonds weer weg. Dan krijg je bij ondernemers een sceptische gedachte als er weer wat nieuws komt in de toekomst. Dan gaat ook iemand uiteindelijk niet meer zoeken.

Als we het product dat SMB aanbiedt een naam geven, zodat het fonds erachter (het SMB dus) kan blijven bestaan en in de toekomst een ander product aan kan bieden, wat vindt u daarvan?

Dan heb je een stukje continuïteit. Dan kun je als vervolg meerdere producten in de markt zetten en zal de aandacht vergroot worden door die continuïteit. Aandacht komt bij terugkeer en als je maar een eenmalige actie hebt heeft die aandacht voor de toekomst geen zin meer.

Het SMB wil de mond-tot-mond reclame onder ondernemers vergroten, hoe kunnen zij dit het beste doen?

Dat vloeit voor uit persoonlijke referentie. Dat is bij een gelegenheid waar ondernemers samenkomen, op een beurs of bij een ondernemersvereniging. Daar worden ervaringen uitgewisseld. Je kunt bijvoorbeeld ook voorstellen dat iemand van het SMB als spreker bij ondernemersverenigingen het SMB onder de aandacht komt brengen. MKB Eindhoven bijvoorbeeld, die organiseert samen met de handelsbanken bijeenkomsten, daar zou een onderwerp als SMB ter sprake gebracht kunnen worden. MKB Eindhoven is in dat geval wel weer een intermediair. Uiteindelijk als je gaat kijken wat de belangrijkste personen of organisaties zijn die het fonds uit kunnen dragen staan intermediairs bovenaan en de website bijvoorbeeld op de tweede plaats.

Wat zijn voor u als ondernemer zijnde de stappen die u onderneemt als u wil gaan verbouwen?

Dan ga ik in eerste instantie bij de gemeente raadplegen en informeren naar het bestemmingsplan. Dat kun je zelf doen maar ook een architect laten doen. De architect gaat daar dan onderzoek naar doen. Dat zijn meteen twee partijen, zowel de gemeente en de architect die al kunnen informeren over het fonds. Daarnaast de omgeving van de ondernemer. Als er verbouwingsplannen zijn gaat een ondernemer ook in zijn omgeving kijken wat anderen voor mogelijkheden geven. Een direct mail naar ondernemers in het doelgebied in combinatie met intermediairs en de website, daarmee bereik je al een groot gebied.

Interview Martijn Verdult

Martijn is werkzaam bij Polyground, een van de partners van het SMB.

Het interview is afgenomen op 25-11.

Bron: audio opname van het interview

Bekendheid van SMB

Het SMB is niet zo bekend bij de doelgroep. Laatst was ik op de kruisstraat, ik heb daar een aantal mensen verteld over het SMB en volgens mij zijn daar wel wat aanvragen uit gekomen. Het SMB is ook bijna niet te vinden, als ik op google subsidie Eindhoven in tik, dan wil ik het op de eerste pagina al tegenkomen. Ik kijk meestal naar de eerste drie of vijf hits, en daar zou het dan al tussen moeten staan.

Aanvraag

Als je bijvoorbeeld naar de website van het SMB kijkt, dan is het een heleboel tekst. Een ondernemer wil meteen weten of hij in aanmerking komt voor subsidie, want dat is de reden dat hij op de site zit. De ondernemer heeft op subsidie gezocht en daardoor is hij op de website gekomen.

Als een ondernemer via google op het aanvraagformulier van SMB uitkomt, is het de vraag of die selectie niet te pittig is. Ik ken veel ondernemers die de stukken over SMB overslaan en meteen klikken op of zij in aanmerking komen voor subsidie.

