



Het aanbod van Gilde Plus SVV Scheveningen

Adviesrapport

“Gilde Plus biedt praktische en maatschappelijke oplossingen voor regionale ondernemingen”

Student: Tim Kleijn S1091068

Opleiding: Commerciële Economie

Opdrachtgever: Gilde Plus SVV Scheveningen

Bedrijfsbegeleider: Dhr. J. Lageman

Begeleider Hogeschool Leiden: Dhr. P. Jonker

Datum: 20 augustus 2018

Plaats: Leiden

Soort: Onderzoeksproduct

Kans: 2

Contactgegevens

Bedrijfsgegevens

Gilde Plus SVV Scheveningen
Laan van Poot 38C
2566 EC Den Haag
070 3653131

Opleiding

Commerciële Economie
Hogeschool Leiden
Zernikedreef 11
2333 CK Leiden
info@hsleiden.nl
+31 71 5188 800

Bedrijfsbegeleider

Dhr. J. Lageman

Afstudeerbegeleider

Dhr. P. Jonker

Afstudeerder

T. Kleijn

Studentnummer

s1091068

Aantal woorden

16.750

Eerste beoordelaar

Dhr. B. Boerma

Tweede beoordelaar

Mevr. G. van Gaalen

Voorwoord

Voor u ligt mijn scriptie ter afronding van mijn hbo-studie Commerciële Economie aan de Hogeschool Leiden.

Het afstuderen was een leerzaam proces waarbij ik de kennis en vaardigheden die ik heb opgedaan tijdens mijn studie heb toegepast. Daarnaast heb ik ook nieuwe vaardigheden ontwikkeld. Zo heb ik bijvoorbeeld in de eerste periode van het afstuderen moeite gehad bij het concreet maken van mijn probleemstelling en onderzoeksvragen. Ik wilde alles in mijn eigen hoofd uitwerken en bedenken, maar kwam er later achter dat hulp van anderen mij verder bracht. Het delen van mijn gedachten en informatie uit het onderzoek met anderen gaven mij nieuwe inzichten en hielpen me bij het gestructureerder maken van mijn gehele onderzoek.

Voor het onderzoek heb ik regelmatig gesproken met de initiatiefnemers van Gilde Plus. Ik wil daarom graag Jacques Giesberz, Jaap Lageman en Ron Kleijn bedanken voor de mogelijkheid onderzoek te doen voor hun onderneming en hun openheid en hulp tijdens dit proces. In het bijzonder wil ik Jaap Lageman bedanken. Doordat hij mijn bedrijfsbegeleider was heb ik met hem veel belangrijke gesprekken gevoerd tijdens mijn afstudeerstage. Ik bedank hem voor de tijd en aandacht die hij gedurende het gehele proces in mij heeft gestoken.

Daarnaast bedank ik alle respondenten voor de bereidheid om deel te nemen aan de interviews.

Tijdens dit onderzoek kon ik altijd terecht bij mijn tutorbegeleider, de heer Peter Jonker. Bedankt voor alle tutorbijeenkomsten, hier heb ik (zeker in het beginstadium) veel aan gehad. Verder wil ik hem bedanken voor de bereidheid om altijd mijn vragen te beantwoorden en de ondersteuning gedurende het proces.

Ook wil ik graag Ties van Ginneken en Manon Kleijn bedanken. Vaak heb ik met hen op effectieve wijze kunnen sparren over mijn onderzoek, daarnaast hebben zij mij gestimuleerd om door te zetten en dit onderzoek af te ronden.

Als laatste bedank ik mijn ouders voor hun steun en het mogelijk maken om te studeren.

Ik wens u veel leesplezier!
Tim Kleijn

Management summary

Gilde Plus SVV Scheveningen is a social enterprise located in The Hague. Gilde Plus was founded in 2017 as part of football club SVV Scheveningen. As this organization values corporate social responsibility, they try to attract the regional companies that have the same vision on this subject. Gilde Plus is operating in the field of business-to-business services and solutions, which is active in the tertiary sector. They connect many of their activities and projects to social issues. Their social efforts lead to a main income in the form of funds and grants by the providers.

Gilde Plus is a social enterprise that, for now, has been dependent on funds and grants by the providers for at least 80%. Gilde Plus has been receiving these funds and grants since its foundation until the start of September 2018. At this point, most of the providers for funds and grants have not promised any renewal of contracts yet. Therefore, Gilde Plus aims to become less dependent on these funds and grants. The ambition from the initiators is to shift from an 80% dependency to a 50% dependency. That means that revenues from contribution and commercial activities are required to increase at least with 250%.

The objective of this report is to review the customer needs and to provide a strategic advisory report which implies how Gilde Plus should make use of all opportunities to eventually higher the revenues from contribution and commercial activities.

In this report research is conducted in order to find out what currently causes the low revenues from commercial activities and contribution. Therefore, the customer needs were visualized with respect to the current value proposition and key activities of Gilde Plus. The main question for this research is: ***“What are the current customer needs of business target groups within the income stream contribution and commerce with regards to the value proposition of Gilde Plus?”***

Field research was conducted by the use of a qualitative method. The field research is complementary to the desk research. The qualitative method is chosen in the form of in-depth interviews, because an oral interview has a wide range of flexibility and in-depth information from the (potential) clients. The field research had been conducted in order to measure customer's needs, pains on not to become customer at Gilde Plus and what they would find benefits of becoming customer at Gilde Plus.

The business tool that was used is the Business Canvas Model, designed by (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010). This model was used and applied to Gilde Plus. The model that fits well to the Business Canvas Model is the Value Proposition Canvas model, designed by (Osterwalder A. , Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014). This model was used as a conceptual model for the research.

The customer segments that were interviewed are: current customers (*potential* independent entrepreneurs) and potential customers: independent entrepreneurs (ZZP), commercial institutions (MKB), large institutions (grote bedrijven). As a result of using the Value Proposition Canvas model, the following important results are shown. The gains for independent entrepreneurs are: acquisition of new customers, improvement of brand awareness, strengthen the company by use the internal knowledge of other Gilde Plus customers. The gains for commercial institutions are: learning place, involvement in social projects, meeting place, and improvement of brand awareness. The gains for large companies are: meeting places and involvement in social projects.

All three customer segments were able to name pains at Gilde Plus. For independent entrepreneurs' pains are: lack of time, lack of structure at Gilde Plus, lack of tangible cases. For commercial institutions in particular, pains are: lack of clarity in activities, no fulfillment of their needs, and lack of time. For large institutions pains are: lack of time, no rentability, no extra benefits.

As an answer to the question what actions should be taken by Gilde Plus to be dependent on funds and grants by the providers for only 50%, Gilde Plus should focus on three main actions.

Firstly, they must improve their communication. In the total landscape, they must write a communication plan, either by themselves or when it is necessary by an external party. A communication plan is required to be written which includes the following subjects: a clear proposition, the website, findability, promotion (offline and online) and a clear view on the internal communication. Initially, a clear proposition of Gilde Plus is required which includes a clear view on their vision and mission. Additionally, a total rebuilding of Gilde Plus' website is required, which is in line with their new clear proposition. When having rebuilt their website, Gilde Plus should focus on the findability online and offline. In the online field, this can be done by using SEO. In the offline field, this can be done by making more use of the attractive accommodation of SVV Scheveningen.

In the online landscape, Gilde Plus should use their social media activities more effectively. The use of social media is an important factor in this communication plan. They should focus on the right channels, such as Twitter and LinkedIn, instead of Facebook and Instagram. In the offline landscape, Gilde Plus must adjust their slogan to: *"Gilde Plus offers practical and social solutions for regional companies"*. The final subject of the communication plan must relate to Gilde Plus' internal communication. At this point, customers are not satisfied about the current internal communication. From research we can conclude that this dissatisfaction leads to annoyances of customers.

Secondly, Gilde Plus must organize more meetings and activities with regards to learning places and meeting places. From research it became clear that current and potential customers have a need for this. The recommendations imply the organization of networking meetings, a football tournament for different companies and a meeting where the subject 'company knowledge' is key. These activities must be spot on and well organized in order to impress potential customers. The objective for the activities is to bring in new customers.

Finally, Gilde Plus need to book new successes. Successful projects are key for continuity. At this point, several members of Gilde Plus are working on the projects 'Leergilde' and 'Banentour'. From research it becomes clear that companies are interested in both of these projects. For some of the current members it is still unclear what is resulting from these projects. Therefore, Gilde Plus must make sure to share all plans and results internally.

The benefits of the implementations are projected at € 22.250. The benefits are based on a forecast of what could yield from the recommendations in this report.

Inhoud

Contactgegevens	1
Voorwoord	2
Management summary	3
Inleiding	9
Verklarende woordenlijst	11
1. Probleemformulering	12
1.1. Aanleiding	12
1.2 Doelstelling	12
1.3 Doelgroepen	13
1.4 Probleemstelling	13
1.5 Deelvragen	13
2. Theoretisch kader	15
2.1 Afgeleide vraag	15
2.2 Betoog	15
2.2.1 Waarde propositie	15
2.2.2 Behoeften	15
2.2.3 Sociale onderneming	16
2.2.4 Business Model Canvas	17
2.2.5 Waarde Propositie Canvas model	18
2.3 Conceptueel model	20
2.4 Hypothesen	20
3. Onderzoek verantwoording	21
3.1 Onderzoeksmethoden	21
3.1.1 Deskresearch	21
3.1.2 Fieldresearch	22
3.2 Onderzoeksgroepen	23
3.3 Bruikbaarheid	23
3.4 Betrouwbaarheid	24
3.5 Validiteit	24
3.6 Operationalisatie	24
4. Resultaten deskresearch	25
4.1 Interne analyse	25
4.1.1 Diensten en inkomstenstromen	25

4.2 Soortgelijke aanbieders	27
4.1.2 Sterktes	29
4.1.3 Zwaktes	30
4.2 Business Model Canvas	31
4.3 Waarde Propositie model	33
5. Resultaten fieldresearch	35
5.1 Resultaten potentiële afnemers	35
5.1.1 Problemen/vraagstukken	35
5.1.2 Relevantie sociaal ondernemen	36
5.1.3 Bekendheid Gilde Plus	36
5.1.4 Wensen en behoeftes	38
5.1.5 Voordelen	40
5.1.6 Pijnpunten	40
5.1.7 Klanttaken	41
5.2 Resultaten huidige afnemers	41
5.2.1 Bekendheid Gilde Plus	42
5.2.2 Relevantie social ondernemen	42
5.2.3 Wensen en behoeften	42
5.2.4 Voordelen	43
5.2.5 Pijnpunten	44
5.2.6 Klanttaken	44
5.2.7 Bedrijfsmatig lid worden	45
6. Conclusies	46
6.1 Deelvragen	46
6.1.1 Huidige afnemers	46
6.1.2 Potentiële afnemers	47
6.2 Hypothesen	49
6.3 Overige conclusies	50
7. Aanbevelingen	52
7.1 Communicatie verbeteren	52
7.1.1 Duidelijke propositie	52
7.1.2 Website	52
7.1.3 Vindbaarheid (online & offline)	53
7.1.4 Promotie (online & offline)	53

7.1.5 Interne communicatie	54
7.2 Meer bijeenkomsten en activiteiten	54
7.2.1 Netwerkbijeenkomsten	54
7.2.2 Bedrijven voetbaltoernooi	54
7.2.3 Kennisbijeenkomsten	55
7.3 Het opzetten, uitvoeren en doen slagen van projecten.....	55
7.3.1 Leergilde	55
7.3.2 Banentour	55
8. Implementaties	56
8.1 Communicatie verbeteren	56
8.2 Meer bijeenkomsten en activiteiten	57
8.3 Het opzetten, uitvoeren en doen slagen van projecten.....	58
8.4 Financieel resultaat	59
Bibliografie	60
Bijlagen	64
Bijlage 1 Wat is Gilde Plus?	66
Bijlage 2 Sociale ondernemingen in Nederland	68
Bijlage 3 Vragenlijst huidige afnemers	69
Bijlage 4 Vragenlijst potentiële afnemers; bedrijven	71
Bijlage 5 Vragenlijst kernteam.....	75
Bijlage 6 Verbatims kernteam	76
Diepte-interview initiatiefnemer.....	76
Bijlage 7 Analyseschema's.....	83
Potentiële afnemers	83
Huidige afnemers	118
Bijlage 8 Verbatims diepte-interviews	129
Potentiële afnemers	129
Huidige afnemers	206
Bijlage 9 Sponsorbestand SVV Scheveningen	245
Bijlage 10 Huidige afnemers.....	247
Huidige ledenbestand Gilde Plus SVV Scheveningen	247
Facturen overzicht commerciële opdrachten	247
Competenties Gilde leden	248
Mail die verstuurd is om competenties Gilde leden te achterhalen.....	250

Bijlage 11 Begroting Gilde Plus SVV Scheveningen	251
Overzicht opbrengsten (screenshot Excel bestand).....	251
Overzicht kosten (screenshot Excel bestand)	251
Bijlage 12 Inkomsten afgelopen boekjaar	252
Rekeningoverzicht Gilde Plus	252
Inkomsten 2017-2018 gecategoriseerd	254
Bijlage 13 Business Canvas model	255
Bijlage 14 Zwaktes Gilde Plus	257
Website	257
Search Engine Optimalization	258
Social media.....	259
Bijlage 15 Begroting project Leergilde	261
Bijlage 16 Reflectieverslag.....	262

Inleiding

Dit onderzoeksrapport is geschreven in dienst van Gilde Plus SVV Scheveningen. Gilde Plus SVV Scheveningen is een onderdeel van de voetbalvereniging SVV Scheveningen. De visie van SVV Scheveningen is er mede op gericht dat verenigen de sleutel is tot voortbestaan. Mede met het initiatief "Buurthuis van de Toekomst", timmeren zij aardig aan de weg. In Bijlage 1 is er meer over dit initiatief te vinden.

SVV Scheveningen is altijd op zoek naar nieuwe initiatieven. Zo ook Gilde Plus. Zij verenigen betrokken bedrijven, leden en overige belangstellenden.

Gilde Plus is een sociale onderneming waar werken en leren centraal staan en waar werkzoekenden, werkenden en ZZP'ers elkaar versterken door samen te werken en kennis te delen. De organisatie zit als volgt in elkaar:

- Het kernteam, bestaande uit 3 initiatiefnemers. Deze initiatiefnemers beschikken over veel kennis en ervaringen uit het werkveld. Voor alle drie de initiatiefnemers geldt dat zij met hun bedrijf (ZZP'ers) lid zijn van Gilde Plus.
- 13 overige Gilde-leden, allen werkzoekenden.

Een groot verschil met een commerciële organisatie is dat de organisatie van Gilde Plus als één geheel wordt gezien. Er is hierdoor geen sprake van een hiërarchische organisatiecultuur. Dit houdt in dat je als werkzoekend lid net zoveel inbrengt als een lid van het kernteam.

De markt waarin Gilde Plus zich bevindt is de markt van sociale ondernemingen. De ondernemingen binnen deze markt hebben dezelfde of vergelijkbare karakteristieken. De meest voorkomende karakteristieken van sociale ondernemingen zijn:

- Om het sociale doel te bereiken, hebben de commerciële activiteiten vaak een innovatief karakter.
- Winst wordt voor een belangrijk deel geherinvesteerd. Er wordt hier balanskapitaal mee opgebouwd.
- De organisatie is transparant, betreft belanghebbenden en houdt rekening met sociale rechtvaardigheid.

De branche waarin Gilde Plus zich bevindt kan het beste worden beschreven als zakelijke dienstverlening binnen de tertiaire sector.

Gilde Plus biedt diensten en commerciële mogelijkheden voor werkzoekenden, werkenden en ZZP'ers. Door lid te worden van Gilde Plus kan er gebruik worden gemaakt van (flex)werkplekken, leerplekken, ontmoetingsplekken en ben je bevoegd deel te nemen aan projecten. De fysieke ruimtes die nodig zijn worden gehuurd van de voetbalvereniging SVV Scheveningen. Deze ruimtes bevinden zich in het clubgebouw van de vereniging. De vier elementen van het aanbod worden verder toegelicht.

Werkplekken

Gilde Plus biedt werkplekken aan voor mobiele werkers, inclusief ondersteuning en voorzieningen. De faciliteiten van het clubgebouw van de voetbalvereniging SVV Scheveningen worden hiervoor gebruikt. Deze ruimtes en voorzieningen zijn geschikt om overdag te werken. Ook de extra voorzieningen die de vereniging te bieden heeft, zoals catering en sport, kunnen worden gebruikt. (Gilde Plus, 2017)

Leerplekken

Gilde Plus biedt leerplekken aan voor werkzoekenden, werkenden en ZZP'ers. De leerplekken bestaan uit workshops, coaching sessies, trainingen etc. Dit kunnen individuele sessies zijn of groepsbijeenkomsten. Maar ook van elkaar kan er geleerd worden. Het doel van de leerplekken is om mensen of bedrijven te helpen en te ondersteunen met een bepaald vraagstuk. Hier kunnen professionals die lid van Gilde Plus zijn voor worden ingezet, maar dit kunnen ook professionals van buitenaf zijn. (Gilde Plus, 2017)

Ontmoetingsplekken

Door het ruime netwerk van de voetbalvereniging SVV Scheveningen (zo'n 150 sponsors) te betrekken in de onderneming komen werkzoekenden, werkenden en ZZP'ers met elkaar in contact. Het doel hiervan is dat deze mensen elkaar ondersteunen en van elkaar gaan leren. Het ideale beeld is dat er uit het contact tussen de partijen werkzaamheden ontstaan. Zo kan er bij de werkgever bijvoorbeeld werk uit handen worden genomen en ontstaat er voor een werkzoekende weer werk. Gilde Plus communiceert dit onderdeel via verschillende kanalen met de volgende uiting; "Een bruisende broedplaats voor werkzoekenden, werkenden en ZZP'ers". (Gilde Plus, 2017)

Maatschappelijke opdrachten

Aan de werkzaamheden en projecten van de onderneming worden vaak maatschappelijke vraagstukken gekoppeld. Hiermee genereert Gilde Plus via verschillende instanties inkomsten in de vorm van subsidies. Subsidies zijn tot op heden de grootste inkomstenbron voor de onderneming. Ook worden er door verschillende instanties geld betaald voor maatschappelijke werkzaamheden van Gilde Plus. Op dit moment voert Gilde Plus op dit moment enkele maatschappelijke projecten uit. Dit zijn:

- Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden.
- De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die.
- Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom.
- De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.

Gilde Plus zet haar leden in voor maatschappelijke projecten. Gewenst wordt dat bovenstaande projecten gekoppeld worden aan de bedrijven rondom SVV Scheveningen (de c.a. 150 sponsors).

Commerciële opdrachten

Bedrijven kunnen opdrachten of vraagstukken neerleggen bij Gilde Plus zodat Gilde-leden hier mee aan de slag kunnen. Het is de bedoeling dat bedrijven Gilde Plus betalen voor het werk uit handen nemen of voor het oplossen van vraagstukken. Op dit moment worden er geen commerciële opdrachten uitgevoerd. Waardoor daar dan ook geen inkomsten gehaald uit worden gehaald. Ook voor de commerciële opdrachten is de wens dat deze gekoppeld worden aan de bedrijven rondom SVV Scheveningen.

Verklarende woordenlijst

In dit hoofdstuk worden er een aantal belangrijke begrippen die regelmatig voorkomen in dit rapport kort toegelicht. Hierdoor wordt de leesbaarheid van dit rapport bevordert.

Commercie	Handel gericht op het maken van winst. (encyclo, sd)
Competenties	Het vermogen om een taak met de juiste kennis en vaardigheden te verrichten. (encyclo, sd)
Contributie	Het periodiek door een lid van een vereniging bij te dragen bedrag aan de vereniging voor het behouden van zijn of haar lidmaatschap. (encyclo, sd)
Fondsen	Geld voor niet-persoonlijke, niet commerciële doeleinden. (encyclo, sd)
Huidige literatuur	Alles wat er over een bepaald onderwerp aan boeken, verhalen en informatie voorhanden is. (encyclo, sd)
Subsidie	Een tijdelijke bijdrage van de overhead of een niet-commerciële organisatie ten behoeve van het starten van een activiteit waarvan het economische belang niet direct voor de hand ligt. (encyclo, sd)
Verbatim	Een woordelijke transcriptie, letterlijk weergegeven. (encyclo, sd)

1. Probleemformulering

In dit hoofdstuk staat de probleemformulering centraal. Dit hoofdstuk wordt opgesplitst in vier deelonderwerpen; aanleiding, doelstelling, probleemstelling en deelvragen. Deze deelonderwerpen worden verder uitgewerkt.

1.1. Aanleiding

Gilde Plus is een sociale onderneming dat tijdens de opstartfase, welke loopt tot 1 september 2018, voor 80% draait op fondsen en subsidies. De bijdrages van deze fondsen en de subsidies voor het opstarten van Gilde Plus zullen na 1 september 2018 sterk afnemen. De initiatiefnemers van Gilde Plus wensen dat de onderneming na de opstartfase financieel onafhankelijk kan opereren. De huidige inkomstenverhouding dient hiervoor te worden bijgesteld. Vanuit Gilde Plus is er de ambitie om deze verhouding tot 50:50 te realiseren. Dit houdt in dat de huidige 20% inkomsten uit de geldstromen contributie en commercie verhoogd moet worden naar 50%. De vraag is of en hoe dit gerealiseerd kan worden.

De inkomsten binnen contributie en commercie komen uit leden en bedrijven. Tot op heden heeft Gilde Plus, naast het kernteam, alleen werkzoekende leden. Op dit moment telt Gilde Plus in totaal 16 leden. Een feit is dat er op dit moment weinig inkomsten uit maatschappelijke en commerciële projecten worden gegenereerd. Terwijl Gilde Plus de bedrijven rondom SVV Scheveningen (c.a. 150 sponsors) ziet als sleutelpartners, worden er op dit moment geen inkomsten uit deze groep gehaald. Er wordt dan ook gewenst om deze bedrijven lid en/of opdrachtgever te laten worden van Gilde Plus. De vraag is of de bedrijven zitten te wachten op het initiatief Gilde Plus en of zij behoefte hebben aan de dienstverlening.

1.2 Doelstelling

Om goed in te kunnen spelen op de wensen en behoeften van de doelgroepen, dient er eerst meer inzicht te worden verkregen in wat deze wensen en behoeften daadwerkelijk zijn. Na de onderzoeksresultaten kunnen er door middel van aanbevelingen adviezen worden gegeven aan het kernteam van Gilde Plus om zo in te spelen op de wensen en behoeften van de doelgroepen. De doelstelling van het onderzoeksrapport is dan ook als volgt opgesteld:

In opdracht van Gilde Plus SVV Scheveningen wordt er in een tijdsbestek van drie maanden onderzoek gedaan naar de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen binnen de inkomensstromen contributie en commercie, ten einde middels aanbevelingen advies gegeven met betrekking tot benodigde strategische acties om in te spelen op deze wensen en behoeften.

1.3 Doelgroepen

In deze paragraaf komen de huidige doelgroepen van Gilde Plus aan bod. De doelgroepen worden onderverdeeld in de drie inkomstenstromen. Per stroom wordt er een korte toelichting gegeven.

De eerste stroom is **contributies**. De doelgroepen binnen deze stroom bestaan uit werkenden, werkzoekenden, ZZP'ers en bedrijven (Mkb'ers en grote bedrijven). Deze doelgroepen dienen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus contributie te betalen. Voor werkzoekenden hanteert Gilde Plus een contributiebedrag van 25 euro per maand (excl. btw). Voor ZZP'ers en medewerkers van bedrijven is het tarief 100 euro per maand, waarbij geldt dat het bedrag jaarlijks tot maximaal 1000 euro (incl. btw) kan oplopen. Als lid ben je bevoegd om gebruik te maken van de aangeboden werkplekken, leerplekken en ontmoetingsplekken en kan je opdrachten (mee) uitvoeren. Op dit moment heeft Gilde Plus 16 leden, bestaande uit 3 ZZP'ers (het kernteam) en 13 werkzoekenden.

De tweede stroom is **subsidies en fondsen**. Dit zijn geldverleningen rechtstreeks voor het initiatief Gilde Plus of voor maatschappelijke projecten. De doelgroepen binnen deze stroom bestaan uit fondsen en subsidieverleners. Voorbeelden van deze doelgroepen zijn de Gemeente Den Haag, het RABO Innovatiefonds en de Stichting Initiatief Op Scheveningen. Deze initiatieven verlenen Gilde Plus voornamelijk geld voor de opstartfase van het gehele initiatief of voor maatschappelijke projecten.

De derde stroom is **commercie**. Dit zijn alle opbrengsten ten aanzien van het leveren van diensten. De doelgroepen binnen deze stroom bestaan uit ZZP'ers, Mkb'ers, grote bedrijven (uit het sponsorbestand van SVV Scheveningen) en maatschappelijke instanties. De betrokkenheid bij de uitvoering van diensten verschilt per kennis, vaardigheid, expertise en tijd van het lid.

1.4 Probleemstelling

Om de voortgang en continuïteit te waarborgen dient Gilde Plus minder afhankelijk te zijn van fondsen en subsidies. Gilde Plus dient meer inkomsten te genereren uit contributies en opdrachten. In dit rapport wordt onderzoek gedaan naar de oorzaken van de lage inkomsten uit deze twee geldstromen. Hierbij worden de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen voor deze geldstromen ten aanzien van de huidige waarde propositie van Gilde Plus in kaart gebracht. Zo wordt achterhaald of het voortbestaan kan worden gewaarborgd en welke acties hiervoor nodig zijn. De hoofdvraag bij deze probleemstelling is:

“Wat zijn de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen binnen de inkomstenstromen contributie en commercie ten aanzien van de waarde propositie van Gilde Plus?”

1.5 Deelvragen

Onderstaande deelvragen zijn geclusterd in deelonderwerpen om zo het gehele onderzoek overzichtelijk te maken. Verder wordt er onderscheid gemaakt tussen deelvragen die met behulp van deskresearch zullen worden beantwoord en deelvragen die met behulp van fieldresearch worden beantwoord.

Organisatie (deskresearch)

- *Wat zijn de kernactiviteiten van Gilde Plus?*
- *Wat is het huidige verdienmodel van Gilde Plus en hoe zijn de verhoudingen tussen maatschappelijk en commercieel verdeeld?*
- *Wat is de waarde propositie van Gilde Plus?*
- *Welke sterke en zwakke punten zijn er te benoemen?*

Na het beantwoorden van deze deelvragen kan er invulling gegeven worden aan de huidige situatie van Gilde Plus en wordt er duidelijk wat het onderscheidend vermogen van Gilde Plus kan zijn.

Klanten

(Deskresearch)

- *Wie zijn de huidige afnemers?*
- *Uit welke klantsegmenten bestaan de huidige afnemers?*
- *Wie zijn de potentiële bedrijfsmatige afnemers?*
- *Uit welke klantsegmenten bestaan de potentiële bedrijfsmatige afnemers?*

(Fieldresearch)

- *Wat zijn de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen ten aanzien van de kernactiviteiten van Gilde Plus?*
- *Welke pijnpunten ondervinden de bedrijfsmatige doelgroepen ten aanzien van de diensten van Gilde Plus?*
- *Welke voordelen ondervinden de bedrijfsmatige doelgroepen ten aanzien van de diensten van Gilde Plus?*
- *Welke taken willen de bedrijfsmatige doelgroepen in hun werk en privéleven nog realiseren en in welke behoefte(n) proberen zij zichzelf nog te voorzien?*

Door de wensen en behoeften van huidige en potentiële afnemers gesegmenteerd (op basis van bedrijfsgrootte) in kaart te brengen wordt er per klantsegment duidelijk wat de wensen en behoeften zijn ten aanzien van de kernactiviteiten van Gilde Plus. Zo kunnen eventuele overeenkomsten en verschillen tussen de klantsegmenten worden achterhaald. Hieruit kan worden geconcludeerd of er wel behoefte is aan de diensten van Gilde Plus.

Sociaal ondernemen (desk- en fieldresearch)

- *Hoe wordt een sociale onderneming beschreven in de huidige literatuur?*
- *Zijn er soortgelijke aanbieders van de diensten van Gilde Plus te benoemen?*
- *Wat is het belang van sociaal/maatschappelijk verantwoord ondernemen voor (potentiële) afnemers?*

Door inzicht te krijgen in wat het belang van sociaal ondernemen voor (potentiële) afnemers is, kan er worden vastgesteld of afnemers wel zitten te wachten op het initiatief Gilde Plus en in welke mate zij sociaal/maatschappelijk ondernemen belangrijk vinden. Door soortgelijke aanbieders van Gilde Plus in kaart te brengen kan er worden achterhaald wat het onderscheidende vermogen van Gilde Plus is.

2. Theoretisch kader

In deze paragraaf wordt de afgeleide vraag opgesteld naar aanleiding van de probleemstelling. Vervolgens wordt deze vraag beantwoord door een betoog dat in gaat op bestaande theorieën en dient als theoretische onderbouwing van het gehele rapport. Naast de relevante theorieën wordt het conceptueel beschreven en toetsbaar gemaakt aan de hand van hypothesen.

2.1 Afgeleide vraag

Zoals in de probleemstelling naar voren komt, staan de waarde propositie van Gilde Plus en de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen binnen de inkomstenstromen contributies en commercie centraal. In dit hoofdstuk wordt er gekeken naar wat er al bekend is omtrent de probleemstelling. De afgeleide vraag hierbij is:

Op welke manier kunnen de wensen en behoeftes van verschillende klantsegmenten binnen de B2B markt ten aanzien van de waarde propositie van een sociale onderneming worden vastgesteld?

2.2 Betoog

In het betoog wordt er dieper ingegaan op de afgeleide vraag. Alvorens de afgeleide vraag kan worden beantwoord, is het van belang een aantal begrippen nader toe te lichten. Hiervoor wordt er gebruik gemaakt van bestaande literatuur en theorieën.

2.2.1 Waarde propositie

Het eerste begrip dat wordt behandeld is “waarde propositie”. Er is in de huidige literatuur veel over dit begrip te vinden. Zo wordt de waarde propositie door Osterwalder, Pigneur, Bernarda en Smith in hun boek “Value Proposition Design” beschreven als een beschrijving van de voordelen die klanten kunnen verwachten van een verzameling producten en diensten. (Osterwalder A. , Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014)

Kotler en Keller (2008) beschrijven het begrip als het voorstel of aanbod van een bedrijf, in termen van de “waarde” die dat voorstel of aanbod heeft voor de (potentiële) klant. Zij stellen dat je alleen een goede waarde propositie kunt ontwikkelen als je beschikt over inzichten van de wensen, behoeften en verwachtingen van (potentiële) klanten. (Kotler & Keller, 2008)

Volgens Porter (2004) dient een goede waarde propositie ook antwoord te geven op de volgende 3 belangrijke vragen (Porter, 2004):

1. Welke klanten ga je bedienen? (Welke eindgebruikers, welke kanalen)
2. In welke behoeften ga je voorzien? (Welke producten, diensten, kenmerken)
3. Welke relatieve prijs biedt klanten een aanvaardbare waarde en het bedrijf een aanvaardbare winstgevendheid? (Welke toeslagen, kortingen, low price versus premium)

2.2.2 Behoeften

Het tweede begrip dat wordt behandeld is “behoeften”. Er worden in de huidige literatuur verschillende definities gegeven van dit begrip. Kotler omschrijft het begrip vanuit het oogpunt van marketing. Hij beschrijft het begrip als het bewustzijn van een ontbering en begeren van wat ontbreekt. (Kotler, Principes van marketing, 2008)

Toch stellen Kotler & Keller (2008) dat behoeften ook in het onderbewustzijn kunnen spelen. In dat geval kan het lastig zijn om de daadwerkelijke behoefte in kaart te brengen. Bovendien stellen zij dat een klant behoefte kan hebben aan iets wat hij of zij nog helemaal niet onder woorden heeft gebracht, zoals een goede dienstverlening. (Kotler & Keller, 2008)

De volgende opvatting van Kotler en Keller (2008) geeft aan hoe bedrijven in het algemeen gebruik maken van een waarde propositie, rekening houdend met de behoefte van de klant: *“Bedrijven reageren op een behoefte door een waarde-propositie te leveren, oftewel een verzameling van bedoelde voordelen waarmee de klant in een bepaalde behoefte kan voorzien”*. (Kotler & Keller, 2008)

Toepassing

Aangezien er in dit onderzoek wordt gekeken naar wensen en behoeften ten aanzien van een waarde propositie wordt de opvatting van Kotler en Keller (2008) als relevant hulpmiddel geacht. Deze opvatting geeft op het eerste gezicht de tegenovergestelde werkwijze van Gilde Plus weer. Gilde Plus beschikt namelijk wel over een waarde propositie, maar de vraag is of Gilde Plus hiermee reageert op behoeften van klanten en of de huidige waarde propositie de (potentiële) klanten in bepaalde behoeftes kan voorzien. Om erachter te komen of deze opvatting voor Gilde Plus ook geldt, dient er meer inzicht te worden verkregen in de huidige waarde-propositie en in de wensen en behoeften van de (potentiële) klanten.

2.2.3 Sociale onderneming

Een sociale onderneming wordt in de literatuur beschreven als een onderneming wat een mix van een sociale missie met een duurzaam businessmodel hanteert, vaak zeer innovatief is en opereert met zowel een financieel als een maatschappelijk rendement. (social enterprise, 2018)

Uit onderzoek van Hoogerwerf (2017) blijkt dat er onderscheid kan worden gemaakt tussen verschillende vormen van sociaal ondernemen:

- Burgerinitiatieven
- Online communities en netwerken
- HUB
- Non-profitorganisaties
- Kerkgemeenschappen
- Coöperaties
- Fondsen
- Goededoelenorganisaties
- **Sociale en culturele ondernemingen en social enterprises**
- Loterijen
- Maatschappelijk betrokken/verantwoorde bedrijven

Voor dit onderzoek wordt er gekeken naar de vorm sociale en culturele ondernemingen en social enterprises. De kenmerken van deze vorm worden in tabel 1 weergegeven, de gegevens zijn verkregen uit een onderzoek van Hoogerwerf (2017).

Geld	Commerciële inkomsten en daarnaast bijdragen uit giften, crowd-funding, investeringen, bijdragen van fondsen en overheden en leningen
Juridische vorm	Een eenmanszaak, bv en aanpalend een stichting
Doel	Naast winst ook maatschappelijke doelen gericht op o.a. duurzaamheid, arbeidsparticipatie, gezondheid en solidariteit met ontwikkelingslanden
Motivatie	De ambitie van de oprichter en de medewerkers
Opschalen	Naar een coöperatie of bv/nv, grotere spreiding van producten en diensten

Tabel 1 Kenmerken sociale onderneming (Hoogerwerf, 2017)

Sociale ondernemingen in regio Den Haag

In de regio Den Haag worden sociale ondernemingen gestimuleerd door de Gemeente Den Haag. De gemeente zet zich met het programma 'Actieprogramma Sociaal Ondernemerschap' in voor meer sociale ondernemingen in de stad. (Gemeente Den Haag, 2017) Daarnaast is de gemeente mede-initiatiefnemer van de Social Hub Den Haag, een netwerkcentrum in Den Haag. Het actieprogramma van de gemeente valt onder het "Aanvalsplan Werkgelegenheid; Den Haag maakt Werk!". De Gemeente Den Haag ziet in sociaal ondernemerschap kansen om een belangrijke bijdrage te leveren aan arbeidsparticipatie in Den Haag. (Gemeente Den Haag, 2017)

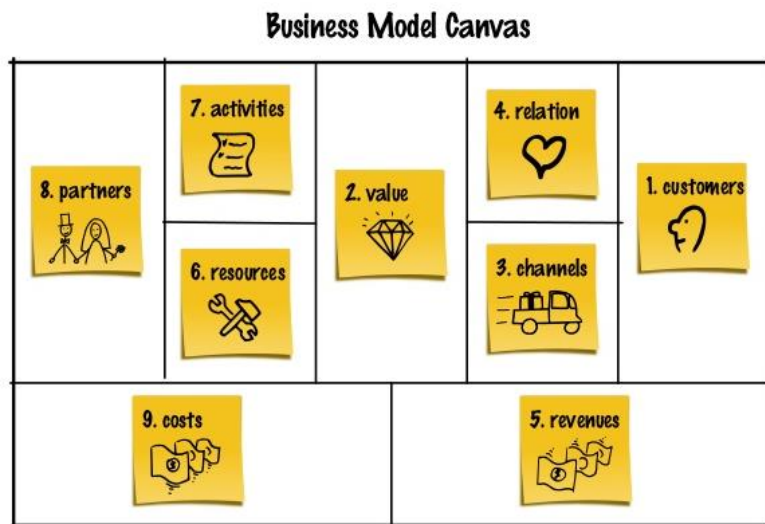
2.2.4 Business Model Canvas

Een businessmodel beschrijft de manier waarop een organisatie waarde creëert, levert en uitvoert. (Donelli, 2011) Een voorbeeld van een veel gebruikt businessmodel in de praktijk is het Business Model Canvas van Osterwalder, Pigneur en Clark. Het Business Model Canvas bestaat uit negen bouwstenen, waarmee er in één schema wordt weergegeven hoe een bedrijf of organisatie in elkaar steekt. Het model is ontwikkeld om leidinggevende of ondernemers te helpen bij het formuleren van een business concept. (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010) De negen bouwstenen worden toegelicht.

1. *Klantsegmenten*; de klanten dienen te worden opgesplitst in segmenten.
2. *Waardepropositie*; de waarde propositie gaat naar de kern van het bestaansrecht van een onderneming: het voorziet in de klantbehoefte.
3. *Kanalen*; de communicatie-, distributie-, en verkoopkanalen (offline en online)
4. *Relatie*; het contact met de klanten.
5. *Inkomstenstromen*; het verdienmodel van de organisatie.
6. *Hulpbronnen*; de middelen die nodig zijn om te kunnen functioneren (fysieke, intellectuele, financiële en menselijke middelen).
7. *Kernactiviteiten*; wat zijn de kernactiviteiten van het bedrijf? Inzicht krijgen in de waarde propositie van de organisatie (productie, probleemoplossend werken, netwerken, kwaliteit van product/dienstverlening).
8. *Partners*; samenwerken met andere partijen kan van groot belang zijn.
9. *Kostenstructuur*; schaalvoordelen, constante en variabele kostenposten en winstmogelijkheden.

Het Business Model Canvas wordt in de praktijk vaak toegepast als eenvoudig model. De redenen hiervan zijn voornamelijk dat het weinig tijd kost voor een organisatie om het model in te vullen en het model voldoende inzicht geeft in de toegevoegde waarde van een bedrijf. (Osterwalder, Pigneur,

& Clark, 2010) Een kritiekpuntje van Kraaijenbrink (2012) op het model is dat er belangrijke aspecten, zoals de missie, visie en strategie van een onderneming geheel buiten beschouwing worden gelaten. (Kraaijenbrink, 2012). Coes (2014) stelt als kritiek dat de focus bij het Business Model Canvas te veel op de interne omgeving van een organisatie ligt. Hierdoor kan het voor komen dat er te weinig rekening met de externe omgeving wordt gehouden. Zo worden in het model bijvoorbeeld de concurrentie en omgevingsfactoren buiten beschouwing gelaten. (Coes, 2014)



Figuur 2 Business Model Canvas (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010)

Toepassing

Door het Business Model Canvas model in te vullen voor Gilde Plus, wordt er inzicht gegeven in de toegevoegde waarde van de onderneming. Het model wordt voor Gilde Plus ingevuld om meer inzicht te geven in de huidige situatie en hoe de onderneming in elkaar steekt. Het businessmodel dient als hulpmiddel voor het conceptueel model. De twee bouwstenen van dit model; waarde propositie en klantsegmenten staan daarbij namelijk centraal. Deze dienen dan ook goed te worden behandeld in het canvas.

2.2.5 Waarde Propositie Canvas model

Het Waarde Propositie Canvas model van Osterwalder & Pigneur (2014) is een model waarmee op basis van relevante klantkenmerken producten en diensten kunnen worden ontworpen, getest, geleverd en doorontwikkeld. Het Waarde Propositie Canvas model is een goede vervolgstap na het in paragraaf 2.2.6 beschreven Business Model Canvas. (Osterwalder A. , Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014)

In het Waarde Propositie Canvas model staan de eerste twee bouwstenen van het Business Model Canvas centraal. Dit zijn de bouwstenen: klantsegmenten en waarde propositie. Het model geeft inzicht in de behoeften van klanten ten aanzien van de waarde propositie van een onderneming.

De rechterkant van het model geeft het klantprofiel weer. Het profiel wordt gevuld met aspecten die voor een bepaald klantsegment van belang zijn. Dit deel van het model wordt onderverdeeld in:

1. *Klanttaken (Customer Jobs)*; wat de klanten daadwerkelijk willen bereiken, zoals het uitvoeren van bepaalde taken of het oplossen van problemen.
2. *Voordelen (Gains)*; de resultaten die klanten graag willen zien. Hierbij wordt er onderscheid gemaakt tussen voordelen die de klant verwacht, voordelen waar de klant naar verlangt en

voordelen die de klant zouden verrassen. Voorbeelden zijn sociale voordelen, financiële voordelen en positieve emoties.

3. *Pijnpunten (Pains)*; de ongewenste resultaten, risico's en ergernissen. Voorbeelden zijn ongewenste kosten, ongewenste situaties en negatieve emoties die de klant ervaart tijdens het uitvoeren van een taak.

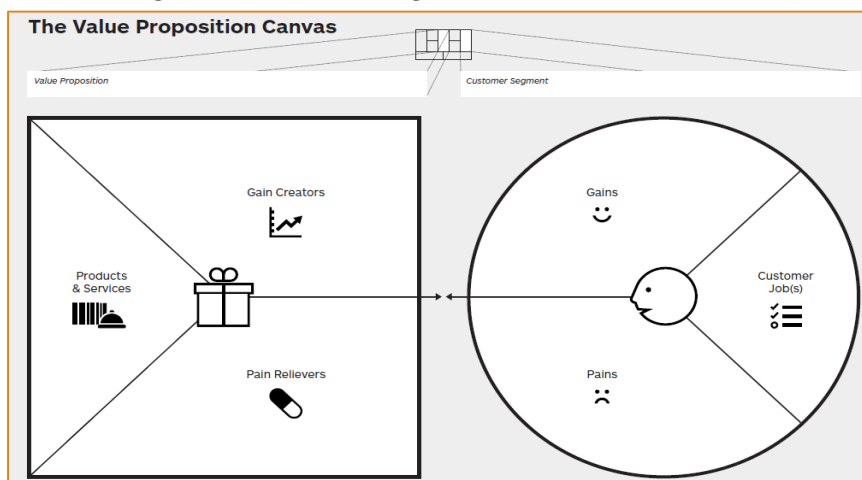
De linkerkant van het model geeft schematisch de waarde propositie van een organisatie weer en wordt onderverdeeld in:

1. *Producten en diensten (Products & services)*; alle producten/diensten die een onderneming aanbiedt. Er wordt hierbij onderscheid gemaakt tussen vier typen; tastbaar, niet tastbaar, financieel of digitaal.
2. *Pijn verzachters (Pain Relievers)*; hoe de aangeboden producten en diensten de pijnpunten bij de klanten kunnen verzachten of zelfs helemaal wegnemen.
3. *Voordeelverschaffers (Gain Creators)*; hoe de aangeboden producten en diensten de klanten voordelen kunnen opleveren.

Essentie

De essentie van dit model is dat er onderzoek wordt verricht naar de waarde die een onderneming biedt ten aanzien van de behoeften van een bepaald klantsegment. Het model kan gebruikt worden om onderzoek te doen naar huidige klantengroepen of juist naar potentiële klanten.

Er wordt een "markt-fit" bereikt wanneer de taken, voordelen en pijnpunten van een klantsegment worden beantwoord met de producten & diensten, voordeelverschaffers en pijnverzachters van een onderneming. (Osterwalder A. , Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014)



Figuur 3 Waarde Propositie Canvas model (Osterwalder A. , Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014)

2.3 Conceptueel model

Het conceptueel model is het Waarde Propositie Canvas model van Osterwalder (2014). Het Waarde Propositie Canvas model wordt gebruikt om te achterhalen waarvoor de klant een leverancier nodig heeft, wat de klant extra waarde kan opleveren en wat de klant als vervelend of nadelig ervaart. Hiermee geeft Osterwalder (2014) aan dat de behoeften van een bepaald klantsegment dienen aan te sluiten op de waarde propositie van een organisatie. Op deze manier wordt er een 'markt-fit' bereikt. Allereerst is het van groot belang om de wensen en behoeften van de verschillende klantsegmenten van een onderneming in kaart te brengen. Vervolgens kan er worden gekeken of de huidige waarde propositie hierop aansluit. (Osterwalder A. , Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014) Het conceptueel model wordt schematisch weergegeven in figuur 3.

Toepassing

Het Waarde Propositie Canvas model sluit zeer goed aan op de probleemstelling en geeft antwoord op de afgeleide vraag. Dit model geeft namelijk inzicht in de wensen en behoeften van bepaalde klantsegmenten ten aanzien van de waarde propositie van een onderneming. Aan hand van de invulling van dit model kan er worden geconcludeerd of Gilde Plus met haar producten & diensten, voordeelverschaffers en pijnverzachters antwoord kan geven op de klanttaken, voordelen en pijnpunten van een bepaald klantsegment en of er sprake is van een zogenoemde "markt-fit". Voor Gilde Plus levert onderzoek met behulp van dit model de inzichten op die nodig zijn om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag.

2.4 Hypothesen

Er zijn in totaal drie hypothesen opgesteld vanuit het theoretisch kader. Deze hypothesen staan centraal in het onderzoeksrapport. Door onderzoek te doen naar alle aspecten die genoemd worden in onderstaande hypothesen, is het de bedoeling dat alle drie de hypothesen uiteindelijk worden aangenomen of verworpen. In het hoofdstuk Onderzoek verantwoording komt de wijze waarop de hypothesen getoetst worden aan bod. De hypothesen zijn:

H1: De Gain Creators van Gilde Plus creëren voordelen voor het klantsegment ZZP.

H2: De Gain Creators van Gilde Plus creëren voordelen voor het klantsegment MKB.

H3: De Gain Creators van Gilde Plus creëren voordelen voor het klantsegment grote bedrijven.

H4: De Pain Relievers van Gilde Plus nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment ZZP.

H5: De Pain Relievers van Gilde Plus nemen de pijnpunten weg bij het Klantsegment MKB.

H5: De Pain Relievers van Gilde Plus nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment grote bedrijven.

3. Onderzoek verantwoording

In dit hoofdstuk worden de gekozen onderzoeksmethoden behandeld. Verder komen de onderzoeksgroepen, de omvang van de onderzoeksgroepen en de grenzen van het onderzoek aan bod. Tevens worden de aspecten betrouwbaarheid, validiteit en bruikbaarheid behandeld en verantwoord.

3.1 Onderzoeksmethoden

Er wordt in dit onderzoeksrapport zowel gebruik gemaakt van deskresearch als fieldresearch. Beide vormen van onderzoek worden in deze paragraaf behandeld.

3.1.1 Deskresearch

Er wordt veel gebruik gemaakt van de methode deskresearch. Bij deze methode gaat het om het verzamelen van gegevens die reeds beschikbaar zijn. Binnen de organisatie is bruikbare kennis en informatie beschikbaar. Aangezien niet alle informatie en kennis direct zichtbaar of te vinden is, worden er gesprekken gevoerd met het kernteam. Zo beschikt de heer Ron Kleijn, initiatiefnemer van Gilde Plus en voorzitter van SVV Scheveningen bijvoorbeeld over veel informatie van de bedrijfsmatige doelgroepen van Gilde Plus. Op deze manier wordt relevante informatie en kennis achterhaald. Voor dit onderzoeksrapport is het van belang om deze informatie en kennis in kaart te brengen en toe te passen. De relevante documenten zullen in de bijlagen worden opgenomen.

Verder geldt dat er veel gebruik wordt gemaakt van beschikbare informatie uit de algemene literatuur, zoals boeken, websites en uit voorgaande onderzoeken in de vorm van wetenschappelijke bronnen. In het rapport komen deze informatiebronnen naar voren in de vorm van citaties en bronvermeldingen. Twee voorbeelden van dit soort bronnen die in het rapport worden gebruikt zijn de boeken; 'Echte Winst' van Petra Hoogerwerf (Hoogerwerf, 2017) en 'Dienstenmarketingmanagement' van De Vries & Helsdingen (de Vries & van Helsdingen, 2009). Beide boeken zijn beschikbaar gesteld door het Mediacentrum van de Hogeschool Leiden. Uiteraard zijn er ook nog andere boeken en bronnen gebruikt om achter informatie te komen. Deze zijn te vinden in de bronnenlijst.

Om de ontwikkelingen op de markt van Gilde Plus te kunnen achterhalen wordt er gebruik gemaakt van reeds beschikbare informatie. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van voorgaande onderzoeken, interne en externe databases en relevante zoektermen. Er worden zoektermen gebruikt als; sociale ondernemingen, social enterprises, succesfactoren sociale onderneming, financiering sociale onderneming, markt sociale ondernemingen enz. Voorbeelden van interne databases die regelmatig gebruikt worden zijn de Dropbox van Gilde Plus (voor Gilde Plus leden) en Google Drive, waar alleen onder het kernteam bestanden worden gedeeld. Externe databases worden via de website van Bright Planet achterhaald. De reden hiervoor is dat deze site een overzicht geeft van zo'n 70.000 doorzoekbare databases en onderwerpsgerichte zoekmachines. (Baarda & Goede, 2006) Het is dan ook gemakkelijk om via deze bron aan relevante informatie te komen.

3.1.2 Fieldresearch

Er wordt veel gebruik gemaakt van de methode fieldresearch. Er wordt een kwalitatieve onderzoeksmethode gehanteerd door gebruik te maken van diepte-interviews. Deze methode zal namelijk leiden tot meer diepgaande informatie. Bovendien wordt volgens Scholl en Olivier (2014) met gebruik van diepte-interviews de achterliggende gedachte van de respondent achterhaald. In de diepte-interviews zullen er dan ook vooral open vragen worden gesteld om zo achter het 'waarom' principe te komen bij bepaalde antwoorden. Een interview wordt gezien als de aangewezen methode om informatie te verkrijgen over attitudes, opinies, gevoelens, gedachten of kennis. (Scholl & Olivier, 2014) Toch is de verkregen informatie volgens Baarde en De Goede (2006) niet altijd betrouwbaar. Dit kan komen doordat mensen zich soms niet bewust zijn van hun gedrag of dat de interviewsituatie ongunstig is. (Baarda & Goede, 2006) Deze problemen worden in de diepte-interviews geprobeerd te voorkomen door zo veel mogelijk te vragen naar feiten en zo min mogelijk naar indrukken. Tevens wordt een ongunstige interviewsituatie voorkomen door de datum, tijd en locatie van het interview van de wensen en de agenda van de respondent af te laten hangen.

Aangezien er in dit rapport onderzoek wordt gedaan naar de bedrijfsmatige doelgroepen wordt er bij de diepte-interviews onderscheid gemaakt tussen huidige (potentiële) bedrijfsmatige klanten en potentiële bedrijfsmatige klanten. De huidige bedrijfsmatige klanten zijn namelijk alleen de leden van het kernteam (tevens initiatiefnemers). Hier wordt geen onderzoek onder verricht, omdat dit niet betrouwbaar en bruikbaar wordt bevonden. Omdat Gilde Plus naast het kernteam op dit moment geen bedrijfsmatige klanten heeft, is er besloten onderzoek te verrichten onder de huidige klanten die potentiële ZZP'ers zijn. Dit betreffen 2 werkzoekenden die via Gilde Plus aan het onderzoeken zijn of zij zelfstandig ondernemer kunnen worden. De potentiële bedrijfsmatige klanten bestaan uit ZZP'ers, Mkb'ers en grote bedrijven. Voor de huidige klanten wordt een andere vragenlijst gehanteerd dan voor potentiële klanten. De reden hiervan is dat er bij huidige klanten meer wordt ingegaan op ervaringen en tevredenheid van het lid zijn van Gilde Plus. Aangezien de huidige klanten op dit moment als werkzoekende lid zijn, wordt er ingegaan op mogelijkheden en bereidheid om in de toekomst bedrijfsmatig lid te worden. Bij potentiële klanten wordt er meer ingegaan op wensen en behoeften ten aanzien van de waarde propositie van Gilde Plus en de mogelijkheden om op dit moment lid en/of opdrachtgever te worden van Gilde Plus.

Voordat de diepte-interviews kunnen worden afgenomen worden er eerst verzoeken voor deelname aan het onderzoek gedaan bij potentiële afnemers. Doordat mede-initiatiefnemer Ron Kleijn tevens voorzitter van SVV Scheveningen is, worden via hem contactgegevens van de "beslissende" personen binnen de bedrijven achterhaald. Er wordt telefonisch contact opgenomen met deze personen. Allereerst wordt de reden van de benadering toegelicht. Daarna wordt er gevraagd of de ondernemer bereid is mee te werken aan een kort interview met betrekking tot de sociale onderneming Gilde Plus SVV Scheveningen in verband met een afstudeertraject. Tot slot wordt er bedankt voor de tijd en/of deelname en na positieve respons wordt er een afspraak ingepland.

De diepte-interviews worden door middel van een audio-opname bewaard. De opnames worden via een gespecialiseerde app op een telefoon uitgevoerd. De audio-opnames worden uitgewerkt in de vorm van verbatims. De verbatims bevatten woordelijke transcripties. De verbatims worden uitgewerkt en geanalyseerd door middel van analyseschema's. In het hoofdstuk Resultaten wordt er verwezen naar de resultaten uit de analyseschema's. Zowel de verbatims als de analyseschema's zijn in de bijlagen te vinden.

3.2 Onderzoeksgroepen

De onderzoeksgroepen van dit rapport zijn onder te verdelen in de volgende twee segmenten, namelijk:

Huidige afnemers

De huidige afnemers bestaan uit opdrachtgevers en leden van Gilde Plus. De opdrachtgevers betalen Gilde Plus voor het uitvoeren van projecten en het leveren van bepaalde diensten.

Leden van Gilde Plus betalen maandelijks 25 euro in de vorm van contributie. Gilde Plus heeft op dit moment 16 leden waarvan er 3 leden ZZP'ers zijn. Dit betreffen de leden van het kernteam. Zij betalen jaarlijks 1000 euro om zo met hun bedrijf lid te zijn van Gilde Plus. Een overzicht van de leden is te vinden in Bijlage 10. Aangezien er in het onderzoek de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen worden achterhaald, worden van de 13 werkzoekende leden alleen de personen meegenomen die aan het onderzoeken zijn of zij via Gilde Plus zelf ZZP'er kunnen worden. Te weten: de heer Frits Emmerik en de heer Ernst Andeweg (zie Bijlage 10 Huidige ledenbestand Gilde Plus).

Potentiële afnemers

In dit rapport wordt er onderzoek verricht onder bedrijfsmatige doelgroepen. De potentiële klanten bestaan in dit geval uit ZZP'ers, Mkb'ers en groot bedrijven binnen het sponsorbestand van SVV Scheveningen die nog geen lid en/of opdrachtgever zijn van Gilde Plus. Het totale sponsorbestand van SVV Scheveningen bestaat uit zo'n 150 commerciële bedrijven. In overleg met de voorzitter van SVV Scheveningen (tevens lid van het kernteam van Gilde Plus) is er een selectie gemaakt uit dit sponsorbestand (zie Bijlage 9). Deze selectie bestaat uit bedrijven uit verschillende branches en met verschillende bedrijfsgroottes. Voor deze bedrijven geldt dat er een sterke binding is met de voetbalvereniging SVV Scheveningen. Dit houdt in dat dat er in ieder geval regelmatig contact is. Aangezien Gilde Plus een tak is van deze vereniging wordt deze relatie belangrijk bevonden. Er wordt namelijk vanuit gegaan dat een sterke relatie sneller zal leiden tot positieve respons op het initiatief.

Omvang onderzoeksgroepen

De omvang van de onderzoeksgroepen bestaat uit:

- Huidige klanten: 2 huidige contributie-betalers (potentiële ZZP'ers)
- Potentiële klanten: 8 bedrijven uit de selectie van het sponsorbestand van SVV Scheveningen.

3.3 Bruikbaarheid

De resultaten van het gehele onderzoek worden gebruikt om de probleemstelling te kunnen beantwoorden. Doordat de conclusies worden gerelateerd aan de hoofdvraag en de hypothesen wordt er getracht de doelstelling te behalen. Voor de opdrachtgever van dit onderzoeksrapport zijn alle gegevens uit het rapport bruikbaar voor toekomstige bedrijfsvoering. Ten einde van dit rapport worden er meerdere implementatieadviezen vanuit de conclusies en aanbevelingen opgesteld. Deze adviezen zijn bestemd voor het kernteam van Gilde Plus om zo aan te geven welke acties zij moeten ondernemen om de uitgesproken ambitie te kunnen realiseren. Dit rapport biedt inzichten in de wensen en behoeften van huidige en potentiële afnemers. Aan de hand van deze inzichten kunnen er wellicht noodzakelijke veranderingen met betrekking tot de toekomstige bedrijfsvoering aan het licht komen. Het rapport zal hierom uitsluitend beschikbaar worden gesteld aan het kernteam van Gilde Plus en de Hogeschool Leiden.

3.4 Betrouwbaarheid

Het is bij een onderzoek uiterst belangrijk dat de resultaten betrouwbaar zijn. Dit houdt in dat een nieuw onderzoek met betrekking tot dit onderwerp in grote lijnen dezelfde resultaten zou moeten opleveren. In dit onderzoek worden er twee huidige afnemers en acht potentiële afnemers ondervraagd. Aangezien alleen het kernteam, tevens initiatiefnemers van Gilde Plus, bedrijfsmatige afnemers zijn, is besloten om potentiële ZZP'ers te interviewen. Wanneer er was besloten om alleen onder de leden van het kernteam onderzoek te doen zou dat weinig betrouwbare en bruikbare informatie opleveren. Wat betreft de potentiële afnemers, kunnen de respondenten door hun functie binnen het bedrijf worden gezien als degenen die het beleid van het bedrijf bepalen. Dit komt de betrouwbaarheid en relevantie van de antwoorden ten goede. Voorafgaande aan de interviews wordt de respondenten gevraagd of het gesprek mag worden opgenomen. Wanneer dit niet wordt gevraagd maar wellicht wel wordt opgemerkt kan dit volgens Baarda & Goede (2006) direct leiden tot wantrouwen. (Baarda & Goede, 2006) Dit wordt dus voorkomen, ervan uitgaande dat de respondenten zich op hun gemak voelen bij het interview.

3.5 Validiteit

In het gehele onderzoek staat de representativiteit van de resultaten met betrekking tot de probleemstelling centraal. Zo wordt er bij de vragenlijsten rekening gehouden met verschillende relevante theorieën of methoden, om zo de probleemstelling uiteindelijk te kunnen beantwoorden. De vragenlijsten zijn opgesteld aan de hand van de probleemstelling en het theoretisch kader, hierdoor geven de antwoorden van de respondenten invulling aan het conceptueel model. De vragenlijsten die worden gebruikt zijn na het opstellen door de opdrachtnemer eerst beoordeeld door de opdrachtgever. Na goedkeuring van de vragenlijsten zijn er test-interviews afgenomen bij zowel een huidige afnemer als een potentiële afnemer om zo de beoogde resultaten van het interview te meten. De test-interviews hebben nog enkele aanpassingen in de vragenlijsten opgeleverd, omdat er enkele beoogde resultaten nog niet werden gerealiseerd. Deze werkwijze heeft ervoor gezorgd dat het onderzoek in hoge mate valide is.

3.6 Operationalisatie

De operationalisatie van het onderzoek is gericht op het Waarde Propositie Canvas model van Osterwalder (2014). Dit model wordt namelijk als conceptueel model gehanteerd. De bijbehorende hypothesen dienen getoetst te kunnen worden aan de hand van de resultaten en conclusies van het onderzoek. In de diepte-interviews met zowel huidige afnemers als potentiële afnemers worden er om deze reden vragen gesteld met betrekking tot het conceptueel model. De variabelen uit het conceptueel model waar vragen over gesteld worden in de diepte-interviews worden ondergeschikt in twee aspecten:

- de waarde propositie van Gilde Plus bestaande uit; producten/diensten en services, voordeelverschaffers en pijnverzachters.
- de klantprofielen, bestaande uit; voordelen , pijnpunten en klanttaken.

De antwoorden van de respondenten zullen door deze werkwijze invulling geven aan het conceptueel model waardoor de hypothesen toetsbaar gemaakt worden. De deelvragen die zijn opgesteld vormen het hoofdstuk Conclusie. De beantwoording van de deelvragen geeft namelijk antwoord op de hoofdvraag.

4. Resultaten deskresearch

In dit hoofdstuk worden alle resultaten met betrekking tot deskresearch in kaart gebracht.

4.1 Interne analyse

In deze paragraaf wordt de interne analyse opgesteld. Deze analyse geeft een goed beeld van hoe de organisatie in elkaar steekt en wat de huidige situatie van de organisatie is.

