



ONDERZOEK NAAR MKB & DIGITALISERING IN DE GEMEENTE UTRECHT

2024

Sterre Hijlkema



ONDERZOEK NAAR MKB & DIGITALISERING IN DE GEMEENTE UTRECHT

In 2023 heeft Sterre & Stad een onderzoek uitgevoerd naar de digitalisering van mkb in Utrecht. Dit onderzoek is in samenwerking met de gemeente Utrecht tot stand gekomen. De resultaten delen we vanuit U-TECH community graag met je.

Op basis van 20 gesprekken met Utrechtse ondernemers bracht Sterre Hijlkema in kaart met welke vormen van digitalisering zij aan de slag willen, welke drempels ze daarbij ervaren en waarbij ze hulp kunnen gebruiken. Wat blijkt? Ondernemers zien over het algemeen mogelijkheden voor digitalisering voor hun onderneming. Er is echter geen spoed of hoge noodzaak voelbaar bij de meeste ondernemers. Verder zijn gebrek aan financiering en kennis belemmeringen voor ondernemers om met digitalisering aan de slag te gaan.

In het stuk is nog veel meer te lezen, zoals ook enkele aanbevelingen voor de gemeente Utrecht. Heb je na het lezen vragen, opmerkingen of ideeën? Of wil jij samen met ons een onderzoek doen of publiceren? Dan horen we het graag!



Vanaf 2020 heeft gemeente Utrecht geïnvesteerd om de krapte op de Informatie- en Communicatietechnologie (ICT) arbeidsmarkt te verkleinen. Het beleid van de gemeente is gericht op om- en bijscholingsprogramma's voor de beroepsbevolking, in samenwerking met bedrijfsleven en onderwijs. Hiertoe is U-TECH community opgericht en zijn diverse arbeidsmarkt-initiatieven van start gegaan. De reden hiervoor is dat er enerzijds meer mensen kiezen voor een duurzaam beroep in de ICT, anderzijds omdat veel beroepen ICT-componenten bevatten. Digitalisering is zowel voor de werkgelegenheid als voor de economie een belangrijke en onomkeerbare ontwikkeling. Het is een belangrijk aspect in de toekomstbestendigheid, zowel van de ondernemers als van hun werknemers.

De covidcrisis heeft ons geleerd dat een groep ondernemers, die niet de eerste stappen richting digitale transformatie heeft gezet, het zwaar heeft gehad. Iets wat zelfs tot faillissementen heeft geleid. Hierdoor werd ook andere werkbetrekking bemoeilijkt.

Omdat niet iedereen over de juiste kennis, kunde en middelen beschikt om digitale technologie goed in te zetten, wil de gemeente Utrecht ondernemers en hun werknemers ondersteunen bij het benutten van de mogelijkheden van digitale technologie.

Op basis van landelijk onderzoek¹ zien we dat gemiddeld 40% van de micro (2-9 werkzame personen) en kleine bedrijven (10-49 werkzame personen) niet of nauwelijks is gedigitaliseerd. Rekenen we dit door naar regio Utrecht, dan gaat het om ca. 13.500 bedrijven.

**In Utrecht zijn ca.
13.500
micro en kleine bedrijven
NIET of NAUWELIJKS
GEDIGITALISEERD**



20
INITIATIEVEN

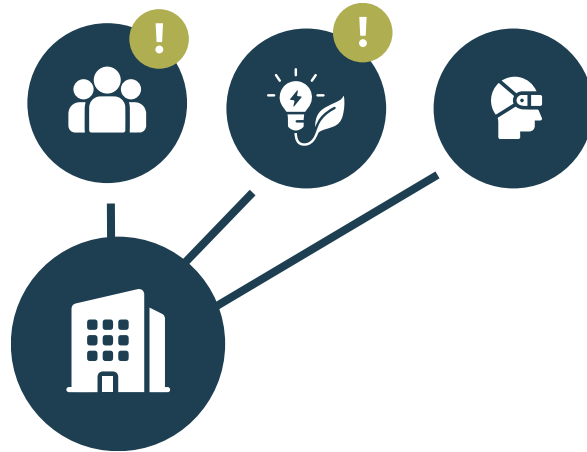


dialogic
innovatie • interactie



Begin 2023 is in nauwe samenwerking met partners in regio Utrecht een regioscan Digitalisering uitgevoerd, opgezet door het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, Dialogic en Platform Talent voor Technologie. De scan heeft op een gestructureerde manier het regionale beleid gericht op midden- en kleinbedrijf (MKB) en digitalisering in kaart gebracht, alsmede de initiatieven die hierop gericht zijn. Alleen al in regio Utrecht lopen er twintig initiatieven, naast de landelijke initiatieven. Opvallend is dat geen enkel initiatief gericht is op het ophalen van informatie over de concrete hulpvraag en/of probleemstelling van ondernemers.





Deze informatie is onvoldoende bekend, waardoor de initiatieven hun doel niet lijken te behalen. Dit komt waarschijnlijk doordat veel ondernemers zich lijken te richten op de korte termijn urgente problemen: vinden van gekwalificeerd personeel, betalen van hoge energiekosten en minder op kansen in de nabije toekomst. Of omdat digitalisering de ondernemer zelf niet interesseert. Of omdat hij daar de diensten of de werknemers niet bij kan vinden. Deze veronderstellingen wil de gemeente Utrecht toetsen.

