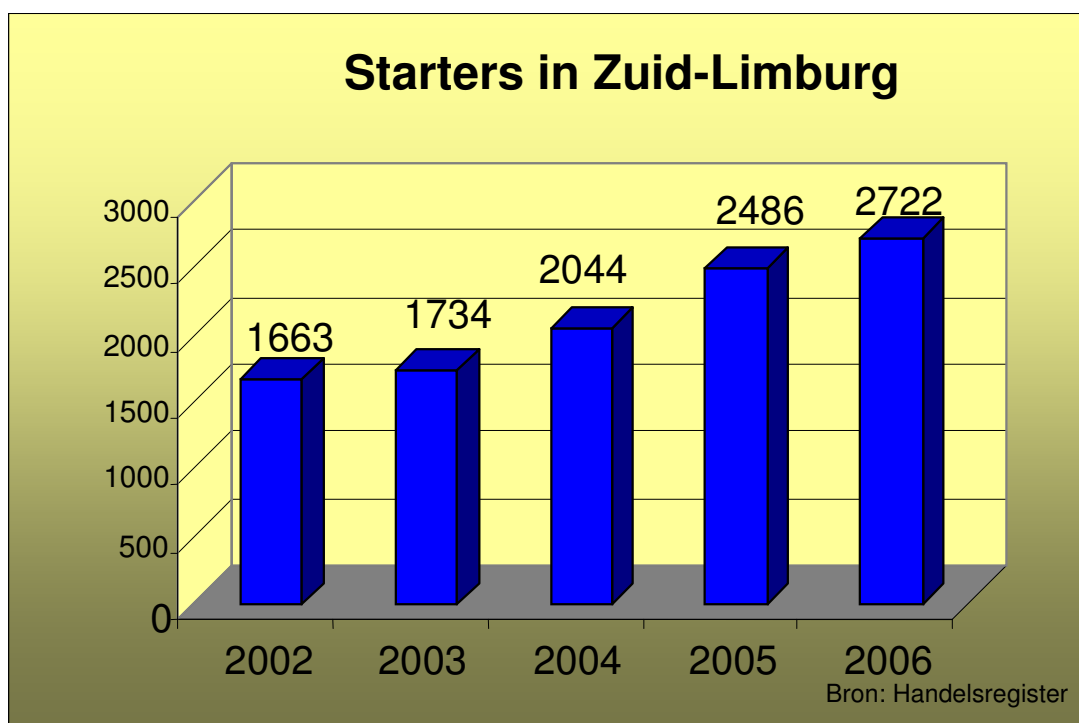


Activiteitenprogramma 2007

Stichting StartersCentrum

Zuid-Limburg



INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	1
Management samenvatting	2
I Inleiding	6
II Missie	6
III Visie	7
IV Klanten	8
IV.1 Doelgroep	8
IV.1.1 Algemeen	
IV.1.2 Klantenbehoeften	
IV.1.3 Klanttevredenheid	
IV.2 Trends en ontwikkelingen	9
IV.2.1 Algemeen	
IV.2.2 Dynamiek	
V Doelstellingen	14
V.1 Algemeen	14
V.2 Producten en diensten	14
V.3 Plaats	16
V.4 Prijs	16
V.5 Promotie	16
V.6 Personeel	17

VI	Subsidiënten	18
VII	Relaties en netwerk	19

VOORWOORD

Hierbij treft u aan ons Activiteitenprogramma 2007.

Ook dit jaar wordt ervoor gekozen om het aantal collectieve voorlichtingsbijeenkomsten voor potentiële starters en seminars voor nieuwe ondernemers te verhogen. De samenwerking met regionale partners wordt hierbij nadrukkelijk opgezocht.

Uit ervaringen van afgelopen jaar is gebleken dat hiermee in een behoefte wordt voorzien. Stimulering van ondernemerschap aan de basis blijft een belangrijke uitdaging. Om die reden worden de startersbijeenkomsten in 2007 gratis aangeboden. Dit geldt ook voor de distributie van het startersmagazine en het aanbieden van de individuele adviesgesprekken.

Het stimuleren van nieuw ondernemerschap vereist in onze regio permanent aandacht en daarop geënte inspanningen. Aan de basis en in de breedte.

Het is verheugend te constateren dat in goed overleg met de gemeente Heerlen voor de jaren 2007 en 2008 een vervolgtraject is geïnitieerd, waarbij de doorontwikkeling van het concept Bazaar de Klomp als blauwdruk een prominente rol vervult.

Ook in andere stedelijke gebieden zoals Sittard-Geleen en Parkstad Limburg worden initiatieven verkend om het nieuw ondernemerschap van een extra impuls te voorzien, waarbij het StartersCentrum als uitvoerende partner haar verantwoordelijkheid neemt.

Medio 2006 zijn de voorbereidingen opgepakt voor het initiëren van een ondernemerscursus, specifiek met als doelgroep jongere starters die een bedrijf willen overnemen. In december is bovendien door de Europese Unie een Tender toegewezen om 5 trajectbegeleidingen op te starten. Beide initiatieven liggen naadloos in elkaars verlengde.

Door middel van het Activiteitenprogramma 2007 zijn wij ervan overtuigd dat onze ambities zowel in kwantitatief alsook kwalitatief opzicht worden gerealiseerd. Dit ten gunste van de potentiële ondernemer.

Hierbij weten wij ons gesteund door het partnership met alle gemeenten, de Kamer van Koophandel Zuid-Limburg en onze relaties.

11 december 2006

Stichting Starterscentrum Zuid-Limburg

Het Algemeen Bestuur

MANAGEMENT SAMENVATTING

I Typologie Stichting StartersCentrum Zuid-Limburg

De Stichting StartersCentrum Zuid-Limburg bestaat sedert 1995.

Het StartersCentrum is het algemene aanspreekpunt en de kosteloze vraagbaak voor alle toekomstige en pas van start gegane ondernemers.

Er is een fysiek loket in Sittard-Geleen (gemeentehuis Geleen), Heerlen (Technocircle en locatie Stadspark Oranje Nassau) en Maastricht (KvK).