4.1.1 Diensten en inkomstenstromen

Gilde Plus biedt haar diensten op dit moment aan in de vorm van een vijftrapsraket. (Gilde Plus, 2017) In combinatie met de vier elementen van het dienstenpakket bestaande uit; werkplekken, leerplekken, ontmoetingsplekken en projecten behoren de volgende vijf aspecten tot het aanbod:

1. Werkplekken voor mobiele werkers, inclusief ondersteuning en voorzieningen
2. Een levendige werk community bestaande uit Gilde-leden inclusief een online platform
3. Methoden en bijeenkomsten om zo van elkaar te leren (workshops)
4. Een methode die zorgt dat werkzoekenden aan betaald werk komen
5. Methode om betaalde opdrachten gezamenlijk aan te nemen

De inkomstenstromen van Gilde Plus bestaan uit contributie, commercie en subsidies en fondsen. Om een goed beeld van de huidige (financiële) situatie van Gilde Plus te kunnen geven, worden de inkomsten per stroom van het afgelopen boekjaar aan de hand van het rekeningoverzicht (zie Bijlage 12) in kaart gebracht.

Contributie

Op dit moment telt Gilde Plus, naast het kernteam, 13 leden. Dit betreffen werkzoekenden. De leden zijn bevoegd gebruik te maken van alle diensten van Gilde Plus. Zij betalen hier 25 euro per maand voor in de vorm van contributie. Er kan worden vastgesteld dat er hier maandelijks €325,- (13x25euro) aan inkomsten binnenkomt. De drie leden uit het kernteam betalen jaarlijks 1000 euro in de vorm van contributie, omdat zij als bedrijf lid zijn. Deze bedrijven zijn op dit moment de enige aangesloten bedrijven. Ook waren in het afgelopen jaar speciale afspraken met een startend bedrijf. Zij betaalden 150,- exclusief btw per maand. Uit het rekeningoverzicht blijkt dat het totaal aan contributie-inkomsten het afgelopen boekjaar €4.883,02 was.

Commercie

De projecten van Gilde Plus bestaan uit commerciële en maatschappelijke projecten. Aan de hand van het rekeningoverzicht van de onderneming (zie Bijlage 12) wordt vastgesteld hoeveel er in het afgelopen boekjaar met commercie is geïnd van projecten. Voor de verkoop van diensten, zowel maatschappelijk als commercieel wordt een rekening naar de opdrachtgever verzonden voor zowel materiele kosten als loonkosten. De loonkosten bestaan uit declaraties van gemaakte uren door Gilde Plus leden. 15% van een declaratie wordt als fee door het lid aan Gilde Plus (terug)betaald en wordt gebruikt voor nieuwe ontwikkelingen en investeringen.

Maatschappelijke projecten

Gilde Plus wordt beschreven als een praktisch antwoord op tal van maatschappelijke vraagstukken. Zo wordt er met projecten antwoord gegeven op de volgende maatschappelijke vraagstukken:

- Meer betaald werk voor werkzoekenden (Gilde Plus, 2017)
- Een professionele en betaalbare werkomgeving van de ondernemers waar werkelijke ontmoeting plaatsvindt (Gilde Plus, 2017)
- Een broedplaats voor sociale innovatie en nieuwe concepten (Gilde Plus, 2017)
- Maatschappelijke organisaties op meer manieren verbinden met de stad (buurthuis van de toekomst) (Gilde Plus, 2017)

Bovenstaande vraagstukken worden veelal gekoppeld aan nieuwe ideeën, werkzaamheden en projecten van Gilde Plus. Hiermee behoudt de onderneming haar maatschappelijke gezicht.

Op dit moment bevinden alle maatschappelijke projecten zich nog in de opstartfase. Hierdoor zijn er wel veel subsidies ontvangen, maar zijn er nog geen inkomsten gegenereerd uit de commerciële kant van de projecten. De maatschappelijke projecten in uitvoering zijn:

- Het In Between café.
- De Banentour.
- Het Leergilde.
- De Gereedschapskist.

Commerciële projecten

Gilde Plus heeft op dit moment enkele commerciële projecten lopen. Deze projecten bestaan uit werkzaamheden waarvoor geld wordt ontvangen van de desbetreffende opdrachtgevers.

De commerciële projecten in uitvoering zijn al even genoemd in de inleiding. Aan de hand van het overzicht van de rekening van Gilde Plus (zie Bijlage 12) kunnen de inkomsten van het afgelopen boekjaar per project worden vastgesteld:

- Het project MagaZien; €375,-
- Trainingen voor de medewerkers van opleiding & bemiddelingsbureau Gortz en Crown; €1.000,-
- Projectbegeleiding voor adviesbureau Simpel Concept (inzake de Sporttafel); €4.966,57.

Er kan worden geconcludeerd dat er het afgelopen boekjaar €6.341,57 aan inkomsten is gegenereerd uit commerciële projecten.

Subsidies en fondsen

Uit het overzicht van de rekening van Gilde Plus (zie Bijlage 12) kan worden vastgesteld dat er het afgelopen jaar €60.641,67 aan subsidies en fondsen is verkregen. Dit bedrag is als volgt opgebouwd:

Subsidies	
Maex	€ 2.500,00
Rabo	€ 5.000,00
DDD-Award	€ 8.000,00
Gemeente Den Haag	€ 9.966,67
Stichting Initiatieven Op Scheveningen	€ 8.000,00
Gemeente Den Haag	€ 22.275,00
Gemeente Den Haag	€ 4.900,00
	€ 60.641,67

Tabel 4 Subsidies 2017-2018

Conclusie inkomsten afgelopen boekjaar

De conclusie uit de inkomsten van het afgelopen boekjaar is dat de inkomstenverhouding in het afgelopen jaar 85/15 bedroeg. Dit betekent dat 85% van de inkomsten uit subsidies en fondsen kwam en maar 15% uit contributie en commercie. Dit is zelfs nog lager dan de kernteamleden in eerste instantie dachten (zie Hoofdstuk 1.1 Aanleiding). In Bijlage 12 is er een overzicht gemaakt van alle inkomsten waaruit deze verhouding blijkt. In dit overzicht zijn alle inkomsten van het overzicht van de rekening van Gilde Plus gecategoriseerd in de drie inkomensstromen.

4.2 Soortgelijke aanbieders

Uit deskresearch is gebleken dat er geen directe concurrenten in de regio te benoemen zijn die zo'n combinatie van elementen aanbieden als Gilde Plus dat doet. Ook uit gesprekken met het kernteam en met leden blijkt dat zij geen directe concurrenten kunnen benoemen. Wel zijn er via deskresearch soortgelijke aanbieders achterhaald. Deze aanbieders focussen zich op ten minste één element van het aanbod van Gilde Plus. Het aanbod van Gilde Plus bestaat uit; ontmoetingsplekken, leerplekken, werkplekken en projecten.

Ontmoetingsplek

Wanneer er wordt gekeken naar het element "ontmoetingsplek" van het dienstenpakket van Gilde Plus zijn er niet direct ondernemingen te vinden die alleen dit element aanbieden. Wel zijn er netwerkorganisaties/businessclubs die zich voornamelijk op dit element richten. Een businessclub wordt in de literatuur beschreven als een club dat uit veelal plaatselijke ondernemers bestaat die gezamenlijk een sportvereniging financieel ondersteunen en in ruil daarvoor tijdens wedstrijden en in andere bijeenkomsten de kans krijgen om te netwerken. (Cobussen & Puyt, 2015)

In tabel 5 is er een overzicht van de businessclubs uit de regio Den Haag opgesteld. Verenigingen e.d. worden buiten beschouwing gelaten. Aangezien businessclubs naast het netwerken vaak ook nog andere diensten aanbieden dienen de verzamelde gegevens alleen ter indicatie. Om een schatting te geven van wat de kosten zijn voor een businessclub in de regio Den Haag zijn de standaard-lidmaatschapskosten voor een bedrijf in kaart gebracht. De gegevens zijn verstrekt uit recent onderzoek van de Gemeente Den Haag (mei 2018) en van websites van de desbetreffende businessclubs.

Naam businessclub	Lidmaatschapskosten per jaar (standaard lidmaatschap)
VNO-NCW West	697,- (VNO-NCW west, n.d.)
MKB Den Haag	260,- (MKB Den Haag, n.d.)
Koninklijke Horeca Nederland (KHN) Den Haag	567,- (KHN, n.d.)
VBM Businessclub	395,- (VBM businessclub, n.d.)
Haagse Communicatie Kring	700,- (HCK, n.d.)
Business Breakfast Club Ronald McDonald Huis Den Haag	499,- (Ronald McDonald, n.d.)
De Haagse Businessclub	499,- (Haagsche Businessclub, n.d.)

Sociale Ondernemers Haaglanden (SOH)	175,- *persoonsgebonden (SOH Businessclub, n.d.)
Partners in Nieuw Ondernemerschap	350,- (Haags Ondernemershuis, n.d.)
Jong Managementkring Den Haag	255,- (Jong Management, n.d.)
JCI Haaglanden	350,- (JCI Haaglanden, n.d.)

Tabel 5 Businessclubs regio Den Haag (Gemeente Den Haag, 2018)

Werkplek

In de regio Den Haag worden er talloze werkplekken aangeboden. Deze plekken worden gezien als zogenoemde 'flexwerkplekken'. Veel Hagenaren werken buiten de deur in een koffiebar of in een gezellig cafeetje. (Linnemeijer, 2017) Omdat het aanbod van plekken enorm is, is het lastig hier een goed beeld van te geven. De kosten voor veel plekken bestaan vaak alleen uit het verplicht afnemen van consumpties, waarbij er dus verder gratis gebruik kan worden gemaakt van bijvoorbeeld Wifi, stroom en andere voorzieningen. (Linnemeijer, 2017)

Naast de koffiebarretjes en cafeetjes worden er in Den Haag ook wat rustigere werkplekken aangeboden. Er bestaan verschillende bedrijven in Den Haag waarbij de corebusiness het aanbieden van werkplekken is. Enkele voorbeelden hiervan zijn; Spaceswork, The Office Operators en Tauro. Deze instanties bieden comfortabele ruimtes aan tegen een bepaald bedrag. Bij deze bedrijven kunnen er ook lidmaatschappen worden afgesloten. Aangezien Gilde Plus ook lidmaatschappen voor haar dienstenpakket aanbiedt, zijn de kosten van een lidmaatschap bij de andere bedrijven in kaart gebracht. Er moet hierbij rekening worden gehouden met het feit dat het in deze gevallen om werkplekken gaat.

De kosten van een lidmaatschap bedragen bij de volgende bedrijven:

- Spaceswork 225 euro per maand. (SpacesWorks, n.d.)
- The Office Operators 175 euro per maand (The Office Operators, n.d.)
- Tauro 200 euro per maand (Tauro, n.d.)

De conclusie uit bovenstaande gegevens is dat de kosten van een lidmaatschap om gebruik te mogen maken van een werkplek bij bovenstaande bedrijven gemiddeld 200 euro per maand is. Jaarlijks zal dit dus gemiddeld op een bedrag van c.a. 2400 euro uitkomen.

Leerplekken

In de regio Den Haag zijn er niet heel veel aanbieders die zich alleen richten op het aanbieden van leerplekken voor verschillende doelgroepen. Wel zijn er training en adviesbureaus die zich op dit element focussen. De tarieven verschillen per type training en het aantal uur. Bij deze bureaus liggen de tarieven voor (loopbaan) coaching tussen de 100,- en de 200,- per uur. Voor beroepskeuze testen variëren de kosten van 250,- tot 1250,- (particulier). (TVM, sd)

Naast deze bureaus zijn er ondernemingen die zich een erkend leerbedrijf mogen noemen. Bij dit soort bedrijven worden stagiairs of afstudeerders begeleidt of in contact gebracht met gekoppelde bedrijven. De tarieven worden vaak via een offerte bepaald.

Conclusie

De conclusie van deze analyse is dat er in de regio Den Haag geen bedrijven zijn die precies hetzelfde aanbod hebben als Gilde Plus. Er kan dus worden gesteld dat Gilde Plus geen directe concurrenten heeft. Wel bestaan er in de regio bedrijven die soortgelijke diensten aanbieden. Uit de achterhaalde tarieven kan worden geconcludeerd dat deze veel hoger zijn dan de prijshantering van Gilde Plus. Tevens moet er hierbij worden gesteld dat het bij Gilde Plus om een combinatie van meerdere elementen gaat en bij de soortgelijke aanbieders ligt de focus voornamelijk maar op één element. Uit de interne analyse blijkt namelijk dat de prijshantering van Gilde Plus voor het dienstenpakket voor bedrijven maandelijks 100 euro per maand kost, waarbij het bedrag jaarlijks tot maximaal 1000 euro kan oplopen. Voor individuen wordt er een tarief van 25 euro per maand gehanteerd. Uit bovenstaande analyse blijkt dat er geen enkele soortgelijke aanbieder lagere prijzen hanteert. De lage prijshantering en de diversiteit in het aanbod van Gilde Plus kunnen na deze analyse worden gezien als onderscheidend vermogen ten opzichte van de aanbieders van soortgelijke diensten.

4.1.2 Sterktes

Uit deskresearch zijn er verschillende sterktes van Gilde Plus naar voren gekomen. De belangrijkste sterktes worden in deze paragraaf toegelicht.

Ruim aanbod aan competenties

Gilde Plus heeft een ruim aanbod aan competenties. Om de aanwezige competenties binnen Gilde Plus in kaart te brengen is er een mail verstuurd binnen het ledenbestand met de vraag een kleine profielschets te maken van zijn/haar competenties, ervaringen en betrokkenheid bij Gilde Plus. Deze mail is opgenomen Bijlage 10. Verder zijn de LinkedIn-profielen van de leden bekeken om op deze manier zoveel mogelijk informatie te achterhalen. Zo is er in kaart gebracht welke competenties Gilde Plus in huis heeft en welke competenties er dus kunnen worden aangeboden aan opdrachtgevers en andere leden. De competenties van de huidige leden en de mate van betrokkenheid binnen Gilde Plus zijn ook opgenomen in Bijlage 10. Hieruit blijkt dat de competenties nogal uiteenlopen en erg divers zijn. Er wordt in het overzicht onderscheid gemaakt tussen persoonlijke en zakelijke competenties.

Groot netwerk

Gilde Plus heeft een groot netwerk. Hierin spelen de 150 sponsors rondom SVV Scheveningen een cruciale rol. Verder geldt dat Gilde Plus samenwerkt met verschillende partners. Via deze partners worden er klanten geleverd. Voorbeelden van deze partners zijn het UWV en de Gemeente Den Haag.

Veel diversiteit in aanbod (werkplek, leerplek en ontmoetingsplek)

Doordat Gilde Plus zich vestigt in het clubgebouw van SVV Scheveningen is er veel fysieke ruimte beschikbaar. Hierdoor kunnen zij de elementen werkplekken, leerplekken en ontmoetingsplekken aanbieden. Ten aanzien van de aanbieders van soortgelijke diensten heeft Gilde Plus een divers aanbod. Bij de aanbieders die in kaart zijn gebracht ligt de focus maar op één element.

Weinig kosten

Gilde Plus heeft relatief weinig kosten. Aangezien Gilde Plus onderdeel is van SVV Scheveningen gelden alleen de huurkosten van het clubgebouw als vaste kosten. De organisatie heeft wel variabele kosten in de vorm van declaraties van ingezette uren en voor promotiemateriaal, maar ook deze zijn beperkt. Er zijn verder geen huurovereenkomsten, arbeidscontracten, machines etc.

Lage prijshantering t.o.v. concurrenten

In vergelijking met aanbieders van soortgelijke diensten hanteert Gilde Plus veel lagere prijzen. Uit de concurrentenanalyse in hoofdstuk 4.2 blijkt dat de maandelijkse tarieven van Gilde Plus flink onder de tarieven van aanbieders van soortgelijke diensten zitten. Tevens kan er worden gesteld dat Gilde Plus meer elementen in combinatie aanbiedt, waardoor de tarieven nog voordeliger kunnen worden gezien.

Onafhankelijk van externe partijen

Gilde Plus is onderdeel van SVV Scheveningen. Hierdoor is de onderneming onafhankelijk van externe partijen en worden aanwezige Gilde Plus leden aangemerkt als bezoekers van de voetbalvereniging en vallen onder bestaande verzekeringen. Gilde Plus staat dan ook niet ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Hierdoor heeft Gilde Plus niet te maken met leveranciers, verzekeringsmaatschappijen etc.

4.1.3 Zwaktes

In dit paragraaf komen de zwaktes naar voren. De zwaktes van Gilde Plus zijn achterhaald door middel van gesprekken met huidige leden en deskresearch naar aspecten als de 'online-aanwezigheid', de website en andere activiteiten van Gilde Plus. De conclusies uit deze paragraaf zullen later in het rapport worden teruggehaald in het hoofdstuk Aanbevelingen.

Communicatie

Uit deskresearch blijkt dat Gilde Plus weinig communicatiemiddelen inzet om haar diensten te promoten. De folders, posters en andere uitingen die wel worden gebruikt bevatten veel vage termen die vragen kunnen opwekken. Voorbeelden van termen die worden gebruikt zijn leerplekken, ontmoetingsplekken en werkplekken. Er wordt ervan uit gegaan dat deze termen goed worden begrepen door de doelgroepen, maar in de praktijk blijkt dat dit niet altijd het geval is.

Uit meerdere gesprekken met huidige leden van Gilde Plus is naar voren gekomen dat de interne communicatie ook veel beter kan. Wekelijks is er een bijeenkomst voor het kernteam, maar er vindt onregelmatig een algemene ledenbijeenkomst plaats. Uit de gesprekken blijkt dat de leden zich hierdoor minder betrokken voelen bij de onderneming.

Geen heldere propositie

Gilde Plus beschikt niet over een heldere propositie. Deze is nergens te vinden en komt ook niet naar voren uit gesprekken met het kernteam. Het is voor een onderneming belangrijk om over een heldere propositie te beschikken. Hiermee kan namelijk een belofte worden gedaan aan de doelgroepen. De doelgroepen weten aan de hand van een propositie wat een onderneming voor hun kan betekenen.

Slechte website

Gilde Plus beschikt over een website. Deze website dient puur als communicatiemiddel.

Er kan worden gesteld dat de informatie op de website niet erg duidelijk en onoverzichtelijk is. Uit Bijlage 14 kan worden geconcludeerd dat de kleuren die voor de website worden gebruikt best donker zijn. Hierdoor zijn sommige teksten slecht leesbaar. De verschillende pagina's die op de site naar voren komen worden ook niet goed gebruikt. Een voorbeeld is de pagina 'Ons aanbod' (zie Bijlage 14). Op deze pagina wordt er niet omschreven wat het aanbod precies inhoudt. Er wordt slechts één voorbeeld gegeven van een lopend project. Er kan worden geconcludeerd dat de website nog niet goed in elkaar steekt en veel onduidelijkheden bevat.

Weinig gebruik van sociale media

Uit deskresearch blijkt dat Gilde Plus gebruik maakt van Instagram en Facebook. Via deze kanalen wordt er weinig gecommuniceerd. Er worden onregelmatig posts geplaatst of activiteiten gedeeld. Zo kan uit Bijlage 14 Social Media worden opgemerkt dat Gilde Plus op Instagram momenteel 125 volgers heeft, terwijl er maar liefst 852 accounts gevolgd worden. Dit houdt in dat het voor degene die Gilde Plus wel volgt, de pagina nog niet interessant genoeg is om terug gevolgd te worden. De laatste post via Instagram dateert van 9 juli en heeft weinig likes gegenereerd. Ook voor de andere posts geldt dat deze weinig "likes" krijgen. Er zal dan ook meer energie moeten worden gestopt in het leuk maken van de pagina en de posts. Verder komt er uit deskresearch naar voren dat Gilde Plus geen gebruik gemaakt van social mediakanalen als Twitter en LinkedIn. Aangezien deze kanalen in de praktijk wel worden gezien als effectieve B2B-kanalen, wekt de vraag op waarom Gilde Plus hier geen gebruik van maakt.

Conclusie sterktes en zwaktes

Uit de sterkte punten van Gilde Plus komen belangrijke aspecten naar voren welke het bedrijf dient te waarborgen. Veel van deze aspecten vormen het onderscheidend vermogen van Gilde Plus ten opzichte van aanbieders van soortgelijke diensten. Uit de zwakke punten van Gilde Plus komen er ook belangrijke aspecten naar voren. De zwakke punten dient Gilde Plus te verbeteren. De zwakke punten hebben voornamelijk betrekking op de communicatie van de onderneming, zowel intern als extern.

4.2 Business Model Canvas

Het Business Model Canvas van Osterwalder (2010) geeft een goed beeld van hoe een organisatie in elkaar steekt. (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010) Er wordt met behulp van negen bouwstenen invulling gegeven aan verschillende aspecten van een organisatie. De negen bouwstenen zijn uitgewerkt voor Gilde Plus. De informatie is verkregen uit de voorgaande hoofdstukken, interne databases en gesprekken met het kernteam. De toelichting op het Business Canvas model van Gilde Plus is te vinden in Bijlage 13.

Key Partners - SVV Scheveningen - 150 Sponsors van SVV Scheveningen (netwerk) - Ondernemersnetwerken (businessclubs) - UWV - Gemeente Den Haag	Key Activities - Coaching/ begeleiding/ trainingen - Netwerken (ontmoetingsplek) - Flex/werkplekken (werkplek) - Workshops/inspiratiesessies (leerplek) - Conceptontwikkeling -> projecten	Value Propositions - Kennis delen (tijd/geldbesparend, nieuwe ideeën) - Arbeidsplaatsen creëren - Samenwerken - Ondernemerschap stimuleren - Inhoudelijk/zakelijk waarde toevoegen - Beter benutten van ruimtes en competenties - Maatschappelijk gezicht	Customer Relationships - Om de een week Gilde leden bijeenkomst - Periodieke verslaglegging aan opdrachtgevers, zowel schriftelijk als mondeling	Customer Segments - Werkenden - Werkzoekenden - ZZP'ers - MKB bedrijven - Grote bedrijven Subsidies en fondsen: - Gemeente Den Haag - MAEX Fondsen: - Rabobank Innovatiefonds - SIOS Stichting Initiatief op Scheveningen						
Cost Structure - Huurkosten - Variabele kosten (declaraties, materieel(flyers, posters etc.)) - 15% van de opbrengsten uit verkopen gaat naar Gilde Plus - 85% van de opbrengsten uit verkopen gaat naar kosten, zowel materieel als declaraties.			Revenue Streams <table><tr><td>Contributiegelden</td><td>6%</td></tr><tr><td>Commercie</td><td>9%</td></tr><tr><td>Subsidies en fondsen</td><td>85%</td></tr></table>		Contributiegelden	6%	Commercie	9%	Subsidies en fondsen	85%
Contributiegelden	6%									
Commercie	9%									
Subsidies en fondsen	85%									

Figuur 6 Business Model Canvas Gilde Plus

4.3 Waarde Propositie model

Als vervolgstap van het Business Model Canvas model van Osterwalder (2010) wordt er nu invulling gegeven aan het conceptueel model; Waarde Propositie model van Osterwalder (2014). Zoals in het theoretisch kader beschreven staan in dit model de twee bouwstenen 'waarde propositie' en 'klantsegmenten' centraal. De waarde propositie van Gilde Plus komt in het Business Canvas model (figuur 6) naar voren in de volgende elementen:

- Kennis delen (nieuwe ideeën, tijd en geldbesparend)
- Arbeidsplaatsen creëren
- Samenwerken
- Ondernemerschap stimuleren
- Inhoudelijk/zakelijk waarde toevoegen
- Beter benutten van ruimtes en competenties
- Maatschappelijk verantwoord

De klantsegmenten van Gilde Plus bestaan uit:

1. **Individueen:** werkenden en werkzoekenden.
2. **Bedrijven:** ZZP'ers, MKB-bedrijven, Grote bedrijven.
3. **Instanties:** de gemeente Den Haag, MAEX, fondsen; Rabobank Innovatie fonds en SIOS Stichting Initiatief Op Scheveningen.

Uit de voorgaande hoofdstukken kan worden geconcludeerd dat de producten & diensten van Gilde Plus bestaan uit: werkplekken, leerplekken, ontmoetingsplekken en projecten. De kernactiviteiten die hierbij horen komen in het Business Canvas Model (zie figuur 6) naar voren in:

- Coaching/begeleiding (leerplekken)
- Netwerksessies (ontmoetingsplekken)
- Flex/werkplekken (werkplekken)
- Workshops/inspiratiesessies (leerplekken)
- Concept ontwikkeling (projecten)

Aangezien niet alle informatie om invulling aan het conceptueel model te geven uit deskresearch kan worden gehaald dient er aanvullend fieldresearch te worden verricht.

Er wordt onderzoek gedaan naar de klantsegmenten "bedrijven", bestaande uit; ZZP'ers, MKB-bedrijven en grote bedrijven. De reden hiervan is dat Gilde Plus nog te weinig inkomsten genereert uit deze doelgroepen en wenst dat de bedrijven rondom SVV Scheveningen lid en/of opdrachtgever worden. Er wordt in het rapport onderscheid gemaakt tussen huidige afnemers (potentiële ZZP'ers) en potentiële afnemers (ZZP'ers, Mkb'ers en groot bedrijven). De invulling van het conceptueel model geeft aan of de waarde propositie van Gilde Plus aansluit op de wensen en behoeften van een bepaald klantsegment en of er dus sprake is van een zogenoemde 'markt-fit'. Allereerst dienen de wensen en behoeften van de verschillende klantsegmenten in kaart worden gebracht. Hiermee kan er invulling worden gegeven aan de belangrijkste kernmerken van een klantsegment; het klantprofiel.

Toepassing

Nu de waarde propositie van Gilde Plus en de klantsegmenten in kaart zijn gebracht moet voor verdere invulling van het conceptueel model worden gekeken naar de wensen en behoeften van de verschillende klantsegmenten. Er dient hiervoor inzicht te worden verkregen in de klanttaken, pijnpunten en voordelen van (potentiële) afnemers. Aangezien het in dit onderzoek het klantsegment “bedrijven” centraal staat worden de respondenten gesegmenteerd op bedrijfsgrootte. De bedrijven bestaan uit ZZP’ers, Mkb’ers en grote bedrijven. Zo kan er worden geconcludeerd of de wensen en behoeften per klantsegment verschillen en bij welk segment er sprake is van een markt-fit en bij welke niet. Om invulling te geven aan de klanttaken, pijnpunten en voordelen in het conceptueel model zijn er diepte-interviews afgenomen. De resultaten hiervan worden besproken in het hoofdstuk Resultaten fieldresearch.

5. Resultaten fieldresearch

In dit hoofdstuk komen de resultaten van het fieldresearch naar voren. Het fieldresearch bestaat uit diepte-interviews met potentiële en huidige afnemers van Gilde Plus.

5.1 Resultaten potentiële afnemers

Tijdens het onderzoek zijn er diepte-interviews afgenomen met acht potentiële bedrijfsmatige afnemers. De respondenten zijn ingedeeld in verschillende klantsegmenten. De segmenten zijn onderverdeeld in bedrijfsgroottes. De respondenten bestaan uit ZZP'ers, ondernemers en medewerkers van diverse bedrijven. In het onderzoek wordt er duidelijk onderscheid gemaakt tussen de verschillende segmenten. Hier zal vooral in het hoofdstuk Conclusies op worden terugkomen. Er wordt invulling gegeven aan het conceptueel model aan de hand van resultaten uit de diepte-interviews. In tabel 7 is er een respondentenschema opgesteld wat aangeeft welke respondenten onder welk klantensegment vallen.

Bedrijfsgrootte	MKB*	Groot**	ZZP***
Respondentnummers ----- Bedrijfsnamen	1,2,3,4 ----- 1= Bakkerij Victor Driessen 2= Hoornwijck Groep 3= Intension Health Club 4= Hofstad Security	5,6 ----- 5= Domino's 6= Jaczon B.V.	7,8 ----- 7= Godee Accounts and Insurances 8= Solectief

Tabel 7 Potentiële klantsegmenten respondenten

*: < 250 werknemers (middel-klein bedrijven)

**> 250 werknemers

***: Zelfstandige Zonder Personeel

Alle resultaten zijn ingedeeld in deelonderwerpen om het overzichtelijk te maken. De diepte-interviews met potentiële afnemers zijn eerst verwerkt in verbatims en daarna geanalyseerd met behulp van analyseschema's. De verbatims zijn opgenomen in Bijlage 8. De analyseschema's van de diepte-interviews met potentiële afnemers opgenomen in Bijlage 7 Potentiële afnemers.

5.1.1 Problemen/vraagstukken

In het begin van de diepte-interviews werd de respondenten onderstaande vraag gesteld.

De vraag luidde: "Zijn er problemen/vraagstukken te benoemen binnen het bedrijf, waarbij er hulp kan worden ingezet van een externe partij?"

De antwoorden geven in de meeste gevallen direct inzichten in de huidige situaties bij de bedrijven van de respondenten. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 1.

Slechts 2 van de 8 respondenten geeft aan geen problemen/vraagstukken te hebben. Dit betreffen een Mkb'er en een ZZP'er. Eén Mkb'er geeft aan gebrek te hebben aan deskundig personeel. Dit betreft een bedrijf in de bakkerij sector. De respondent geeft aan hulp te kunnen gebruiken bij het werven en zoeken van mensen. Ook voor een respondent van een groot bedrijf geldt dat er hulp bij het vinden van personeel gewenst wordt. De andere respondent van een groot bedrijf geeft aan

advies te kunnen gebruiken bij fiscale en juridische zaken. Een ZZP'er geeft aan dat hij koude acquisitie een groot probleem vindt. Twee mkb'ers geven aan open te staan voor veranderingen en nieuwe inzichten, zowel op persoonlijk als zakelijk vlak.

5.1.2 Relevantie sociaal ondernemen

In het begin de diepte-interviews zijn er vragen gesteld over de relevantie van sociaal ondernemen. De relevantie van dit aspect voor de potentiële klanten is getoetst door naar de bekendheid en het belang van dit aspect te vragen.

Sociaal ondernemen

Het belang van sociaal ondernemen is getoetst om aan te geven wat de potentiële afnemers van een initiatief als Gilde Plus vinden. Er wordt achterhaald hoe bekend het begrip 'sociaal ondernemen' is en hoe sociaal de bedrijven al ondernemen en wat zij het belang hiervan vinden. Verder wordt duidelijk of de potentiële klanten andere sociale ondernemingen uit de regio kunnen benoemen. De antwoorden op dit onderwerp zijn te vinden in analyseschema's 2a t/m 2c.

De eerste vraag met betrekking tot dit onderwerp was: *'Hoe bekend bent u met het begrip sociaal ondernemen?'* De resultaten van deze vraag zijn te vinden in Analyseschema 2a.

De respondenten geven allemaal aan bekend te zijn met het begrip en zijn ook in staat om hier een beschrijving van te geven. Zo weet een mkb'er naast een beschrijving van het begrip ook een voorbeeld uit zijn vakgebied te geven.

De tweede vraag met betrekking tot dit onderwerp was: *'Zijn er andere sociale ondernemingen uit de regio te benoemen?'* De resultaten van deze vraag zijn te vinden in Analyseschema 2b.

De antwoorden op deze vraag lopen wat uiteen. Zo geven 2 van de 8 respondenten echt voorbeelden van andere sociale ondernemingen. Een mkb'er beantwoordt de vraag met: *"Ja, bijvoorbeeld Welzijn Scheveningen, stichtingen en wijzelf."* De rest geeft aan niet echt bezig te zijn met andere sociale ondernemingen uit de regio. Er is geen duidelijk overwicht te binnen de onderzochte klantsegmenten als het gaat om het kunnen benoemen van andere sociale ondernemingen.

De derde vraag met betrekking tot dit onderwerp was: *"Hoe belangrijk vindt u dit soort sociale initiatieven?'* De resultaten van deze vraag zijn te vinden in Analyseschema 2c.

De antwoorden van de respondenten op deze vraag komen overeen. Zo geven alle respondenten aan dat ze dit soort initiatieven belangrijk vinden. Er is geen duidelijk verschil te benoemen als het gaat om het belang van sociale initiatieven binnen de onderzochte klantsegmenten.

5.1.3 Bekendheid Gilde Plus

Het volgende onderwerp wat behandeld is in de diepte-interviews heeft betrekking op de bekendheid van Gilde Plus onder potentiële afnemers. Er wordt ingegaan op naamsbekendheid, de huidige relatie en de bekendheid van het dienstenpakket van Gilde Plus.

Naamsbekendheid

Het belang om de naamsbekendheid te toetsen onder de potentiële afnemers is dat er belangrijke conclusies uit kunnen komen met betrekking tot de huidige communicatie en de middelen die er worden ingezet. De naamsbekendheid van Gilde Plus is getoetst door middel van twee vragen. De antwoorden op dit onderwerp zijn te vinden in analyseschema's 4 en 5.

7 van de 8 respondenten geven aan (redelijk) bekend te zijn met Gilde Plus. De meeste van deze respondenten hebben al eens een bijeenkomst bijgewoond en geven aan te weten wat het initiatief inhoudt. Voor één van MKB-bedrijven is het initiatief nog niet echt duidelijk, hij beantwoordt de vraag met: *"Ik ken het wel maar ik heb nog geen goed beeld van wat Gilde Plus precies inhoudt."*

Alle respondenten aan dat zij via de voetbalvereniging SVV Scheveningen in contact zijn gekomen met Gilde Plus. Twee respondenten geven aan ook benaderd te zijn via de mail. Dit betreffen een Mkb'er en een respondent van een groot bedrijf.

Huidige relatie

Het volgende onderwerp waar de respondenten naar gevraagd werden is de huidige relatie met Gilde Plus. Dit onderwerp is getoetst om zo te achterhalen hoe de potentiële afnemers op dit moment de relatie zien en welke verbeterpunten zij kunnen bedenken om de relatie te versterken. De antwoorden op dit onderwerp zijn te vinden in analyseschema's 6a t/m 6c.

Twee mkb'ers geven aan dat huidige relatie helemaal niet sterk is. Vier respondenten geven aan dat de huidige relatie niet sterk is. Deze respondenten geven aan weleens een bezoek te hebben gebracht aan Gilde Plus. Er is geen duidelijk verschil te benoemen binnen de onderzochte klantsegmenten als het gaat om de huidige relatie met Gilde Plus.

De respondenten die de huidige relatie beschrijven als helemaal niet sterk geven als belangrijkste redenen hiervoor dat er geen duidelijkheid is, geen behoeftevraag is en er een gebrek aan activiteiten door bedrijven is.

De respondenten die de huidige relatie beschrijven als niet sterk geven de volgende redenen hiervoor: weinig tastbaar, wordt veel van je gevraagd, geen vraagstukken, weinig te bieden, weinig extra te behalen, weinig tijd voor vrij te maken, weinig binding en weinig bekendheid.

4 van de 8 respondenten weten direct verbeterpunten te benoemen voor de huidige relatie. Deze respondenten geven aan dat communicatie en structuur belangrijke verbeterpunten zijn. Een mkb'er onder de respondenten kijkt meer naar eigen verbeterpunten om de relatie te versterken. Hij beantwoordt de vraag met: *"Ik zou wat meer kunnen aangeven bij onze MT-bijeenkomsten."*

Dienstenpakket

Het volgende onderwerp waar de respondenten vragen over werden gesteld om de algehele bekendheid te achterhalen is de bekendheid van het dienstenpakket van Gilde Plus. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 10.

6 van de 8 respondenten geven aan weinig te weten van het dienstenpakket van Gilde Plus. Slechts twee respondenten weten wat het dienstenpakket inhoudt. Dit betreffen een mkb'er en een ZZP'er.

7 van de 8 respondenten geven aan persoonlijk weleens contact te hebben gehad over de dienstverlening van Gilde Plus. Een andere mkb'er geeft aan dat er nog niet helder gecommuniceerd is. Hij beantwoordt de vraag met: *"Nee, dat is nog niet helder gecommuniceerd denk ik. Want ik moet erover na gaan denken. Daar zou nog wel een verbeterpuntje liggen voor Gilde Plus."*

Projecten en werkzaamheden

Het volgende onderwerp waar de respondenten naar gevraagd werd is de bekendheid van huidige projecten en werkzaamheden. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 12a.

Twee respondenten geven aan geen enkel project of werkzaamheid weten te benoemen. 5 van de 8 respondenten geven aan enkele projecten of werkzaamheden weten te benoemen. Bij navraag blijkt dat vier respondenten op de hoogte zijn van het project Leergilde. Dit betreffen 3 mkb'ers en 1 ZZP'er. Verder blijkt dat er drie respondenten op de hoogte zijn van het project De Banentour. Dit betreft 1 ZZP'er en 2 mkb'ers. De respondenten van de grote bedrijven weten helemaal geen projecten te benoemen.

5.1.4 Wensen en behoeftes

De volgende onderwerpen waar vragen over gesteld zijn hebben betrekking op de wensen en behoeftes ten aanzien van de elementen werkplekken, leerplekken en ontmoetingsplekken en de projecten. Ook worden de wensen en behoeftes ten aanzien van de kosten aan contributie in kaart gebracht.

Werkplek

Het eerste element van het aanbod van Gilde Plus waar de respondenten naar gevraagd werden is de werkplek. Er zijn vragen gesteld met betrekking tot het huidige gebruik van externe werkplekken en de behoefte aan meer werkplekken. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema's 7a t/m 7c.

5 van de 8 respondenten geven aan momenteel geen gebruik te maken van externe werkplekken. Deze groep geeft aan op hun vaste werkplek voorzien te zijn van alle behoeften omtrent hun werkplek. Een externe plek wordt door deze groep als overbodig beschouwd. De overige drie respondenten maken echter wel gebruik van externe werkplekken. Dit betreffen twee ZZP'ers en één Mkb'er.

Voor geen van de respondenten is daadwerkelijk behoefte aan meer externe werkplekken. Zowel de groep die momenteel geen gebruik maakt van externe werkplekken, als de groep die wel gebruik maakt van externe werkplekken geeft aan dit niet nodig te hebben.

Leerplek

Het tweede element waar de respondenten naar gevraagd werden is de leerplek. Er zijn vragen gesteld met betrekking tot het huidige gebruik van externe leerplekken en de behoefte aan meer leerplekken. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema's 8a t/m 8c.

Eén medewerker van een groot bedrijf en één Mkb'er zeggen geen gebruik te maken van externe leerplekken. Het groot bedrijf geeft te kennen genoeg ruimte te hebben op hun eigen kantoor voor dit soort gelegenheden. De mkb'er geeft aan momenteel geen vaste basistrainingen voor zijn personeel in te plannen. De rest van de respondenten maken wel eens gebruik van externe leerplekken. De respondent van het andere groot bedrijf geeft simpelweg te kennen geen beschikbare ruimte te hebben in het kantoorpand. Hierdoor wordt door hen wel gebruik gemaakt van externe leerplekken.

De vervolgvraag doelde op de behoefte naar meer externe leerplekken: *"Is er behoefte aan meer externe leerplekken?"*

Drie respondenten geven aan wel open te staan voor meer externe leerplekken. Dit betreffen twee mkb'ers en één ZZP'er. Een Mkb'er, die eerder aangaf géén gebruik te maken van externe werkplekken, staat hier wel voor open om dit in de toekomst te doen. De rest van de respondenten heeft hier geen behoeften aan, omdat zij reeds van deze behoefte worden voorzien.

Ontmoetingsplek

Het derde element waar de respondenten naar gevraagd werden is ontmoetingsplekken. Er zijn vragen gesteld met betrekking tot het huidige bezoek aan ontmoetingsplekken en de behoefte aan meer ontmoetingsplekken. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema's 9a t/m 9c.

Zeven respondenten geven aan weleens een bezoek te brengen aan ontmoetingsplekken. Eén respondent geeft aan geen bezoek te brengen aan ontmoetingsplekken, dit betref een respondent van een groot bedrijf. 4 van de 7 respondenten die weleens een bezoek brengen aan ontmoetingsplekken geven aan, dat ze dit één keer in de maand doen. Uit de antwoorden van een mkb'er en een groot bedrijf blijkt dat het aanbod van netwerkevents groot is en dat er daarom keuzes moeten worden gemaakt.

Twee respondenten geven aan wel open te staan voor meer ontmoetingsplekken. Dit betreffen één ZZP'er en één mkb'er. Beide respondenten geven aan meer contact te willen met de bedrijven rondom SVV Scheveningen. 4 van de 8 respondenten geven aan dat er niet direct meer behoefte is aan ontmoetingsplekken, maar hier wel voor open te staan. Dit betreffen respondenten uit alle klantsegmenten. 2 van de 8 respondenten geven aan geen behoefte te hebben aan meer ontmoetingsplekken. Dit betreffen een mkb'er en een ZZP'er. Zij geven aan al voldoende ontmoetingsplekken te bezoeken.

Projecten en werkzaamheden

Het vierde element waar de respondenten naar gevraagd werden betreft de wensen en behoeften ten aanzien van huidige projecten van Gilde Plus. Wanneer de respondenten niet in staat bleken om projecten te kunnen benoemen werden de huidige projecten van Gilde Plus eerst kort toegelicht. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 12 b.

Vijf respondenten geven aan het project Leergilde wel te vinden passen bij het bedrijf. Dit betreffen bedrijven binnen alle klantsegmenten. Vier respondenten geven aan het project Banentour wel te vinden passen bij het bedrijf. Dit betreffen twee ZZP'ers en twee mkb'ers. Drie respondenten zien andere werkzaamheden van Gilde Plus wel bij het bedrijf passen. Dit betreffen één ZZP'er, één

mkb'er en één respondent van een groot bedrijf. De ZZP'er geeft aan open te staan voor werkzaamheden als administratie voeren, plannetjes schrijven en structuur bewaken. De mkb'er geeft aan open te staan voor administratieve werkzaamheden. De respondent van het groot bedrijf geeft aan open te staan voor coaching sessies en trainingen.

Lidmaatschap

Wat betreft de wensen en behoeften ten aanzien van een lidmaatschap bij Gilde Plus is de volgende vraag gesteld: *"Hoe ziet u op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor u?"* De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 14.

Geen enkele respondent is in staat een duidelijk beeld te geven van hoe een lidmaatschap bij Gilde Plus eruitziet.

Contributie

Om te achterhalen wat de respondenten op dit moment bereid zijn te betalen in de vorm van contributie zijn er vier criteria opgesteld:

1. Onder de 700 euro
2. Tussen de 700-900
3. Tussen de 900-1100 euro
4. Meer dan 1100 euro

De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 15.

6 van de 8 respondenten geven aan op dit moment jaarlijks onder de 700 euro bereid zijn te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus. Dit betreffen bedrijven binnen alle klantsegmenten.

5.1.5 Voordelen

Om te achterhalen wat de voordelen voor de respondenten zijn om wel lid te worden van Gilde Plus is de volgende vraag gesteld: *"Wat zijn op dit moment de redenen/voordelen om wel lid te worden van Gilde Plus?"* De resultaten op deze vraag worden zeer relevant bevonden voor verdere invulling van het conceptueel model. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 15.

Slechts één respondent, een mkb'er, geeft aan geen enkele reden of voordeel te kunnen benoemen. De overige zeven respondenten noemen wel redenen en/of voordelen om lid te worden van Gilde Plus. De voordelen die benoemd worden door het klantsegment ZZP'ers zijn: 'nieuwe klantengroep aanboren', 'meer bekendheid onder Scheveningse bedrijven' en 'elkaar kunnen versterken'. De voordelen die benoemd worden door het klantsegment mkb'ers zijn: 'de leerplekken', 'ambacht behoud, door project Leergilde', 'het project de Banentour', 'in contact blijven met mensen uit de omgeving', 'een businessclub van Scheveningse bedrijven', 'de kruisverstuivingen' en 'verhogen naamsbekendheid'. De voordelen die benoemd worden door de respondenten van grote bedrijven zijn: 'de ontmoetingsplekken' en 'de projecten Leergilde en de Banentour'.

5.1.6 Pijnpunten

Om te achterhalen wat de pijnpunten zijn van de respondenten zijn ten aanzien van de diensten van Gilde Plus, zijn er vragen gesteld met betrekking tot de redenen dat de respondenten nog geen lid willen worden en hoe deze pijnpunten volgens hen kunnen worden verzacht of zelfs worden weggenomen. De resultaten op deze vraag worden zeer relevant bevonden voor verdere invulling van het conceptueel model. De antwoorden op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema 16.

Alle respondenten zijn in staat pijnpunten te benoemen. De pijnpunten voor het klantsegment ZZP'ers zijn; 'zelf tijd voor vrij maken', 'weinig tastbare zaken' en 'weinig structuur'. De pijnpunten die worden genoemd door de Mkb'ers zijn; 'weinig duidelijkheid', 'geen behoeftevrage' en 'weinig tijd'. De pijnpunten die naar voren komen uit de antwoorden van de respondenten van grote bedrijven zijn: 'weinig tijd', 'niet rendabel genoeg' en 'niet zoveel te bieden'.

Alle respondenten zijn in staat om aan te geven hoe de pijnpunten kunnen worden verzacht. De aspecten 'zelf tijd erin stoppen', 'meer duidelijkheid', en 'meer structuur' komen vaker terug in de antwoorden. Een ZZP'er geeft aan dat de pijnpunten kunnen worden verzacht door een bredere groep bedrijven binnen te halen en dat interne en externe communicatie beter moet.

5.1.7 Klanttaken

Om te achterhalen wat de respondenten in hun werk of privéleven nog willen realiseren wordt er gekeken naar relevante antwoorden uit de diepte-interviews waarbij er op deze zogenoemde klanttaken wordt ingegaan. De klanttaken die naar voren komen zijn:

- Maatschappelijk betrokken zijn

Een klanttaak dat vaker terugkomt in de antwoorden van de respondenten is maatschappelijk betrokken zijn. Zo geven alle respondenten aan sociale initiatieven belangrijk te vinden. Door vijf respondenten wordt sociaal ondernemen direct aan de eigen onderneming gekoppeld. Dit betreft drie mkb'ers en één groot bedrijf. Zij geven aan maatschappelijk betrokken te zijn met de onderneming en geven hier voorbeelden van. Een respondent van een groot bedrijf geeft aan graag in het algemeen meer betrokken te zijn met Scheveningen. Hij geeft aan langere tijd op grote afstand te hebben gestaan van Scheveningen en wenst de afstand te beperken.

- Samenwerken met andere partijen

Drie respondenten geven aan in het algemeen open te staan voor meer contact met ondernemers uit de regio. Dit betreffen bedrijven uit alle klantsegmenten. Deze respondenten geven aan meer te willen samenwerken en elkaar te ondersteunen.

- Kennis delen en verbreden

Een mkb'er geeft aan kennis delen en overbrengen voordelen te vinden om lid te worden van Gilde Plus. Een andere mkb'er sluit zich hierop aan en ziet de kruisverstuivingen tussen de aangesloten bedrijven als een voordeel om lid te worden van Gilde Plus.

- Nieuwe concepten

Twee mkb'ers geven aan met nieuwe concepten bezig te zijn. Beiden geven aan dat zij hier nog hulp voor kunnen gebruiken. Mkb'er 1 geeft aan bezig te zijn met een grondstoffenbedrijf en kan hier verschillende vraagstukken voor bedenken. Mkb'er 2 geeft aan bezig te zijn met wijkpatrouille voor de Vogelwijk. Ook hij geeft aan hier nog verschillende vraagstukken voor te hebben. Aan beide concepten wordt het project De Banentour gekoppeld.

5.2 Resultaten huidige afnemers

In deze paragraaf komen de resultaten van de diepte-interviews met twee huidige afnemers aan bod. Deze respondenten betreffen potentiële ZZP'ers. Er wordt in deze paragraaf dan ook geen onderscheid gemaakt in klantsegmenten. De respondenten worden in de analyseschema's ondergeschikt in respondent A en B.

Respondent A: de heer Ernst Andeweg

Respondent B: de heer Frits Emmerik

Alle antwoorden van de huidige afnemers zijn geanalyseerd in analyseschema's. Deze schema's zijn opgenomen in Bijlage 7 Huidige afnemers.

5.2.1 Bekendheid Gilde Plus

De eerste vragen die gesteld zijn hebben betrekking op de bekendheid van Gilde Plus voordat de huidige afnemers lid waren en wat uiteindelijk de doorslag gaf om lid te worden. De antwoorden op deze vragen zijn te vinden in analyseschema 1 en 2.

Respondent A geeft aan in contact te zijn gekomen met Gilde Plus via de vijftigplusbeurs voor werkzoekenden. Respondent B geeft aan via een lid in contact te zijn gekomen met Gilde Plus. Hij voegt daaraan toe dat zij op dat moment in hetzelfde schuitje zaten; beide op zoek naar opdrachten en nieuwe klantengroepen. Beide respondenten geven aan dat Gilde Plus verder nog onbekend was.

Voor beide respondenten gaven de mogelijkheden om nieuwe klantengroepen te vinden en het grote netwerk van Gilde Plus (de 150 sponsors van SVV Scheveningen) de doorslag om lid te worden.

5.2.2 Relevantie social ondernemen

De volgende vragen die de huidige afnemers gesteld werden hebben betrekking op sociaal ondernemen. In deze vragen werd er ingegaan op de bekendheid, het belang van sociaal ondernemen en hoe Gilde Plus wordt gezien. De antwoorden zijn te vinden in analyseschema's 3a en 3b.

Beide respondenten geven aan bekend te zijn met het begrip. Ook zijn beide in staat om voorbeelden van werkzaamheden van Gilde Plus te koppelen aan het begrip sociaal ondernemen. Zo worden de maatschappelijke projecten en werkzaamheden van Gilde Plus genoemd. Ook geven beide respondenten aan sociale initiatieven belangrijk te vinden en deze altijd te blijven ondersteunen.

5.2.3 Wensen en behoeften

De volgende vragen die gesteld werden hebben betrekking op de wensen en behoeften ten aanzien van de diensten van Gilde Plus en het lidmaatschap. Beide respondenten zijn lid als werkzoekende en zijn via Gilde Plus aan het onderzoeken of zij weer ZZP'er kunnen worden. De antwoorden zijn opgenomen in analyseschema's 5 t/m 7.

De eerste vraag bij dit onderwerp luidde: *"Hoe tevreden bent u over de huidige gang van zaken bij Gilde Plus?"*

De respondenten geven aan dat zij in het algemeen redelijk tevreden zijn, dat veel projecten nog in de opstartfase zitten en dat er dus nog veel in de stijgers moet komen. Respondent B geeft aan dat hij denkt dat geduld wordt beloond. Wel voegt hij hieraan toe dat er actief prikkels of duwtjes in de goede richting moeten worden blijven gegeven.

Met betrekking tot de ontevreden zaken geeft respondent A aan dat er op financieel vlak weinig is uitgekomen. Hij ziet het werk bij Gilde Plus op dit moment meer als vrijwilligerswerk. Hij zou wat meer inkomsten willen halen uit Gilde Plus. Respondent B geeft aan een voorstander te zijn van

initiatiefnemers die altijd hun eigen ideeën moeten vormen en dat moeten uitstorten op de doelgroep. Maar hij geeft aan dat er wel meer naar de doelgroepen moet worden geluisterd.

Elementen werkplek, leerplek en ontmoetingsplek

De volgende vragen die gesteld werden hebben betrekking op de elementen werkplek, leerplek en ontmoetingsplek. Gilde Plus communiceert deze elementen in haar huidige logo en andere uitingen. De huidige afnemers werd gevraagd van welk element zij gebruik maken en hoe vaak. Ook wordt er ingegaan op de beoordelingen van het aanbod.

Beide respondenten geven aan het meest gebruik te maken van de leerplek. Verder geven zij aan niet of nauwelijks gebruik te maken van de werkplek. Ook hebben beide afnemers nog weinig gebruik gemaakt van de ontmoetingsplek in de vorm van netwerkbijeenkomsten met externe partijen, omdat er weinig wordt georganiseerd met betrekking tot dit element.

De tweede vraag bij dit onderwerp luidde: *“Hoe beoordeelt u de ervaringen met het aanbod van de elementen werkplek, leerplek en ontmoetingsplek van Gilde Plus?”*

Beide respondenten geven aan dat de fysieke ruimtes prima zijn, maar dat er wat meer activiteiten mogen plaatsvinden. Aangezien er weinig tijd wordt gestoken in het element “ontmoetingsplek” zijn er hier geen beoordelingen aan te koppelen. Beide respondenten geven wel aan dat het element de leerplek prima bevalt.

Projecten

De respondenten werd gevraagd naar de ervaringen met werkzaamheden en projecten en de verbeterpunten. De antwoorden zijn te vinden in analyseschema's 7a t/m 7c.

Beide respondenten geven aan projectteamlid te zijn van het Leergilde. De verbeterpunten binnen de projecten werden aan de hand van de volgende vraag achterhaald: *“Welke verbeterpunten kunt u benoemen?”*

Beide respondenten geven aan dat er meer structuur gewenst wordt in de organisatie. Betere interne en externe communicatie en goede taakverdelingen met hierbij evaluaties zien zij als de oplossingen.

5.2.4 Voordelen

Het volgende onderwerp waar vragen over gesteld werden hebben betrekking op de voordelen die Gilde Plus de huidige afnemers verschaft. Er wordt onderscheid gemaakt tussen vereiste, gewenste, verwachte en onverwachte voordelen. De antwoorden op deze vragen zijn opgenomen in analyseschema's 8a en 8b.

Beide respondenten geven aan dat de vereiste voordelen betrekking hebben op het vergroten van hun netwerk, kennis delen en samenwerken. Ook maatschappelijk verantwoord ondernemen komt terug in de antwoorden van de respondenten. De antwoorden op de vraag naar de gewenste voordelen beantwoordden beide respondenten met het vinden van werk/opdrachten via het netwerk van Gilde Plus en dat er zo inhoudelijk/zakelijk waarde wordt toegevoegd.

Respondent A geeft aan dat de verwachte voordelen een beetje overeen komen met de gewenste voordelen. Hij verwacht om via Gilde Plus zijn netwerk te vergroten en nieuwe opdrachten binnen te

halen. Respondent B geeft aan dat de verwachte voordelen voor hem waren dat hij er op zowel persoonlijk als zakelijk vlak veel aan zou hebben. Ook de mogelijkheden die hij vooraf inzag met betrekking tot nieuwe klantengroepen en opdrachten/werk vinden ziet hij als verwachte voordelen.

Beide respondenten geven aan dat onverwachte successen met projecten nog kunnen leiden tot onverwachte voordelen. Respondent A voegt hieraan toe dat het een onverwacht voordeel zal zijn als hij genoeg inkomsten uit Gilde Plus kan halen met werkzaamheden, om zo nergens anders werkzaam te hoeven zijn.

5.2.5 Pijnpunten

Het volgende onderwerp waar de respondenten naar gevraagd werden heeft betrekking op de pijnpunten/ergernissen ten aanzien van Gilde Plus. Allereerst zijn de pijnpunten in kaart gebracht, waarna er gevraagd werd hoe deze volgens de respondenten kunnen worden weggenomen. De resultaten op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema's 10a en 10b.

Respondent A geeft als pijnpunt aan dat zijn taken financieel nog te weinig opleveren en dat hij zich daar wel druk om kan maken. Hij voegt hieraan toe dat er meerdere halfslachtige projecten lopen, dit zorgt voor onduidelijkheden. Respondent B geeft aan zich niet zo snel te ergeren, maar kan zich wel voorstellen dat er demotivatatie van leden ontstaat als mensen niet erkennen dat Gilde Plus met haar projecten in een opstartfase zit.

Beide respondenten geven aan dat meer structuur en een betere taakverdeling de pijnpunten kan wegnemen. Respondent A voegt daaraan toe dat het concept waarschijnlijk voor iedereen even wennen is. Respondent B voegt nog toe dat mensen zelf wel actie moeten ondernemen om het te laten slagen.

5.2.6 Klanttaken

De volgende onderwerpen hebben betrekking op de aspecten en taken die de huidige afnemers nog willen realiseren. Hierbij werd er ingegaan op welke behoeften er nog zijn binnen Gilde Plus, of er nog problemen of vraagstukken zijn die via Gilde Plus kunnen worden opgelost en of het hierbij om functionele, persoonlijke, sociale of ondersteunende taken gaat. De resultaten op dit onderwerp zijn opgenomen in analyseschema's 11 en 12.

Beide respondenten geven aan dat zij de behoefte hebben om aan werk/opdrachten te komen via Gilde Plus. Respondent B voegt hieraan toe dat hij ook de behoefte heeft aan sociale contacten. Bij de vraag of er problemen/vraagstukken te benoemen zijn wordt er door beide respondenten weer teruggekoppeld naar het vinden van werk/opdrachten. Respondent A stelt dat hij binnen Gilde Plus op dit moment voornamelijk behoefte heeft aan ondersteunende en functionele taken. Respondent B geeft aan dat hij de ene keer behoefte heeft aan persoonlijke taken en de andere keer meer aan sociale taken, maar toch stelt hij ook dat hij binnen Gilde Plus ook behoefte heeft gehad aan functionele en ondersteunende taken. Hierbij ging het om zijn werkwijze en het benaderen van potentiële klanten.

5.2.7 Bedrijfsmatig lid worden

Op het einde van het interview met de huidige afnemers werd er ingegaan op de toekomst. Beide respondenten zijn namelijk via Gilde Plus aan het onderzoeken of zij ZZP'er kunnen worden. Wanneer dit lukt zullen zij niet meer werkzoekend zijn. De vraag is hoe deze afnemers de toekomst dan zien bij Gilde Plus en of zij bereid zijn lid te worden met hun bedrijf.

Beide respondenten geven aan hier zeker mogelijkheden voor te zien. Zo geeft respondent A aan dat leden van Gilde Plus veel ondersteuning kunnen bieden bij toekomstige bedrijfsvoering en werkzaamheden. Respondent B geeft aan dat mocht het zover komen dat hij weer zelfstandig ondernemer is door Gilde Plus, hij zeker betrokken zal blijven bij projecten en werkzaamheden.

Verder geven beide respondenten geven aan zeker te overwegen om in de toekomst bedrijfsmatig lid te worden. Respondent A geeft aan dat leden ondersteuning kunnen bieden en dat het delen van kennis alleen maar goed is. Respondent B geeft aan dat startende ondernemingen bij Gilde Plus veel mogelijkheden hebben. Hij benoemt hierbij specifiek de kennis en ervaringen die er aanwezig zijn en het netwerk van Gilde Plus.

Tot slot geven beide respondenten aan dat als er meer partijen zijn aangesloten en de projecten echt lopen, het bedrag van 1000 euro per jaar voor een bedrijfsmatig lidmaatschap hier dan zeker voor over te hebben.

6. Conclusies

In dit hoofdstuk komen de belangrijkste conclusies van het onderzoek naar voren. Er worden conclusies getrokken ten aanzien van de deelvragen. Verder worden de hypothesen worden in dit hoofdstuk aangenomen of verworpen.

6.1 Deelvragen

In deze paragraaf worden de deelvragen met betrekking tot de resultaten van het fieldresearch beantwoordt. Er wordt onderscheid gemaakt tussen huidige afnemers en potentiële afnemers.

6.1.1 Huidige afnemers

Onderstaande deelvraag wordt beantwoord aan de hand van de resultaten met betrekking tot de wensen en behoeften van huidige afnemers die onder de bedrijfsmatige doelgroepen vallen ten aanzien van de kernactiviteiten van Gilde Plus. De kernactiviteiten zijn onderverdeeld in vier elementen.

- *Wat zijn de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen ten aanzien van de kernactiviteiten van Gilde Plus?*

Werkplekken (flex/werkplekken)

Er kan worden geconcludeerd dat de huidige afnemers niet of nauwelijks gebruik maken van het element werkplekken, omdat hier nagenoeg geen behoefte aan is. Wel kan er worden geconcludeerd dat de fysieke ruimtes die hiervoor worden aangeboden door de huidige afnemers positief worden beoordeeld.

Leerplekken (coaching/begeleiding/workshops/inspiratiesessies)

Van de vier elementen maken de ondervraagde huidige afnemers het meeste gebruik van het element leerplekken. De huidige afnemers beoordelen de aangeboden leerplekken positief en erg nuttig. Wel kan er geconcludeerd worden dat er behoefte is aan meer activiteiten omtrent dit element.

Ontmoetingsplekken (netwerken)

Met betrekking tot het element ontmoetingsplekken kan er worden geconcludeerd dat de ondervraagde huidige afnemers hier nog weinig gebruik van gemaakt hebben. Zij hebben behoefte aan meer bijeenkomsten met betrekking tot dit element en wensen meer contact met het netwerk van Gilde Plus, de 150 sponsors van SVV Scheveningen.

Projecten (conceptontwikkeling)

Er kan worden gesteld dat de huidige ondervraagde afnemers beide projectlid zijn van het Leergilde. Beide respondenten geven aan dat er meer structuur gewenst is in de organisatie met betrekking tot de projecten. Beide afnemers hebben behoefte aan betere communicatie en betere taakverdelingen met betrekking tot de projecten.

Hieronder de conclusies op de volgende deelvragen.