Als ik kijk naar mijn contacten met SMB tot nu toe gaat dat als volgt. Ik ontmoet een ondernemer met een idee om te verbouwen. Dat bespreek ik dan informeel met Jan en dan zegt Jan tegen me of het potentieel een goed idee is, dan ga ik ermee aan de slag om die aanvraag voor elkaar te krijgen. Als die ondernemer die filter, in dit geval mij, niet heeft, moet hij die aanvraag in een keer invullen. Er zijn veel ondernemers, ook binnen het doelgebied, waarvoor die aanvraag best een gedoe is. Aan de ene kant omdat zij wellicht de taal niet helemaal machtig zijn, dus ze snappen soms de vraag niet en de antwoorden kennen ze niet. Aan de andere kant vraagt het best wat van een ondernemer om deze informatie te geven aan een partij die je nog niet hebt ontmoet. Ik zie eerder voor me dat iemand van SMB zo snel mogelijk bij die ondernemer binnen staat om even te praten. Een ondernemer zegt; Ik wil verbouwen en ik weet dat jullie daarvoor een financieringsmogelijkheid hebben, ik wil eigenlijk een aanvraag indienen. Dan zegt het SMB; Ik kom langs. Waarom zou ik al die informatie delen via een website terwijl ik nog niet eens weet of ik in aanmerking kom voor subsidie. Bij de mensen op de kruisstraat/woenselse markt die wij geholpen hebben, daar hebben wij allemaal die tussenstap genomen. Die hadden al meteen een duidelijk beeld van wat mogelijk was en wat niet. Voor wat mogelijk was wilden ze een aanvraag indienen want ze weten dat het haalbaar is. Dat maakt het sterker. Dan is het belangrijk dat qua profilering SMB op de juiste plaatsen onder de aandacht is, of het dan SMB heet of een andere naam heeft maakt verder niks uit, het gaat erom dat als je een vergunning indient dat mensen weten dat dat het moment is om te kijken naar de financiering, op het moment dat je op google zoekt, dat je vindt wat je moet vinden.

In die zin is het niet verkeerd om te investeren in de juiste zoektermen op je website, of google adwords. Ik denk dat dat meer waard is dan flyeren.

Samenwerking

De samenwerking met Jan is heel prettig. Het is heel praktisch en ik vind het fijn dat als ik een ondernemer tegenkom, ik even met Jan kan overleggen voordat ik de ondernemer doorstuur. Dan heb ik liever even die filter, dan kunnen zij verder. Wat dat betreft, moet je gebruik maken van de lokale kracht. Het is niet binnenlopen met een flyer, maar binnenkomen via een ondernemersvereniging. Als de ondernemersvereniging het accepteert, kun je namens hen ergens binnenkomen. Zij hebben dat als doel, en SMB is dan het project. Dan hoeft je niet te melden van welk bedrijf je bent, je komt namens de ondernemersvereniging.

Er werd vanuit ondernemers aangegeven dat het interessant is een nieuwsbrief te krijgen met daarin bijvoorbeeld de panden die momenteel verbouwd worden, zodat de ondernemer die de eigenaar daarvan kent bijvoorbeeld wat navraag kan doen. Wat is jouw mening hierover?

Herkenning is belangrijk. Bijvoorbeeld als je er eenmaal een aanvraag binnen hebt zoals op de kruisstraat, dan denkt een andere ondernemer 'dat kan ik ook'. Het is niet verkeerd om bij de FOE aan tafel te zitten en te vertellen wat je doet, maar dan is het verstandig om bijvoorbeeld een keer in het half jaar daar aan te schuiven en te vertellen wat er is gebeurd. Het is niet één keer melden en denken dat die voorzitters de rest van het jaar voor SMB gaan lopen. Als de FOE na een half jaar een specifiek bericht krijgt van welke aanvragen er in welk winkelgebied zijn gehonoreerd, en wat daar van geworden is, wordt het al meteen interactiever. Een ondernemer heeft liever specifieke informatie over zijn eigen winkelgebied. Op die manier ziet hij dat het in zijn gebied is en diegene geld heeft gekregen, dan gaat het leven. Ik geloof niet zo zeer in dat flyeren, maar meer promotie op maat. Het is de vraag of het SMB het juiste vehicel is, of dat je een product in de markt moet zetten. Dat mis je nu. Nu is het gewoon een van de aanbieders in een heel groot spinnenweb. Het is moeilijk te vinden, je moet er van weten en dat kan eigenlijk niet.

'Merk SMB'

Je verkoopt niet de stichting, je verkoopt een dienst. Je kunt erover nadenken om er een sterk merk van te maken, dat merk zet je in de markt. Je ziet dat vaak bij jongerencoachingsprojecten, ze kennen de stichting niet maar het maatjesproject bijvoorbeeld. Als je googelt op maatjesproject kom je niet bij de stichting die erachter zit. Het interesseert de ondernemer niks of de aanvraag bij het SMB terecht komt als stichting. Wat erachter zit maakt voor de ondernemer niks uit.