Daarbij is een andere aanname dat MKB-ontwikkeling zorgt voor werkgelegenheid, echter wat de MKB'er hierbij helpt en of digitaal daar überhaupt een onderdeel van is, weten we pas als we de resultaten krijgen. Daarnaast is vanuit landelijke studies bekend wat de barrières voor digitalisering in het MKB zijn, en wat de oplossingen hiervoor zijn. Regionale of lokale informatie ontbreekt echter.

WERKWIJZE

Voor het beschikken van de juiste kennis, kunde en middelen om digitale technologie goed in te zetten, wil de gemeente ondernemers en hun werknemers ondersteunen bij het benutten van de mogelijkheden van digitale technologie. Voor het ophalen van informatie over de concrete hulpvraag en/of probleemstelling van ondernemers is een kwalitatief onderzoek opgezet met een netwerk van ondernemers die de interviewer vertrouwen. Ondernemers geven in de gesprekken inzicht over hun bedrijfsvoering, wat de wensen en barrières voor digitalisering zijn en mogelijke oplossingen worden besproken. Het onderzoek bestaat uit twintig gesprekken met ondernemers in de stad Utrecht. Een zo breed mogelijke doelgroep is benaderd voor de gesprekken.

ONDERWERPEN DIE AAN BOD KOMEN ZIJN:

- 1 Zijn ondernemers zich bewust van de kansen die digitale technologie hen en hun werknemers biedt?
- 2 Zijn ondernemers bekend met de bestaande digitaliseringsinitiatieven en zo niet, wat is daar de reden voor?
- 3 Zijn de initiatieven toereikend of missen er initiatieven en zo ja, welke?
- 4 Wat zou ondernemers over de streep helpen om wel tijd en aandacht te investeren in het digitaliseren?

Voor het beantwoorden van de laatste vragen is gebruik gemaakt van de elementen van een ecosysteem voor ondernemerschap².

MET DIGITALISERING WORDEN DE VOLGENDE THEMA'S BESPROKEN:

- Social media (welke platforms en hoe gebruikt men ze)
- Website (responsive, SEO (search engine optimization), Google)
- Webshop (inclusief koppeling social media)
- Platformen (zoals Amazon, Marktplaats)
- Winkelvloer (Point Of Sale/POS, klantenteller, digitale reclame, mobiel werknemers, bedrijfsintranet)
- Klantcontact (emailmarketing, chatfunctie site, loyaliteitsprogramma, CRM (Customer Relationship Management))
- Levering / retour (mogelijkheden, retour uitleg op site)
- Kassasysteem (digitaal kassa systeem, Electronic Data Interchange)
- Boekhouden (digitale slimme boekhouding; bonnetje automatisch herkennen in scan)
- Inzicht / monitoren (branchmarktdata vergelijken, leveranciersperformance)
- Personeel (HR tools, online werving, digitaal personeel)
- Cyberweerbaarheid (WiFi beveiliging, wachtwoordmanager, 2FA, updates, antivirus, backups, personeel juiste bevoegdheden, beveiliging betaalsystemen)
- Privacy (AVG (Algemene Verordening Gegevensbescherming), verwerkingsregister, verwerkersovereenkomst partijen waar je mee werkt, cookiemelding en reden, personeel op de hoogte privacy beleid, opt-in voor nieuwsbrieven, iDIN of IRMA om te identificeren).

Om overzicht per ondernemer van hun digitale status te maken hebben alle ondernemers de vragenlijst op KVK over digitalisering³ doorlopen. Hierdoor zijn alle thema's rond digitalisering 'langsgelopen'.

De ondernemers komen uit verschillende buurten van Utrecht; Schildersbuurt, Galgenwaard, Rotsoord, Oudwijk, Transwijk, Wijk C, Rivierenwijk en Nieuwegracht-oost. Ondernemers zijn in dit verslag geanonimiseerd.



DE VRAGEN ZIJN VERTAALD NAAR VRAAGSTELLINGEN WAAR EEN ONDERNEMER MEER 'OP AANSLAAT' EN PASSEN BINNEN HUN BELEEFWERELD.

1

Met welk onderwerp rondom digitalisering wil je meer doen/zie jij de meerwaarde?

2

Wat voor hulp mist er? En als alles mocht en kon, wat zou je dan van de gemeente willen?

3

Welke hulp ken je ter ondersteuning voor digitalisering?

4

Wat maakt het lastig om mee te gaan in digitalisering?

UITKOMSTEN

Twintig gesprekken met ondernemers is te weinig voor een kwantificatie of generalisatie van de huidige staat in de gemeente Utrecht. Het onderzoek geeft daarom vooral een indicatief beeld van de situatie. Nadat de ondernemers de KVK scan hebben doorlopen en alle onderwerpen aan bod zijn gekomen, zijn de diepere vragen besproken. De vragen die centraal staan worden per onderwerp besproken.



ZIJN ONDERNEMERS ZICH BEWUST VAN DE KANSEN DIE DIGITALE TECHNOLOGIE HEN EN HUN WERKNEMERS BIEDT?