- *Welke voordelen ondervinden de bedrijfsmatige doelgroepen ten aanzien van de diensten van Gilde Plus?*
- *Welke pijnpunten ondervinden de bedrijfsmatige doelgroepen van de diensten van Gilde Plus?*
- *Welke taken willen de bedrijfsmatige doelgroepen in hun werk en privéleven nog realiseren en in welke behoefte(n) proberen zij zichzelf te voorzien?*

Klantsegment ZZP

Uit de resultaten van de diepte-interviews komen de volgende voordelen, pijnpunten en klanttaken van het klantsegment ZZP naar voren:

- *Voordelen*; kennis delen, samenwerken, maatschappelijk verantwoord, onverwachte successen
- *Pijnpunten*; weinig financiële resultaten, meerdere halfslachtige projecten, kost veel tijd, onduidelijkheden.
- *Klanttaken*; meer opdrachten/werk vinden, benaderen potentiële klanten.

Er kan worden geconcludeerd dat Gilde Plus de huidige afnemers veel voordelen verschaft. De zogenoemde Gain Creators van de waarde propositie van Gilde Plus bestaan voor het klantsegment ZZP uit: kennis delen, samenwerken en maatschappelijk gezicht. De pijnpunten die worden ervaren door het klantsegment ZZP zijn nog niet weggenomen of verzacht door Pain Relievers van Gilde Plus. Terwijl uit de waarde propositie van Gilde Plus naar voren komt dat kennis delen en samenwerken leidt tot geld- en tijdbesparing wordt dit nog niet ervaren door de ondervraagde huidige afnemers. Met betrekking tot de klanttaken van de huidige afnemers kan er worden geconcludeerd dat er hier nog niet direct invulling aan wordt gegeven. Terwijl uit de waarde propositie naar voren komt dat Gilde Plus ondernemerschap stimuleert en inhoudelijk/zakelijk waarde toevoegt voor leden, hebben de taken van de huidige afnemers nog niet het gewenste resultaat opgeleverd.

6.1.2 Potentiële afnemers

Onderstaande deelvraag wordt beantwoord aan de hand van de resultaten met betrekking tot de wensen en behoeften van potentiële bedrijfsmatige afnemers ten aanzien van de kernactiviteiten van Gilde Plus, bestaande uit vier elementen.

- *Wat zijn de wensen en behoeften van de bedrijfsmatige doelgroepen ten aanzien van de kernactiviteiten van Gilde Plus?*

Werkplekken (flex/werkplekken)

Er kan worden geconcludeerd dat er bij de ondervraagden totaal geen behoefte is aan meer werkplekken. De vraag is dan ook of Gilde Plus dit element wel moet communiceren met bedrijven. De ondervraagden geven namelijk aan dat er geen behoefte is aan meer werkplekken en hierdoor wordt een lidmaatschap in sommige gevallen al niet meer interessant bevonden.

Leerplekken (coaching/begeleiding/workshops/inspiratiesessies)

Er kan worden geconcludeerd dat er weinig behoefte is aan (meer) leerplekken. Slechts een van de respondenten geeft aan dat er behoefte is aan een leerplek. Dit betreft een mkb'er. Een ZZP'er en een andere mkb'er geven aan dat er misschien behoefte is. De respondenten van de grote bedrijven geven aan dat er helemaal geen behoefte is aan meer leerplekken. De vraag is of Gilde Plus dit element op deze manier moet communiceren in haar uitingen. Veel bedrijven kunnen namelijk niet direct invulling aan de term geven, hierdoor ontstaat er wat onduidelijkheid. En er is over het algemeen geen behoefte aan dit element.

Ontmoetingsplekken (netwerken)

De meeste ondervraagden staan open voor meer ontmoetingsplekken. Vrijwel alle ondervraagden staan ervoor open om meer in contact te komen met andere ondernemers uit de regio. Hier kan op worden ingespeeld door meer bijeenkomsten te organiseren, waarbij deze personen met elkaar in contact worden gebracht.

Projecten (conceptontwikkeling)

De projecten Leergilde en Banentour worden door de klantsegmenten grote bedrijven en MKB gezien als redenen om wel lid te worden. Er zal dus ook meer energie moeten worden gestoken in het koppelen van deze projecten aan deze bedrijven. De conclusie is dat er teveel wordt afgetast en er geen echte acties worden ondernomen om bedrijven binnen te halen.

Aan de hand van bovenstaande conclusies kan er worden gesteld dat de behoeften per klantsegment wat verschillen. Zo wordt het element 'leerplekken' door de grote bedrijven helemaal niet interessant bevonden, maar de klantsegmenten MKB en ZZP geven aan hier wel mogelijkheden in te zien.

Hieronder de conclusies op de volgende deelvragen per klantsegment.

- *Welke voordelen ondervinden de doelgroepen ten aanzien van de diensten van Gilde Plus?*
- *Welke pijnpunten ondervinden de doelgroepen ten aanzien van de diensten van Gilde Plus?*
- *Welke taken willen de doelgroepen in hun werk en privéleven nog realiseren en in welke behoefte(n) proberen zij zichzelf te voorzien?*

Klantsegment ZZP

Uit de resultaten van de diepte-interviews komen de volgende voordelen, pijnpunten en klanttaken van het klantsegment ZZP naar voren:

- *Voordelen;* nieuwe klantengroep aanboren, meer bekendheid onder Scheveningse bedrijven en elkaar kunnen versterken.
- *Pijnpunten;* zelf tijd voor vrij maken, weinig tastbare zaken en weinig structuur.
- *Klanttaken;* innovatie-sessies, samenwerken met andere partijen.

Klantsegment MKB

Uit de resultaten van de diepte-interviews komen de volgende voordelen, pijnpunten en klanttaken van het klantsegment MKB naar voren:

- *Voordelen*; de leerplek, ambacht behoud (Leergilde), het project de Banentour, in contact blijven met mensen uit de omgeving, een businessclub van Scheveningse bedrijven, de kruisverstuivingen en verhogen naamsbekendheid.
- *Pijnpunten*; weinig duidelijkheid, geen behoeftevraag en weinig tijd.
- *Klanttaken*; meer opdrachtgevers binnenhalen, samenwerken met andere partijen, kennis delen en overbrengen, nieuwe concepten, maatschappelijk betrokken zijn.

Klantsegment grote bedrijven

Uit de resultaten van de diepte-interviews komen de volgende voordelen, pijnpunten en klanttaken van het klantsegment grote bedrijven naar voren:

- *Voordelen*; de ontmoetingsplekken en de projecten Leergilde en de Banentour.
- *Pijnpunten*; weinig tijd, niet rendabel genoeg en niet zoveel te bieden.
- *Klanttaken*; jongeren vakantiewerk aanbieden, samenwerken met andere partijen.

6.2 Hypothesen

De eerste drie hypothesen hadden betrekking op de voordelen van Gilde Plus:

H1: De Gain Creators van Gilde Plus creëren voordelen voor het klantsegment ZZP.

H2: De Gain Creators van Gilde Plus creëren voordelen voor het klantsegment MKB.

H3: De Gain Creators van Gilde Plus creëren voordelen voor het klantsegment grote bedrijven.

De voordelen voor de verschillende klantsegmenten lopen uiteen. Alle voordelen voor de verschillende klantsegmenten staan beschreven in hoofdstuk 6. Kijkend naar de conclusies van het onderzoek ten aanzien van het conceptueel model worden bovenstaande hypothesen aangenomen of verworpen. De Gain Creators worden ten aanzien van de waarde propositie van Gilde Plus opgesteld.

- H1 wordt aangenomen. De Gain Creators voor het klantsegment ZZP zijn.; maatschappelijk gezicht, samenwerken, kennis delen, het netwerk en inhoudelijk/zakelijke waarde toevoegen. Uit de conclusies van de diepte-interviews blijkt namelijk dat deze aspecten voordelen verschaffen voor dit klantsegment.
- H2 wordt aangenomen. De Gain Creators voor het klantsegment MKB zijn; kennis delen, arbeidsplaatsen creëren, samenwerken, het netwerk en inhoudelijk/zakelijk waarde toevoegen. Uit de conclusies van de diepte-interviews blijkt namelijk dat deze aspecten voordelen verschaffen voor dit klantsegment.
- H3 wordt aangenomen. De Gain Creators voor het klantsegment groot bedrijven zijn; het netwerk, maatschappelijk gezicht en samenwerken. Uit de conclusies van de diepte-interviews blijkt namelijk dat deze aspecten voordelen verschaffen voor dit klantsegment.

De overige drie hypothesen hadden betrekking op Pain Relievers van Gilde Plus ten opzichte van de pijnpunten van de verschillende klantsegmenten.

H4: De Pain Relievers van Gilde Plus nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment ZZP.

H5: De Pain Relievers van Gilde Plus nemen de pijnpunten weg bij het Klantsegment MKB.

H5: De Pain Relievers van Gilde Plus nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment grote bedrijven.

De pijnpunten van de verschillende klantsegmenten lopen wat uiteen. De pijnpunten per klantsegment staan beschreven in hoofdstuk 6. Kijkend naar de conclusies van de diepte-interviews ten aanzien van het conceptueel model worden bovenstaande hypothesen aangenomen of verworpen. De Pain Relievers worden ten aanzien van de waarde propositie van Gilde Plus opgesteld.

- H4 wordt verworpen. Gilde Plus verzacht maar één pijnpunt bij het klantsegment ZZP, namelijk 'kost veel tijd'. Uit de waarde propositie van Gilde Plus komt namelijk naar voren dat het delen van kennis en samenwerken tijdbesparend zijn. De pijnpunten 'meerdere halfslachtige projecten', 'weinig tastbare zaken' en 'weinig structuur' worden niet verzacht of weggenomen door Gilde Plus.
- H5 wordt verworpen. Gilde Plus verzacht maar één pijnpunt bij het klantsegment MKB, namelijk 'weinig tijd'. Uit de waarde propositie van Gilde Plus komt namelijk naar voren dat het delen van kennis en samenwerken tijdbesparend zijn. De pijnpunten 'weinig duidelijkheid' en 'geen behoeftevraag' worden niet verzacht of weggenomen.
- H6 wordt verworpen. Gilde Plus verzacht twee pijnpunten bij het klantsegment grote bedrijven, namelijk 'weinig tijd' en 'niet rendabel genoeg'. Uit de waarde propositie van Gilde Plus komt namelijk naar voren dat het delen van kennis en samenwerken tijd- en geldbesparend zijn. Het pijnpunt 'niet zoveel te bieden' wordt niet verzacht of weggenomen.

6.3 Overige conclusies

Hieronder nog wat relevante conclusies uit het onderzoek.

Klanttaken ten aanzien van waarde propositie

De huidige waarde propositie van Gilde Plus komt overeen met verschillende klanttaken die de ondervraagden benoemen. De belangrijkste klanttaken die naar voren komen zijn; maatschappelijk betrokken zijn, kennis delen en verbreden, samenwerken met andere partijen en conceptontwikkeling. Deze klanttaken komen allen overeen met de huidige waarde propositie van Gilde Plus. De conclusie hieruit is dat Gilde Plus het voor de ondervraagden wel degelijk mogelijk kan maken om bepaalde taken te realiseren. Het feit is dat de doelgroep hier alleen niet van op de hoogte is of het gewoonweg nog niet beseft.

Voordelen voor potentiële afnemers

De huidige waarde propositie van Gilde Plus levert voor de ondervraagden verschillende voordelen op. Het element ontmoetingsplek wordt door alle drie de klantsegmenten gezien als een voordeel om wel lid te worden van Gilde Plus. De conclusie is dat het element ontmoetingsplek als een voordeel wordt gezien. De projecten Leergilde en Banentour worden door de grote bedrijven en mkb'ers ook gezien als voordelen om wel lid te worden. De conclusie is dat deze bedrijven nog niet gekoppeld zijn aan deze projecten terwijl de bedrijven deze projecten wel interessant vinden.

Pijnpunten en zwaktes

Sommige pijnpunten die worden genoemd door de ondervraagden komen overeen met zwaktes die zijn voortgekomen uit de interne analyse. De conclusie hieruit is dat de communicatie in zijn algemeenheid niet goed is. Verder geldt dat de waarde propositie van Gilde Plus sommige pijnpunten van de ondervraagden moet wegnemen. Voorbeelden van deze pijnpunten zijn 'niet rendabel genoeg' en 'geen tijd'. In de waarde propositie van Gilde Plus komt namelijk naar voren dat de diensten 'geld en tijdbesparend' zijn. De conclusie hieruit is dat de ondervraagden hier nog niet van op de hoogte zijn of het gewoonweg niet beseffen. Uit de resultaten met huidige afnemers blijkt dat er ook pijnpunten worden genoemd zijn 'kost veel tijd' en 'levert weinig op'. Hieruit blijkt dat Gilde Plus deze waardes in de praktijk nog niet kan waarmaken.

Bekendheid

Uit de diepte-interviews komt naar voren dat Gilde Plus in het algemeen wel bekend is. Toch kan er worden geconcludeerd dat het aanbod van Gilde Plus voor alle klantsegmenten nog redelijk onbekend is. De onbekendheid komt ook weer terug bij de vraag of er huidige projecten/werkzaamheden bekend zijn. De antwoorden op deze vraag zijn namelijk erg vaag. Alleen de projecten Leergilde en Banentour komen naar voren in sommige antwoorden. Er wordt hieruit geconcludeerd dat het totale aanbod niet goed gecommuniceerd wordt met de doelgroepen.

Verbeterpunten

Uit de diepte-interviews worden er door de ondervraagden verbeterpunten genoemd om de relatie te versterken. De verbeterpunten die werden genoemd zijn:

- Meer structuur
- Betere communicatie (zowel intern als extern)
- Meer bekendheid
- Betrokkenheid verhogen

De conclusie uit bovenstaande aspecten is dat deze punten verbeterd moeten worden. Dit zal ervoor voor zorgen dat de relatie met de doelgroepen wordt versterkt.

7. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk komen de aanbevelingen voor de sociale onderneming Gilde Plus naar voren ten gevolge van de resultaten en de conclusies van het onderzoek. Er zijn in totaal drie aanbevelingen opgesteld. Deze worden hieronder beschreven. De drie aanbevelingen zijn: communicatie verbeteren, meer bijeenkomsten en activiteiten en het opzetten, uitvoeren en doen slagen van projecten.

7.1 Communicatie verbeteren

Communicatie is van zeer groot belang voor Gilde Plus. Het draait hier om het gebruiken van de juiste kanalen met de juiste content. Ten eerste moet Gilde Plus een goed communicatieplan schrijven. Het belangrijkste aspect van het communicatieplan is het ontwikkelen van een communicatiestrategie. Hiermee beschrijft men met welke communicatiemiddelen Gilde Plus moet communiceren per doelgroep en op welk moment. Gilde Plus moet een werkgroep creëren met bestaande leden eventueel aangevuld met externe expertise om dit plan te ontwikkelen.

In het plan dient in iedergeval aandacht te zijn voor de volgende onderdelen:

7.1.1 Duidelijke propositie

Om tot een duidelijke propositie te komen dient Gilde Plus een missie en een visie te hebben omschreven. Vanuit de missie en de visie dienen de huidige punten van de waarde propositie uit het Business Canvas model inhoudelijk duidelijk gemaakt te worden voor de doelgroepen. Wanneer Gilde Plus bepaalde kenmerken van de propositie uniek maakt beschikken ze over zogenaamde 'unique selling points' en zullen ze aantrekkelijker zijn voor de doelgroepen.

7.1.2 Website

Een moderne website is anno 2018 een must voor ieder bedrijf. Om te beginnen moet Gilde Plus haar logo duidelijk communiceren op de website en een corporate identity gaan hanteren. In Bijlage 14 is een print screen te vinden van de huidige website.

Om een goede opheldering te verschaffen over het aanbod van Gilde Plus is het plaatsen van een nieuwe korte pakkende video waarin ze uitleggen wat ze doen een must. Deze video moet zo kort mogelijk zijn, om de aandacht van de kijkers niet te verliezen. De video moet geplaatst worden op de startpagina van de website, waar men ook simpel kan 'doorklikken' als men de video niet wil zien.

Verder moet de website van Gilde Plus simpel, gebruiksvriendelijk en overzichtelijk zijn. Op de homepage dient direct duidelijk te zijn wat Gilde Plus te bieden heeft. Noodzakelijke subpagina's op de website zijn:

- **Over Gilde Plus:** met informatie over Gilde Plus, de NAW-gegevens. Wellicht ook doorverwijzingen naar missie, visie, propositie en doelstellingen.
- **Producten:** informatie over de producten en hoe men kan deelnemen en wat de voorwaarden daarvan zijn.
- **Leden en klanten:** lijst met namen en eventuele verwijzingen naar de desbetreffende websites van bedrijven.
- **Nieuws en persberichten:** verwijst naar overzicht van persberichten, nieuwsitems, informatie voor de media en impressies en verslagen van plaatsgevonden activiteiten.
- **Evenementen:** geeft een overzicht naar evenementen die Gilde Plus organiseert en biedt mogelijkheden voor inschrijving.

- *Contact:* Op deze pagina staat aangegeven hoe met Gilde Plus in contact kan worden gekomen. Eventueel met een formulier om informatie of een nieuwsbrief aan te vragen.

7.1.3 Vindbaarheid (online & offline)

Online

Er kan gesteld worden dat Gilde Plus op het gebied van online marketing nog veel verbeteringen moet realiseren om de effectiviteit van de onlinekanalen te verhogen. Het is belangrijk om de content van de website up-to-date te houden. Geoptimaliseerde content zal veel beter en professioneler ogen. Ook kunnen potentiële klanten met geoptimaliseerde content veel beter worden geïnformeerd. Dit zal ertoe leiden dat de website veel meer bezoekers krijgt. Verder geldt dat de vindbaarheid van de website van Gilde Plus veel beter kan. In Bijlage 14 Search Engine Optimization wordt de SEO via Google getoond. Hierbij wordt duidelijk dat wanneer de zoekterm 'Gilde Plus' wordt ingevoerd, de website van Gilde Plus niet terug te vinden is op de eerste zoekpagina. Ook wanneer zoektermen als 'sociale onderneming Den Haag', 'werkplekken', 'ontmoetingsplekken', 'leerplekken' worden ingevoerd, wordt Gilde Plus niet zichtbaar. Wanneer de website inhoudelijk goed up-to-date wordt gehouden zal dit bijdragen aan het beter gevonden worden in zoekmachines. Aanbevolen wordt om hier energie in te stoppen, zodat de effectiviteit van de website wordt verhoogd wordt en de doelgroepen dus via dit kanaal makkelijker belangrijke informatie kunnen vinden.

Offline

Momenteel is de vindbaarheid van Gilde Plus uitstekend. De vaste plek SVV Scheveningen is makkelijk vindbaar en is bekend bij alle ondernemingen. Aangezien de club ook een trekpleister is onder de lokale mensen en bedrijven, moet Gilde Plus maximaal gebruik maken van deze plek. Hoe Gilde Plus dat moet doen, wordt later in dit hoofdstuk beschreven.

7.1.4 Promotie (online & offline)

Online

Op dit moment maakt Gilde Plus weinig gebruik van social media. De kanalen Facebook en Instagram worden minimaal gebruikt. Dit houdt in dat er één keer in de zoveel tijd weleens een post wordt geplaatst. Het gebruik van Facebook en Instagram moet echter alleen gebruikt worden om alledaagse werkzaamheden te tonen, om de (potentiële) klanten te laten zien dat er 'leven in de brouwerij' is. Hiermee vergroot Gilde Plus haar naamsbekendheid en betrokkenheid van haar klanten met het bedrijf. De kanalen Twitter en LinkedIn moet Gilde Plus actiever in gaan zetten, omdat de doelgroep hierop zeker aanwezig is.

Twitter is een ideaal medium om de verschillende klantsegmenten aan elkaar te koppelen. Denk hierbij aan veelvuldig gebruik van hashtags, zoals #GildePlus, #vacatures, #community etc. Met gebruik van deze hashtags vergroot je de kans op een connectie tussen de klantsegmenten. Zo creëert Gilde Plus interactiviteit.

LinkedIn is een ideaal medium om de community te vergroten. De kracht van LinkedIn zit hem in het delen van berichten in veel verschillende netwerken. Met een hulpmiddel als LinkedIn kunnen projecten als een lopend vuurtje terechtkomen in allerlei netwerken, wat weer kan leiden tot het binnenhalen van nieuwe klanten.

Offline

Gilde Plus moet haar samenwerking met SVV Scheveningen intensiever inzetten om haar naamsbekendheid te vergroten. Denk aan sponsoractiviteiten in de vorm van het sponsoren van een wedstrijdbal, het plaatsen van boarding langs het veld, of bedrukking op de kleding. SVV Scheveningen is een ideale partner, mede omdat de club komend seizoen op het hoogste amateurniveau van Nederland gaat voetballen. Dit trekt namelijk veel publiek en veel netwerkmomenten voor de zakelijke markt. Tevens worden er van deze competitie wedstrijden op de zender Fox Sports uitgezonden. De diverse uitingen zullen dan ook bijdragen aan de naamsbekendheid van Gilde Plus.

Tot slot moet Gilde Plus een pakkende slogan bedenken. De huidige slogan betreft het aanbod (werkplek, leerplek en ontmoetingsplek). Echter kunnen huidige en potentiële klanten moeilijk bevatten waar de aspecten van het aanbod inhoudelijk voor staan. Daarom wordt aanbevolen om de slogan te veranderen naar een duidelijke tekst waar het bedrijf voor staat, bijvoorbeeld: ***“Gilde Plus biedt praktische en maatschappelijke oplossingen voor regionale ondernemingen”***.

7.1.5 Interne communicatie

De communicatie tussen leden onderling en kernteam met leden dient sterk verbeterd te worden. De werkgroep dient de overlegstructuur onder de loep te nemen als mede de verslaglegging daarvan. De huidige communicatie blijkt niet afdoende te zijn.

7.2 Meer bijeenkomsten en activiteiten

Inzake het element ontmoetingsplekken wordt aangegeven dat er zowel binnen de huidige afnemers als potentiële afnemers behoefte is aan meer bijeenkomsten en activiteiten. Tevens is het zo dat het element leerplekken met name gezien wordt als fysieke plek en niet als kennisoverdracht.

Het organisatievermogen binnen de huidige leden is groot te noemen. Daarom moet men in staat zijn om onderstaande punten te organiseren:

7.2.1 Netwerkbijeenkomsten

In combinatie met een voetbalwedstrijd van het eerste elftal van SVV Scheveningen kunnen huidige leden de sponsors van de vereniging ontmoeten. In overleg tussen Gilde Plus en het bestuur van de vereniging zal gekeken moeten worden naar een manier om Gilde Plus leden ook lid te laten zijn van de businessclub van de vereniging en wat voor (financiële) consequenties dat heeft.

7.2.2 Bedrijven voetbaltoernooi

Om werkenden uit hun normale patroon te halen is het leuk om te sporten. Aangezien Gilde Plus onderdeel is van de voetbalvereniging SVV Scheveningen zijn de lijnen tussen organisatie (Gilde Plus) en kennis en faciliteiten op het gebied van voetbal (SVV Scheveningen) snel gelegd. Wanneer de deelnemers een goede ervaring hebben, zullen zij positief denken over Gilde Plus en sneller overgaan tot een lidmaatschap. Daarnaast dient er goed gebruik te worden gemaakt van (social) media om dit evenement te promoten.

7.2.3 Kennisbijeenkomsten

Thematische bijeenkomsten waarbij naast de huidige leden van Gilde Plus, de totale sponsorgroep van SVV Scheveningen wordt uitgenodigd zal in de behoefte naar meer bijeenkomsten en activiteiten voorzien. Vooraf moeten de wensen ten aanzien van het thema van een bijeenkomst in kaart worden gebracht door middel van onderzoek. De themabijeenkomsten moeten van hoogwaardige kwaliteit zijn en iedere bezoeker iets meegeven. Hierdoor zal naast het element ontmoetingsplek ook het element leerplek duidelijk worden.

7.3 Het opzetten, uitvoeren en doen slagen van projecten

Gilde Plus heeft successen nodig. Geslaagde projecten zullen daartoe leiden. Momenteel zijn diverse leden van Gilde Plus bezig met de projecten Leergilde en Banentour. Diverse bedrijven geven aan belangstelling voor deze projecten te hebben. Voor sommige huidige leden is nog onduidelijk wat deze projecten inhouden en wat de resultaten zijn. Het delen van de plannen en het daadwerkelijk uitvoeren met goed resultaat is van groot belang.

7.3.1 Leergilde

De tijd van plannen maken is voorbij. Direct na de schoolvakantie dient er gestart te worden. Er zijn al diverse gesprekken gevoerd met scholen en ook zij zijn enthousiast. Inmiddels hebben zich 17 kandidaten aangemeld. Deze eerste sessie dient gezien te worden als pilot waarbij het programma continu geëvalueerd en aangepast dient te worden. Daarnaast dient een goede pr via diverse (social) media gevoerd te worden. Wanneer deze eerste sessie is geslaagd en volgroeid is naar het juiste product kan verdere uitvoering plaatsvinden.

7.3.2 Banentour

Ook hier dient werk gemaakt te worden van de uitvoer. Vanuit de leden dient een werkgroep geformeerd te worden die dit verder op gaat pakken. Ook hier geldt dat een goed resultaat uitvergroot zal moeten worden zodat de markt om het product gaat vragen.

8. Implementaties

In dit hoofdstuk worden de implementaties ten aanzien van de aanbevelingen opgesteld. De aanbevelingen bestaan nogmaals uit: communicatie verbeteren, meer bijeenkomsten en activiteiten en het opzetten, uitvoeren en doen slagen van projecten.

8.1 Communicatie verbeteren

Het communicatieplan kan worden uitgevoerd door leden. Het lid Frits Emmerik beschikt over de communicatie gerelateerde competenties om een opzet van een communicatieplan in elkaar te zetten. Dit blijkt uit Bijlage 10 Competenties Gilde leden en uit het diepte-interview met hem. Tevens gaf hij aan open te staan voor werkzaamheden met betrekking tot de communicatie van Gilde Plus. Na de opzet is het van belang om een werkgroep te vormen van leden. Dit verhoogt namelijk de betrokkenheid en het aantal tastbare zaken. In onderstaand overzicht is er een taakverdeling, tijdschema en kostenoverzicht opgesteld wat aangeeft wie voor wat en wanneer verantwoordelijk is en wat de kosten en baten zijn.

Week	Wat	Wie	Bijzonderheden	Kosten omschrijving	€	Baten omschrijving	€
34	Presenteren eerste opzet Communicatie plan en uitbrengen offerte voor verdere uitwerking van het plan	Frits Emmerik	Hierin dienen minimaal de volgende punten te staan: 1- Bepalen Missie en Visie 2- Propositie per doelgroep maken 3- Website 4- Vindbaarheid 5- Promotie				
34	Keuze voor uitvoering plan en vormen werkgroep	Gilde leden	Risico: leden die niet aanwezig zijn wel benaderen				
35	Eerste bijeenkomst werkgroep. Voorbereiding en afspraken maken taakverdeling en declaraties	Werkgroep	Risico: leden die niet aanwezig zijn wel benaderen				
35	Werken aan plan	Werkgroep		4 x 2 uur=8 uur a €30,-	240	Inkomsten vanuit subsidie opstart Gilde Plus	240
36	Presentatie voortgang aan leden en verantwoording kosten	Werkgroep	Tijdens de maandag overleg dag				
37	Werken aan plan	Werkgroep	Volgens afgesproken intern tarief	4 x 2 uur=8 uur a €30,-	240	Inkomsten vanuit subsidie opstart Gilde Plus	240
38	Opleveren plan	Werkgroep	Tijdens de maandag overleg dag				
Vanaf 39	Toepassen plan	Gilde Plus	Risico: is de juiste kennis intern aanwezig? Weerstand: bij inzet externe partijen	Maximaal	4.000	Begroot voor communicatie vanuit Marketingkosten totaal	4.000
				Totaal	4.480		4.480

Nb: De baten na invoering plan zijn niet ingeschat omdat ze voor de financiering niet echt nodig zijn

Tabel 8 Planning communicatie verbeteren

Aangezien het opstellen van een communicatie niet direct resultaten oplevert (zeker wel indirect!) kunnen er geen directe baten geschat worden. De kosten van het opstellen van een communicatieplan dienen wel gedekt te worden. Deze kosten kunnen gedekt worden met de inkomsten uit de subsidies voor de opstart van Gilde Plus. De totale kosten van het plan zijn in bovenstaand overzicht begroot op €4.480. Deze kosten vallen onder de marketingkosten voor jaar 2. De totale marketingkosten zijn begroot op €9.000 (zie Bijlage 11 Overzicht kosten).

8.2 Meer bijeenkomsten en activiteiten

Wat betreft de aanbeveling om meer bijeenkomsten en activiteiten te organiseren zijn de volgende bijeenkomsten en activiteiten aanbevolen: netwerkbijeenkomsten, bedrijven voetbal toernooi en kennisbijeenkomsten. De opzet met betrekking tot deze bijeenkomsten en activiteiten worden in onderstaand overzicht geïmplementeerd. In dit overzicht is er een taakverdeling en tijdschema opgesteld, wat aangeeft wie voor wat en wanneer verantwoordelijk is.

Week	Wat	Wie	Bijzonderheden
36	Jaaragenda maken voor de bijeenkomsten	Gilde leden	Hierin dienen de volgende punten te staan: - Speelschema SVV Scheveningen 1 en potentiële Netwerkbijeenkomsten aangeven - Bedrijven Voetbal Toernooi - Momenten voor twee maandelijkse kennisbijeenkomstenmomenten
36	Werkgroepen vormen o.b.v.: - Netwerkbijeenkomsten - Bedrijven Voetbal Toernooi - Kennisbijeenkomsten	Gilde leden	Risico: leden die niet aanwezig zijn wel benaderen
36-37	Werkgroepen maken plan voor uitvoer	Werkgroepen	
38	Presentatie voortgang van de werkgroepen aan leden en verantwoording kosten	Werkgroepen	Kosten dienen gedekt te worden door sponsoring, een opbrengstenpost uit de algemene begroting (zie Bijlage 11) of er dient een batenkant tegenover te staan
Vanaf 39	Uitwerken plannen	Werkgroepen	
Vanaf 39	Maandelijks voortgang rapportage en verantwoording kosten	Werkgroepen	Aan de overige leden tijdens overleg

Tabel 9 Planning meer bijeenkomsten en activiteiten

8.3 Het opzetten, uitvoeren en doen slagen van projecten

In onderstaand overzicht is er een taakverdeling en tijdschema opgesteld ten aanzien van het opzetten, uitvoeren en doen slagen van de projecten de Banentour en het Leergilde, wat aangeeft wie voor wat en wanneer verantwoordelijk is.

Week	Wat	Wie	Bijzonderheden
Vanaf 29	Definitief maken plannen Leergilde	Jaap Lageman	De plannen lagen al geruime tijd op de plank
30	Begroting Leergilde definitief maken	Gilde leden	
32	Werkgroep vormen	Jaap Lageman Ernst Andeweg Ron Kleijn	Voor de totale kosten en baten zie begroting Bijlage 15
32-33	Werken aan plannen en afstemmen	Werkgroepen	
33	Presentatie voortgang van de werkgroep aan leden en verantwoording kosten	Werkgroep	Voor de totale kosten en baten zie begroting Bijlage 15
Vanaf 34	Uitwerken plannen	Werkgroep	
Vanaf 36	Maandelijks voortgang rapportage en verantwoording kosten	Werkgroep	Aan de overige leden tijdens overleg
39	Start Leergilde	Deelnemende leden	Inzet leden is afhankelijk van de deelnemers
40	Definitief maken plannen Banentour	Jaap Lageman	De plannen liggen al geruime tijd op de plank
40	Begroting Leergilde definitief maken	Gilde leden	Banentour moet kostenneutraal werken. Er is eventueel een subsidie aan te vragen via het GAK
41	Werkgroep vormen	Jaap Lageman	
41-44	Werkgroen maakt plan voor uitvoer	Werkgroep	
45	Presentatie voortgang van de werkgroep aan leden en verantwoording kosten	Werkgroep	
Vanaf 45	Uitwerken plannen	Werkgroep	
Vanaf 46	Maandelijks voortgang rapportage en verantwoording kosten	Werkgroep	

Tabel 10 Planning opzetten, uitvoeren en doen slagen van projecten

8.4 Financieel resultaat

Uiteindelijk zullen de genoemde implementaties leiden tot een grotere naamsbekendheid en de bekendheid van het aanbod waardoor Gilde Plus een partij wordt waar de markt om vraagt en de volgende financiële meeropbrengsten zal realiseren:

Contributies:

Soort	Aantal	Prijs	Totaal p.j.
Bedrijven	12	€ 1.000,00	€ 12.000,00
Individueen	10	€ 300,00	€ 3.000,00
	Totaal		€ 15.000,00

Opdrachten

Soort	Totaal	Fee	15%
Commercieel	€ 35.000,00	€ 5.250,00	
Maatschappelijk	€ 15.000,00	€ 2.250,00	
	Totaal	€ 7.500,00	

Tezamen: **€ 22.500**

Volgens de begroting van Gilde Plus (zie Bijlage 11) zijn de totale kosten voor het 2^e jaar € 85.500. Om break-even te draaien zullen ook de opbrengsten € 85.500 moeten zijn. Uitgaande van de doelstelling dat maar 50% uit subsidies mag komen betekent dit dat het restant van € 42.750 opgebracht moet worden door contributies en commercie. De huidige contributie opbrengst is ca. € 5.000, verder komt € 11.500 uit Inbreng eigen arbeid en € 4.000 uit ruimte sponsoring. Tezamen is dat: € 20.500 waardoor er minimaal € 22.250 moest komen uit de resultaten van de aanbevelingen. Het beoogde resultaat wordt dan ook behaald. Hiermee wordt de ambitie om nog maar voor 50% afhankelijk te zijn van fondsen en subsidies gerealiseerd.

Bibliografie

- Baarda, D., & Goede, M. d. (2006). *Basisboek Methoden en Technieken*. Groningen/Houten, The Netherlands: Wolters-Noordhoff b.v.
- Bauke, N. (2017, Juli 21). *Aantal sociale ondernemingen nederland stijgt*. Opgehaald van Noordz: <https://www.noordz.nl/2017/07/21/aantal-sociale-ondernemingen-nederland-stijgt/>
- Buzzy Chain. (sd). *Home*. Opgeroepen op April 9, 2018, van Website van Buzz Den Haag: <https://buzzdenhaag.nl/>
- Club van 25. (sd). *kosten*. Opgeroepen op April 22, 2018, van club van 25: <https://www.clubvan25.nl/club-van-25/kosten/>
- Cobussen, S., & Puyt, E. (2015). *Sportbeleid in Nederland*. Coutinho.
- Coes, B. (2014). Critically Assessing the Strengths and Limitations of the Business Model Canvas. *University of Twente: Master thesis Business Administration*, 80-86.
- CPB. (2008, November). *cpb*. Opgehaald van Wayback Machine: https://web.archive.org/web/20081120124806/http://www.cpb.nl/nl/pub/cpbreeksen/bijzonder/40/bijz40_summary.pdf
- de Vries, W. d., & van Helsdingen, P. J. (2009). *Dienstenmarketingmanagement*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Donelli, U. (2011). *The Business Model Explained to my grandmother*. Opgehaald van Slideshare.net: http://www.slideshare.net/hugowiz/the-business-model-explained-to-my-grandmother?qid=614659a4-98e8-4c5b-8bed-a0324c6f949a&v=default&b=&from_search=48
- encyclo. (sd). *begrip*. Opgeroepen op Augustus 5, 2018, van encyclo: <https://www.encyclo.nl/begrip/>
- Ferrel, O. (1999). *Marketing Strategy*. Fort Worth, TX: Dryden Press.
- Gemeente Den Haag. (2017, September 12). *Partners/gemeente den haag*. Opgehaald van Social hub Den Haag: <https://socialhubdenhaag.nl/partners/gemeente-den-haag>
- Gemeente Den Haag. (2018, Mei 15). *businessclubs en ondernemersverenigingen*. Opgeroepen op April 21, 2018, van den haag: <https://www.denhaag.nl/nl/in-de-stad/ondernemen/businessclubs-en-ondernemersverenigingen.htm>
- Gilde Plus. (2017, Maart 27). *Info over activiteiten Gilde Plus*. Opgeroepen op April 5, 2018, van Gilde Plus: <https://www.gildeplus.nl/>
- Google. (sd). *Gilde Plus*. Opgehaald van Google: https://www.google.nl/search?q=gilde+plus&rlz=1C1GGRV_enNL771NL771&oq=gilde+plus&aqs=chrome..69i57j69i60j69i61j69i60j35i39j0.1215j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Google. (sd). *sociale onderneming*. Opgehaald van Google: <https://www.google.nl/search?ei=bpshW5LS04bXUfH8qKAD&q=gilde+plus&oq=gilde+plus&>

gs_l=psy-
ab.3..35i39k1l2j0i22i30k1l7.3023.3708.0.3872.5.5.0.0.0.65.303.5.5.0....0...1.1.64.psy-
ab..0.5.302...33i21k1j33i160k1j0i22i10i30k1.0.CXUDUEVnQYc

Haags Ondernemershuis. (sd). *diensten*. Opgeroepen op April 22, 2018, van haags ondernemershuis:
<https://www.haagsondernemershuis.nl/diensten/>

Haagsche Businessclub. (sd). *word lid*. Opgeroepen op April 22, 2018, van haagsche business club:
<http://www.haagschebusinessclub.nl/word-lid/formulier>

HCK. (sd). *lid worden*. Opgeroepen op April 21, 2018, van hck: <https://hck.nl/lid-worden/>

Hoogerwerf, P. (2017). *Échte winst, in zeven stappen naar succesvol ondernemen met maatschappelijke impact*. Amsterdam, Nederland: SWP Amsterdam.

JCI Haaglanden. (sd). *lid worden*. Opgeroepen op April 23, 2018, van jci haaglanden:
<https://jcihaaglanden.nl/lid-worden/>

Jong Management. (sd). *lidmaatschap*. Opgeroepen op April 23, 2018, van jong management:
<https://www.jongmanagement.nl/over-jm/lidmaatschap>

KHN. (sd). *lid worden*. Opgeroepen op April 20, 2018, van khn: <https://www.khn.nl/lidworden>

Kotler, P. (2008). *Principes van marketing*. Amsterdam, Benelux: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Marketing Management + Brand you*. Canada: Pearson Prentice Hall.

Kraaijenbrink. (2012). *THREE SHORTCOMINGS OF THE BUSINESS MODEL CANVAS*. Opgehaald van
Kraaijenbrink.com: <http://kraaijenbrink.com/2012/07/shortcomings-of-the-business-model-canvas/>

Linnemeijer, M. (2017, November 21). *9x flexwerken op een fijne plek in den haag*. Opgehaald van in
de buurt : <https://indebuurt.nl/denhaag/werken/9-x-flexwerken-op-een-fijne-plek-in-den-haag~16811/>

Marketing Portaal. (sd). *communicatie-onderdelen-communicatieplan*. Opgeroepen op Mei 20, 2018,
van Marketing Portaal: <https://www.marketingportaal.nl/communicatie/onderdelen-communicatieplan>

McKinsey, & Verloop, W. (2011). *Opportunities for the Dutch social enterprise sector*. Amsterdam:
McKinsey & Company.

MKB Den Haag. (sd). *wordt lid*. Opgeroepen op April 21, 2018, van mkb den haag:
<https://www.mkbdenhaag.nl/mkb-den-haag/>

Osterwalder, A. (2012, August 29). *ACHIEVE PRODUCT-MARKET FIT WITH OUR BRAND-NEW VALUE PROPOSITION DESIGNER CANVAS*. Opgehaald van <http://businessmodelalchemist.com>:
<http://businessmodelalchemist.com/blog/2012/08/achieve-product-market-fit-with-our-brand-new-value-proposition-designer.html>

- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, 1097-1100.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *How to create products and services customers want. Get started with... Value Proposition Design*. Wiley.
- Porter, M. (2004). *Competitive Strategy*. New York: Simon & Schuster.
- Raaij, v. F., & Floor, K. (2010). *Marketingcommunicatiestrategie*. Noordhoff.
- Ronald McDonald. (sd). *aanmelden*. Opgeroepen op April 21, 2018, van bbcronaldmcdonaldenhaag: <https://www.bbcronaldmcdonaldenhaag.nl/aanmelden>
- Scholl, N., & Olivier, L. (2014). *De essentie van kwalitatief marktonderzoek*. MOA.
- social enterprise. (2018, April 18). *Sociaal ondernemen*. Opgehaald van Social enterprise: <https://www.social-enterprise.nl/sociaal-ondernemen/>
- social enterprise. (sd). *sociaal ondernemen*. Opgeroepen op Mei 3, 2018, van social enterprise: <https://www.social-enterprise.nl/sociaal-ondernemen/>
- Social Enterprise. (sd). *Sociaal ondernemen*. Opgeroepen op April 28, 2018, van Social enterprise: <https://www.social-enterprise.nl/sociaal-ondernemen/>
- SOH Businessclub. (sd). *leden*. Opgeroepen op April 22, 2018, van soh businessclub: <http://sohbusinessclub.nl/leden/>
- SpacesWorks. (sd). *memberships*. Opgeroepen op Mei 2, 2018, van spacesworks: <https://www.spacesworks.com/nl/producten-en-services/memberships/>
- Tauro. (sd). *Tauro*. Opgeroepen op Mei 2, 2018, van werkplekken membership: <https://www.tauro.nl/werkplekken/membership>
- The Office Operators. (sd). *flexwerken den haag*. Opgeroepen op Mei 2, 2018, van the office operators: <https://theofficeoperators.com/nl/flexwerken/den-haag/beatrixkwartier-de-haagse-zwaan/>
- T-Mobile, R. (2017, December 01). *Trends zakelijke dienstverlening 2018*. Opgeroepen op April 10, 2018, van Website van T-Mobile: <https://founders.t-mobile.nl/trends-zakelijke-dienstverlening-2018/>
- TVM. (sd). *tarieven 2018*. Opgehaald van tvn werken advies: <https://www.tvnwerkenadvies.nl/tarieven>
- VBM businessclub. (sd). *tarieven lidmaatschap*. Opgeroepen op April 20, 2018, van vbm businessclub: <https://www.vbmbusinessclub.nl/tarieven-lidmaatschap/>
- Verhage, B. (2009). *Grondslagen van de marketing*. Houten: Noordhoff Uitgevers.
- VNO-NCW west. (sd). *Netwerk voor uw business*. Opgeroepen op April 21, 2018, van vno-ncwwest: <http://www.vno-ncwwest.nl/Netwerkvooruwbusiness/default.aspx>

Bijlagen



Student: Tim Kleijn

Studentnummer: S1091068

Opleiding: Commerciële Economie

School: Hogeschool Leiden

Opdrachtgever: Gilde Plus SVV Scheveningen

Bedrijfsbegeleider: Dhr. J. Lageman

Begeleider Hogeschool Leiden: Dhr. P. Jonker

Datum: 20 augustus 2018

Soort: Onderzoeksproduct

Eerste beoordelaar: Dhr. B. Boerma

Tweede beoordelaar: Mevr. G. van Gaalen

Inhoud

Bijlage 1 Wat is Gilde Plus?	66
Bijlage 2 Sociale ondernemingen in Nederland	68
Bijlage 3 Vragenlijst huidige afnemers	69
Bijlage 4 Vragenlijst potentiële afnemers; bedrijven	71
Bijlage 5 Vragenlijst kernteam.....	75
Bijlage 6 Verbatims kernteam	76
Diepte-interview initiatiefnemer.....	76
Bijlage 7 Analyseschema's.....	83
Potentiële afnemers	83
Huidige afnemers	118
Bijlage 8 Verbatims diepte-interviews	129
Potentiële afnemers	129
Huidige afnemers	206
Bijlage 9 Sponsorbestand SVV Scheveningen	245
Bijlage 10 Huidige afnemers.....	247
Huidige ledenbestand Gilde Plus SVV Scheveningen	247
Facturen overzicht commerciële opdrachten	247
Competenties Gilde leden	248
Mail die verstuurd is om competenties Gilde leden te achterhalen.....	250
Bijlage 11 Begroting Gilde Plus SVV Scheveningen	251
Overzicht opbrengsten (screenshot Excel bestand).....	251
Overzicht kosten (screenshot Excel bestand)	251
Bijlage 12 Inkomsten afgelopen boekjaar	252
Rekeningoverzicht Gilde Plus	252
Inkomsten 2017-2018 gecategoriseerd	254
Bijlage 13 Business Canvas model	255
Bijlage 14 Zwaktes Gilde Plus	257
Website	257
Search Engine Optimization	258
Social media.....	259
Bijlage 15 Begroting project Leergilde	261
Bijlage 16 Reflectieverslag.....	262

Gilde Plus geeft leden zicht op werk

Samen aan de slag: voor jezelf en voor een ander. Zo geeft Gilde Plus SVV Scheveningen als bruisende broedplaats voor werken, leren en ontmoeten werkzoekenden, ondernemers en ZZP'ers blijvend perspectief.

Gilde Plus is bedacht door Jacques Giesbertz. Hij zet het project in de steigers met Jaap Lageman en Ron Kleijn, voorzitter van SVV Scheveningen. De voetbalvereniging geeft dit project onderdak in het clubhuis waar de leden en deelnemers van Gilde Plus alle faciliteiten van de voetbalvereniging kunnen gebruiken. Het resultaat: een broedplaats waar werken en leren centraal staan. Werken in de betekenis van bijvoorbeeld opdrachten uitvoeren en acquisitie doen; leren in de betekenis van kennis opdoen om nog beter te kunnen werken en te innoveren. Het clubhuis staat daarvoor elke dag van 9 uur 's morgens tot 5 uur 's middags open voor Gildeleden.

Gilde in een moderne jas

“Gilde Plus leunt op het middeleeuwse principe van de gilden, maar dan in een modern jasje”, vat Jacques Giesbertz het kenmerk van de broedplaats samen. Gildemeesters brachten de leerlingen een ambacht bij en bereidden ze voor op de meesterproef. “Gilde Plus 2017 gaat ook uit van leren en weken, maar dan in uiteenlopende richtingen”, legt Jaap Lageman uit. “Dus niet alleen van oud naar jong maar ook omgekeerd.” “En door ‘cross-overs’ tussen de functies en mogelijkheden van de leden”, vult Kleijn aan.

Op het eerste gezicht lijkt Gilde Plus wel wat op andere verzamelplekken voor ZZP'ers en mensen met een vaste betrekking die niet elke dag van de week op de zaak hoeven te verschijnen. Die kunnen een stukje van zo'n ruimte voor een uur of een dag of nog langer huren om opdrachten uit te voeren. Dat werkt vaak rustiger dan thuis en je ontmoet er nog eens iemand die je anders niet zo makkelijk tegenkomt. Goed voor het netwerk en het kan zomaar extra opdrachten opleveren.

Leden vullen elkaars expertise aan

Bij Gilde Plus SVV Scheveningen gaat het niet anders. Maar er is meer. Naast werken staat ook leren centraal. ZZP'ers, ondernemers en mensen die een mooie nieuwe betrekking zoeken vullen elkaars expertise aan. Een ondernemer schakelt voor een specifieke klus een ZZP'er in. Die besteedt op zijn beurt het saaie boekhouden uit aan iemand die nu net zo'n baan zoekt.

Het gaat nog verder: de baanloze boekhouder kan in een workshop een stukje van zijn kennis en kunde onder de aandacht brengen van mensen die administratie vervelend vinden maar daar toch wel iets van willen weten. Zo leert bijvoorbeeld de ZZP'er wanneer de fiscus het naast makkelijker ook leuker maakt en de ondernemer welke helpende handen de gemeente reikt. En experts met een onweerlegbare deskundigheid op hun gebied kunnen de leden en deelnemers bijpraten over innovaties en wat die voor het vak betekenen.

Daarmee is het niet gedaan, want er is ook nog een maatschappelijke component. Gilde Plus SVV Scheveningen geeft bijvoorbeeld bedrijven de gelegenheid om zich nuttig te maken voor de samenleving. Denk aan het wegwijs maken van nieuwe landgenoten in bijzonderheden en

(on)mogelijkheden van Nederland, aan het bieden van stageplaatsen aan scholieren en studenten en aan werkervaring voor mensen die om wat voor reden dan ook buiten de maatschappelijke boot zijn gevallen.

Buurthuis van de Toekomst

Het zijn zomaar wat voorbeelden van de activiteiten waarmee Gilde Plus SVV Scheveningen zich presenteert als 'inspirerende broedplaats'. De gemeente Den Haag en het Rabo Innovatiefonds gaan daarin mee en helpen met geld en andersoortige ondersteuning het initiatief verder te ontwikkelen. SVV Scheveningen zorgt voor onderdak in het clubhuis. De Scheveningse voetbalvereniging doet dat als Buurthuis van de Toekomst.

Dat is een Haagse uitvinding die ook andere gemeenten weet te inspireren. Kort gezegd moet het Buurthuis van de Toekomst zichzelf financieren met activiteiten voor onder andere de bewoners van de omliggende wijken. De gemeente helpt de buurthuizen nieuwe stijl financieel op weg om bijvoorbeeld een verbouwing te betalen en subsidieert afzonderlijke activiteiten. De nieuwe buurthuizen krijgen dus geen structurele bijdragen meer overgemaakt. De gemeente zorgt wel voor een constante stroom aan activiteiten. Een belangenvereniging die ruimte zoekt voor activiteiten wordt via de gemeente naar een Buurthuis van de Toekomst geloodst.

Prijzen

Alles heeft zijn prijs, dus ook bij Gilde Plus gaat de kost voor de baat uit. Mensen die een baan zoeken betalen 25 euro per maand, exclusief BTW. Ondernemers en ZZP'ers dragen maandelijks exclusief BTW 100 euro bij. Voor dat bedrag krijgen de leden een werkplek en een netwerk om opdrachten te verwerven. Voor hetzelfde geld kunnen ze bijeenkomsten en innovatiesessies bezoeken en de mogelijkheden van coaching proberen. En niet in de laatste plaats kunnen ze ook elke derde vrijdag van de maand terecht in het In Between Café om gelijkgestemden te ontmoeten.

Meer weten? www.gildeplus.nl www.inbetweencafe.nl en jacques@gildeplus.nl. Het clubhuis van SVV Scheveningen staat op Sportpark Houtrust, Laan van Poot 38c, 2566EC Den Haag.

Bijlage 2 Sociale ondernemingen in Nederland

Sociale ondernemingen in Nederland

Een sociale onderneming is een duurzaam, zelfvoorzienend bedrijf. Het sociale doel staat boven het financiële. Volgens Social Enterprise NL (2017) vormen sociale ondernemingen de vierde sector, een bedrijfstak tussen de overheid, commerciële bedrijven en goede doelen in.

Uit recent onderzoek van Hoogerwerf (2017) blijkt dat er steeds minder startups van jonge ondernemers in Nederland zich richten op het particuliere initiatief met een non-profitmodel. Ook start de jonge generatie veel minder commerciële bedrijven met louter een winstoogmerk. Er wordt hierdoor geconcludeerd dat er steeds meer organisaties in de vorm van sociale ondernemingen worden opgezet. (Hoogerwerf, 2017)

Uit een onderzoek van de heer Bauke (2017) blijkt dat door de ABN-AMRO-bank wordt beweerd dat Nederland in 2017 zo'n 4000 á 5000 sociale ondernemingen telde. Uit het onderzoek blijkt dat deskundigen van de ABN-AMRO-bank sociale ondernemingen zeer belangrijk vinden in deze tijd. Ze vervullen volgens hen namelijk een voorhoedefunctie voor een transitie naar een duurzame economie. Ook zouden volgens hen sociale ondernemingen nu al zo'n 50.000 tot 70.000 mensen van werk voorzien. Er wordt gesuggereerd dat het nog een jonge markt is met veel groeipotentie, maar dat er wel veel investeringen nodig zijn om dit soort ondernemingen in het algemeen succesvol te maken en te houden. (Bauke, 2017)

Sociale ondernemingen in Den Haag

In de regio Den Haag worden sociale ondernemingen gestimuleerd door de Gemeente Den Haag. De gemeente zet zich met het programma 'Actieprogramma Sociaal Ondernemerschap' in voor meer sociale ondernemingen in de stad. (Gemeente Den Haag, 2017) Daarnaast is de gemeente mede-initiatiefnemer van de Social Hub Den Haag, een netwerkcentrum in Den Haag. Het actieprogramma van de gemeente valt onder het "Aanvalsplan Werkgelegenheid; Den Haag maakt Werk!". De Gemeente Den Haag ziet in sociaal ondernemerschap kansen om een belangrijke bijdrage te leveren aan arbeidsparticipatie in Den Haag. (Gemeente Den Haag, 2017)

Conclusie

De Gemeente Den Haag steunt sociale initiatieven als Gilde Plus en het actieprogramma van de Gemeente biedt wellicht nog mogelijkheden en kansen voor een onderneming als Gilde Plus. Verder kan er worden geconcludeerd dat Gilde Plus zich in een markt bevindt die aantrekkelijk is voor jonge ondernemers. Dit kan betekenen dat de concurrentie in deze markt wellicht zal toenemen. Gilde Plus bevindt zich in een jonge markt met veel groeipotentie, maar er is wel kapitaal nodig om te kunnen voortbestaan. Er liggen dus zeker kansen in de markt, maar te weinig kapitaal kan een bedreiging zijn.

Bijlage 3 Vragenlijst huidige afnemers

Introductie

Allereerst wil ik u bedanken voor de deelname aan het onderzoek. Ik ben bezig met een onderzoek voor Gilde Plus SVV Scheveningen. Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen wat de wensen en behoeften van de leden van Gilde Plus zijn. Omdat ik dit interview dien uit te werken vraag ik om toestemming om een audio-opname te maken. Gaat u hier akkoord mee? Ik zal u een aantal vragen stellen met betrekking tot verschillende onderwerpen.

1. Wat is uw naam?
2. Wat is uw leeftijd?
3. Wat voor functie heeft u?
4. Kunt u iets vertellen over uw functie/taken binnen Gilde Plus?
5. Heeft u voorafgaand aan het onderzoek nog vragen?

Naamsbekendheid

- Hoe bent u in contact gekomen met Gilde Plus?
- Hoe bekend was Gilde Plus al voor u?
- Wat gaf voor u de doorslag om lid te worden van Gilde Plus?

Sociale onderneming

- Hoe bekend bent u met het begrip sociale onderneming?
- Wat maakt Gilde Plus voor u een sociale onderneming?
- Hoe belangrijk vindt u dit soort ondernemingen?

Ervaringen werkveld

- Wilt u eens wat vertellen over uw achtergronden?
- Welke beroepen heeft u uit geoefend?

Competenties

- Welke competenties/vaardigheden bezit u?
- Wat heeft u een bedrijf te bieden?
- Wat heeft u andere Gilde leden te bieden?

Wensen

- Hoe tevreden bent u over de huidige gang van zaken bij Gilde Plus?
- Waar bent u minder tevreden over?
- Hoe kan dit volgens u worden opgelost?

Dienstenpakket

- Maakt u veel gebruik van de diensten van Gilde Plus? Zoja, welke?
- Van welk element maakt u het meest gebruik? Werkplek, leerplek, ontmoetingsplek of projecten?
- Hoe beoordeelt u het dienstenpakket en de ervaringen?
- Bij welke werkzaamheden van Gilde Plus bent u betrokken? En bij welke projecten?
- Hoe beoordeelt u deze ervaringen tot nu toe?
- Welke verbeterpunten heeft u?

Bedrijfsmatig lid

- Waarom bent u als individu lid?
- Waarom niet met uw bedrijf?
- Wat zijn de verwachtingen bij het lid zijn als bedrijf?
- Wat bent u hiervoor bereid extra te betalen? (Jaarlijks 1000 euro i.p.v. 25 euro per maand)

Behoeften*Voordelen*

- Wat zijn de vereiste, verwachte, gewenste en onverwachte voordelen van de diensten van Gilde Plus?
- Waar heeft u verder nog behoefte aan binnen Gilde Plus?
- Hoe kan Gilde Plus hier volgens u invulling aan geven?

Pijnpunten

- Wat zijn de pijnpunten op dit moment? Zijn er ergernissen?
- Hoe kunnen deze pijnpunten worden weggenomen?

Klanttaken

- In welke behoefte probeert u uzelf te voorzien via Gilde Plus?
- Welke problemen/vraagstukken zijn er die u via Gilde Plus wilt oplossen?
- Zijn het functionele, persoonlijke, sociale of ondersteunende taken?

Bijlage 4 Vragenlijst potentiële afnemers; bedrijven

Introductie

Goedendag, ik ben Tim Kleijn 4^e-jaars Commerciële Economie student aan de Hogeschool Leiden. Allereerst wil ik u hartelijk danken voor uw deelname aan dit interview. Aangezien ik dit interview later graag wil analyseren vraag ik of u ermee akkoord gaat dat ik het interview opneem. Uiteraard kunnen de antwoorden in alle vertrouwen worden gegeven en zullen deze alleen gebruikt worden voor mijn onderzoek.

Voor mijn afstudeeropdracht loop ik stage bij het bedrijf Gilde Plus SVV Scheveningen. In dienst van dit bedrijf ben ik bezig met een onderzoeksrapport. Gilde Plus is een sociale onderneming dat graag de wensen en behoefte van de sponsors rondom SVV Scheveningen (bedrijven zoals u) in kaart brengt. Naar aanleiding van deze wensen en behoefte kan namelijk de haalbaarheid van het gewenste concept getoetst worden.

Wat is de achtergrondinformatie van het bedrijf?

- Wat zijn de kernactiviteiten?
- Hoeveel medewerkers telt het bedrijf?
- Zijn er op dit moment al problemen/vraagstukken te benoemen binnen het bedrijf waar externe hulp voor kan worden ingezet?

Oké bedankt, dan zal ik u nu wat vragen stellen met betrekking tot mijn onderzoek.

Hoe wordt een sociale onderneming gezien/beoordeelt?

- Hoe bekend bent u met het begrip sociale onderneming?
- Wat verstaat u onder een sociale onderneming?
- Welke sociale ondernemingen uit de omgeving zijn bij u bekend?
- Wat maakt deze onderneming volgens u een sociale onderneming?
- Hoe belangrijk vindt u dit soort ondernemingen/initiatieven? En waarom?

Hoe wordt zakelijke dienstverlening gezien/beoordeelt?

- Hoe bekend bent u met het begrip zakelijke dienstverlening?
- Wat verstaat u onder zakelijk dienstverlening?
- Welke ervaringen heeft u met zakelijke dienstverlening binnen uw bedrijf?
- Hoe zijn deze ervaringen te beoordelen?

Introfilmpje

<https://youtu.be/U-0r42StcwU>

- Wat vond u van dit filmpje?
- Welke informatie haalt u hieruit?
- Welke aspecten missen er volgens u?

Bekendheid Gilde Plus

- Hoe bekend bent u met Gilde Plus SVV?
- Hoe bent u in contact gekomen met Gilde Plus SVV?
- Hoe is de huidige relatie met Gilde Plus en u te beschrijven? Keuze uit volgende criteria:

1. *Sterk (regelmatig een bezoek gebracht)*
2. *Redelijk sterk (soms een bezoek gebracht)*
3. *Niet sterk (weleens een bezoek gebracht)*
4. *Helemaal niet sterk (nog nooit een bezoek gebracht)*

- Wat is volgens u de reden van deze huidige relatie?
- Welke verbeterpunten ziet u voor Gilde Plus in deze huidige relatie?
- Welke verbeterpunten ziet u voor uzelf in deze huidige relatie?

Werkplekken

- Heeft u weleens gebruik gemaakt van externe werkplekken?
- Hoe vaak per jaar maakt u gebruik van een externe werkplek?
- Hoe zijn deze ervaringen te beoordelen?
- Heeft u op dit moment behoefte aan meer ruimtes voor werkplekken?
- Waar zal deze werkplek aan moeten voldoen? Maak eventueel volgorde uit onderstaande criteria:

1. *Genoeg ruimte voor materiaal en mensen*
2. *Genoeg voorzieningen*
3. *Rustige werkplek*
4. *Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig)*
5. *Ruim aanbod aan competenties aanwezig (andere leden)*

- Heeft u nog aanvullingen op bovenstaande criteria?

Leerplekken

- Maakt u weleens gebruik van leerplekken (te denken aan workshops, colleges, trainingen etc.)?
- Hoe vaak per jaar maakt u gebruik van een externe leerplek? (Indien van toepassing)
- Hoe beoordeelt u de laatst bezochte externe leerplek?
- Wat is er fijn aan de laatst bezochte externe leerplek én wat juist niet?
- Heeft u behoefte aan meer ruimtes voor leerplekken?
- Waar moet een leerplek volgens u voor dienen? Maak eventueel volgorde uit onderstaande criteria:

1. *Relevante informatie voor mijn bedrijf krijgen*
 2. *Leerzame informatie op persoonlijk vlak krijgen*
 3. *Behoeft aan uw informatie overbrengen*
- Heeft u nog aanvullingen op bovenstaande criteria?

Ontmoetingsplekken

- Brengt u weleens bezoek aan ontmoetingsplekken? (Te denken aan netwerkborrels, businessclubs etc.)
- Hoe vaak per jaar maakt u gebruik van een ontmoetingsplek?
- Hoe beoordeelt u de laatst bezochte ontmoetingsplek?
- Heeft u behoefte aan (meer) ontmoetingsplekken?
- Waar moet een ontmoetingsplek volgens u aan voldoen? Maak keuze uit onderstaande criteria:

1. *Gezellige sfeer*
2. *Duidelijk doel*
3. *Goed georganiseerd*
4. *Het juiste netwerk*
5. *Een combinatie van bovenstaande aspecten*

- Heeft u nog aanvullingen op bovenstaande criteria?

