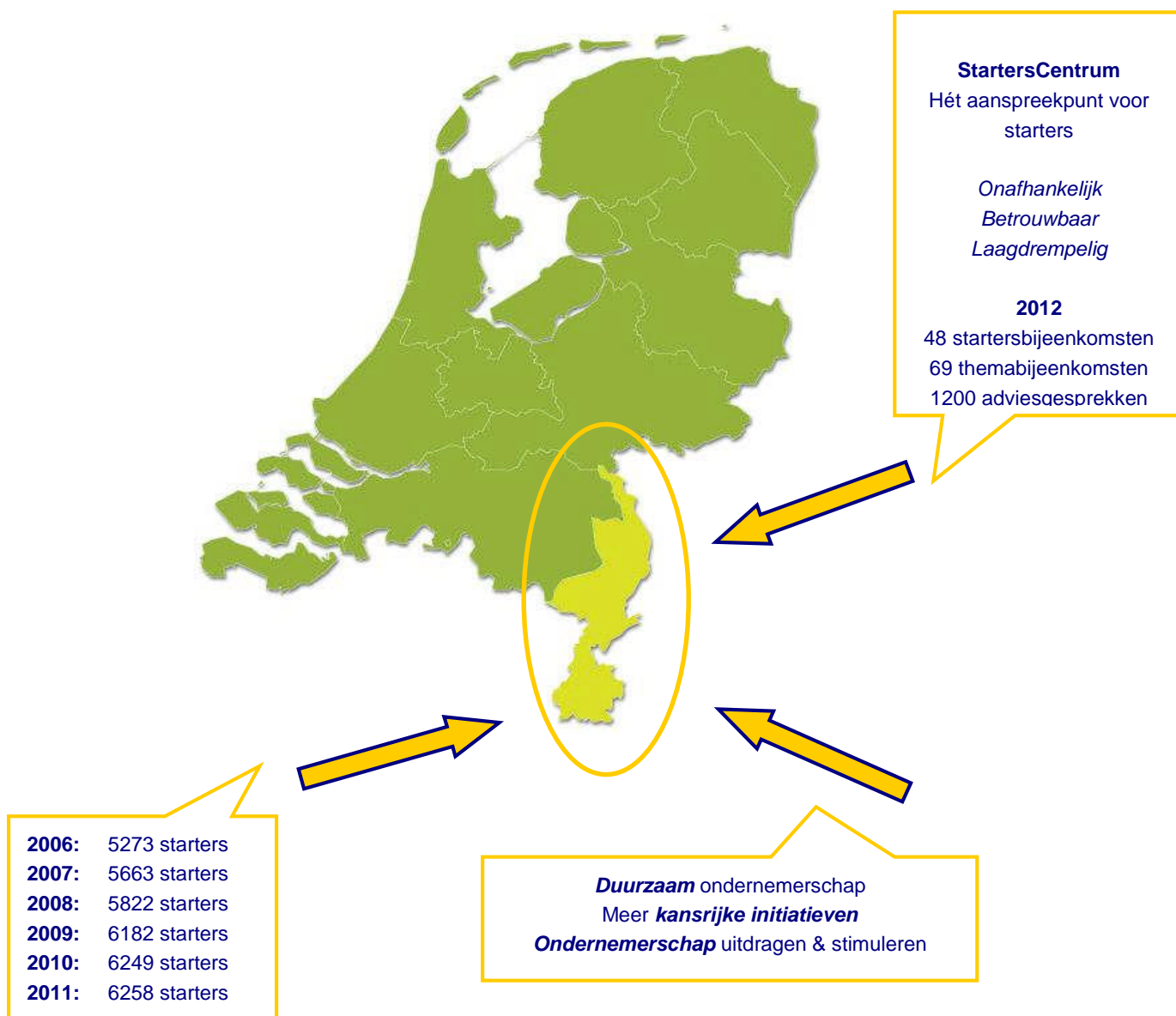




Ondernemerschap in Limburg

Voorlichting aan (startende) ondernemers 2012



Voorwoord

Bijgaand treft u aan het activiteitenplan *Ondernemerschap in Limburg. Voorlichting aan (startende) ondernemers 2012*. Het betreft hier een coproductie tussen het StartersCentrum en de Kamer van Koophandel. Door deze alliantie verwachten wij in 2012 in voldoende mate focus aan te brengen in de voorlichtende activiteiten aan (startende) ondernemers in Limburg.

Hierbij anticiperen wij op de ontwikkelingen rond het fenomeen Ondernemersplein, de reorganisatie rond de Kamers van Koophandel en concrete invulling van regiospecifieke voorlichting. Veel is onduidelijk. Vandaar dat in het activiteitenplan ten aanzien van een aantal zaken regionale focus is aangebracht. In hoeverre dit toekomstbestendig is, moet blijken. Er wordt wel op ingezet.

Zoals bij iedere verandering zijn er weerstanden, maar ook kansen. In het activiteitenplan wordt dan ook een appèl gedaan voor regionale samenwerking, zowel met overheden alsook private instellingen. Immers in Limburg is werk aan de winkel.

Helaas is de financiële samenwerking tussen het StartersCentrum en de gemeenten in Midden- en Noord-Limburg niet gerealiseerd. Na een overgangperiode van drie jaren is dan ook de conclusie getrokken dat intensievere dienstverlening aan de ingezetenen van deze gemeenten alleen geëffectueerd kan worden tegen betaling van de tarieven die hiervoor landelijk zijn afgesproken. In Zuid-Limburg blijft de dienstverlening in 2012 zoals vanouds.

Sleutelwoorden voor het activiteitenplan zijn: focus, verbindingen, samenwerking en Limburgse betrokkenheid. Hierbij staat de klant centraal.

16 december 2011

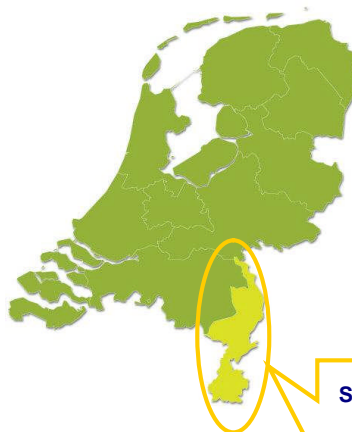
Het Bestuur

Resumé activiteiten 2012

Algemeen

Basisdienstverlening

- 1.200 adviesgesprekken (Heerlen, Maastricht, Roermond, Sittard en Venlo)
- 48 startersoriëntatiebijeenkomsten (Heerlen, Maastricht, Roermond, Urmond, Venlo en Weert)
- 69 themagerichte seminars:
 - Aan de slag met uw ondernemingsplan (10x)
 - Starten als parttime ondernemer (4x)
 - Starten in de zorg (2x)
 - Starten vanuit een uitkering (9x)
 - Fiscale tips voor starters (7x)
 - Starten als freelancer / zzp'er (6x)
 - Starten door een bedrijfsovername (1x)
 - Bedrijfsadministratie opzetten voor starters (4x)
 - Financiën voor starters (1x)
 - Wetten en regels voor starters (2x)
 - Marketing voor starters (2x)
 - Ondernemen en internet (3)
 - Netwerken voor starters (1x)
 - Starten van een webwinkel (4x)
 - Een goede start met KvK en Belastingdienst (8x)
 - Ondernemen iets voor u? (2)
 - Ondernemersvaardigheden voor starters (1x)
 - Werken met algemene voorwaarden (2x)



StartersCentrum

Hét aanspreekpunt voor starters:
Onafhankelijk
Betrouwbaar
Laagdrempelig

Events

- Startersdag, 1 locatie, 600 bezoekers
- Jonge Bedrijvendag, 1 locatie, 150 bezoekers

Spreekuren

- Accountant
- Advocaat
- Bedrijfshuisvesting
- Belastingen
- Marketing
- Notaris
- Schuldbegeleiding
- Subsidie
- Technostarters

Thema's & Projecten

Creatieve industrie

Basisdienstverlening

- 12 startersbijeenkomsten
- 200 adviesgesprekken
- Onderhoud en uitbouw platform CreatiefZuid

Themagerichte bijeenkomsten

- Meerdaagse workshop Versnel uw businessmodel i.s.m. MKB Versneller
- Werksessie cross-over Voorsprong door creativiteit en innovatie Foodsector

- Vervolgssessies cross-over Voorsprong door creativiteit en innovatie (2x)
- Bijeenkomst initiatiefnemers in de creatieve industrie
- Workshop Hoe zet je je als kunstenaar in de markt? (2x)

Event

- CreatiefZuid onderneemt!

Onderwijs en Ondernemerschap

- Collectieve voorlichting aan leerlingen en studenten aan onderwijsinstellingen (30 presentaties met een bereik van 500 personen).
- Organiseren van speciale studenten-voorlichtingsdagen op locatie.
- Ondersteunen van ontwikkelingen op campus in Sittard-Geleen en Maastricht.
- Doorvertaling van projecten zoals het Onderwijs & Ondernemerschap Project (O&O).
- Participatie werkveldcommissie Hogeschool Zuyd.
- Samenwerking project Emmacollege te Hoensbroek met betrekking tot etnisch ondernemerschap.
- Participatie aan project Sittard-Geleen Vibe Jeugdige Verbeelding in beeld (mobiliseren van de jeugdige creativiteit).

Sociale innovatie

- Verkennen van de mogelijkheid van samenwerking met Instituut Alcander in Heerlen, gemeente en onderwijs.
- Verkennen van samenwerking en initiëring van het Limburgs Centrum voor Sociale Innovatie.

Starten vanuit een uitkering

- Algemene dienstverlening zoals seminar Starten vanuit een uitkering (9x) en adviesgesprekken.
- Propositie richting enkele gemeenten waarin het StartersCentrum voorstelt om haar kennis en ervaring in te zetten bij het voorbereiden op en begeleiden naar het zelfstandig ondernemerschap van bijstandsgerechtigden. De instrumenten die ingezet kunnen worden zijn kwalificerende intakegesprekken, seminars en persoonlijke begeleiding.

Bedrijfsovername

- 75 adviesgesprekken ten aanzien van overnameproblematiek (waarderingstechnieken, fiscale aspecten, juridische voorlichting, doorverwijzing).
- Verkenning van een mini-symposium in Parkstad Limburg.
- 50 adviesgesprekken gericht op overname van een bestaand bedrijf.
- Relatie met alumnibestanden van onderwijsinstellingen.

Zzp'ers

- Algemene dienstverlening zoals seminar Starten als freelancer / zzp'er (6x) en adviesgesprekken.
- Accent op de zzp'er in het project Ondernemend Maastricht.
- Verkenning m.b.t. het aanbieden van extra activiteiten in de gemeente Heerlen gericht op zzp'ers.
- Samenwerking met de Vereniging van Zelfstandigen Zonder Personeel. Dit op basis van programmering, introductie en promotie, kennisuitwisseling en waar mogelijk een projectmatige aanpak.
- Contacten zijn gelegd met de Belastingdienst Limburg om kennisuitwisseling en initiatieven af te stemmen ten aanzien van een adequate bedrijfsvoering bij zzp'ers al naar gelang het afbreukrisico in de sector of branche. Ook hier is winst te behalen.

Project Ondernemend Maastricht

Dit project is aangezet per 1 januari 2011 en wordt in samenwerking met de gemeente Maastricht gecontinueerd in 2012. Focus ligt hierbij op het bevorderen van de wijkeconomie, de zzp'er en microfinanciering.

Project zzp'er Heerlen

Dit project wordt verkend en is specifiek gericht op de zzp'er, waarbij onder andere aandacht wordt besteed en accenten worden gelegd op huisvesting, wonen en werken in de wijk, netwerken, trainingen en workshops.

Project Incubator cMill Heerlen

Incubator-e voorziet in een startup van nieuwe energie en duurzame innovatie. In 2012 wordt door de Stichting Power Team in oprichting een projectplan opgesteld, waarbij het StartersCentrum mogelijk een rol kan vervullen met betrekking tot het faciliteren, coachen en het bieden van voorlichting.

INHOUDSOPGAVE

HOOFDSTUK 1

StartersCentrum en KvK: Toekomstige landelijke en regionale ontwikkelingen	p. 8
1.1 Introductie	p. 8
1.2 Digitale dienstverlening	p. 8
1.3 Majeure veranderingen, óók in de regio	p. 8
1.4 Overgangperiode	p. 9
1.5 Concretisering 2012	p. 9
1.6 Visie	p. 10
1.7 Missie	p. 10
1.8 Activiteiten en personele inzet	p. 11
1.9 Onderzoek	p. 11

HOOFDSTUK 2

(Startend) ondernemerschap, hoe staan we ervoor in Limburg?	p. 12
2.1 Startersontwikkelingen 2006-2011 in Limburg en Nederland	p. 12
2.1.1 Starters 2006-2011 in werkgebied KvK Limburg	p. 12
2.1.2 Starters 2006-2011 in Nederland	p. 13
2.1.3 Starters per 1.000 inwoners in Nederland en in Limburg	p. 14
2.1.4 Starters per 1.000 beroepsbevolking in Nederland en Limburg	p. 15
2.2 De levensvatbaarheid van ondernemingen	p. 15
2.3 Vernieuwingsgraad	p. 16

HOOFDSTUK 3

De startende ondernemer nader beschouwd (klantprofiel)	p. 17
3.1 Klantcontacten	p. 17
3.2 Opleiding	p. 17
3.3 Inkomen	p. 17
3.4 Vraagpatronen	p. 18
3.5 Thematische vragen	p. 19
3.6 Trends en ontwikkelingen	p. 19
3.7 Startmotieven (push en pull factoren)	p. 20

HOOFDSTUK 4

Actoren in de provincie Limburg	p. 21
4.1 Gemeenten	p. 21
4.2 Provincie Limburg	p. 21
4.3 LIOF	p. 22
4.4 MKB Limburg	p. 22
4.5 LWV	p. 22
4.6 Syntens	p. 22

HOOFDSTUK 5

Zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers)	p. 23
5.1 Definities en kenmerken van zzp'ers	p. 23
5.2 De rol van zzp'ers bij innovatie in het MKB	p. 24
5.3 Programmering activiteiten voor zzp'ers	p. 24

HOOFDSTUK 6	
Programmering activiteiten (5 P's)	p. 25
6.1 Producten	p. 25
6.2 Prijs	p. 26
6.3 Plaats	p. 27
6.4 Personeel	p. 27
6.5 Promotie	p. 27
HOOFDSTUK 7	
Specifieke thema's	p. 28
7.1 Stimulering creatieve industrie	p. 28
7.2 Onderwijs & Ondernemerschap	p. 32
7.3 Sociale Innovatie	p. 33
7.4 Starten vanuit een uitkering	p. 33
7.5 Bedrijfsovername	p. 34
HOOFDSTUK 8	
Projecten en coleur locale	p. 35
HOOFDSTUK 9	
Financiën	p. 38
<u>BIJLAGEN:</u>	
1 Factsheet zzp'ers	p. 39
LITERATUURLIJST	p. 40

HOOFDSTUK 1 StartersCentrum en KvK: Toekomstige landelijke en regionale ontwikkelingen

1.1 Introductie

De omgeving van de Kamer van Koophandel is sterk onderhevig aan majeure veranderingen. Een en ander moet zich nog verder uitkristalliseren. De Minister van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie heeft in zijn beleidsbrief van 13 oktober 2011 aangegeven dat het kabinet verregaande plannen heeft om de huidige informatie-, voorlichtings- en ondersteuningsinfrastructuur op het gebied van (internationaal) ondernemerschap en innovatie grondig te moderniseren en te stroomlijnen. Dit wordt o.a. vorm gegeven door het fenomeen van de Ondernemerspleinen.