Partners in het StartersCentrum zijn de zuidlimburgse gemeenten en de Kamer van Koophandel Zuid-Limburg. Deze vorm van samenwerking is uniek in Nederland.

II Missie

De persoonlijke begeleiding van de klanten staat voorop. Vertrekpunten voor de dienstverlening zijn: gratis, onafhankelijk, deskundig en laagdrempelig.

Als onafhankelijke non-profit organisatie bevordert het StartersCentrum het ondernemerschap door het geven van collectieve voorlichting en informatie en het bieden van individuele ondersteuning en begeleiding.

De bedrijfsadviseurs beschikken over het vereiste kennisniveau en adviseren de startende ondernemer in alle fasen van het traject. Van een eerste idee tot en met de daadwerkelijke start van de onderneming.

III Visie

De ambitie is om zoveel mogelijk ondernemers in spé de gelegenheid te bieden gebruik te maken van de diensten van het StartersCentrum. Gestreefd wordt naar grotere naamsbekendheid van de bestaande producten en diensten en het vergroten van het gebruik hiervan. Het StartersCentrum dient dan ook als logisch eerste aanspreekpunt gezien en ervaren te worden in de regio.

Nieuw ondernemerschap en het stimuleren hiervan zijn de gezamenlijke uitdagingen in onze regionale economie. Gestreefd wordt naar méér kansrijke initiatieven en beter ondernemerschap. Met als beoogd resultaat een sterke en levensvatbare regionale economie.

Ondernemerschap staat hoog op de politieke agenda. Zowel nationaal als internationaal. Het StartersCentrum weet zich hierdoor gestimuleerd.

IV Strategie

De dynamiek in de samenleving vereist dat het StartersCentrum tijdig inspeelt op trends en ontwikkelingen. Intern wordt hierin voorzien door opleiding en éducation permanente. Extern wordt de klant proactief geïnformeerd en de mogelijkheid geboden om laagdrempelig aan collectieve voorlichtingsbijeenkomsten deel te nemen.

- Algehele stimulering van het ondernemerschap;
- Collectieve voorlichting en informatie;
- Persoonlijke advisering en ondersteuning voor de pré-starter;
- Themagerichte voorlichting aan de ‘nieuwe’ ondernemers;
- Het realiseren van projecten op het gebied van buurteconomie.

V Doelstellingen

Algemeen

Persoonlijke en individuele advisering van de klant staat voorop. De dienstverlening is gratis. De startende ondernemer kan terecht voor algemene informatie en telefonisch consult.

Specifiek

- a. Vergroten aandeel klantcontacten met 10%;
- b. Intensievere klantenbinding door volgen en begeleiden. Actieve inzet e-mail;
- c. Inspelen op info-behoefte van de startende ondernemer, door het organiseren van themabijeenkomsten;
- d. Verhoging van de kwaliteit van de producten en diensten. Hierbij geldt als vertrekpunt het periodiek klantentevredenheidsonderzoek;
- e. Eerste aanspreekpunt voor gemeenten en het permanent verbeteren van het ondernemersklimaat;
- f. Voorlichting bij onderwijsinstellingen;
- g. Samenwerking met belastingdienst, UWV en sociale diensten;
- h. Extra focus op de eerste drie jaren van het ondernemerschap (ondernemersscan).

VI Kerntaken

- a. Algemene voorlichting
 - Telefonisch aanspreekpunt;
 - Distributie startersmagazine editie 2007, oplage 7.500 exemplaren;
 - Publicaties in Kamerkrant, elektronische nieuwsbrief, internet, regionale pers;
 - Welkomstpakket voor iedere nieuwe inschrijving in het Handelsregister in samenwerking met de KvK.
- b. Voorlichtingsbijeenkomsten
 - Bijeenkomsten in Sittard-Geleen, Heerlen, Kerkrade en Maastricht. In 2007: 52 bijeenkomsten, 1.200 deelnemers;
 - Het organiseren van specifieke seminars voor gestarte ondernemers. In 2007: 50 bijeenkomsten, themagericht en met totaal 750 deelnemers;
 - Het organiseren van de startersdag op 3 november 2007. Aantal deelnemende organisaties: 25. Aantal bezoekers: 1.200.

c. Individuele advisering

Doelstelling in 2007: 2.000 geregistreerde adviesgesprekken.
2.800 starters in Zuid-Limburg.

VII Projecten

- Evaluatie en nazorg project Ondernemer in de Buurt te Maastricht;
- Afronding van het project Buurteconomie Heerlen, tweede fase 2005-2006;
- Opstart project Heerlen, 3^{de} fase 2007 en 2008;
- Verdieping startersbegeleiding Parkstad Limburg;
- Opstart pilot startersschool, bedrijfsovername;
- Opstart pilot bedrijfsovername via trajectbegeleiding (Europese Tender)
- Opstart project Nieuw Ondernemerschap Sittard-Geleen;
- Onderwijs en ondernemerschap, “dag van de student”. Participatie aan minor Universiteit Maastricht, Hogeschool Zuyd;
- Benchmark aantal starters d.m.v. in 2005 ontwikkelde systematiek;
- Pilot startersvouchers in samenspraak met Provincie Limburg.

ALGEMEEN

- Een ondernemingsgerichte mentaliteit stimuleren;
- Méér mensen aanmoedigen om ondernemer te worden;
- Ondernemers toerusten voor groei en concurrentiekracht;
- De financiering verbeteren;
- Een MKB-vriendelijker regelgeving- en administratief kader creëren.

Op nationaal niveau is door het Ministerie van Economische Zaken de handschoen opgepakt. In de beleidsbrief van 8 december 2003: “In actie voor ondernemers”, zijn 3 actieplannen geformuleerd. De actieplannen zijn gericht op het wegnemen van bestaande belemmeringen. De focus ligt op de startfase, groeifase en fase van de bedrijfsoverdracht. In totaal bevatten de actieplannen 43 beleidsacties.