Totaalpakket Gilde Plus

- Wat weet u van het totaalpakket wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt?
- Hoe is dit totaalpakket met u gecommuniceerd?
- Wat vond u van deze vorm van communicatie?
- Was het voor u na deze communicatie direct duidelijk?

Huidige projecten en werkzaamheden Gilde Plus

- Welke projecten en/of werkzaamheden van Gilde Plus kunt u benoemen? (training/coaching, werk/leer/ontmoetingsplek, projecten; Leergilde, In Between café, Banentour, Gereedchapskist)
- Via welke kanalen zijn deze projecten/werkzaamheden met u gecommuniceerd?
- Welke projecten en/of werkzaamheden vindt u op dit moment het beste bij uw bedrijf passen?
- Zou u bereid zijn te betalen voor de link van uw bedrijf met dit soort projecten?

Huidige maatschappelijke projecten:

- In Between/ netwerkcafé; Maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden
- Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die
- Leergilde; Ondersteunen van scholieren bij vaststellen en realiseren van hun droom
- Gereedchapskist; leden uit een bepaalde wijk delen gereedchap met elkaar

Huidige commerciële projecten:

Zijn er andere wensen en behoeften t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus?

- Heeft u aanvullingen op het totaalpakket van Gilde Plus, wat positief zal zijn voor uw bedrijf?
- Hoe ziet u op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor u?

Voordelen en pijnpunten

- Wat zijn voor u op dit moment de redenen/voordelen om wel lid te worden van Gilde Plus?

(waarde propositie Gilde Plus naar voren brengen)

- Welke aspecten van Gilde Plus creëren voor uw bedrijf voordelen?
- Wat zijn voor u op dit moment de redenen om geen lid te worden van Gilde Plus?
- Hoe kunnen deze zogenoemde "pijnpunten" volgens u worden weggenomen?

Klanttaken

- In welke behoeften wilt u

Contributie

- Wat bent u op dit moment in de vorm van contributie *jaarlijks* bereid te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus:

1. Onder de 700 euro
2. Tussen de 700-800 euro
3. Tussen de 800-950 euro
4. Tussen de 950-1100 euro
5. Meer dan 1100 euro

Proefperiode

- Zou uw bereidheid om lid te worden van Gilde Plus veranderen, wanneer er met een proefperiode van twee maanden kan worden gestart?

Afsluiting

Dit was het interview. Nogmaals hartelijk dank voor uw deelname.

Bijlage 5 Vragenlijst kernteam

1. Introductie
2. Hoe kwamen jullie met het idee van Gilde Plus, wat was je doel, hoe ben je van start gegaan etc.?
3. In welke branche bevindt Gilde Plus zich?
4. Wat zijn de kernactiviteiten van Gilde Plus?
5. Wat zijn volgens jou de kerncompetenties van Gilde Plus?
6. Kun je de missie en de visie van Gilde Plus benoemen? (Sociaal-maatschappelijke missie en economisch-technisch)
7. Welke waarde-propositie heeft Gilde Plus? Waar staat het bedrijf voor?
8. Hoe genereert Gilde Plus haar inkomsten?
9. Wat zijn de kernwaarden van Gilde Plus?
10. Zijn er concrete doelen voor Gilde Plus?
11. Wat is volgens u momenteel het onderscheidend vermogen van Gilde Plus?
12. Wat zijn de sterke punten van Gilde Plus?
13. Zijn er ook zwakke punten te benoemen volgens jou?
14. Wat is de grootte van Gilde Plus: aantal leden, klanten etc.?
15. Wat doen jullie momenteel om Gilde Plus onder de aandacht te krijgen?
16. Waarom keuze voor dit type content? Waarom geen media opzoeken bijvoorbeeld?
17. Zijn er bepaalde trends waar je juist wel of juist niet op wilt inspelen? Waarom?
18. Wie zijn de drie grootste concurrenten van Gilde Plus? Waarom deze?
19. Wat zijn volgens u de voordelen die Gilde Plus haar klanten biedt?
20. Zijn er ook eventuele "pijnpunten" te bedenken?

Bijlage 6 Verbatims kernteam

Diepte-interview initiatiefnemer

Respondent: Jacques Giesbertz

Functie: Initiatiefnemer van Gilde Plus SVV Scheveningen

Locatie: Clubgebouw SVV Scheveningen

Tijdsduur: 47 minuten

Interviewer	Respondent
Hi Jacques, bedankt voor jouw deelname aan dit onderzoek. Ik hoor je goed.	Hi Tim, geen probleem ik help je graag.
Het gaat een beetje over algemene informatie met betrekking tot het initiatief van Gilde Plus om zo een interne analyse te kunnen opstellen en de huidige situatieschets weer te geven. Hiervoor wil ik jou en Jaap Lageman wat vragen stellen.	Helemaal goed, ga los.
Ik zal beginnen met wat vragen. Hoe kwamen jullie bij het idee van Gilde Plus? En wat was daarbij jullie doel? En hoe ben je daarbij van start gegaan?	Het komt voort uit een prijs van het "nieuwe werken". Het nieuwe werken was toen erg trendy. Het is nu nog wel actueel maar je hoort er niet zoveel meer over. Heb je er weleens van gehoord?
Oh oké. Ja ik heb er weleens over gehoord! Maar wat houdt het precies in?	Je moet het maar even googelen er is genoeg over te vinden, maar het concept ging erover waarom mensen in vredesnaam allemaal op kantoor moeten zitten. Terwijl we allemaal technieken hebben om niet op kantoor te hoeven werken. Bijvoorbeeld om online te kunnen werken. Dus we hebben al die statische kantoren helemaal niet nodig. Plus dat dat allemaal extra geld kost, en files oplevert e.d. dus de vraag was waarom wordt dat nog gedaan?
Oké, ja precies. Dat vraag ik me inderdaad wel af Ja dat theater ken ik wel.	Ja, het "nieuwe werken" was daardoor 6 jaar geleden een hype en toen was er een prijs in Den Haag van de gemeente; "Het nieuwe werken" prijs. Toen liep ik langs het theater De

	Regentes, wat een beetje vergelijkbaar is als hier, begane grond (de locatie Houtrust) jou misschien wel bekend? En toen dacht ik; "Nou, hier kunnen we wel een project beginnen". Toen zijn we begonnen met "flexwerken in het theater".
Oké, grappig! Ben je toen met een groepje van een aantal mensen start gegaan?	Nou, eerst was er geen groepje. Maar we begonnen met het bekendmaken van de mogelijkheden e.d. Verder bood de omgeving viel mogelijkheden. In de omgeving zaten er namelijk veel ZZP'ers.
Oh, ja dat is wel interessant. Ben je toen gelijk met het idee van Gilde Plus aan de slag gegaan?	Uhm, nee misschien noemde ik het net anders werken, maar in ieder geval dat werken op een andere plek. En toen ben ik met Buzz begonnen. De website van Buzz bestaat nog steeds.
Oké, en wat houdt Buzz precies in?	Ook het werken op andere plekken. Ik heb me toen voornamelijk gericht op theaters. En na een tijdje heb ik het wat breder getrokken en toen ben ik in contact gekomen met de andere twee initiatiefnemers Ron en Jaap. Hoe precies weet ik niet meer...
Haha oké en is zo Gilde Plus dus uiteindelijk ontstaan?	Ja, Gilde Plus biedt natuurlijk wel iets meer dan alleen de flexplekken. En ik meen dat het hele concept toen is ontstaan doordat gemeenten en instanties met de wijken en de werkgelegenheid aan de slag gingen. Dit was wel de trigger om niet alleen een werkplek aan te bieden maar om ook een leerplek en een ontmoetingsplek ermee te combineren.
Oké, duidelijk. En zit Gilde Plus ook nog in andere steden?	Ja, alleen in het parktheater te Eindhoven.
Oké en wordt daar hetzelfde idee uitgevoerd? Wat is het verschil met hier?	Ja, precies hetzelfde het enige is dat ze daar al langer werken met flexplekken, het oude idee hé. Dit doen ze al 4 á 5 jaar. Maar dat is de omgekeerde weg. Daar komen mensen echt alleen om te werken en hier is het de bedoeling om de mensen juist met elkaar in contact te brengen. Maar dit kun je natuurlijk niet verplichten.

Nee precies, oké duidelijk. Dan weet ik een beetje hoe Gilde Plus is ontstaan, leuk!	
Kun je vertellen in welke branche Gilde Plus zich nou eigenlijk bevindt?	Ja, je bedoelt met wat wij aanbieden als Gilde Plus?
Ja precies, dus met welke bedrijven kun je Gilde Plus vergelijken?	Dat is lastig, omdat we de vorm van deze onderneming niet zo vaak tegen komen.
Nee, inderdaad. Oké, zal je het geheel dan meer in “zakelijke dienstverlening” plaatsen?	Maar ze zijn er wel hoor, soms zijn die clusters wel bepalend en hebben ze marketing etc. Maar onze projecten lopen erg uiteen. We doen bijvoorbeeld het project Magazien en dat is weer heel wat anders dan een sociaal project. Ja dat is misschien wel het meest passende bij het geheel.
Wat zijn volgens jou de kernactiviteiten van Gilde Plus?	Leren en werken.
Kun je daar wat meer over vertellen?	Ja, eigenlijk is Gilde Plus een bedrijf, netwerkorganisatie en wat ik daarmee bedoel met eigenlijk een bedrijf is dat we net als andere service/consultancy-achtige bedrijven (net hoe je het wilt noemen) ook aan leren doen, het ontwikkelen van mensen. Dat doen wij ook. Zij doen ook aan werken en dat doen wij ook.
Zijn dat dan misschien meer de branches waarmee je Gilde Plus kunt vergelijken?	Ja naja daar neig ik wel een beetje naar, maar toch verschillen we er wel veel van.
Ja precies, want wat zijn de projecten die nu lopen?	We doen op dit moment het project Magazien, coaching-sessies, maar we hebben ook wel de neiging om maatschappelijke projecten op te pakken en dat valt niet binnen het advies werk. Dus de branche moet je een beetje parkeren.
Oké...	Maar eigenlijk wat we doen is; je hebt professionals, het verschil met normale bedrijven is dat we verschillende soorten professionals hebben; jong, oud, afgestudeerd, gepensioneerd, werkzoekenden en niet werkzoekenden. Dat is een beetje het verschil.

	En wat we met de groep doen is elkaar helpen ontwikkelen, helpen, ondersteunen en we werken betaald, minder betaald, klein klusje, groot klusje noem maar op.
Ja precies, zie je die aspecten dan ook echt als de kerncompetenties van Gilde Plus? Dat er daarmee onderscheid wordt gemaakt?	Nou, wat het onderscheidende vermogen van Gilde Plus is voor de buitenwereld...
Haha ja...ik denk dat het voor jullie lastig is om echt een onderscheidend vermogen te benoemen, want kan jij de grootste concurrenten bijvoorbeeld benoemen uit de omgeving?	Nee, maar ik denk dat onze specifieke kracht is dat we ook maatschappelijke vraagstukken of projecten oppakken en daar ook een commerciële dimensie aangeven. Bijvoorbeeld werk vinden, eenzaamheid etc. En heel veel van de opdrachten en projecten die we gedaan hebben, hebben daar wel verband mee. Zo wordt het project Magazien voor een school uitgevoerd.
Oké, duidelijk en daar ontvangen jullie subsidies van?	Ja we ontvangen subsidies van de Gemeente Den Haag, de RABO Bank - Innovatie fonds en Stichting Initiatief Op Scheveningen SIOS voor de maatschappelijke werkzaamheden. En wij kijken verder niet zo van er komt een vrachtje uit Limburg, wat kost ons dat? Maar het gaat er meer om van er is een vraag, bijvoorbeeld naar vis. En we kijken naar het vraagstuk, bijvoorbeeld promotie van vis en dan koppelen we andere partijen hieraan. Zo worden er meerdere partijen aan elkaar gelinkt. Om ze zo samen te clusteren. En vaak ook met sociale ondernemingen worden sociale projecten/issues opgepakt. Dat is niet zo uniek in deze tijd, maar dat combineren met de professionals binnen en buiten. Dus leden van Gilde Plus combineren met de buitenwereld.
Oké, top dus het combineren van meerdere partijen, professionals en Gilde leden kan worden gezien als het onderscheidend vermogen?	Jazeker, dat zie je niet zo veel...
Oké, mooi kun jij de missie en een visie voor Gilde Plus benoemen?	Ja, over de woorden visie en een missie wordt weleens anders gedacht.

Ja, een visie staat meer voor de toekomst, waar wil je met Gilde Plus heen en een missie staat meer voor een doeleind dat verwezenlijkt moet worden. Zo zie ik het voor me.	Ja precies, wat ik geleerd heb is visie; hoe kijk je naar de samenleving? Vanuit Gilde Plus dan in dit geval. En missie is wie je bent en waar je voor staat. Nou kan het best zo zijn dat de visies een beetje verschillen per initiatiefnemer van Gilde Plus.
Ja, oké, maar hebben jullie geen algemene visie en missie voor Gilde Plus?	De visie kan een beetje persoonlijker zijn. Dat wordt meer gebaseerd op je eigen manier van kijken. Mijn gedachten zijn; dat de capaciteit van mensen, maar ook van een van de organisaties, zoals hier de voetbalvereniging, veel slimmer benut kunnen worden. Dat is de achterliggende gedachte. Dit kan op microniveau; iemand die werk zoekt. Die capaciteit kan slimmer benut worden. Dit kan ook op wat groter niveau dat de ruimtes die de voetbalvereniging biedt bijvoorbeeld beter benut kunnen worden. Door nieuwe combinaties te maken. En mijn visies zijn dus dat er meer capaciteit van mensen benut kunnen worden en dat zowel bedrijven als overheden daar meer op moeten richten. Dus dat er daarin meer combinaties gemaakt worden. Dus als de overheid bijvoorbeeld wilt dat er meer mensen uit de uitkeringen komen, niet nieuwe dingen bedenken vanuit de organisatie, maar gebruik wat er al is. Bijvoorbeeld deze voetbalvereniging beter benutten.
Oké en de missie, dus waar jullie voor staan?	De missie van Gilde Plus is het beste te omschrijven als; een leer- en werkgemeenschap, waarbij mensen zich ontwikkelen, zowel inhoudelijk als persoonlijk.
En waar zie jij Gilde Plus over 5 jaar?	We moeten dan iets groter zijn, 40 leden hebben en dus twee keer zo groot zijn. De differentiatie is er wel maar het moet nog iets breder zijn. Andere disciplines, meer jongeren erbij betrekken, meer vrouwen erbij, naja dat is wel de bescheidenheid en zorgen dat Gilde Plus voor een groot deel commercieel draait.
Oké, dat zijn dus echt concrete doelen voor de aankomende jaren?	Ja, en de aardigheid is dat, als elke individuen eigenlijk al zelf kunnen draaien, dan moet de groep het zeker aankunnen. Dat is eigenlijk de achterliggende gedachte.

Ja, precies oké! We hebben het al over het onderscheidende vermogen gehad, de missie, visie, concrete doelen. Wat zijn volgens jou nou echt te sterke punten van Gilde Plus?	Gebruik maken van dingen die er al zijn. Normale bedrijven moeten bijvoorbeeld ruimtes huren en dat hoeft hier niet. Andere sterke punten zijn de voorzieningen, het netwerk, de bekendheid van de club en de sponsors rondom SVV Scheveningen. Er wordt gebruik gemaakt van bestaande aspecten. Verder zijn er geen huurovereenkomsten, arbeidscontracten, geen machines, geen auto's o.i.d. dus is Gilde Plus erg onafhankelijk van andere partijen. En dus zijn de investeringen en de kosten heel laag.
Jazeker. Daar heb ik nog niet echt bij stil gestaan. Interessant! En zijn er volgens jou ook al zwakke punten te benoemen? Als we een beetje kritisch kijken naar het geheel.	Ja die zijn er wel... bijvoorbeeld; Herkenbaarheid van de onderneming (het is toch een voetbalvereniging?), Verder zit er een zekere kwetsbaarheid in het geheel. Wanneer bijvoorbeeld Jaap, Ron en ik wegvallen uit het bedrijf (het kernteam) wat blijft er dan nog over? En kan het dan wel doorgaan?
Ja, precies dus het bedrijf is redelijk kwetsbaar. Gilde Plus heeft natuurlijk 3 initiatiefnemers en als deze wegvallen bestaat het kernteam niet meer...	Nee, precies dit is bij andere bedrijven natuurlijk anders. Als er bij een bedrijf waar 20 mensen werken er 2 wegvallen wordt dit gemakkelijker opgevangen.
Ja, want hoe zie jij de rol van het kernteam voor je?	De rol van het kernteam is eigenlijk een beetje te omschrijven als de trekkers van het gehele project.
Oké, en wat is precies de grootte van Gilde Plus? Hoeveel leden heeft Gilde Plus op dit moment?	20 leden.
Oké, en het aantal klanten?	Ja dan tel ik even het aantal klanten op van het afgelopen jaar... dat zijn er maximaal 10. Voornamelijk maatschappelijke projecten.
Oké, en wat doen jullie momenteel om Gilde Plus onder de aandacht te brengen? Welke middelen worden er ingezet?	We hebben een website, social media; twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn. We organiseren workshops. We bezoeken events, zoals beurzen en netwerksessies. En via de projecten zelf benaderen wij mensen. Hier zijn we nu vooral mee bezig.
Hebben jullie weleens de media opgezocht?	Ja, we zijn weleens op de radio geweest (Den Haag FM) en hebben in kranten gestaan. Dit waren vooral regionale kanalen.

Oké, heeft dit effect gehad?	Jazeker, we kregen positieve reacties en merkte dat de gemeente en instanties het aantrok.
Oké, zijn er bepaalde trends waar jullie veel rekening mee houden?	Ja waar we het al eerder over hebben gehad is de trend "het nieuwe werken". Die trend gaat nog wel even door. Op dit moment hoor je er wat minder over, maar gister was bijvoorbeeld op het nieuws een onderwerp over hoeveel mensen er op dit moment thuiswerken. En dat waren er nogal veel, dus de trend speelt zeker nog.
Oké, en die trend koppel jij dus aan Gilde Plus?	Ja, want dat betekent dat de mensen die thuiswerken in deze omgeving, net zo goed hier, op deze locatie, kunnen werken. Soms is thuis niet zo professioneel en dus kun je beter deze ruimte benutten. Zo komen we weer terug op het aspect; beter benutten.
Kun jij verder nog trends noemen waar Gilde Plus invulling aan kan geven?	Uhm...andere trends zijn "Netwerkeconomie", Maatschappelijk verantwoord ondernemen en alle bijbehorende aspecten. Verder is een trend de samenwerking tussen ondernemingen/coöperaties. En de trend vanuit de overheid is een beetje een lokale trend, genaamd Buurthuis van de Toekomst. Waar deze locatie ook voor wordt ingezet.
Oké, dit waren mijn vragen wel een beetje. Heel erg bedankt voor de deelname aan dit interview. Heb jij verder nog opmerkingen of aanvullingen?	Geen dank hoor Tim. Als tip kun je nog even kijken naar MAEX, een initiatief dat sociale projecten ondersteunt. Met Gilde Plus kijken we naar de cirkel die zij gebruiken en hoe wij daarop scoren, dat is misschien nog wel interessant voor jouw onderzoek. We spreken elkaar.
Ah, super. Bedankt Jacques we spreken elkaar!	

Bijlage 7 Analyseschema's

Potentiële afnemers

Tabel 1 Analyseschema 1 potentiële klanten

Vraag: 1 Label: Ja/nee/misschien	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Zijn er problemen/vraagstukken te benoemen binnen het bedrijf, waarbij er hulp kan worden ingezet van een externe partij?
Ja (mensen werven)	1 (MKB)	Ja, dat zou altijd kunnen. Wij hebben in het vak als bakker zijnde, sowieso in de branche een gebrek aan vak gerelateerd personeel. Dus daar zou zeker hulp bij kunnen worden gebruikt. Dus of naar mensen te zoeken of te werven etc. En eventueel een stukje commercie. Dat zou ook kunnen vanaf externe hulp.
Ja (trainingssessies/coaching van medewerkers)	2 (MKB)	Wat we wel zien is de ontwikkeling van mensen. Er verandert heel veel in onze branche. Dat betekent dat je als mens ook moet veranderen. Wat je merkt is dat sommige mensen erin mee kunnen en sommige blijven hangen in oude werkwijze. Dus dat is wel lastig om te kijken van hoe ga je die mensen motiveren, om toch met die verandering mee te gaan liften.
Nee	3 (MKB)	Ik heb geen problemen waarbij ik hulp nodig heb. Ik heb wel twee stagiaires lopen die met een onderzoek bezig zijn voor school. Die maken een interne en een externe analyse etc. Dit komt puur omdat ik het leuk en belangrijk vindt om naar de omgeving te kijken. Concurrentieanalyse etc. Maar het is meer omdat zij een opdracht moeten doen vanuit school en ik ze daar wel mee wil helpen. Verder weet ik geen vraagstukken of problemen te benoemen.
Ja (nieuwe ideeën en inzichten)	4 (MKB)	Hulp nodig? Ja ik denk dat er altijd hulp nodig is. Omdat je op een gegeven moment ook een bedrijfslid wordt. Ook al zijn we nog een heel jong bedrijf, maar wil je verder professionaliseren, dan zou je op een gegeven moment een externe partij een kijkje hier moeten laten nemen. Waar

		wij nu vooral mee werken is onder een paraplusstelsel. We proberen te verbinden en elkaar te gunnen. En dat is ook wel de kracht van Hofstad. We gaan veel samenwerkingsverbanden aan met andere partijen. We staan dan ook bekend om een hoge gunfactor. Zowel in de sponsoring als dienstverlening.
Ja (werven personeel)	5 (Groot)	Ons grootste struikelblok altijd zal personeel zijn. Niet alleen omdat wij werken met studenten die überhaupt vrij wisselvallig zijn. Maar ook wat ik net al zei is dat de markt veranderd. En als iedereen bezorgd dan vissen alle partijen in dezelfde vijver. Dus dat is iets waar we altijd aan het struggelen zijn.
Ja (fiscale, juridische zaken)	6 (Groot)	Nouja, we hebben eigenlijk dagelijks wel vraagstukken of problemen waar we externe mensen bij betrekken. Maar dat gaat vaak over fiscale zaken of juridische zaken. Dus dat soort advies kunnen we dan wel gebruiken.
Ja (koude acquisitie)	7 (ZZP)	Ja, koude acquisitie. Dat is voor mij een enorm groot probleem.
Nee	8 (ZZP)	Nee, op dit moment niet.
6 van de 8 respondenten geeft aan met een of meerdere vraagstukken te zitten. De overige 2 respondenten geven aan op dit moment geen vraagstukken of problemen te hebben. Dit betreffen een Mkb'er en een ZZP'er.		

Tabel 2a Analyzeschema 2a potentiële klanten

Vraag: 2a Label: onbekend/redelijk bekend/ bekend	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe bekend bent u met het begrip sociaal ondernemen?
Redelijk bekend	1	Nou, ik heb daar een keer middels SVV Scheveningen wel is wat van gehoord. Alleen daarvoor en daarna niet echt meer... maar als je het zo zegt dan zal het iets te maken hebben dat je iets toevoegt op sociaal vlak in de maatschappij. Dat is mijn eerste ingeving.

Bekend	2	Nou, we hebben hier natuurlijk te maken met mensen en we hebben te maken met personeel, dat is ons gereedschap. Maar we hebben ook te maken met 45/50 verschillende karakters. Dus je moet zakelijk handelen, maar ook sociaal. En dan heb je daarnaast ook nog een maatschappelijk sociaal belang van ondernemen. En je hebt ook te maken met klanten met verschillende karakters. Dus je moet jezelf altijd aanpassen aan verschillende karakters. Dus dat kun je wel sociaal ondernemen noemen. Ik verricht mijn werkzaamheden dan ook altijd vanuit sociaal oogpunt. Want we hebben hier te maken met mensen en niet met producten.
Bekend	3	Ik kan het zelf een beetje invullen. Dus dat je jezelf gaat inzetten voor de maatschappij.
Bekend	4	Wel bekend. Ik weet wat sociaal ondernemen inhoudt. En wij vallen hier ook onder.
Bekend	5	Een sociale onderneming zie ik als een onderneming die ook voor de buurt en de buitenwereld zich sociaal opstelt en rekening houdt met de mensen en publiek om de winkel heen.
Bekend	6	Daar ben ik wel bekend mee. We zijn zelf maatschappelijk verantwoord aan het ondernemen. Dus we hebben vier pijlers waarbij één pijler zorgt voor de mensen dat kun je bij ons op de website zien. Ideeën die erachter zitten en welke doelstellingen we hebben. En een heel groot onderdeel ervan is natuurlijk sociaal ondernemen. Waarbij pijler 4 dan even zorgt voor de mensen.
Bekend	7	Ik ben er wel bekend mee. Als je kijkt naar mijn vakgebied, dan zie ik sociaal ondernemen bijvoorbeeld dat je mensen die wat lastiger aan de bak komen of een bepaald verleden hebben, dat je die een herstart geeft. Zo zie ik in mijn vakgebied een sociale onderneming voor me. Ik kan bijvoorbeeld werk mensen begeleiden die een paar keer pech hebben gehad. Dus bijvoorbeeld ontslagen zijn, failliet zijn o.i.d.

Bekend	8	Bekend. Ik zie sociaal ondernemen voor me waarbij winstbejag niet de hoofdmoot moet zijn en waarbij er inzet is voor maatschappelijke zaken.
Alle respondenten zijn bekend met het begrip sociaal ondernemen en weten hier een beschrijving van te geven. 4 van de 8 respondenten geeft voorbeelden in hun eigen vakgebied.		

Tabel 2b Analyzeschema 2b potentiële klanten

Vraag: 2b Label: ja/nee	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Zijn er andere sociale ondernemingen uit de regio te benoemen?
Nee	1	Bij mij eigenlijk verder 0. Alleen Gilde Plus dan. Daar ben ik een keer bij een kick-off geweest, maar voor de rest heb ik daar geen kennis van in de omgeving.
Nee	2	Dat vind ik heel moeilijk. Dan zou ik echt naar mijn klanten kunnen kijken, dan kijk ik naar bijvoorbeeld banken. Wij hebben veel te maken met bankinstellingen, zoals RABO, ING, ABN. Die werken wel heel erg sociaal, met fondsen etc. Gemeentelijke instellingen ook wel. Maar ik weet niet zo 1,2,3 sociale ondernemingen te noemen. Ik denk dat er binnen het bedrijf altijd sociale vlakken zijn.
Nee	3	Als ik aan een sociale onderneming denk ik misschien aan een Kringloopwinkel, waar wat mensen worden ingezet en er zullen ongetwijfeld veel projecten zijn met vrijwilligers en waar mensen die een uitkering hebben worden ingezet voor iets of jongeren aan een baan helpen. Maar ik weet ze zo niet te benoemen.
Ja	4	Ja, bijvoorbeeld Welzijn Scheveningen, stichtingen en wijzelf. Wij zijn ook heel sociaal gericht. Maar dat is misschien meer een onderdeel.
Nee	5	Uhm... ik weet ze niet zo te noemen.
Nee	6	Uhm... als je buiten de rederij kijkt, dan is dit natuurlijk iets he Gilde Plus. Ik weet dat er vanuit de Gemeente veel initiatieven zijn. Ja ik moet je eerlijk zeggen ik houd me daar niet echt mee bezig. Ik ben meer intern gericht dan extern.
Nee	7	Eigenlijk weet ik er niet echt één op te noemen.

Ja	8	Trashure Hunt, Gilde Plus, Onzichtbaar Den Haag zijn voorbeelden.
Maar 2 van de 8 respondenten kunnen andere sociale ondernemingen uit de regio benoemen. De sociale ondernemingen die worden genoemd zijn: Welzijn Scheveningen, stichtingen, Trashure Hunt en Onzichtbaar Den Haag. De overige 6 respondenten weten er geen één te noemen.		

Tabel 2c Analyseschema 2c potentiële klanten

Vraag: 2c Label: zeer belangrijk/ belangrijk/ niet belangrijk/ helemaal niet belangrijk	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe belangrijk vindt u sociale initiatieven?
Belangrijk	1	Ja belangrijk. Ik ben van mening dat dit soort initiatieven de maatschappij alleen maar beter maken en dit mensen ook echt helpt.
Zeer belangrijk	2	Zeer belangrijk, wat ik net al aangaf is dat we hier binnen Hoornwijck groep ook altijd proberen om op sociaal vlak te handelen en instellingen zoals Gilde Plus, daar kijk ik alleen maar positief naar.
Zeer belangrijk	3	Ja, zeker belangrijk. Ik vind sociaal denken heel belangrijk en passen bij een ideale samenleving. Wij ondersteunen mensen vanuit Intension ook graag op sociaal vlak dus dat komt daar wel in terug.
Belangrijk	4	Ja, wie goed doet, wie goed ontmoet. Ik zie sociaal als hoe je zelf ook behandelt wilt worden. En zo gaan wij ook te werk.
Zeer belangrijk	5	Ja, zeer belangrijk. Wat ik net al vertelde houden wij ook veel rekening met de maatschappij en gaan wij mee in de ontwikkelingen door bijvoorbeeld op E-bikes te leveren. Dat kun je wel plaatsen onder sociaal ondernemen denk ik.
Belangrijk	6	Ja, belangrijk. Iedereen draagt bij aan een goede samenleving hé. En dit soort initiatieven stimuleren dat alleen maar.
Zeer belangrijk	7	Ja, zeer belangrijk. Ik vind sociaal ondernemen heel interessant en zoals ik net al zei is het echt een hot-item op dit moment. Waar veel meer mee gedaan kan worden.
Zeer belangrijk	8	Zeer belangrijk. Ik denk dat alle ondernemingen tegenwoordig wel een

		maatschappelijk verantwoorde werkwijze hebben, maar dit soort initiatieven leven er echt voor.
Alle respondenten geven aan dat ze sociale initiatieven belangrijk vinden. 5 van de 8 respondenten geeft zelfs aan dit soort initiatieven zeer belangrijk te vinden.		

Tabel 3a Analyzeschema 3a potentiële klanten

Vraag: 3a Label: onbekend/redelijk bekend/ bekend	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe bekend bent u met het begrip zakelijke dienstverlening?
Bekend	1	Ik heb continu te maken met zakelijke dienstverlening. Verschillende partijen die wat voor ons uitvoeren. Wij hebben bijvoorbeeld een tussenpersoon wat betreft verzekeringen, we hebben een tussenpersoon wat betreft een softwareprogramma, waar wij in de bakkerij mee werken. Zowel administratief als productioneel technisch. Dus dat zijn verschillende takken van sport die daar binnenkomen.
Bekend	2	Heel bekend. Ik bied zelf namelijk diensten aan wat valt onder zakelijke dienstverlening. Ik pas mijn diensten namelijk aan op de wens van de klant.
Bekend	3	Zakelijke dienstverlening zie ik mezelf ook in. Dan meer het commerciële aspect. Dus dat je meer een dienst verricht en dat daar tegenover geld of iets anders staat. Ik heb heel vaak externe partijen nodig voor dingen. Dus ik heb heel vaak te maken met zakelijke dienstverlening.
Bekend	4	Bekend. Daar hebben we vaak mee te maken. Op gebied van B2B dienstverlening aanbieden.
Bekend	5	Diensten, daar zijn we zeker bekend mee. Wij doen alleen maar aan dienstverlening. We leveren wel het product, maar we leveren ook de dienst om het te bezorgen. Ja, echt business to business bedoel je? Dat doen wij niet echt. Wij leveren wel aan

		bedrijven, maar in principe leveren wij direct.
Bekend	6	Naja zakelijke dienstverlening is natuurlijk de dienstverlening die een externe partij verleent. Wij hebben veel te maken met zakelijke dienstverleningen. Interne ondersteuning, we boeken de vluchten bij ATP etc. Dus we hebben er dagelijks per afdeling wel mee te maken.
Bekend	7	Behoorlijk. Ik heb er dagelijks mee te maken.
Bekend	8	Bekend. Zakelijke dienstverlening is ook mijn vak. Ik sluit mijn werkzaamheden aan op de wensen en behoeften van andere bedrijven. Die mij dan weer inhuren.
Alle respondenten zijn bekend met het begrip zakelijke dienstverlening en zijn in staat hier een beschrijving van te geven.		

Tabel 3b Analyzeschema 3b potentiële klanten

Vraag: 3b Label: zeer goed/ goed/ slecht/ zeer slecht/ verschillend	Respondent Nr. + Grootte onderneming.	Item: Hoe beoordeelt u de ervaringen met zakelijke dienstverlening binnen uw bedrijf?
Goed	1	Naja ik ben geen shopper dus op het moment dat ik bij iemand een goed gevoel heb dan geef ik het zeker een kans, maar ik meet het wel continu voor mezelf. Wat bespaart het mij aan tijd? Waardoor ik mij bijvoorbeeld meer kan richten op het onderscheidend vermogen in die zakjes stoppen, wat ik net vertelde. Maar ook wat bespaart het mij aan geld? Ik heb te maken met een exploitatie en ik moet toch een positief resultaat genereren. En dat moet je met dit soort dingen doen.
Goed	2	Wij hebben hier binnen de Hoornwijck groep eigenlijk alleen maar te maken met zakelijke dienstverlening. B2B dienstverlening. Waarbij we per klant kijken hoe we moeten handelen.
Goed	3	Voor mezelf is het wel altijd goed te beoordelen, maar zij krijgen niet altijd een goede beoordeling. Ja, externe partijen moeten wel aan mijn wensen voldoen. Want ik betaal hun.
Verschilt nogal	4	Dat verschilt nogal.

Goed	5	Nouja, wij hebben een eigen onderhoudsman en een eigen onderhoudsjongen voor de brommers en fietsen. Bouwen van zaken wordt wel gedaan door externe partijen, maar dat is niet iets wat permanent terugkeert. En dat komt omdat we groot zijn. Ik kan zo'n onderhoudsjongen dag en nacht bezighouden met werkzaamheden. Omdat er gewoon genoeg te doen is.
Verschilt	6	Naja, je kunt het natuurlijk beoordelen en de een doet het beter dan de ander, maar dat verschilt nogal per doel. Dat ligt ook aan de dienstverlening, in de ene dienstverlening vinden wij de service heel belangrijk, dus de ene keer zeggen we nou goed daar willen we iets meer voor betalen en dan moet het ook wel echt goed zijn. En bij de ander gaat het meer om de prijs. En dan verwachten we weer wat minder.
Goed	7	. Ja, dat vind ik wel leuk ja, om de reden ook dat ik zelf ondernemer ben.
Goed	8	Goed. Ik vind het leuk om afwisselend werk te doen.
De respondenten beoordelen de ervaringen met zakelijke dienstverlening binnen het bedrijf in het algemeen goed. 2 van de 8 respondenten geven aan dat de ervaringen wat verschillen.		

Tabel 4 Analyseschema 4 potentiële klanten

Vraag: 4 Label: onbekend/redelijk bekend/ bekend	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe bekend is Gilde Plus te beoordelen?
Bekend	1	Wel bekend. Ik ben zo'n jaar geleden bij de kick-off geweest en ik zie en hoor het weleens voorbijkomen op SVV Scheveningen.
Redelijk bekend	2	Ja het is mij wel bekend hoor. Ik heb weleens een sessie bijgewoond op de vereniging.
Bekend	3	Ik ken het initiatief wel.
Onbekend	4	Ik ken het wel maar ik heb nog geen goed beeld van wat Gilde Plus inhoudt.
Redelijk bekend	5	Behalve dat ik een paar bijeenkomsten heb meegemaakt, inhoudelijk niet heel erg. Maar ik zie het een beetje als een soort businessclub waar er een plaats geboden wordt, waar ondernemers bij elkaar gebracht worden om met elkaar ergens te komen.

Bekend	6	Nouja, ik ben al weleens bij een bijeenkomst geweest. Dus voor mij is het nog wel helder. Ik weet wel wat de bedoeling is en wat de gedachten zijn.
Redelijk bekend	7	Ik ben er wel redelijk bekend mee. Ik kijk er wel regelmatig naar ja, hoe het zich ontwikkeld.
Bekend	8	Zeer bekend.
De respondenten beoordelen de bekendheid van Gilde Plus in het algemeen als bekend. 1 van de 8 respondenten geeft aan geen goed beeld te hebben van wat Gilde Plus inhoudt.		

Tabel 5 Analyseschema 5 potentiële klanten

Vraag: 5 Label: SVV Scheveningen/initiatiefnemers/digitaal/anders, namelijk...	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe bent u in contact gekomen met Gilde Plus?
SVV Scheveningen en initiatiefnemer	1	Ook via SVV Scheveningen en via een van de initiatiefnemers Ron. Die nodigde mij destijds uit voor de kick-off.
SVV Scheveningen en initiatiefnemers	2	Via Ron, die daar natuurlijk ook voorzitter is. Dus dat contact was snel gelegd. Ik denk ook dat die combinatie voetbalvereniging-Gilde Plus – bedrijven dan ook top is. Als je geen voetbal had gehad dan was het gat nog veel groter denk ik. Dus dat is wel belangrijk. Dus als Gilde Plus zijnde moet je dat wel waarborgen.
SVV Scheveningen en digitaal	3	Met mensen niet. Ik meen dat ik een keer een hand heb gegeven aan iemand, maar dat is al een tijd geleden, haha. En ik zie wel mailtjes voorbijkomen, dus als er iets gevraagd wordt dan reageer ik wel. Maar ik ben niet bij bijeenkomsten langs geweest ofzo.
SVV Scheveningen/initiatiefnemer	4	Via de voorzitter, Ron. We sponsoren SVV Scheveningen al een tijdje, dus zo was het contact snel gelegd.
SVV Scheveningen/initiatiefnemer	5	Via SVV Scheveningen. Ron heeft ons toen uitgenodigd, van schuif

		is aan en kijk of het voor jullie wat kan betekenen.
SVV Scheveningen en digitaal	6	Via SVV Scheveningen, via een uitnodiging. Volgens mij was dat via de mail.
SVV Scheveningen en initiatiefnemer	7	Via Ron en Jaap (kernteam). Ron heeft aan het begin een praatje gehouden en toen hebben ze op een gegeven moment een prijs gewonnen, de DDD-Award, daar ben ik naar de uitreiking geweest. En op SVV Scheveningen hoor je er weleens wat over. Via Ron en Jaap (kernteam). Ron heeft aan het begin een praatje gehouden en toen hebben ze op een gegeven moment een prijs gewonnen, de DDD-Award, daar ben ik naar de uitreiking geweest. En op SVV Scheveningen hoor je er weleens wat over. Via de voetbal.
Initiatiefnemer	8	Ik ben mede-initiatiefnemer van Gilde Plus.
7 van de 8 respondenten geven aan via SVV Scheveningen in contact te zijn gekomen met Gilde Plus. 2 van de 8 respondenten geven ook aan via de mail te zijn benaderd.		

Tabel 6a Analyzeschema 6a potentiële klanten

Vraag: 6a Label: Sterk/redelijk sterk/ niet sterk/ helemaal niet sterk	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe is de relatie tussen u en Gilde Plus het beste te beschrijven?
Redelijk sterk	1	Ik denk redelijk sterk. Ik weet wat zij doen en wat de doelen zijn. Alleen werk ik nog niet actief met ze. En ik heb nog geen actieve rol binnen Gilde Plus.
Niet sterk	2	Ik heb zeker weleens een bezoek gebracht, nu is het even wat stil. Maar het contact is gewoon goed en ik kom regelmatig op de club, dus dan heb je het er wel weer over. Daar heb je het weer. Als dat er niet is zou het gat veel groter worden. Dus die driehoek is goed. Verder heb ik wel redelijk vaak contact gehad. Nu is het even stil, maar dat kan zomaar opeens weer aanwakken.
Helemaal niet sterk	3	Dan helemaal niet sterk
Helemaal niet sterk	4	Daar heb ik echt nog helemaal niks mee gedaan... dus ik denk 4. Helemaal niet sterk

Niet sterk	5	Ik ben weleens bij een bijeenkomst geweest. Maar dat is niet zovaak gebeurd. Dus 3. Niet sterk.
Niet sterk	6	Nou, de huidige relatie is eigenlijk niet heel sterk.
Niet sterk	7	Dank denk ik niet zo sterk. Ik heb weleens een bezoek gebracht aan Gilde Plus, maar niet vaak.
Sterk	8	Sterk. Ik ben er wekelijks.
6 van de 8 respondenten geven aan dat de relatie tussen hen en Gilde Plus niet sterk is. 2 van deze respondenten geven zelfs aan dat de relatie helemaal niet sterk is. 2 respondenten geven aan dat de relatie (redelijk) sterk is. De respondenten geven in het algemeen aan te weten wat Gilde Plus inhoudt en weleens een bezoek te hebben gebracht aan een bijeenkomst.		

Tabel 6b Analyseschema 6b potentiële klanten

Vraag: 6b Label:	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Wat is volgens u de reden van de huidige relatie?
	1	Ik heb er op dit moment niet veel energie in gestoken en ik denk dat het ook een beetje schort aan duidelijkheid.
	2	Ja, ik denk dat je, en zeker als je kijkt naar de voetbalvereniging maatschappelijk, Gilde Plus en de bedrijven, dan zou je vanuit het Gilde toch nog wat meer moeten doen om te zorgen dat daar meer bekendheid over komt. Wanneer er meer bekendheid/binding is, dan zou de drempel wat lager zijn om elkaar te benaderen.
	3	Een, omdat het voor mij niet helemaal duidelijk is wat ze doen. En twee is dat ik zeg maar op dit moment niet een behoefte vraag heb, waar zij mij mee zouden kunnen helpen.
	4	Ik ben er twee keer geweest. Maar ik vraag me af of het mijn ding is. Ik ben meer van niet lullen maar doen. Ik vind dit een beetje sociaal PVDA-achtig haha. Iedereen heeft dit soort praatgroepen, maar komt er echt wat uit? Ik wil graag een businessclub waar ook echt actief wordt samengewerkt en samen dingen worden ondernomen, dus dat het niet bij praten blijft. Ik zit

		bijvoorbeeld via LinkedIn bij een bedrijfsnetwerk aangesloten. En daarmee doen we heel veel uitjes. Dat is een heel actief bedrijfsgebeuren.
	5	Nou, ik denk dat de reden is dat wij hier zelf niet echt zoekende zijn op dat vakgebied. Of we wat te bieden hebben, dan is dat in ons geval ook wel erg moeilijk. Behalve werkplekken voor voornamelijk jongeren, is dat voor ZZP'ers niet zo interessant.
	6	Op dat moment toen we die bijeenkomst gehad hadden, kon ik al redelijk beoordelen in hoeverre wij behoefte hadden om actief deel te nemen aan het sociale netwerk. En voor ons is er weinig extra te behalen. Gezien de tijd die we hebben gezien andere zaken kan ik daar weinig tijd voor vrij maken, aangezien het relatief weinig oplevert
	7	Nou, omdat het voor mij weinig tastbaar is. Daar bedoel ik mee, dat de dingen die er lopen, die blijven nu nog bij een beperkte groep. Waardoor je moeilijk een beeld kan vormen van wat er allemaal wel en niet gebeurt. En ik vind dat er verhoudingsgewijs nu al veel van je wordt gevraagd, terwijl ik niet kan meten wat het op termijn het rendement zal worden.
	8	Betrokkenheid en wekelijks bijeenkomsten met zowel opdrachtnemers, Gilde-leden als het kernteam.
Alle respondenten weten redenen te benoemen van de sterkte van de huidige relatie. De redenen lopen uiteen. Binding, betrokkenheid en actief bedrijfsgebeuren zijn aspecten die veel worden genoemd.		

Tabel 6c Analyseschema 6c potentiële klanten

Vraag: 6b	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Welke verbeterpunten kunt u op dit moment al bedenken om de huidige relatie te versterken?
Label: niet/wel, namelijk...		
Niet	1	Naja, als je ziet waar ze begonnen zijn. Het is natuurlijk een initiatief geweest van een gecombineerd verhaal vanuit de gemeente met een soort van "Buurthuis van de toekomst" idee. Het maatschappelijke

		idee. Daar begreep ik het tenminste uit. En als je ziet wat ze nu al hebben gedaan door bijvoorbeeld een voorstel in te dienen voor dat Leergilde project en die ook te winnen, dan zullen er ongetwijfeld stappen zijn gemaakt. Of ik daar persoonlijk nou door geraakt ben, nee nog niet.
Wel	2	Ik zou wat meer kunnen aangeven bij onze MT-bijeenkomsten, dat ik zeg van jongens als jullie wat hebben op het gebied van... Dan hoeven we daar geen externe partijen voor in te zetten, maar dat leggen we bij Gilde Plus neer. Dat zou vanuit mij wel meer en actiever kunnen worden gedaan.
Wel	3	Ja, ik denk dat als er een keertje gericht iets wordt georganiseerd en gecommuniceerd dan zal ik erheen kunnen gaan. Maar ik zou niet zelf het initiatief nemen om daar een onderwerp neer te leggen.
Misschien	4	De behoefte aan het dienstenpakket is er gewoon nog niet. En het is allemaal een beetje vaag.
Nee	5	Ik vind het lastig. Kijk wij zijn ook niet zo snel aangewezen op uitzendbureaus o.i.d. Wij moeten het echt van de studenten hebben en de jongeren. Je ziet ook de mensen die bij ons doorgroeien, die komen allemaal van binnenuit. Wij trekken dan ook amper externe bedrijfsleiders aan of iets dergelijks.
Misschien	6	Oh ja wat ik wel wil, dan heb ik het niet persé over Gilde, maar in het algemeen over Scheveningen is ervoor zorgen dat we betrokken zijn. We hebben een langere tijd op grotere afstand gestaan van Scheveningen en je moet dat met meerdere mensen doen, met een grotere groep doen. En dat kan ook binnen de organisatie.
Wel	7	Structuur en veel betere communicatie met daarbij een duidelijk plan. Dus wat gaan we doen en welke stappen moeten we daarvoor ondernemen? Kijk ik ben het gewend om met een idee te komen en dat ga je vervolgens uitwerken. Vervolgens om structuur aan te brengen en weliswaar de geijkte route te bewandelen met vragen als "is het haalbaar"? Etc. Kom je vanzelf tot de ja/nee beslissing. Ik merk bij Gilde Plus dat er overal met "'ja'" wordt geantwoord.

		En alle proefballonnetjes worden losgelaten. Maar ik heb niet de indruk dat er heel veel concreet wordt nu. Dat is mijn indruk hoor.
Wel	8	Naamsbekendheid en meer leden, dat zal de relatie wel een boost geven denk ik. Want het moet wel positieve energie blijven geven.
4 van de 8 respondenten weten verbeterpunten te benoemen voor de huidige relatie. 2 van de 8 respondenten weten geen verbeterpunten te benoemen voor de huidige relatie. 2 van de 8 respondenten geven aan misschien verbeterpunten te weten voor de huidige relatie.		

Tabel 7a Analyzeschema 7a potentiële klanten

Vraag: 7a Label: ja/nee	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Maakt u weleens gebruik van externe werkplekken?
Nee	1	Nee, wij hebben een kleine kantoor mogelijkheid boven onze bakkerij. Daar verricht ik eigenlijk al mijn werkzaamheden. Ik werk ook weleens vanuit huis, alleen de ervaring leert dat, omdat wij eigenlijk een 24-uurs bedrijf hebben en productioneel gebeurd er dusdanig veel dat er veel vragen worden verleend vanuit mij maar ook voor mij. Dus ik moet hier dan wel aanwezig zijn. Een externe werkplek heeft dan ook niet zo'n zin.
Nee	2	Nee, eigenlijk niet. We hebben weleens bijeenkomsten extern omdat het hier dan te klein is, maar dan praat je over 80 á 90 man. Alle besprekingen met klanten/instellingen etc. Dat doen we wel hier op kantoor. En dat moet en kan ook gewoon.
Ja	3	Ja thuis, ik kan gewoon de computer overnemen en thuiswerken. Dus ik werk thuis of ik werk hier.
Nee	4	Nee, eigenlijk niet.
Nee	5	Nee. Wij hebben één kantoor waar wij administratie doe en waar ikzelf nog wel is wat randzaken uitvoer. Maar daar zitten we vaak maar met z'n tweeën of drieën.

		En hier hebben we ook de opslag voor fietsen scooters etc. Dus wij hebben die plekken eigenlijk zelf.
Nee	6	Nee, helemaal niet. We doen alles hier aan de haven.
Ja	7	Ja ik ben eigenlijk alleen maar op pad. Maar de combinatie nodigt ook niet uit hé. Ik heb bijvoorbeeld zelf een vast kantoor gehad op de Dr. Lelykade. En ik heb weleens een rondleiding gehad bij Spaces, dat is die grote olifant bij de A12. Als ik een flexibele werkplek zoek dan zou ik eerder daar een plek zoeken.
Ja	8	Ja, als zelfstandig ondernemer maak ik wekelijks gebruik van externe werkplekken.
3 van de 8 respondenten geeft aan weleens gebruik te maken van externe werkplekken. Beide ZZP'ers geven aan dat ze hier veel gebruik van maken, omdat ze veel onderweg zijn.		

Tabel 7b Analyzeschema 7b potentiële klanten

Vraag: 7b Label: ja/nee/misschien	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Is er op dit moment behoefte aan meer externe werkplekken?
Nee	1	Nee. Op dit moment niet. Maar in de toekomst zou dit inderdaad wel zo kunnen zijn. Wanneer wij namelijk een stukje commercie kant op gaan voor de zakjes, dan hebben wij niet genoeg ruimte aan het kantoor van 2 bij 2 waar ik nu regelmatig zit.
Nee	2	Nee. Op dit moment niet.
Nee	3	Nee ik heb geen behoefte aan meer werkplekken en ook mijn collega's niet.
Nee	4	Nee, die behoefte is er niet. We hebben hier een perfecte werkplek
Nee	5	Nee, eigenlijk niet. Wij hebben genoeg aan ons kantoor en de opslag.
Nee	6	Nee. Helemaal niet.
Nee	7	Nee. Daarom hebben we nooit echt externe locaties nodig.
Nee	8	Nee, maar dat komt ook omdat ik op de dinsdagen al op SVV Scheveningen werk en verder werk ik thuis of ben ik onderweg.
Geen van de respondenten heeft behoefte aan meer externe werkplekken. De huidige werklocaties worden in het algemeen als voldoende beschouwd.		

Tabel 7c Analyseschema 7c potentiële klanten

Vraag: 7c Label: Eventueel: 1. Genoeg ruimte voor materiaal en mensen 2. Genoeg voorzieningen 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig) 5. Een ruim aanbod aan competenties aanwezig 6. Combinatie van	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Waar moet een werkplek volgens u aan voldoen?
	1	Als ik het op deze lijn voort zou zetten dan zou ik het meeste behoefte hebben aan; <i>2. Genoeg voorzieningen 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig)</i>
	2	Aan alle criteria. De een heeft behoefte aan nummer 1. En de ander aan nummer 5. Dat verschilt denk ik ook per medewerker bij ons.
	3	Allemaal wel.
	4	Ik denk dat deze plek gewoon een goede uitstraling heeft, genoeg ruimte, een goede locatie. Je moet ook naar de gezelligheid en betrokkenheid kijken. Je moet betrokkenheid houden in dit dorp. Dat geeft ons weer de genre en energie.
	5	Ik vind alle criteria wel fijn.
	6	Ik denk dat wij hier wel een goede combinatie van alles hebben. En dat is denk ik wel belangrijk
	7	Nou, ja dan nummer 5. Een ruim aanbod aan competenties aanwezig. In mijn geval is dat wel het meest handig.
	8	Genoeg ruimte voor materiaal en mensen, genoeg voorzieningen en een ruim aanbod aan competenties aanwezig. Verder vind ik bereikbaarheid ook wel belangrijk.
In de meeste gevallen vinden de respondenten alle criteria wel belangrijk. De meeste respondenten geven aan alle criteria wel belangrijk te vinden. De uitzonderingen zijn		

respondent 1, die aangeeft criteria 2,3 en 4 belangrijk te vinden en respondent 8, die aangeeft criteria 1, 2 en 5 belangrijk te vinden.

Tabel 8a Analyseschema 8a potentiële klanten

Vraag: 8a Label: ja/nee	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Maakt u wel eens gebruik van externe leerplekken? (Te denken aan coaching sessies/trainingen e.d.)
Ja	1	Nou, uitgaand niet. Inkomend wel. Naja dat is niet helemaal waar. We hebben een keer een training gehad bij The Online Factory. Zij verhuurde toen een ruimte aan ons. Daar hebben we weleens een training gedaan voor de winkeldames. Om zo productinformatie en kennis op te doen. Maar uitgaand verder niet. Inkomend dan wel. Omdat wij altijd wel stagiaires hebben lopen. Dus zo verzorgen wij zelf een leerplek.
Ja	2	Ja, dat doen we wel. We hebben te maken met een veranderende markt. Dus onze mensen moeten ook veranderen. Daarom hebben we ook sessies gehouden van mensen die daarin getraind waren. En dat doen we dan in teams.
Nee	3	Heb ik in het verleden wel gedaan. Dat is wel wisselend ontvangen. Dus de een vond het wel fijn dat het van buiten is maar de ander vond dat wat minder. Wat we elk jaar wel doen is een reanimatiecursus en daar huur ik wel mensen van buitenaf voor in. Dat doe ik op deze locatie
Ja	4	Ja, dat doe ik wel. We hebben hier externe bedrijven voor.
Ja	5	Nee, dat doen we ook op dat kantoor. Groot genoeg haha. Dat was voorheen niet zo hoor. We hadden tot december een wat kleiner kantoor. Daar merkte we op een gegeven moment dat we de groep managers in tweeën moesten delen om ze kwijt te kunnen. Dus toen was de behoefte er wel om een wat grotere ruimte te hebben, maar op dit moment dus niet meer.
Ja	6	Ja, we hebben heel veel te maken met scholen, Maritiem scholen enz. Ik weet niet of je dat ook een externe leerplek noemt. Maar op het moment dat we hier geen capaciteit hebben om zo'n leerplek aan te bieden dan zijn we mede-eigenaar van de Sportvissers en de Ruijter. Daar beneden

		heb je een hele grote ruimte die alleen heel vroeg in de ochtend gebruik wordt. Dus de rest van de dag staat het leeg.
Ja	7	Ja weleens. Dat is denk eind vorig jaar voor het laatst geweest. Ik bezoek jaarlijks de salaris-update bij een nationaal congres. Dit is in Utrecht. En ik word dan in twee dagen helemaal bijgepraat.
Ja	8	Ja, één keer per maand heb ik wel bijeenkomsten met anderen om mezelf weer op een hoger niveau te tillen. En mee te gaan met ontwikkelingen
7 van de 8 respondenten geeft aan weleens gebruik te maken van leerplekken. Het MKB-bedrijf dat aangeeft geen gebruik te maken van externe leerplekken, geeft aan dit in het verleden wel te hebben gedaan en het tegenwoordig intern te doen.		

Tabel 8b Analyseschema 8b potentiële klanten

Vraag: 8b Label: ja/nee/misschien	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Is er behoefte aan meer leerplekken?
Ja	1	Ja, daar zou ik wel voor openstaan, omdat ik op dit moment niet doe voor mijn personeel.
Nee	2	Nee, daar besteden we denk ik wel genoeg aandacht aan. En we hebben er hier genoeg ruimte voor.
Nee	3	Nee, ik heb hier alle ruimte.
Misschien	4	Naja, we hebben een kantoor in de Zeeuwstraat zitten dus we hebben niet echt de behoefte aan nog meer ruimte. Dit is een leslokaal. En dat heb ik eigenlijk gedaan om de opdracht zo ook te behouden. Met de huur van hun ruimte krijgen wij weer opdrachten van. Maar met trainingen/cursussen/profiling dan zouden we het wel op Houtrust kunnen doen.
Nee	5	Nee. Wij werken al wel met werk-leerbedrijven, SVO is een opleidingsinstantie wat doet aan fast-service, waar ook wij onder vallen.

Nee	6	Nee niet aan ruimtes of iets dergelijks. We hebben hier ruimte zat en anders gaan we naar De ruimte van Sportvissers en de Ruijter, dus we hebben niet echt behoefte aan grotere ruimtes.
Misschien	7	Nee, op dit moment niet echt. Hoogstens op het onderdeel koude acquisitie, om daar weer op terug te komen.
Nee	8	Nee. Daar besteed ik wel genoeg tijd aan.
Slechts 1 respondent, een Mkb'er, geeft aan open te staan voor meer leerplekken. Twee respondenten, een Mkb'er en een ZZP'er geven aan misschien open te staan voor meer leerplekken. Zij noemen de aspecten ook waarvoor zij wellicht wel externe partijen kunnen inzetten.		

Tabel 8c Analyseschema 8c potentiële klanten

Vraag: 8c Label: relevante informatie voor mijn bedrijf/ leerzame informatie op persoonlijk vlak/ behoefte aan onze informatie	Respondent Nr. + Grootte onderneming.	Item: Waar moet een leerplek volgens u aan voldoen?
Behoeftte aan onze informatie	1	Ik denk dat nummer 3. Behoeftte aan onze informatie in mijn geval het belangrijkste is. En dat dit een dusdanig omgeving is, waardoor mensen zich wel geïnspireerd voelen om actief deel te kunnen nemen aan zo'n workshop.
Behoeftte aan onze informatie/Leorzame informatie op persoonlijk vlak	2	We hebben nu bijvoorbeeld veel kennis van de nieuwe AGV-wetgeving. Terwijl kleine ZZP-kantoortjes dat minder hebben. Dus wat wij doen. Wij zijn aangesloten tot NOAB en daar geven wij ook weleens sessies vanuit Hoornwijck groep. Daar geef ik weleens lezingen over financieringen etc. En dan gebeurt het weleens dat een kantoor zegt van "joh ik heb een financieringsvraagstuk, mag ik jouw advies daarin? " Of kan ik het bij jou neerleggen.

		Dus dat is natuurlijk leuk. (Informatie overbrengen) Maar wat ik net zei over de coaching sessies en trainingen daar zijn misschien nog wel mogelijkheden voor.
Relevante informatie voor mijn bedrijf	3	Ja nu hebben we het eigenlijk dus over een externe leerplek. Maar als ik medewerkers een cursus aanbied. Dan gaan zij specifiek naar een bedrijf en daar krijgen ze extra een externe cursus dus niet zozeer in een locatie. De cursus wordt daar gegeven omdat daar het materiaal is en etc. Zoals een overload, wat veel collega's doen. Dan wordt het echt op een sportlocatie gegeven.
Alle 3	4	Hier doen we met alle drie de soorten wel wat mee. We houden ons aan onze filosofie en daar houden we ons aan. En deze filosofie werkt want we zijn niet voor niks in 10 jaar zo groot geworden.
Alle 3	5	We hebben daar een grote kantine, een grote beamer en een grote ruimte waar we iedereen kwijt kunnen. Zo kunnen we iets presenteren en een goed gesprek beginnen met iedereen. Operationele trainingen geven we daar niet hoor, het is daar puur gesprekstof en presentatie. Wij werken al wel met werk-leerbedrijven, SVO is een opleidingsinstantie wat doet aan fast-service, waar ook wij onder vallen. Daar werken we wel mee, maar ook dat komt vaak van binnenuit. Dat we eerder de mensen die bij ons werken een opleiding aanbieden, als zijnde de mensen die een opleiding doen binnenhalen bij ons bedrijf. Dus je ziet dat wij in de praktijk dat we meer de opleiding aanbieden, dan dat we mensen die de opleiding doen binnenhalen bij ons bedrijf. Terwijl dat wel zou kunnen hoor.
Behoeftte aan onze informatie	6	Nou, dat doen we bijvoorbeeld met Jink. Voor de visserijscholen willen we gezamenlijk projecten op gaan pakken. Om zo de aandacht weer wat te vergroten. (Informatie overbrengen)
Relevante informatie voor mijn bedrijf	7	Dan vooral relevante en leerzame informatie die ik kan gebruiken voor mijn werk, zoals de salaris-updates van het nationaals congres etc. Dus relevante informatie voor mijn bedrijf.

Alle 3	8	Hierbij vind ik alle drie de aspecten wel belangrijk. De ene keer heb ik behoefte aan informatie op persoonlijk vlak, de andere keer meer op mijn bedrijf gericht, maar ook vind ik het leuk om mijn kennis over te brengen op andere partijen.
De antwoorden van de respondenten verschillen nogal. 3 van de 8 respondenten geven aan alle drie de aspecten belangrijk te vinden bij een leerplek. Dit betreft 3 verschillende klantsegmenten.		