Het merendeel van de ondernemers ziet meerwaarde in digitalisering, maar sommige ook niet. Het meest genoemde waar men meerwaarde in ziet, is om de zichtbaarheid op social media te verbeteren. Andere gehoorde kansen zijn: andere vormen van marketing, betere cybersecurity, geautomatiseerde boekhouding, automatisch gekoppeld kassasysteem, betere online vindbaarheid en automatische mails over klanttevredenheid. De meeste ondernemers hebben wel duidelijk een idee wat ze willen verbeteren. Sommige zijn er stappen in aan het zetten, maar het is vooral een 'dat zou ik nog eens moeten oppakken'- taak.

Voor de ondernemers die bepaalde aspecten van digitalisering niet zien zitten, lijkt de belangrijkste reden dat ze het menselijke contact één op één niet kwijt willen. Eigenaar van een bakker zegt bijvoorbeeld: 'Online marketing moet ik meer oppakken. Ik wil meer op Instagram. Kassa's moeten ook nog gekoppeld aan de website, dan kunnen mensen vanuit de site bestellen. Ik wil niet met QR werken, dat is weer te onpersoonlijk.' Een kapper vindt het niet echt nodig om verder te digitaliseren: 'Op dit moment valt het wel mee wat ik wil digitaliseren. Ik vind dat digitaliseren meer een moetje.'

Ondernemers zien over het algemeen mogelijkheden voor digitalisering voor hun onderneming. Er is echter geen spoed of hoge noodzaak voelbaar bij de meeste ondernemers. De winkel of onderneming draait goed genoeg en er is geen dringende prikkel om te digitaliseren. Er zijn problemen die acuut aandacht vragen, zoals personeelstekort, de hoge energiekosten of huur kunnen betalen.

Een opvallende uitkomst is dat veel mensen erop vertrouwen dat een externe inhuur alles netjes regelt rondom privacy en veiligheid. Kappers en beautysalons werken samen met Treatwell; zij beheren geen gegevens zelf en vertrouwen hiermee dit platform voor de planning, kassasysteem, boekhouding en marketing.



Ook valt op dat de sommige ondernemers meer digitaal kunnen zijn dan bij de klant past.

Zo zegt de eigenaar van een trainingsplatform:

‘Wij doen 90% van onze business online, met juristen dichten we alles af. Alles is standaard zeer hoge kwaliteit van de cybersecurity. Wij gebruiken veel LinkedIn en werken B2B (business-to-business). Daarnaast hebben we een grote nieuwsbrief die we verzameld hebben. We gebruiken ook Google en zijn goed vindbaar. Alles linkt naar de website. We kijken goed naar onze data, van de nieuwsbrief en de site. We kijken niet echt naar branchmarkdata, dat is lastig te vinden. Wij zijn vooral bezig met optimaliseren. We gebruiken virtual reality (VR), augmented reality (AR) en Quick Response codes (QR codes) steeds minder omdat het niet per se aansluit bij de doelgroep. Ook al is de klant super gedigitaliseerd, echt vernieuwend is de klant wat minder. Maar hoe ingewikkelder we onze online digitalisering maken, hoe minder mensen het begrijpen. De kunst is dus om onze programma’s toegankelijk te houden.’



Het lijkt niet zo dat alle ondernemers per se willen en/of hoeven te digitaliseren om aan de vraag van klanten te voldoen of hierdoor beter weerbaar worden voor economische periodes.

ZIJN ONDERNEMERS BEKEND MET DE BESTAANDE DIGITALISERINGSINITIATIEVEN EN ZO NIET, WAT IS DAAR DE REDEN VOOR?

De meeste ondernemers zijn niet bekend met digitaliseringsinitiatieven. Ze zien zichzelf als een 'ondernemer die het zelf moet doen'. Waarom zouden zij hulp krijgen, vragen ondernemers zich af. De eigenaar van een wijnhandel zegt: 'Er zijn vast instanties waar je naar toe kan. Ik ben me niet bewust wat ze doen. KVK, weet ik wat ze doen. Ik ben iemand die proactief wel vragen kan oppakken die ik zelf heb. Ik wil het gewoon zelf uitzoeken en oppakken.'

“Er zijn vast instanties waar je naar toe kan. Ik ben me niet bewust wat ze doen. KVK, weet ik wat ze doen. Ik ben iemand die proactief wel vragen kan oppakken die ik zelf heb. Ik wil het gewoon zelf uitzoeken en oppakken.”

-Eigenaar van een wijnhandel

Eigenaar van een kapperszaak: 'Ik heb geen idee wat de gemeente doet qua hulp met betrekking tot subsidies. Ze geven alleen maar regels die ik moet volgen. Ze beperken je als ondernemer en helpen je niet.' Een kinderdagverblijf eigenaar sluit zich hierbij aan en zegt: 'Nee, geen idee. Ik denk bij de gemeente nooit aan dingen voor ondernemers. Ik heb bijvoorbeeld een keer subsidie gevraagd; maar als ondernemer moet je altijd alles zelf betalen. Het is niet de plaats waar ik dat ga zoeken. Ik zou niet denken dat de gemeente de plek is, om dat te zoeken.' Regelmatig geven ondernemers aan dat zij de gemeente eerder zien als partij die hun in de weg zit, in plaats van helpt.