De ambitie is om méér starters te genereren door het stimuleren van ondernemerschap. Een andere ambitie is te streven naar betere starters. Betere starters zijn degenen die de eerste groeifase doormaken en de eerste jaren in staat zijn om te overleven.

Ten einde deze voornemens te kunnen realiseren worden door het Rijk de onderstaande met elkaar samenhangende maatregelen ingezet.

- Specifiek beleid bij specifieke knelpunten. Bijvoorbeeld extra ondersteuning bij familiebedrijven in de fase van bedrijfsoverdracht, knelpunten oplossen bij ondernemers die behoefte hebben aan kleine kredieten, bevordering van ondernemerschap bij allochtone bevolkingsgroepen, het toenemende belang van economisch actieve ouderen;

- Het verminderen van onnodige of tegenstrijdige wet- en regelgeving;
- Vermindering van criminaliteit tegen ondernemers;
- Het verbeteren van de beschikbaarheid van financiering;
- Versterken van de voorlichtings- en adviesstructuur;
- Opzetten van een coachingsnetwerk;
- Méér geslaagde bedrijfsoverdrachten en het ondersteunen van de ondernemingsbeurs.

Op 6 oktober 2006 heeft de Staatssecretaris van Economische Zaken haar beleidsbrief met als thema 'Kwaliteit van Ondernemerschap' gepubliceerd. Hierbij ligt de focus niet alleen op (de voorbereiding van) de start van een bedrijf, maar ook op de kwalitatief goede uitoefening van het bestaand bedrijf. Een drietal kernpunten die onontbeerlijk zijn voor kwalitatief goed ondernemerschap worden geformuleerd.

- Kennis van alle aspecten van ondernemerschap;
- Klantgerichtheid;
- Ondernemen is een dynamisch proces (blijven leren en inspelen op veranderingen).

Teneinde hieraan inhoud te geven wordt een landelijk begeleidingstraject opgezet voor starters. In de visie van de Staatssecretaris is er sprake van een groeimodel waarbij aanbevolen wordt om in een volgend kabinet verder te gaan met de uitrol van (best practises), die vaak in samenwerking met lokale overheden worden opgezet.

Het StartersCentrum is van oordeel dat essentieel is dat beleid niet alleen wordt geformuleerd, maar dat bovendien uitvoering en monitoring hiervan regionaal wordt opgepakt. In het voorliggende activiteitenplan zijn dan ook regionale actiepunten geformuleerd waarbij nadrukkelijk de uitvoering aan bod komt. Het StartersCentrum ziet in de beoogde aanpak van de Staatssecretaris, de legitimatie van het reeds jaren door het StartersCentrum gehanteerde beleid.

I INLEIDING

De Stichting StartersCentrum Zuid-Limburg (StartersCentrum) bestaat in de huidige vorm sedert 1995. De primaire doelstelling van de stichting is 'ondersteuning en begeleiding van starters' in de ruimste zin des woords. Het StartersCentrum wordt gesubsidieerd door de zuidlimburgse gemeenten en de Kamer van Koophandel Zuid-Limburg. Deze vorm van samenwerking is door haar voortrekkersrol bijzonder voor deze regio en uniek in Nederland.

Het stichtingsbestuur wordt gevormd door vertegenwoordigers van de subsidiërende organisaties.

II MISSIE

Het StartersCentrum is het eerste aanspreekpunt voor alle starters.

De persoonlijke begeleiding van de klanten staat voorop. De vertrekpunten hierbij zijn: deskundigheid, onafhankelijkheid, ruime ervaring en kosteloze dienstverlening.

Onder een starter wordt verstaan: een nieuwe ondernemer die een nieuw bedrijf start of een bestaand bedrijf overneemt, waarin minimaal één persoon 15 uur per week werkzaam is. Starters dragen ongeveer voor 7,5% bij aan de totale werkgelegenheid in Nederland.

Het StartersCentrum wil de aantrekkelijkheid van het ondernemerschap uitdragen en stimuleren door het geven van voorlichting en het bieden van ondersteuning en begeleiding. De ervaring leert dat goedvoorbereide ondernemers méér kans van slagen hebben. Dit op basis van realiteitszin en ondernemerskwaliteiten. Deze spiegel wordt door het StartersCentrum aan de klanten voorgehouden. Waar nodig wordt een negatief advies verstrekt.

Deze activiteiten moeten tot resultaat hebben dat er méér starters in de regio initiatieven ontplooien en dat er sprake is van betere starters, dat wil zeggen degenen die de eerste groeifase doormaken en de eerste jaren aantoonbaar in staat zijn om te "overleven".

Daarnaast zijn nieuwe initiatieven noodzakelijk voor verbreding van de economische structuur in de regio en bevordering van de vitaliteit en dynamiek van de regionale economie. Er is een duidelijk positief verband tussen (nieuw) ondernemerschap en werkgelegenheid, productiviteit, innovatie en duurzame economische groei. Ondernemerschap heeft ook positieve effecten op sociaal-culturele ontwikkelingen, zoals individuele ontplooiing, emancipatie en integratie van etnische minderheden. Dit betekent dat het StartersCentrum zich niet alleen beperkt tot dienstverlening aan de startende ondernemer, maar ook service verleent aan ondernemers in alle fasen van de levenscyclus van bedrijven.

Ieder bedrijf kent namelijk de fase start, doorstart, overdracht en bedrijfsopvolging. Het StartersCentrum speelt samen met de Kamer van Koophandel hierop in met activiteiten op het gebied van bedrijfsoverdracht en overname en het organiseren van themabijeenkomsten, het aanreiken van een stappenplan.

III VISIE

De activiteiten van het StartersCentrum zijn erop gericht om de eigen organisatie zoveel mogelijk op een herkenbare en door het werkveld geaccepteerde manier te verankeren binnen de adviesstructuren en de regionale samenwerking op sociaal en economisch gebied.

De ambitie is om zoveel mogelijk ondernemers (in sp ) de gelegenheid te bieden gebruik te maken van diensten van het StartersCentrum. Het StartersCentrum is dan ook het eerste aanspreekpunt en als zodanig erkend in de regio. Niet alleen bij de (startende) ondernemer, maar ook bij bancaire instellingen, accountancy, fiscaal adviseurs, intermediairs.