Tabel 9a Analyseschema 9a potentiële klanten

Vraag: 9a Label: ja/nee	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Brengt u /of mensen binnen het bedrijf weleens een bezoek aan ontmoetingsplekken? (Te denken aan netwerkborrels/events etc.)
Ja	1	Jazeker! Dat loop ik graag af. Ik denk dat ik een keer per maand wel een bezoek breng aan een ontmoetingsplek.
Ja	2	Ja, je hebt altijd wel te maken met netwerkclubs die een beetje hetzelfde zijn. En het aanbod is best wel groot. Dus daar moeten ook keuzes in gemaakt worden. Maar er kan onderscheid gemaakt worden tussen zakelijke netwerkevents en meer sociale events. Ik bezoek weleens zakelijke events. Maar ik vind het net zo belangrijk om bij de voetbalvereniging aanwezig te zijn. Dan komen we weer terug op het sociale aspect.
Ja	3	Ja, zeker.
Ja	4	We zijn weleens bij netwerkevents in het Zuiderstrandtheater van de strandpaviljoens geweest. En we bezoeken wekelijks SVV Scheveningen, daar voel ik

		me gewoon op mijn gemak. Maar verder niet echt.
Nee	5	Nee. Naja Rob, mijn compagnon, heeft zijn eigen businessclub gehad natuurlijk, de MKB-factory. Dat heeft hij 3 jaar gedaan en daar heb ik hem wel mee geholpen.
Ja	6	Ja, we hebben natuurlijk van de havenverenigingen hier regelmatig borrels en bijeenkomsten. We sponsoren de Volvo Ocean Race en bijvoorbeeld SVV Scheveningen. Dus als we willen kunnen we de hele week wel vullen met netwerkevents. Maar dat gaat gewoon niet.
Ja	7	Ja, ik ben lid van het Ronald McDonalds huis. Hier heb ik elke maand een ontbijt. En bij SVV Scheveningen kom ik regelmatig in het sponsorhome. En ik ga weleens met andere mee naar een borrel of een netwerkevent.
Ja	8	Ja, ik bezoek ongeveer 5 x per jaar wel van dit soort bijeenkomsten. Om zo mijn netwerk te blijven uitbreiden. En ik heb met de bedrijven rondom SVV Scheveningen ook een heel groot netwerk in bereik.
7 van de 8 respondenten geven aan weleens een bezoek te brengen aan een ontmoetingsplek. Er worden voorbeelden genoemd van recent bezochte ontmoetingsplekken.		

Tabel 9b Analyseschema 9b potentiële klanten

Vraag: 9b Label: ja/nee/misschien	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Is er behoefte aan meer ontmoetingsplekken/bijeenkomsten?
Nee	1	Nee niet echt, op dit moment bezoek ik er genoeg. Maar ik tel SVV Scheveningen natuurlijk ook mee.
Misschien	2	Naja, ik sta er wel voor open. Maar je moet wel uitkijken dat je niet alleen maar wordt geëefd door van die netwerkborrels. Ook daarmee heb je fases waarin er heel veel wordt aangeboden en fases waarin er wat minder zijn. Of het meer moet dat denk ik niet, maar ik sta er altijd wel voor open. En zeker voor een initiatief als dit wel hoor.
Misschien	3	Nou, dat ligt er echt aan of het interessant voor me is. Ik ben niet zozeer van het verplicht netwerken. Dan houd ik eerder van een gezelligheid en zo kom ik vanzelf mensen tegen. Ik hoef niet naar

		netwerkborrels etc. Daar ligt de druk van moeten verkopen etc. mij veel te hoog.
Ja	4	Nouja, iedereen kent Hofstad en het sociale gezicht van deze onderneming. Ik wil wel altijd vooruitstrevend zijn dus nieuwe contacten leggen is altijd goed. Ik doe altijd wel dingen om concurrenten voor te blijven. Maar een businessclub met Scheveningse bedrijven lijkt mij wel interessant.
Misschien	5	Nee, voor ons is dat niet zo belangrijk. Ondanks dat het wel leuk is om in contact te blijven met ondernemers uit de regio, is er niet echt een behoefte. Het is wel altijd leuk om te kijken of je wat voor elkaar kunt betekenen. Maar we zijn er niet echt naar op zoek. Omdat we het in de regio niet echt nodig hebben.
Misschien	6	Nee, eigenlijk niet. Misschien Jacco, onze manager inkoop. Of Kevin, dan zou je eens een praatje met hun moeten maken. Jacco is degene die met alle bedrijven, toeleveranciers, Maritiem, schepen et cetera contact heeft. Zo zijn er wel meerdere bedrijven uit de regio waar veel contact mee is. Maar of er behoefte is om dit uit te breiden betwijfel ik hoor.
Misschien	7	Nou, ik zou wel meer contact willen met de bedrijven rondom SVV Scheveningen. Het is natuurlijk een grote vijver. Andersom ook hoor ik denk dat als je een paar interessante of geïnteresseerde bedrijven hebt dan kan ik prima een presentatie van twee uur geven en andersom ook. En ook omdat ik SVV Scheveningen een warm hart toe draag. Maar daar zal ik wel interesse in hebben. Bijvoorbeeld de presentatie van een tijd geleden over de Blockchain van Gilde Plus. Dat vond ik nou interessant!
Nee	8	Nee, op dit moment heb ik voldoende mogelijkheden en bezoek ik er genoeg.
2 van de 8 respondenten geven aan open te staan voor meer ontmoetingsplekken. Dit betreft een ZZP'er en een Mkb'er. Verder geven 2 van de 8 respondenten aan geen behoefte te hebben aan meer ontmoetingsplekken. De overige 4 respondenten geven aan dat er misschien een behoefte is. Er wordt in deze gevallen uitleg gegeven over wanneer er wel behoefte aan zal zijn.		

Tabel 9c Analyseschema 9c potentiële klanten

Vraag: 9c Label: gezellige sfeer/duidelijk doel/ goed georganiseerd/ juiste netwerk aanwezig/combinatie van	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Waar moet een ontmoetingsplek volgens u aan voldoen?
Combinatie van behalve duidelijk doel hebben	1	Ik denk allesbehalve een duidelijk doel hebben. Ik vind namelijk dat er op zo'n moment dingen moeten ontstaan. En ik hoef er dus niet met een bepaald doel heen. Dat kan wel alleen dat hoeft van mij niet.
Combinatie van	2	Nou, dat is eigenlijk een combinatie van alle factoren.
Combinatie van	3	Nou, eigenlijk wel een combinatie van alles. Dus je moet daar wel lopen dat er een goede sfeer hangt. Maar dat moet niet het enige zijn want dan ga ik wel met mijn vrienden ergens een biertje drinken. Maar er moeten wel de juiste mensen aanwezig zijn maar ook de juiste informatie krijgen. Dus het moet op mijn interessegebied zijn. De juiste doelgroep moet ook aanwezig zijn. Dus ja echt een combinatie van.
	4	Combinatie van wel. Maar een duidelijk doel wat minder.
Combinatie van	5	Een combinatie van gezellig, goed georganiseerd, een doel hebben en dat het juiste netwerk aanwezig is ook wel belangrijk.
Combinatie van	6	Alle aspecten zijn wel belangrijk vind ik.
Combinatie van	7	Nou, dat is eigenlijk een combinatie van alle factoren. Het moet laagdrempelig zijn, een goede sfeer is fijn en het is fijn dat er gelijkgestemde aanwezig zijn.
Combinatie van	8	Alle 5 criteria wel.
Alle respondenten geven aan een combinatie van de 5 criteria belangrijk te vinden voor een ontmoetingsplek. Respondent 1, een Mkb'er geeft aan alle criteria belangrijk te vinden met uitzondering van een duidelijk doel hebben.		

Tabel 10 Analyzeschema 10 potentiële klanten

Vraag: 10	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Wat weet u op dit moment van het dienstenpakket wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt?
------------------	---	--

Label: onbekend/redelijk bekend/ bekend		
Onbekend	1	0. Ik weet er echt nog niks vanaf.
Onbekend	2	Eigenlijk een beetje hetzelfde als wat weet je over Gilde Plus zelf. Ik kan nu niet zo oplepelen wat Gilde Plus nou precies aanbiedt. Ik kan wel voorbeelden noemen van werkzaamheden. Maar verder vind ik het moeilijk om het exacte aanbod te benoemen.
Onbekend	3	Naja, er zijn wel mailtjes voorbijgekomen, maar dan zijn het termen als netwerken, ontmoetingsplek, leerplekken etc. En dat zijn algemene termen en dan denk ik al snel dat het niks voor mij is aangezien ik er geen behoefte aan heb.
Onbekend	4	Helemaal niks eigenlijk.
Onbekend	5	Niet zo heel veel. Nouja, we hebben in het begin wel meegekregen wat de plannen waren etc. Maar niet echt inhoudelijk.
Redelijk bekend	6	Ja, eigenlijk wat je al in de presentatie ook aangaf, een stukje werven van mensen, een stukje coaching, workshops, en de ruimtes die daar beschikbaar zijn, dat soort zaken.
Onbekend	7	Vrij weinig eigenlijk.
Bekend	8	Ik weet er alles van. Aangezien ik ook medebedenker ben van veel projecten en werkzaamheden.
6 van de 8 respondenten geven aan dat het dienstenpakket van Gilde Plus onbekend is. Voor 1 respondent is het redelijk bekend, dit betreft een groot bedrijf. Voor de overige respondent, een ZZP'er is het dienstenpakket wel bekend, omdat degene medebedenker is.		

Tabel 11 Analyzeschema 11 potentiële klanten

Vraag: 11	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Op welke manier is er met u gecommuniceerd over de dienstverlening van Gilde Plus?
Label: persoonlijk/digitaal/niet		
Persoonlijk	1	Ook via SVV Scheveningen en via een van de initiatiefnemers Ron. Die nodigde mij destijds uit voor de kick-off.
Niet	2	Nee, dat is nog niet helder gecommuniceerd denk ik. Want ik moet erover na gaan denken. Daar zou nog wel een verbeterpuntje liggen voor Gilde Plus.

Persoonlijk	3	Ik heb er weleens met Ron (kernteam) over gesproken, maar verder niet.
Persoonlijk	4	Ik heb ook weleens een presentatie bijgewoond over de BitCoin, maar dat is voor ons niet zo interessant.
Persoonlijk	5	Tijdens de eerste bijeenkomst. Maar verder niet.
Persoonlijk	6	Ik heb er weleens over gesproken op SVV Scheveningen met Ron.
Persoonlijk	7	Ik heb een paar keer bij het project Leergilde gezeten. En vorige keer ben ik aangesloten bij het gesprek met een gilde lid, met die dame, waar jij ook bij was. Maar echt gestructureerd en een tien puntenlijstje met wat ze voor mij kunnen doen dat heb ik nog niet helder.
Persoonlijk	8	Ik denk dat er onvoldoende gecommuniceerd wordt met onze doelgroepen. Dit kan echt beter.
6 van de 8 respondenten geven aan persoonlijk te zijn benaderd over de dienstverlening van Gilde Plus. 1 van de 8 respondenten geeft aan dat er nog niet helder gecommuniceerd is en ziet dit als een verbeterpuntje. Een ZZP'er geeft ook aan dat er onvoldoende gecommuniceerd wordt met de doelgroepen en ziet het ook als een verbeterpunt.		

Tabel 12a Analyseschema 12a potentiële klanten

Vraag: 12a Label: ja/enkele/nee	Respondent Nr. + Grootte onderneming.	Item: Zijn er huidige maatschappelijke projecten/werkzaamheden van Gilde Plus bij u bekend?
Enkele	1	Ik vind de Banentour zeker interessant. En van het project Leergilde heb ik ook wel is gehoord. Daar kunnen wij ook wel wat mee doen, is het niet nu dan in de toekomst zeker denk ik.
Enkele	2	Nee, dat ook niet. Alleen weet ik dat ze met studenten werken en daar kan je vraagstukken of plannen neerleggen waarmee zij aan de slag gaan.
Nee	3	Nee, eigenlijk niet.
Enkele	4	Dat er flexplekken zijn, dat er mensen zitten te werken in het sponsorhome en dat soort dingen. Daar ben ik wel op de hoogte van. Maar projecten o.i.d. weet ik niet te noemen. Ik heb alleen wel is gehoord van het Leergilde.
Enkele	5	Geen één eigenlijk, vertel...nouja, wat je zegt werkplekken, leerplekken en ontmoetingsplekken dat is wel

		gecommuniceerd via de eerste meeting, maar verder niet.
Nee	6	Dus ik weet niet echt wat de werkzaamheden of projecten zijn op dit moment.
Enkele	7	Sowieso het project van de jongeren, het Leergilde. Daarvan ben ik toen ook naar de uitreiking geweest van de DDD-award.
Alle	8	Alle werkzaamheden zijn bij mij wel bekend.
Over het algemeen weten de respondenten maar enkele projecten en/of werkzaamheden te benoemen. 2 van de 8 respondenten geeft aan geen enkel project of werkzaamheid weten te benoemen.		

Tabel 12b Analyseschema 12b potentiële klanten

Vraag: 12b Label: Maatschappelijke projecten Leergilde//InBetween café/Banentour/Gereedschapskist/anders/geen	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Welke huidige maatschappelijke projecten/werkzaamheden vindt u op dit moment bij uw bedrijf passen?
Banentour en Leergilde	1	Als ik naar de huidige bedrijfsvoering kijk dus puur het bakkerij-gedeelte. Dan zou het project Leergilde hier wel goed op aansluiten. Voor het stukje grondstoffenbedrijf kan ik zeker wat met het project de Banentour. Dus dat ZZP'ers vraagstukken voor mij oplossen. Dus dat ik bijvoorbeeld zeg; ik wil binnen een jaar dusdanig veel bakkers bevoorraden met mijn grondstoffenmixen, hoe gaan we dit aanpakken?
Andere werkzaamheden en Banentour	2	Naja, scholieren zijn altijd welkom. Maar we hebben hier niet echt stages etc. Als je kijkt naar de grotere bedrijven in ons vakgebied, die hebben echt samenwerkingsverbanden met scholen en speciale afdelingen voor begeleiding. Maar wat ik net zei over de coaching sessies en trainingen daar zijn misschien nog wel mogelijkheden voor.
Leergilde	3	Scholieren zijn altijd welkom. Dus dat is altijd goed. Ik heb alleen niet echt werkzaamheden voor "snuffelstages". Want dan komen ze een beetje sporten en daarna moeten ze algemene klusjes doen. Dus dat is niet echt fitness gerelateerd. En dat gebeurt op latere leeftijd. Want daar

		heb ik veel meer aan en zij ook.
De Banentour/Leergilde	4	Kijk, dat is wel interessant. (Gerelateerd aan het project de Banentour) We zijn namelijk bezig met een plan voor de Vogelwijk, achter SVV Scheveningen. We zijn met een idee bezig wat echt wel bruisend kan zijn. Maandelijks een abonnement afsluiten voor een 10tje per maand. Voor de Vogelwijk is dat wel haalbaar denk ik. We willen daar heel de nacht van 22:00u tot 7:00 s 'morgens de wijk beveiligen.
Leergilde, administratief werk	5	Voor zo'n project als het Leergilde, staan we altijd open. We bieden stages aan, wel eigenlijk ook van binnenuit, dus diegenen weten wat Domino's inhoudt etc. Dus dat is wel een pluspunt, maar daar zijn altijd wel mogelijkheden voor. We hebben één dame op kantoor zitten die administratief werk doet. En die kan best wel wat handjes gebruiken. Dus daar is wel plek voor. Zeker voor scholieren en ik denk dat het mbo-kader niveau goed past bij stages binnen ons bedrijf.
Niet.	6	Naja, ik ben eigenlijk niet echt betrokken bij het concept. Ik stop er eigenlijk geen tijd in.
Leergilde/coaching/trainingen	7	Nou er lopen al subsidiestromen. Mijn ervaring hiermee is dat je deze goed in de gaten moet houden en precies moet weten wat je doet. En dat betekent dus ook simpelweg administratievoeren. Verder kan ik plannetjes schrijven, structuur bewaken door goede besprekingsverslagen te maken, communiceren op een goede laagdrempelige manier. Op die gebieden zou ik zeker wat aan kunnen bijdragen, maar ik kan nu niet drie punten benoemen waarvan ik denk van daar kan Gilde Plus mij mee helpen. Ja, nouja en kijk, als er in dat project; In Banentour voldoende kwaliteit zit voor het uitwerken van een idee van

		mij. Dan zal ik er wat aan kunnen hebben. Maar ik stel daar denk ik wel realistische, maar toch ook bepaalde eisen aan.
Leergilde/Banentour	8	Leergilde en Banentour.
5 van de 8 respondenten zien het project Leergilde wel passen bij het bedrijf. Dit betreft bedrijven binnen alle klantsegmenten. 4 van de 8 respondenten zien het project Banentour wel passen bij het bedrijf. Dit betreft bedrijven binnen de klantsegmenten ZZP en MKB. 3 van de 8 respondenten zien andere werkzaamheden wel passen bij het bedrijf. Voorbeelden die hiervan worden genoemd zijn administratief werk, trainingen en coaching sessies. Dit betreft alle klantsegmenten		

Tabel 13 Analyseschema 13 potentiële klanten

Vraag: 13 Label: aanvullingen, ja/nee	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Heeft u aanvullingen op het totaalpakket van Gilde Plus, wat passend is voor uw bedrijf?
Nee	1	Nou, ik heb eigenlijk geen directe aanvullingen. Als ik het zo allemaal aanhoor, dan is het een vrij duidelijk verhaal met de meest uiteenlopende stukken.
Nee	2	Nee, ik kan nu niet iets bedenken.
Nee	3	Nee, ik op dit moment niet echt aanvullingen voor me.
Ja	4	Ik zou andere dingen weer interessant vinden als commerciële dingen, hoe haal ik meer klanten naar binnen? Etc. Ik ben echt geïnteresseerd in commerciële aspecten. Dat vind ik gaaf. Hoe kan ik meer opdrachtgevers naar binnen halen? Etc. Ja en de Banentour lijkt me zeker interessant. Ik wil daar echt een heel goed plan voor neerleggen. Ik denk dat het zeker een aanspreekpunt is. En dan ben ik ook weer zo, stel het lukt en het is een goed plan. Dan stoppen wij weer een stukje in Gilde Plus of SVV Scheveningen.
Nee	5	Voor ons bedrijf denk ik niet. Lastig. Ik denk dat het voor alle franchiseformules wel geldt. Omdat binnen de franchiseorganisatie eigenlijk alles al geregeld wordt.
Ja	6	Nee, niet echt... Kijk wat je zou kunnen doen, dat schiet me nu te binnen, is dat je zegt van joh je hebt heel veel jeugd bij Scheveningen en die willen vakantiewerk doen dus dan zou je misschien kunnen zeggen van joh wij bieden vakantiewerk aan voor deze jongeren. En dan dat alle bedrijven hier in de regio zoeken naar oproepkrachten, dus dan zullen wij in een soort van samenwerking daaraan deelnemen.
Ja	7	Nou, een leerplek of een werkplek heb ik niet direct nodig. Maar waar we het net al even over

		hebben gehad, bijvoorbeeld een innovatie-sessie wat bruikbaar is voor mij. Ik zit in een mail bestand en wat ik daar door krijg vind ik eerlijk gezegd weinig innovatief. Maar dat kan ook mijn beperking zijn. Omdat ik eigenlijk elk idee, maar ook innovatie direct in de structuur wil zien.
Nee	8	Nee, ik kan nu niks bedenken. Wellicht bedenken we in de komende tijd weer wat nieuws.
4 van de 8 respondenten geeft aan geen aanvullingen te hebben op het totaalpakket. De overige 4 respondenten geven aan wel aanvullingen op het totaalpakket van Gilde Plus te hebben.		

Tabel 14 Analyseschema 14 potentiële klanten

Vraag: 14 Label: lidmaatschap	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe ziet u op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor u?
	1	Ik kan er nog geen goed beeld geven.
	2	Als je ergens aan begint, dan moet je er wel tijd in steken. Dus je moet zelf als bedrijf veel initiatieven nemen. We zijn in het verleden ook weleens bij businessclubs aangesloten geweest waar we nooit heen gingen. Dus toen heb ik ook gezegd stoppen ermee.
	3	Ik zou eerlijk gezegd niet weten wat mijn toegevoegde waarde daar op dit moment van is.
	4	Dat weet ik nog niet. Dat is nog niet zo helder. Maar het idee van het onderzoeksplan is wel een passend aanbod.
	5	Ik denk dat het geheel voor ons minder interessant is. Ik denk dat de broedplaats wel interessant is als businessclub. Om zo in contact te komen met andere ondernemers etc. Maar de letterlijke behoefte is er op dit moment niet echt.
	6	Op dit moment zie ik niet zoveel effecten voor me. Maar als je zoiets zou doen met de jongeren etc. Dan zou het wel interessant kunnen worden.
	7	Dat is voor mij niet duidelijk op dit moment.
	8	Persoonlijk ben ik al lid. Maar met mijn bedrijf zie ik nog wel mogelijkheden, kijkend naar de projecten Banentour en Leergilde. En wat het mij aan netwerk nog kan opleveren.
Alle 8 de respondenten zijn niet echt in staat om een duidelijk beeld te geven van wat een lidmaatschap bij Gilde Plus inhoudt.		

Tabel 15 Analyseschema 15 potentiële klanten

Vraag: 15 Label: voordelen	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Wat zijn op dit moment de redenen/voordelen om wel lid te worden van Gilde Plus?
	1	Ik denk A. de leerplek (puur op het geven van workshops) kennis overbrengen. Dat zou voor mij een toegevoegde waarde kunnen zijn. Verder zal voor een stukje ambacht behoud, het Leergilde project goed aansluiten. En kijkend naar de toekomst, waar we in het vakgebied naar de grondstoffenmix-kant op gaan, waarin steeds grotere bakkers, steeds groter worden. Daar zal het project de Banentour zeer goed aansluiten. Dus eigenlijk zijn er 3 elementen waar ik voor zou kunnen zeggen, daar steek ik wel tijd in. En zeker als het mensen uit de omgeving zijn.
	2	Toch wel de kruisverstuivingen en de naamsbekendheid voor ons als kantoor. Om daar gebruik te maken van alle activiteiten via het netwerk van SVV Scheveningen. En de combinatie tussen de voetbalvereniging, Gilde Plus en ons als bedrijf. Dus ik zie niet gelijk opdrachten terug, maar meer het bedrijf Hoornwijck presenteren en dat kan doordat wij actief moeten deelnemen aan sessies en Gilde Plus zal daar een verlengstuk voor zijn.
X	3	Nee, eigenlijk heb ik die niet echt.
	4	Naja de projecten die je net noemde. En als businessclub goed in orde is zie ik daar ook mogelijkheden in. Maar ik wil eerst kijken hoe ze het doen. Dus ik proef er liever eerst even aan.
	5	De ontmoetingsplekken en de projecten die ik net benoemde. Daar zie ik wel mogelijkheden in.
	6	Ja, wat ik net al aangaf. Als er dat soort dingen worden georganiseerd waar we het net over gehad hebben. Dan is het wel interessant om ons aan te sluiten. En dan kan er uit het geheel wat worden gehaald, denk ik.
	7	Nou de mogelijkheid om een nieuwe klantengroep aan te boren. Dus om via Gilde Plus nog meer bekendheid krijgen binnen de Scheveningse bedrijven.
	8	De kansen die er nog liggen voor mijzelf en voor mijn bedrijf. Verder vind ik dat de kerncompetenties van Gilde Plus, zoals

		elkaar versterken en andere mensen ontmoeten goed aansluiten op mijn bedrijf.
Buiten respondent 3, worden er door alle respondenten voordelen genoemd om wel lid te worden van Gilde Plus. Het netwerk van Gilde Plus komt hierbij vaker naar voren als voordeel.		

Tabel 16a Analyseschema 16a potentiële klanten

Vraag: 16a Label: pijnpunten	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Wat zijn op dit moment de redenen om geen lid te worden van Gilde Plus? (Pijnpunten)
	1	Ja, wat ik eigenlijk net al een beetje zei, dat je er persoonlijk wel actief tijd in moet steken. Verder weet ik niet echt een negatief punt te benoemen. Dus het zou eigenlijk aan de ondernemer zelf liggen. Het ligt in dit geval denk ik dan ook niet aan Gilde Plus. Maar hoe de ondernemer erin kan gaan staan.
	2	Dat je er als bedrijf wel energie in moet steken. En dat is ook de uitdaging. Dat geldt voor alle branches denk ik wel.
	3	Dat er geen behoefte is. Ik weet ook niet wat een lidmaatschap inhoudt. Dus het schort ook nog aan communicatie etc.
	4	Ik heb er eerlijk gezegd te weinig tijd voor. Ik heb De Beren, Hofstad, defensie en m'n zoontje. En ik heb nog mijn vrije tijd
	5	Nou, ik denk dat wij er commercieel niet zoveel kunnen uithalen. En niet zoveel te bieden hebben. En ook niet zoveel vraag hebben. Behalve aan scholieren enz. In principe zou daar wel een opening liggen, om mensen naar ons bedrijf te laten kijken, misschien vinden ze dat wel heel leuk.
	6	Ja, de tijd die ik erin kan stoppen en dat er voor ons nog niet echt iets bij zit wat ons iets zal opleveren.
	7	Dat er te weinig structuur is en te weinig tastbare zaken. De focus ligt nu nog op gesubsidieerde trajecten wat ook een bepaald denkpatroon met zich meebrengt. Dus dat er te weinig concreet is. En de keren dat ik erbij heb gezeten, dat er veel proefballonnetjes zijn maar dat het dan in ieder geval voor mij nog niet tastbaar is.
	8	Te weinig activiteiten en te weinig duidelijkheid.
Door alle 8 de respondenten worden er pijnpunten genoemd. Aspecten als te weinig tijd en te weinig duidelijkheid komen vaker terug in de antwoorden. Vooral bij de Mkb'ers komt het aspect "tijd" vaker terug.		

Tabel 16b Analyseschema 16b potentiële klanten

Vraag: 16b Label: pijnpunten	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Hoe kunnen de pijnpunten volgens u worden weggenomen?
	1	In mijn geval, door er zelf als ondernemer tijd in te steken.
	2	Ik vind dat er altijd een wisselwerking moet zijn tussen het lid en de vereniging. Dus we moeten er zelf veel tijd in stoppen om er een succes van te maken. Ik denk dat hoe bekender Gilde Plus is hoe groter het draagvlak kan zijn. Maar op dit moment heb ik niet iets van wat ik neer kan leggen bij Gilde Plus.
	3	Allereerst meer duidelijkheid, maar of de behoefte er dan zal komen dat denk ik niet.
	4	Wellicht door meer te organiseren en meer duidelijkheid te creëren.
	5	Ik denk dat een ontmoetingsplek altijd goed is. In principe zou daar wel een opening liggen, om mensen naar ons bedrijf te laten kijken, misschien vinden ze dat wel heel leuk.
	6	Ja, wat ik net al aangaf. Als er dat soort dingen worden georganiseerd waar we het net over gehad hebben. Dan is het wel interessant om ons aan te sluiten.
	7	Door meer structuur aan te brengen en te organiseren. De kwaliteiten gebruiken die er zijn. Ik weet van Ron van het kernteam dat hij veel commerciële kwaliteiten heeft. Van Jaap en Jacques van het kernteam weet ik het nog niet. Van de rest van de leden weet ik het ook niet. Die zijn zelfstandig ondernemer of werkzoekend. Dus er is weinig inzicht in wat ze kunnen en wat de beperkingen zijn. Dus je kunt moeilijk synergie zoeken als je nog niet weet wie wat kan. Dus je moet organiseren en in een goede structuur alles inzichtelijk maken. Je kunt bijvoorbeeld op de website al kort aangeven wat Gilde Plus doet etc. En zo moet het dan groeien.
	8	Door een bredere groep bedrijven en klanten binnen te halen. Hiervoor moet de interne en externe communicatie beter en moet er meer actie worden ondernomen.
Alle 8 respondenten zijn in staat om aan te geven hoe de pijnpunten kunnen worden verzacht. De aspecten zelf tijd erin stoppen en meer duidelijkheid en structuur komen vaker terug in de antwoorden.		

Tabel 17 Analyseschema 17 potentiële klanten

Vraag: 17 Label: 1. Onder de 700 euro 2. Tussen de 700-900 4. Tussen de 900-1100 euro 5. Meer dan 1100 euro	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Wat bent u op dit moment in de vorm van contributie <i>jaarlijks</i> bereid te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus:
Tussen de 900-1100 euro	1	Wat ik nu allemaal te horen heb gekregen en wat de mogelijkheden zijn en ik me daar actief voor in zet. Want dat vind ik wel een van de belangrijkste punten. Maar ik vergelijk het een beetje met kosten voor een businessclub en dan zou ik zo'n 8-900 euro jaarlijks bereid zijn te betalen. Dus dan zit ik bij nummer 3. <i>Tussen de 900-1100 euro</i>
Onder de 700 euro	2	Dan onder de 700. Ik denk dat het laagdrempelig moet zijn. De kosten moeten niet te hoog zijn.
Onder de 700	3	Op dit moment 0.
Onder de 700	4	Daar zou ik nog even over moeten nadenken. Ik vind de jaarlijkse contributiebedragen tussen de 700-1000 euro op dit moment wel hoog. Dan zou het wel veel moeten opleveren.
Onder de 700	5	Dat zou op dit moment onder de 700 zijn. Omdat we dan alleengebruik zullen maken van de ontmoetingsplek.
Onder de 700	6	Op dit moment dan 1. Onder de 700 euro.
Onder de 700	7	Dan denk ik op dit moment nog onder de 700 euro. Omdat ik nog niet het gevoel krijg dat het mij wat extra's oplevert. Ik bedoel ik betaal bij het Ronald McDonalds huis ook 300 euro op jaar basis en daar levert het mij ook geen stapels werk op maar daar weet ik wel zeker dat ik met gelijkgestemden aan tafel zit. En als je dan kijkt naar de doorsnee bedrijven die daar aanwezig zijn die sluiten meer aan op mijn potentiële doelgroep.
Tussen de 900-1100 euro	8	Tussen de 900-1100 op jaarbasis.
6 van de 8 respondenten geven aan op dit moment onder de 700 euro bereid zijn te betalen aan contributie voor een lidmaatschap bij Gilde Plus. 2 van de 8 respondenten geven aan tussen de 900-1100 euro bereid zijn te betalen. Dit betreffen een Mkb'er en een ZZP'er.		

Tabel 18 Analyseschema 18 potentiële klanten

Vraag: 18 Label: ja/nee	Respondent Nr. + Grootte onderneming	Item: Zou uw bereidheid om lid te worden van Gilde Plus veranderen, wanneer er met een proefperiode van twee maanden kan worden gestart?
Nee	1	Nee joh. In mijn geval zeker niet. Jaarlijks 900 euro is niks op dat vlak. Ga maar eens een zaaltje huren, met alle respect.
Ja	2	Ja, dat denk ik wel. Daarmee maak je het wel laagdrempeliger. En dat is denk ik wel belangrijk. Eerst even proberen en kijken hoe alles in elkaar steekt is altijd goed denk ik.
Nee	3	Nee het is bij mij een ja of een nee.
Ja	4	Ja, zeker. Je maakt toch ook eerst een proefrit voor dat je een auto komt haha. Ik vind dat wel passend.
Nee	5	Nee. Het is bij ons een ja of een nee. Want ik weet van tevoren dat we er commercieel niet zoveel uit kunnen halen, dus dat zou echt puur voor de ontmoetingsplek zijn.
Nee	6	Nee, het ligt aan onze organisatie, het ligt niet aan Gilde Plus.
Nee	7	Nee. In mijn geval niet.
Nee	8	Nee, als alles goed in orde is en je er echt profijt uit kunt halen heb ik geen behoefte aan een proefperiode.
Slechts 2 van de 8 respondenten geeft aan dat de bereidheid om lid te worden van Gilde Plus verandert, wanneer er met een proefperiode van twee maanden kan worden gestart.		

Huidige afnemers

Tabel 19 Analyseschema 1 huidige klanten

Vraag: 1 Label: Naamsbekendheid	Respondent	Item: Hoe bent u in contact gekomen met Gilde Plus en hoe bekend was Gilde Plus al voor u?
	A	Bij het buurthuis van de toekomst. En daar heb ik Jacques een keer geloof ik heel even kort gesproken. En nou weet ik het weer, de laatste keer dat ik Jacques tegenkwam bij de vijftigplusbeurs voor werkzoekenden. En ik was toen nog geen 50, maar wel werkzoekend. Had er daarvoor nooit wat over gehoord. Nee. Het sprak me wel aan.
	B	Eigenlijk via het verenigingsleven. Ik ken Ernst Andeweg (ook lid) via deze vereniging en hij vertelde mij over dit initiatief. Wij zaten op dat moment een beetje in hetzelfde schuitje; op zoek naar opdrachten en nieuwe klantengroepen.

Tabel 20 Analyseschema 2 huidige klanten

Vraag: 2 Label:	Respondent	Item: Wat gaf voor u de doorslag om lid te worden van Gilde Plus?
	A	Waarom, ik had niks te doen, ik zat thuis. En natuurlijk dacht ik aan solliciteren, sollicitatiebrief schrijven etc. Maar ik dacht dat Gilde Plus mij wel konden helpen. Het is een kans. Ik wist wel dat het mogelijkheden bood. Ik wilde weten en was benieuwd gewoon wat voor bedrijven hier zaten en ik kom weer met mensen in contact. Netwerken. Als werkzoekende toch altijd handig om een netwerk op te bouwen.
	B	De mogelijkheden om nieuwe klantengroepen aan te boren door het grote netwerk van deze vereniging. De voetbalvereniging ken ik namelijk al wel heel lang. Ik was op dat moment dus echt zoekende en zag in Gilde Plus veel mogelijkheden.

Tabel 21a Analyseschema 3a huidige klanten

Vraag: 3 Label: Sociale onderneming Bekend/redelijk bekend/onbekend	Respondent	Item: Hoe bekend bent u met het begrip sociale ondernemen?
	A	Bekend. Ik denk dat Gilde Plus ook een sociale onderneming is toch?
	B	Zeker bekend. Ik heb in mijn leven regelmatig te maken gehad met sociale ondernemingen. Ondernemingen waarbij winst maken niet vooropstaat.

Tabel 21b Analyseschema 3b huidige klanten

Vraag: 4 Label: Sociale onderneming Zeer belangrijk/belangrijk/niet belangrijk	Respondent	Item: Wat maakt Gilde Plus voor u een sociale onderneming? En hoe belangrijk vindt u dit soort initiatieven?
	A	Veel bezig zijn met de maatschappij en werkzaamheden en projecten e.d. aan maatschappelijke vraagstukken koppelen. Ik denk dat Gilde Plus dat heel goed doet. Ik vind dit soort initiatieven zeker belangrijk. In mijn vrije tijd doe ik veel aan scouting, waarbij we natuurlijk ook veel in de natuur zijn en bewust te werk gaan. Ik zal dit soort initiatieven dan ook altijd ondersteunen.
	B	Gilde Plus verricht ook maatschappelijke projecten. Kijk naar Leergilde bijvoorbeeld. Met een project jongeren helpen de toekomst beter in te gaan. Ik vind dit soort initiatieven zeer belangrijk. Ik draag namelijk zelf ook bij aan een betere maatschappij.

Tabel 23a Analyseschema 5a huidige klanten

Vraag: 5 Label: Tevredenheid	Respondent	Item: Hoe tevreden bent u over de huidige gang van zaken bij Gilde Plus?
	A	Redelijk. Veel projecten bevinden zich nog in de opstartfase. Uiteindelijk moet dat in de stijgers komen, zo zie ik het dan. Daar kan ik wel een rol bij gaan betekenen met mijn achtergronden. Vooral het project Leergilde spreekt mij dan aan, omdat ik bijvoorbeeld veel met begeleiding en trajecten kan gaan doen.

	B	Nou ja, redelijk. We moeten geduld hebben en wel actief blijven, want de tijd is je beste vriend, zeggen de indianen. Dat is een groot gezegde van me. Sommige dingen los je op door gewoon te wachten. Maar wel de hele tijd prikkels uitdelen of duwtjes in de goede richting geven. En uitdragen dat we binnenkort eens een keer één groot succes hebben. Maar dat kost tijd.
--	---	--

Tabel 23b Analyseschema 5b huidige klanten

Vraag: 6 Label: Tevredenheid	Respondent	Item: Waar bent u minder tevreden over?
	A	Het is geen vrijwilligerswerk, aan de andere kant is het eigenlijk wel zo. Elke financiële component is tijdelijk te doen, hoewel ik wel iets dan krijg. Dus wat dat betreft zou ik wel verder willen ontwikkelen, maar dan moet het wel gewoon financieel meer uit komen, want nu is het gewoon vrijwilligerswerk, gewoon betaald.
	B	Nou ja, ik ben een absolute voorstander van initiatiefnemers die altijd hun eigen ideeën moeten vormen en dat moeten uitstorten op de doelgroep. Maar je moet wel een beetje luisteren naar wat de doelgroep wilt. Weet je wat het probleem is met het Leergilde, je moet luisteren naar wat die jongetjes willen, maar die willen niks...

Tabel 23c Analyseschema 5c huidige klanten

Vraag: 7 Label:	Respondent	Item: Hoe kan dit volgens u worden opgelost?
	A	Bij bepaalde van deze projecten had ik nog meer actie verwacht. Het is nu heel erg afwachten en een beetje de kat uit de boom kijken. Het is heel moeilijk om plannen te bepalen naar realiteit en dan de stap naar inkomsten te realiseren.
	B	Door bijvoorbeeld via een andere doelgroep deze jongetjes wel te bereiken. Kijk bijvoorbeeld naar ouders of scholen. Deze partijen hebben veel meer invloed op hen dan wij dat hebben. Daar moeten we

		ons dan meer op richten. Verder denk ik dat we nog wat effectiever moeten worden in werkzaamheden en taakverdelingen. Er wordt nu vaak afgewacht.
--	--	---

Tabel 24a Analyseschema 6a huidige klanten

Vraag: 8 Label: Dienstenpakket	Respondent	Item: Van welke diensten van Gilde Plus maakt u het meeste gebruik? Hoe vaak?
	1	Ik ben nu projectteamlid van het project Leergilde. En we zijn bezig met nog een project. Dus ik ben voornamelijk bezig met projecten. Wekelijks hebben we hier wel bijeenkomsten over. Zowel binnenshuis als op externe locaties. Verder zit ik hier weleens een uurtje te werken, maar nooit echt lang.
	2	Ik heb hier een paar keer een bijeenkomst bijgewoond van andere leden, waarbij het element leerplek naar voren kwam. Dat vond ik wel leuk. Verder ben ik dus betrokken bij het project Leergilde en communicatie.

Tabel 24b Analyseschema 6b huidige klanten

Vraag: 9 Label: elementen dienstenpakket	Respondent	Item: Van welk element maakt u het meest gebruik, kijkend naar werkplek, leerplek, ontmoetingsplek?
	A	Van deze elementen maak ik dan het meest gebruik van de leerplek. Ik werk hier bijna nooit en er is wel eens een netwerkbijeenkomst georganiseerd maar ik had verwacht dat het daarin wat meer zou "borrelen". Het eerste element vind ik dan ook helemaal niet nodig. Vaak kom ik hier alleen maar binnen, ik praat en dan ga ik weg.
	B	Ik werk hier eigenlijk nooit. Ik heb wel eens een presentatie hier gemaakt, maar dit is verder nog niet nodig geweest. Er zijn weinig ontmoetingsbijeenkomsten georganiseerd met externe partijen. Dat mag van mij wel wat meer. En de leerplek heb ik nu wel een paar keer bijgewoond, maar dan verrichte ik een ondersteunende functie.

Tabel 24c Analyseschema 6c huidige klanten

Vraag: 10 Label: ervaringen dienstenpakket	Respondent	Item: Hoe beoordeelt u de ervaringen met het dienstenpakket (werkplek, leerplek, ontmoetingsplek) van Gilde Plus?
	A	De leerplek in de vorm van praten met het kernteam vind ik wel fijn. Ik heb bijna wekelijks wel gesprekken met het kernteam en andere leden zoals Frits Emmerik. De werkplek gebruik ik niet zozeer omdat ik veel onderweg ben en ik hier (nog) niet zoveel te doen heb. In de ontmoetingsplek mag meer tijd worden gestoken vind ik. Dus de ervaringen zijn nog niet heel goed te meten.
	B	De ruimtes zijn prima. Als je een afspraak wilt maken met iemand dan kan dat en dan is er genoeg ruimte hier. Ik denk dat als ik eenmaal wat verder ben met werkzaamheden en projecten dat ik dan hier misschien wel wat vaker ben en dan ook meer gebruik zal maken van die elementen.

Tabel 25a Analyseschema 7a huidige klanten

Vraag: 11 Label: betrokkenheid	Respondent	Item: Bij welke werkzaamheden of projecten bent u betrokken?
	A	Ik ben projectteamlid eigenlijk. Met name nu van het project Leergilde.
	B	Ik houd me op dit moment veel bezig met de communicatie en de middelen die hiervoor worden ingezet. Verder ben ik deelnemer in het project Leergilde, wat echt nog in de opstartfase zit.

Tabel 25b Analyseschema 7b huidige klanten

Vraag: 12 Label: beoordeling ervaringen	Respondent	Item: Hoe beoordeelt u deze ervaringen tot nu toe?
	A	Daar heb ik nog mijn vraagtekens bij. Er is nu aangegeven dat het niet heel duidelijk is wie doet nu precies wat en wanneer. Maar ik ben binnen het leergilde denk ik dat ik HR en loopbaanadviseur. Vanuit Zzp'er schap. Ik ben ZZP'er. En als je het dan over leergilde hebt, noemen ze met name juiste

		studiekeuze en dan heb de meeste kennis van zaken.
	B	En ik vind het heel leuk, wat ik zei, om uit de basis economie op te bouwen, te organiseren. Economische activiteit te organiseren, want dat is heel erg leuk. Dat ontbreekt nog.

Tabel 25c Analyseschema 7c huidige klanten

Vraag: 13 Label: verbeterpunten	Respondent	Item: Welke verbeterpunten kunt u benoemen?
	A	Over de hele breedte communicatie en structuur aanbrengen. Zowel binnen Gilde Plus als naar buiten toe. Het was voor mij nog niet bekend dat Gilde Plus bestond. Ik denk dat een-op-een communicatie belangrijk is bij dit initiatief.
	B	Projecten moeten echt gaan lopen. Ik denk dat als we wat resultaten boeken het voor iedereen interessanter wordt, zowel voor Gilde-leden als potentiële opdrachtgevers. We moeten er dus wel energie in blijven steken en misschien wel wat meer dan dat we nu doen. En hierop meer structuur aanbrengen en de taken weer goed verdelen en evaluaties houden.

Tabel 26a Analyseschema 8a huidige klanten

Vraag: 14 Label: voordelen	Respondent	Item: Wat zijn de vereiste voordelen van de diensten van Gilde Plus? En wat de gewenste?
	A	Vooraf eiste ik toch wel dat ik hier mijn netwerk zou verbreden. De gewenste voordelen richtten zich denk ik meer op werk of opdrachten vinden.
	B	De vereiste voordelen van de diensten van Gilde Plus zijn denk ik voornamelijk netwerk vergroten, kennis delen, samenwerken en maatschappelijk te werk gaan. De gewenste voordelen hebben voornamelijk betrekking op werk/opdrachten vinden via het netwerk van Gilde Plus.

Tabel 26b Analyseschema 8b huidige klanten

Vraag: 15	Respondent	Item: Wat zijn de verwachte voordelen van de diensten van Gilde Plus? En wat de onverwachte?
Label:		
	A	Eigenlijk komen de verwachte voordelen een beetje overeen met de gewenste. Ik verwacht via het Gilde mijn netwerk te vergroten en nieuwe opdrachten binnen te halen. De onverwachte voordelen zijn op dit moment nog lastig te benoemen. Wellicht als er projecten plotseling zeer goed gaan lopen en ik mijn werk hiernaast neer kan leggen, zou dat een onverwacht voordeel kunnen zijn.
	B	De vooraf verwachte voordelen van de diensten van Gilde Plus waren wel dat ik er zowel persoonlijk als zakelijk veel aan zou hebben. De mogelijkheden die ik vooraf zag met betrekking tot nieuwe klantengroepen en opdrachten/werk vinden vallen hier ook onder. De onverwachte voordelen kunnen nog komen, door bijvoorbeeld onverwachte successen te boeken met de projecten.

Tabel 27 Analyseschema 9 huidige klanten

Vraag: 16	Respondent	Item: Waar heeft u verder nog behoefte aan binnen Gilde Plus en hoe kan Gilde Plus hier invulling aan geven?
Label:		
	A	Ik heb nog meer behoefte om in contact te komen met bedrijven en potentiële opdrachtgevers. Tot op heden is dit nog weinig gebeurd. Voornamelijk omdat er op dit moment weinig bedrijven lid zijn. Gilde Plus zou hier wat meer energie in moeten stoppen.
	B	Dat er resultaten worden geboekt. Maar ik denk dat iedereen meer energie in het geheel moet steken om successen te behalen en wat ik net al zei geduld hebben. Wel heb ik de behoefte om meer met de bedrijven rondom deze vereniging in contact te komen. Hier zouden dus meer ontmoetingsbijeenkomsten georganiseerd kunnen worden. Misschien komen de bedrijven die nog geen lid zijn er dan ook achter hoe effectief dit initiatief kan zijn.

Tabel 28a Analyseschema 10a huidige klanten

Vraag: 16 Label:	Respondent	Item: Wat zijn de pijnpunten op dit moment? Zijn er ergernissen?
	A	Naja waar we het al even over hebben gehad, is dat er nu wel resultaten moeten komen. Het levert financieel nog heel weinig op en dat verwijt ik ook aan mezelf hoor. Het is nu een soort van "vrijwilligerswerk". Ik ben nu al een paar maanden lid. Gister kreeg ik de nota binnen van 75 euro. Heel commercieel gedacht dat ik: wat levert het met nou eigenlijk op? Ik stop er best wat tijd in en dan kan je ook zeggen ik kom hier en ik moet betalen, maar ik lever ook eigenlijk veel kennis en tijd in. Ook lopen er meerdere halfslachtige projecten voor mijn gevoel. Dit leidt tot onduidelijkheden.
	B	Ik zelf erger me niet zo snel. Ik denk dat een bedreiging, demotivatatie van de leden is, dat als het niet, als mensen niet erkennen dat je een opstartfase hebt en dat je de tijd moet nemen, als je dat niet erkent, dan word je ongeduldig.

Tabel 28b Analyseschema 10b huidige klanten

Vraag: 16 Label:	Respondent	Item: Hoe kunnen deze pijnpunten of ergernissen worden weggenomen volgens u?
	A	Zelf meer energie erin stoppen en meer betrokken raken bij Gilde. Maar het concept is voor iedereen even wennen denk ik. Verder denk ik dat er meer structuur in de organisatie moet komen, zodat iedereen weet waar hij/zij aan toe is en wat de taken zijn.
	B	Dus je moet snel scoren om dat te voorkomen, snel die structuur, zo snel mogelijk die structuur erin brengen en de leden elke keer bij ze op, ja je kan wel kritiek hebben, maar dan moet je zelf actie ondernemen dat doe ik op mijn vereniging HDS ook, mensen die niks doen daar heb je niks aan.

Tabel 29a Analyseschema 11a huidige klanten

Vraag: 16	Respondent	Item: In welke behoefte probeert u uzelf via Gilde Plus te voorzien?
Label:		
	A	Voornamelijk de behoefte om aan werk/opdrachten te komen.
	B	Eigenlijk heb ik vooral de behoefte aan sociale contacten en simpelweg aan werk en opdrachten.

Tabel 30a Analyseschema 12a huidige klanten

Vraag: 16	Respondent	Item: Welke problemen/vraagstukken zijn er die u via Gilde Plus wilt oplossen?
Label:		
	A	Het vinden van opdrachtgevers en dus werk. Gilde Plus heeft het netwerk van SVV Scheveningen natuurlijk. Maar hier wordt op dit moment nog weinig uit gehaald.
	B	Dan voornamelijk het vinden van werk/opdrachten. Om zo uiteindelijk weer als zelfstandige opdrachten binnen te halen.

Tabel 30b Analyseschema 12b huidige klanten

Vraag: 16	Respondent	Item: Zijn het functionele, persoonlijke, sociale of ondersteunende taken?
Label:		
	A	Het kernteam biedt mij op dit moment voornamelijk ondersteunende en functionele taken. Zo maak ik deel uit van een project, waardoor ik ook weer met andere mensen in contact kom. Verder wordt mij vaak ondersteuning geboden op het gebied van communicatie of organiseren van taken.
	B	Verschilt wel. De ene keer heb ik behoefte aan persoonlijke taken, de andere keer meer sociaalgericht. En ik heb het binnen Gilde Plus ook wel eens gehad over mijn werkwijze en het benaderen van

		potentiele klanten etc. Dus dat waren meer functionele en ondersteunende taken.
--	--	---

Tabel 31a Analyseschema 13a huidige klanten

Vraag: 17 Label:	Respondent	Item: Zodra u via het Gilde weer genoeg werk hebt en dus weer als ZZP'er verder kunt, hoe ziet u de toekomst bij het Gilde dan voor je?
	A	Op dit moment verleent Gilde Plus mij dus voornamelijk ondersteunende en functionele taken. Dat zal dan ook zo zijn maar dan meer op mijn bedrijf gericht. Er zullen ongetwijfeld leden binnen Gilde Plus zijn die mij kunnen helpen met mijn bedrijfsvoering of met werkzaamheden. Dus ik zie daar dan nog steeds wel mogelijkheden voor.
	B	Als ik dat aan het Gilde te danken heb, zal ik daar heel dankbaar voor zijn. Ik zal hier dan wel betrokken blijven en waarschijnlijk nog steeds betrokken zijn bij projecten en werkzaamheden.

Tabel 31b Analyseschema 13b huidige klanten

Vraag: 17 Label:	Respondent	Item: Zou u dan overwegen om met uw bedrijf lid te worden?
	A	Ja, dat denk ik wel. Want als individu heb ik dan niet zoveel meer aan Gilde Plus. Met mijn bedrijfje hoop ik dan alleen maar te groeien. Gilde Plus leden kunnen mij ondersteuning bieden, samenwerken en kennis delen, waardoor ik weer op nieuwe ideeën kan komen etc. Precies wat Gilde Plus inhoudt toch?
	B	Ja dat denk ik wel. Als ik kijk wat Gilde Plus startende ondernemingen kan bieden met de kennis en ervaringen die hier aanwezig zijn dan denk ik dat dat alleen maar gunstig kan zijn. Ook om je netwerk te blijven vergroten.

Tabel 31c Analyseschema 13c huidige klanten

Vraag: 17 Label:	Respondent	Item: Zou je het er dan voor over hebben om i.p.v. 25 euro per maand, 1000 euro per jaar te betalen?
	A	Als er hier meer bedrijven aangesloten zijn lijkt het mij wel interessant. Daardoor blijf je namelijk je netwerk vergroten en dus steeds weer potentiële opdrachtgevers ontmoeten. Die 1000 euro per jaar heb ik er dan wel voor over. De resultaten moeten dan wel duidelijk positief zijn.
	B	Ja zeker. Als er dan meer aangesloten partijen zijn en projecten echt lopen dan is dat het zeker waard en dat zal zich dan wel terugbetalen.

Bijlage 8 Verbatims diepte-interviews

Potentiële afnemers

Respondent 1: De heer Timo de Jong

Bedrijf: Bakkerij Victor Driessen

Soort bedrijf: Bakkerij

Grootte bedrijf: *Klein*: minder dan 50 werknemers

Functie: Algemeen directeur

Tijdsduur: 46 minuten

Interviewer	Respondent
Goedendag, ik ben Tim Kleijn 4^e-jaars Commerciële Economie student aan de Hogeschool Leiden. Allereerst wil ik u hartelijk danken voor uw deelname aan dit interview. Aangezien ik dit interview later graag wil analyseren vraag ik of u ermee akkoord gaat dat ik het interview opneem. Uiteraard kunnen de antwoorden in alle vertrouwen worden gegeven en zullen deze alleen gebruikt worden voor mijn onderzoek. Ik loop dus stage bij Gilde Plus SVV Scheveningen. Ik ben daar bezig met een haalbaarheidsonderzoek waarbij ik de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus in kaart breng. Gilde Plus wilt namelijk minder afhankelijk worden van fondsen en subsidies en dus meer inkomsten genereren uit de geldstromen commerciële en/of contributie.	Hi Tim, brand los. En zeg maar je hoor haha...
Haha top. Allereerst wil ik vragen om je even voor te stellen en iets te vertellen over de kernactiviteiten van bakkerij Victor Driessen.	Ja, ik zal me ook even voorstellen. Ik ben Timo de Jong van bakkerij Victor Driessen. Ik ben daar algemeen directeur. Onze kernactiviteiten zijn dat wij dagelijks vers brood en banket leveren aan zowel eindgebruikers, dus consumenten als de zakelijke markt wat bestaat uit lunchrooms, bezorgrestaurants en Retail-winkels.
Oké super, dat is duidelijk. En hoeveel medewerkers heeft het bedrijf?	Wij hebben op dit moment 14 fte.
Oké duidelijk. En zijn er op dit moment problemen of vraagstukken binnen het bedrijf	Ja, dat zou altijd kunnen. Wij hebben in het vak als bakker zijnde, sowieso in de branche een

te benoemen, waar jullie externe hulp voor kunnen gebruiken?	gebrek aan vak gerelateerd personeel. Dus daar zou zeker hulp bij kunnen worden gebruikt. Dus of naar mensen te zoeken of te werven etc. En eventueel een stukje commercie. Dat zou ook kunnen vanaf externe hulp.
Oké en waarvoor zou je het stukje commercie willen inzetten?	Nou, wij hebben namelijk naast onze bakkerij, ook nog een grondstoffenbedrijf. En daarbij verkopen wij ons onderscheidend vermogen, middels een zakje, om het zo maar even te noemen. Dit verkopen wij aan andere bakkers.
Oh oké! Interessant.	Ja, dus daar zou ook nog een stukje externe hulp bij kunnen worden gebruikt.
Oké, en dan dus meer de commerciële kant van dat project?	Ja precies.
Oké gaaf! Oké dit waren een beetje de “intro” vragen. Dan zal ik nu wat vragen stellen met betrekking tot mijn onderzoek.	Oké, helemaal goed.
Het begrip “sociale onderneming”. Wat versta jij onder het begrip sociale onderneming?	Nou, ik heb daar een keer middels SVV Scheveningen wel is wat van gehoord. Alleen daarvoor en daarna niet echt meer... maar als je het zo zegt dan zal het iets te maken hebben dat je iets toevoegt op sociaal vlak in de maatschappij. Dat is mijn eerste ingeving.
Oké, naja dan zit je goed haha! Dat is eigenlijk precies wat het inhoudt. Welke sociale ondernemingen uit de regio zijn er bij jou bekend?	Bij mij eigenlijk verder 0. Alleen Gilde Plus dan. Daar ben ik een keer bij een kick-off geweest, maar voor de rest heb ik daar geen kennis van in de omgeving.
Oké, duidelijk. Hoe bekend ben je op dit moment met Gilde Plus?	Wel bekend. Ik ben zo’n jaar geleden bij de kick-off geweest en ik zie en hoor het weleens voorbijkomen op SVV Scheveningen.
Oké en hoe ben je in contact gekomen met Gilde Plus?	Ook via SVV Scheveningen en via een van de initiatiefnemers Ron. Die nodigde mij destijds uit voor de kick-off.
	Ik denk redelijk sterk. Ik weet wat zij doen en

Oké. En hoe is de relatie tussen jou en Gilde Plus het beste te beschrijven? Keuze uit: 1. Sterk (regelmatig een bezoek gebracht) 2. Redelijk sterk (soms een bezoek gebracht) 3. Niet sterk (weleens een bezoek gebracht) 4. Helemaal niet sterk (nog nooit een bezoek gebracht)	wat de doelen zijn. Alleen werk ik nog niet actief met ze. En ik heb nog geen actieve rol binnen Gilde Plus. Dus in zoverre of ik er bekend mee ben een 2tje denk ik.
Oké duidelijk. Dus jullie relatie is redelijk sterk te benoemen?	Ja, puur omdat ik een warm hart toedraag aan SVV Scheveningen en dat Gilde Plus daar natuurlijk eigenlijk wel aanhangt. En ik wel uit verschillende gesprekken nu weet wat het geheel een beetje inhoudt. Dus vandaar redelijk sterk.
Wanneer heb je een bezoek gebracht aan Gilde Plus?	Ja ik ben bij de kick-off geweest, een keer bij een presentatie die mede over de Block Chain ging en toen werd er ook een stukje over Gilde Plus verteld. Met name over die DDD-award etc.
Ja de DDD-award bedoel je? Wat Gilde Plus met het project Leergilde heeft gewonnen?	Ja, precies. Maar voor de rest heb ik niet actief nog een bijeenkomst of iets dergelijks bijgewoond.
Oké, duidelijk. Welke verbeterpunten kun jij op dit moment al bedenken om de huidige relatie te versterken?	Naja, als je ziet waar ze begonnen zijn. Het is natuurlijk een initiatief geweest van een gecombineerd verhaal vanuit de gemeente met een soort van "Buurthuis van de toekomst" idee. Het maatschappelijke idee. Daar begreep ik het tenminste uit.
Ja klopt.	En als je ziet wat ze nu al hebben gedaan door bijvoorbeeld een voorstel in te dienen voor dat Leergilde project en die ook te winnen, dan zullen er ongetwijfeld stappen zijn gemaakt. Of ik daar persoonlijk nou door geraakt ben, nee nog niet.
Oké. Dan gaan we nu verder met een ander begrip. Wat versta je onder het begrip zakelijke dienstverlening?	Ja, daar heb ik weleens van gehoord. Zakelijke dienstverlening is bij mij heel erg zoals het letterlijk is. Dat er een dienst wordt verleend op zakelijk niveau. En dat kan bij ons in de bakkerij zijn, dat bijvoorbeeld mijn hele communicatie-verhaal, zowel naar buiten toe, maar ook intern (het internet en dergelijke), dat besteed ik allemaal uit. Dus dat zie ik bijvoorbeeld als zakelijke dienstverlening.

Oké en welke ervaringen heb je nog meer met zakelijke dienstverlening binnen jouw bedrijf?	Ik heb continu te maken met zakelijke dienstverlening. Verschillende partijen die wat voor ons uitvoeren. Wij hebben bijvoorbeeld een tussenpersoon wat betreft verzekeringen, we hebben een tussenpersoon wat betreft een softwareprogramma, waar wij in de bakkerij mee werken. Zowel administratief als productioneel technisch. Dus dat zijn verschillende takken van sport die daar binnenkomen.
Ja precies en dat is dus echt zakelijke dienstverlening. Het verschilt nogal natuurlijk.	Ja precies.
Hoe zijn de ervaringen met betrekking tot zakelijke dienstverlening te beoordelen?	Jawel. Naja ik ben geen shopper dus op het moment dat ik bij iemand een goed gevoel heb dan geef ik het zeker een kans, maar ik meet het wel continu voor mezelf.
Oké, dus dan vraag je jezelf af; wat levert het mij op en dergelijke?	Ja precies. Wat bespaart het mij aan tijd? Waardoor ik mij bijvoorbeeld meer kan richten op het onderscheidend vermogen in die zakjes stoppen, wat ik net vertelde. Maar ook wat bespaart het mij aan geld? Ik heb te maken met een exploitatie en ik moet toch een positief resultaat genereren. En dat moet je met dit soort dingen doen.
Oké duidelijk. Dan gaan we vanaf nu wat verder in op wat Gilde Plus aanbiedt. Het totaalpakket beschrijven zij als gebruik kunnen maken van een werkplek, leerplek en ontmoetingsplek voor ondernemers, ZZP'ers en werkende. We gaan eerst op het aspect werkplek in.	Prima.
Heb je voor jouw bedrijf weleens gebruik gemaakt van externe werkplekken?	Nee, wij hebben een kleine kantoor mogelijkheid boven onze bakkerij. Daar verricht ik eigenlijk al mijn werkzaamheden. Ik werk ook weleens vanuit huis, alleen de ervaring leert dat, omdat wij eigenlijk een 24-uurs bedrijf hebben en productioneel gebeurd er dusdanig veel dat er veel vragen worden verleend vanuit mij maar ook voor mij. Dus ik moet hier dan wel

	aanwezig zijn. Een externe werkplek heeft dan ook niet zo'n zin.
Oké en zie je in de toekomst hier wellicht wel mogelijkheden voor?	Ja dat wel, als we ons in de toekomst wat meer gaan richten op die zakjes en grondstoffen waar ik je net wat over heb verteld. Dan zal het wellicht wel nodig zijn om externe werkplekken te gaan gebruiken.
Oké duidelijk. Dus even samenvattend, op dit moment heb je geen behoefte aan meer werkplekken? Maar dit zou in de toekomst wellicht wel anders kunnen zijn?	Nee op dit moment niet. Maar in de toekomst zou dit inderdaad wel zo kunnen zijn. Wanneer wij namelijk een stukje commercie kant op gaan voor de zakjes, dan hebben wij niet genoeg ruimte aan het kantoor van 2 bij 2 waar ik nu regelmatig zit.
Ja precies, en de reden dat je daar nu wel moet werken is dat je wel aanwezig moet zijn?	Ja precies. Maar als er een stukje commercie komt kijken en we gaan bijvoorbeeld werken met meerder ZZP'ers die voor ons gaan verkopen, dan kan ik me best voorstellen dat we meer behoefte krijgen aan werkplekken, zodat ook de commercie-afdeling dan meer bij elkaar zit.
Oké top. En als je het nu een beetje kan bedenken, waar zal die werkplek dan aan moeten voldoen? Keuze uit; 1. Genoeg ruimte voor materiaal en mensen 2. Genoeg voorzieningen 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig) 5. Ruim aanbod aan competenties aanwezig (andere mensen)	Als ik het op deze lijn voort zou zetten dan zou ik het meeste behoefte hebben aan; 2. Genoeg voorzieningen 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig)
Oké top, en zijn er nog eventuele aanvullingen te benoemen op dit gebied?	Nee, niet echt dat zijn wel duidelijke en relevante criteria.
Oké duidelijk. Dan gaan we nu over op het onderwerp leerplekken. Maak je weleens gebruik van leerplekken? Te denken aan workshops, colleges, trainingen etc.?	Nou, uitgaand niet. Inkomend wel. Naja dat is niet helemaal waar. We hebben een keer een training gehad bij The Online Factory. Zij verhuurde toen een ruimte aan ons. Daar hebben we weleens een training gedaan voor de winkeldames. Om zo productinformatie en kennis op te doen.