“De gemeenten beperken je als ondernemer en helpen je niet”

-Eigenaar van een kapperszaak

“Ik denk bij de gemeente nooit aan dingen voor ondernemers. Ik heb bijvoorbeeld een keer subsidie gevraagd; maar als ondernemer moet je altijd alles zelf betalen. Het is niet de plaats waar ik dat ga zoeken. Ik zou niet denken dat de gemeente de plek is, om dat te zoeken.”

-Eigenaar van een kinderdagverblijf

Er zijn ook ondernemers die wel gebruik hebben gemaakt van subsidiemogelijkheden. Eigenaresse van een fysio zegt hierover: ‘Ik heb gebruik gemaakt van subsidie van 5000 euro voor een onderzoek om de website na te kijken. Dit was via *ondernemer centraal* bij het stadion’.

Het grootste struikelpunt is de onbekendheid van de gemeente of andere organisaties als helpende organisaties voor ondernemers. Versterkt door de cultuur en hiermee veronderstelling van ondernemers dat zij het zelf moeten (en lijken te willen) rooien. Er klinkt ook regelmatig een kritische noot tussendoor ten aanzien van het vertrouwen in de gemeente: trajecten zijn ondoorzichtig, subsidies ingewikkeld, regels voelen bemoeizuchtig en er worden vage afspraken genoemd met ondernemers met de gemeente als negatieve ervaring. De dubbelrol van gever/stimulerend én kaderend/sturend lijkt hierin een ingewikkelde balans op te leveren voor de ondernemers in de samenwerking met de gemeente.

KRITIEK TEN AANZIEN VAN HET VERTROUWEN IN DE GEMEENTE



Trajecten zijn ondoorzichtig



Subsidies ingewikkeld



Regels voelen bemoeizuchtig

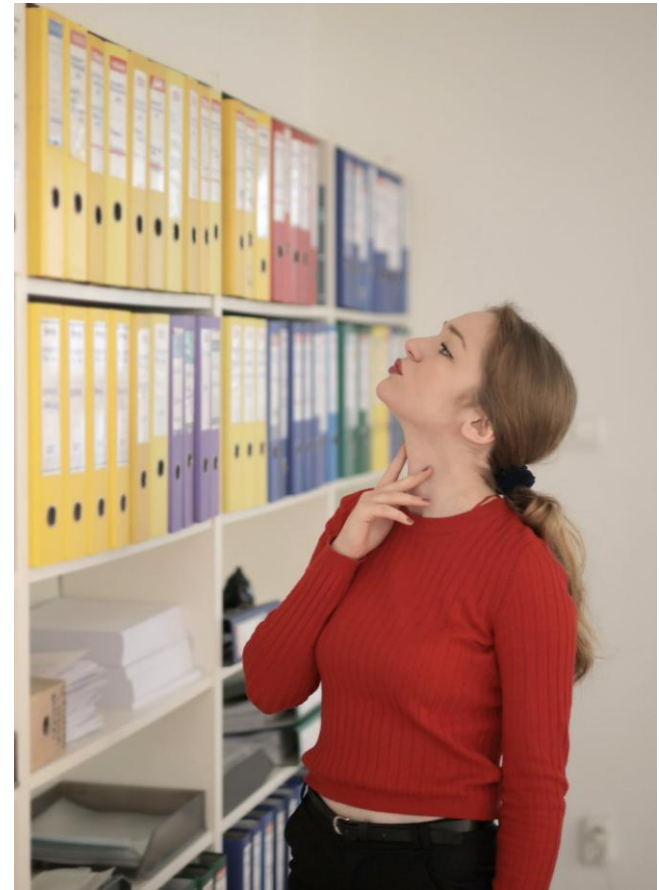


Vage afspraken met ondernemers

ZIJN DE INITIATIEVEN TOEREIKEND OF MISSEN ER INITIATIEVEN EN ZO JA, WELKE?

Op dit moment zijn de initiatieven niet transparant genoeg over wat zij te bieden hebben aan ondernemers. Voor de ondernemer is het niet duidelijk welke rol de initiatieven hebben, waarvoor ze waar terecht kunnen en waarom daar. Maar er mist nog een belangrijke tussenstap. Ondernemers vertalen niet hun ideeën over digitalisering in “hulpvragen” naar ondersteunende mogelijkheden of kennisorganisaties. Als er een wens is om bijvoorbeeld social media te digitaliseren, wordt deze wens niet vertaald naar een hulpvraag of zoektocht voor hulp.

Als er algemeen gesproken wordt over het aanbod van digitaliseringshulp, geven ondernemers aan niet te weten wat er aan mogelijkheden zijn. Een kapsalon eigenaresse zegt: ‘Ik heb geen idee wat er is, een info flyer over wat er is en ook bijvoorbeeld via de KVK en gemeente zou fijn zijn’. Een vaker gehoord verzoek is een startpagina voor ondernemers waar ze kunnen vinden wat er allemaal mogelijk is met betrekking tot digitalisering.