Met deze partijen wordt intensief samengewerkt, o.a. bij het organiseren van themabijeenkomsten.

IV KLANTEN

IV.1 Doelgroep

IV.1.1 Algemeen

Het StartersCentrum ziet ondernemerschap als een aantrekkelijke optie voor individuele ontplooiing. De praktijk wijst uit dat de motieven van de startende ondernemer van uiteenlopende aard zijn. Prominent aanwezig zijn de behoeften om graag zelfstandig te werken en het oppakken van een nieuwe uitdaging. Daarnaast spelen persoonsgebonden factoren, zoals leeftijd, geslacht, ambitie en ervaring een belangrijke rol. Dit geldt eveneens voor omgevingsfactoren zoals noodzaak van financiering, behoefte aan voorlichting en ondersteuning, scholing en branche-ervaring. Het StartersCentrum is het eerste aanspreekpunt voor iedere beginnende ondernemer. Er wordt dus geen onderscheid gemaakt in herkomst, opleiding, inkomenssituatie of branche.

IV.1.2 Klantenbehoeften

Een en ander is voor het StartersCentrum aanleiding om initiatief te nemen om de starter ook hier op weg te helpen door het organiseren van specifieke themabijeenkomsten. Succesvolle seminars die zijn georganiseerd in 2006, worden in het jaar 2007 gecontinueerd. Voorbeelden hiervan zijn: starter en de fiscus, starter als zelfstandige zonder personeel, starter als freelancer, starter en marketing, starter en administratie. Ook worden nieuwe thema's opgepakt, zoals bijvoorbeeld 'Starten in de zorgsector'. Met bestaande ondernemersverenigingen en vindt afstemming plaats over relevante thema's en inbreng hierin.

IV.1.3 Klanttevredenheid

Er zijn talrijke klantcontacten op meerdere niveaus. Van groen tot rijp. Het StartersCentrum stelt er belang in hoe de dienstverlening wordt ervaren. In 2006 is deelgenomen aan een landelijk klanttevredenheidsonderzoek. De resultaten worden verwacht voorjaar 2007.

IV.2 Trends en ontwikkelingen

IV.2.1 Algemeen

Het StartersCentrum speelt met haar dienstverlening in op macro- en micro-economische en sociale veranderingsprocessen. Voortdurende kennisverwerving zowel theoretisch als praktisch, zijn hierbij de belangrijkste instrumenten naast het unieke leerproces via persoonlijke ervaring met de klanten.

In zowel economisch goede als minder goede tijden heeft het StartersCentrum zich bij uitstek gespecialiseerd in de begeleiding van (startende) ondernemers aan de hand van de criteria: persoonlijke kwaliteiten, sociale vaardigheden en realiteitszin bij ontwikkeling en uitvoering van het ondernemingsplan.

Veranderende macro-ontwikkelingen bij starters zijn ook zichtbaar op zuidlimburgs niveau:

- Groeiend aantal starters op hbo en wo-niveau, naast stabiliserend aantal starters met mbo-opleiding;
- Sterke groei van ondernemerschap gecombineerd met een loondienstverband (parttime ondernemerschap);
- Sterke groei van ondernemerschap op basis van afvloeiingsregelingen, afkoopsommen, e.d.;
- Toename van de vraag naar mogelijkheden van management buy-in en buy-out;
- Aandacht voor criminaliteitsbestrijding en preventie van fraude;
- Starten vanuit een uitkering;
- Starten in de zakelijke dienstverlening.

Veranderende informatiebehoefte bij starters en ondernemers:

- Toenemende behoefte aan voorlichting en begeleiding bij de bedrijfsvoering
 1. acquisitie, marketing en afzetmogelijkheden
 2. offertes maken
 3. wet- en regelgeving
 4. administratie
 5. netwerken
- Sterke groei van informatieverstrekking op fiscale aangelegenheden
 1. BTW
 2. import/export
 3. fiscaal ondernemerschap
 4. fiscale aspecten in relatie tot de rechtsvormen
- Groeiende aanspraak op de juridische huisartsfunctie
 1. samenwerkingscontracten
 2. bestemmingsplannen en milieuregelgeving
 3. algemene leverings- en betalingsvoorwaarden
 4. huurrecht
 5. contractenrecht
 6. intellectuele en industriële eigendom (broncode, octrooi, licenties)

IV.2.2 Dynamiek

Door het creëren van nieuwe bedrijven wordt een bijdrage geleverd aan zowel de directe als de indirecte werkgelegenheid.

1. Gestarte ondernemingen Zuid-Limburg

In onderstaand overzicht is de ontwikkeling weergegeven van het aantal nieuw gestarte ondernemingen in Zuid-Limburg in de periode 2000-2005

Jaar	Gestarte ondernemingen
2000	2.093
2001	1.878
2002	1.663
2003	1.734
2004	2.044
2005	2.486
2006	2.722

2.a. Aantal starters landelijk (bron: Handelsregister/CBS)

Jaar	Landelijk	Zuid-Limburg	Percentage
2000	63.700	2.093	3,8 %
2001	58.900	1.878	3,1 %
2002	54.490	1.663	3,0 %
2003	54.000	1.734	4,2 %
2004	65.000	2.044	3,1 %
2005	75.000	2.486	3,3 %
2006	pm	2.722	pm