En persoonlijk was je natuurlijk aanwezig bij de presentatie over de Block Chain, wat je vertelde?	Ja klopt, daar was ik dan als directeur wel bij. Maar verder was daar geen personeel van mij aanwezig.
Oké en verder hebben jullie in het verleden geen vergelijkbare trainingen o.i.d. bijgewoond?	Nee eigenlijk niet. Uitgaand verder niet. Inkomend dan wel. Omdat wij altijd wel stagiaires hebben lopen. Dus zo verzorgen wij zelf een leerplek.
Oké en je had het over een ruimte bij de Online Factory. Hoe beoordeel je deze ruimte op een schaal van 1-10 en waarom?	Als ik een cijfer moet geven tussen de 1-10, dan zou ik eerlijk gezegd een 4 geven.
Ja was het slecht te beoordelen?	Nou het was meer dat er een ruimte over was. Daar hadden ze wat bureautjes neer gezet een beamer opgehangen, maar het was daar niet heel erg inspirerend. In de omgeving van Den Haag zijn er ongetwijfeld betere ruimtes te vinden waar ook dit soort presentaties gehouden kunnen worden. En dat mensen zich een soort van open kunnen stellen om dingen te leren.
Oké, dus de Online Factory was niet echt positief te beoordelen.	Nee, zeker niet.
Zou je op dit moment behoefte hebben aan meer leerplekken?	Ja, daar zou ik wel voor openstaan, omdat ik op dit moment niet doe voor mijn personeel.
En wat is de reden dat je het niet doet voor je personeel?	Omdat er eigenlijk geen tijd, zin en gelegenheid is. Maar ik vind het wel heel belangrijk. En als die mogelijkheid zich dus aandoet, dan kan ik daar zeker wel een keer gebruik van maken. Om zo het personeel bij te scholen.
En dan zou je dus echt denken aan trainingen en workshops en dergelijke?	Ja, dat zou ik zeker doen.

Oké duidelijk. En waar zal een leerplek volgens jou aan moeten voldoen? Keuze uit; 1. <i>Relevante informatie voor mijn bedrijf</i> 2. <i>Leerzame informatie op persoonlijk vlak</i> 3. <i>Behoeftte aan uw informatie</i>	Ik denk dat nummer 3. Behoeftte aan onze informatie in mijn geval het belangrijkste is. En dat dit een dusdanig omgeving is, waardoor mensen zich wel geïnspireerd voelen om actief deel te kunnen nemen aan zo'n workshop.
Oké duidelijk en je noemde net iets over de commercie van die zakjes, zou je daar nog iets mee kunnen doen?	Naja ik zou dan de commercie kant er meer bij willen betrekken. Dus eigenlijk meer inhuren van mensen die bepaalde competenties hebben. Dus dat er op verkoopgebied mensen met een bepaalde drive mij kunnen helpen.
Oké duidelijk.	
Dan gaan we nu over op het onderwerp ontmoetingsplekken. Breng jij weleens een bezoek aan ontmoetingsplekken? (Te denken aan netwerkborrels, businessclubs etc.)	Jazeker! Dat loop ik graag af. Haha
Hoe vaak per jaar breng jij daar een bezoek aan?	Ik denk dat ik een keer per maand wel een bezoek breng aan een ontmoetingsplek. Kijk een businessclub, dat kan ik elke zaterdag bij SVV Scheveningen bezoeken. Maar daar ben ik na de geboorte van mijn zoontje, de afgelopen tijd niet heel vaak geweest. Maar daar kwam ik een jaar geleden bijna iedere week, haha.
Haha oké, dat is wel een goed voorbeeld ja.	Ja, precies en verder zijn er in het bakkers-gebied ook genoeg netwerkborrels. Maar ook los hiervan, ik ben een tijd lid geweest van de MKB-factory, die is nu opgehouden. Maar daar ging ik een keer per kwartaal naar een event.
Oké ik merk dus dat je netwerken wel belangrijk vindt?	Jazeker. Ik vind het leuk om andere ondernemers te spreken. Je haalt er niet altijd handel uit, zeker in ons vakgebied niet, met alle respect. Maar ik noem bijvoorbeeld het Circustheater en ik die gaan geen zakendoen. Maar het is altijd goed en leuk om mensen te kennen.
Oké en wat was je laatst bezochte ontmoetingsplek?	Dat was SVV Scheveningen.

Hoe beoordeel je die plek?	Ja, perfect. Ik ben zelf een Scheveninger en buiten dat is het een laagdrempelige ontmoetingsplek. De voorzieningen zijn altijd goed. Er wordt goed voor je gezorgd. Er zijn gezellige, normale mensen. Dus al met al prima.
Oké. Heb je op dit moment dan nog de behoefte aan meer ontmoetingsplekken?	Nee niet echt, op dit moment bezoek ik er genoeg. Maar ik tel SVV Scheveningen natuurlijk ook mee.
Oké en waar moet een ontmoetingsplek volgens jou aan voldoen? Keuze uit; 1. Gezellige sfeer 2. Duidelijk doel 3. Goed georganiseerd 4. Het juiste netwerk Wat weet jij op dit moment van het totaalpakket wat Gilde Plus SVV Scheveningen voor bedrijven aanbiedt?	Ik denk allesbehalve nummer 2. Een duidelijk doel hebben. Ik vind namelijk dat er op zo'n moment dingen moeten ontstaan. En ik hoef er dus niet met een bepaald doel heen. Dat kan wel alleen dat hoeft van mij niet. 0. Ik weet er echt nog niks vanaf.
Oké duidelijk haha. Ik zal het even kort toelichten. <i>Korte toelichting;</i> <i>Gilde Plus biedt een totaalpakket aan voor bedrijven, waarbij bedrijven gebruik kunnen maken van een leerplek, werkplek en ontmoetingsplek. Verder geldt dat bij Gilde Plus individuen zich ook aanmelden. Dit kunnen ZZP'ers, werkenden en werkzoekenden zijn. Voor bedrijven geldt dat ze in de vorm van contributie jaarlijks een bedrag kunnen betalen om lid te zijn van Gilde Plus. En zo kunnen zij dus gebruik maken van de leerplek, ontmoetingsplek en werkplek. Dus zo kan een bedrijf het gehele jaar door een bezoek brengen aan deze plekken.</i> <i>Hierdoor komt een bedrijf in contact met andere "Gilde-leden" (dus andere bedrijven) en raakt een bedrijf betrokken bij de projecten van Gilde Plus. Ik zal de huidige projecten even benoemen;</i> <i>Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden.</i>	Oké duidelijk. Ik vind de Banentour zeker interessant. En van het project Leergilde heb ik ook wel is gehoord. Daar kunnen wij ook wel wat mee doen, is het niet nu dan in de toekomst zeker denk ik.

<i>De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die.</i> <i>Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom.</i> <i>De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.</i> <i>En voor bedrijven biedt Gilde Plus dan een totaalprijs aan om zo van alles gebruik te kunnen maken.</i>	
Welke aanvullingen heb je op dit moment op het totaalpakket van Gilde Plus, kijkend naar jouw onderneming?	Nou, ik heb eigenlijk geen directe aanvullingen. Als ik het zo allemaal aanhoor, dan is het een vrij duidelijk verhaal met de meest uiteenlopende stukken. Er kunnen dus mensen die werk zoeken, die kunnen zich gaan bewijzen op verschillende vlakken, om het zo maar even te zeggen. Er zijn netwerkbijeenkomsten voor ondernemers, maar ook daar zullen werkzoekenden rondlopen.
Ja klopt. Dus zo komen zij met elkaar in contact inderdaad.	Ja, dat is alleen maar goed. Want dat is in deze tijd best lastig, vind ik. Onlangs dat er heel veel mensen werk zoeken, zijn ze bijna niet te vinden. Letterlijk. Dus dat is heel apart. En met betrekking tot bijvoorbeeld het Leergilde project. Vind ik het ook heel goed dat scholieren zien wat er te doen is en hoe het precies werkt.
Ja precies de bedoeling van dat project is dat scholieren er later niet achter komen dat ze de verkeerde keuzes gemaakt hebben.	Nee precies, dat is een zeer goed initiatief. Dat is zeker de toekomst. Ook als je kijkt hoeveel keuzemogelijkheden er op dit moment zijn. Dat vind ik niet normaal. Ik ben dan ook een voorstander van het verplicht stellen van maatschappelijke stages voor scholieren die van de middelbare school afkomen etc. Welke gedeeltelijk zouden moeten worden betaald door de overheid. Waarmee zij op verschillende vlakken dingen kunnen ervaren.
Ja klopt, mee eens. Dus jij staat er wel voor open om scholieren te ontvangen?	Ik sta er altijd wel voor open om scholieren te ontvangen. Ik moet hier wel veel tijd voor vrijmaken, want ik ben hier dan wel de hele dag mee bezig. Ik ontvang regelmatig basisschoolscholieren, maar ik sta er ook zeker voor open om scholieren op middelbaar niveau

	te ontvangen. Wel vind ik dat ze wel met een bewust doel langskomen en niet omdat het leuk is o.i.d. Want die ervaringen heb ik ook wel haha.
Dan even samenvattend. Welke projecten van Gilde Plus zie jij op dit moment bij jouw bedrijf passen?	Als ik naar de huidige bedrijfsvoering kijk dus puur het bakkerij-gedeelte. Dan zou het project Leergilde hier wel goed op aansluiten. Voor het stukje grondstoffenbedrijf kan ik zeker wat met het project de Banentour. Dus dat ZZP'ers vraagstukken voor mij oplossen. Dus dat ik bijvoorbeeld zeg; ik wil binnen een jaar dusdanig veel bakkers bevoorraden met mijn grondstoffenmixen, hoe gaan we dit aanpakken?
Ja, precies dat zou voor jou natuurlijk enorm veel werk uit handen nemen en interessant zijn. Er zijn binnen Gildeplus genoeg ZZP'ers in huis die daar wat mee kunnen.	Ja, dat denk ik ook wel ja. Ik ken ze nog niet, maar dat zal ongetwijfeld.
Oké. En als je dit zo allemaal een beetje hebt aangehoord, wat ben je op dit moment in de vorm van contributie <i>jaarlijks</i> bereid te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus: 1. Onder de 700 euro 2. <i>Tussen de 700-800 euro</i> 3. <i>Tussen de 800-950 euro</i> 4. <i>Tussen de 950-1100 euro</i> 5. <i>Meer dan 1100 euro</i>	Wat ik nu allemaal te horen heb gekregen en wat de mogelijkheden zijn en ik me daar actief voor in zet. Want dat vind ik wel een van de belangrijkste punten. Maar ik vergelijk het een beetje met kosten voor een businessclub en dan zou ik zo'n 8-900 euro jaarlijks bereid zijn te betalen. Dus dan zit ik bij nummer 3. <i>Tussen de 800-950 euro</i>
Oké super, duidelijk. Dus voor dat bedrag kun je als bedrijf gebruik maken van het totaalpakket waar we het net over hebben gehad.	Ja, duidelijk!
Wat zijn op dit moment de voordelen voor jouw bedrijf om wel lid te worden van Gilde Plus?	Ik denk A. de leerplek (puur op het geven van workshops) kennis overbrengen. Dat zou voor mij een toegevoegde waarde kunnen zijn. Verder zal voor een stukje ambacht behoud, het Leergilde project goed aansluiten. En kijkend naar de toekomst, waar we in het vakgebied naar de grondstoffenmix-kant op gaan, waarin steeds grotere bakkers, steeds groter worden. Daar zal het project de Banentour zeer goed aansluiten. Dus eigenlijk zijn er 3 elementen waar ik voor zou kunnen zeggen, daar steek ik

	wel tijd in. En zeker als het mensen uit de omgeving zijn.
Oké duidelijk. En als je het hebt over zogenoemde “pijnpunten” om lid te worden bij Gilde Plus. Zou je die kunnen benoemen?	Ja, wat ik eigenlijk net al een beetje zei, dat je er persoonlijk wel actief tijd in moet steken. Verder weet ik niet echt een negatief punt te benoemen. Dus het zou eigenlijk aan de ondernemer zelf liggen. Het ligt in dit geval denk ik dan ook niet aan Gilde Plus. Maar hoe de ondernemer erin kan gaan staan.
Ja precies. Een goed voorbeeld is dan de Banentour, waar we het al even over hebben gehad. Daarvan is het de bedoeling dat er werk uit handen wordt genomen van de ondernemer. Dus uiteindelijk zal het alleen maar voordelen moeten hebben.	Ja, dat denk ik ook wel, alleen nogmaals aan het begin zal je er zelf, als ondernemer ook eerst tijd in moeten steken. En als het eenmaal loopt dan kun je inderdaad met een soort van helicopterview alles in de gaten houden.
Oké duidelijk. En hoe zijn de pijnpunten dus volgens jou weg te nemen?	In mijn geval, door er zelf als ondernemer tijd in te steken.
Dus het is bijvoorbeeld niet zo dat de contributie kosten te hoog zullen zijn o.i.d.?	Nee joh. In mijn geval zeker niet. Jaarlijks 900 euro is niks op dat vlak. Ga maar eens een zaaltje huren, met alle respect.
Oké duidelijk. Nou dit was het interview, heb jij verder nog op of aanmerkingen?	Nee, voor mij is alles duidelijk ik hoop voor jou ook?
Ja, zeker. Dan wil ik je bedanken voor het interview en de tijd.	Geen dank. Veel succes verder met je onderzoek!

Respondent 2: Ronald Bakker**Bedrijf: Hoornwijck groep**

Soort bedrijf: Administratie en fiscaal adviseur

Grootte bedrijf: Klein: minder dan 50 werknemers

Functie: Vennoot

Tijdsduur: 48 minuten

Interviewer	Respondent
Allereerst bedankt voor de deelname. Ik zal even kort toelichten waarom ik hier ben. Ik loop stage bij de sociale onderneming Gilde Plus SVV Scheveningen. Ik ben hier bezig met mijn afstudeeronderzoek. Dit houdt een haalbaarheidsonderzoek in, waarbij ik de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus in kaart breng.	Oké helder. Geen dank Tim, ik help je graag.
Allereerst wil ik je vragen iets te vertellen over Hoornwijck groep. En wat zijn de kernactiviteiten.	Ik zal het proberen in korte lijnen te vertellen. Hoornwijck bestaat in oktober 45 jaar. Dus vrij lang. Ikzelf ben 3 jaar geleden gaan fuseren met de Hoornwijck groep. Ik had zelf een eigen kantoor; Bakker en partners. En die is uiteindelijk gaan fuseren met de Hoornwijck groep. De belangrijkste reden waarom we zijn gaan fuseren, is omdat bedrijven in onze branche kijken van waar staan we. En er waren in die tijd enorme veranderingen in onze branche. De techniek van het vastleggen van administratie gaat nu enorm snel. Vroeger was het de ordners en tegenwoordig is het alleen maar uploaden en klaar. Dus dan kan je twee dingen doen; je kan zeggen van oké we gaan allemaal apart dat wiel uitvinden, of je gaat de krachten bundelen en je gaat samenwerken met een groep. En voor dat tweede hebben wij gekozen. De hoofdactiviteiten zijn; hoe ga je je verslaglegging, je verwerking van financiële cijfers, van wat het was, wat het is en waar we naartoe gaan vastleggen? Doen we dit met elkaar samen of zelfstandig. En verder is het belangrijk om te kijken naar de krachten die we hebben, met name in persoonlijk kennis. Ik heb bijvoorbeeld heel veel kennis op het gebied van financiering, saneringen en bedrijfsregulaties.

	Maar we hebben ook veel kennis in huis op basis van fiscaliteit, financiële planningen en noem maar op. Dus we hebben hier te maken met een aantal specialismen en je hebt de kernactiviteiten.
Oké en wat zijn dan echt de kernactiviteiten?	Nou, wat we doen in de regel, is eigenlijk het vastleggen van administratieve zaken en uiteindelijk komt daar een fiscale aangifte uit. We zien dat dat werk eigenlijk steeds minder gaat worden, maar ook de tijdbesteding minder gaat worden. Maar daarentegen krijgen we tijd vrij om juist te adviseren in die specialismes.
Oké dus daar zijn wel veel veranderingen in?	Ja, zeker als je kijkt naar administratie, misschien 5 of 10 jaar geleden was dat 60 of 70 procent van de omzet en nu is dat 40 procent. Dus daar moeten we andere dingen voor bedenken en meegaan in die ontwikkeling.
Oké duidelijk.	Ja en dat moet je ook wel doen, als je kijkt naar 5 jaar geleden, nu en over 10 jaar bijvoorbeeld. Je hebt heel veel kantoren, met name de kleinere, die hebben de knowhow niet. En ook de automatisering niet. En daarbij zie je echt wel dat als zij niet veranderen of hun portefeuille verkopen aan soort kantoren als wat wij zijn. Dan zullen die over 5 á 10 jaar gewoon weg zijn. Je kunt wel een goedkoper uurtarief aanbieden, maar stel wij doen het sneller, weliswaar duurder, maar dan zul je zien dat bedrijven dat toch interessanter vinden.
Oké lastige ontwikkelingen, dan kun je inderdaad niet achterblijven.	Ja, en we zijn wel in gesprek met heel veel kleine kantoortjes, waar de eigenaar op een bepaalde leeftijd is en op een T-splitsing staat met de onzekerheid om de ontwikkelingen aan te gaan, wat die nooit zal redden. Of zegt hij ik verkoop mijn portefeuille en ik wil nog bijvoorbeeld 5 of 10 jaar werken onder deze vlag bij de Hoornwijck groep.
Oké. Mooi concept. Hoeveel medewerkers heeft de Hoornwijck groep dan op dit moment?	We hadden toen ik kwam iets van 50 man in medewerkers en 7 vennoten en op dit moment hebben we nog 6 vennoten en ik denk dat we ongeveer een man of 44 hebben. Dus daar zijn we wat in afgeslankt. Daarentegen is onze omzet hetzelfde gebleven, oftewel onze winst is verhoogd. En dat komt door efficiency.

Oké mooi. Ja, dat is wel een goed teken natuurlijk. Oké. Zijn er op dit moment misschien al problemen of vraagstukken te benoemen binnen de Hoornwijck groep, waar er externe hulp voor ingezet kan worden?	Nou, wij zijn eigenlijk een “one stop shopping centre” even mooi gezegd. Dus klanten komen hier bij A binnen en gaan bij Z eruit. En alles wat ertussen ligt kunnen wij. Wat we wel zien is de ontwikkeling van mensen. Er verandert heel veel in onze branche. Dat betekent dat je als mens ook moet veranderen. Als je kijkt naar de relatiebeheerder van 10 jaar geleden bijvoorbeeld, dat was een hele andere relatiebeheerder. De relatiebeheerder moet nu veel meer buiten zijn dan vroeger. En in de ontwikkeling van mensen is dat soms lastig om te realiseren. Wat je merkt is dat sommige mensen erin mee kunnen en sommige blijven hangen in oude werkwijzen. Dus dat is wel lastig om te kijken van hoe ga je die mensen motiveren, om toch met die verandering mee te gaan liften. Waarbij je ook moet concluderen dat sommige mensen dat gewoon niet aan kunnen. Dan moet je ook in gesprek gaan en dan praat je meer over het sociale vlak.
Oké, dus dan zou je meer aan coaching-sessies en trainingen denken?	Ja, ik denk dat we daar wel wat hulp voor kunnen gebruiken. Wij weten denk wel erg veel, maar niet goed genoeg over hoe we die mensen moeten begeleiden.
Oké, want jullie hebben die mensen in huis?	Ja we hebben die mensen in huis en we weten echt wel waar de pijnpunten zitten en we zien ook absoluut waar de mogelijkheden zitten. Dus de een wat ik zei gaat heel snel, maar de ander struggled wat tegen, maar die ligt uiteindelijk ook wel mee.
Oké en heeft dat dan voornamelijk met de leeftijd te maken ofzo?	Ja, dat heeft voornamelijk wel met de leeftijd te maken. Maar dat is wel leuk, want wij als vennoten hebben natuurlijk ook met ouder worden te maken. Ook wij moeten blijven veranderen. Ik als vennoot van 10 jaar geleden ben heel anders geworden in de afgelopen jaren, ook door studies, bijeenkomsten volgen, ontwikkelingen volgen etc. Vroeger was ik ook echt een relatiebeheerder/vennoot en nu moet ik meer out of the box denken. En dat is soms nog wel een struikelblok. Niet direct bij mezelf hoor, want ik ben altijd wel creatief en denk out

	of the box, maar dat merk je wel bij andere vennoten. Maar heel veel mensen in onze branche, zowel de relatiebeheerder als de vennoot, die willen toch nog de jaarrekening in de handen hebben, want dat was veilig. En dat moet je een beetje los gaan laten en daar ligt nog wel een uitdaging. Dus heb je daar behoefte aan? Ja ik denk dat je eerst moet zorgen de bewustwording er is en vervolgens hoe kan je dan als die bewustwording er is kijken hoe je mensen kan veranderen?
Oké interessant. Leuke ontwikkelingen haha. Dan zullen we nu wat verder ingaan op twee aspecten. Het begrip sociale onderneming. Hoe bekend ben je met het begrip sociale onderneming?	Nou, we hebben hier natuurlijk te maken met mensen en we hebben te maken met personeel, dat is ons gereedschap. Maar we hebben ook te maken met 45/50 verschillende karakters. Dus je moet zakelijk handelen, maar ook sociaal. En dan heb je daarnaast ook nog een maatschappelijk sociaal belang van ondernemen. En je hebt ook te maken met klanten met verschillende karakters. Dus je moet jezelf altijd aanpassen aan verschillende karakters. Dus dat kun je wel sociaal ondernemen noemen. Ik verricht mijn werkzaamheden dan ook altijd vanuit sociaal oogpunt. Want we hebben hier te maken met mensen en niet met producten.
Oké helder. En zijn er echt sociale ondernemingen bekend uit de omgeving?	Dat vind ik heel moeilijk. Dan zou ik echt naar mijn klanten kunnen kijken, dan kijk ik naar bijvoorbeeld banken. Wij hebben veel te maken met bankinstellingen, zoals RABO, ING, ABN. Die werken wel heel erg sociaal, met fondsen etc. Gemeentelijke instellingen ook wel. Maar ik weet niet zo 1,2,3 sociale ondernemingen te noemen. Ik denk dat er binnen het bedrijf altijd sociale vlakken zijn.
Oké. Ja Gilde Plus wordt wel gezien als een sociale onderneming, wat vind je daarvan?	Ja, ik denk dat Gilde Plus met name juist dat sociale vlak moet waarborgen. En wat jij aan het begin van je verhaal zijn. Dat ze het maatschappelijk goed doen en zich nu wat meer op dit segment willen richten. Maar ik denk toch dat als hoofddoel het sociale vlak altijd een rol blijft spelen.

	Ja, precies en als je een Gilde Plus afzet tegen Hoornwijck groep. Dan is Hoornwijck echt een commercieel, zakelijk bedrijf en Gilde Plus meer een sociale instelling.
Ja klopt. Oké helder. En hoe belangrijk vind je dit soort initiatieven?	Zeker belangrijk, wat ik net al aangaf is dat we hier binnen Hoornwijck groep ook altijd proberen om op sociaal vlak te handelen en instellingen zoals Gilde Plus, daar kijk ik alleen maar positief naar.
Oké duidelijk. Dan het begrip zakelijke dienstverlening. Hoe bekend ben je met dit begrip?	Behoorlijk. Wij hebben hier binnen de Hoornwijck groep eigenlijk alleen maar te maken met zakelijke dienstverlening. B2b dienstverlening. Waarbij we per klant kijken hoe we moeten handelen.
Oké helder. Ik heb nu even een introfilmpje. Wat vond je hiervan?	Ja het is mij wel bekend hoor. Ik heb weleens een sessie bijgewoond op de vereniging. Het filmpje is duidelijk voor mij.
Oké helemaal goed. Wat was dat voor bijeenkomst?	Dat was een sessie met studenten van de Haage Hogeschool. Die moesten toen pitchen voor ons en wat andere ondernemers. En dat vond ik wel heel leuk. Wij als leden moesten losgaan op de presentaties en feedback geven. Dat vond ik wel leuk om te doen.
Oké, super. Dus voor vergelijkbare bijeenkomsten sta je wel open?	Ja, zeker. Ik vind het heel belangrijk om niet altijd te zeggen van joh ik heb het te druk enz. maar ik vind het juist leuk om studenten te helpen.

Ja, precies. Dan komen we weer terug op het sociale vlak haha. Helemaal goed. Hoe bekend is Gilde Plus op dit moment voor jou, buiten die bijeenkomst dan?	Niet geheel bekend. Ik heb er weleens met Ron van het kernteam over wat dingetjes gehad. Maar we hebben nog niet zoveel met elkaar gedaan. Dus als je me vraagt was Gilde Plus nou precies inhoudt dan zou ik dat in grote lijnen kunnen vertellen, maar niet precies. Er zit dan denk ik toch nog te veel afstand tussen Gilde Plus en de bedrijven.
Oké kan daar wat aan worden gedaan denk je?	Ja, ik denk dat je, en zeker als je kijkt naar de voetbalvereniging maatschappelijk, Gilde Plus en de bedrijven, dan zou je vanuit het Gilde toch nog wat meer moeten doen om te zorgen dat daar meer bekendheid over komt. Wanneer er meer bekendheid/binding is, dan zou de drempel wat lager zijn om elkaar te benaderen.
Oké duidelijk. En heeft dat voornamelijk met communicatie te maken of met de organisatie o.i.d.?	Nou ik denk dat de persoonlijke communicatie wel goed is, maar daarin is het ook wel weer tussen de bedrijven die weinig tijd hebben en die zeggen van ja moet ik naar zo'n bijeenkomst toe kan ik er wat mee enz. Dus daar ligt altijd wel een spanningsveld. Maar hoe je dat dan zou kunnen verbeteren of die bedrijven kunt enthousiasmeren, dat weet ik even niet. Maar meer bijeenkomsten bij Gilde Plus en sessies als dit zullen denk ik alleen maar goed zijn.
Oké duidelijk. En hoe ben je met Gilde Plus in contact gekomen?	Via de voetbal. Via Ron, die daar natuurlijk ook voorzitter is. Dus dat contact was snel gelegd. Ik denk ook dat die combinatie voetbalvereniging-Gilde Plus – bedrijven dan ook top is. Als je geen voetbal had gehad dan was het gat nog veel groter denk ik. Dus dat is wel belangrijk. Dus als Gilde Plus zijnde moet je dat wel waarborgen.

Oké top. En hoe is de huidige relatie met Gilde Plus en jullie het best te beschrijven? 1. Sterk (regelmatig een bezoek gebracht) 2. Redelijk sterk (soms een bezoek gebracht) 3. Niet sterk (weleens een bezoek gebracht) 4. Helemaal niet sterk (nog nooit een bezoek gebracht)	Ik heb zeker weleens een bezoek gebracht, nu is het even wat stil. Maar het contact is gewoon goed en ik kom regelmatig op de club, dus dan heb je het er wel weer over. Daar heb je het weer. Als dat er niet is zou het gat veel groter worden. Dus die driehoek is goed. Verder heb ik wel redelijk vaak contact gehad. Nu is het even stil, maar dat kan zomaar opeens weer aanwakkeren. Dat ligt ook aan ons hé. Als wij vraagstukken hebben dan moeten wij in actie komen. Ik besef ook wel dat het niet alleen maar vanuit Gilde Plus moet komen. Maar ook uit de bedrijven zelf. Dus het is niet helemaal contactloos, maar op dit moment is het een beetje rustig.
Zie je op dit moment verbeterpunten in deze relatie?	Ik zou wat meer kunnen aangeven bij onze MT-bijeenkomsten, dat ik zeg van jongens als jullie wat hebben op het gebied van... Dan hoeven we daar geen externe partijen voor in te zetten, maar dat leggen we bij Gilde Plus neer. Dat zou vanuit mij wel meer en actiever kunnen worden gedaan.
Oké. Maken jullie weleens gebruik van externe werkplekken?	Nee, eigenlijk niet. We hebben weleens bijeenkomsten extern omdat het hier dan te klein is, maar dan praat je over 80 á 90 man. Alle besprekingen met klanten/instellingen etc. Dat doen we wel hier op kantoor. En dat moet en kan ook gewoon.
Hoe vaak per jaar maken jullie gebruik van een externe werkplek, zoals die bijeenkomsten?	Dat is misschien 2 keer in het jaar. En de rest doen we gewoon hier.

Ja schitterend pand dit natuurlijk. En alle voorzieningen zijn hier aanwezig? Hebben jullie nog behoefte aan meer externe werkplekken?	Ja, zeker. Daarom hebben we nooit echt externe locaties nodig.
Oké duidelijk. En maken jullie weleens gebruik van leerplekken? (Te denken aan workshops, colleges, trainingen etc.)?	Ja, dat doen we wel. We hebben te maken met een veranderende markt. Dus onze mensen moeten ook veranderen. Daarom hebben we ook sessies gehouden van mensen die daarin getraind waren. En dat doen we dan in teams. Zo hebben we de ene keer alleen vennoten, dan vennoten en relatiebeheerders etc. Maar ook de mensen die werken bij salarisadministratie. Van hoe kan je bijvoorbeeld meer bedrijven werven om de salarisadministratie te doen. Dus daar stoppen we wel energie in.
Oké. En vinden die trainingen dan op deze locatie plaats? Of op een externe locatie?	Vaak ook hier. Omdat het dan voor kleine team verbanden wordt gegeven. En hier hebben we allemaal een pc en materiaal.
Oké. En hebben jullie op dit moment nog behoefte aan meer leerplekken?	Nee, daar besteden we denk ik wel genoeg aandacht aan. En we hebben er hier genoeg ruimte voor.
Oké. En vinden jullie het misschien wel interessant om jullie informatie over te brengen op andere partijen/bedrijven?	Ja dat doen we ook wel. We hebben nu bijvoorbeeld veel kennis van de nieuwe AGV-wetgeving. Terwijl kleine ZZP-kantoorjes dat minder hebben. Dus wat wij doen. Wij zijn aangesloten tot NOAB en daar geven wij ook weleens sessies vanuit Hoornwijck groep. Daar geef ik weleens lezingen over financieringen etc. En dan gebeurt het weleens dat een kantoor zegt van "joh ik heb een financieringsvraagstuk, mag ik jouw advies daarin? " Of kan ik het bij jou neerleggen. Dus dat is natuurlijk leuk. Enerzijds levert het ons iets op en anderzijds is het gewoon leuk om collega's te helpen. En wij zijn erg behulpzaam en vinden ook dat je samen sterker staat dan alleen.

Oké. En bezoeken jullie weleens ontmoetingsplekken?	Ja, je hebt altijd wel te maken met netwerkclubs die een beetje hetzelfde zijn. En het aanbod is best wel groot. Dus daar moeten ook keuzes in gemaakt worden. Maar er kan onderscheid gemaakt worden tussen zakelijke netwerkevents en meer sociale events. Ik bezoek weleens zakelijke events. Maar ik vind het net zo belangrijk om bij de voetbalvereniging aanwezig te zijn. Dan komen we weer terug op het sociale aspect. Maar natuurlijk volgen we het wel. Want ook daarin zie je weer dat als je buiten bent, het geld op straat ligt. Dus het is wel belangrijk om buiten te komen.
Oké en hebben jullie nog behoefte aan meer ontmoetingsplekken?	Naja, ik sta er wel voor open. Maar je moet wel uitkijken dat je niet alleen maar wordt geleefd door van die netwerkborrels. Ook daarmee heb je fases waarin er heel veel wordt aangeboden en fases waarin er wat minder zijn. Of het meer moet dat denk ik niet, maar ik sta er altijd wel voor open. En zeker voor een initiatief als dit wel hoor.
Oké. Ja want Gilde Plus ziet het geheel ook als een bruisende broedplaats waar van alles uit kan komen. Wat denk jij daarvan?	Ja Gilde Plus kan misschien toch nog wat vaker bijeenkomsten organiseren. Want de laatste is alweer een tijdje geleden. En hiermee breng je toch de bedrijven bij elkaar.
Hoe vaak per jaar zou dat volgens jou dan ongeveer moeten plaatsvinden?	Zeker niet elke maand, maar twee of drie keer per jaar zou denk ik wel goed zijn. Dat ligt natuurlijk ook een beetje aan de onderwerpen. Het is heel moeilijk om te zeggen of je iets constant of consequent moet doen. Dat verschilt per bedrijf en onderwerp natuurlijk. Kijk ik denk dat je bijvoorbeeld met de AVG-wetgeving wel een leuke bijeenkomst kan organiseren. Daarvoor zou de opkomst denk ik wel groot worden.
Ja, precies en dat er vanuit Gilde Plus een spreker wordt geregeld ofzo?	Ja dat zij de spreker regelen en dat we gezamenlijk ondernemers uitnodigen of iets dergelijks. Maar dat ligt dan ook weer bij ons. Wij kunnen ook aangeven bij Gilde Plus dat wij veel weten van de AVG-wetgeving en dat wij die informatie willen overbrengen op andere bedrijven. Want hoe weet anders Gilde Plus dat

	wij die informatie hebben? En daar ligt voor ons wel een beetje de uitdaging en misschien wel de plicht om daar wat meer mee te doen. Want wij hebben veel kennis en dat kunnen wij zeker nog mee delen.
Ja, precies het moet van twee kanten komen natuurlijk.	Ja, met dit concept zeker. We kunnen genoeg informatie en kennis overbrengen, daar ben ik van overtuigd. Als ik denk aan bijvoorbeeld ouderen. Die kunnen nog genoeg hulp gebruiken met aangiftes en financiële situaties. En daar zouden wij best wel een rol in kunnen spelen. En daar heb je het weer sociaal. Het hoeft voor ons niet altijd zakelijk te zijn. Dat levert natuurlijk alleen maar goede publiciteit op en buiten dat vinden we het leuk om mensen te helpen.
Dus daar zie je nog wel mogelijkheden voor als je kijkt naar Gilde Plus en de Hoornwijck groep?	Ja hoor zeker. Dat kan dan bijvoorbeeld voor oudere, maar ook op fiscaal gebied, AVG, financieringen etc. Daar kunnen we best mensen en ZZP'ers blij mee maken denk ik. En daar kan altijd wat uitkomen natuurlijk. Je maakt gebruik van de verenging, de sponsors en Gilde Plus dus die driehoek komt daar ook weer goed in naar voren.
Ja, dat lijkt mij ook wel ja. Oké, duidelijk. En waar moet een ontmoetingsplek volgens jou aan voldoen? 1. Gezellige sfeer 2. Duidelijk doel 3. Goed georganiseerd 4. Het juiste netwerk 5. Een combinatie van bovenstaande aspecten	5. Een combinatie van. Alles moet wel goed zijn.
Oké. En wat weet je op dit moment van het totaalpakket wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt?	Eigenlijk een beetje hetzelfde als wat weet je over Gilde Plus zelf. Ik kan nu niet zo oplepelen wat Gilde Plus nou precies aanbiedt. Ik kan wel voorbeelden noemen van werkzaamheden. Maar verder vind ik het moeilijk om het exacte aanbod te benoemen.
Oké en wat is volgens jou de reden hiervan? Is dit nog niet echt gecommuniceerd?	Nee, dat is nog niet helder gecommuniceerd denk ik. Want ik moet erover na gaan denken. Daar zou nog wel een verbeterpuntje liggen voor Gilde Plus.

En zijn er huidige projecten te benoemen van Gilde Plus?	Nee, dat ook niet. Alleen weet ik dat ze met studenten werken en daar kan je vraagstukken of plannen neerleggen waarmee zij aan de slag gaan.
Ja, klopt dat is het project “De Banentour”. Ik zal de overige projecten even kort toelichten; • <i>Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden.</i> • <i>De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die.</i> • <i>Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom.</i> • <i>De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.</i>	Oké. Ja ik heb weleens over het Leergilde gehoord en dan inderdaad de Banentour. Verder ken ik de projecten niet.
Oké en vind je op dit moment al projecten bij Hoornwijck groep passen?	Naja, scholieren zijn altijd welkom. Maar we hebben hier niet echt stages etc. Als je kijkt naar de grotere bedrijven in ons vakgebied, die hebben echt samenwerkingsverbanden met scholen en speciale afdelingen voor begeleiding. Dus voor de scholieren is dat veel interessanter. Wij zijn hier eigenlijk te klein voor. Verder hebben we op dit moment niet echt vraagstukken of iets dergelijks. Maar het netwerkevent kan wel leuk zijn. Al weet ik dan niet of ik maandelijks aanwezig kan/zal zijn.
Oké heb je dit moment nog aanvullingen op het totaalpakket van Gilde Plus wat passend kan zijn voor Hoornwijck groep?	Nee, ik kan nu niet iets bedenken.
Oké hoe zie je dan op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor je?	Als je ergens aan begint, dan moet je er wel tijd in steken. Dus je moet zelf als bedrijf veel initiatieven nemen. We zijn in het verleden ook weleens bij businessclubs aangesloten geweest waar we nooit heen gingen. Dus toen heb ik ook gezegd stoppen ermee. Ik vind dat er altijd een wisselwerking moet zijn tussen het lid en de vereniging. Dus we moeten er zelf veel tijd in stoppen om er een succes van te maken. Ik denk dat hoe bekender Gilde Plus is hoe groter het draagvlak kan zijn. Maar op dit moment heb ik niet iets van wat ik neer kan leggen bij Gilde Plus.

Oké duidelijk. Ja je noemde al wat voorbeelden over dat jullie je informatie en kennis kunnen overbrengen natuurlijk. Daar kunnen nog wel mogelijkheden liggen wat je zei.	Ja en ook daar ligt het weer bij ons. Wij moeten dan aangeven dat we informatie willen overbrengen. En dat wij een bijeenkomst willen organiseren voor een bepaalde groep. Dan weet ik zeker dat Gilde Plus zegt, doen! Dus dat ligt ook aan ons. En dat is misschien wel de uitdaging die bij ons ligt.
Oké en als je op dit moment een schatting moet geven. Wat bent u op dit moment in de vorm van contributie <i>jaarlijks</i> bereid te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus: 1. Onder de 700 euro 2. Tussen de 700-900 4. Tussen de 900-1100 euro 5. Meer dan 1100 euro	Dan onder de 700. Ik denk dat het laagdrempelig moet zijn. De kosten moeten niet te hoog zijn.
Oké en stel er zou een proefperiode van twee maanden worden ingevoerd. Zou de bereidheid om lid te worden van Gilde Plus dan veranderen?	Ja, dat denk ik wel. Daarmee maak je het wel laagdrempeliger. En dat is denk ik wel belangrijk. Eerst even proeven en kijken hoe alles in elkaar steekt is altijd goed denk ik.
Oké en wat zijn op dit moment de voordelen om wel lid te worden van Gilde Plus?	Toch wel de kruisverstuivingen en de naamsbekendheid voor ons als kantoor. Om daar gebruik te maken van alle activiteiten via het netwerk van SVV Scheveningen. En de combinatie tussen de voetbalvereniging, Gilde Plus en ons als bedrijf. Dus ik zie niet gelijk opdrachten terug, maar meer het bedrijf Hoornwijck presenteren en dat kan doordat wij actief moeten deelnemen aan sessies en Gilde Plus zal daar een verlengstuk voor zijn.
Oké en wat zijn de pijnpunten op dit moment?	Dat je er als bedrijf wel energie in moet steken. En dat is ook de uitdaging. Dat geldt voor alle branches denk ik wel.
Oké en zijn er verder nog redenen te benoemen om geen lid te worden van Gilde Plus?	Ja het heeft weer met de tijd en energie te maken. Maar ik vind het voor mij geen redenen om geen lid te zijn of worden van Gilde Plus. Maar ik vind het wel belangrijk om niet te veel lidmaatschappen te hebben bij van alles en nog wat. Dan overzie je het allemaal niet meer. Dus een goede shift daarin is wel belangrijk.
Oké en hoe zie je Gilde Plus dan op dit moment?	Ik vind Gilde Plus voor ons bedrijf wel passend. We zullen denk ik niet overal behoefte aan

	hebben, maar er zijn zeker mogelijkheden die beter benut kunnen worden.
Oké helemaal goed. Ik heb verder geen vragen meer. Heb je verder nog opmerkingen of aanvullingen op het geheel?	Nee, maar ik vind het heel leuk dat je aan ons hebt gedacht en voor je onderzoek ons te kiezen. En ik promoot dat eigenlijk alleen maar.
Helemaal super! Heel erg bedankt voor je deelname. En goede zaken.	Geen dank Tim, veel succes verder!

Respondent 3: Simon Rog**Bedrijf: Intension Health Club**

Soort bedrijf: Sportschool

Grootte bedrijf: *Klein*: minder dan 50 werknemers

Functie: Eigenaar

Tijdsduur: 41 minuten

Goedendag Simon, allereerst bedankt voor deelname aan dit interview!	Hi Tim, geen dank!
Ik zal even kort toelichten waarom ik hier ben. Ik loop stage bij de sociale onderneming Gilde Plus SVV Scheveningen. Ik ben hier bezig met een haalbaarheidsonderzoek waarbij ik de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus in kaart breng. Gilde Plus wilt namelijk minder afhankelijk worden van fondsen en subsidies en dus meer inkomsten genereren uit de geldstromen commerciële en/of contributie.	Oké, duidelijk.
Allereerst wil ik je even vragen om je voor te stellen en mij wat te vertellen over uw bedrijf.	Helemaal goed. Intension bestaat nu 12,5 jaar. Sinds 1 december 2005. We zaten eerst in de Hotelschool The Hague en daar hebben we 11 jaar gezeten. Ik ben daar 8 jaar werkzaam geweest, eerst als instructeur, daarna als manager. En op een gegeven moment waren we eigenlijk te klein. Voor het aantal leden, we wilden meer activiteiten etc. Toen zijn we op zoek gegaan naar een beter pand, waarbij we hier terechtwamen. En sindsdien eigenlijk gewoon in het dorp van Scheveningen.
Oké en wat zijn de kernactiviteiten van Intension?	De kernactiviteiten zijn fitness en groepslessen, waarbij ongeveer de helft van de mensen fitnest en de andere helft deelneemt aan groepslessen. De groepslessen variëren van Yoga tot Spinning en buitenactiviteiten. Buitenactiviteiten zoals fietstochten, Yogaweekenden etc. En zo hebben we activiteiten waar leden en mensen van buitenaf aan mee kunnen doen.
	Per week werken er zo'n 40 mensen en dat zijn

Oké duidelijk. En hoeveel medewerkers heeft Intension?	mensen in loondienst en mensen die factureren dus dat wisselt ook.
Oké. En zijn er op dit moment vraagstukken of problemen te benoemen binnen het bedrijf, waar externe hulp voor kan worden gebruikt?	Ik heb geen problemen waarbij ik hulp nodig heb. Ik heb wel twee stagiaires lopen die met een onderzoek bezig zijn voor school. Die maken een interne en een externe analyse etc. Dit komt puur omdat ik het leuk en belangrijk vindt om naar de omgeving te kijken. Concurrentieanalyse etc. Maar het is meer omdat zij een opdracht moeten doen vanuit school en ik ze daar wel mee wil helpen. Verder weet ik geen vraagstukken of problemen te benoemen.
Oké duidelijk. Ik zal nu wat vragen stellen met betrekking tot het onderzoek. Het begrip sociale onderneming. Hoe bekend is dit begrip voor jou?	Ik kan het zelf een beetje invullen. Dus dat je jezelf gaat inzetten voor de maatschappij.
Oké en zijn er sociale ondernemingen bekend bij jou?	Uhm. Als ik aan een sociale onderneming denk ik misschien aan een Kringloopwinkel, waar wat mensen worden ingezet en er zullen ongetwijfeld veel projecten zijn met vrijwilligers en waar mensen die een uitkering hebben worden ingezet voor iets of jongeren aan een baan helpen. Maar ik weet ze zo niet te benoemen.
Oké en hoe belangrijk vind je dit soort initiatieven?	Ja, zeker belangrijk. Ik vind "sociaal" denken heel belangrijk en passen bij een ideale samenleving. Wij ondersteunen mensen vanuit Intension ook graag op sociaal vlak dus dat komt daar wel in terug.
Oké. Dan het begrip zakelijke dienstverlening. Hoe bekend ben je met dit begrip?	Zakelijke dienstverlening zie ik mezelf ook in. Dan meer het commerciële aspect. Dus dat je meer een dienst verricht en dat daar tegenover geldt of iets anders staat.
Oké en hebben jullie binnen Intension veel ervaring met zakelijke dienstverlening?	Ja, heel vaak. Ik heb heel vaak externe partijen nodig voor dingen. Dus ik heb heel vaak te maken met zakelijke dienstverlening.
Zijn de ervaringen over het algemeen goed te beoordelen?	Voor mezelf is het wel altijd goed te beoordelen, maar zij krijgen niet altijd een goede beoordeling.
Oké, dus daar ben je wel kritisch in?	Ja, externe partijen moeten wel aan mijn wensen voldoen. Want ik betaal hun.

Kun je een voorbeeld noemen van een recent zakelijke dienstverlening?	Bijvoorbeeld bij Polar, heel recent, want die heb ik net nog een mail gestuurd. Ik verkoop sinds kort Polar artikelen. En dan worden er een aantal artikelen vanuit Polar mij aanbevolen. En nu heb ik bijvoorbeeld een nieuwe app aangeschaft en die app moet competente zijn met horloges en hartslagbanden welke ik ook verkoop. En vervolgens krijg ik van een klant te horen van " deze band is niet competente met de app". Ja en dat is lelijk. Want zo verkoop ik iets en dan ben ik dus heel verbaasd dat Polar mij dat dus aanbeveelt en het dan vervolgens niet werkt. Dus dat verbaast mij dan.
Oké, ja dan is het wel logisch dat je kritisch bent, je zet het toch uit naar jouw klanten.	Ja, precies.
Ik zal je nu even een kort introfilmpje laten zien. Wat vond je van dit filmpje?	Ja, eerlijk gezegd zegt dit filmpje me helemaal niks...Ik zie werkplekken staan, dan denk ik van oké, als ik dus geen werkplek heb dan kan ik daar een werkplek huren. Verder zie ik mensen bij elkaar zitten en dan denk ik wat doen die dan bij elkaar? En waar gaat het over etc.? Dus het is niet echt duidelijk na dit filmpje.
Oké helder. Ik zal het concept even wat verder toelichten. Gilde Plus biedt dus een totaalpakket aan in de vorm van een leerplek, werkplek en een ontmoetingsplek. Zo worden er bijvoorbeeld netwerkevents georganiseerd. De leerplekken bestaan bijvoorbeeld uit workshops, colleges of trainingen etc. die er op deze locatie kunnen worden gegeven en de werkplek houdt de ruimte voor een comfortabele werkplek in. Voor ZZP'ers bijvoorbeeld is het vaak wel fijn om op een externe locatie wat administratie o.i.d. te kunnen doen. Kijk voor jou lijkt het me niet echt fijn om een externe werkplek te hebben omdat je op deze locatie aanwezig moet zijn. Maar misschien is een netwerkevent om de zoveel tijd bijvoorbeeld wel een interessant aspect. Of een leerplek, waar je sessies kunt geven, trainingen aan je personeel of voor andere mensen, te denken aan scholieren en stagiaires etc.	Ja, eerlijk gezegd doe ik dat liever ook hier op deze locatie, omdat er dan ook mensen van buitenaf mijn sportcentrum in komen. Verder is al het apparatuur en materiaal ook hier aanwezig. Ik heb net een extern bedrijf ontvangen die hier ook een cursus heeft gedaan. Alles kan vanuit hier worden georganiseerd. Ook voor buitenactiviteiten verzamelen mensen hier. Bijvoorbeeld "Muscle Beach", wat we met LindoBeach doen. Dat is dan ook daarbinnen omdat daar de materialen etc. zijn. En in het verleden deden we bootcamps, hier verzamelen, want hier zijn kleedruimtes en douches. Dus alles hier in de omgeving heb ik zo in handbereik. Dus ik heb daar niet echt behoefte aan of iets dergelijks.
	Met mensen niet. Ik meen dat ik een keer een

Oké. We zullen hier straks nog even op terugkomen. Eerst wil ik je vragen hoe bekend je bent met Gilde Plus? Ben je bijvoorbeeld al eens in contact gekomen met mensen van Gilde Plus?	hand heb gegeven aan iemand, maar dat is al een tijd geleden, haha. En ik zie wel mailtjes voorbijkomen, dus als er iets gevraagd wordt dan reageer ik wel. Maar ik ben niet bij bijeenkomsten langs geweest ofzo.
Oké, dus hoe is de huidige relatie met Gilde Plus en u te beschrijven? Keuze uit volgende criteria: 1. Sterk (regelmatig een bezoek gebracht) 2. Redelijk sterk (soms een bezoek gebracht) 3. Niet sterk (weleens een bezoek gebracht) 4. Helemaal niet sterk (nog nooit een bezoek gebracht)	Dan helemaal niet sterk.
Oké en wat is volgens jou de reden van deze huidige relatie?	Een, omdat het voor mij niet helemaal duidelijk is wat ze doen. En twee is dat ik zeg maar op dit moment niet een behoefte vraag heb, waar zij mij mee zouden kunnen helpen.
Oké dan gaan we wat in op het totaalpakket van Gilde Plus. Heb jij weleens gebruik gemaakt van externe werkplekken?	Ja thuis, ik kan gewoon de computer overnemen en thuiswerken. Dus ik werk thuis of ik werk hier.
Oké heb je nog behoefte aan meer werkplekken?	Nee ik heb geen behoefte aan meer werkplekken en ook mijn collega's niet.
Oké en heb je weleens gebruik gemaakt van leerplekken, te denken aan colleges, trainingen etc.?	Nou, we hebben natuurlijk heel veel stagiaires hier. Dus die komen hierheen om hun vak te leren en dat gaat van een aerobicsinstructeur tot een fitnessinstructeur, maar ook wel snuffelstages etc. voor algemene zaken. Dus dat varieert nog wel. Dus we hebben eigenlijk wel elk jaar stagiaires.
Oké en hoe worden de stagiaires dan bijvoorbeeld aangestuurd?	Zij lopen altijd met ervaren medewerkers mee. Het verschilt natuurlijk een beetje met wat voor stage we te maken hebben. Maar er zijn hier nu een paar medewerkers werkzaam, die hier als stagiaire begonnen zijn.
Oké en worden er nog trainingen gegeven aan de medewerkers o.i.d.?	Heb ik in het verleden wel gedaan. Dat is wel wisselend ontvangen. Dus de een vond het wel fijn dat het van buiten is maar de ander vond dat wat minder. Wat we elk jaar wel doen is een

	reanimatiecursus en daar huur ik wel mensen van buitenaf voor in.
Oké en dat doe je dan op deze locatie?	Ja dat doe ik op deze locatie.
Oké en daarvoor heb je geen behoefte aan externe locaties?	Nee, ik heb hier alle ruimte.
Oké en waar moet een leerplek volgens jou aan voldoen? Keuze uit criteria: 1. <i>Relevante informatie voor mijn bedrijf</i> 2. <i>Leerzame informatie op persoonlijk vlak</i> 3. <i>Behoeft aan uw informatie</i>	Ja nu hebben we het eigenlijk dus over een externe leerplek. Maar als ik medewerkers een cursus aanbied. Dan gaan zij specifiek naar een bedrijf en daar krijgen ze extra een externe cursus dus niet zozeer in een locatie. De cursus wordt daar gegeven omdat daar het materiaal is en etc. Zoals een overload, wat veel collega's doen. Dan wordt het echt op een sportlocatie gegeven.
Dus dan is het wel belangrijk dat er relevante informatie wordt gegeven voor jouw bedrijf en medewerkers?	Ja, precies. Daar kiezen zij dan bewust voor. Als ik het nodig acht dan maken wij een deal. Dan betaal ik een X-percentag van die cursus en zij een gedeelte.
Oké. En bezoek je weleens ontmoetingsplekken? Te denken aan beurzen, businessclubs etc.?	Ja, zeker.
Hoe vaak per jaar ongeveer?	Het zijn altijd wel fitness-gerelateerde beurzen. We zijn ook aangesloten bij de VES, speciaal voor fitness-gerelateerde ondernemingen. Ik ben net naar de FIBO in Koln geweest. Een hele grote fitnessbeurs. De grootste van Europa. En in Houten is er altijd een september een beurs. Zodat we altijd op de hoogte zijn wat er allemaal op de markt is in fitnessland. En verder hebben we bijeenkomsten van de VES, Vereniging exclusief sportcentra. Waar we bij aangesloten zijn. Dit zijn 100 sportcentra in Nederland. En hier hebben we soms 1 keer per maand of 2 keer per maand een bijeenkomst mee. En dan kom je ergens in het land in een sportcentrum. Daar worden lezingen gegeven om zo up to date te blijven van wat er allemaal gebeurt.
Oké gaaf. En hoe beoordeel je zo'n ontmoetingsplek?	Ja, goed. Je haalt er altijd wat uit. Je hebt ook een Ondernemersdag waarbij er ook allemaal

	lezingen worden gegeven. Dit is heel groot opgezet. En wordt in de week van de Ondernemer georganiseerd. Dus ik heb regelmatig wel dit soort events.
Oké dus je vindt het wel belangrijk om dit soort events te bezoeken?	Ja, zeker. Maar ik ben er wel kritisch in. Ik ga niet zomaar overal heen voor de leuk. Er zijn er heel veel namelijk. Dus ik kijk wat er interessant is voor me en wat niet.
Oké en heb je dan nog behoefte aan meer ontmoetingsplekken? Waar zal dit dan aan moeten voldoen?	Nou, dat ligt er echt aan of het interessant voor me is. Ik ben niet zozeer van het verplicht netwerken. Dan houd ik eerder van een gezelligheid en zo kom ik vanzelf mensen tegen. Ik hoef niet naar netwerkborrels etc. Daar ligt de druk van moeten verkopen etc. mij veel te hoog.
Oké. Dan komen we eigenlijk gelijk bij het volgende punt. Waar moet een ontmoetingsplek dan volgens jou aan voldoen? 1. <i>Gezellige sfeer</i> 2. <i>Duidelijk doel</i> 3. <i>Goed georganiseerd</i> 4. <i>Het juiste netwerk</i>	Nou, eigenlijk wel een combinatie van alles. Dus je moet daar wel lopen dat er een goede sfeer hangt. Maar dat moet niet het enige zijn want dan ga ik wel met mijn vrienden ergens een biertje drinken. Maar er moeten wel de juiste mensen aanwezig zijn maar ook de juiste informatie krijgen. Dus het moet op mijn interessegebied zijn. De juiste doelgroep moet ook aanwezig zijn. Dus ja echt een combinatie van.
Oké je gaf al aan dat je weinig wist van het totaalpakket wat Gilde Plus aanbiedt. Is dit nog nooit met jou gecommuniceerd?	Naja, er zijn wel mailtjes voorbijgekomen, maar dan zijn het termen als netwerken, ontmoetingsplek, leerplekken etc. En dat zijn algemene termen en dan denk ik al snel dat het niks voor mij is aangezien ik er geen behoefte aan heb.
Oké, zie je verbeterpunten op dat gebied?	Ja, ik denk dat als er een keertje gericht iets wordt georganiseerd en gecommuniceerd dan zal ik erheen kunnen gaan. Maar ik zou niet zelf het initiatief nemen om daar een onderwerp neer te leggen.
Oké helder. En is er alleen via de mail met jou gecommuniceerd over het aanbod?	Ik heb er weleens met Ron Kleijn over gesproken, maar verder niet.
Oké ja Gilde Plus richt zicht echt op de leerplek, werkplek en ontmoetingsplek. En hierbij gaat her erom dat de bedrijven rondom SVV Scheveningen meer met elkaar in contact	Ja, zeker, dat zou kunnen. Het zou mooi zijn als die aan elkaar gelinkt kunnen worden. Want er is altijd wel behoefte aan personeel. En we hebben hier veel ondernemers rondlopen.

komen. En elkaar kunnen ondersteunen en helpen en dat daar wellicht werk uit bloeit. Jullie hebben hier binnen de sportschool natuurlijk ook een groot netwerk. Wellicht dat er hier werkzoekende, ZZP'ers etc. al lid zijn. Die altijd op zoek zijn naar opdrachten?	
Denk je dat daar nog mogelijkheden en of kansen voor zijn?	Naja, kijk als je zou weten wat voor kennis er in huis is. Stel je voor dat er een IT- jongen loopt en die maakt websites. Als jij dan als onderneming of ZZP'er op zoek bent naar zo'n iemand en je kan op Gilde Plus kijken wat voor soort vacatures er ingevuld kunnen worden door die mensen, dan wordt het misschien interessant. Want dan ga je heel gericht te werk.
Ja, dat is het ideale beeld natuurlijk.	Het kan heen en weer hé. Stel je voor er is iemand afgestudeerd en die wil gewoon kijken wat er in deze regio wordt aangeboden. Die kan dan bij Gilde Plus kijken van nou deze bedrijven zijn erbij aangesloten. En diegene zet zijn profiel (vergelijkbaar met LinkedIn) op de "community". Dan kan een bedrijf gericht vinden wat er wordt gezocht. Dus het initiatief moet dan liggen bij degene die werk zoekt, maar ook bij de bedrijven. Zo wordt het wat meer concreet dan voor mij de algemene termen steeds te gebruiken.
Ja precies. Je kunt bij Gilde ook lid worden als individu en als bedrijf. Dus zo zal het een bruisende broedplaats moeten worden.	Ja, maar je gaat eigenlijk pas kijken, wanneer je iemand nodig hebt. En Gilde Plus komt op dit moment niet als eerst in mijn hoofd op. Want dan kijk ik op LinkedIn of ik ga naar een uitzendbureau. En eigenlijk moet het dan zo zijn dat wanneer iemand in de vis iemand nodig heeft. Diegene gaat kijken bij Gilde Plus. Dus het moet sneller gelinkt worden, dat je denkt ik moet daar even zijn, want daar kunnen er veel mensen de juiste competenties aanbieden etc.
Ja precies. Zo hoopt het een beetje te gaan bruisen. De vraag is wat de bedrijven willen en of de behoefte er wel is voor een totaalpakket van Gilde Plus. Zoals ik ons gesprek nu samenvat is de behoefte er nog niet, zeg maar.	Nee, klopt. Als ik iemand nodig heb dan zoek ik nu gewoon fitness-gerelateerd. Dus dan kijk ik naar de opleiding of via via. Dus dan komt er een stagiair bij ons. Dan gaan we eerst een paar maanden aan elkaar "snuffelen". Zie ik dat die voldoet dan krijgt die een contractje etc. Zelfde in de fitness, als ik iemand nodig heb voor "club

	power''. Dan ga ik op internet zoeken naar geschikte personen. En bij mij is het heel specifiek en gericht zoeken.
Oké duidelijk. En voor onderzoeks-gerelateerde werkzaamheden gebruik je studenten gaf je al aan?	Ja, die melden zich ook jaarlijks wel bij mij. We staan ook bij scholen ingeschreven etc.
Oké. Duidelijk. Kun jij op dit moment wat lopende maatschappelijke projecten noemen van Gilde Plus? Oké ik zal ze even kort toelichten; Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden. De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die. Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom. De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.	Nee, eigenlijk niet. Oké, ja ik heb er nog niet eerder over gehoord.
Als je dit nu zo aanhoort. Zie je dan mogelijkheden voor Intension om bij een bepaald project betrokken te zijn?	Scholieren zijn altijd welkom. Dus dat is altijd goed. Ik heb alleen niet echt werkzaamheden voor "snuffelstages". Want dan komen ze een beetje sporten en daarna moeten ze algemene klusjes doen. Dus dat is niet echt fitness gerelateerd. En dat gebeurt op latere leeftijd. Want daar heb ik veel meer aan en zij ook.
Oké helder. Even terugkomend op jouw bereidheid om lid te worden van Gilde Plus. Hoe zie jij op dit moment een lidmaatschap voor je?	Ik zou eerlijk gezegd niet weten wat mijn toegevoegde waarde daar op dit moment van is.
Kun je op dit moment voordelen benoemen om wel lid te worden van Gilde Plus?	Nee, eigenlijk niet echt.
Wat zijn de zogenoemde pijnpunten dan?	Dat er geen behoefte is. Ik weet ook niet wat een lidmaatschap inhoudt. Dus het schort ook nog aan communicatie etc.
Ja dat houdt in dat je jaarlijks contributie betaald om lid te zijn van Gilde Plus. Om zo van alles gebruik te kunnen maken. Dus het	Ja, en dan betaal je een X-bedrag per jaar?

totaalpakket; leerplek, werkplek en ontmoetingsplek.	
Ja dat zou tussen de 700-1000 euro op jaarbasis liggen. Waarbij je dus van alle bijeenkomsten en de community gebruik kan maken. Jij hebt hier op deze locatie al veel in huis. Dus dan snap ik dat de behoefte er niet echt is.	Nee precies. Ik kan me voorstellen als je dat dus allemaal niet hebt dat hebt dan best interessant kan zijn.
Ja precies, voor jou zou het netwerk-gedeelte wellicht nog wel wat kunnen opleveren. Dat er werkzoekende bij Intension terecht komen o.i.d. zie je daar mogelijkheden voor?	Eerlijk gezegd niet. Dan lopen ze mij voor mijn voeten. Ik heb geen tijd om ze te begeleiden en Als je dat doet moet je het goed doen. Want die mensen moeten wel weten wat ze moeten doen binnen deze sportschool.
Oké, duidelijk. Nou ik heb genoeg informatie verzameld, haha. Bedankt voor je deelname aan dit interview.	Haha, mooizo. Geen dank en succes verder Tim.