Investeren

Het is investeren op de juiste plekken. De afdeling vergunningen is een vindplaats. Misschien zijn er nog betere vindplaatsen bij gemeentes of bedrijven. Je zou eigenlijk de stappen van een ondernemer na moeten gaan, waar gaat een ondernemer als eerste naartoe met verbouwingsplannen. Dat kunnen ook bouwbedrijven zijn. Weten bouwbedrijven bijvoorbeeld dat ze met een gratis cadeautje bij een ondernemer binnen kunnen komen? Niet alle bouwbedrijven in Eindhoven, maar is er bijvoorbeeld een lokale beurs of vakgroep die bij elkaar komt die de klussen doen voor ondernemers? Als zij al weten dat het bestaat is er een kans dat zij ondernemers benaderen. De ondernemer blijft de aanvraag doen volgens de normale procedure. Dat de ondernemer gehint is door een aannemer maakt niets uit.

Eigenlijk zou je even terug moeten gaan in die denkstappen, waar komt een ondernemer als eerste. Op die plekken gaan investeren. En eventueel google. Op de afdeling vergunningen hebben ze er zelf weinig aan, dan is het hopen dat mensen het zien als extra dienstverlening van de gemeente. Bouwbedrijven daarentegen hebben er wel wat aan. Die kunnen met een mogelijk cadeautje binnenkomen bij een bedrijf door het SMB aan te bieden als mogelijkheid. Als een ondernemer al naar zo'n bouwbedrijf gaat, is hij al serieus bezig met verbouwen.

Ik zou ook investeren op de vindplaats van het SMB en niet zo zeer alleen op de vindbaarheid. Iedereen vecht voor bekendheid. Als je bij een ondernemer het SMB onder de aandacht wil brengen terwijl hij niet bezig is met een verbouwing, heeft dat weinig zin. Die ondernemer krijgt zoveel informatie van aanbieders, hij kan geen inschatting meer maken van wat commercieel en wat niet commercieel is. Die heeft daar geen zin in en geen tijd voor, dan is het hopen dat er iets blijft hangen. Ik zou niet investeren op hopen maar op waar je moet zijn.

Qua middelen die het SMB kan gebruiken, wat denk je daarover?

Een flyer is een goed middel. Ik zou zorgen dat de informatie van de flyer op de juiste plekken ligt of opgenomen is. Waar komen ondernemers die nadenken over zoiets? Het is verstandig te weten waar de ondernemer komt. Als bijvoorbeeld een administratiekantoor weet welke mogelijkheden er zijn, en een ondernemer komt daar, kunnen zij de flyer aanbieden en wat over het SMB vertellen. Die ligt niet bij de ondernemer, maar bij de vindplaats. Dan heeft de flyer nut. Anders wordt de flyer aangeboden op een moment dat een ondernemer helemaal niet bezig is met verbouwen.

In dit geval kan het administratiekantoor het succes claimen. Bij vergunningen en bouwbedrijven idem, die kunnen zeggen; ik heb iets voor je. Als de concurrent daar niet aan heeft gedacht is dat mooi. Dan maken jullie ook andere mensen mede verantwoordelijk voor SMB. Nu is SMB verantwoordelijk voor zichzelf. Wat ik in principe op de kruisstraat heb gedaan, ik heb het SMB onder mijn arm genomen en gezegd; jij dacht toch aan verbouwen? Misschien heb ik iets voor je. Het is niet eens mijn cadeautje, maar ik breng het. Het is een win-win situatie. De ondernemers vinden het fijn dat ik het aanbiedt, en het SMB vindt het fijn als die aanvragen binnenkomen.

In mijn werk proberen wij ook zoveel mogelijk mensen te koppelen.

Bent u bekend met het SMB?

Eigenlijk niet nee. Ik ga er wel even naar kijken. Je triggert me door te zeggen; ik heb een pot met geld en daar moeten we vanaf.