2.b. Vergelijking starters landelijke trend t.o.v. Zuid-Limburg 2000 – 2004

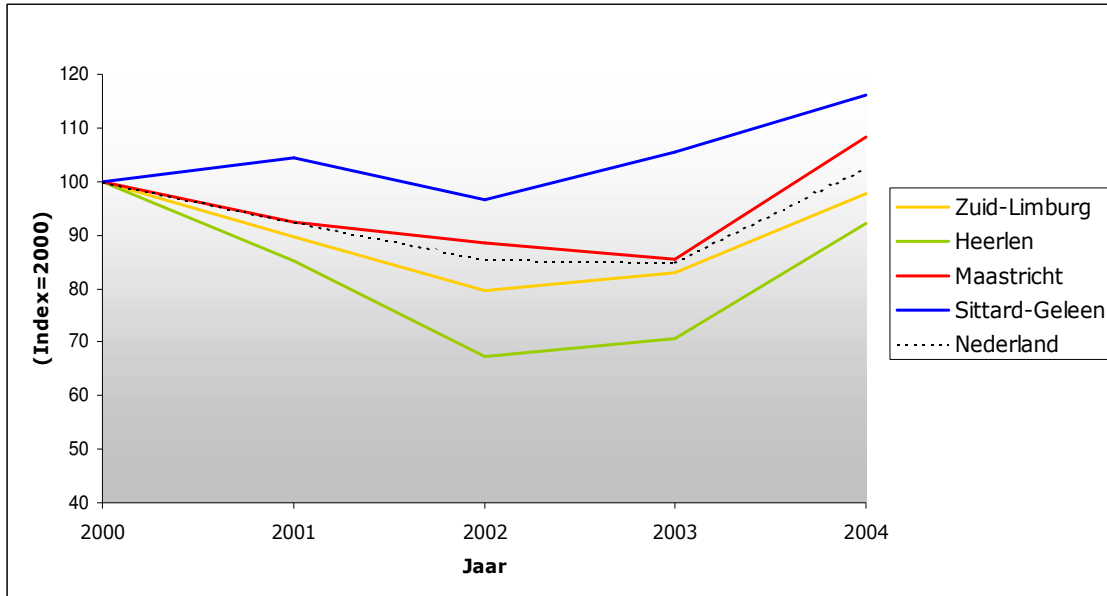
In 2005 is op verzoek van het StartersCentrum door Unipartners een onderzoek gedaan naar het aantal starters in Zuid-Limburg. Doelstelling van het onderzoek was om een bench mark op te stellen met landelijke ontwikkelingen. De insteek is gehanteerd om niet alleen het aantal absolute starters hierbij te betrekken, maar bovendien ook andere indicatoren zoals het aantal startende ondernemingen per 10.000 inwoners, het aandeel starters ten opzichte van de beroepsbevolking en het aantal starters ten opzichte van het bestaande bedrijfsleven.

Hierdoor ontstaat er een genuanceerder beeld en is het mogelijk om ook in komende jaren niet alleen op zuidlimburgse schaal, maar ook per gemeente een 'foto' van de feitelijke ontwikkelingen te maken.

Geïndexeerde ontwikkeling startende ondernemingen, 2000-2004

Toelichting:

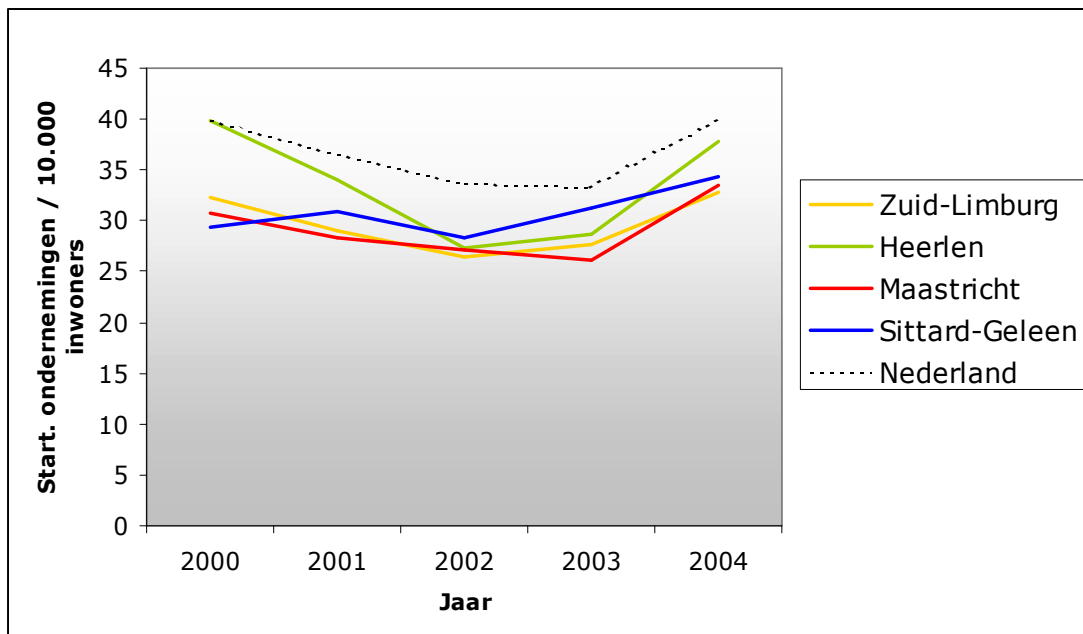
Inzichtelijk wordt dat de regio Zuid-Limburg als geheel achterblijft bij de landelijke (procentuele) ontwikkelingen met betrekking tot het aantal startende ondernemingen. Maastricht en Sittard-Geleen zitten boven het landelijk gemiddelde. Heerlen is vanaf 2003 zich sterk aan het herstellen. De overige gemeenten zijn goed voor een aandeel van 46,7 % in het totale aantal startende ondernemingen in Zuid-Limburg.