Respondent 4: De heer Cees Hofland**Bedrijf: Hofstad Security**

Soort bedrijf: Beveiliging

Grootte bedrijf: Middelgroot: minder dan 250 werknemers

Functie: Mede-eigenaar

Tijdsduur: 44 minuten

Interviewer	Respondent
Allereerst bedankt voor de deelname. Ik zal even kort toelichten waarom ik hier ben. Ik loop stage bij de sociale onderneming Gilde Plus SVV Scheveningen. Ik ben hier bezig met een haalbaarheidsonderzoek waarbij ik de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus in kaart breng. Gilde Plus wilt namelijk minder afhankelijk worden van fondsen en subsidies en dus meer inkomsten genereren uit de geldstromen commerciële en/of contributie.	Geen dank. Oké helder.
Ik wil je vragen om iets te vertellen over het bedrijf Hofstad Security en wat de kernactiviteiten zijn.	Helemaal goed. Hofstad bestaat inmiddels bijna 10 jaar. We zijn ooit als vrienden begonnen en we zijn nu inmiddels uitgegroeid tot een van de marktleiders van Den Haag op eventgebied. En dan niet qua evenementgrootte, want een Parkpop en een Ocean Volvo Race zijn gewoon te groot voor ons en dat risico nemen wij niet. Maar wel in de cultuursector, zoals Schollenkop, de Tong-Tong Fair etc. Deze evenementen worden allemaal door ons beveiligd. Verder werken wij heel veel samen met de Gemeente Den Haag, Delft en Voorschoten. Daar doen we veel opdrachten voor. Verder beveiligen we de Boulevard, voor de HTM en de Pier. En zo zetten we ongeveer 8000 uur weg per periode.
Oké en wat is jullie onderscheidend vermogen dan op andere beveiligingsbedrijven?	We zijn lokale partners van veel partijen. Je kunt het zien als de luchtmobiele brigade. We zijn heel snel inzetbaar en dat is eigenlijk de kracht van Hofstad. We kunnen wel landelijk gaan denken, maar landelijk staan wij niet sterk. Onze krachten liggen echt in de flexibiliteit en in de sociale dienstverlening. Ze willen wel beveiliging, maar beveiliging is altijd lastig, dus we bieden eigenlijk sociale, vriendelijke

	gastheerschap en een vleugje beveiliging en dat leveren wij.
Oké mooi. En hoeveel medewerkers telt Hofstad? Oké. Zijn er op dit moment problemen of vraagstukken te benoemen binnen Hofstad, waarvoor jullie externe hulp voor kunnen gebruiken?	60 medewerkers. Hulp nodig? Ja ik denk dat er altijd hulp nodig is. Omdat je op een gegeven moment ook een bedrijfslid wordt. Ook al zijn we nog een heel jong bedrijf, maar wil je verder professionaliseren, dan zou je op een gegeven moment een externe partij een kijkje hier moeten laten nemen. Waar wij nu vooral mee werken is onder een paraplusysteem. We proberen te verbinden en elkaar te gunnen. En dat is ook wel de kracht van Hofstad. We gaan veel samenwerkingsverbanden aan met andere partijen. We staan dan ook bekend om een hoge gunfactor. Zowel in de sponsoring als dienstverlening.
Oké top. Hoe bekend ben jij met het begrip een sociale onderneming?	Wel bekend. Ik weet wat sociaal ondernemen inhoudt. En wij vallen hier ook onder.
Oké, kun je verder nog sociale ondernemingen uit de regio benoemen?	Ja, bijvoorbeeld Welzijn Scheveningen, onszelf en stichtingen. Wij zijn ook heel sociaal.
Hoe zie je dan een sociale onderneming voor je?	Ik zie sociaal als hoe je zelf ook behandelt wilt worden. En zo gaan wij ook te werk. De kracht van Hofstad is juist door niet alleen statistisch te staan van "ik ben beveiligder, ik let op", maar als je iemand ziet met een rollator, gooi wat vuilnis weg etc. Dus wij willen een totaal beveiligder hebben die eigenlijk multifunctioneel inzetbaar is en handelt. Dus niet alleen maar ik ben beveiligder en ik doe dat niet. Dus als je mensen moet helpen dan moet je iemand helpen. Zo hebben wij recent wat ouderen geholpen om bij strandtent de Fonk wat te gaan eten.
Ja, dus zo help je de maatschappij. En denk je daarin mee.	Ja precies. Zeker hier op Scheveningen. We zijn een Schevenings bedrijf dus we richten ons ook op de Scheveningers.
Ja dat kun je wel echt zien als sociaal ondernemen, dus daar hebben jullie wel veel ervaring mee.	Ja, wie goed doet, wie goed ontmoet.

Ik zal je nu even een introfilmpje laten zien.	Oké.
Wat vond je van het filmpje?	Ja, eerlijk gezegd zegt het filmpje me nog niet zoveel. Ik heb nog geen goed beeld van wat Gilde Plus inhoudt.
Oké. Hoe bekend ben je met Gilde Plus?	Ik ben er twee keer geweest. Maar ik vraag me af of het mijn ding is. Ik ben meer van niet lullen maar doen. Ik vind dit een beetje sociaal PVDA-achtig haha. Iedereen heeft dit soort praatgroepen, maar komt er echt wat uit? Ik wil graag een businessclub waar ook echt actief wordt samengewerkt en samen dingen worden ondernomen, dus dat het niet bij praten blijft. Ik zit bijvoorbeeld via LinkedIn bij een bedrijfsnetwerk aangesloten. En daarmee doen we heel veel uitjes. Dat is een heel actief bedrijfsgebeuren.
Oké helder. Hoe ben je in contact gekomen met Gilde Plus?	Via de voorzitter, Ron. We sponsoren SVV Scheveningen al een tijdje, dus zo was het contact snel gelegd.
Oké hoe is de huidige relatie met Gilde Plus te beschrijven? Keuze uit: 1. Sterk (regelmatig een bezoek gebracht) 2. Redelijk sterk (soms een bezoek gebracht) 3. Niet sterk (weleens een bezoek gebracht) 4. Helemaal niet sterk (nog nooit een bezoek gebracht)	Met Gilde Plus? Daar heb ik echt nog helemaal niks mee gedaan... dus ik denk 4. Helemaal niet sterk
Oké dan gaan we wat in op het aanbod van Gilde Plus. Maken jullie weleens gebruik van externe werkplekken?	Nee, eigenlijk niet.
Is die behoefte er gewoon niet of heeft het een andere reden?	Nee, die behoefte is er niet. We hebben hier een perfecte werkplek.
Oké en wat maakt dit een ideale werkplek? Te denken aan bijvoorbeeld 1. Genoeg ruimte voor materiaal en mensen 2. Genoeg voorzieningen 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig)	Ik denk dat deze plek gewoon een goede uitstraling heeft, genoeg ruimte, een goede locatie. We zitten hier ook op een doorgaande weg. We doen niet voor niks de bordjes van Hofstad boven onze ramen. Iedereen die hier langsrijdt valt het direct op. En we zitten op een hoek en zo hebben we toch wat evenementjes

5. Ruim aanbod aan competenties aanwezig (andere leden)	binnen gehaald.
Oké, dan heb je het wel wat meer over de locatie etc.	Ja, je moet ook naar de gezelligheid en betrokkenheid kijken. Je moet betrokkenheid houden in dit dorp. Dat geeft ons weer de genre en energie. Ik zie het altijd als een cirkel. Als je enthousiast bent naar buiten, dan krijg je de energie ook weer terug. Dus deze locatie is top.
En zie je de locatie op Houtrust eventueel als een werkplek?	Nee, eerlijk gezegd niet. Dat lijken mij ook meer flexplekken. En ik ben geen flexwerker.
Ja, klopt. Dus voor jullie zie je daar geen mogelijkheden voor?	Nee. Ik denk dat het voor mensen die zelfstandig werken of administratief werk doen wel interessant kan zijn. Wij moeten hier echt alles behandelen en snel kunnen schakelen. Ik zou bijvoorbeeld een kantoortje bij de Jachthaven willen. Dat ligt centraal en vanuit daar kunnen we snel schakelen. Maar hier zitten we ook perfect.
Oké. En maken jullie weleens gebruik van leerplekken?	Ja, dat doe ik wel. We hebben hier externe bedrijven voor.
Oké en op wat voor locaties vinden deze trainingen dan plaats? Kun je hier een voorbeeld van noemen.	Op externe locaties. Bij de Zeeuwstraat is het wel is gebeurd, bij de Vuurtorenweg. Maar daar zou ik Gilde Plus wel in kunnen betrekken.
Oké. Ja de locatie van Gilde Plus heeft wel veel mogelijkheden natuurlijk. En qua kosten zal dit je wel besparen denk ik.	Ja, dat denk ik ook wel ja.
Oké, heb je dan op dit moment echt behoefte aan meer leerplekken of zou je Gilde Plus er gewoon wat meer in kunnen betrekken?	Naja, we hebben een kantoor in de Zeeuwstraat zitten dus we hebben niet echt de behoefte aan nog meer ruimte. Dit is een leslokaal. En dat heb ik eigenlijk gedaan om de opdracht zo ook te behouden. Met de huur van hun ruimte krijgen wij weer opdrachten van. Maar met trainingen/cursussen/profiling dan zouden we het wel op Houtrust kunnen doen.
Oké duidelijk. En waar moet een leerplek in het algemeen volgens jou voor gebruikt worden?	Hier doen we met alle drie de soorten wel wat mee. We houden ons aan onze filosofie en daar

Maak eventueel volgorde uit onderstaande criteria: 1. <i>Relevante informatie voor mijn bedrijf</i> 2. <i>Leerzame informatie op persoonlijk vlak</i> 3. <i>Behoeftte aan uw informatie</i>	houden we ons aan. En deze filosofie werkt want we zijn niet voor niks in 10 jaar zo groot geworden. Als hier een beveiligiger komt voor een sollicitatiegesprek is gewoon heel simpel. Ik kijk wat de uitstraling is. Drie keer te laat komen is wegwezen, te vaak ziek is wegwezen en ik wil gewoon niet dat je op je telefoon speelt. Dus je kan hele mooie verhalen vertellen, maar dat boeit mij niet. Je moet het toch in de praktijk laten zien. Mijn sollicitatiegesprek duurt maar 5 minuten en bewijs het daarna wel. We hebben ook een manager lopen die houdt meestal een uur of 1,5 uur een sollicitatiegesprek. En die mensen zijn er vaker uitgetrapt dan die van mij haha. Maar wij brengen ook onze informatie over op andere bedrijven en mensen. Zo komen we ook weer op sociaal ondernemen.
En bezoeken jullie weleens ontmoetingsplekken? In welke mate?	Haha niet echt. We zijn weleens bij netwerkevents in het Zuiderstrandtheater van de strandpaviljoens geweest. En we bezoeken wekelijks SVV Scheveningen, daar voel ik me gewoon op mijn gemak. Maar verder niet echt.
Oké hebben jullie op dit moment behoefte aan meer ontmoetingsplekken? Met bijvoorbeeld Scheveningse bedrijven o.i.d.?	Nouja, iedereen kent Hofstad en het sociale gezicht van deze onderneming. Ik wil wel altijd vooruitstrevend zijn dus nieuwe contacten leggen is altijd goed. Ik doe altijd wel dingen om concurrenten voor te blijven. Ik heb vroeger heel veel stratego gespeeld en dat helpt mij wel haha.
Haha, werpt wel z'n vruchten af toch.	Ja, ik ben altijd met strategieën bezig, hoe kan ik mijn concurrenten voorblijven.
Nouja top toch. Even terugkomend op de ontmoetingsplekken. Heb je behoefte aan meer ontmoetingsplekken?	Ja, wat ik eerder al zei ik wil eigenlijk dat er een businessclub komt, je merkt het ook bij SVV Scheveningen. Het is leuk om te sponsoren, maar wat krijgen de sponsors ervoor terug. Kijk mij boeit het niet zo, omdat ik de binding sowieso wel heb. Maar een businessclub met Scheveningse bedrijven lijkt mij wel interessant.
Oké duidelijk. En hoe vaak per jaar zal dit dan volgens jou ongeveer georganiseerd moeten worden?	Ik denk minimaal één keer per kwartaal wel. Een sponsorbijeenkomst waarbij alle sponsors van SVV Scheveningen bij elkaar komen.

Zou Gilde Plus daar een goede invulling aan kunnen geven denk je?	Nou, dat weet ik niet. SVV Scheveningen is de organisatie, wij geven geld aan SVV Scheveningen. Dus dan kan je wat mij betreft van SVV Scheveningen dit soort activiteiten wel verwachten.
Ja, meer op het aspect van een businessclub bedoel je dan?	Ja, en als businessclub gezamenlijk bij elkaar komen en activiteiten doen. Om elkaar zo te leren kennen.
Oké duidelijk. En hoe zie je de invulling van Gilde Plus in dit geheel dan voor je?	Gilde Plus hangt natuurlijk aan SVV Scheveningen. Als je de businessclub van SVV Scheveningen goed op orde hebt dan kun je de link leggen naar Gilde Plus. Dan heb je een grotere ingang. Als de businessclub van SVV Scheveningen niet werkt, dan werkt het denk ik niet. Maar als het wel werkt dan kun je Gilde Plus hier goed aan koppelen denk ik. En dan kun je doorzetten en dan wordt het interessant.
Oké duidelijk. We gaan nu wat verder in op het totaalpakket van Gilde Plus. Wat weet jij van dit totaalpakket?	Helemaal niks eigenlijk.
Oké dus er is nog nooit hierover met jou gecommuniceerd?	Nee, volgens mij niet. Of het sprak mij niet aan. Of het is mij gewoon totaal nog niet duidelijk.
Oké ja we hebben het er net al even over gehad. Het totaalpakket in de vorm van werkplekken, leerplekken en ontmoetingsplekken. Je gaf al aan dat er hier beperkte behoefte voor is.	Ja, dat weet ik wel. Dat er flexplekken zijn, dat er mensen zitten te werken in het sponsorhome en dat soort dingen. Daar ben ik wel op de hoogte van. Ik heb ook weleens een presentatie bijgewoond over de BitCoin, maar dat is voor ons niet zo interessant. Ik zou andere dingen weer interessant vinden als commerciële dingen, hoe haal ik meer klanten naar binnen? Etc. Ik ben echt geïnteresseerd in commerciële aspecten. Dat vind ik gaaf. Hoe kan ik meer opdrachtgevers naar binnen halen?
Oké duidelijk. Dan komen we weer terug op het "doen" aspect haha.	Ja, precies en ik heb zo'n groot netwerk dat ik daar altijd wel gebruik van kan maken. En dat doe ik dan ook.
Oké top. Even terugkomend op het totaalpakket, wat is volgens jou de reden dat het geheel nog niet echt helder is voor je?	Ik heb er eerlijk gezegd te weinig tijd voor. Ik heb De Beren, Hofstad, defensie en m'n zoontje. En ik heb nog mijn vrije tijd. Dit heb ik zo allemaal ingekapseld en ingedeeld en ik laat zo overal mijn gezicht zien een beetje ouwehoeren en daar komen altijd wel dingen uit.

Ja, oké. Een aspect van Gilde Plus is ook dat zij binnen het Gilde werk uit handen nemen van de ondernemer. Misschien is dit voor jou wel interessant. Dus dat jij meer tijd overhoudt voor andere dingen. Zo kan je bijvoorbeeld een plan voor "commercie" neerleggen bij Gilde Plus zodat mensen binnen het Gilde Plus daarmee aan de slag kunnen. Dit valt onder het project "De Banentour".	Kijk, dat is wel interessant. We zijn namelijk bezig met een plan voor de Vogelwijk, achter SVV Scheveningen. We zijn met een idee bezig wat echt wel bruisend kan zijn. Maandelijks een abonnement afsluiten voor een 10tje per maand. Voor de Vogelwijk is dat wel haalbaar denk ik. We willen daar heel de nacht van 22:00u tot 7:00 s 'morgens de wijk beveiligen.
Een soort wijkpatrouille ofzo?	Ja, zo kunnen bewoners aangeven wanneer ze op vakantie zijn, een weekendje weg zijn, zodat wij hun huis beter in de gaten houden. Verder zullen de beveiligers in het bezit zijn van telefoons e.d. zodat er direct contact kan worden opgenomen. Zodat wij de eerste hulp voor kunnen bieden.
Gaaf idee. En dat project zit nog in de verkennende fase?	Ja, zeker er zal nog wel het een en ander moeten worden onderzocht en gepresenteerd.
Oké, dus je zou dan bijvoorbeeld een onderzoeksplan kunnen neerleggen bij Gilde Plus van joh kijk eens naar de omgeving en naar de wensen en behoeften.	Ja, dat lijkt me zeker interessant. Ik wil daar echt een heel goed plan voor neerleggen. Ik denk dat het zeker een aanspreekpunt is. En dan ben ik ook weer zo, stel het lukt en het is een goed plan. Dan stoppen wij weer een stukje in Gilde Plus of SVV Scheveningen.
Oké duidelijk. Heb je op dit moment verder nog aanvullingen op het totaalpakket van Gilde Plus?	Nee eigenlijk niet.
Oké en hoe zie je op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor je?	Dat weet ik nog niet. Dat is nog niet zo helder. Maar het idee van het onderzoeksplan is wel een passend aanbod.
Wat ben je op dit moment bereid te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus? 1. Onder de 700 euro 2. Tussen de 700-800 euro 3. Tussen de 800-950 euro 4. Tussen de 950-1100 euro 5. Meer dan 1100 euro Of voor bijvoorbeeld het onderzoeksrapport met betrekking tot het project "De Banentour"?	Daar zou ik nog even over moeten nadenken. Ik vind de jaarlijkse contributiebedragen tussen de 700-1000euro op dit moment wel hoog. Dan zou het wel veel moeten opleveren.

Oké. Weet jij huidige maatschappelijke projecten te benoemen van Gilde Plus? • <i>Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden.</i> • <i>De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die.</i> • <i>Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom.</i> • <i>De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.</i>	Nee, niet echt. Ik heb alleen wel is gehoord van het Leergilde.
Ja klopt.	Hoe gaat het met dat project?
Het is vooralsnog lastig om de doelgroep effectief te bereiken	Ja, je hebt ook te maken met een moeilijke doelgroep. De leeftijd verschilt wel een beetje denk ik met scholieren, maar dit merken wij ook een beetje. Wij kregen eerst ook gasten vanuit de Gemeente, tijdens de crisis dat waren echt topgasten. We merken nu de economie goed draait, dat we de onderkant van de samenleving hier krijgen. Dus daar zit wel een verschil in.
Ja, het is ook lastig. Het moet gaan lopen, zodat er ervaringen gedeeld kunnen worden.	Ja precies, dat is met alles.
Even terugkomend op de projecten van Gilde Plus. Zou je er wel voor open staan hieraan deel te nemen? Om bijvoorbeeld scholieren te ontvangen etc.	Ja hoor. Daar sta ik altijd wel voor open. Ze zijn welkom
Oké top. En dan het project de Banentour, daar zie je dus ook wel mogelijkheden voor?	Ja, ik denk dat het alleen maar mooi is om dit soort dingen samen te doen. Je moet elkaar ook in leven houden hé. Leven en laten leven.
Oké duidelijk. Dus voor die projecten sta je wel open. Wat zijn op dit moment de voordelen en redenen om wel lid te worden van Gilde Plus?	Naja de projecten die je net noemde. En als businessclub goed in orde is zie ik daar ook mogelijkheden in. Maar ik wil eerst kijken hoe ze het doen. Dus ik proef er liever eerst even aan.
Oké duidelijk. Dus hoe zou je dan bijvoorbeeld tegenover een proefperiode van 1 á 2 maanden	Ja, zeker. Je maakt toch ook eerst een proefrit

staan? Zou je bereidheid om lid te worden daarmee veranderen?	voor dat je een auto komt haha. Ik vind dat wel passend.
Oké super. Dit was het interview, bedankt voor je deelname Cees!	Geen dank, Tim, succes verder.

Respondent 5: Jerry Batenburg

Bedrijf: Domino's Pizza

Grootte bedrijf: Groot bedrijf: meer dan 250 medewerkers

Functie: Mededirecteur

Tijdsduur: 42 minuten

Interviewer	Respondent
Allereerst bedankt voor de deelname. Ik zal even kort toelichten waarom ik dit interview met je afneem. Ik loop stage bij de sociale onderneming Gilde Plus SVV Scheveningen. Ik ben hier bezig met mijn afstudeeronderzoek. Ik ben hier bezig met een haalbaarheidsonderzoek waarbij ik de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus in kaart breng. Gilde Plus wilt namelijk minder afhankelijk worden van fondsen en subsidies en dus meer inkomsten genereren uit de geldstromen commerciële en/of contributie.	Oké. Duidelijk. Leuk onderzoek!
Ja zeker. Ik wil je vragen om iets te vertellen over het bedrijf Domino's.	Helemaal goed. Domino's is een wereldwijd bekend bedrijf. Is in Nederland een franchiseorganisatie. Sinds 1986 zit Domino's hier gevestigd. De eerste vestiging was in Breda destijds. Sindsdien is het bedrijf hard gegroeid. Wij, nouja in ieder geval Rob, mijn compagnon heeft zich in 1997 zijn eigen pizzawinkels omgezet in Domino's. Dus in franchises destijds. En hij is daar heel snel mee gegroeid in de regio Den Haag. En Domino's zelf is inmiddels uitgegroeid tot 250 vestigingen in Nederland waar ze er inmiddels 400 van willen maken als doelstelling. Daarmee zijn we dit jaar groter geworden dan Macdonalds. Maar dat is meer in aantal vestigingen hoor. In omzet absoluut niet. Dus hier in de regio hadden we er al heel wat, maar landelijke dekking hebben ze wel aardig wat weten te veroveren de laatste tijd. We zijn nu ook bezig met lunch. We bieden dus ook overdag pizza's en producten aan. Dat zit een beetje in de startfase maar daar is wel markt voor natuurlijk, want je eet ook patat en broodjes overdag, dus waarom geen pizza haha.
Haha oké grappig. Ja ik zag het laatst toevallig in Leiden. Die Domino's hanteerde deze formule al.	Ja dat is het beste voorbeeld wat je kan hebben! Dat gebruiken ze als pilot.

Oké top man. Leuk concept.	Ja, dat is wel een beetje waar de formule heengaat. En dat betekent voor ons dat we in de regio nog best wel wat winkels erbij kunnen plaatsen, maar ik denk dat wij het vooralsnog heel goed doen en wij hier in de regio echt marktleider zijn op dat gebied.
Oké en wat zijn de kernactiviteiten van Domino's?	Haha, ja daar ging je vraag over. Wij bezorgen pizza's, we zijn delivery experts. Maar daar komt ook steeds meer afhaal bij. Ook de bezorgwereld staat op z'n kop. Dus wij zijn ook wel bezig hoe kunnen we dat beter doen, goedkoper doen, maar ook milieuvriendelijker doen. Vandaar zijn we sinds twee jaar ook met E-bikes bezig. Waar we denk ik naar toe gaan is dat we ons bezorgingsgebied dusdanig klein maken, er dus nog een of twee winkels bij nodig hebben hier in Den Haag en met kleine gebieden kan je alles aanfietsen. Dus dan kunnen alle scooters eruit.
Zó dat is wel mooi! Dat is wel interessant natuurlijk.	Zowel kostentechnisch als maatschappelijk verantwoord natuurlijk. Dus daar gaan we denk ik naartoe. Kernactiviteiten blijven dus wel bezorgen van pizza's en toebehoren en het afhalen ervan.
Oké helder. En hoeveel medewerkers heeft Domino's ongeveer in totaal?	Wij hebben 15 franchiseondernemingen en in totaal om en de nabij 1000 medewerkers. Per winkel zijn dat er ongeveer 50 á 60. Maar er zitten natuurlijk heel veel oproepkrachten bij. Dus het zijn niet allemaal fte's, überhaupt vaste aanstellingen die we hebben dan hebben we er ongeveer 60 in totaal. Dus 3 á 4 vaste per vestiging.
Oké en zijn er op dit moment al problemen/vraagstukken te benoemen binnen Domino's waar jullie externe hulp voor kunt gebruiken?	Ons grootste struikelblok altijd zal personeel zijn. Niet alleen omdat wij werken met studenten die überhaupt vrij wisselvallig zijn. Maar ook wat ik net al zei is dat de markt veranderd. En als iedereen bezorgd dan vissen alle partijen in dezelfde vijver. Dus dat is iets waar we altijd aan het struggelen zijn.
Oké dus echt het werven van personeel?	Ja, precies.
Oké dan heb begrip sociale onderneming. Hoe bekend ben je met dit begrip?	Een sociale onderneming zie ik als een onderneming die ook voor de buurt en de buitenwereld zich sociaal opstelt en rekening

	houdt met de mensen en publiek om de winkel heen.
Oké duidelijk. En zijn er sociale ondernemingen uit de buurt bekend bij jou?	Uhm... ik weet ze niet zo te noemen. Als je een vereniging een sociale onderneming mag noemen dan een vereniging of iets dergelijks maar dat zijn natuurlijk verenigingen.
Oké helder. En hoe belangrijk vind je dit soort initiatieven?	Ja, zeker belangrijk. Wat ik net al vertelde houden wij ook veel rekening met de maatschappij en gaan wij mee in de ontwikkelingen door bijvoorbeeld op E-bikes te leveren. Dat kun je wel plaatsen onder sociaal ondernemen denk ik.
Ja, zeker. Dat is wel een goed voorbeeld. Dan het begrip zakelijke dienstverlening. Hoe bekend met je met zakelijke dienstverlening?	Daar zijn we zeker bekend mee. Wij doen alleen maar aan dienstverlening. We leveren wel het product, maar we leveren ook de dienst om het te bezorgen.
Oké. En echt zakelijke dienstverlening?	Ja, echt business to business bedoel je? Dat doen wij niet echt. Wij leveren wel aan bedrijven, maar in principe leveren wij direct.
Oké en jullie hebben binnen jullie bedrijven niet te maken met externe partijen die een zakelijke dienst verlenen?	Nouja, wij hebben een eigen onderhoudsman en een eigen onderhoudsjongen voor de brommers en fietsen. Bouwen van zaken wordt wel gedaan door externe partijen, maar dat is niet iets wat permanent terugkeert. Dat doen we één keer in de zoveel tijd. Dus voor de rest doen we eigenlijk alles binnenshuis. En dat komt omdat we groot zijn. Ik kan zo'n onderhoudsjongen dag en nacht bezighouden met werkzaamheden. Omdat er gewoon genoeg te doen is.
Oké helder. Dan heb ik nu even een introfilmpje voor je.	Oja, die heb ik weleens gezien bij een van de eerste bijeenkomsten van Gilde Plus
Oh oké. Dat is wel een tijdje geleden zeker.	Ja, dat is alweer een tijdje terug ja.
Oké. We zullen wat verder ingaan op Gilde Plus. Hoe bekend ben je met Gilde Plus?	Behalve dat ik een paar bijeenkomsten heb meegemaakt, inhoudelijk niet heel erg. Maar ik zie het een beetje als een soort businessclub waar er een plaats geboden wordt, waar ondernemers bij elkaar gebracht worden om met elkaar ergens te komen.

Ja, precies. De inspirerende broedplaats. En hoe ben je in contact gekomen met Gilde Plus?	Via SVV Scheveningen. Ron heeft ons toen uitgenodigd, van schuif is aan en kijk of het voor jullie wat kan betekenen.
Oké en toen kon het dus nog niks voor jullie betekenen?	Nee, eigenlijk niet. Wij hebben heel veel intern geregeld, waarmee we externe partijen eigenlijk een beetje soort van uitgeschakeld. Waar we winkels bouwen zijn we aangewezen op de franchiseformule, dus daar zijn we niet vrij in. Dus wij hebben niet heel veel te maken met externe partijen in ons vakgebied. En dat komt omdat we wat groter zijn. Ik denk dat dit concept zich moet richten op ondernemers en zzp'ers. Die hebben elkaar heel hard nodig en kunnen elkaar ondersteunen.
Oké. Helder. En hoe is de huidige relatie met Gilde Plus te beschrijven? Keuze uit volgende criteria: 1. Sterk (regelmatig een bezoek gebracht) 2. Redelijk sterk (soms een bezoek gebracht) 3. Niet sterk (weleens een bezoek gebracht) 4. Helemaal niet sterk (nog nooit een bezoek gebracht)	Ik ben weleens bij een bijeenkomst geweest. Maar dat is niet zovaak gebeurd. Dus 3. Niet sterk.
Oké en wat is volgens jou de reden van deze relatie?	Nou, ik denk dat de reden is dat wij hier zelf niet echt zoekende zijn op dat vakgebied. Of we wat te bieden hebben, dan is dat in ons geval ook wel erg moeilijk. Behalve werkplekken voor voornamelijk jongeren, is dat voor zzp'ers niet zo interessant.
Oké en zie je op dit moment verbeterpunten in de relatie?	Ik vind het lastig. Kijk wij zijn ook niet zo snel aangewezen op uitzendbureaus o.i.d. Wij moeten het echt van de studenten hebben en de jongeren. Je ziet ook de mensen die bij ons doorgroeien, die komen allemaal van binnenuit. Wij trekken dan ook amper externe bedrijfsleiders aan of iets dergelijks.
Oké ja dat heeft natuurlijk wel wat.	Ja, ik denk dat niet alleen wij, maar ook Domino's wereldwijd zo is ingestoken. Iedereen begint onderaan de ladder en uiteindelijk kan je zo doorgroeien. Dus er is weinig extern. En dan kom je er weer op terug, dat wij niet zo erg aangewezen zijn op dat soort partijen.
	Nee. Wij hebben één kantoor waar wij

Oké duidelijk. En hebben jullie binnen Domino's weleens gebruik gemaakt van externe werkplekken?	administratie doe en waar ikzelf nog wel is wat randzaken uitvoer. Maar daar zitten we vaak maar met z'n tweeën of drieën. En hier hebben we ook de opslag voor fietsen scooters etc. Dus wij hebben die plekken eigenlijk zelf.
Oké helder. Hebben jullie nog behoefte aan meer externe werkplekken?	Nee, eigenlijk niet. Wij hebben genoeg aan ons kantoor en de opslag.
Oké. Duidelijk. En maken jullie weleens gebruik van leerplekken? Dus te denken aan workshops/colleges etc.	Ja, dat doen we ook op dit kantoor. Groot genoeg haha. Dat was voorheen niet zo hoor. We hadden tot december een wat kleiner kantoor. Daar merkte we op een gegeven moment dat we de groep managers in tweeën moesten delen om ze kwijt te kunnen. Dus toen was de behoefte er wel om een wat grotere ruimte te hebben, maar op dit moment dus niet meer.
Oké. Organiseren jullie regelmatig trainingen en bijeenkomsten?	Ja, we hebben één keer in de maand sowieso een bijeenkomst voor het management van alle winkels. Om zo de groep bij elkaar te houden. Maar wij laten ook Domino's Nederland trainingen geven op onze locatie. Zij doen dat ook in Gorinchem waar hun hoofdkantoor zit, maar het is bij ons groot genoeg, om dat in één klap te doen.
Oké helder. En wat maakt jullie locatie en kantoor zo fijn?	We hebben daar een grote kantine, een grote beamer en een grote ruimte waar we iedereen kwijt kunnen. Zo kunnen we iets presenteren en een goed gesprek beginnen met iedereen. Operationele trainingen geven we daar niet hoor, het is daar puur gesprekstof en presentatie.
Oké. Duidelijk. En krijgen jullie daar alleen trainingen voor jullie personeel of geven jullie daar bijvoorbeeld ook zelf workshops of iets dergelijks aan andere partijen?	Nee, niet aan andere partijen.
Oké is die behoefte er helemaal niet? Om bijvoorbeeld jullie informatie over te brengen op scholieren of stagiaires etc.?	Wij werken wel met werk-leerbedrijven, SVO is een opleidingsinstantie wat doet aan fast-service, waar ook wij onder vallen. Daar werken we wel mee, maar ook dat komt vaak van binnenuit. Dat we eerder de mensen die bij ons werken een opleiding aanbieden, als zijnde de mensen die een opleiding doen binnenhalen bij ons bedrijf. Dus je ziet dat wij in de praktijk dat

	we meer de opleiding aanbieden, dan dat we mensen die de opleiding doen binnenhalen bij ons bedrijf. Terwijl dat wel zou kunnen hoor.
Ja precies, maar ik snap dat jullie het zo doen, aangezien je dan natuurlijk al mensen hebt die geïnteresseerd zijn in het bedrijf en het werk leuk vinden.	Ja, het is in onze branche wel belangrijk dat mensen het werk en het bedrijf wel in eerste instantie leuk vinden. Want daarna willen we ze doorleren en niet andersom eigenlijk.
Oké helder. En maken jullie weleens gebruik van ontmoetingsplekken? Te denken aan netwerkborrels, businessclubs e.d.	Nee. Naja Rob, mijn compagnon, heeft zijn eigen businessclub gehad natuurlijk, de MKB-factory. Dat heeft hij 3 jaar gedaan en daar heb ik hem wel mee geholpen.
Oké en wat vond je van ervan? Hoe is de ervaring met een businessclub te beoordelen?	Ik moet zeggen dat ik het een lastige branche vond. Want je moet mensen wel continu tevreden houden en dat netwerk wel actief houden en dat is toch best lastig. Dus toen kwam ik er wel veel mee in aanraking. Maar dan merk je ook, en dat is denk waar Gilde Plus ook over gaat. Is dat wij niet heel veel te zoeken hebben buiten ons eigen vakgebied. We hebben geen externe partijen nodig voor onze werkzaamheden. We hebben een drukker, opmaak van wat drukmateriaal, maar dan heb je het wel een beetje gehad. De rest komt echt uit de franchiseorganisatie. Je ziet bij franchiseorganisaties dat alles geregeld is. En je moet het operationeel gewoon op orde hebben. Je hoeft niet na te denken over wat voor tv-campagnes ga ik doen? Of wat voor marketing moet ik nou doen? Vroeger was dat lokaal wat belangrijker met een folder en een flyertje. Maar dat is tegenwoordig allemaal online. Want van online komt het meeste vandaan en dat wordt allemaal aangestuurd vanaf Domino's Nederland. Dus het is voor ons zaak om operationeel goed op orde te zijn. En daarvoor heb je niet echt andere partijen nodig.
Oké, dus de behoefte aan meer ontmoetingsplekken is er dus niet direct?	Nee, voor ons is dat niet zo belangrijk. Ondanks dat het wel leuk is om in contact te blijven met ondernemers uit de regio, is er niet echt een behoefte.
Oké want daar sta je wel voor open? Om met ondernemers uit de regio in contact te blijven?	Ja, zeker. Het is altijd leuk om te kijken of je wat voor elkaar kunt betekenen. Maar we zijn er

	niet echt naar op zoek. Omdat we het in de regio niet echt nodig hebben.
Oké. Duidelijk. Jullie sponsoren natuurlijk ook verschillende clubs. En met name SVV Scheveningen. Hoe zie je dat belang voor je?	We vinden het belangrijk om onszelf niet af te sluiten. Daarom sponsoren we clubs. En in het bijzonder SVV Scheveningen. Om zo toch in contact te blijven met andere ondernemers en betrokken te blijven.
Oké. Wat weet je op dit moment van het totaalpakket wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt?	Niet zo heel veel.
Oké. Is dit nog nooit gecommuniceerd?	Nouja, we hebben in het begin wel meegekregen wat de plannen waren etc. Maar niet echt inhoudelijk.
Oké. Ja we zijn net al op de elementen van het totaalpakket ingegaan met leerplekken, werkplekken en ontmoetingsplekken. Je gaf al aan dat je daar niet echt kansen of mogelijkheden voor ziet.	Ja, voor Domino's zijnde is het lastig.
Misschien toch wel wat meer op de ontmoetingsplek gericht dan misschien wel?	Ja de ontmoetingsplek wel inderdaad. Kijk dat is niet omdat je er zakelijk denkt iets nodig te hebben. Maar het contact met ondernemers uit de eigen regio is wel belangrijk. Om zo toch te sparren met mensen om te kijken of zij dingen doen of ideeën hebben die je misschien bij jezelf nog weleens terug kan koppelen.
Ja precies. Daar komt de inspirerende broedplaats weer naar voren haha. Dat is altijd goed. Je gaf al aan dat het totaalpakket nog niet echt gecommuniceerd is.	Nouja, wat je zegt werkplekken, leerplekken en ontmoetingsplekken dat is wel gecommuniceerd via de eerste meeting, maar verder niet.
Oké. Heb je op dit moment nog aanvullingen op het totaalpakket van Gilde Plus? Wat passend kan zijn voor Domino's	Voor ons bedrijf denk ik niet. Lastig. Ik denk dat het voor alle franchiseformules wel geldt. Omdat binnen de franchiseorganisatie eigenlijk alles al geregeld wordt.
Oké. Hoe zie je op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor je?	Ik denk dat het geheel voor ons minder interessant is. Ik denk dat de broedplaats wel interessant is als businessclub. Om zo in contact te komen met andere ondernemers etc. Maar de letterlijke behoefte is er op dit moment niet echt.

Oké en welke huidige maatschappelijke projecten van Gilde Plus kun jij benoemen?	Geen één eigenlijk, vertel...
Haha, oké ik zal ze even kort toelichten; • Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden. • De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die. • Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom. • De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.	Oké. Ik heb er nog niet eerder over gehoord. Klinkt wel super goed. Wij als franchiseorganisaties hebben dit soort dingen echt wat minder. Maar dit is echt waar Gilde Plus voor bedoeld is. En ik denk dat dat wel goed is. Ik denk dat alle werkzoekende en mensen die er gelangere tijd uitliggen, dat zij wat makkelijker in contact kunnen komen met bedrijven en inderdaad wat cases kunnen oplossen, leuk!
Ja, precies. Daar is het wel een passend aanbod voor vind je?	Ja, zeker ik denk dat het voor deze groep zeer interessant is.
Oké. En zie je nog een project bij Domino's passen?	Voor zo'n project als het Leergilde, staan we altijd open. We bieden stages aan, wel eigenlijk ook van binnenuit, dus diegenen weten wat Domino's inhoudt etc. Dus dat is wel een pluspunt, maar daar zijn altijd wel mogelijkheden voor. We hebben één dame op kantoor zitten die administratief werk doet. En die kan best wel wat handjes gebruiken. Dus daar is wel plek voor. Zeker voor scholieren en ik denk dat het mbo-kader niveau goed past bij stages binnen ons bedrijf.
Oké, helemaal goed. En als je op dit moment een schatting kan geven. Je gaf al aan dat je wel mogelijkheden ziet in de businessclub en projecten. Wat zou je dan op dit moment in de vorm van contributie jaarlijks bereid zijn te betalen? 1. Onder de 700 euro 2. Tussen de 700-800 euro 3. Tussen de 800-950 euro 4. Tussen de 950-1100 euro 5. Meer dan 1100 euro	Dat zou op dit moment onder de 700 zijn. Omdat we dan alleengebruik zullen maken van de ontmoetingsplek.

Zou je bereidheid om lid te worden veranderen wanneer er met een proefperiode van twee maanden kan worden gestart?	Nee. Het is bij ons een ja of een nee. Want ik weet van tevoren dat we er commercieel niet zoveel uit kunnen halen, dus dat zou echt puur de ontmoetingsplek zijn.
Oké. Wat zijn op dit moment de voordelen om wel lid te worden van Gilde Plus?	De ontmoetingsplekken en de projecten die ik net benoemde. Daar zie ik wel mogelijkheden in.
En wat zijn op dit moment de redenen om geen lid te worden van Gilde Plus? De zogenoemde pijnpunten?	Nou, ik denk dat wij er commercieel niet zoveel kunnen uithalen. En niet zoveel te bieden hebben. En ook niet zoveel vraag hebben. Behalve aan scholieren en dat een ontmoetingsplek altijd goed is. In principe zou daar wel een opening liggen, om mensen naar ons bedrijf te laten kijken, misschien vinden ze dat wel heel leuk.
Oké. Nou dat was het interview. Super bedankt voor je deelname!	Geen dank. Veel succes nog verder.

Respondent 6: Collin Ansink**Bedrijf: Jaczon B.V.**

Soort bedrijf: Rederij

Grootte bedrijf: Groot: Meer dan 250 werknemers

Functie: HR-manager

Tijdsduur: 38 minuten

Interviewer	Respondent
Allereerst bedankt voor de deelname. Ik zal even kort toelichten waarom ik hier ben. Ik loop stage bij de sociale onderneming Gilde Plus SVV Scheveningen. Ik ben hier bezig met mijn afstudeeronderzoek. Dit houdt een haalbaarheidsonderzoek in, waarbij ik de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus in kaart breng.	Geen dank Tim.
Allereerst wil ik je vragen om even wat over Jaczon te vertellen en wat de kernactiviteiten zijn?	Jaczon is een van oorsprong Schevenings bedrijf, een familiebedrijf. De kernactiviteiten zijn visserij, waarbij de corebusiness de trolvisserij is, op grote schepen. Daarnaast hebben we andere activiteiten, we zitten in de visverwerking, we hebben opslagruimtes in Vlissingen, we hebben andere visserij soorten activiteiten, zoals de Pacific etc. Dat zijn eigenlijk de belangrijkste activiteiten die we doen.
Oké duidelijk. Hoeveel medewerkers telt het bedrijf?	Nou, als je kijkt naar Cornelis Vrolijk, de holding, daar zitten zo'n beetje 2000 medewerkers en als je kijkt naar het onderdeel Jaczon en dan kijk ik zeker naar Scheveningen daar zitten we op zo'n 300 medewerkers.
Oké dat zijn er nogal wat. Helemaal goed. Zijn er op dit moment misschien al vraagstukken of problemen te benoemen binnen Jaczon, waar externe hulp voor kan worden ingezet?	Nouja, we hebben eigenlijk dagelijks wel vraagstukken of problemen waar we externe mensen bij betrekken. Maar dat gaat vaak over fiscale zaken of juridische zaken. Dus dat soort advies kunnen we dan wel gebruiken.
Oké en verder zijn er niet echt vraagstukken te benoemen op dit moment?	Ik denk dat er altijd vraagstukken te benoemen zijn, maar we hebben heel veel kennis in huis. Dus we kunnen heel veel zelf doen.

Oké dus dan wordt de kennis van binnenuit gebruikt?	Ja, zeker.
Oké. Duidelijk. Dan het begrip sociale onderneming. Hoe bekend is dit begrip voor jou?	Daar ben ik wel bekend mee. We zijn zelf maatschappelijk verantwoord aan het ondernemen. Dus we hebben vier pijlers waarbij één pijler zorgt voor de mensen dat kun je bij ons op de website zien. Ideeën die erachter zitten en welke doelstellingen we hebben. En een heel groot onderdeel ervan is natuurlijk sociaal ondernemen. Waarbij pijler 4 dan even zorgt voor de mensen.
Oké helder. Dus binnen Jaczon vinden jullie sociaal ondernemen dan ook zeker belangrijk?	Ja, zeker. Wat ik net al zei, we houden ons aan een bepaald beleid en daar valt sociaal ondernemen zeker onder.
Oké. En zijn er echt sociale ondernemingen bekend uit de omgeving?	Uhm... als je buiten de rederij kijkt, dan is dit natuurlijk iets he Gilde Plus. Ik weet dat er vanuit de Gemeente veel initiatieven zijn. Ja ik moet je eerlijk zeggen ik houd me daar niet echt mee bezig. Ik ben meer intern gericht dan extern.
Oké en hoe belangrijk vind je dit soort initiatieven?	Ja zeker belangrijk. Iedereen draagt bij aan een goede samenleving hé. En dit soort initiatieven stimuleren dat alleen maar.
Oké. En hoe bekend ben je met het begrip zakelijke dienstverlening?	Naja zakelijke dienstverlening is natuurlijk de dienstverlening die een externe partij verleent. Wij hebben veel te maken met zakelijke dienstverleningen. Interne ondersteuning, we boeken de vluchten bij ATP etc. Dus we hebben er dagelijks per afdeling wel mee te maken.
Oké en zijn deze ervaringen in het algemeen goed te beoordelen?	Naja, je kunt het natuurlijk beoordelen en de een doet het beter dan de ander, maar dat verschilt nogal per doel.
Zijn jullie er dan wel kritisch op?	Dat ligt ook aan de dienstverlening, in de ene dienstverlening vinden wij de service heel belangrijk, dus de ene keer zeggen we nou goed daar willen we iets meer voor betalen en dan moet het ook wel echt goed zijn. En bij de ander gaat het meer om de prijs. En dan verwachten we weer wat minder.
Oké. Ik zal je nu even een introfilmpje laten zien.	Helemaal goed.

Na het zien van dit filmpje, is het aanbod van Gilde Plus voor jou dan helder?	Nouja, ik ben al weleens bij een bijeenkomst geweest. Dus voor mij is het nog wel helder. Ik weet wel wat de bedoeling is en wat de gedachten zijn.
Oké dus na die bijeenkomst was het wel al helder?	Ja, erna wel. Ervoor wist ik er eerlijk gezegd nog helemaal niks van. Voordat ik er was geweest was het voor mij ook niet helemaal helder. Dus ik denk dat zulke bijeenkomsten wel goed zijn. Dan zie je echt wat de bedoelingen zijn, in plaats van vage opvattingen in mails etc. Dus vanuit een sociaal netwerk elkaar helpen en van daaruit een win-win situatie creëren.
Oké. Dus daar was toen al enige behoefte om naar een bijeenkomst te gaan?	Ja, zeker. We zijn ook sponsor en we zijn ook betrokken bij de Scheveningse gemeenschap vinden we als rederij willen we dat graag. En we gaan ook naar de veiling van SVV Scheveningen vrijdag a.s. en we sponsoren SVV Scheveningen natuurlijk dus we voelen die betrokkenheid wel.
Je gaf al aan Gilde Plus te kennen. Hoe ben je in contact gekomen met Gilde Plus?	Via SVV Scheveningen, via een uitnodiging. Volgens mij was dat via de mail.
Oké. En hoe is de huidige relatie met Gilde Plus te beschrijven?	Nou, de huidige relatie is eigenlijk niet heel sterk. Op dat moment toen we die bijeenkomst gehad hadden, kon ik al redelijk beoordelen in hoeverre wij behoefte hadden om actief deel te nemen aan het sociale netwerk. En voor ons is er weinig extra te behalen. Gezien de tijd die we hebben gezien andere zaken kan ik daar weinig tijd voor vrij maken, aangezien het relatief weinig oplevert.
Oké op dit moment is het dus nog niet echt winstgevend o.i.d.?	Ja, ik kijk voor mezelf naar de balans en de resultaten van de onderneming en daar zie ik nog geen in-of aanvullingen in voor Gilde Plus. Ik begrijp het concept en ik sta er ook achter. Alleen als Rederij en op persoonlijk vlak die dan aandacht moeten stoppen in dit concept, dan is er te weinig tijd om hier tijd in te kunnen stoppen.
Oké dus het ligt wel aan de tijd die je erin kunt steken?	Ja, wij kunnen er vanuit Jaczon te weinig tijd in steken, omdat er andere belangrijkere dingen

	zijn. Eigen projecten die er draaien en andere dingen die er spelen.
Oké, zie je op dit moment wel verbeterpunten in de relatie?	Oh ja wat ik wel wil, dan heb ik het niet persé over Gilde, maar in het algemeen over Scheveningen is ervoor zorgen dat we betrokken zijn. We hebben een langere tijd op grotere afstand gestaan van Scheveningen en je moet dat met meerdere mensen doen, met een grotere groep doen. En dat kan ook binnen de organisatie. Ik neem bijvoorbeeld a.s. vrijdag twee andere mensen mee naar de veiling die geïnteresseerd zijn in Scheveningen en in de voetbal. Nou en zo koppel ik hen ook weer aan de voetbal en met de organisatie van SVV Scheveningen. Ja ik bedoel Jacco, onze manager inkoop die kent Maritiem weer heel goed en die zullen ook op de veiling aanwezig zijn. En zo zullen er ook andere bedrijven zijn waar er contact gelegd mee kan worden. En misschien is het voor hun wel leuk om vaker evenementen bij te wonen en zeker ook als je voetbalfan bent, vind je het misschien wel leuk om het te combineren, wedstrijdje en beetje netwerken enz. Dus hun heb ik erbij betrokken nu. Maar goed dan heb ik het alleen even over de veiling.
Oké, ja natuurlijk, maar dat geeft wel aan dat jullie openstaan voor meer netwerk events en dergelijke. Maken jullie weleens gebruik van externe werkplekken?	Nee, helemaal niet. We doen alles hier aan de haven.
Oké ja dat moet ook wel denk ik. Maken jullie wel eens gebruik van externe leerplekken?	Ja, we hebben heel veel te maken met scholen, Maritiem scholen enz. Ik weet niet of je dat ook een externe leerplek noemt. Maar op het moment dat we hier geen capaciteit hebben om zo'n leerplek aan te bieden dan zijn we mede-eigenaar van de Sportvissers en de Ruijter. Daar beneden heb je een hele grote ruimte die alleen heel vroeg in de ochtend gebruik wordt. Dus de rest van de dag staat het leeg.
Oké dus mocht er meer behoefte zijn aan ruimtes voor leerplekken dan zou je daar gebruik van maken?	Ja, er is ons vaak genoeg aangeboden van joh als je wilt dan kan je er gewoon gebruik van maken en dan hoeft je er alleen de drankjes af te rekenen enz. Dus die mogelijkheid is er wel.
Oké dus er is niet echt behoefte aan meer ruimtes voor leerplekken?	Nee niet aan ruimtes of iets dergelijks. We hebben hier ruimte zat en anders gaan we naar De ruimte van Sportvissers en de Ruijter, dus

	we hebben niet echt behoefte aan grotere ruimtes.
Oké en doen jullie bijvoorbeeld ook aan stages of iets dergelijks in de vorm van leerplekken?	We doen de laatste tijd wel aan snuffelstages, dat is verplicht. Vaak komen er kinderen van medewerkers of opvarenden. Die moeten dan een stageplek zoeken en wij stellen ons dan beschikbaar. En we doen ook zogenoemde "bliksemstages". Dat houdt in dat scholieren hier s 'ochtends komen en die moeten dan een beetje kijken hoe alles in elkaar steekt en dat doen we hier in het vrieshuis etc. En bij Den Dulk. Dus daar doen we wel aan.
Oké dus dat gebeurt ook al wel.	Ja, dus dat doen we dan. En verder hebben we op dit moment niet echt stagiaires. Vroeger hebben we dat wel gehad mbo-stages elektra koeltechniek. Maar in het heden niet meer. Laatst hebben we wel een stagiair gehad. Die jongen kon niet echt goed leren, maar paste wel goed in het vrieshuis. Dus zo proberen we daar wel invulling aan te geven.
Oké duidelijk dus jullie doen er wel wat mee. Hebben jullie verder nog de behoefte om jullie informatie over te brengen op andere partijen?	Nou, dat doen we bijvoorbeeld met Jink. Voor de visserijscholen willen we gezamenlijk projecten op gaan pakken. Om zo de aandacht weer wat te vergroten. In deze regio is dat wel altijd gedaan, maar we willen ook IJmuiden en Katwijk erbij betrekken. Maar wordt dan echt een school, zij leggen dan contact met scholen en de scholen komen dan weer bij ons en wij verzorgen dan de "bliksemstages".
Oké duidelijk. En bezoeken jullie weleens ontmoetingsplekken? Te denken aan borrels, businessclubs etc.	Ja, we hebben natuurlijk van de havenverenigingen hier regelmatig borrels en bijeenkomsten. We sponsoren de Volvo Ocean Race en bijvoorbeeld SVV Scheveningen. Dus als we willen kunnen we de hele week wel vullen met netwerkevents. Maar dat gaat gewoon niet.
Oké dus als ik daaruit opmaak hebben jullie niet echt behoefte aan meer ontmoetingsplekken?	Nee, eigenlijk niet.
Oké en als je bijvoorbeeld kijkt naar de ondernemers binnen SVV Scheveningen, zien jullie daar nog mogelijkheden voor?	Misschien Jacco, onze manager inkoop. Of Kevin, dan zou je eens een praatje met hun moeten maken. Jacco is degene die met alle bedrijven, toeleveranciers, Maritiem, schepen et cetera contact heeft. Zo zijn er wel meerdere bedrijven uit de regio waar veel contact mee is.

	Maar of er behoefte is om dit uit te breiden betwijfel ik hoor. Maar wellicht ziet hij daar nog mogelijkheden voor.
Oké super. Wat weet je op dit moment van het totaalpakket wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt?	Ja, eigenlijk wat je al in de presentatie ook aangaf, een stukje werven van mensen, een stukje coaching, workshops, en de ruimtes die daar beschikbaar zijn, dat soort zaken.
Oké dus je weet wel hoe het in elkaar steekt. Hoe is dit eerder met jou al gecommuniceerd?	Nou, bij die bijeenkomst werd dit wel duidelijk, vandaar dat ik die informatie weet.
Oké was het daarna wel direct duidelijk?	Ja, voor mij wel.
Oké en zijn er huidige maatschappelijke projecten te benoemen van Gilde Plus? • <i>Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden.</i> • <i>De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die.</i> • <i>Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom.</i> • <i>De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.</i>	Nee, ik ben eigenlijk niet echt betrokken bij het concept. Ik stop er eigenlijk geen tijd in. Dus ik weet niet echt wat de werkzaamheden of projecten zijn op dit moment.
Oké helder. Heb je op dit moment nog aanvullingen op het totaalpakket wat passend kan zijn voor Jaczon?	Nee, niet echt... Kijk wat je zou kunnen doen, dat schiet me nu te binnen, is dat je zegt van joh je hebt heel veel jeugd bij Scheveningen en die willen vakantiewerk doen dus dan zou je misschien kunnen zeggen van joh wij bieden vakantiewerk aan voor deze jongeren. En dan dat alle bedrijven hier in de regio zoeken naar oproepkrachten, dus dan zullen wij in een soort van samenwerking daaraan deelnemen.
Ja precies. Dat kan wel een leuk project zijn natuurlijk. Zo is Gilde Plus wel bezig met een vergelijkbaar project "leergilde" Waarmee ze scholieren helpen met een inzicht in het	Ja, precies. Dat kan daar wel op aansluiten. Kijk weet je wat het voordeel is van als je dit doet. Heel veel ouders willen graag dat kinderen vakantiewerk gaan doen, maar waar moet je beginnen hé. Dus eindigen ze bij een Jumbo of

werkveld en ook ondersteunen met keuzes maken voor de toekomst.	een Albert Heijn een beetje de gebruikelijke palen. Beetje standaard. Maar er zijn natuurlijk veel meer bedrijven die mensen zoeken. Van de week belde toevallig Den Dulk (ander Schevenings bedrijf) mij op, die zijn ook op zoek naar twee jongeren. Dus daar hebben we eerst intern wat proberen te regelen, maar goed ik heb er niks meer over gehoord. Dus ik denk dat het al is opgelost. Maar daaraan zie je wel dat de mogelijkheden er zeker zijn.
Ja, precies en hoe zie je de invulling van Gilde Plus hierin voor je?	Nou, als Gilde zijnde heb je naar de ouders toe iets van he je kinderen kunnen een centje verdienen met vakantiewerk, maar ook naar je netwerk toe, want je hebt iets te bieden voor bedrijven.
Oké goede tip! Ik zal het doorgeven. Hoe zie je op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor je?	Op dit moment zie ik niet zoveel effecten voor me. Maar als je zoiets zou doen met de jongeren etc. Dan zou het wel interessant kunnen worden. Kijk als we hier jongens krijgen die van hard werken houden en hier aan de slag willen dan is dat wel een mogelijkheid natuurlijk. Maar kijkend naar de coaching sessies en bijeenkomsten met andere ondernemers, daar ligt onze behoefte niet echt.
Oké ja want je gaf al aan dat je geen behoefte hebt aan werkplekken, leerplekken en misschien wel een beetje aan ontmoetingsplekken, omdat het altijd goed is om contacten te onderhouden en betrokken te blijven onder de ondernemers.	Ja, klopt.
Oké en stel er wordt om de maand een netwerkevent georganiseerd door Gilde Plus onder de Scheveningse ondernemers, zouden jullie daar bereid voor zijn?	Ik niet, omdat ik te vol zit. Maar misschien Jacco en Kevin dus. Omdat zij ook meer betrokkenheid hebben en misschien zien zij wel mogelijkheden. Maar voor personeelszaken Jaczon zie ik daar weinig mogelijkheden voor.
Oké duidelijk. En zijn er op dit moment redenen of voordelen te benoemen om wel lid te worden van Gilde Plus?	Ja, wat ik net al aangaf. Als er dat soort dingen worden georganiseerd waar we het net over gehad hebben. Dan is het wel interessant om ons aan te sluiten. En dan kan er uit het geheel wat worden gehaald, denk ik.
Oké duidelijk. En wat zijn op dit moment nou de échte pijnpunten?	Ja, de tijd die ik erin kan stoppen en dat er voor ons nog niet echt iets bij zit wat ons iets zal opleveren.

Oké en wat zou je op dit moment ongeveer bereid zijn te betalen voor een jaarlijks lidmaatschap bij Gilde Plus? 1. Onder de 700 euro 2. Tussen de 700-800 euro 3. Tussen de 800-950 euro 4. Tussen de 950-1100 euro 5. Meer dan 1100 euro	Op dit moment dan 1. Onder de 700 euro.
Oké en zou de bereidheid om lid te worden bij Gilde Plus veranderen wanneer er met een proefperiode van twee maanden kan worden gestart?	Nee, het ligt aan onze organisatie, het ligt niet aan Gilde Plus.
Oké duidelijk. Heb je verder nog opmerkingen of aanvullingen op het geheel?	Naja, ik vind het opzich een positief gebeuren, dus ik sta er zeker niet negatief tegenaan. Dus wat dat betreft is het wel goed om door te gaan. Ik denk dat er best wel veel bedrijven en leden van SVV Scheveningen zijn die winst kunnen behalen uit initiatieven van Gilde Plus.
Ja, precies. Dus jij denkt dat het geheel wel veel resultaten kan bieden voor ondernemers en zelfstandigen?	Ja, dat weet ik bijna zeker. De ondernemers moeten het echt hebben uit het netwerk en opdrachten uit het netwerk halen. Dus noem bijvoorbeeld vakantiewerk voor jeugd, werkzoekende ook ondersteunen. Daar liggen wel kansen.
Oké, bedankt. Dit was het interview. Nogmaals bedankt voor de deelname!	Geen probleem, succes verder met afstuderen en bij Gilde Plus!

Respondent 7: De heer Carlo Gode**Bedrijf: Gode Accounts and Insurances B.V.**

Soort bedrijf: Advies, interim en administratiebureau

Grootte bedrijf: Micro: minder dan 10 werknemers

Functie: Eigenaar

Tijdsduur: 49 minuten

Interviewer	Respondent
Goedendag, ik ben Tim Kleijn 4 ^e -jaars Commerciële Economie student aan de Hogeschool Leiden. Allereerst wil ik u hartelijk danken voor uw deelname aan dit interview. Aangezien ik dit interview later graag wil analyseren vraag ik of u ermee akkoord gaat dat ik het interview opneem. Uiteraard kunnen de antwoorden in alle vertrouwen worden gegeven en zullen deze alleen gebruikt worden voor mijn onderzoek. Ik zal even kort toelichten waarom ik hier ben. Ik ben hier bezig met een haalbaarheidsonderzoek waarbij ik de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen t.o.v. de dienstverlening van Gilde Plus in kaart breng. Gilde Plus wilt namelijk minder afhankelijk worden van fondsen en subsidies en dus meer inkomsten genereren uit de geldstromen commerciële en/of contributie.	Hi Tim, brand los. En zeg maar je, anders voel ik me zo oud.