Initiatief

Het initiatief ligt in het beginsel bij de gemeente. Zij willen de wijken opknappen dus het is in principe aan hen om bekend te maken dat er geld beschikbaar is. In feite kun je de eigenaren benaderen en zeggen luister, jouw pand kan opgeknapt worden, hier heb je geld. Dan is dat potje zo leeg. Dan ga je eigenaren op een andere manier triggeren. Als ik mijn huis wil opknappen is niet het eerste dat in mij opkomt dat ik de gemeente ga bellen om te vragen of daar nog geld voor is. De gemeente moet dan eigenlijk mij bellen. Dan ga je iets op gang helpen. Ik zou niet weten waar ik allemaal recht op heb.

Hoe zou het SMB het beste met de doelgroep om kunnen gaan?

Onze opdrachtgevers zijn vastgoedeigenaren. Die hebben een gebouw staan waar een huurder in moet, wij bemiddelen tussen de huurder en de eigenaar. Wij zitten dus aan de kant van de eigenaar. Ik vind het interessant om te kijken welke straten er gedefinieerd zijn door jullie en welke eigenaren wij kennen in dat gebouw. Ik zou de eigenaar bellen en gewoon informeren; je hebt een zak met geld en je wil er vanaf dus dan contacteer je de eigenaar. Het is afhankelijk van de benoemde straat, als je daar fysiek doorheen loopt zitten daar bedrijven in, maar dat wil niet zeggen dat het de eigenaar is. Je moet dus bij het kadaster natrekken wie de eigenaar is van het gebouw en die moet je benaderen. Waar je daarnaast erg afhankelijk van bent is of de eigenaar voldoende middelen heeft om zelf ook een stuk van die verbouwing te dragen.

Wat zou het SMB volgens u kunnen doen om de communicatie te verbeteren?

Ik zou de rechtstreekse benadering zoeken en dat blijven doen. Als je je doelgroep zo duidelijk gedefinieerd hebt, dan zou ik daar de rechtstreekse benadering blijven zoeken. Laat ik het zo zeggen; je hebt een pot met geld, die pot met geld moet leeg, je weet waar het aan uit gegeven moet worden en je weet ook nog waar de gebouwen staan, dan is je communicatielijijn volgens mij een hele directe. Dan kun je daar een makelaar voor benaderen maar dan zou ik daar in dit geval aan moeten denken om de eigenaar op het SMB te attenderen en vervolgens moet hij zelf gaan zoeken. Dat werkt niet. Als je weet wie je moet hebben, dan benader je die gewoon rechtstreeks. Dat is mijn eerste reactie. Als je daar inderdaad nog zelf iets aan moet bijdragen wordt het een afweging, maar het is fantastisch als je benaderd wordt met 'ik heb geld voor jou, als jij er nou wat bij doet gaan we samen je pand mooi maken.' Volgens mij heb je dan een goed verhaal. In de communicatiesfeer is dit de makkelijkste oplossing.

Wat vindt u van de voorwaarden van de regeling?

Die voorwaarden zijn natuurlijk prima. Eerlijk gezegd is alles waarbij je aanspraak kunt maken op geld uit een pot prima.

Procedure

Het begint al met; hoe komen mensen op de website. Ik ben nog nooit bezig geweest met de vraag of er een potje met geld zou zijn. Een eigenaar meldt zich wel eens bij de gemeente of zij dat samen gaan oppakken. De gemeente kan ook een eigenaar aanschrijven dat ze moeten gaan verbouwen, maar daar zitten jullie waarschijnlijk ruim voor. Als een eigenaar al zo ver is om te gaan zoeken of er een potje is, is het de vraag of hij bij het SMB uitkomt. Of op google bovenaan, of via de gemeente als men een vergunning aanvraagt, daar zou al een linkje moeten staan naar het SMB. Dan weet een eigenaar als hij in een bepaald gebied zit dat hij recht heeft op subsidie. Je kunt niet vertrouwen op ambtenaren die daaraan denken, het moet al in een vroeg stadium duidelijk zijn. Dan kan een eigenaar afvinken of hij er wel of geen recht op heeft en dan is hij zo klaar. Wat wij daar verder als makelaar in kunnen betekenen weet ik niet. Ik kan eens kijken waar de overlap ligt tussen de straten die gedefinieerd zijn en de eigenaren die we kennen. Die eigenaren kan ik bellen en ze attent maken op het SMB maar meer niet.