Startende ondernemingen per 10.000 inwoners, 2000-2004

Toelichting:

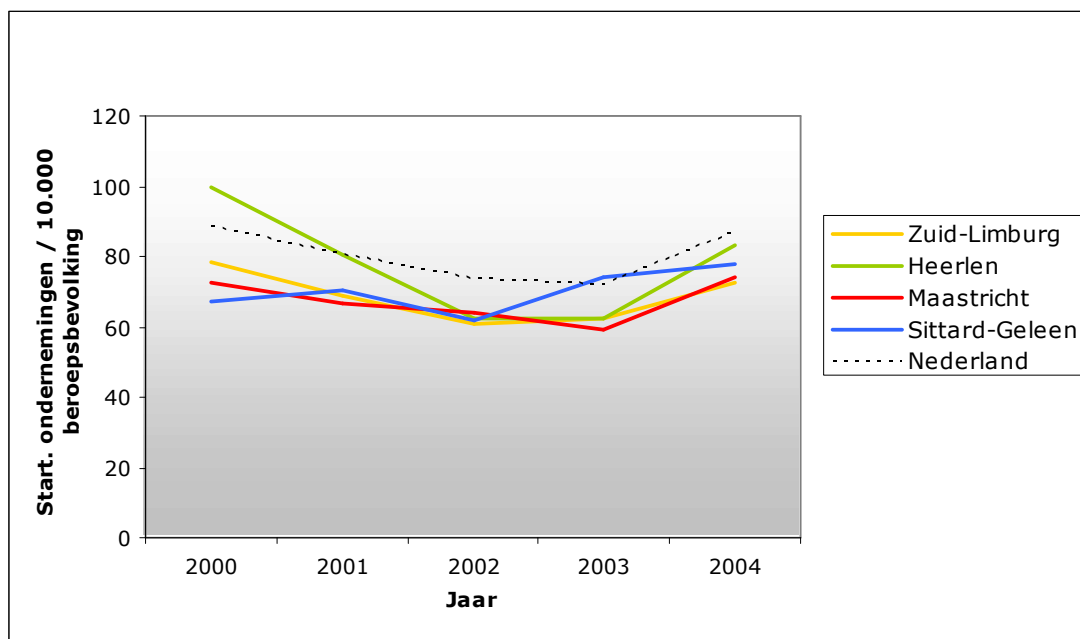
In Zuid-Limburg, worden in vergelijking met Nederland, minder startende ondernemingen per 10.000 inwoners gesignaleerd. In 2004 is het landelijke aandeel 40,1 starters per 10.000 inwoners en in Zuid-Limburg 32,8.



Startende ondernemingen per 10.000 beroepsbevolking 2000-2004

Toelichting:

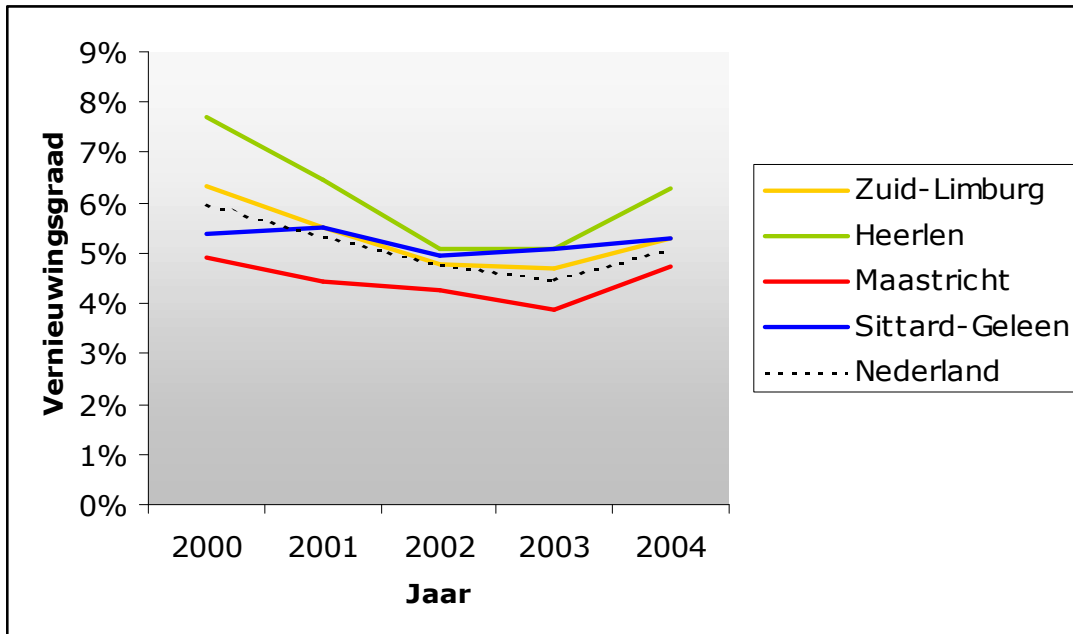
De conclusie is dat de regio Zuid-Limburg als geheel achterblijft bij de landelijke ontwikkelingen. Landelijk 86,9 en Zuid-Limburg 72,5. Heerlen komt met 83,1 startende ondernemingen per 10.000 beroepsbevolking dicht in de buurt van de Nederlandse norm.



Vernieuwingsgraad per jaar per regio, 2000-2004

Toelichting

In dit overzicht wordt de startende ondernemingen afgezet tegen het totale bedrijfsleven. Dit levert een indicatie op over de 'vernieuwingsgraad'. Uit het overzicht blijkt dat de regio Zuid-Limburg als geheel het beter doet dan het landelijk gemiddelde. Landelijk 5,1 % en Zuid-Limburg 5,3 %. Heerlen scoort het hoogst met een vernieuwingsgraad van 6,3%.



V DOELSTELLINGEN

V.1 Algemeen

Het StartersCentrum streeft naar een grote naamsbekendheid als advies- en voorlichtingscentrum en de acceptatie daarvan door de omgeving in de regio. Hieruit vloeit voort de ambitie om het klantenaandeel jaarlijks met 10 % verhogen.

Concretiseren van deze doelstellingen en beoogde resultaten worden hierna toegelicht door middel van de elementen: product, prijs, plaats, promotie en personeel.

Bij de producten en diensten wordt geanticipeerd op een evenwichtige balans tussen groepsgewijze voorlichting en de individuele advisering en begeleiding. Dit laatste traject is met name bedoeld voor klanten die zich reeds georiënteerd hebben, een idee uitwerken van de onderneming die ze willen beginnen en waar concrete vragen leven. De personele beschikbare capaciteit hiervoor is beperkt. Vandaar ook dat de groepsgewijze voorlichting óók in het jaar 2007 extra wordt gestimuleerd. In de eerste plaats door het aantal seminars te verhogen naar 50 en bovendien de algehele voorlichtingsbijeenkomsten kosteloos aan te bieden.