Hierbij is het doel versnippering van het bestaande aanbod van publieke dienstverlening voor ondernemers tegen te gaan, de behoeften en wensen van ondernemers (inclusief zelfstandigen zonder personeel) méér centraal te stellen en beter aan te sluiten bij de mogelijkheden die digitalisering biedt.

1.2 Digitale dienstverlening

Het uitgangspunt is dat waar mogelijk de dienstverlening digitaal zal plaatsvinden. Voor een aantal diensten en borging van de regionale aanwezigheid zal een fysiek netwerk met een adequate regionale spreiding noodzakelijk zijn. Hierbij wordt gestreefd naar optimalisatie en bijbehorende versobering.

De basis van deze nieuwe organisatie zal gevormd worden door de infrastructuur van de huidige Kamers van Koophandel en Syntens met maximale betrokkenheid van Agentschap NL. Aldus de beleidsbrief.

Veel is nog onduidelijk. Scherpste moet nog worden aangebracht in de aard van de activiteiten, de samenwerking met andere publieke sectoren en de publiek-private samenwerking. Als tijdshorizon hanteert de Minister 1 januari 2014.

Inmiddels zijn de Kamers van Koophandel uitgenodigd om samen met Syntens in gezamenlijkheid een stappenplan op te stellen hoe te komen tot integratie van de Kamers van Koophandel en Syntens naar de nieuwe situatie. Hierbij dient specifieke aandacht besteed te worden aan: de financieringsstrategie, een toetsingskader voor producten en diensten, een verkenning van gezamenlijke activiteiten onder het uitgangspunt "centraal wat kan en decentraal wat moet".

Voorts ook aspecten van governance en organisatie ten aanzien van de bestuurlijke en regionale ophanging.

Mede naar aanleiding van Kamerdebatten in de Vaste Kamercommissie kan geconcludeerd worden dat er brede en algemene steun is voor de plannen van de Minister.

1.3 Majeure veranderingen, óók in de regio

In ieder geval is duidelijk dat de Kamers van Koophandel ondergebracht worden in één zelfstandig bestuursorgaan. De heffingen vervallen per 1 januari 2013 en het budget wordt ondergebracht in de begroting van het Ministerie. De Minister vindt dat er sprake moet zijn van een goede regionale inbedding van de nieuwe organisatie, maar de regionale autonomie verdwijnt. Er blijven mogelijkheden voor specifiek regionaal maatwerk, maar met minder mensen en met minder geld. De in te stellen Regio Raad speelt vooral een rol in het ontwikkelen van een regiovisie of regioagenda. De Regio Raad heeft geen formele bevoegdheden.

De Minister zal de nieuwe organisatie vragen een voorstel te doen voor een nieuwe regio-indeling en deze vervolgens ook voorleggen aan de Tweede Kamer. Later zal ook het aantal fysieke locaties (niet hetzelfde als het aantal regio's) worden bepaald op basis van objectieve criteria.

In de beleidsbrief van 5 december 2011 (beantwoording van nog openstaande vragen uit het algemeen overleg Ondernemerspleinen 23 november 2011) is door de Minister aangegeven dat de regionale taak in de eerste plaats een regionale verbijzondering omvat van de nationale taken:

- Informatie over en registratie van bedrijven
- Informatie, voorlichting en eerstelijns-advies aan bedrijven op het gebied van ondernemerschap en innovatie-stimulering.
- Daarnaast bestaat deze uit de makel- en schakelfunctie, gericht op het faciliteren van samenwerking tussen bedrijven, instellingen en (regionale overheden).

Op nationaal niveau worden beleidskaders vastgesteld. Regiospecifieke activiteiten zullen per regio kunnen verschillen. Ten aanzien van cofinanciering en het inbouwen van prikkels om regiospecifieke activiteiten weg te zetten wordt primair gedacht aan medefinanciering van activiteiten door mede-overheden (gemeenten, provincies) of Europa.

1.4 Overgangperiode

Ten aanzien van de positionering van het StartersCentrum is het dienstig om het jaar 2012 te benutten als overgangperiode. Dit vanuit het inzicht dat naast de landelijke ontwikkelingen, bovendien ook specifiek in Limburg de balans opgemaakt moet worden.

Centrumgemeenten in Midden- en Noord Limburg zijn niet in de gelegenheid om een financiële bijdrage ter beschikking te stellen. Men maakt andere politieke afwegingen.

Ten aanzien van Zuid-Limburg geldt dat Parkstad, Maastricht en ook Sittard-Geleen subsidie voor 2012 hebben vrijgemaakt. Verder ook kleinere gemeenten al dan niet in de vorm van een afbouwscenario.

De ambitie om een dekkend netwerk te organiseren van alle Limburgse gemeenten is niet haalbaar gebleken. Anderzijds is het gevoel aanwezig om niet al te snel afscheid te nemen van dit unieke samenwerkingsmodel, temeer daar er op dit ogenblik onvoldoende inzichten zijn in haalbare alternatieven. Vandaar dat het jaar 2012 wordt aangewend om een optimum te bereiken. Immers de ervaring heeft geleerd dat intensievere begeleiding aan starters loont en dat de gidsfunctie en lokale zichtbaarheid van het StartersCentrum als aanspreekpunt een pre vormen.

Gekozen wordt dan ook om mede gelet op de financiële beperkingen, startersactiviteiten onder eenhoofdige leiding te continueren en te combineren met de afdeling Voorlichting van de KvK Limburg en het StartersCentrum.

Reguliere subsidie en waar nodig het eigen vermogen worden aangewend om met name in Zuid-Limburg de dienstverlening onder de oude condities richting klanten op peil te houden.

Een en ander op basis van dit voorliggende activiteitenplan.

Vandaar dat geopteerd wordt om de detacheringen per 1 januari 2012 te beëindigen en dat betrokken medewerkers worden ingezet binnen de afdeling Registerbeheer en Voorlichting als bedrijfsvoorlichters, in het domein Start. De kosten hiervan drukken derhalve niet op het budget van het StartersCentrum.

Wel heeft dit gevolgen voor het nominale subsidiebedrag van de Kamer (€ 300.000), omdat immers inbreng in personele zin plaatsvindt.

1.5 Concretisering 2012

De voorgenomen activiteiten worden hierna vermeld. Dit op basis van het gezamenlijke activiteitenplan Kamer van Koophandel/StartersCentrum. Er wordt derhalve gebruik gemaakt van de subsidie die door Zuid-Limburgse gemeenten ook in 2012 ter beschikking worden gesteld.

Richting klant zal er wat betreft prijssetting sprake zijn van een gedifferentieerde aanpak. In de regio Midden- en Noord-Limburg wordt de landelijke lijn opgepakt zoals ook bij de andere Kamers sinds jaar en dag wordt gehanteerd. Seminars en oriëntatiebijeenkomsten zijn in beginsel niet langer gratis: prijs € 35 per seminar.

De adviesgesprekken met de bedrijfsadviseurs zijn evenmin gratis. Kosten voor een gesprek (één à anderhalf uur) bedragen € 50. De klant kan in deze regio alleen terecht voor adviesgesprekken op de locatie van de Kamer van Koophandel in Venlo en in Roermond.

Ten aanzien van Zuid-Limburg geldt dat de dienstverlening zoals vanouds zal zijn. Dit betekent gratis toegang tot een aantal bijeenkomsten en gratis adviesgesprekken. Voorts wordt ook het huisvestingsprofiel van de Kamer niet gevolgd, maar is de klant in de gelegenheid om zowel in Parkstad, Maastricht e.o. en Westelijke Mijnstreek afspraken te maken voor gratis adviesgesprekken op een nabij gelegen locatie.

1.6 Visie

Onze ambitie is om zoveel mogelijk starters gebruik te laten maken van onze diensten. Door een adequate oriëntatie en gedegen voorbereiding heeft de starter méér overlevingskansen.

1.7 Missie

Startersondersteuning is het speerpunt. Het StartersCentrum van de Kamer is hét eerste aanspreekpunt en loket voor alle (potentiële) starters. De Limburgse economie vereist dat alle zeilen worden bijgezet. De startende ondernemer kan terecht voor informatie, voorlichting en individuele ondersteuning en begeleiding. Zowel wat betreft een eerste idee tot en met de daadwerkelijke start van zijn onderneming.

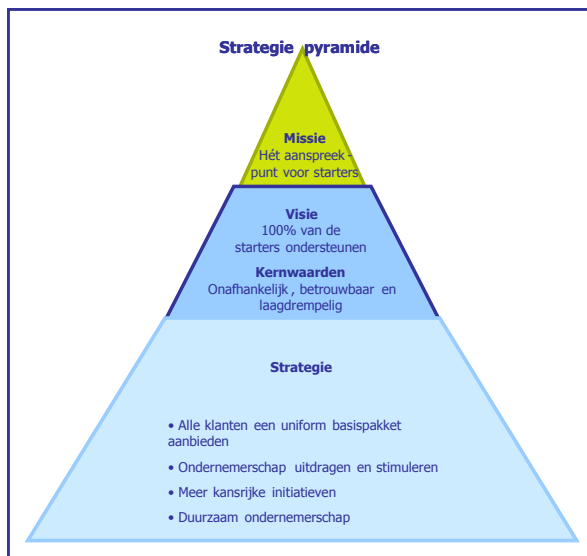
“Als hét eerste aanspreekpunt en loket voor alle startende ondernemers in Limburg verplichten wij ons, het StartersCentrum van de KvK Limburg, om de startende ondernemers, vanaf het eerste idee tot en met de daadwerkelijke start van de onderneming en aansluitend de nazorg gedurende de eerste vijf jaren na de start, helder te adviseren en voor te lichten”.

Bij het uitvoeren van de missie wordt de koers gevolgd zoals neergelegd in de gezamenlijke Nationale Agenda 2012 van de Kamers van Koophandel. Dit betekent dat er focus is op de levenscyclus van het ondernemerschap (starten, doorstarten, stoppen). Alsmede uit drie clusters informatie en ondersteuning zoals commerciële bedrijfsvoering en strategie. Waar staat mijn bedrijf over vijf jaar en hoe kom ik daar? Management en organisatie: financiering en administratie. Fiscale en juridische aspecten vanuit de signaalfunctie, maar ook nieuwe diensten zoals het ontsluiten van kennis via doorverwijzing naar experts in sociale innovatie en attenderen op innovatiesubsidies en -fondsen. Nadruk wordt ook gelegd op de steeds groter wordende groep zzp'ers. Niet alleen rondom de start, maar zeker ook in de cruciale eerste jaren daarna.

Onder starters worden begrepen:

- Degene die zich oriënteert op het ondernemerschap
- De ondernemer die daadwerkelijk een bedrijf start
- De starter met een bedrijf niet ouder dan 5 jaar

Aandacht voor de bedrijfsvoering van ondernemerschap betekent in onderstaand piramidevormig model:



Verbreiding van de basis (stimuleren van ondernemerschap, méér ondernemers). Ondernemers laten doorstromen van basis naar middensegment (versterken basisvaardigheden, betere ondernemers). Ondernemers laten doorstromen van het middensegment naar de top. Door in de gehele piramide te investeren wordt uiteindelijk het regionale bedrijfsleven als geheel sterker.

1.8 Activiteiten en personele inzet

De activiteiten in het domein starters worden stevig aangezet. De hiervoor benodigde personele capaciteit wordt hierop afgestemd.

1.9 Onderzoek

Het activiteitenplan is niet alleen gebaseerd op onze dagelijkse ervaringen met startende ondernemers, maar zeker ook vanuit onze kennis van de regio. Voorts wordt gebruik gemaakt van de inzichten zoals vervat in de nodige onderzoeksrapporten die door externen over het ondernemerschap zijn opgesteld. In onze primaire processen wordt bovendien de klant centraal gesteld door onze interne klanttevredenheid-onderzoeken. Zowel wat betreft kwaliteit van de adviesgesprekken en de aangeboden seminars en bijeenkomsten. Op een schaal van 10 wordt gemikt op een klanttevredenheid van 8.0.

HOOFDSTUK 2 (Startend) ondernemerschap, hoe staan we ervoor in Limburg?

In dit hoofdstuk worden een aantal ontwikkelingen weergegeven ten aanzien van het startend ondernemerschap op meerdere niveaus. De gegevens zijn afkomstig uit het Handelsregister van de KvK. Algehele conclusie is dat de ontwikkelingen in Limburg achterblijven en dat de nodige inspanningen geleverd moeten worden om het ondernemerschap te blijven stimuleren. Dit wordt ook nog eens onderstreept door het Kwartaalbericht Starters dat in november 2011 is uitgebracht door het ING Economisch Bureau.