13. Begrippen

Kernwaarden

Door Michels (communicatiehandboek 2006) worden kernwaarden omschreven als waarden die wezenlijk, onderscheidend en onveranderlijk in het DNA van de organisatie zitten. Dit zorgt ervoor dat de waarden nooit losgelaten worden en een richting geven voor de communicatie.¹

Visie

Door Michels (communicatiehandboek 2006) wordt de visie van een bedrijf als volgt omschreven: 'De visie is het referentiekader, de overtuiging en de opvattingen van de organisatie.'²

Missie

De missie wordt gezien als het bestaansrecht van de organisatie. Michels (communicatiehandboek 2006) zegt dat de missie het doel beschrijft welke de organisatie wil bereiken.

Identiteit

Van Riel (identiteit en imago 2010) geeft aan dat er geen vaste definitie van identiteit is. Van Riel gaat uit van vier verschillende definities van identiteit³:

Gepercipieerde organisatie-identiteit

"De gepercipieerde (waargenomen) organisatie-identiteit is de verzameling kenmerken die in de ogen van de organisatieleden typerend zijn voor de 'continuïteit, onderscheidendheid en centraliteit van de eigen organisatie'".

Gewenste identiteit

"De gewenste identiteit (ook wel ideale identiteit) is wat het topmanagement hoopt dat de organisatie is of zal worden."

Toegepaste identiteit

"De toegepaste identiteit zijn de signalen die een organisatie veelal onbewust en soms bewust uitstraalt door het gedrag van medewerkers op alle niveaus van de organisatie."

Geprojecteerde identiteit

"De geprojecteerde identiteit is de manier waarop een organisatie zich presenteert: de impliciete en expliciete signalen in communicatie en symbolen waarmee een organisatie haar cruciale kenmerken laat zien aan externe en interne stakeholders."

Imago

Het imago is het beeld dat bij de publieksgroepen heerst met betrekking tot de organisatie.

Muilwijk E. (2012) beschrijft imago als volgt:

"Imago draait om perceptie die een doelgroep heeft over een bepaald bedrijf. Imago wordt opgebouwd door de som van marketingcommunicatie van een bedrijf en de interpretatie van de ontvangers".

Concurrenten

Bij de bol van concurrenten gaat het er om te bepalen hoe een merk zich verhoudt tot haar concurrenten. Hier wordt gebruikt gemaakt van 'Points of Parity' en 'Points of Difference', oftewel welke punten van het merk komen overeen met de concurrenten en welke punten wijken af van de concurrenten. Het is belangrijk dat er niet alleen gekeken wordt naar het onderscheidende gedeelte, maar juist ook naar de overeenkomsten met de concurrenten.

¹ Michels, W (2006). *Communicatiehandboek* (3^e druk)

² Michels, W (2006). *Communicatiehandboek* (3^e druk)

³ Riel, C. van (2010). *Identiteit & Imago* (4^e druk). Pag. 43

Positionering

Door Floor en van Raaij wordt de positionering als volgt omschreven: "De positionering is de positie van een merk ten opzichte van andere merken in de perceptie van de consument".⁴ (Floor, K., Raaij, F. Van, 2010)

Communicatiestrategie

Volgens Michels (2006) wordt in de communicatiestrategie beschreven langs welke wegen de organisatie de doelstellingen wil bereiken. Welke communicatiemiddelen moeten worden ingezet om de kernboodschap over te brengen naar de doelgroep.

Doelstellingen

Er zijn drie soorten doelstellingen volgens Wil Michels (communicatiehandboek 2006); *Ondernemingsdoelstellingen*: Deze hebben betrekking op de missie van de organisatie. Dat wil zeggen, de plaats en de functie van de onderneming in de maatschappij. Ondernemingsdoelstellingen zijn meestal gericht op winst, rendement en continuïteit. *Marketingdoelstellingen*: Deze doelstellingen zijn gericht op marktaandelen, concurrentie en omzet. *Communicatiedoelstellingen*: Deze beschrijven de gewenste communicatie-effecten. In dit onderzoek gaat het over de communicatiedoelstellingen. Deze maakt duidelijk welke doelgroep je wil bereiken, welk effect je op de doelgroep wil hebben en binnen welke tijd de doelstelling gerealiseerd wordt.

⁴ Floor, K, Raaij, van F. (2010), marketingcommunicatiestrategie, pag. 166