V.2 Producten en diensten

1. Algemene voorlichting

- Telefonisch aanspreekpunt
De klant kan te allen tijde terecht voor inlichtingen bij een bedrijfsadviseur en desgewenst wordt een afspraak gemaakt.
- Verstrekken van algemene en schriftelijke informatie
Het standaard pakket is hiervoor het startersmagazine, waarvan jaarlijks een geactualiseerde editie verschijnt. Het startersmagazine is een leidraad voor de startende ondernemer. In begrijpelijke taal worden in 10 stappen belangrijke onderwerpen behandeld. Bovendien zijn er veel nuttige adressen en internetsites in het magazine opgenomen. De editie wordt kosteloos aangeboden (actielijn: betere 'publieke' dienstverlening)

Doelstelling in 2007: distributie aantallen startersmagazines 7.500 exemplaren.

Realisatie in 2006: distributie aantallen startersmagazines 7.500 exemplaren.

- Internet (www.starterscentrum.nl)
Hierdoor is de startende ondernemer bij de adviesgesprekken bij de bedrijfsadviseurs van het StartersCentrum beter geprepareerd en ligt de focus op de niet standaard vragen.

2. Oriënterende voorlichtingsbijeenkomsten

Door het organiseren van startersbijeenkomsten worden potentiële ondernemers in de gelegenheid gesteld om zich in algemene zin te oriënteren op het ondernemerschap. Door het bijwonen van een dergelijke bijeenkomst wordt de klant met behulp van een programma wegwijs gemaakt in het stappenplan van een onderneming. Aangezien de bijeenkomst veelal de eerste

kennismaking is met het StartersCentrum en de Kamer van Koophandel wordt hier tevens de gelegenheid geboden om laagdrempelig bij eventuele vervolgvragen, in contact te komen met de bedrijfsadviseur of derden. De startersbijeenkomsten vinden plaats in Sittard, Heerlen, Kerkrade en Maastricht, zowel in de ochtend, middag- als avonden.

Doelstelling in 2007: 52 voorlichtingsbijeenkomsten, 1.200 deelnemers
 Realisatie in 2006: 52 voorlichtingsbijeenkomsten, 1.216 deelnemers

3. Individuele voorlichting (adviesgesprek)

Het persoonlijk adviesgesprek vormt de primaire kerntaak van het StartersCentrum. Wisselwerking tussen de klant en de bedrijfsadviseur staat voorop. De ervaring leert dat dit varieert in intensiteit. Mogelijkheden zijn: een kort advies, het fungeren als klankbord, het beantwoorden van concrete vragen, het beoordelen van de wenselijkheid van doorverwijzing, het verder begeleiden en ondersteunen van de klant bij diens plannen. Het aantal individuele adviesgesprekken wordt in 2007 gekanaliseerd, doordat het accent óók komt te liggen op collectieve voorlichting.

Doordat de bedrijfsadviseur vertrouwd is met de lokale aspecten is hij bij uitstek degene die richting klant maatwerkadviezen verstrekt.

Doelstelling in 2007: 2.000 adviesgesprekken
 Realisatie in 2006: 2.375 adviesgesprekken

4. Specifieke themabijeenkomsten/workshops/seminars

Al naargelang de fase waarin de starter verkeert, bestaat er behoefte aan uitdieping van onderwerpen op fiscaal, financieel, juridisch gebied. Mede aan de hand van de eigen klantenregistratie worden voor een beperkte, vooraf geselecteerde groep van belangstellenden bijeenkomsten georganiseerd. Ook de algemene ondernemersvaardigheden komen hierbij aan bod. Waar gewenst vindt dit branchegericht plaats. (actielijn: verbeteren informatie voorziening)

Doelstelling in 2007: 50 seminars, 750 bezoekers
 Realisatie in 2006: 36 seminars, 690 bezoekers

Doelstelling in 2007: landelijke startersdag, 1.200 deelnemers
 Realisatie in 2006: landelijke startersdag, 1.200 deelnemers

5. Projecten Buurteconomie

a. Continuering project Buurt Economie Heerlen deel III

Dit project wordt uitgevoerd op verzoek van de gemeente Heerlen in de jaren 2007 en 2008. Als hoofddoelstelling van het project is geformuleerd:
 Het creëren van meer economische bedrijvigheid in de wijken door in deze projectcontinuering de nadruk te leggen op de volgende doelgroepen:

- Alle reeds gestarte of doorgestarte ondernemers uit de voorliggende projectperiode, 2003-2006;
- Alle potentiële creatieve zakelijke dienstverleners die in of vanuit Heerlen willen ondernemen;

- Alle geïnteresseerden in het concept van Bazaar de Klomp.
 - b. Project vernieuwend ondernemerschap gemeente Sittard-Geleen

Dit project verkeert in de voorbereidende fase en in de loop van 2007 wordt duidelijk in hoeverre dit project doorgang vindt.

De beoogde projectperiode strekt zich uit over de jaren 2007, 2008 en 2009.

- c. Parkstad Limburg

In 2007 wordt de mogelijkheid verkend of ook op Parkstad Limburg niveau vergelijkbare projecten geïnitieerd kunnen worden. Er wordt op gekoerst om financiële middelen in te zetten vanuit de nieuwe Efro fondsen.

6. Starter en scholing

Een goede voorbereiding is essentieel bij het opstarten van de eigen onderneming. Deze voorbereiding kent een aantal facetten. Naast vakbekwaamheid spelen ook zaken als marketing, financiën, administratie en personele & fiscale aspecten een belangrijke rol.

Het StartersCentrum onderhoudt contacten met het reguliere onderwijs. Uit een interne inventarisatie is naar voren gekomen dat onderwijsinstellingen op ad hoc basis, op collectieve wijze gebruik maken van de diensten van het StartersCentrum ten behoeve van de studenten. Meer concreet op het gebied van algemene voorlichting en als klankbord bij fictieve ondernemingsplannen.