Volgens de Kwartaalberichten Starters blijkt het aandeel starters per regio sterk te verschillen. Dit wordt grotendeels verklaard door de verschillen in de leeftijdsopbouw, het innovatieklimaat en de omvang van de zakelijke dienstverlening. In de provincie Noord-Holland ligt het aantal starters als percentage van de beroepsbevolking het hoogst. In Limburg ligt dit aandeel het laagst. Het ING Economisch Bureau stelt dat het startersklimaat een belangrijke verklaring is voor de regionale verschillen. Het startersklimaat wordt bepaald door verschillende factoren, zoals de leeftijdsopbouw, het innovatieklimaat en het belang van de zakelijke dienstverlening.

Goed innovatieklimaat is in sterke mate bevorderlijk voor het startersklimaat

Populaire startersregio's blijken bovengemiddeld te presteren op het gebied van innovatiepotentieel, waarbij het innovatiepotentieel is samengesteld uit een combinatie van het opleidingsniveau, het aantal kenniswerkers en het aantal creatieve en innovatieve banen in een regio. Er blijkt een sterk verband te bestaan tussen het aantal starters en de innovativiteit binnen een regio. Doordat startups nieuwe ideeën tot uiting brengen in bedrijvigheid wordt de innovativiteit van de regio gestimuleerd. Ook kan er veel bedrijvigheid ontstaan als spin-off van bestaande innovatieve bedrijven en kennisinstellingen. Omgekeerd geldt hetzelfde: in gebieden met een minder innovatief klimaat ligt het aandeel startende ondernemers relatief laag. Het innovatieklimaat in Limburg is volgens ING ondergemiddeld.

Leeftijdopbouw: jonge provincies kennen veel starters

In de drie provincies met het hoogste aantal starters als aandeel van de potentiële beroepsbevolking (Noord-Holland, Utrecht en Flevoland) is het aantal 25- tot 45-jarigen oververtegenwoordigd. Uit onderzoek van de Kamer van de Koophandel is gebleken dat mensen in deze leeftijdsklasse relatief vaak een eigen onderneming starten. Provincies waar de gemiddelde leeftijd hoog ligt, waaronder Limburg, brengen relatief weinig starters voort.

Dienstverlening: omvang van sector van belang

Naast het innovatieklimaat en de demografische opbouw vormt het aandeel van de zakelijke dienstverlening een belangrijke indicator voor het aantal beginnende ondernemers in een gebied. Ondernemers beginnen gemakkelijk en in toenemende mate een bedrijf in de dienstverlening omdat de toetredingsdrempels tot deze sector gering zijn, onder andere vanwege de relatief lage investeringen. In Limburg is het aandeel zakelijke dienstverlening ondergemiddeld.

2.1 Startersontwikkelingen 2006-2011 in Limburg en Nederland

In de periode 2006 tm 2011 is in Nederland het aantal startende ondernemers gestegen met 47%: in 2006 waren er ruim 85.000 starters, in 2011 waren dat er bijna 134.000. In Limburg was de stijging in deze periode minder groot. Het aantal starters steeg met bijna 19%: van bijna 5300 in 2006 tot 6258 in 2011.

2.1.1 Starters 2006-2011 in werkgebied KvK Limburg

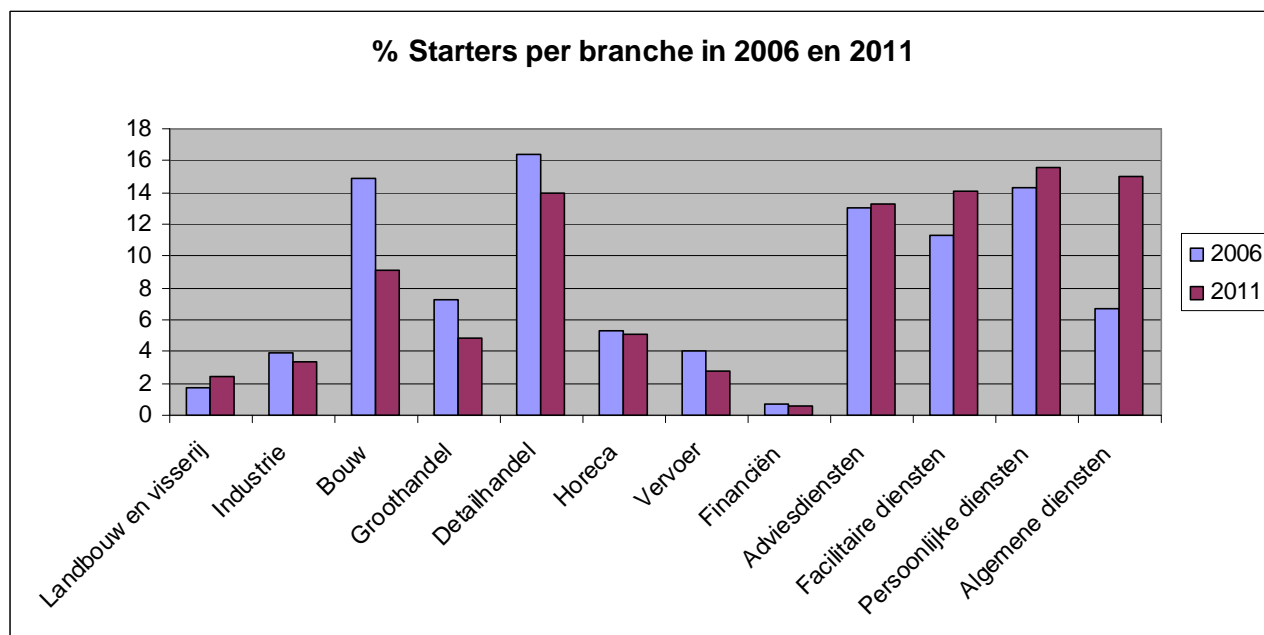
In het werkgebied van de KvK Limburg, zijnde de provincie Limburg met uitzondering van de gemeente Mook en Middelaar, is het aantal startende ondernemingen in deze periode gestegen met 19%. De branche algemene diensten steeg het meest: + 163%. De branches bouw (-27%), groothandel (-22%) en vervoer (-17%) lieten een daling noteren.

Gekeken naar het aandeel van de diverse branches bestond in 2006 de top 3 uit de detailhandel (16%), bouw (15%) en persoonlijke diensten (14%). Het aandeel van de branche bouw is in 2011 gedaald tot 9%.

De top 3 bestond in 2011 uit de branches persoonlijke diensten (16%), algemene diensten (15%) en facilitaire diensten en detailhandel met ieder 14%. Het aandeel van de branche algemene diensten is gestegen van 7% in 2006 naar 15% in 2011.

Tabel 1 Startende ondernemingen 2006-2011 per branche in Limburg

Sectoromschrijving	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Onbekend	0	0	0	0	2	1
Landbouw en visserij	89	98	103	132	147	149
Industrie	208	221	206	218	220	211
Bouw	783	856	726	495	536	573
Groothandel	383	357	316	328	317	300
Detailhandel	867	873	836	928	912	876
Horeca	279	294	283	310	364	316
Vervoer	211	201	166	165	177	175
Financiën	34	29	37	27	39	33
Adviesdiensten	686	735	832	875	791	828
Facilitaire diensten	599	644	674	726	810	882
Persoonlijke diensten	752	861	912	975	961	977
Algemene diensten	355	474	716	947	935	937
Zakelijk beheer	27	20	15	56	38	0
Totaal	5273	5663	5822	6182	6249	6258



Grafiek 2 % startende ondernemingen per branche in 2006 en 2011 in Limburg

2.1.2 Starters 2006-2011 in Nederland

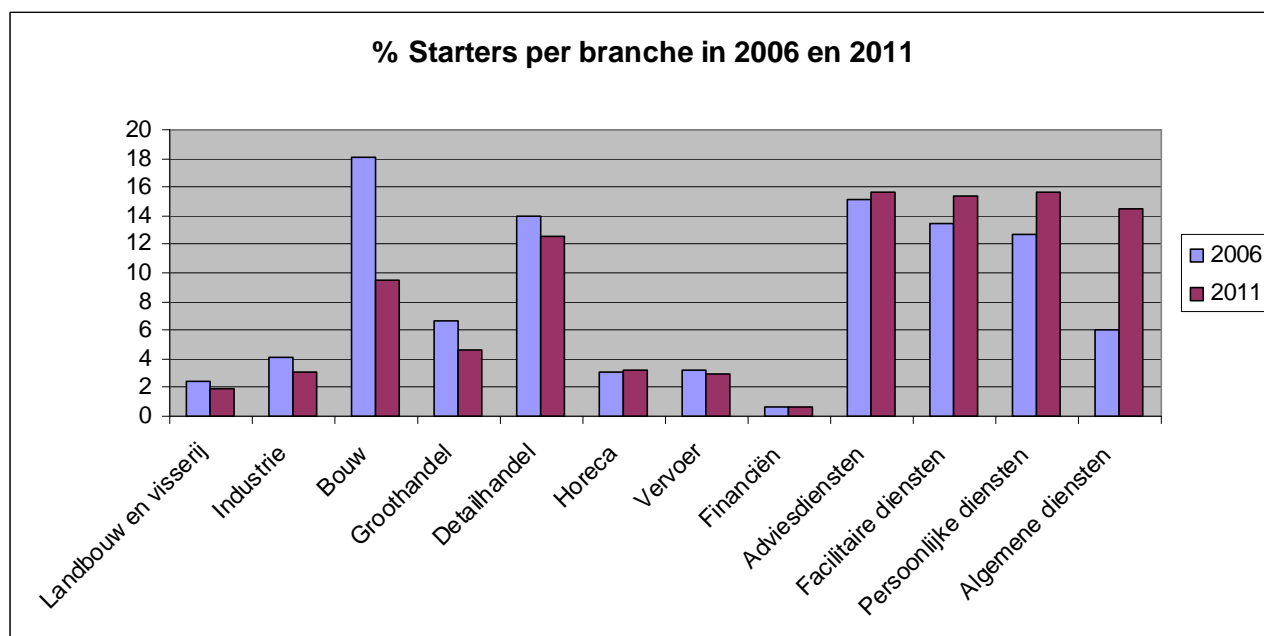
In Nederland is in de periode 2006-2011 het aantal startende ondernemingen fors toegenomen, namelijk met 57%. Bleef het aantal in 2006 met 85.000 nog ruim onder de 100.000, in 2011 werden bijna 134.000 startende ondernemingen genoteerd. Net als in Limburg steeg het aantal startende ondernemingen in de branche algemene diensten het meest. Ook op Nederlandse schaal daalde het aantal startende ondernemingen in de bouw, van ruim 15.000 in 2006 tot bijna 14.000 in 2011, een daling van bijna 9%.

Gekeken naar het aandeel per branche bestond de top 3 in 2006 uit de bouw (18%), adviesdiensten (15%) en detailhandel (14%). In 2010 verdween de bouw met 10% uit de top 3, die er als volgt uitziet: adviesdiensten en facilitaire diensten met ieder 16%, persoonlijke diensten (15%) en algemene diensten (14%).

Tabel 2 Startende ondernemingen 2006-2011 per branche in Nederland

Sectoromschrijving	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Onbekend	10	31	19	13	109	56
Landbouw en visserij	2032	2374	2547	2203	2307	2533
Industrie	3520	3652	3458	2948	3859	4253
Bouw	15368	17668	17173	10540	11730	14027
Groothandel	5658	5489	5299	5119	5738	6065
Detailhandel	11971	11998	11815	12816	15500	16097
Horeca	2669	2772	2901	3191	4001	4277
Vervoer	2702	2936	3172	2798	3609	3874
Financiën	599	589	488	469	726	743
Adviesdiensten	12883	15448	17749	16618	19262	21506
Facilitaire diensten	11453	13719	15612	15886	19010	21356
Persoonlijke diensten	10830	13030	15152	17044	19284	20744
Algemene diensten	5100	7234	11188	15076	17883	18451
Zakelijk beheer	504	312	208	643	446	12
overig	3	0	1	2	7	0
Totaal	85302	97252	106782	105366	123471	133994

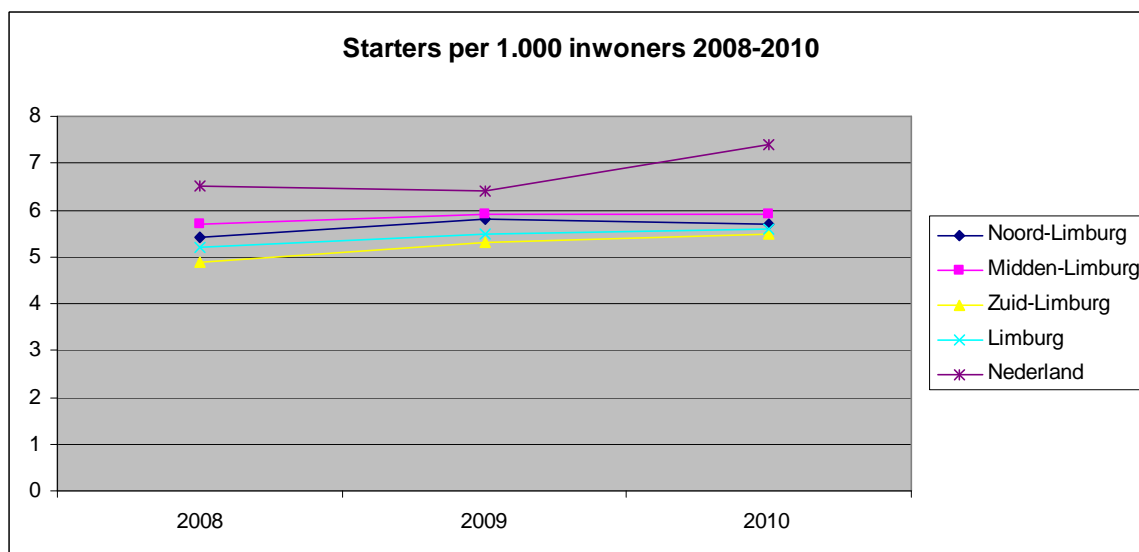
Grafiek 2 % startende ondernemingen per branche in 2006 en 2011 in Nederland



2.1.3 Starters per 1.000 inwoners in Nederland en in Limburg

In 2008 werden in Nederland per 1.000 inwoners 6,5 bedrijven gestart. In Limburg blijft dit aantal achter, namelijk 5,2 bedrijven per 1.000 inwoners. De regio Zuid-Limburg blijft achter met 4,9 startende bedrijven. In 2010 is het beeld niet gewijzigd. Limburg blijft met 5,6 bedrijven per 1.000 inwoners achter bij het landelijk gemiddelde van 7,4 bedrijven.