Ook klinkt er behoefte aan ontmoetingsmomenten met andere soortgelijke organisaties georganiseerd én gestimuleerd door de gemeente. Een trainingsplatform eigenaar zegt hierover: 'Ik zie EBU dan, super maar ontwikkel meer netwerk branches. Ontwikkel de 'Utrecht business club'. Zet mensen bij elkaar die logisch passen, dus dan B2B of B2C bij elkaar.' Dit zou een kans geven ondernemers elkaar te inspireren en stimuleren om meer samen te werken en lokaal elkaar te helpen met digitaliseringsvraagstukken.

Een projectleider bij een maatschappelijke instelling geeft aan dat zij veel andere maatschappelijke organisaties helpt met veiligheid en privacy. Deze rol kost haar veel tijd en ze zou het waarderen als de gemeente hierin een rol pakt. Juist dit soort organisaties zijn kwetsbaar, geeft ze aan. Zij hebben vaak het geld en kennis niet om zelf digitalisering op te pakken.

De eigenaar van een EHBO aanbieder heeft behoefte aan ondersteuning bij de stappen van start up naar scale up. Zij zegt hierover: 'Ik zou een check willen hebben op mijn AVG / privacy. Het is lastige stof, we zijn maar een klein bedrijf, dan moeten we jurist inhuren om zaken als cookies, verwerkingsovereenkomst met partijen, AVG, privacy, etc. op te pakken. Ik wil het goed regelen, maar het is fijn om de controle te hebben. Hulp bij integratie met andere platforms zou ook welkom zijn, nu wij groeien moet ik steeds veel werk stoppen in dubbele dingen. Handmatig NAW gegevens overzetten in CRM, dat is veel werk. Soms gaan gegevens twee, drie keer door mijn handen. Alle klantgegevens in één app, hulp met advies welke programma's geschikt zijn voor ons, hulp met implementatie en co-financiering.

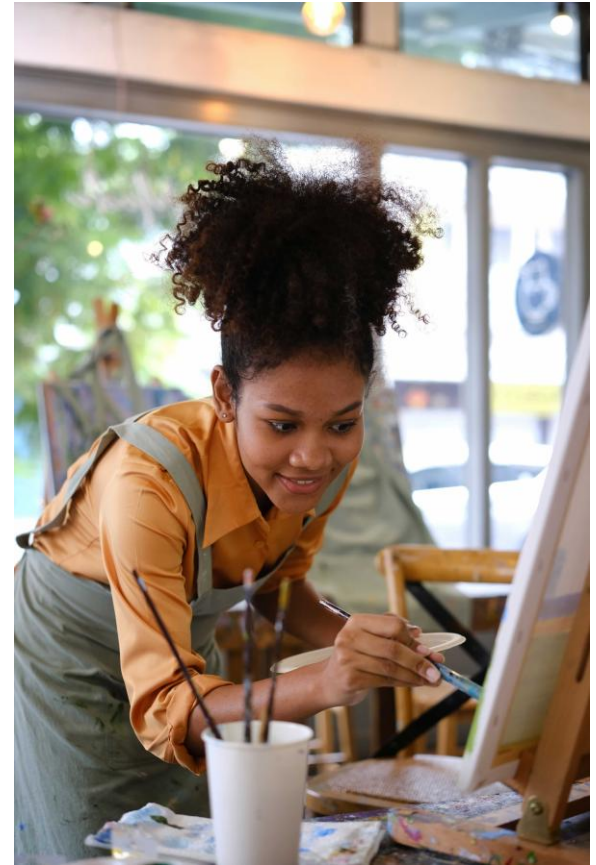
In mijn groeifase moet ik eigenlijk dit gaan oppakken, straks is het een kluwen van programma's die niet lekker samen werken. Van startup naar scale up wil ik echt goede hulp.' De ondernemer heeft op meerdere fronten een hulpbehoefte om verder te digitaliseren.

'Ik zou een check willen hebben op mijn AVG / privacy.'

-Eigenaar van een EHBO aanbieder

WAT ZOU ONDERNEMERS OVER DE STREEP HELPEN OM WEL TIJD EN AANDACHT TE INVESTEREN IN DIGITALISEREN?

Zoals beschreven in de werkwijze is middels de tien beperkende factoren – uit “De Kwaliteit van Ecosystemen voor Ondernemerschap in Nederlandse Regio’s” uit 2018 - afgeleid welke zaken ondernemers tegenhoudt om verder te digitaliseren. Er is een vrije vertaling gemaakt van deze systeem elementen naar de wereld van MKB en digitalisering. Zo is ‘Talent’ in het onderzoek uit 2018 omschreven als ‘Het aandeel mensen met veel menselijk kapitaal door opleiding’. In dit onderzoek is dit enigszins vrijelijk vertaald naar ‘kennis over digitalisering wat een ondernemer in huis heeft’.