Het StartersCentrum heeft de ambitie om het hoger onderwijs, meer speciaal de Hoge School Zuyd en de Universiteit Maastricht te ondersteunen bij het opzetten van een minor programma voor ondernemerschap, toepasbaar bij alle faculteiten.

V.3 Plaats

Het StartersCentrum is vanwege zijn regionale betekenis gevestigd op drie locaties: Sittard-Geleen, Heerlen en Maastricht. Voor het project Buurt Economie te Heerlen is bovendien op locatie in de wijk, separate huisvesting betrokken.

Door de samenwerking met de Kamer van Koophandel, profiteert de klant maximaal van de naamsbekendheid van dit instituut en wordt hierdoor de toegankelijkheid voor het ondernemerschap bevorderd.

V.4 Prijs

De adviesgesprekken en begeleiding van de klanten zijn kosteloos. Alleen voor speciale themabijeenkomsten/workshops/seminars wordt een bijdrage gevraagd van € 30,-. Dit is mogelijk door de subsidie van de zuidlimburgse gemeenten en de financiële bijdragen van de Kamer van Koophandel.

Het startersmagazine wordt aan de klant gratis ter beschikking gesteld.

De oriënterende voorlichtingsbijeenkomsten worden in 2007 kosteloos aangeboden.

V.5 Promotie

Het StartersCentrum streeft voortdurend naar vergroting van de naamsbekendheid, zodat potentiële ondernemers de weg naar het StartersCentrum weten te vinden. Dit vereist extra inspanningen op het gebied van PR en promotie. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een ‘multichannel’ aanpak.

Daarnaast wordt gebruik gemaakt van de mogelijkheden die de Kamerkrant van de Kamer van Koophandel biedt. Dit geldt tevens voor de tweewekelijkse editie van de elektronische nieuwsbrief van de Kamer van Koophandel.

Bovendien wordt regelmatig een redactionele bijdrage geleverd aan de editie ‘Limburg Onderneemt’.

Voorts wordt deelgenomen aan de Bedrijven Kontakt Dagen in oktober 2007 en wordt bovendien meegelift met de startersdag op 3 november 2007, die op landelijke schaal door de Kamers van Koophandel wordt gepromoot.

De lokale bekendheid wordt structureel onder de aandacht gebracht van de zuidlimburgse gemeenten, door de mogelijkheid van doorlinking van de gemeentelijke website naar de website van het StartersCentrum.

Het streven van het StartersCentrum is voorts dat iedere gemeente in haar voorlichtingsbrochure bekendheid geeft aan het StartersCentrum.

V.6 Personeel

De totale personele formatie van het StartersCentrum bestaat uit 4 bedrijfsadviseurs, 2 projectgebonden bedrijfsadviseurs en 1 secretaresse. De dagelijkse leiding hiervan is toevertrouwd aan de plaatsvervangend directeur van de Kamer van Koophandel, die tevens de functie van secretaris van de Stichting vervult. De organisatie van het StartersCentrum kent een platte structuur.

Het onderhouden van contacten met de klanten vereist een groot inlevingsvermogen. Door opleiding en éducation permanente wordt het vereiste niveau op peil gehouden. Dit wordt geconcretiseerd in het opleidingsplan 2007.

VI SUBSIDIËNTEN

1. Zuidlimburgse gemeenten

De gemeenten subsidiëren jaarlijks met € 0,38 per inwoner. Door deze bijdrage draagt de gemeente bij aan het bevorderen en in stand houden van een eenduidige startersinfrastructuur in de regio. Bovendien is hierdoor een aanspreekpunt voor de ingezetenen gecreëerd op economisch en sociaal gebied. In zoverre behoort het StartersCentrum als het ware tot de infrastructuur van de gemeente.

Het StartersCentrum onderhoudt contacten met de gemeenten. De resultaten worden halfjaarlijks teruggerapporteerd. Bovendien is er met vertegenwoordigers van gemeenten een werkgroep geformeerd die twee maal per jaar vergadert waarbij lokale ontwikkelingen worden besproken. De inhoud van de rapportages en mogelijke verbeterpunten hierin passeren de revue en ook het beoogde beleid van het StartersCentrum wordt afgestemd.

2. Kamer van Koophandel Zuid-Limburg

Het StartersCentrum werkt nauw samen met de Kamer van Koophandel en maakt gebruik van haar faciliteiten. Er is sprake van een intensieve samenwerking. Het belang van de klant is gediend met korte lijnen en snelle doorverwijzing. Uiteindelijk vindt de klant bij het StartersCentrum de gevraagde diepgang. Voorts wordt door het StartersCentrum een beroep gedaan op medewerkers van de Kamer van Koophandel bij specialistische vragen op het gebied van vestigingswetgeving, internationale handel, bedrijfsoverdracht en exportdocumenten.

2. Financiën

Jaarlijks wordt door het bestuur van de Stichting StartersCentrum Zuid-Limburg een kostendekkende begroting vastgesteld.

VII RELATIES & NETWERK

De kracht van het StartersCentrum ligt in de herkenbaarheid van haar laagdrempelige activiteiten in de eigen regio. Vanuit dit gegeven is het vanzelfsprekend dat op constructieve wijze contacten worden gelegd en onderhouden met organisaties en instellingen die affiniteit hebben met het startersgebeuren in brede zin. Met name vanuit de optiek van begeleiding, onderzoek, beleidsvorming, praktische ondersteuning, huisvesting en opleiding.

De visie van het StartersCentrum is dat elkaars positie hierdoor wordt versterkt en dat uiteindelijk het belang van de startende ondernemer zowel in collectieve zin, maar ook op individueel niveau wordt behartigd en gestimuleerd. Hiertoe worden contacten onderhouden met de Universiteit Maastricht, de Hoge School Zuyd, Arcus College, de Jonge Bedrijven Sociëteit, Belastingdienst, bankwezen, Liof Bedrijvencentra BV, Ondernemersklankbord, de Industrie- und Handelskammer te Aken, de Stichting Hoogstarters, de Provincie Limburg.