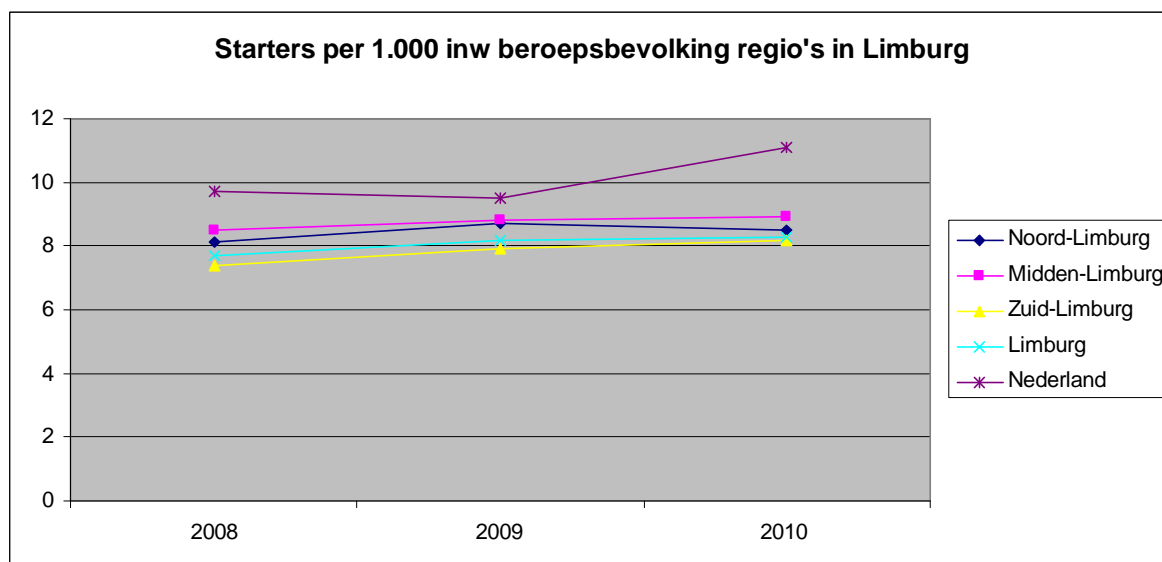
Grafiek 3 Startende ondernemingen per 1.000 inwoners 2008-2010



2.1.4 Starters per 1.000 beroepsbevolking in Nederland en Limburg

Ook wanneer gekeken wordt naar het aantal startende bedrijven per 1.000 inwoners van de beroepsbevolking (15-65 jaar) blijft Limburg zowel in 2008 als 2010 achter bij de landelijke gegevens. In 2008 werden landelijk gezien 9,7 bedrijven per 1.000 inwoners van de beroepsbevolking gestart, tegen 7,7 bedrijven in Limburg. In 2010 was dat 11,1 bedrijven in Nederland en 8,3 bedrijven in Limburg.

Grafiek 4 Startende ondernemingen per 1.000 inwoners beroepsbevolking



2.2 De levensvatbaarheid van ondernemingen

Van alle bedrijven die in 2008 in Nederland zijn gestart is 30% gestopt in de jaren 2008, 2009 en 2010. In de provincie Limburg is dat 29%.

Onderstaande tabel bevat een overzicht van het aantal starters in 2008 per provincie in Nederland.

Daarnaast is ook inzichtelijk gemaakt welk percentage is gestopt in de 3 jaren na de start. Hierbij moet opgemerkt worden dat er slechts sprake is van kwantitatieve gegevens. Zo is niet onderzocht wat de reden van uitschrijving is en of bedrijven tijdens de start gebruik hebben gemaakt van de diensten van het

StartersCentrum. Een nadere analyse van de factoren en omstandigheden die een rol spelen bij de start van een bedrijf en een latere uitschrijving is vooralsnog niet gemaakt.

Starters Nederland 2008	
uitschrijvingen per provincie	
	% uitgeschreven
Groningen	30
Friesland	27
Drenthe	27
Overijssel	30
Gelderland	28
Zuid-Holland	34
Limburg	29
Noord-Holland	32
Utrecht	27
Noord-Brabant	29
Zeeland	26
Flevoland	37
Nederland	30

Het CBS constateert recentelijk dat de overlevingskansen van nieuwe bedrijven in Nederland zijn gedaald. Het lijkt erop dat nieuwe ondernemers wat meer risico durven te nemen dan voorheen.

2.3 Vernieuwingsgraad

Gekeken naar de vernieuwingsgraad per branche, blijkt dat in 2010 de branche algemene diensten de hoogste vernieuwingsgraad laat zien, namelijk 13%, gevolgd door de facilitaire diensten met 12% en de detailhandel en persoonlijke diensten met ieder 9%. De vernieuwingsgraad is hier gedefinieerd als het percentage startende bedrijven van het totaal aantal bedrijven in de branche.

Vernieuwingsgraad KvK Limburg			
Sector	2010-jaarstand	2010-starters	% vernieuwing
Landbouw en visserij	4562	147	3
Industrie	4812	220	5
Bouw	7336	536	7
Groothandel	6100	317	5
Detailhandel	10212	912	9
Horeca	4534	364	8
Vervoer	2616	177	7
Financiën	1336	39	3
Adviesdiensten	10499	791	8
Facilitaire diensten	6956	810	12
Persoonlijke diensten	10160	961	9
Algemene diensten	7151	935	13

HOOFDSTUK 3 De startende ondernemer nader beschouwd (klantprofiel)

3.1 Klantcontacten

Veel ervaring is door de bedrijfsadviseurs opgedaan in de dagelijkse klantcontacten. Zowel vanuit de reguliere dienstverlening, maar ook vanuit speciaal opgezette projecten. De persoonlijke adviesgesprekken met de klant zijn het middel bij uitstek om kennis te nemen van diens behoeften en vragen.

Onderstaand is een overzicht weergegeven van de adviesgesprekken landelijk en in Limburg.

Adviesgesprekken	2008	2009	2010	2011
Landelijk	7.925	9.760	8.850	nrb
StartersCentrum Limburg	1.929	2.565	2.223	2.518
% StartersCentrum	24,3	26,2	25,1	nrb

Klantwaardering in recente meting 2011:

- eerste kwartaal 7,9
- tweede kwartaal 8,0
- derde kwartaal 7,9

3.2 Opleiding

Op basis van de klantenprofielen, voortkomende uit de klantenregistratie van de advies- en begeleidingsgesprekken is ten aanzien van het niveau van opleiding in 2011 het onderstaande beeld samengevat.

Opleiding	2011
Basisonderwijs	2%
VMBO	9%
MBO	39%
HBO	40%
WO	9%

3.3 Inkomen

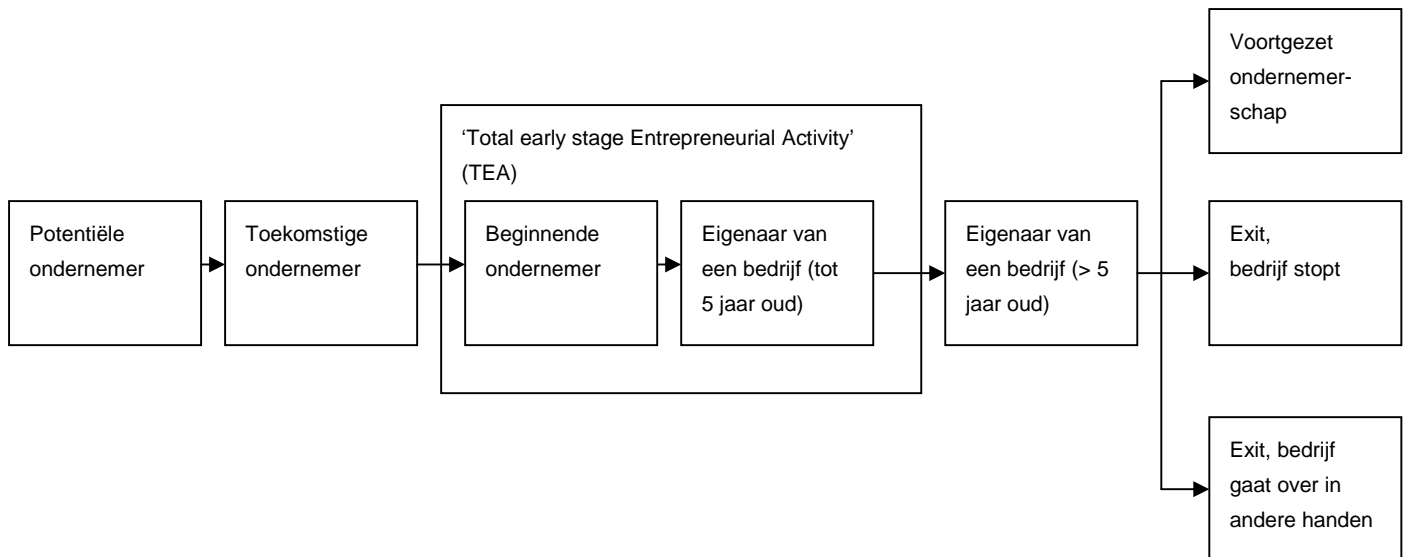
Op basis van dezelfde profielen kan ten aanzien van het inkomen onderstaand beeld worden weergegeven.

Inkomen	2011
Loondienst	41%
Uitkering	34%
Studiefinanciering	3%
Pensioen/AOW	1%
Eigen bedrijf	15%
Geen/overig	6%

Conclusie is dat een brede doelgroep tot de klantenpopulatie behoort en dat deze klant het StartersCentrum weet te vinden. Zeker t.a.v. hierna te formuleren specifieke thema's biedt dit potenties. Het StartersCentrum wordt ervaren als een generiek aanspreekpunt voor eenieder die zich oriënteert op het ondernemerschap. In zoverre sluiten deze conclusies naadloos aan op onze visie en missie.

3.4 Vraagpatronen

Onderstaand figuur is een bewerking van een schema van EIM/GEM waarin een overzicht wordt gegeven van de opeenvolgende fasen die doorlopen worden bij de totstandkoming van een bedrijf.



De eerste 2 fasen worden ook wel de pre start fasen genoemd. De pre starters hebben brede informatiebehoefte die varieert van het bespreken van een eerste idee tot het concreet samenstellen van het ondernemingsplan. Reflectie en het ontwikkelen van een juiste houding uitmondende in feitelijk ondernemerschap is een belangrijke dimensie voor onze dienstverlening.

De startende ondernemer kan op verschillende manieren informatie inwinnen over het starten van een bedrijf en vele thema's passeren de revue zodat sprake is van een logische ordening. De startende ondernemer is vooral op zoek naar de structuur in de hoeveelheid informatie en wil graag uitleg over wat hij gelezen of gehoord heeft. Door het trechtermodel in onze activiteiten wordt deze structuur aangereikt en wordt bovendien ook verdieping aangebracht.

De kracht van de klant is door de komst van internet sterk toegenomen. Bovendien is diens kennis over producten en diensten veel groter geworden. Met andere woorden de klant van vandaag/morgen is heel anders georiënteerd dan twintig jaar geleden.

De een-op-een relatie met de klant blijft niettemin belangrijk. Niet alleen digitaal, maar ook fysiek. Kernwoorden zijn high touch, high tech en high trust.

De taak van de bedrijfsadviseur is vooral helpen om overzicht te geven en de kritische punten in kaart te brengen. Hier kan de starter dan verder mee. Of de onderneming dan uiteindelijk haalbaar is, moet blijken uit het ondernemingsplan. In een aantal situaties is het echter al eerder duidelijk dat het niet haalbaar is om een levensvatbare onderneming te starten. Dit kan meerdere oorzaken hebben: onvoldoende vraag uit de markt, onvoldoende ondernemerskwaliteiten, geen financiering, onvoldoende doordacht plan etc.

3.5 Thematische vragen

Vertrekpunt is het onderzoeken van het idee en toetsing van de ondernemersvaardigheden. Daarnaast spelen ook de harde factoren een rol, zoals:

- Financieringsvragen: bancaire financiering, voorwaarden, financiering bij geen of gering eigen vermogen, zekerheden stellen en privé risico's, microkredieten, bijzondere regelingen zoals de Bbz.
- Starten en een sociale uitkering: toepassing van wet- en regelgeving, vraag om hulp bij afstemming met uitkerende instanties.
- Het opstellen van het ondernemingsplan, inhoudelijke hulp met name bij de onderdelen marketing en financiën/administratie.
- Civielrechtelijke zaken: huurcontracten, arbeidscontracten, beëindiging en opstart eigen bedrijf in geval van concurrentiebeding, gouden handdruk.
- Hoe kom je aan klanten, acquisitie, netwerken, social media. Er is een duidelijke behoefte aan netwerkbijskomsten.
- Fiscale aspecten, BTW, vrijstellingen, BTW vooral bij zorg- en onderwijs-aanbieders, verklaring arbeidsrelatie, beperkt ondernemerschap, het doen van aangiftes.
- Nazorg: sparringpartner, vraag om mee te denken bij nieuwe ideeën.
- De onderlinge concurrentie op het web is enorm. De werving van nieuwe klanten is duurder geworden.
- Economische tegenwind, recessie

3.6 Trends en ontwikkelingen

De samenleving is permanent in ontwikkeling. Zowel op macro- en micro-economisch niveau. Geleidelijk of ook soms schoksgewijs. Echte fundamentele veranderingen komen schoksgewijs. Verder is ook de weerslag voelbaar van sociale en politieke veranderingsprocessen. Daarnaast uiteraard de technische stand van zaken in de digitale samenleving en de wijze waarop informatie wordt afgetapt en communicatie plaatsvindt. Het einde van deze ontwikkelingen is nog niet in zicht. Het spreekt vanzelf dat een en ander ook van invloed is op het bestaand assortiment van producten en diensten en de vernieuwingen hierin.