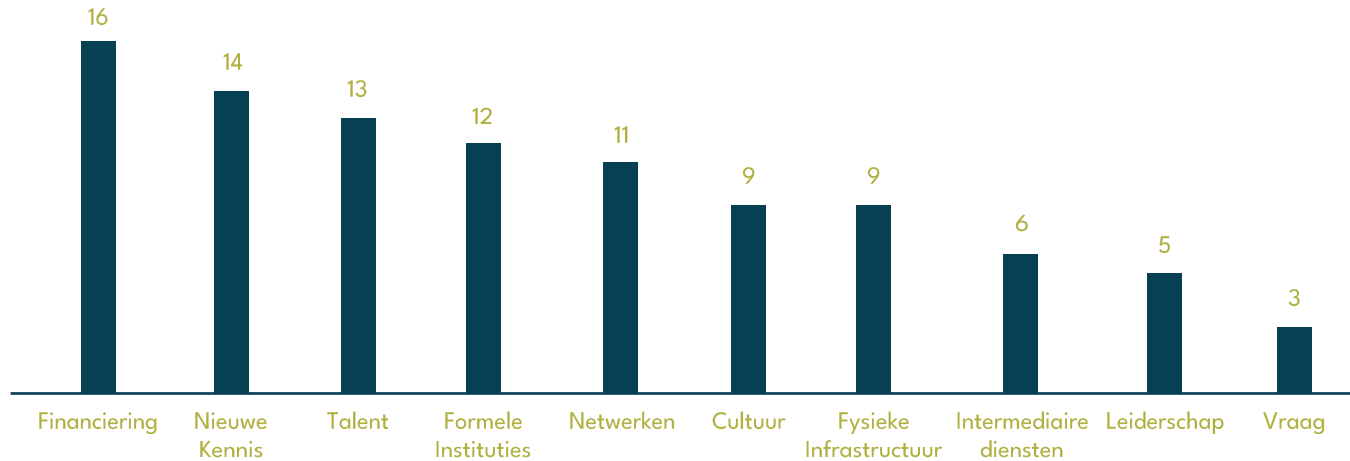


Per ondernemer is gescoord wat hun tegenhoudt te digitaliseren en deze gegevens zijn schematisch weergegeven in de onderstaande grafiek 'Beperkingen ondernemers voor digitalisering'.

Ondernemers hebben over het algemeen duidelijke ideeën over wat nog zou moeten gebeuren maar gebrek aan financiering en kennis zijn belemmeringen

BEPERKINGEN ONDERNEMERS VOOR DIGITALISERING

Kwaliteiten van ecosystemen voor ondernemers



Een horeca ondernemer geeft aan te weinig tijd en geld te hebben om met digitalisering bezig te zijn. Een andere horeca ondernemer zegt: 'Ik denk dat het meer je eigen investering is.' Het is de cultuur om het zelf uit te zoeken als ondernemer. De gemeente kan hierin een beweging naar de ondernemer gaan maken en een cultuurverandering in beweging te zetten naar 'de helpende gemeente'. De grootste wens van ondernemers is financiering voor het inkopen van kennis. Zij willen zelf bepalen wat ze digitaliseren en op welke manier. En zeker ook wat niet gedigitaliseerd hoeft te worden, zoals klantcontact.

Als de mogelijkheden van (hulp bij) digitalisering voor een bedrijf niet bekend zijn, maakt dit het lastig om ondernemers te motiveren toch tijd en aandacht te laten investeren in digitalisatie van hun organisatie. Een helder platform waar welke voorzieningen zijn én welke voorwaarden hierbij horen, zou wenselijk zijn. Maar hier moet dan ook de meerwaarde van digitalisering duidelijk zijn. Tevens is het van belang dat ondernemers weten welke wetgeving en risico's rondom digitalisering bestaan, bijvoorbeeld met cyber security en privacy.

Tot slot geven ondernemers aan dat zij e-herkenning als gedoe ervaren en veel eisen rond subsidies vinden ze ingewikkeld. Het versimpelen van aanvraag-trajecten voor hulp kan ondersteunend zijn richting meer digitalisering.



AANBEVELINGEN

Om ondernemers en hun werknemers te ondersteunen bij het benutten van de mogelijkheden van digitale technologie wil de gemeente dat de juiste kennis, kunde en middelen ingezet worden. Een aantal aanbevelingen worden gedaan naar aanleiding van de gesprekken met ondernemers ten bate van dit doel.

BEKIJK DE 6 AANBEVELINGEN

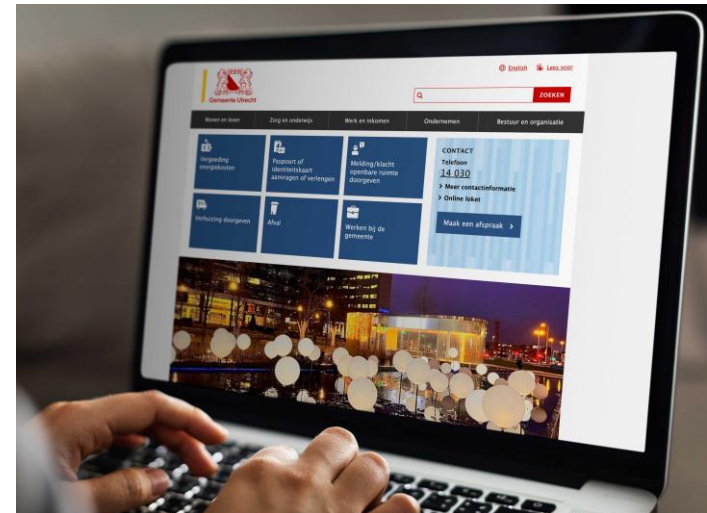


1

MAAK JE AANBOD ZICHTBAAR VIA DE WEBSITE VAN DE GEMEENTE OF ÉÉN PLATFORM

De ondernemers vinden over het algemeen het huidige aanbod rondom digitalisering niet of niet voldoende. Op een enkeling na. De vraag is, is dit nodig? Ondernemers lijken redelijk zelfstandig de stappen die ze willen zetten op te pakken. Er zijn beperkende factoren, zoals financiering en kennis. Hierop kan ingezet worden met subsidie of het aanbieden van hulp en kennis⁴. Het actief brengen van het hulp-aanbod kan ondernemers stimuleren te digitaliseren. Zij hebben nu vaak geen idee dat er hulp is of waar wat te halen valt. Een ondernemer gaat niet zomaar zoeken wat er eigenlijk allemaal is. Het advies is één goede webpagina op de gemeentelijke website of één platform aan te bieden.