Uit onderzoek en ervaring blijkt dat vele trends en ontwikkelingen zijn te onderkennen:

- Globalisering: wereldburger
- Internet: geen barrières, opkomst webshops
- Multicultureel samenleven: diversiteit
- Vergrijzing: de regio wordt ouder
- Individualisme: welzijn en zorg
- Vernieuwende en vervangende innovatie
- Ondernemerschap, inkomen en armoede
- Terugtrekkende overheid en inertie
- Nederland is de afgelopen 10 jaar ondernemender geworden en heeft de koppositie ingenomen van de EU landen: 7,2% van alle Nederlanders in de leeftijdscategorie 18-64 jaar, was in 2010 bezig een nieuw bedrijf op te richten.

Vanuit de bedrijfsvoering door de startende ondernemer worden onderstaande ontwikkelingen onderkend:

- Sterke groei van ondernemerschap, gecombineerd met een loondienstverband (parttime ondernemerschap)
- Starten vanuit een uitkeringssituatie
- Sterke focus op zelfstandigen zonder personeel, sociaal vangnet
- Financieringsbehoefte (groei naar microkredieten)
- Starten in de zakelijke dienstverlening
- Belang van de creatieve sector
- Ondernemerschap in de zorgsector

- Onderwijs en kenniseconomie
- Vereenvoudigde wetgeving, waardoor het eenvoudiger wordt om als zelfstandige te beginnen
- Starters vanuit en gecombineerd met een studie
- De senior (50+) starter

3.7 Startmotieven (push en pull factoren)

De motieven om een eigen bedrijf te beginnen zijn legio. Uit eigen kracht (ondernemende attitude) of omdat persoonlijke omstandigheden de horizon verbreden.

Top 5 motieven

Uitdaging, wens om eigen baas te zijn, specifieke werkzaamheden kunnen verrichten, vanzelf ingegroeid, mogelijkheid om gezinszorg en arbeid te combineren.

De negatieve keuzemomenten (push-factoren) zijn in de minderheid (uit nood geboren door omstandigheden, werkloosheid (geen baan vinden), dreigende werkloosheid).

Bron: EIM starters cohorten 2003 en 2008.

HOOFDSTUK 4 Actoren in de Provincie Limburg

Zowel in het publieke domein alsook bij ondernemersorganisaties staat het ondernemerschap hoog aangeschreven. Mede door de introductie van ondernemerspleinen en het herijken van taken, doet zich thans de unieke gelegenheid voor om met elkaar in de regio de dialoog aan te gaan over de belangrijkste speerpunten, eenieders rol hierin en de mogelijkheden om richting klant synergie te ontwikkelen op een effectieve en efficiënte wijze. Idealiter zou een en ander moeten leiden tot een collectieve uitvoeringsagenda op Limburgse schaal. De Kamer zal hierbij als uitnodigende partij acteren.

4.1 Gemeenten

Gemeenten zijn direct betrokken bij de lokale en regionale economie. Vanuit deze optiek zijn zij belanghebbenden bij een goed ondernemersklimaat.

De mate waarin gemeenten startersbeleid formuleren is wisselend. Te constateren valt dat gemeenten door financiële beperkingen eventuele ambities niet (meer) kunnen realiseren en zich genoodzaakt zien tot het opstellen van een beleidsarme begroting. Dit gaat ten koste van de faciliterende overheidsrol als dienstverlener.

4.2 Provincie Limburg

Na de recente verkiezingen, voorjaar 2011, heeft een en ander geleid tot een nieuw coalitieakkoord en de Voorjaarsnota 2011 waarin een eerste vertaalslag van de in het coalitieakkoord vastgelegde ambities voor de komende vier jaar worden gemaakt. In de voorjaarsnota worden de inhoudelijke kaders gegeven in de vorm van vijf programma's en daarbinnen een aantal programmalijnen:

1. Leefbaarheid, Veiligheid en Zorg
2. Ruimte en Infra
3. Cultuur en Landschap
4. Economie en Concurrentiekracht
5. Bestuur/Financiën en Bedrijfsvoering

Enkele highlights

In het programma Cultuur en Landschap is de programmalijn Culturele infrastructuur benoemd. Het doel hiervan is om de culturele infrastructuur te versterken. Dit moet o.a. bereikt worden door het realiseren van positieve effecten op economische (innovatieve) bedrijvigheid via koppeling van talentontwikkeling, creatieve industrie en regiobranding. Dit sluit goed aan op de doelstellingen van het project Stimulering creatieve industrie van de KvK en de ervaringen die hierin reeds zijn opgedaan t.a.v. het realiseren van cross-overs tussen de creatieve industrie en het reguliere bedrijfsleven.

Het programma Economie en Concurrentiekracht spreekt de ambitie uit om in 2015 een aantoonbaar verbeterd concurrerend en aantrekkelijk vestigingsklimaat te bieden voor burgers, bedrijven en organisaties ten opzichte van 2011. Aangehaakt wordt bij de ambities van Brainport 2020. Aangegeven wordt dat de provincie samenwerking en cross-overs initieert, maar dat de economische partners uiteindelijk de handschoen moeten oppakken. Gestreefd wordt naar:

- Bundeling van inzet van een aantal randvoorwaarden zoals ambtelijke capaciteit (samenwerking provincie en LIOF)
- Fondsen die laagdrempelig zijn en gericht op innovatief entrepreneurship
- Een acquisitiebeleid gericht op de sterke segmenten
- Versterking MKB in combinatie met nieuwe bedrijvigheid rondom de campussen
- Een verlaging van de regeldruk
- Een doelmatige lobby en effectieve branding.

De programmalijn Innovatiekracht en topsectoren wil een substantiële groei van de werkgelegenheid, startups en talent in de Limburgse topsectoren bereiken door:

- Ondersteunen van innovaties en marktintroducties van nieuwe producten van (MKB)bedrijven
- Ondersteunen van samenwerkingsinitiatieven tussen onderwijs en ondernemers.

T.a.v. het generieke startersbeleid is geen extra focus aangebracht en de "starter" als zodanig is niet benoemd. Toch sluiten bovenstaande ambities goed aan bij de lijn die in dit activiteitenplan is uitgezet.

4.3 LIOF

LIOF heeft geen generiek startersbeleid geformuleerd. Het accent ligt op startersfondsen (speciaal bestemd voor innovatieve en industriële starters en jonge ondernemers die een eigen product of dienst van bovenregionale betekenis in de markt willen zetten) en ondersteuning in de vorm van participaties in aandelen en in achtergestelde leningen. Voorts startersawards en het project LIOF Yeah met een specifieke doelgroep. Tevens op startershuisvesting via de bedrijfsverzamelgebouwen van LIOF Business Center. Recentelijk is in de regio Venlo het project Kickstart van start gegaan dat zich ten doel stelt om kennisintensieve, hoog opgeleide (student)ondernemers naar de regio Venlo te halen.

4.4 MKB Limburg

De potentiële starter en de pasgestarte ondernemer behoren traditioneel niet tot het aandachtsgebied van MKB Limburg. Gelet op het profiel van deze organisatie is men wel belanghebbende bij een vitaal ondernemersklimaat. Dus ook ten aanzien van starters. Idealiter kunnen vanuit het piramidemodel, accenten gezamenlijk beter geplaatst worden met alle synergievoordelen van dien. Bijvoorbeeld op het gebied van voorlichting, events en projecten. Het tot stand brengen van verbindingen en dynamiek.

4.5 LWV

De potentiële starter en de pasgestarte ondernemer behoren traditioneel niet tot het aandachtsgebied van de LWV. Gelet op het profiel van deze organisatie is men wel belanghebbende bij een vitaal ondernemersklimaat. Dus ook ten aanzien van starters. Idealiter kunnen vanuit het piramidemodel, accenten gezamenlijk beter geplaatst worden met alle synergievoordelen van dien. Bijvoorbeeld op het gebied van voorlichting, events en projecten. Het tot stand brengen van verbindingen en dynamiek.

4.6 Syntens

Syntens is gekend als de innovatie-instelling van Nederland. De pre starter behoort niet tot de competenties van Syntens. Het bevorderen van goed ondernemerschap daarentegen wel. De mogelijkheden tot samenwerking en afstemming hierin zijn legio.

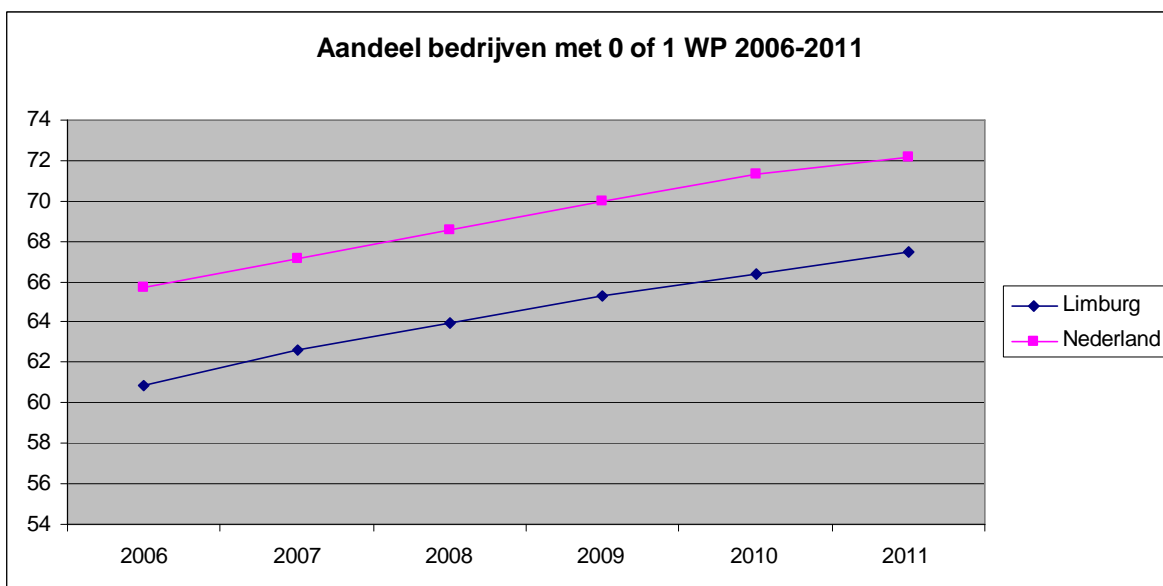
HOOFDSTUK 5 Zelfstandigen Zonder Personeel (ZZP)

Het aantal zelfstandigen zonder personeel is de afgelopen jaren sterk gestegen. Deze sterke stijging bevestigt het beeld dat deze groep een blijvend fenomeen op de Nederlandse arbeids- en ondernemersmarkt vormt.

Over de omvang van de groep zzp'ers circuleren verschillende cijfers. Dit komt omdat er geen algemeen toegepaste definitie van de zzp'er bestaat, zo heeft de SER geconcludeerd in haar in 2010 uitgebrachte visie op zelfstandigen zonder personeel. Het EIM spreekt over 353.000 zzp'ers in 2009. Het CBS daarentegen gaat uit van 640.000 zzp'ers in 2008 en 732.000 zzp'ers in 2011. Dit verschil is grotendeels te verklaren door het feit dat het EIM als criterium meerekent dat een zzp'er minimaal 15 uur per week aan de onderneming besteedt.

Aandeel bedrijven met 0 of 1 werkzame persoon 2006-2011

Zowel op Nederlandse als Limburgse schaal laat het aandeel van bedrijven met 0 of 1 werkzame personen sinds 2006 een stijgende lijn zien:



5.1 Definities en kenmerken van zzp'ers

Diverse instellingen en organisaties, zoals het EIM en CBS hanteren een eigen definitie over het begrip zzp'er. De bijlage *Factsheet zzp'ers* bevat een overzicht van de gehanteerde omschrijvingen en overige kenmerken. De SER komt in haar advies tot de volgende definitie:

Een zzp'er is een ondernemer die geen personeel in loondienst heeft, waarbij voor de vaststelling of er sprake is van een ondernemer de volgende criteria gelden, zoals ook gehanteerd door de Belastingdienst in het kader van de Inkomstenbelasting:

- *zelfstandigheid bij de inrichting van de eigen werkzaamheden en het uitvoeren daarvan;*
- *het voor eigen rekening en risico verrichten van werkzaamheden;*
- *het gericht zijn op en het perspectief hebben van het maken van winst;*
- *bekendmaking van het ondernemerschap;*
- *het streven naar meerdere opdrachtgevers.*

Kenmerken van zzp'ers:

- **Sectoren:** de meeste zzp'ers zijn te vinden in de zakelijke dienstverlening (ruim 100.000). De sectoren handel en reparatie, landbouw en de bouw tellen ook ieder meer dan 50.000 zzp'ers. In deze sectoren hebben de zzp'ers ook een groot aandeel in het totaal aantal bedrijven (ongeveer 70%).
- **Geslacht:** de groep zzp'ers bestaat voor twee derde uit mannen en voor een derde uit vrouwen.

- Leeftijd: de gemiddelde leeftijd van de zzp'er is 45 jaar.
- Opleidingsniveau: 40% van de zzp'ers heeft een middelbare opleiding en eveneens 40% heeft een hogere opleiding.
- Inkomsten: volgens onderzoek van het EIM blijkt dat voor het overgrote deel van de zzp'ers de onderneming de enige inkomstenbron vormt. Ongeveer 20% heeft daarnaast nog inkomsten uit loon of pensioen.
- Verzekeringen: ongeveer de helft van de zelfstandigen heeft een verzekering tegen de gevolgen van arbeidsongeschiktheid. Volgens recent onderzoek van het EIM verzekert 20 procent van de zzp'ers zich tegen ziekte en 36 procent tegen arbeidsongeschiktheid.

5.2 De rol van zzp'ers bij innovatie in het MKB

Uit recent onderzoek van het EIM (Smering voor de nering, 2011) blijkt dat zzp'ers een belangrijke rol vervullen bij innovatie in het MKB. Van de MKB-bedrijven die innoveren met behulp van externe partijen geeft 33% aan dat zij daarbij zzp'ers inschakelen. Daardoor zorgen zzp'ers dat zij een smeermiddel zijn voor innovatieprocessen bij MKB-bedrijven. Het inhuren van zzp'ers bij innovatie is frequenter dan bijvoorbeeld het inschakelen van kennisinstellingen. Naast kennis en ervaring, bestaat de concrete bijdrage voor een belangrijk deel uit de inzet van mankracht en capaciteit.

5.3 Programmering activiteiten voor zzp'ers

Gezien de ontwikkeling dat het fenomeen zzp'ers een blijvende verschijning is op de Nederlandse ondernemersmarkt en dat het aandeel zzp'ers sinds 2006 enorm is gestegen, zal ook in 2012 in de programmering een accent gelegd worden op de dienstverlening voor zzp'ers. Ook het gegeven dat zzp'ers een belangrijke rol spelen bij innovatie in het MKB toont het belang aan van een goede dienstverlening en ondersteuning voor de zzp'er.

Concreet worden de volgende activiteiten aangeboden en ontwikkelingen in gang gezet:

- Seminar Starten als freelancer of zzp'er.
- Adviesgesprekken.
- Accent op de zzp'er in het project Ondernemend Maastricht.
- Verkenning m.b.t. het aanbieden van extra activiteiten in de gemeente Heerlen gericht op zzp'ers.
- Samenwerking met de Vereniging van Zelfstandigen Zonder Personeel. Dit op basis van programmering, introductie en promotie, kennisuitwisseling en waar mogelijk een projectmatige aanpak.
- Contacten zijn gelegd met de Belastingdienst Limburg om kennisuitwisseling en initiatieven af te stemmen ten aanzien van een adequate bedrijfsvoering bij zzp'ers al naar gelang het afbreukrisico in de sector of branche. Ook hier is winst te behalen.

HOOFDSTUK 6 Programmering activiteiten (5 P's)

De klantenfocus wordt aangebracht met als vertrekpunt de marketingmix.

6.1 Producten

Vertrekpunt is om zoveel mogelijk activiteiten collectief aan te bieden. Hiermee wordt bereikt dat in één keer een grotere populatie wordt bereikt en dat de individuele contacten met de startende ondernemer beter benut worden.

Méér persoonlijke aandacht en bovendien wordt de eigen personele capaciteit effectiever ingezet.

Basisdienstverlening

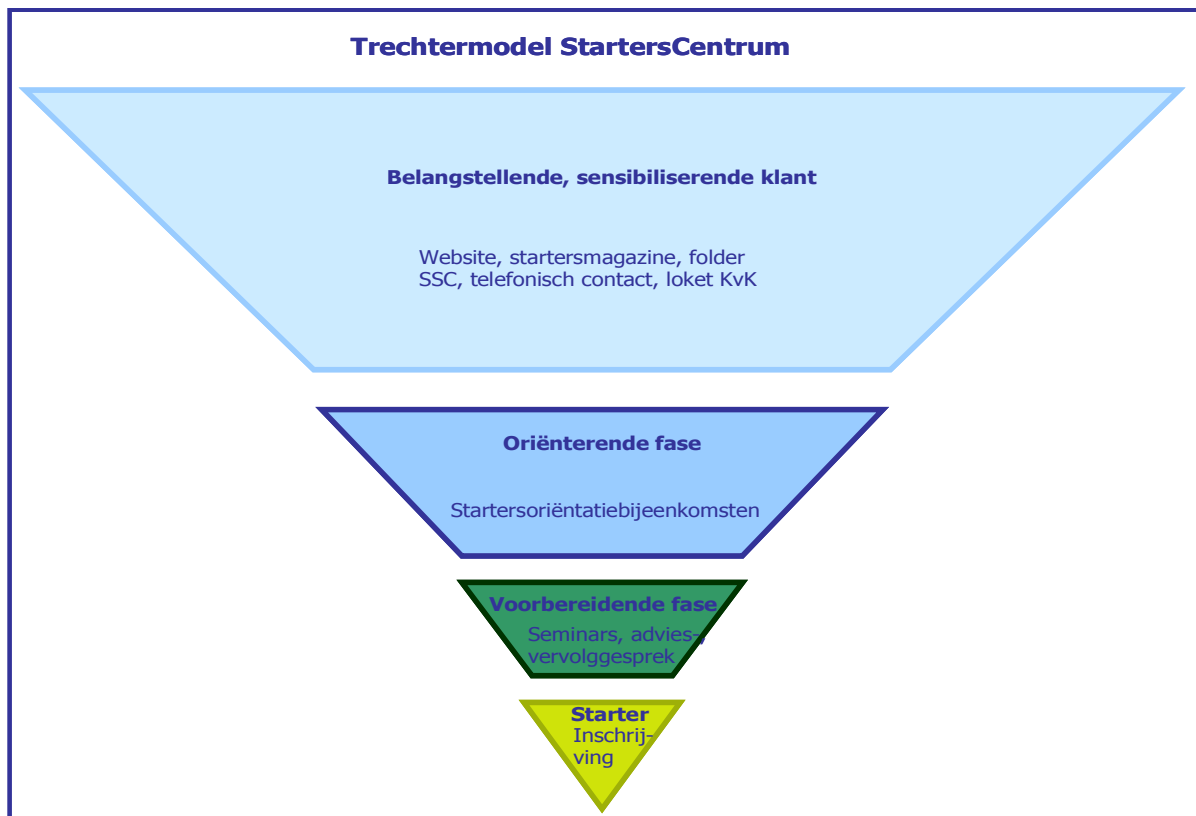
De basisdienstverlening omvat de hoofdbestanddelen: Algemene voorlichting, collectieve voorlichting en individuele advisering (adviesgesprekken) en spreekuren.

Ten aanzien van de collectieve bijeenkomsten geldt dat er in 2012, 48 oriëntatiebijeenkomsten op de rol staan en 69 collectieve seminars (themabijeenkomsten oa ohgv bedrijfsvoering).

Ten aanzien van de adviesgesprekken is sprake van een geprognosticeerd aantal van in totaal 1.200.

Trechtermodel

Vanuit dit trechtermodel en al naargelang de fase van voorbereiding waarin de klant verkeert, wordt het basis dienstverleningspakket onderverdeeld. De programmering wordt hierop afgestemd.



Er zijn thema's die zich bij uitstek lenen om in eerste instantie in groepsverband te behandelen. Dit geldt met name ten aanzien van de oriëntatiebijeenkomsten en algemene ondernemersvaardigheden.

Tot de algemene bijeenkomsten behoren:

- Oriëntatiebijeenkomst
- Seminar opstellen ondernemingsplan
- Seminar parttime ondernemen
- Seminar starten in de zorg
- Seminar starten vanuit een uitkering

Deze bijeenkomsten zijn bijzonder geschikt voor de pre starter.

Specifieke thema's

Aangeboden worden:

- Seminar fiscale tips voor starters
- Starten als freelancer
- Starten door overname
- Seminar bedrijfsadministratie
- Seminar financiën
- Seminar wetten en regels voor starters
- Seminar marketing voor starters
- Seminar ondernemen en internet
- Seminar netwerken voor starters
- Seminar starten van een webwinkel
- Seminar een goede start met KvK en Belastingdienst
- Seminar werken met algemene voorwaarden

Deze seminars zijn bij uitstek geschikt voor de pasgestarte ondernemer, maar ook degene die reeds enkele jaren met zijn bedrijf actief is.

Seminars met externe partijen:

- Social media
- Ondernemersvaardigheden

Events

- Startersdag, 1 locatie, 600 bezoekers
- Jonge Bedrijvendag, 1 locatie, 150 bezoekers

Spreekuren (gratis, in samenwerking met externe partijen)

- Accountant
- Advocaat
- Bedrijfshuisvesting
- Belastingen
- Marketing
- Notaris
- Schuldbegeleiding
- Subsidie
- Technostarters

6.2 Prijs

De hiervoor genoemde producten worden bij de klant in rekening gebracht op basis van het retributiereglement zoals dit jaarlijks wordt vastgesteld. Indicatief: kosten seminar € 35,- en adviesgesprek € 50,-.

6.3 Plaats

De seminars worden gespreid over Limburg aangeboden. De adviesgesprekken worden aangeboden op de locaties waar de Kamer van Koophandel fysiek is gevestigd. Te weten Sittard-Geleen (Ondernemershuis), Venlo en Roermond, een en ander onder voorbehoud van kosteneffectiviteit. Bovendien wordt in Zuid-Limburg de klant laagdrempelig bediend op de satellietvestigingen van het StartersCentrum in Maastricht en Heerlen. De doelstelling is om op Limburgse schaal 1200 adviesgesprekken te organiseren.

6.4 Personeel

Het bieden van startersondersteuning is een vak apart. Hiertoe heeft de Kamer een functieprofiel opgesteld met de hieraan verbonden competenties.

6.5 Promotie

Gelet op het gezamenlijk activiteitenprogramma met de Kamer van Koophandel wordt zoveel mogelijk meegelift met de naamsbekendheid van de Kamer en de hierop gebaseerde mediamix. Alle moderne instrumenten zoals social media, nieuwsbrieven, digitale communicatie etc. worden hierbij ingezet. Waar gewenst wordt ingezet op extra profilering op basis van specifieke projecten of activiteiten.

HOOFDSTUK 7 Specifieke thema's

Naast het generieke aspect van de startersbegeleiding en ondersteuning is het bovendien gewenst om focus aan te brengen bij specifieke thema's. Enerzijds omdat expertise is opgebouwd. Anderzijds omdat het belang van een bepaald thema rechtvaardigt om extra inspanningen te leveren, met name met personele inbreng, uitmondende in concrete diensten of verbindende allianties.

7.1 Stimulering creatieve industrie

Inleiding

In 2008 is de Kamer van Koophandel Limburg samen met de Kamer van Koophandel Brabant gestart met het project *Creatief ondernemerschap, een impuls voor innovatie*. Het project heeft een looptijd t/m 31 maart 2012 en de uitvoering is toevertrouwd aan het StartersCentrum.

De uit diverse onderzoeken gebleken knelpunten waaronder de geringe aansluiting op het reguliere bedrijfsleven en het achterblijven van ondernemerskwaliteiten, hebben de Kamers van Koophandel doen besluiten deze sector verder te willen versterken. In voornoemd projectplan zijn de volgende doelen bepaald:

- (startende) bedrijven in de creatieve sector stimuleren en faciliteren;
- netwerken en samenwerkingscombinaties tussen bedrijven in de creatieve sector en 'reguliere' sectoren tot stand brengen.

De focus ligt daarbij op de sectoren:

- kunsten en cultureel erfgoed
- media en entertainmentindustrie
- creatieve zakelijke dienstverlening

Aanpak

Uniek aan het project om de creatieve industrie te versterken, is de insteek vanuit de bovenregionale samenwerking in twee provincies. Vanaf het begin is gekozen voor een pragmatische aanpak. Daar waar mogelijk is gezocht naar aansluiting op en samenwerking met bestaande lokale en regionale initiatieven en platforms.

Vanuit het project zijn de volgende activiteiten ondernomen:

Inrichting creapoints

Inzet adviseurs creatieve industrie

Spreekuren en adviesgesprekken

Bijeenkomsten en trainingen

Ontwikkeling Toolkit

Oprichting platform CreatiefZuid

Onderzoeken

Resultaten

Medio 2011 zijn op Limburgse schaal de volgende resultaten geboekt:

- 3 creapoints
- Toolkit creatieve industrie
- 100 regionale en bovenregionale netwerkbijeenkomsten (workshops, voorlichtingsbijeenkomsten en events)
- 7 cross-overs tussen bedrijven uit de creatieve industrie en andere sectoren
- 320 bedrijven die zijn gestart in de creatieve industrie mede ondersteund vanuit het project (tenminste 320 gecreëerde arbeidsplaatsen)
- 848 adviesgesprekken gevoerd met (startende) ondernemers in de creatieve industrie
- Platform CreatiefZuid.nl met ruim 1000 geregistreerde ondernemers

Toekomst

De creatieve industrie is door de minister van EL&I benoemd tot één van de negen topsectoren van de Nederlandse economie. De innovatieve kracht en vernieuwingsdrang van architectuur, design, media en ICT, (serious) gaming en mode is van groot belang voor het concurrentievermogen van Nederland. Het Topteam Creatieve Industrie heeft de minister afgelopen juni geadviseerd hoe de kracht en de potentie van de creatieve industrie kan worden benut. Het Topteam heeft nu van het kabinet de opdracht gekregen om te helpen de belemmeringen voor de creatieve industrie op te lossen. Een innovatiecontract voor de creatieve industrie heeft daarbij prioriteit om de beschikbare kennis zowel bij kennisinstellingen als in de sectoren beter te benutten. De creatieve industrie is één van de negen sectoren die een innovatiecontract opstelt en concurreert dus gedeeltelijk met de anderen om deze middelen.

Voor de topsector creatieve industrie pakt het kabinet samen met de sector een aantal acties op, waaronder het vergroten van de maatschappelijke en economische meerwaarde van de creatieve industrie, verbeteren van toegang tot kapitaal, versterken van de internationale positie, investeren in kennisdeling en ondernemerschap.

Het project heeft een looptijd t/m 31 maart 2012. In het eerste kwartaal van 2012 worden nog enkele activiteiten georganiseerd die gericht zijn op de eerder geformuleerde doelen (crossoverbijeenkomsten, netwerkbijeenkomsten en adviesgesprekken).

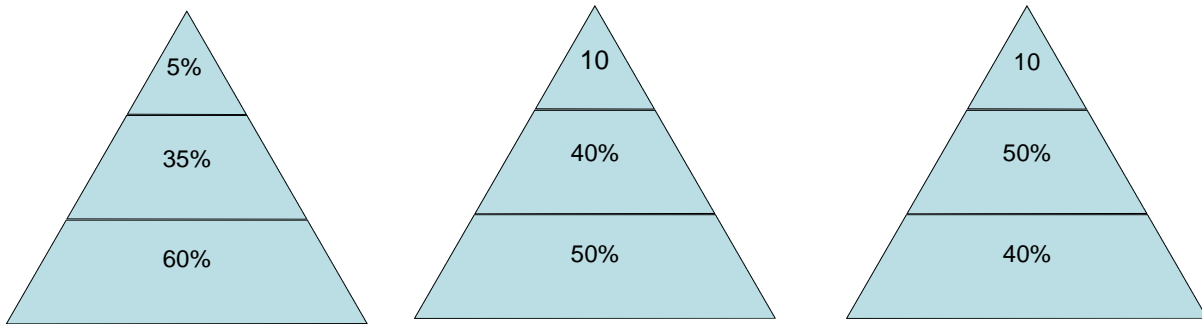
De afgelopen drie jaren is veel ervaring opgedaan en expertise opgebouwd op de Brabants/Limburgse schaal. Gezien het belang van de sector creatieve industrie voor de Nederlandse economie, wordt ook in 2012 ingezet op het stimuleren en versterken van de creatieve industrie in Limburg. Er wordt daarbij nauw samengewerkt met de Kamer van Koophandel Brabant en er wordt aangehaakt bij de landelijke plannen. Leermomenten uit de eindevaluatie van het huidige project en wensen vanuit de sector zelf worden meegenomen in het opstellen van een concreet activiteitenplan. Het accent zal daarbij worden gelegd op het leggen van verbindingen tussen de creatieve sector en de andere sectoren en het verder professionaliseren van de sector creatieve industrie.