Deze pagina dient het volledige aanbod te hebben voor digitalisering vanuit de gemeente en het liefste ook van andere organisaties. Dit is op het moment van schrijven niet bestaand. Omschrijf het aanbod dat het voor ondernemers in een paar zinnen duidelijk is wat de meerwaarde van een kennisbron, ondersteuningsmogelijkheid of subsidie is én waarom dit voor hen interessant kan zijn.



2

LEG UIT WAAROM JE ALS GEMEENTE DE ONDERNEMER WIL HELPEN

Leg uit waarom de gemeente überhaupt ondernemers wil helpen. Dit is niet bekend bij de ondernemers die gesproken zijn. Zij zien de gemeente niet direct als een helpende partij. Door een cultuurverandering teweeg te brengen vanuit de gemeente, maak je de samenwerking warmer en toegankelijker. Ondernemers willen graag snappen 'waarom zij het niet zelf moeten doen'. Deel dus "what's in it for us (de gemeente)". En doe dit niet in beleidstaal. Dus niet: 'we willen een gezonde lokale economie bevorderen en hiermee het vestigingsklimaat en de sociaal-maatschappelijke positie versterken van de stad'. Maar maak hiervan: 'we willen dat ondernemers goed gevonden worden door hun klanten zodat zij een goede omzet draaien en bezoekers ook nabijgelegen winkels bezoeken.

Dit helpt de bestaande winkels aan klanten en kan een winkelgebied aantrekkelijker maken voor nieuwe winkels om zo leegstand te voorkomen. Winkels en horeca hebben een belangrijke rol in de buurt en dat willen wij graag ondersteunen'. Spreek zonder Engelse termen en houd je tekst doelgroep gericht. Schrijf je het voor winkels, b2b ondernemers of maatschappelijke instellingen? Elke doelgroep heeft een andere beleefwereld en andere interesses, kennis, drempels tot digitalisering en financiële mogelijkheden.

3

ACTIEF UITREIKEN NAAR ONDERNEMERS ÉN MEEDENKEN WAT ZE KUNNEN DOEN MET DE HULP

De vertaling maken van het aanbod naar de beleefwereld van ondernemer is een drempel. Al zien zij misschien een subsidie of hulpmogelijkheid voorbij komen in een mailing, dit triggert niet direct iets. Zorg ervoor dat je actief ondernemers benaderd via vertrouwensrelaties die zij al hebben met bijvoorbeeld de buurtbeheerder, wijk opzichter, boa (voor veiligheidssubsidies), wijkregisseur, buurtconciërge, winkeliersverenigingen, winkelstraatmanager, kantorenpark beheerder of ondernemer centraal. Deze mensen kunnen uitleggen wat er precies handig is aan het aanbod en waarom het een kans zou zijn voor de betreffende ondernemer.

Het handigste is om een stroomdiagram te maken vanuit de gemeente wie je waarvoor kan benaderen. Het is een optie om een 'harde eis' te maken bij het uitzetten van subsidie en de al warme relaties van ondernemers in te zetten voor het bekend maken van en meedenken met het inzetten van gemeentelijke hulpbronnen. Let op, deze relaties staan onder druk. Een ondernemersvereniging wordt vanuit verschillende loketten benaderd met 'kan je dit even doorgeven aan ondernemers'-verzoeken.

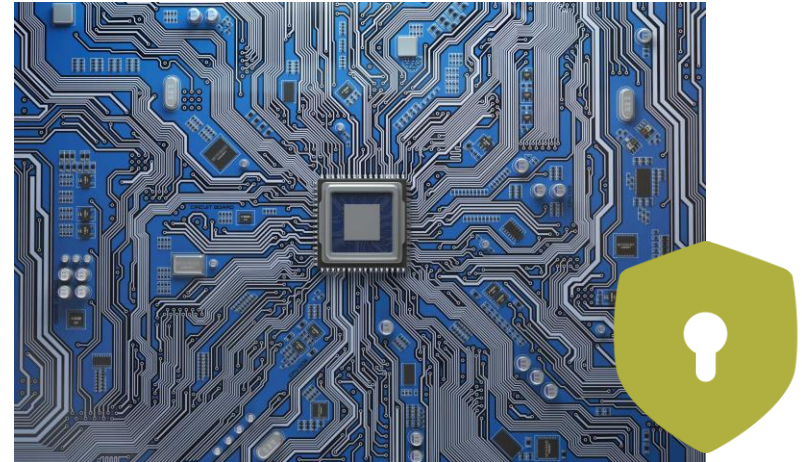
4

MAAK EEN BRUG TUSSEN DE ONDERNEMERSWERELD ÉN DE TECHNISCHE MOGELIJKHEDEN

Het hangt af van de beleidskeuzes van de gemeente waar je en hoe je verder gaat met het stimuleren van de digitalisering van ondernemers. Als bijvoorbeeld het doel is om privacy en veiligheid te stimuleren, zijn specifieke zaken handig om op in te zetten. Het hulp aanbod wat hierop ingaat, is momenteel te technisch en gaat uit van een bestaande bekende vraag of probleem van de ondernemer. Het bruggetje mist tussen enerzijds de ondernemer helpen om na te denken over veiligheid en privacy op een praktische manier en anderzijds de daadwerkelijke stappen die daarna te zetten zijn. Ondernemers hebben over het algemeen geen concrete hulpvraag op de plank liggen.

Leg op luchtige manier de nut en noodzaak van veiligheid en privacy uit. Zeker maatschappelijke instellingen zonder grote budgetten willen meer begeleiding hierin. Help deze organisaties met gratis hulp bij het opstellen van algemene voorwaarden, cookies, AVG, etc.

Een heel praktische tool waar ondernemers baat bij kunnen hebben, is een check-vragenlijst voor hun webdeveloper of platform waar ze zich aan verbinden, over veiligheid en privacy. Het is belangrijk dat in toegankelijke taal en met uitleg mogelijkheden de hulp wordt aangeboden.



5

SUBSIDIE IS NIET ALLES. MAAK STERKE NETWERKEN, INSPIREER EN MOTIVEER ONDERNEMERS

Als ondernemer zijnde is geld niet altijd een perverse prikkel. Kennisdelen door netwerken en inspireren helpt. Versterk warme netwerken van soortgelijke ondernemers door bijeenkomsten waar de ondernemer echt wat aan heeft. Geen generieke informatieavonden, maar inspirerende avonden met echte meerwaarde. Een ondernemer vraagt zich af voor hij ergens naar toe gaat: ‘wat ga ik hieruit halen? Wat brengt het mijn onderneming?’ Geef antwoord op die vraag in de uitnodiging.

Zo is het een idee om ondernemers de mogelijkheid te geven om hun website/boekhouding/privacy statement/algemene voorwaarden/juridische stukken te laten scannen op toegankelijkheid, wetmatigheid of veiligheid. Het is een idee om op de avond zelf gerichte adviezen per ondernemer om hun marktpositie te verbeteren, doordat vooraf al de online zichtbaarheid van ondernemers is onderzocht door specialisten. Zo kan je een aantal kant en klare ideeën geven voor die specifieke ondernemer voor hun social media account.



6

MAAK DIGITALISERING EEN KANS DIE ONDERNEMERS KUNNEN OPPAKKEN OMDAT ZE TIJD HEBBEN

Ondernemers die niet willen digitaliseren doen dit om verschillende redenen. De meeste gaan ‘gewoon zoals het altijd gaan’. Ja, ze hebben een pinapparaat tegen inbraak. Ja, ze hebben een digitale boekhouding, want dat is wel zo makkelijk. Maar heel veel verder gaat het niet. Hierboven wordt al benoemd dat je de kansen van digitalisering voor micro MKB naar concrete mogelijkheden voor hun bedrijf moet vertalen. Maar denk er ook aan wanneer je dit doet. Zo is bijvoorbeeld januari een maand die de meeste winkels zien als verlies maand. Dit is juist een kans! Prikkel ondernemers met een campagne ‘januari is de maand voor digitalisering’. Zet subsidies zo uit dat ze in de dip van de ondernemerskalender vallen.

In januari hebben veel kleine ondernemers tijd voor hun boekhouding, jaarplannen en een opruimdag. Stimuleer en nodig uit om deze maand ook te gebruiken om bij te scholen op het gebied van digitalisering. Zet in op concrete kansen per bedrijfspgroep. Wat kunnen kappers beter doen die eigenlijk altijd wel een volle agenda hebben?

Wat kan de horeca over het algemeen nog helpen om te digitaliseren voor hun klanttevredenheid? Wat voorkom je voor gedoe met privacy en databeheer als je je veiligheid op orde hebt als maatschappelijke instelling? Geef een call to action mee aan ondernemers. Maar laat zeker ruimte om zelf te bepalen wat ze wel en niet oppakken. Een ondernemer is toch gekenmerkt door het ‘zelf doen’-DNA. Dus zet ondernemers in hun kracht en ondersteun met heldere mogelijkheden en een uitnodigende meedenkende houding.



BRONNEN

¹ data gebaseerd op onderzoek van de CBS, 2020

² De Kwaliteit van Ecosystemen voor Ondernemerschap in Nederlandse Regio's, Elmar Cloosterman, Erik Stam & Bas van der Starre, Augustus 2018

³<https://www.mijndigitalezaak.nl/questionpage>

⁴Er is momenteel naast het bestaande aanbod, zoals besproken in de aanleiding ook nieuwe subsidie beschikbaar voor ondernemers bij de KvK: <https://ondernemersplein.kvk.nl/mijn-digitale-zaak/>

U **TECH**

COMMUNITY