Het piramidemodel is het uitgangspunt van de activiteiten. Aandacht voor de diverse aspecten van ondernemerschap betekent in dit model:

- verbreding van de basis (stimuleren van ondernemerschap, meer ondernemers)
- ondernemers laten doorstromen van basis naar middensegment (versterken basisvaardigheden, betere ondernemers)
- ondernemers laten doorstromen van het middensegment naar de top

Door in de gehele piramide te investeren wordt uiteindelijk het cluster als geheel sterker. Van de 3 te onderscheiden deelsectoren is in de deelsector Kunsten qua inschatting de afstand tot het ondernemerschap relatief het grootst en in de sector Creatieve zakelijke dienstverlening het kleinst. De sector Media en entertainment neemt een middenpositie in.

Globaal geeft dit het volgende beeld:



Kunsten en cultureel erfgoed

Media en entertainmentindustrie

Creatieve zakelijke dienstverlening

Omdat ontwikkeling van de basisondernemersvaardigheden sectorbreed een belangrijk aandachtspunt is, is het basissegment ten opzichte van andere sectoren relatief groter. De bedrijven aan de bovenkant van de piramide kenmerken zich door een internationale oriëntatie en in samenhang daarmee nationale en internationale opdrachtgevers.

Hoewel de totale sector gekenmerkt wordt door kleinschaligheid van bedrijven, komen in de top, met name in de deelsectoren media en entertainmentindustrie en creatieve zakelijke dienstverlening ook (relatief) grotere bedrijven voor.

Gezien de kleinschaligheid van de bedrijvigheid, de wijze van werken in veelal van samenstelling wisselende projectteams en de aanwezigheid van opleidingen voor de sector is de dynamiek groot.

Concrete activiteiten in 2012

- 12 startersbijeenkomsten voor de creatieve industrie
- Onderhoud en verdere uitbouw van het platform CreatiefZuid.nl
- Onderzoek naar de ontwikkeling van de creatieve bedrijvigheid in Limburg
- Meerdaagse workshop Versnel uw businessmodel in samenwerking met MKB Versneller
- Crossovers tussen creatieve bedrijven en bedrijven in andere sectoren
- Onderwijs:
 - o Aansluiting op CreatiefZuid.nl
 - o Inzetten bij crossover-bijeenkomsten
 - o Voorlichting over het ondernemerschap



In het eerste kwartaal van 2012 worden de volgende bijeenkomsten aangeboden.

Eigen activiteiten:

Werkessie Voorsprong door creativiteit en innovatie Food & Veghel

Inhoud	Drie multidisciplinaire teams van creatieve/innovatie ondernemers bedenken oplossingen voor 3 businesscases.
Doelgroep	Ondernemers in de creatief-zakelijke dienstverlening, media & entertainment
Partners	laDea (Bärbel van Zanten), Stichting Food & Feed (Jos van Asten)
Planning	10-02-2012 Veghel
Begroting	€ 6.000,-
Projectdoel	Crossover/economische transactie



Workshop voor Kunstenaars: Hoe zet je je als kunstenaar in de markt?

Inhoud	Kunstenaars krijgen handvaten om als ondernemer hun doelstellingen te behalen. Een stappenplan en de "on- en off-line " benadering van de kunstmarkt worden behandeld.
Doelgroep	Ondernemers in de kunsten (scheppende kunst)
Partners	Galerie Wilms (Paul Wilms), Van Hemert Publi-Art (Henk van Hemert)
Planning	4 workshops (Venlo, Maastricht e.o., 2x Brabant)
Begroting	€ 4.000,-
Projectdoel	Regionale netwerkbijeenkomst

Seminar Starten in de creatieve industrie

Inhoud	Een ieder die nadenkt over het starten als zelfstandig ondernemer in de creatieve industrie krijgt een overzicht van onderwerpen waaraan gedacht moet worden.
Doelgroep	Starters in de kunsten, creatief-zakelijke dienstverlening, media & entertainment
Partners	-
Planning	25-01-2012 (Venlo), 28-02-2012 (Heerlen), 27-03-2012 (Maastricht)
Begroting	€ 1.500,-
Projectdoel	Regionale netwerkbijeenkomst

Workshopcyclus Versnel uw businessmodel

Inhoud	De workshop leert deelnemers op een praktische manier hun businessmodel te innoveren aan de hand van negen bouwstenen.
Doelgroep	5 ondernemers in de creatief-zakelijke dienstverlening en media & entertainment (geen eenpitters) + 5 MKB-ondernemers uit andere sectoren
Partners	Innoveerpunt (Pedro Nijsen), TopChange (Patrick Vroomen en Rob Meesen)
Planning	16, 23 en 30 januari en 13 februari 2012 (Weert)
Begroting	€ 1.250,- (deelnemers betalen zelf € 250,-)
Projectdoel	Crossover/economische transactie

Event Creatieve Industrie Brabant en Limburg: CreatiefZuid onderneemt!

Inhoud	Event à la Startersdag met workshops, netwerkmogelijkheden eventueel gecombineerd met finale De Wedstrijd.
Doelgroep	Ondernemers in de kunsten, creatief-zakelijke dienstverlening, media & entertainment (projectklanten)
Partners	Diverse sprekers
Planning	Maart 2012 (Kempen Airport, Budel)
Begroting	€ 10.000,-
Projectdoel	Bovenregionale netwerkbijeenkomst

Bijeenkomst initiatiefnemers

Inhoud	Samen met stuurgroep, klankbordgroep, stakeholders, samenwerkingspartijen, etc. brainstormen over toekomstige stimulering van de creatieve industrie in Brabant en Limburg met speciale aandacht voor crossovers.
Doelgroep	Stuurgroep, klankbordgroep en overige partijen
Partners	PM, provincie
Planning	Begin februari 2012
Begroting	€ 2.500,-
Projectdoel	Coördinerende bijeenkomst

Activiteiten van derden

Bijeenkomst Creatief en innovatief ondernemen

Inhoud	Lezingen en informatiemarkt
Doelgroep	Ondernemers in de creatief-zakelijke dienstverlening en media & entertainment
Organisator	Gemeente Eindhoven
Planning	16-01-2012
Begroting	€ 0,-
Projectdoel	Regionale netwerkbijeenkomst

7.2 Onderwijs en ondernemerschap

Een sterk accent dient geplaatst te worden bij Onderwijs-Overheid-Ondernemerschap. Er is sprake van een versnippering van initiatieven. Follow-up en PDCA cyclus worden in onvoldoende mate benut. Het platform project convenant Vaeshartelt is met ingang van 1 september 2011 afgerond. De samenwerking wordt gecontinueerd in de vorm van een vrijwillig netwerk. Van oudsher heeft het StartersCentrum ondernemerschapsonderwijs gericht op leerlingen en studenten binnen het MBO, HBO en WO ondersteund. Zowel door presentaties alsook door deelname aan projecten, samenwerkingsverbanden en overlegorganisaties. De afgelopen jaren is er jaarlijks sprake van een bereik van méér dan 1.000 studenten.

Onderzoek wijst uit dat welvaart wordt vergroot wanneer kennis wordt gecombineerd met ondernemerschap. Kortom, de Limburgse kenniseconomie wordt met name gestimuleerd door goed onderwijs waarbij de combinatie van kennis en ondernemerschap leidt tot waarde (creatie).

Een gestructureerde aanpak en scherpste ontbreken evenwel. Zoals eerder genoemd, is kennis vertalen naar ondernemerschap een sterke waardecreator. Met de visie van de huidige regionale en landelijke politiek, waarbij innovatie en de benoeming van 9 topsectoren gezien worden als belangrijk economische peilers, is dit gecombineerd met de agenda van Brainport 2020 een uitdaging bij uitstek om met betrekking tot ondernemerschapsonderwijs, onze diensten en expertise specifiek in te zetten. Thema's worden méér gericht op innovatief ondernemerschap.

Op 8 oktober 2011 is de beleidsbrief Onderwijs en Ondernemerschap verschenen. Een citaat hieruit: "Dit kabinet gelooft in de kracht van ondernemers. En dit kabinet gelooft er ook in dat de kiem voor veel vernieuwend en ambitieus ondernemerschap gelegd kan worden in het onderwijs". In de beleidsbrief schetst de Minister het beleid ten aanzien van jong ondernemerschap, ondernemendheid en een ondernemend onderwijs.

De minister doet ook verbetervoorstellen ten aanzien van transparantie- en informatievoorziening. Bijvoorbeeld dat het digitale ondernemersloket Antwoordvoorbedrijven.nl, de Kamer van Koophandel en de Belastingdienst hun dienstverlening inzetten om de bestaande mogelijkheden beter onder de aandacht te brengen van jonge ondernemers. Daarnaast ook microfinanciering als startkapitaal voor jonge ondernemers en een marketingcampagne gericht op MBO-studenten.

Van oudsher doet het onderwijs niet tevergeefs op ons een beroep.

Activiteiten:

- Collectieve voorlichting aan leerlingen en studenten aan onderwijsinstellingen (30 presentaties met een bereik van 500 personen).
- Organiseren van speciale studentenvoorlichtingsdagen, op locatie.
- Ondersteunen van ontwikkelingen op campus in Sittard-Geleen en Maastricht.
- Doorvertaling van projecten zoals het Onderwijs & Ondernemerschap Project (O&O).

- Participatie werkveldcommissie Hogeschool Zuyd.
- Samenwerking project Emmacollege te Hoensbroek met betrekking tot etnisch ondernemerschap.
- Participatie aan project Sittard-Geleen Vibe Jeugdige Verbeelding in beeld (mobiliseren van de jeugdige creativiteit)

7.3 Sociale Innovatie

Sociale innovatie is een begrip dat de laatste jaren actueler wordt. Sociale innovatie is een vernieuwing van de manier waarop het werk binnen een bedrijf georganiseerd is en wel op een dusdanige manier dat het de arbeidsproductiviteit en de kwaliteit van het werk ten goede komt. Bij startende ondernemers valt veel winst te behalen in het "slimmer werken". Sociale innovatie draagt bij aan het groei- en innovatievermogen van bedrijven. Het kabinet zet in op het vergroten van de bewustwording hierover, met name in het MKB. Via Syntens en KvK's Ondernemerspleinen zullen, aldus de minister, bedrijven bewust gemaakt worden van het belang van sociale innovatie. Voorts ook de relatie vanuit de kennisinfrastructuur bij hogescholen en universiteiten.

Activiteiten:

- Verkennen van de mogelijkheid van samenwerking met Instituut Alcander in Heerlen, gemeente en onderwijs.
- Verkennen van samenwerking en initiëring van het Limburgs Centrum voor Sociale Innovatie.

7.4 Starten vanuit een uitkering

De groep ondernemers die zich vanuit een uitkeringssituatie oriënteert op het zelfstandig ondernemerschap maakt een aanzienlijk deel uit van het klantenbestand van het StartersCentrum. Gekeken naar de inkomenspositie van het klantenbestand in 2011, bleek dat 34% in een uitkeringssituatie zit. Deze doelgroep is onder te verdelen in:

- Werkeloosheidsuitkering
- Arbeidsongeschiktheid
- Bijstand

De verwachting is dat ook in 2012 een aanzienlijk deel van de klanten zich in een (dreigende) uitkeringsituatie bevindt. Derhalve is dit een belangrijke doelgroep voor het StartersCentrum. Afgaande op de ervaringen, de kennis en het netwerk die de afgelopen jaren zijn opgedaan met het informeren en adviseren van deze specifieke doelgroep middels persoonlijke adviesgesprekken, seminars en begeleidingstrajecten en hieraan gekoppeld de hoge klantenwaardering, is de conclusie gerechtvaardigd dat de inzet ten aanzien van starten vanuit een uitkering wordt gecontinueerd en op onderdelen wordt geaccelereerd.

Als gevolg van reorganisaties bij het UWV in combinatie met een grote toestroom aan nieuwe uitkeringsgerechtigden is geconstateerd dat steeds intensiever een beroep wordt gedaan op de dienstverlening van het StartersCentrum. Met name de persoonlijke begeleiding, deskundigheid en zichtbaarheid wordt door de klanten gewaardeerd, aspecten die thans door de cliënten veelal gemist worden bij met name het UWV.

In april 2011 zijn de resultaten gepubliceerd van een onderzoek naar de effecten van het Bbz 2004 voor starters. Het onderzoek, uitgevoerd door Ecorys in opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, richtte zich op de vraag in hoeverre de Bbz-regeling (Besluit bijstandverlening zelfstandigen) voor starters bijdraagt aan uitstroom en duurzame uitstroom uit de uitkering. Enkele conclusies uit het onderzoek:

- Het Bbz draagt bij aan duurzame uitstroom uit de uitkering.
- Het Bbz draagt bij aan het ondernemerschap via de bijstand voor levensonderhoud en/of de verschaffing van een lening voor bedrijfskapitaal die banken niet willen verstrekken. Zonder het Bbz zou de Bbz-starter geen onderneming zijn begonnen.

- De overlevingskans van Bbz-starters blijkt in de eerste vier jaar vergelijkbaar met reguliere gestarte ondernemingen en na vier jaar zelfs gunstiger.
- De Kamer van Koophandel is naast UWV en gemeente een belangrijke bron van informatie voor het starten van een onderneming.
- Een goede selectie en intake zijn van belang bij de toelating tot het Bbz. Bij toelating tot het Bbz waarbij de slaagkans als laag wordt ingeschat, komt de negatieve verwachting meestal ook uit. Met andere woorden, positieve resultaten worden behaald middels een progressieve selectie, eerst aan de poort, en vervolgens tijdens de voorbereiding, bij de aanvraag en na de start.

Dat een goede begeleiding bijdraagt aan het succes van het Bbz, heeft het StartersCentrum ook geconstateerd tijdens het pilotproject pre-start Maastricht dat in de periode 2008-2010 werd uitgevoerd in opdracht van de gemeente Maastricht. De instrumenten die door het StartersCentrum in het kader van dit project werden ingezet zijn: kwalificerende intake, workshops/seminars en persoonlijke begeleiding. De in het project opgedane kennis en ervaring wordt in 2012 ingezet in een propositie richting gemeenten om uitkeringsgerechtigden vanuit de bijstand te begeleiden naar en voor te bereiden op het zelfstandig ondernemerschap.

Activiteiten:

- Max. 6 seminars *Starten vanuit een uitkering* waarbij gekozen wordt voor een vernieuwde opzet. In samenwerking met gemeente, UWV en IMK wordt naast een plenair onderdeel gekozen voor 3 deelsessies gericht op de uitkeringsituaties werkloosheid, bijstand en arbeidsongeschiktheid.
- Propositie richting enkele gemeenten waarin het StartersCentrum voorstelt om haar kennis en ervaring in te zetten bij het voorbereiden op en begeleiden naar het zelfstandig ondernemerschap van bijstandsgerechtigden. De instrumenten die ingezet kunnen worden zijn kwalificerende intakegesprekken, seminars en persoonlijke begeleiding.

7.5 Bedrijfsovername

De komende 10 jaar worden 15.000 bedrijven per jaar ter overname aangeboden.

De meeste bedrijven komen te koop in de sectoren detailhandel en de zakelijke dienstverlening. De belangrijkste drijfveren achter deze aanbiedingsgolf zijn de vergrijzing, de groei van zelfstandig ondernemerschap en serieel ondernemerschap. Uit het EIM onderzoek blijkt dat van de bedrijven die recent van eigenaar wisselden, maar liefst 90% over deze overdracht tevreden is. Wat betreft de bedrijfsvoering en het succes hiervan leidt dit tot een extra impuls. Een kwart van de meer dan 50.000 bedrijven die in de afgelopen 5 jaar zijn overgedragen, liet een duidelijke omzet - en winststijging zien. Voorts blijkt ook dat starters die een bedrijf hebben overgenomen succesvoller zijn.

Activiteiten:

- 75 adviesgesprekken ten aanzien van overnameproblematiek (waarderingstechnieken, fiscale aspecten, juridische voorlichting, doorverwijzing).
- Verkenning van een mini-symposium in Parkstad Limburg.
- 50 adviesgesprekken gericht op overname van een bestaand bedrijf.
- Relatie met alumnibestanden van onderwijsinstellingen.

HOOFDSTUK 8 Projecten en coleur locale

Binnen het domein van het startersbeleid hebben een aantal gemeenten ambities. Hierbij kan aanvullend op basis van integrale kostprijs subsidiering van extra inspanningen aan de orde zijn, dit additioneel aan de basisfinanciering zoals deze in de nabije toekomst onder de Rijksbegroting wordt gebracht en met in achtneming van het producten en dienstenpakket zoals dit medio 2012 vooruitlopende op het fenomeen ondernemerspleinen, geïntroduceerd wordt.

Onderstaand is een resumé aangegeven van projecten die in het recente verleden door het StartersCentrum zijn opgepakt dan wel nog lopende zijn.

Zij vormen toegevoegde waarde aan de basale dienstverlening. De projecten op basis van publiek - private of publieke samenwerking zijn gericht op een specifieke doelgroep, gemeente of stadswijk.

Het StartersCentrum Limburg is de afgelopen jaren een betrouwbare partner geweest in het uitvoeren van projecten op het gebied van startersstimulering. In nauwe samenwerking met gemeenten, provincie en andere partners zijn onder andere de volgende projecten ter hand genomen:

Ondernemer in de Buurt Maastricht



Looptijd	2001 t/m 2005
Opdrachtgever	Gemeente Maastricht
Financiers	Gemeente Maastricht en EU (EFRO)
Projectbudget	€ 935.922
Doelstelling	Advies en begeleiding aan pre-starters, starters en gevestigde ondernemers
Doelgroep	(Pre-)starters en gevestigde ondernemers in Doelstelling 2 gebied in Maastricht
Resultaten	1616 klantcontacten, 212 gecreëerde arbeidsplaatsen, 184 gestarte ondernemingen

Buurteconomie Heerlen



Looptijd	2003 t/m 2008
Opdrachtgever	Gemeente Heerlen
Financiers	Gemeente Heerlen en EU (Urban & EFRO)
Projectbudget	€ 1.346.584
Doelstelling	Stimuleren kleinschalige bedrijvigheid in aandachtsbuurten (wijkeconomie)
Doelgroep	Starters en gevestigde ondernemers in Heerlen
Resultaten	920 klantcontacten, 228 gecreëerde arbeidsplaatsen, 210 gestarte ondernemingen

Stimulering Starters Sittard-Geleen



Looptijd	2007 t/m 2010
Opdrachtgever	Gemeente Sittard-Geleen
Financiers	Gemeente Sittard-Geleen, EU (EFRO) & Kamer van Koophandel Limburg
Projectbudget	€ 357.000
Doelstelling	Impuls aan nieuw & duurzaam ondernemerschap
Doelgroep	Starters en gevestigde ondernemers in Sittard-Geleen
Resultaten	480 klantcontacten, 71 begeleidingstrajecten, 134 gestarte ondernemingen

Stimulering Startende ondernemers Kerkrade



Looptijd	2007 t/m 2010
Opdrachtgever	Gemeente Kerkrade
Financiers	Gemeente Kerkrade
Projectbudget	€ 100.000
Doelstelling	Vergroten van het aantal startende ondernemers plus begeleiding & nazorg
Doelgroep	Starters in Kerkrade
Resultaten	165 klantcontacten (2010), 102 gestarte ondernemingen (totaal)

Creatief ondernemerschap: een impuls voor innovatie



Looptijd	2008 t/m 2012 (lopende)
Opdrachtgever	Provincies Brabant en Limburg
Financiers	Provincies Brabant en Limburg, EU (Operationeel Programma Zuid) & Kamers van Koophandel Brabant en Limburg
Projectbudget	€ 2.152.800
Doelstelling	Stimuleren en faciliteren van startende ondernemers in de creatieve industrie & leggen van verbindingen tussen creatieve industrie en reguliere sectoren
Doelgroep	Startende ondernemers in de creatieve industrie in Brabant en Limburg
Resultaten (medio 2011)	1487 adviesgesprekken, 782+ gestarte ondernemers, 4 creapoints, 139 regionale bijeenkomsten, 12 economische transacties

Prestart Maastricht



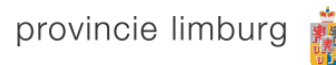
Looptijd	2007 t/m 2010
Opdrachtgever	Gemeente Maastricht
Financiers	Gemeente Maastricht
Projectbudget	€ 50.000
Doelstelling	Uitvoeren van reïntegratie- en begeleidingsactiviteiten voor pre-starters & bevorderen uitstroom uit uitkering middels BBZ-traject
Doelgroep	Uitkeringsgerechtigden (WWB & IOAW) met ondernemersplannen binnen de gemeente Maastricht
Resultaten	48 kandidaten, 29 trajectplannen (32 kandidaten), 10 BBZ-aanvragen, 5 toegekend

Ondernemerskoempel MSP Heerlen



Looptijd	2010 – 2011 (1 jaar)
Opdrachtgever	Gemeente Heerlen
Financiers	Gemeente Heerlen en SUN project (Sustainable Urban Neighbourhoods, Euregio)
Projectbudget	€ 28.803
Doelstelling	Versterken wijk economie en verankeren ondernemerschap in de (kracht)wijken Meezenbroek, Schaesbergerveld en Palemig (MSP) in de gemeente Heerlen
Doelgroep	Startende en gevestigde ondernemers in MSP
Resultaten	23 klantcontacten, 43 adviesgesprekken, 7 begeleidingstrajecten, 1 coachingstraject

Pilotproject Startersvouchers



Looptijd	2007 – 2009
Opdrachtgever	Provincie Limburg
Financiers	Provincie Limburg
Projectbudget	€ 50.000
Doelstelling	Voorzien in de behoefte van startende ondernemers in Limburg naar begeleiding ná de start middels het aanbieden van 50 vouchers à € 1.000 voor coaching door ervaren ondernemers om zo de kans op een succesvolle start te vergroten en het uitvalpercentage te beperken.
Doelgroep	Gevestigde ondernemers die niet langer dan 3 jaar actief zijn in de industrie en stuwende dienstverlening
Resultaten	25 coachingstrajecten

Overige projecten: Ondernemersschool bedrijfsovername (2007-2008), Microkredietfonds Zuid-Limburg (2008-2009), Extensio / Euregionale StartersAward (2009-2012)

Conclusies uit projectervaringen:

- Intensieve contacten en begeleiding van (pre-)starters loont: projectaanpak leidt tot meer en beter toegeruste starters;
- Door de onbeperkte beschikbaarheid van `koude´ internetinformatie treedt voor de startende ondernemer het ´door de bomen het bos niet meer zien´effect op: de bedrijfsadviseurs van het Starterscentrum zorgen met hun gidsfunctie voor een warme persoonlijke aanpak met resultaat;
- Lokale aanwezigheid verlaagt de drempel en stimuleert in het daadwerkelijk oppakken van ondernemersplannen;
- Kennisoverdracht, vaardigheidstrainingen en netwerkbijeenkomsten vergroten de slagkracht en slaagkans van startende ondernemers: bovendien krijgen starters zo een netwerk `cadeau´.

Project Ondernemend Maastricht:

Dit project is aangezet per 1 januari 2011 en wordt in samenwerking met de gemeente Maastricht gecontinueerd in 2012. Focus ligt hierbij op het bevorderen van de wijk economie, de zzp'er en microfinanciering.

Project zzp'er Heerlen:

Dit project wordt verkend en is specifiek gericht op de zzp'er, waarbij onder andere aandacht wordt besteed en accenten worden gelegd op huisvesting, wonen en werken in de wijk, netwerken, trainingen en workshops.

Project Incubator cMill Heerlen:

Incubator-e voorziet in een startup van nieuwe energie en duurzame innovatie. In 2012 wordt door de Stichting Power Team in oprichting een projectplan opgesteld, waarbij het StartersCentrum mogelijk een rol kan vervullen met betrekking tot het faciliteren, coachen en het bieden van voorlichting.

HOOFDSTUK 9 Financiën

Het activiteitenplan wordt voorzien van een begroting.

BIJLAGE 1: Factsheet zzp'ers

	EIM	CBS
Definitie	Persoon die zelfstandig ondernemende activiteiten uitvoert, zonder personeel en zonder een medeondernemer, en als voornaamste product zijn/haar eigen arbeid aanbiedt.	Ondernemers die geen personeel in dienst hebben. Het kan ook slaan op een freelancer. De zzp'er is zelfstandig in die zin dat hij/zij geen arbeidsovereenkomst heeft, maar wel diensten en/of goederen levert aan klanten of opdrachtgevers. Er is geen sprake van een gezagsverhouding, waardoor hij/zij geen werknemer is en niet onder de wettelijke bepalingen voor werknemer valt.
Aantal	2008: 326.000 2009: 353.000	2008: 640.000 2011: 732.000
Geslacht	Man: 67% Vrouw: 33%	Man: 65% Vrouw: 35%
Leeftijd	Gemiddelde leeftijd = 47 jaar 15-24: 2% 25-34: 12% 35-44: 31% 45-54: 36% 55-64: 20%	Gemiddelde leeftijd = 45 jaar 15-25: 4% 25-35: 16% 35-45: 28% 45-55: 30% 55-64: 22%
Opleidingsniveau	Hoger opgeleid: 54% Middelbaar opgeleid: 36% Lager opgeleid: 11%	Hoger opgeleid: 40% Middelbaar opgeleid: 38% Lager opgeleid: 21%
Sector	De zzp'er is actief in de branches: <ul style="list-style-type: none"> - overige diensten (28%) - bouw (12%) - interimmanagement & organisatieadvies (9%) 	De zzp'er is het meest actief in de sectoren zakelijke dienstverlening, cultuur, en overige dienstverlening, bouw, landbouw en visserij, handel, en de gezondheids- en welzijnszorg

LITERATUURLIJST

Beantwoording Kamervragen over Ondernemerspleinen

Minister van EL&I, 5 december 2011

Beleidsbrief Ondernemerspleinen

Minister van EL&I, 13 oktober 2011

Brief Onderwijs en Ondernemerschap

Ministers EL&I en OCW, 6 oktober 2011

Inkomen van flexwerkers en zelfstandigen zonder personeel, Het

CBS, Sociaaleconomische trends, 1^e kwartaal 2011

Kerngegevens MKB 2011

EIM, 2011

Kwestie van ondernemen: Zzp-ers in de crisis, Een

EIM, februari 2010

Kwartaalbericht Starters

ING Economisch Bureau, november 2011

Naar de top: Het bedrijvenbeleid in actie(s)

Ministerie van EL&I, september 2011

Nederlandse ondernemingsklimaat in cijfers 2011, Het

CBS, 2011

Ondernemen voor de toekomst: Innovatie en pensioenen van zzp'ers

EIM, mei 2011

Smering voor de nering: Zzp'ers als smeermiddel voor innovaties in het MKB

EIM, januari 2011

Startende ondernemers: Ontwikkelingen, betekenis en beleid

EIM, januari 2011

Sterke groei zelfstandigen zonder personeel

CBS, Sociaaleconomische trends, 3^e kwartaal 2009

Zelfbewust een Zelfstandige positie: Economische zelfstandigheid van zzp'ers

EIM, november 2011

Zzp'ers in beeld: Een integrale visie op zelfstandigen zonder personeel

SER, oktober 2010

Zzp'ers in Nederland: de baanzekerheid voorbij?

CBS, Sociaaleconomische trends, 4^e kwartaal 2010