Haha fijn. Allereerst wil ik je vragen om je even voor te stellen en iets over het bedrijf te vertellen.	Helemaal goed. Ik ben Carlo Gode, 52 jaar en mijn bedrijf heet Gode Accounts and Insurances. Het is een advies en interim-bureau.
Oké en wat zijn de kernactiviteiten van het bedrijf?	Ik doe HRM, Finance en Payroll. Ik zit eigenlijk op het snijvlak van die drie gebieden. Even simpel gezegd; personeelszaken, financiële administratie en salarisadministratie. En afhankelijk van de wens van de klant werk ik op projectbasis of op fixed-fee basis. De werkzaamheden variëren als je even onderscheid maakt tussen eerdergenoemde deelvakken; HRM; beleid schrijven, maar ook operationeel. Ik word ook gevraagd voor slecht-nieuwsgesprekken etc. Finance; administreren, maar dan moet je denken aan een MKB tot 10 personeelsleden, omdat je anders aanvullende dienstverlening nodig hebt. En met specifieke btw vragen, daar ben ik niet zo sterk in. Payroll; de volledige salarisadministratie "in-house" bij klanten. Of ze besteden gewoon een volledig bedrag aan mij uit, ik heb een licentie van Exact. En dan draai ik via dat programma de salarissen. En mochten ze het eventueel willen dan kunnen de medewerkers bij mij op de Payroll komen, maar dat is een constructie die ik zeker niet aanraad. Juridisch is dit helemaal niet houdbaar en je moet je afvragen of je dat als klant wilt. Het is de "Quick fix" maar op een langer termijn houd je daar je personeel niet mee in huis.
Oké, helder! En hoeveel medewerkers heeft het bedrijf?	Op dit moment werk ik alleen. Ik heb in het verleden wel personeel gehad. Maar in 2008 heb ik het ook lastig gehad. En toen is mijn beste medewerker naar een klant gegaan en ik heb oproepkrachten niet meer opgeroepen. Op dit moment zit ik wel op het kantelmoment, dat ik eigenlijk wel iemand erbij kan gebruiken.
Oké, dus je geeft eigenlijk aan dat het werk wat je nu allemaal te doen hebt, teveel voor jou alleen is en je wel denkt aan het werven van een nieuwe medewerker?	Ja eigenlijk wel, maar op dit moment is de workload heel erg projectmatig. En de continue stroom is nog te weinig om er personeel bij te zetten.
Ja, dus dan zou je weer meer denken aan	Ja, precies en ik vraag me altijd af, maar dat

oproepkrachten en mensen die het leuk vinden om projectmatig te werken of zeg ik dat verkeerd?	heeft denk ik te maken met de fase in mijn leven of ik dit wel allemaal wil enzovoort.
Oké, dus je zit een beetje in een denkfase over de toekomst?	Ja, dat kun je wel zeggen.
Oké, zijn er op dit moment dan vraagstukken of problemen te benoemen waarbij je externe hulp voor kunt gebruiken?	Ja, koude acquisitie. Dat is voor mij een enorm groot probleem.
Oké en waarom is dat een groot probleem voor jou?	Ik zie steeds meer mijn beperking erin, dat ik heel snel de diepte in ga en niet luister naar de klant, maar heel snel het probleem wil ontrafelen en een oplossing wil aanbieden.
Ja, dus dat je het eigenlijk gelijk wilt aanpakken?	Ja, dus dat is één ding koude acquisitie. En ook misschien de omzet-druk. Dus dat ik eigenlijk te weinig tijd vrij maak voor acquisitie-plannetjes e.d.
Dus jij zou het wel fijn vinden dat er wat werk uit handen wordt genomen?	Jazeker.
Oké duidelijk. Dan zal ik nu wat vragen stellen met betrekking tot mijn onderzoek. We gaan in op het begrip "een sociale onderneming". Wat versta jij onder dit begrip? En hoe bekend ben jij hiermee?	Ik ben er wel bekend mee. Als je kijkt naar mijn vakgebied, dan zie ik sociaal ondernemen bijvoorbeeld dat je mensen die wat lastiger aan de bak komen of een bepaald verleden hebben, dat je die een herstart geeft. Zo zie ik in mijn vakgebied een sociale onderneming voor me. Ik kan bijvoorbeeld werk mensen begeleiden die een paar keer pech hebben gehad. Dus bijvoorbeeld ontslagen zijn, failliet zijn o.i.d.
Ja precies en zo help je die mensen weer op weg?	Ja precies en zo zie ik "sociaal ondernemen" voor me. Waarbij er voor beide partijen iets opgeleverd kan worden.
Oké en welke sociale ondernemingen uit de omgeving zijn er bij jou bekend?	Eigenlijk weet ik er niet echt één op te noemen.

Oké, duidelijk.	Ja, ze zullen er zeker zijn. Want sociale ondernemingen zijn natuurlijk wel een soort van hot-item op dit moment. En het kan samengaan met gewoon "goed ondernemen" dus...
Ja precies. Er zijn daarom misschien nog genoeg mogelijkheden... denk je niet?	Ja dat denk ik ook.
Oké en hoe belangrijk vind je dit soort initiatieven?	Ja, zeker belangrijk. Ik vind "sociaal" ondernemen heel interessant en zoals ik net al zei is het echt een hot-item op dit moment. Waar veel meer mee gedaan kan worden.
Oké, dan het begrip zakelijke dienstverlening. Hoe bekend ben je met dit begrip?	Heel bekend. Ik bied zelf namelijk diensten aan wat valt onder zakelijke dienstverlening. Ik pas mijn diensten namelijk aan op de wens van de klant.
Ja precies, je sluit je daarop aan natuurlijk. Dus wat versta jij precies onder zakelijke dienstverlening?	Naja eigenlijk het faciliteren van de ondernemer. Zodat de ondernemer zelf kan ondernemen. In mijn geval dus de financiële of salarisadministratie doen of onderhoud van het vastgoed etc. Dus dat je de ondernemer faciliteert.
Oké dus binnen jouw organisatie heb je eigenlijk alleen maar te maken met zakelijke dienstverlening?	Ja eigenlijk wel.
En vind je het fijn om zakelijk dienst te verlenen? Hoe beoordeel je het?	Ja, dat vind ik wel leuk ja, om de reden ook dat ik zelf ondernemer ben.
Oké, dan heb ik nu even een introfilmpje. (Laat filmpje zien) Oké dit was een kort intro-filmpje van Gilde Plus. Hoe bekend is Gilde Plus voor jou?	Ik ben er wel redelijk bekend mee. Ik kijk er wel regelmatig naar ja, hoe het zich ontwikkeld.
Oké en hoe ben je in contact gekomen met Gilde Plus?	Via Ron en Jaap (kernteam). Ron heeft aan het begin een praatje gehouden en toen hebben ze op een gegeven moment een prijs gewonnen, de DDD-Award, daar ben ik naar de uitreiking geweest. En op SVV Scheveningen hoor je er weleens wat over.

Oké duidelijk. En hoe is de huidige relatie te beschrijven? Keuze uit volgende criteria: 1. Sterk (regelmatig een bezoek gebracht) 2. Redelijk sterk (soms een bezoek gebracht) 3. Niet sterk (weleens een bezoek gebracht) 4. Helemaal niet sterk (nog nooit een bezoek gebracht)	Dank denk ik 3. Niet zo sterk. Ik heb weleens een bezoek gebracht aan Gilde Plus, maar niet vaak.
Oké en wat is volgens jou de reden van de huidige relatie?	Van de kwaliteit van de relatie?
Ja.	Nou, omdat het voor mij weinig tastbaar is.
Oké en wat bedoel je daar precies mee?	Daar bedoel ik mee, dat de dingen die er lopen, die blijven nu nog bij een beperkte groep. Waardoor je moeilijk een beeld kan vormen van wat er allemaal wel en niet gebeurt. En ik vind dat er verhoudingsgewijs nu al veel van je wordt gevraagd, terwijl ik niet kan meten wat het op termijn het rendement zal worden.
Ja, precies want daar let je als ondernemer wel op?	Ja, het is heel simpel ik moet dagelijks de keuze maken tussen een uur schrijven of ik ga bij Gilde Plus aansluiten.
Oké duidelijk en je kiest er nu nog voor om te gaan schrijven?	Ja, bij mij ontbreekt het aan structuur. Ik vind dat er bij het Gilde Plus te weinig structuur is en vanuit de structuur er te weinig gecommuniceerd wordt. En er geldt voor mij dan ook dat de kansen en mogelijkheden nog niet inzichtelijk worden gemaakt. En ook niet om vervolgens de behoefte om een probleem neer te leggen bij Gilde Plus.
Oké duidelijk. En wat zijn volgens jou dan verbeterpunten voor Gilde Plus?	Structuur en veel betere communicatie met daarbij een duidelijk plan. Dus wat gaan we doen en welke stappen moeten we daarvoor ondernemen? Kijk ik ben het gewend om met een idee te komen en dat ga je vervolgens uitwerken. Vervolgens om structuur aan te brengen en weliswaar de geijkte route te bewandelen met vragen als "is het haalbaar"? Etc. Kom je vanzelf tot de ja/nee beslissing.
Oké vind jij dat dit bij Gilde Plus nog ontbreekt?	Ik merk bij Gilde Plus dat er overal met "ja" wordt geantwoord. En alle proefballonnetjes worden losgelaten. Maar ik heb niet de indruk dat er heel veel concreet wordt nu. Dat is mijn indruk hoor.

Oké, dat is duidelijk. Kun je een voorbeeld noemen van zo'n proefballonnetje?	Nou, je zat er bijvoorbeeld bij vorige week.
Oh met die dame bedoel je?	Ja precies. Kijk dat verhaal klopte niet, punt. En dan moet Gilde Plus hier wel mee opletten. Ik wil mensen best behulpzaam zijn en vanuit mijn expertise zeggen hoe en wat, maar je moet mij niet 4 keer voor dat soort proefballonnetjes laten komen, dat heeft geen zin voor mij.
Oké, duidelijk. Wel eerlijk dat je dat zegt en dat moet ook aangegeven worden, denk ik.	Ja dat vind ik ook. Vanuit de basis was haar verhaal eigenlijk al een kansloos verhaal, want in haar geval wilde zij geld verdienen aan mensen uit de schuldsanering. En daar valt denk ik geen geld uit te halen. Dus als je dat wilt gaan doen dan kan je dat eigenlijk niet in de vorm van ondernemerschap doen. Dan zou je meer moeten kijken naar een stichting en subsidies. Dat is zomaar een voorbeeld.
Oké dat is duidelijk en eerlijk. Dan gaan we nu over op het aspect "werkplek". Heb jij weleens gebruik gemaakt van externe werkplekken? Naja eigenlijk ben je denk ik alleen maar op externe plekken denk ik of niet?	Ja ik ben eigenlijk alleen maar op pad. Maar de combinatie nodigt ook niet uit hé. Ik heb bijvoorbeeld zelf een vast kantoor gehad op de Dr. Lelykade. En ik heb weleens een rondleiding gehad bij Spaces, dat is die grote olifant bij de A12. Als ik een flexibele werkplek zoek dan zou ik eerder daar een plek zoeken.
Oké en waarom zou je daar eerder voor een werkplek gaan?	Nou, omdat daar veel meer gelijkgestemde zijn. Dat is niet arrogant bedoeld ofzo, maar je zit hier met werkzoekende en mensen die hulp nodig hebben. Daar zitten weinig gelijkgestemde bij voor mij. Het is heel goed dat dit soort initiatieven er zijn hoor! Maar het trekt mij nog niet aan laat ik het zo zeggen. Kijk nou ligt het werk toch niet op straat, maar de kans dat ik hier werk zal uithalen of een briljant idee kan op doen met andere leden, of een hele goede synergie, nee die heb ik nog niet.
Oké, dan komen we gelijk op de volgende vraag. Waar zal een werkplek aan moeten voldoen? Maak eventueel volgorde uit onderstaande criteria: 1. Genoeg ruimte voor materiaal en mensen 2. Genoeg voorzieningen 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties	Nou, ja dan nummer 5. Een ruim aanbod aan competenties aanwezig. In mijn geval is dat wel het meest handig.

<i>(dia, scherm, podium etc. aanwezig)</i> 5. Ruim aanbod aan competenties aanwezig (andere leden)	
Oké duidelijk. En maak je weleens gebruik van leerplekken, te denken aan trainingen, colleges etc.	Ja weleens.
Oké en wanneer was ongeveer de laatste keer dat je een leerplek hebt bezocht?	Dat is denk eind vorig jaar geweest. Ik bezoek jaarlijks de salaris-update bij een nationaal congres. Dit is in Utrecht. En ik word dan in twee dagen helemaal bijgepraat.
Oké en hoe beoordeel je zo'n leerplek?	Voor mij is zo'n leerplek heel leerzaam en efficiënt. Want in twee dagen krijg ik eigenlijk de belangrijkste wijzigingen die ik nodig heb voor mijn werk.
Oké en heb je op dit moment behoefte aan meer ruimtes voor leerplekken?	Nee, op dit moment niet echt. Hoogstens op het onderdeel koude acquisitie, om daar weer op terug te komen.
Oké duidelijk. En waar moet een leerplek volgens jou aan voldoen? Maak eventueel volgorde uit onderstaande criteria: 1. Relevante informatie voor mijn bedrijf 2. Leerzame informatie op persoonlijk vlak 3. Behoeft aan uw informatie	Dan vooral relevante en leerzame informatie die ik kan gebruiken voor mijn werk, zoals de salaris-updates van het nationaals congres etc. Dus dan zou ik voor nummer 1., gaan.
Oké, helder. En breng je weleens een bezoek aan ontmoetingsplekken?	Ja, ik ben lid van het Ronald McDonalds huis. Hier heb ik elke maand een ontbijt. En bij SVV Scheveningen kom ik regelmatig in het sponsorhome. En ik ga weleens met andere mee naar een borrel of een netwerkevent.
Oké, dus je brengt bijna maandelijks wel een bezoek aan een ontmoetingsplek?	Ja, zeker.
Hoe beoordeel je het Ronald McDonalds huis bijvoorbeeld?	Het is een prima setting. In tegenstelling tot Gilde Plus hebben ze daar regelmatig events welke mij triggeren om te komen. Sowieso maandelijks het ontbijt. Maar vorige maand was er ook een interessant event in het Mauritshuis. En nu is het niet meer zoveel, maar in het verleden gaven bedrijven nog weleens een

	presentatie etc. En zo krijg je in een betrekkelijk korte tijd, in een ontspannen sfeer leuke dingen mee en dat geeft je de mogelijkheid om wat laagdrempeliger contacten te leggen.
Oké leuk en heb je op dit moment de behoefte aan meer ontmoetingsplekken?	Nou, ik zou wel meer contact willen met de bedrijven rondom SVV Scheveningen. Het is natuurlijk een grote vijver. Andersom ook hoor ik denk dat als je een paar interessante of geïnteresseerde bedrijven hebt dan kan ik prima een presentatie van twee uur geven en andersom ook. En ook omdat ik SVV Scheveningen een warm hart toe draag. Maar daar zal ik wel interesse in hebben. Bijvoorbeeld de presentatie van een tijd geleden over de Blockchain van Gilde Plus. Dat vond ik nou interessant!
Ja precies, dat was een intro van hoe Gilde Plus het eigenlijk vaker wilt organiseren.	Ja, nou dat was heel interessant.
Oké, helder. En waar moet volgens jou een ontmoetingsplek aan voldoen? Keuze uit: 1. <i>Gezellige sfeer</i> 2. <i>Duidelijk doel</i> 3. <i>Goed georganiseerd</i> 4. <i>Het juiste netwerk</i> 5. <i>Een combinatie van bovenstaande aspecten</i>	Nou, dat is eigenlijk een combinatie van alle factoren. Het moet laagdrempelig zijn, een goede sfeer is fijn en het is fijn dat er gelijkgestemde aanwezig zijn.
Oké duidelijk. En wat weet je op dit moment van het totaalpakket wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt?	Vrij weinig eigenlijk.
Oké, is dit nog nooit met jou gecommuniceerd?	Nee eigenlijk niet. Ik heb een paar keer bij het project Leergilde gezeten. En vorige keer ben ik aangesloten bij het gesprek met een gilde lid, met die dame, waar jij ook bij was. Maar echt gestructureerd en een tien puntenlijstje met wat ze voor mij kunnen doen dat heb ik nog niet helder.
Oké, dus de communicatie is voor jou nog niet echt duidelijk of verhelderend geweest?	Nee. Dat nog niet nee.
Oké helder. Ik zal het totaalpakket even kort toelichten, we hebben net naar het intro-filmpje gekeken en we hebben het gehad over	Nou, een leerplek of een werkplek heb ik niet direct nodig. Maar waar we het net al even over hebben gehad, bijvoorbeeld een innovatie-

een werkplek, leerplek en ontmoetingsplek. Dat is wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt. Waardoor bedrijven van alle aspecten gebruik kunnen maken. Heb jij op dit moment aanvullingen op het totaalpakket kijkend naar jouw bedrijf?	sessie wat bruikbaar is voor mij. Ik zit in een mail bestand en wat ik daardoor krijg vind ik eerlijk gezegd weinig innovatief. Maar dat kan ook mijn beperking zijn. Omdat ik eigenlijk elk idee, maar ook innovatie direct in de structuur wil zien.
Ja, precies dus het kan dan voor andere mensen wel interessant zijn.	Ja, ik heb de indruk dat het hier (gilde) heel vaak in de brainstormsessies blijft en er dan verder niks mee gedaan wordt.
Oké, duidelijk. En je hebt wel behoefte aan meer ontmoetingsplekken?	Ja, waar we het net al even over hebben gehad. Ik sta er zeker voor open om meer contact te hebben met de bedrijven rondom SVV Scheveningen. Dat is altijd goed en kan zeker wat opleveren.
Oké helder. Je gaf al aan dat het totaalpakket nog een beetje onduidelijk voor je is, maar hoe zie je op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor je?	Nou, heel simpel ik zie beperkte toegevoegde waarde, anders dan dat ik er overtuigd van ben dat ik binnen de projecten van Gilde Plus goed werk zou kunnen leveren.
Oké en welke projecten kun jij op dit moment dan noemen?	Nou er lopen al subsidiestromen. Mijn ervaring hiermee is dat je deze goed in de gaten moet houden en precies moet weten wat je doet. En dat betekent dus ook simpelweg administratievoeren.
Ja, en dat kan jij.	Ja, dat kan ik. Verder kan ik plannetjes schrijven, structuur bewaken door goede besprekingsverslagen te maken, communiceren op een goede laagdrempelige manier.
	Op die gebieden zou ik zeker wat aan kunnen bijdragen, maar ik kan nu niet drie punten benoemen waarvan ik denk van daar kan Gilde Plus mij mee helpen.
Oké, ja dan hebben we het net natuurlijk over de ontmoetingsplek gehad, daar zou natuurlijk wel het een en ander uit kunnen bloeien voor jou?	Ja, maar op dit moment zitten er weinig gelijkgestemden voor mij. Kijk bijvoorbeeld Ron, van het kernteam, die is in staat om je schoonmoeder te verkopen, daar zou ik mee kunnen werken. Het gaat erom dat je één gemeenschappelijk doel hebt. Nu zijn het meer proefballonnetjes die zoekende zijn.
Ja, wat ik aan jou opmerk is dat er binnen het Gilde nu veel werkzoekende en weinig gelijkgestemde leden zijn. En voor jou is het dan	Ja, de enige connectie, waar ik aan heb zitten denken is dat je een samenwerking aan gaat met De Scheveninger (Scheveningse krant) en

lastig om daar een samenwerking mee aan te gaan?	dat je daar een zakelijke krant van maakt en die verspreidt onder de sponsors van SVV Scheveningen. Dus dat de krant in lage oplage volstaat met informatie die gerelateerd is aan mijn beroep.
Ja precies dus dat je jouw werkzaamheden en jouw beroep onder de aandacht brengt?	Ja, dus dat je in een oplage van 1000 bladzijde een stuk uitbrengt, wat mij mogelijkwijs extra werk kan opleveren. Dus dat mijn naamsbekendheid omhooggaat.
Oké je had het al even over de projecten van Gilde Plus. Welke projecten kun je op dit moment noemen?	Sowieso het project van de jongeren, het Leergilde. Daarvan ben ik toen ook naar de uitreiking geweest van de DDD-award.
Ja, klopt. Ik zal de andere projecten ook even kort toelichten: <i>Het In Between café; een maandelijks netwerkevent voor en door werk-opdrachtzoekenden.</i> <i>De Banentour; In Betweeners werken cases uit voor ondernemers en presenteren die.</i> <i>Het Leergilde; ondersteunen van scholieren bij het vaststellen en realiseren van hun droom.</i> <i>De Gereedschapskist; het delen van gereedschap door leden in een bepaalde wijk.</i> Zie jij binnen deze projecten mogelijkheden voor Gode Accounts and Insurances? Ja, dat snap ik ook wel je kijkt toch naar je eigen bedrijf en naar de cijfers etc.	Ja, nouja kijk, als er in dat project; In Between café, voldoende kwaliteit zit voor het uitwerken van een idee van mij. Dan zal ik er wat aan kunnen hebben. Maar ik stel daar denk ik wel realistische, maar toch ook bepaalde eisen aan.
Oké, dus waar zoek je dan precies naar in het netwerk? Mensen die je kunnen helpen met de ideeën en cijfers?	Ja inderdaad gewoon een exploitatiebegroting, Of financiering, haalbaarheid. Ik kijk ook graag naar de interne en externe omgevingsfactoren, dat soort dingen. Weliswaar allemaal standaard maar daar zou eventueel een toegevoegde waarde kunnen liggen.
Oké helder. En als je nu een schatting moet geven wat zal je dan op dit moment bereid zijn te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus? 1. Onder de 700 euro 2. Tussen de 700-800 euro 3. Tussen de 800-950 euro	Dan denk ik op dit moment nog onder de 700 euro. Omdat ik nog niet het gevoel krijg dat het mij wat extra's oplevert. Ik bedoel ik betaal bij het Ronald McDonalds huis ook 300 euro op jaar basis en daar levert het mij ook geen stapels werk op maar daar weet ik wel zeker dat

4. Tussen de 950-1100 euro 5. Meer dan 1100 euro	ik met gelijkgestemden aan tafel zit. En als je dan kijkt naar de doorsnee bedrijven die daar aanwezig zijn die sluiten meer aan op mijn potentiële doelgroep.
Ja. Oké dus dan praat je wel alleen over de "ontmoetingsplek" in het totaalpakket. Dan kan je buiten dit aspect binnen het Gilde nog gebruik maken van een comfortabele werkplek en een leerplek, coaching sessies, de projecten etc.	Ja dat klopt wel, maar je kent me nu wel een beetje. Als ik zeg ik behoefte aan coaching, denk je dat er nu in het aanbod van Gilde Plus iemand zit die mij zou kunnen coachen?
Bij coaching zou ik denken aan het kernteam van Gilde Plus. Die zouden dat wel kunnen. Verder zullen er inderdaad op dit moment maar een of twee leden zijn die jou kunnen ondersteunen.	Ja precies, het is niet arrogant bedoeld ofzo hoor, maar ik kijk daar wel naar.
Ja, dat snap ik. Kijk Gilde Plus probeert natuurlijk om zoveel mogelijk competenties en bedrijven aan zich te koppelen. Het perfecte plaatje is dat jij met al je vragen hiermee aan kunt komen. Maar dat ook jij andere mensen/bedrijven helpt. En dat er zo dingen ontstaan.	Ja ik denk inderdaad dat het vaker andersom is. Ik denk dat als ik hier zit en er komt een bedrijf langs met een vraag, dat ik ze kan helpen.
Ja, maar er zullen dan ook altijd mensen zijn die jou ergens mee kunnen helpen en dat is het idee erachter. Bijvoorbeeld op HR-gebied etc.	Ja, oké.
Oké. Dan zijn we bij de afsluiting. Nog wat samenvattende vragen. Wat zijn op dit moment voor jou de voordelen om wel lid te worden van Gilde Plus?	Nou de mogelijkheid om een nieuwe klantengroep aan te boren. Dus om via Gilde Plus nog meer bekendheid krijgen binnen Scheveningse bedrijven.
Oké en wat zijn op dit moment de pijnpunten? Dus de redenen om nog geen lid te worden van Gilde Plus?	Dat er te weinig structuur is en te weinig tastbare zaken. De focus ligt nu nog op gesubsidieerde trajecten wat ook een bepaald denkpatroon met zich meebrengt. Dus dat er te weinig concreet is. En de keren dat ik erbij heb gezeten, dat er veel proefballonnetjes zijn maar dat het dan in ieder geval voor mij nog niet tastbaar is.
Oké en hoe kunnen die pijnpunten volgens jou worden weggenomen?	Door meer structuur aan te brengen en te organiseren. De kwaliteiten gebruiken die er zijn. Ik weet van Ron van het kernteam dat hij veel commerciële kwaliteiten heeft. Van Jaap en Jacques van het kernteam weet ik het nog niet. Van de rest van de leden weet ik het ook

	niet. Die zijn zelfstandig ondernemer of werkzoekend. Dus er is weinig inzicht in wat ze kunnen en wat de beperkingen zijn. Dus je kunt moeilijk synergie zoeken als je nog niet weet wie wat kan. Dus je moet organiseren en in een goede structuur alles inzichtelijk maken. Je kunt bijvoorbeeld op de website al kort aangeven wat Gilde Plus doen etc. En zo moet het dan groeien.
Oké helder. Toevallig ben ik ook bezig met de interne analyse en daar komen dit soort aspecten wel naar voren natuurlijk. Want ik ben het er wel mee eens dat alle competenties die in huis zijn wel in kaart moeten worden gebracht.	Ja, zeker en een bijkomend probleem is natuurlijk dat je niet zoveel kansen krijgt. De vorige presentatie over de Blockchain was een goede aanzet. Over het algemeen waren de mensen daar heel enthousiast over. Ik had zelf 3 of 4 mensen uitgenodigd die in de basis niet zoveel bij SVV Scheveningen kwamen. Maar ze waren wel enthousiast. Dus je moet daarop voortborduren.
Ja precies. Maar vind je dan dat er ongeveer om de maand zo'n bijeenkomst georganiseerd dient te worden?	Ja zoiets. Dat is waar ik behoefte aan heb hé. Dus ik weet niet hoe het bij andere bedrijven zit. Maar zo kijk ik ernaar.
Oké dus als je echt kijkt naar het aspect ontmoetingsplek en de netwerksessies en workshops. Daar heb jij dus wel behoefte aan?	Ja, dat zijn wel redenen om me aan te sluiten bij Gilde Plus.
Oké duidelijk. Ligt het volgens jou dan meer aan de communicatie of aan de gehele organisatie van Gilde Plus?	Ik denk aan de combinatie van. Wie zijn nou de Gilde Leden? Wat kunnen ze doen? Wat kan je gezamenlijk doen? Etc. Als je weet wat een lid individueel kan dan kan je zo vijf ideeën bij elkaar zoeken. Of tenminste kijken of je een idee kan ontwerpen waarin Gilde Plus mee kunnen met de flow.
	Kijk, die dame waar we vorige keer mee zaten die gaat nu wat ideetjes uitwerken, maar ik hoef geen rekenmachine erbij te pakken om te zeggen dat het een kansloos project is. En dan zou ik prima voor haar een grootboekschema inrichten, zodat ze al die mensen zou kunnen helpen, dan ga ik even uit van de ZZP'ers, eenmanszaakjes, Vof'jes etc. Ik heb een Exact-licentie en daarmee kan ik elke administratie openen, ik kan een standaard grootboekschema voor haar inrichten. Maar ik weet nu al dat er verhoudingsgewijs, vanwege haar kennis en ervaring er een grotere claim bij mij komt te

	liggen, die ik op geen enkele manier met het klantenbestand wat zij voor ogen ziet gecompenseerd zou zien in welke vorm van beloning dan ook. Want de tarieven die zij kan rekenen, daarmee is ze zelf niet eens kostendekkend. Laat staan dat ze er nog iemand bij kan hebben die haar kan ondersteunen, bijstaan etc.
Nee, oké. Dat snap ik. Dan zou het financieel niet mogelijk zijn...	Nee, want zij vergist zich. Je krijgt vragen over de btw, zelfstandig aftrek, vof-contract etc. En daar kan zij geen antwoorden op geven. Dus daar heeft zij wel ondersteuning voor nodig. Maar zo'n proefballonnetje weerhoudt mij op dit moment ervan om met volle overgave Gilde Plus in te stappen.
Oké, dus jij denkt dat op dit moment voor jou alleen de ondersteunende rol binnen het Gilde kan spelen?	Ja, dat denk ik op dit moment wel. En als ik vrijwilligerswerk wil doen dan kan dat ergens anders ook haha. Daar leek het een beetje op.
Oké.	En ik wil wel aan een businesscase meewerken, maar ik wil wel zien dat het voor mij op een termijn ook rendement oplevert. En ik snap ook wel dat het niet direct commerciële tarieven zijn. Maar als ik de keuze moet maken tussen een ondersteuning of een commercieel tarief. Dan wil ik best een tijdje voor een lager tarief werken, maar er moet wel een bepaald groeiscenario in zitten.
Oké, helder. Jouw kant van het verhaal is wel duidelijk. Haha nee dat is alleen maar goed en logisch. Bedankt voor het interview!	Sorry, het klinkt misschien een beetje hard, maar ik ben altijd wel kritisch haha. Geen dank Tim!

Respondent 8: De heer Ronald Kleijn**Bedrijf: Solectief**

Soort bedrijf: Training en adviesbureau

Grootte bedrijf: ZZP'er

Functie: Eigenaar

Duur interview: 41 minuten

Interviewer	Respondent
Goedendag, ik ben Tim Kleijn 4 ^e -jaars Commerciële Economie student aan de Hogeschool Leiden. Allereerst wil ik u hartelijk danken voor uw deelname aan dit interview. Aangezien ik dit interview later graag wil analyseren vraag ik of u ermee akkoord gaat dat ik het interview opneem. Uiteraard kunnen de antwoorden in alle vertrouwen worden gegeven en zullen deze alleen gebruikt worden voor mijn onderzoek. Ik loop dus stage bij Gilde Plus SVV Scheveningen. Hier ben ik bezig met mijn afstudeeronderzoek. Ik ben met een haalbaarheidsonderzoek bezig, waarbij ik kijk naar de wensen en behoeften van de bedrijven rondom SVV Scheveningen en dus Gilde Plus SVV.	Ja dat weet ik inmiddels haha, helemaal goed, leuk! Brand los.
Haha fijn. Allereerst wil ik je vragen om je even voor te stellen en iets over het bedrijf te vertellen.	Helemaal goed. Ik ben Ron 55 jaar en ik ben van het bedrijf Solectief. Ik ben een paar jaar geleden na 5 jaar gestopt met Solectief, maar sinds dit jaar weer verder gegaan. Het is een training en adviesbureau en ik werk als ZZP'er.
Oké en wat zijn de kernactiviteiten van het bedrijf?	Ik geef trainingen en adviezen aan alle soorten bedrijven. Dit kunnen dus Mkb'ers zijn maar ook grotere bedrijven. Verder geef ik ook coaching en begeleiding op het gebied van medewerkersbetrokkenheid.
Oké duidelijk. En hoeveel medewerkers heeft het bedrijf?	Ik werk zelfstandig, alleen dus.
Zijn er op dit moment al problemen/vraagstukken te benoemen binnen het bedrijf waar externe hulp voor kan worden ingezet?	Nee op dit moment eigenlijk niet.
Oké helder. Dan zal ik u nu wat vragen stellen met betrekking tot mijn onderzoek.	Helemaal goed.

Hoe bekend bent u met het begrip sociale onderneming?	Zeer bekend. Ik ben als individu natuurlijk al actief binnen Gilde Plus. En ik ken de aspecten van een sociale onderneming en sociaal ondernemen wel.
Oké en wat verstaat u dan precies onder een sociale onderneming?	Als een onderneming waarbij winstbejag niet de hoofdmoot is en waarbij er veel inzetten en initiatieven zijn voor maatschappelijke zaken. Vaak werken deze ondernemingen samen met andere partijen.
Oké duidelijk en welke sociale ondernemingen uit de omgeving zijn bij u bekend?	Trashure Hunt, Gilde Plus, Onzichtbaar Den Haag
Wat maakt deze onderneming volgens u een sociale onderneming?	Bezig zijn met maatschappelijke vraagstukken en zoveel mogelijk denken aan de omgeving en de 'mens'.
Hoe belangrijk vindt u dit soort ondernemingen/initiatieven?	Zeer belangrijk. Daarom ben ik ook deel gaan nemen aan deze organisatie. Ik vind dat er nog veel meer aspecten beter benut kunnen worden en dat je samen sterker in je schoenen staat dan alleen.
Oké duidelijk. Dan zal ik nu wat meer ingaan op twee begrippen. Allereerst het begrip zakelijke dienstverlening. Hoe bekend bent u met het begrip zakelijke dienstverlening?	Daar ben ik zeer bekend mee. Dit is namelijk ook mijn vak. Ik los vaak vraagstukken op voor ondernemingen met behulp van trainingen/adviezen/coaching etc. Daarbij kijk ik naar de wens van zakelijke klanten om iets aan te pakken o.i.d.
Oké en wat verstaat u dan precies onder zakelijk dienstverlening?	Het aanbieden van een dienst voor de zakelijke markt.
Welke ervaringen heeft u met zakelijke dienstverlening binnen uw bedrijf?	Ja, ik ben natuurlijk zelf een aanbieder dus ik heb er dagelijks ervaringen mee.
Ja, precies en hoe beoordeelt u de ervaringen?	Ja goed, ik vind het leuk om afwisselend werk te doen. Daarom doe ik dit werk
Normaal gesproken laat ik nu even een intro-filmpje zien, maar ik weet niet of dit in dit geval nodig is aangezien u alles al kent... wilt u hem toch even zien of zegt u van nee die ken ik al?	Laat maar zien hoor. Geen probleem. Ik ken hem al wel.
Oké dan gaan we nu verder.	Goed.
Hoe bent u in contact gekomen met Gilde Plus SVV?	Via de voetbalvereniging SVV Scheveningen en door contact met de initiatiefnemers Jaap en Jacques op een bijeenkomst van de Gemeente Den Haag.
Hoe is de huidige relatie met Gilde Plus en u te beschrijven?	Persoonlijk sterk, zakelijk niet zo sterk. Ik haal er zakelijk nog niet echt iets uit namelijk.

Welke verbeterpunten ziet u in de huidige relatie?	Voor het zakelijke aspect meer naamsbekendheid en meer leden, in de vorm van bedrijven.
Oké dan gaan we nu in op het element werkplekken. Heeft u weleens gebruik gemaakt van externe werkplekken?	Ja, zeker, als ZZP'er maak ik daar best vaak gebruik van. Ik heb vaak mijn laptop bij me zodat ik op veel plekken kan werken. Zo zit ik ook weleens op SVV Scheveningen te werken de dinsdagochtenden bijvoorbeeld.
Oké duidelijk en hoe vaak per jaar maakt u gebruik van een externe werkplek?	Wekelijks werk ik op externe locaties. Zo heb ik ook niet echt een kantoor. Ik zie mijn huis als en kantoor waar ik veel werkzaamheden verricht.
Hoe zijn de ervaringen met externe werkplekken te beoordelen?	Goed! Ik kan prima thuis werken en op de verschillende locaties werk ik ook prima.
Oké duidelijk. Heeft u op dit moment behoefte aan meer ruimte voor werkplekken?	Nee, eigenlijk niet. Maar dat komt natuurlijk ook omdat ik al gebruik maak van de werkplekken in het clubgebouw van SVV Scheveningen.
Waar zal deze werkplek aan moeten voldoen? Maak eventueel volgorde uit onderstaande criteria: 1. Genoeg ruimte voor materiaal en mensen X 2. Genoeg voorzieningen X 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig) 5. Ruim aanbod aan competenties aanwezig (andere leden) X	1. Genoeg ruimte voor materiaal en mensen X 2. Genoeg voorzieningen X 3. Rustige werkplek 4. Mogelijkheden tot geven van presentaties (dia, scherm, podium etc. aanwezig) 5. Ruim aanbod aan competenties aanwezig (andere leden) X
Oké. Heeft u nog aanvullingen op bovenstaande criteria?	Ik vind het wel fijn als een werkplek goed bereikbaar is, zodat je er snel bent, maar ook weer snel weg kan.
Oké duidelijk. Dan gaan we nu over op het element leerplekken. Maakt u weleens gebruik van leerplekken (denken aan workshops, colleges, trainingen etc.)?	Ja dat doe ik zeker wel 1 keer per maand. Ik geef zelf trainingen en colleges voor mijn werk natuurlijk en ik woon een paar keer per jaar ook wel verschillende workshops bij.
Hoe beoordeelt u de laatst bezochte externe leerplek?	Goed. Dat is hier in het sponsorhome geweest.
Wat is er fijn aan de externe leerplek én wat juist niet?	Leuke mensen is leuk, verkeerde mensen (alleen beroepsmatig) is minder leuk.

Heeft u behoefte aan meer ruimtes voor leerplekken?	Nee eigenlijk niet op dit moment, ik sta er wel voor open hoor.
Waar moet een leerplek volgens u voor dienen? Maak eventueel volgorde uit onderstaande criteria:	Alle drie de aspecten wel.
Heeft u nog aanvullingen op bovenstaande criteria?	Nee, eigenlijk niet.
Oké dan het element ontmoetingsplekken - Brengt u weleens bezoek aan ontmoetingsplekken? (Te denken aan netwerkborrels, businessclubs etc.)	Ja, dat vind ik wel belangrijk. Zo laat ik mijn gezicht zien en komen er soms samenwerkingen of opdrachten uit.
Hoe vaak per jaar maakt u gebruik van een ontmoetingsplek?	Zo'n 2 keer per maand.
Hoe beoordeelt u de laatst bezochte ontmoetingsplek?	Goed hoor. De laatste bijeenkomst is ook hier in het clubgebouw geweest, afgelopen zaterdag haha. Op zaterdagen komen hier alle sponsors samen in het sponsorhome.
Haha oké en heeft u behoefte aan (meer) ontmoetingsplekken?	Daar sta ik altijd wel voor open, maar het is niet dat ik daar direct behoefte aan heb.
- Waar moet een ontmoetingsplek volgens u aan voldoen? Maak keuze uit onderstaande criteria: 1. Gezellige sfeer 2. Duidelijk doel 3. Goed georganiseerd 4. Het juiste netwerk 5. Een combinatie van bovenstaande aspecten	1. Gezellige sfeer X 2. Duidelijk doel X 3. Goed georganiseerd X 4. Het juiste netwerk X 5. Een combinatie van bovenstaande aspecten X
Heeft u nog aanvullingen op bovenstaande criteria?	Nee dat zijn wel alle criteria die ik belangrijk vind.
Oké. Dan zullen we nu wat verder ingaan op Gilde Plus. Wat weet u van het totaalpakket wat Gilde Plus voor bedrijven aanbiedt?	Daar weet ik alles van. Ik ben daar medebedenker van.
Oké kunt u wat vertellen over de communicatie van dit dienstenpakket naar buiten toe?	Ja, dat is nog onvoldoende vind ik. Ik merk dat het voor bedrijven lastig is om het concept te begrijpen. Er zal echt een goed communicatieplan moeten worden opgesteld of iets in die richting.
Ja, precies dat merk ik ook wel bij de bedrijven.	
Welke van de huidige projecten vindt u op dit	Ik vind de projecten Leergilde en de Banentour

moment het beste bij uw bedrijf passen?	wel interessant. Alleen moet hier veel meer energie in worden gestopt.
Zou u bereid zijn te betalen voor de link van uw bedrijf met dit soort projecten?	Ja, zeker. Ik denk dat de link met Solectief alleen maar goed is voor de naamsbekendheid van mijn onderneming en ik ben graag 'sociaal' actief. Dus ik ben daar wel bereid voor te betalen.
Oké duidelijk en heeft u aanvullingen op het totaalpakket van Gilde Plus, wat positief zal zijn voor uw bedrijf?	Nee, op dit moment niet. Het moet gewoon gaan lopen door meerdere bedrijven binnen te halen. Dan wordt het voor andere partijen ook weer interessant.
Oké helder en hoe ziet u op dit moment een lidmaatschap bij Gilde Plus voor u?	Persoonlijk ben ik al lid. Zakelijk zal er nog wel het een en ander moeten veranderen binnen Gilde Plus. Bijvoorbeeld meerdere bedrijven als leden, meer activiteiten en meer bijeenkomsten.
Ja, dat snap ik. Wat zijn voor u op dit moment de redenen/voordelen om wel lid te worden van Gilde Plus?	Dat er zeker nog kansen voor mezelf en mijn bedrijf liggen.
Ja dat denk ik ook wel, zeker kijkend naar opdrachten en netwerkbijeenkomsten etc. Welke aspecten van Gilde Plus creëren voor uw bedrijf nog meer voordelen?	Elkaar versterken en inderdaad andere mensen ontmoeten.
Wat zijn voor u op dit moment de redenen om geen lid te worden van Gilde Plus?	Te weinig actie en te weinig interessante aangesloten bedrijven.
Oké en hoe kunnen deze zogenoemde "pijnpunten" volgens u worden weggenomen? Bredere groep	Door een bredere groep aan te trekken en meer bedrijven binnen te halen. Hiervoor zal er veel meer energie gestopt moeten worden in het benaderen van potentiële klanten. En meer structuur aanbrengen in opdrachten.
Oké. Dan zijn we bij de laatste vraag. Wat bent u op dit moment in de vorm van contributie <i>jaarlijks</i> bereid te betalen voor een lidmaatschap bij Gilde Plus: 1. Onder de 700 euro 2. Tussen de 700-900 4. Tussen de 900-1100 euro 5. Meer dan 1100 euro	Tussen de 900-1100 euro. Mits er meerdere bedrijven zijn aangesloten.
Oké helemaal duidelijk. Dit was het interview. Super bedankt voor uw tijd en deelname!	Geen dank Tim, veel succes verder.

Huidige afnemers

Respondent A: Ernst Andeweg

Functie: potentiële ZZP'er/ Gilde Plus-lid

Betrokkenheid: Het project Leergilde

SP1: Dan gaan we beginnen. Dankjewel voor de deelname aan dit interview. Zoals je misschien weet ben ik bezig met een onderzoek voor Gilde Plus, een onderzoeksrapport. Daarvoor heb ik jou gevraagd om een kort interview af te nemen. Ik ben namelijk benieuwd naar de wensen en behoeften van huidige klanten en van de huidige gildeleden. Wat zijn jouw behoeften nou wat betreft zeg maar het hele gebeuren. Ik maak voor het interview een audio opname, ik weet niet of je dat erg vindt?

SP2: Nee, hoor.

SP1: Ik ga een aantal vragen stellen met betrekking tot verschillende onderwerpen. Allereerst even kort de intro, van wat is uw naam, leeftijd, blablabla. Daarna ga ik wat verder over onderwerpen met betrekking tot Gilde Plus. Dus jou eerst vragen van wat is je naam en wat is je leeftijd?

SP2: Mijn naam is Ernst Andeweg en ik ben net 50 geworden.

SP1: Oké. En wat voor functie heeft u? Wat voor functie bekleedt u?

SP2: Dat is een goede vraag. Ik ben projectteamlid eigenlijk. Met name nu van het project Leergilde.

SP1: En wat voor functie bekleedt u daar binnen dat project? Hebt u daar aparte werkzaamheden?

SP2: Daar heb ik nog mijn vraagtekens bij. Er is nu aangegeven dat het niet heel duidelijk is wie doet nu precies wat en wanneer. Maar ik ben binnen het leergilde denk ik dat ik HR en loopbaanadviseur. Vanuit Zzp'er schap. Ik ben ZZP'er. En als je het dan over leergilde hebt, noemen ze met name juiste studiekeuze en dan de meeste kennis van zaken, laat ik het maar even zo noemen

SP1: Bekleed je die functie omdat je daar goed in bent?

SP2: Dat wil niet zeggen dat ik beter ben, maar gewoon.

SP1: Gewoon omdat je daar ervaring mee hebt?

SP2: Ja precies die kennis delen. Het gedeelte van kennis over bepaalde workshops bijvoorbeeld.

SP1: Dus alles delen wat je in het verleden al hebt gebruikt en kennis over hebt. Hoe bent u in contact gekomen met Gilde Plus?

SP2: Zeg maar je, hoor.

SP1: Super haha. Hoe ben je in contact gekomen met Gilde Plus?

SP2: Dat is een goede vraag. Ik ben zelf ook heel actief in het verenigingsleven, maar dan bij de scoutingvereniging, daar ben ik voorzitter van. En daar doe ik nu een project, burgerinitiatief aan het her ontwikkelen en een heel clubhuis delegeren. En zo kom ik heel veel clubgenoten tegen en om dat te doen ben ik ook bij heel veel netwerkbijeenkomsten aanwezig. Bij het buurthuis van de toekomst. En daar heb ik Jacques een keer geloof ik heel even kort gesproken. En nou weet ik het weer, de laatste keer dat ik Jacques tegenkwam bij de vijftigplusbeurs voor werkzoekenden. En ik was toen nog geen 50, maar wel werkzoekend. Ik wilde weten, ik was benieuwd gewoon wat voor bedrijven dat deden en ik kom weer met mensen in contact. Netwerken. Als werkzoekende toch altijd handig om een netwerk op te bouwen. Zo hoor je nog weleens wat. Ik ben naar die beurs gegaan en toen kwam ik daar Jacques tegen en die herkende mij: Ernst, hoe gaat het met jou, blablabla en toen kwam ik in contact en toen dacht ik: laten we hier eens kijken.

SP1: Was Gilde Plus voor jou al bekend?

SP2: Nee.

SP1: Je had er nog nooit wat over gehoord?

SP2: Nooit wat over gehoord. Nee. Het sprak me wel aan. Waarom, ik had niks te doen, ik zat thuis. En natuurlijk dacht ik aan solliciteren, sollicitatiebrief schrijven, toen dacht ik zij (Gilde Plus) kunnen me wel helpen, ik bel op. En toen dacht ik: dan kom ik ook weer in contact met mensen. Het is een kans. Ik wist wel dat het mogelijkheden bood.

SP1: Ook een vereniging natuurlijk met een ruim netwerk.

SP2: Maar op Lage Poten heb je nog, ik ben op Lage Poten geboren, dus misschien is dat toch een kans, misschien komt er wat uit. Het moet zo zijn.

SP1: Lachen. Je hebt al iets over jouw competenties verteld. Maar wat zijn nou echt competenties en vaardigheden wat jij vanuit het Gilde bedrijven kan bieden?

SP2: Ik heb twee opleidingen gedaan. Ik heb hbo-personeel en organisatie gedaan, bij de Haagse Hogeschool. En ik heb bedrijfskunde gedaan aan de universiteit. Dus heel breed georiënteerd, met name economisch. Met name heb ik me jarenlang ben ik in het bedrijfsleven HR-manager geweest bij grote en technische bedrijven.

SP1: Op personeel en organisatie gericht dus?

SP2: Ja. Onder andere bij de bank heb ik vrij lang gewerkt.

SP1: En die theorieën die je daar hebt gebruikt in de opleiding, die wil je ook gebruiken om vanuit het gilde zeg maar toe te passen op bedrijven, dus?

SP2: Ja, dus het idee was dat ik als zelfstandige, want ik ben zelfstandige, dan is het makkelijk om in te huren door verschillende bedrijven of particulieren voor mijn expertise. Dat was het idee en daarnaast was ik ook gewoon aan het solliciteren voor een vaste baan omdat er gewoon geld op de plank moest komen. Dus ik had twee kansen, dat bedrijven me als

flexibele kracht konden inhuren. En zo zag ik hier ook het netwerk. Een kans om bedrijven mij om mijn expertise kan inhuren en dat doe ik graag. De praktijk is wat weerbarstiger.

SP1: Het gaat niet zo makkelijk hé?

SP2: Nee. Je komt minder snel in contact met de bedrijven hier dan, het Gilde heeft toch 150 sponsoren, maar uiteindelijk moet je wel met de juiste man op het juiste moment op de juiste plek zijn en iemand spreken die op dat moment die behoefte heeft in jouw dienst. En daarnaast wat ik merk is dat door de tijd heen dat de projecten die hier worden bedacht, die we met elkaar bedenken, dat die met name ook subsidie gedreven zijn.

SP1: Dat is precies ook waar mijn onderzoek een beetje over gaat. Er wordt wel heel veel geld uit subsidies gehaald en het moet eigenlijk meer uit commercie komen, dus het is meer dat dingen afhankelijk worden van subsidies, dus moet er gekeken van wat zijn nog wat andere geldgevers en dat is dan de commercie. Meer de bedrijven eigenlijk rondom die 150 sponsoren, wat willen zij dan eigenlijk. Waarom bepalen zij dan niet meer de dienstverlening?

SP2: Dus daarom de projecten en hebben we ook gekeken wat voor subsidies zijn er en dan wordt daar het product ontwikkeld. Wat ik wel heel leuk vind is dat ik ook uitstapjes naar bedrijven doe, dat ik veel meer tijd erin steek, om dan los van mijn HR-achtergrond en lokale adviezen, trouwens niet alleen bedrijfskundig, maar ook lokale studiekeuzeadvies, wat ik heel leuk vind om te doen is mijn co-competenties, dat wil ik zeggen, opzetten in ontwikkeling, dingen regelen en coördineren en natuurlijk ook een stukje kennis inbrengen.

SP1: Het is goed dat je dat noemt. Leuke competenties.

SP2: Dat is waar ik ook enthousiast over ben. En met die projecten is het natuurlijk leuk om dingen op te zetten, ontwikkelen en dan uiteindelijk het doel dat het gaat lukken.

SP1: Je had het over het leergilde, daar kan je natuurlijk verschillende taken voldoen.

SP2: Ja en dan zie je wel bij het leergilde, had ik vorige keer al aangegeven, is dat niet heel duidelijk, het is een project, maar wie doet dan precies wat en dat is een beetje met zijn

allen nog aan het ontdekken zijn. Dat is wel een beetje, dat heeft ook te maken met mijn perfectionisme. Ik houd ervan om echt heel duidelijk, ik wil eerst nadenken: hoe gaan we het doen en dan uitvoeren en dan verschillende expertise aan elkaar koppelen. Dus op een gegeven moment dacht ik: wie is nou de projectleider? En dan zaten we naar elkaar te kijken en dan wisten we gewoon vergeten af te spreken.

SP1: Maar dat is dan wel wat voor jou, omdat je van organisatie houdt en wat.

SP2: Ja, ik ben ook heel goed in de ondersteuning daarin, maar mijn haren gaan overeind staat als dat niet zo uitpakt. Maar dat is een omweg. Doe wat je ermee wilt, maar.

SP1: Dat is eerlijk om te horen.

SP2: Ik heb ook bij een lukken. Maar dat heeft iedereen.

SP1: Ja dat denk ik ook wel. Oké het begrip sociale onderneming. Hoe bekend ben je met dit begrip?

SP2: Wel bekend. Ik denk dat Gilde Plus ook een sociale onderneming is toch?

SP1: Ja. Wat maakt Gilde Plus volgens jou dan een sociale onderneming?

SP2: Veel bezig zijn met de maatschappij en werkzaamheden en projecten e.d. aan maatschappelijke vraagstukken koppelen. Ik denk dat Gilde Plus dat heel goed doet.

SP1: Oké, duidelijk. En hoe belangrijk vind je dit soort initiatieven?

SP2: Zeker belangrijk. In mijn vrije tijd doe ik veel aan scouting, waarbij we natuurlijk veel in de natuur zijn en milieubewust te werk gaan. Ik zal dit soort initiatieven altijd ondersteunen.

- SP1: Oké helder. In welke mate speelt dit een rol in het feit dat je lid bent geworden van Gilde Plus?
- SP2: Na gesprekken viel mij de "maatschappelijke" betrokkenheid wel direct op. Dit sprak mij zeker aan. Het zal dan ook zeker meegespeeld hebben. Maar eerlijk gezegd ging het mij in eerste instantie meer om het netwerk en mijn carrière.
- SP1: Oké. We hebben het er al even over gehad, maar ben je een beetje tevreden over de huidige gang van zaken bij het Gilde qua projecten en werkzaamheden die er nu in uitvoering zijn?
- SP2: Veel projecten bevinden zich nog in de opstartfase. Uiteindelijk moet dat in de stijgers komen, zo zie ik het dan. Daar kan ik wel een rol bij gaan betekenen met mijn achtergronden. Vooral het project Leergilde spreekt mij dan aan, omdat ik bijvoorbeeld veel met begeleiding en trajecten kan gaan doen.
- SP1: Oké en als je naar jezelf kijkt, van wat heb ik eraan gehad tot nu toe? Zijn er dan misschien aspecten waar je minder tevreden over bent?
- SP2: Ik heb nu gelukkig een nieuwe baan, dus ben blij dat ik een baan heb. Vier dagen in de week. Begeleid ik mensen met werk. Ik ben integratie adviseur bij een bedrijf. Dus de noodzaak is weer wat minder bij mij om deel te nemen, hoewel ik het wel leuk vind om betrokken te blijven. Hartstikke leuk en ik ben ook heel erg over vrijwilligerswerk. Het is geen vrijwilligerswerk, aan de andere kant is het eigenlijk wel zo. Elke financiële component is tijdelijk te doen, hoewel ik wel iets dan krijg. Dus wat dat betreft zou ik wel verder willen ontwikkelen, maar dan moet het wel gewoon financieel meer uit komen, want nu is het gewoon vrijwilligerswerk, gewoon betaald.
- SP1: Eerlijk. Dat zijn ook een beetje de verbeterpunten. Hoe kan dit volgens jou worden opgelost?
- SP2: Bij bepaalde van deze projecten had ik nog meer actie verwacht. Het is nu heel erg afwachten en een beetje de kat uit de boom kijken.
- SP1: Dus de plannen zijn er, maar het wordt nog niet echt uitgevoerd. Als ik het zo hoor.

- SP2: Het is heel moeilijk om plannen te bepalen naar realiteit en dan de stap naar inkomsten te realiseren.
- SP1: Misschien is dat het. Ja. Wat voor soort managementstijl vind jij nou horen bij een sociale onderneming, dus vergelijkbare organisaties als Gilde Plus?
- SP2: De meeste zijn ook alweer, maar ja, corporatie, samen. Maar daar zit ook de kracht omdat diversiteit van mensen heel groot is.
- SP1: Je gebruikt verschillende competenties en vaardigheden, die worden samengevoegd.
- SP2: Maar ook de insteek om iedereen erin te houden.
- SP1: Je denkt niet dat dat op een lijn zit of dat iedereen daar anders naar kijkt?
- SP2: De laatste tijd, iedereen heeft ook zijn eigen professies. De een is bezig met ballonnen opblazen, decoraties en dan denk ik: ja past dat wel bij elkaar?
- SP1: Zo heb je allemaal je eigen kwaliteiten.
- SP2: Maar hoe past dat dan, hoe kan je daar, die competentie kan je dan net weer niet gebruiken misschien, wel als het verder ontwikkeld is, dan ga je iets organiseren van een feestje. Maar dat is niet iemand die je in het projectteam kan zetten.
- SP1: Dus dat verschilt nogal?
- SP2: Ja en de ander ook van: kan ik ook. Dat gebeurt ook wel. Verschillende inzichten. Dat kan dan over met bijvoorbeeld Jacques erom en dan kan ik erover praten dat de andere ook in het bedrijfsleven zitten.

- SP1: Dan merk je dat je wel een beetje op dezelfde.
- SP2: Ja, heel lang op de achtergrond, maar.
- SP1: Ja, dat is lastiger. Beter communiceren. Maar is dat, denk je dat dat te maken heeft met de managementstijl? Je hebt natuurlijk een bepaald, ik noem het even een kernteam. Wat zijn dan volgens jou ja denk ik dan en komen er dan gildeleden bij en vind je dan dat het kernteam die gildeleden beter moet aansturen of denk je dat het meer gezamenlijk, wat je net al noemt in een corporatie vorm moet plaatsvinden? Wat vind jij fijn?
- SP2: Wat ik fijn vind, maar wat er moet gebeuren.
- SP1: Als je echt eerlijk bent. Wat is jouw wens daarin nog?
- SP2: Ik denk, misschien is het ook niet slim om te bepalen om mensen te zetten op projecten die uiteindelijk verzaken of het niveau niet aankunnen.
- SP1: Het hangt ook af van de situatie, van het project.
- SP2: Ja. De ene keer kan het wel en de andere niet. De andere kant moet er meer iemand structureel gekozen worden.
- SP1: Dat heeft ook te maken met het niveau inderdaad.
- SP2: Ook, maar ook hoe iemand inzet en wat emotie erbij, wat veel met de case. Ik heb laatst een presentatie bijgewoond van een lid met die brownies. Dat is echt niet best.
- SP1: Dat zag je gelijk?
- SP2: Dus daar was, die jongen bedoelde het heel goed, maar dat was echt slecht.

SP1: Daar was de aansturing wel nodig?

SP2: Daar was van tevoren de aansturing was geweest Hoeveel Nederlanders het wel niet goed deden ten opzichte van Amerika. Hij is Amerikaans, dat snap ik ook wel natuurlijk, ik snap voor een deel zijn betoog, maar het was niet slim. En zijn businessplan, dat zat heel slecht in elkaar.

SP1: Dus daar had een andere managementstijl bij gepast om gewoon die presentatie om aan te sturen?

SP2: Ja, dat wel, ja. Dat je er een coach bij had.

SP1: Had hij de presentatie dan al bij externe organisaties gedaan dan?

SP2: Nee, dat gaf hij hier voor het eerst. Maar van tevoren, had met hem moeten worden besproken van wat ga je nou presenteren etc.

SP1: Heb je inderdaad weer over de Gildeleden die elkaar moeten ondersteunen. Hierbij komt het element de leerplek natuurlijk van pas.

SP2: Ja, precies maar dat wordt nog weinig toegepast.

SP1: Kan je je daar echt aan ergeren?

SP2: Ja best wel. We hebben de competenties en capaciteiten in huis, maar er wordt voor mijn gevoel nog te weinig mee gedaan.

SP1: Zijn er op dit moment verder nog pijnpunten of ergernissen te benoemen?

- SP2: Naja waar we het al even over hebben gehad, is dat er nu wel resultaten moeten komen. Het levert financieel nog heel weinig op en dat verwijt ik ook aan mezelf hoor. Het is nu een soort van "vrijwilligerswerk". Maar ik besef dat als ik er meer uit wil halen ik zelf ook meer actie moet ondernemen.
- SP1: Ja dan is het lastig om aan te sturen. Wat zijn volgens jou nou de kerncompetenties van Gilde Plus? Als je kijkt naar wat kan Gilde Plus nou bieden ten opzichte van, concurrent is lastig te beschrijven, maar vergelijkbare organisaties? We kunnen het dan hebben over bijvoorbeeld het netwerk van leden en van de 150 sponsors.
- SP2: Ik denk dat en ook de 150 sponsors, het netwerk, dat dat op nummer een staat.
- SP1: Dan waarbij je, kan je dan nog kerncompetenties bedenken?
- SP2: Wat bedoel je met kerncompetenties?
- SP1: De competenties vanuit Gilde Plus, dus wat je net zegt, het netwerk, net bijvoorbeeld ook wat echt een goed concept is, waar je subsidies voor willen ontvangen of de efficiëntie van de opdrachten. Het is heel breed.
- SP2: Dat je de prijzen en netwerk en dat is zal ik maar zeggen gaan werken voor de behoefte, welke behoefte heeft de klant, dus het bedrijfsleven (? 00:16:29), welke behoefte hebben zij en hoe kunnen we daarop inspelen. En dat is een tak. En een andere tak is, misschien is dat het wel, een andere tak is de behoefte van de subsidieverstrekker, dus gemeente Den Haag is eigenlijk een klant. En daar hebben we met name die tak van Den Haag, volgens mij komen daar nu de meeste subsidies vandaan, dat is, welke behoefte hebben en welke producten kunnen we daar doen. Maar eigenlijk moeten we kijken welke producten kunnen we daarvoor bieden. Maar die subsidiekant is niet het eenvoudigst.
- SP1: Daar wordt al genoeg uit gehaald, maar op een gegeven moment willen zij natuurlijk ook een tegenprestatie
- SP2: Nee, maar de vraag is ook weer, je hebt er op het moment geen goed zicht op wat we binnenhalen aan subsidies en wat we voor doelstellingen hebben en dat we die ook halen. Het zou interessant zijn om dat te onderzoeken. Maar hoe de klanten en doelgroepen zien

en in welke mate die nou tevreden zijn met behaalde resultaten of tevreden met producten daar is geen beeld van.

SP1: Ja, want hij is hier weleens langs geweest inderdaad van de gemeente, die wilde echt resultaten zien en dat bleef die maar roepen inderdaad.

SP2: En dan wordt dat gevoelsmatig aangenomen dat het makkelijk is, dus wij kunnen lekker makkelijk praten, want de gemeente weet heel weinig, vind ik zelf. En die hebben wel omdat ze in die stoel zitten hebben ze wel zo'n grote mond van: wat voor resultaten hebben jullie dan behaald. Maar zij gebruiken ook, product van de toekomst, noem maar op en dan kunnen ze zelf ook soms niet leveren en dan lukt het opeens weer wel en dan moet je ook gewoon de plussen pakken.

SP1: Dat is wel zo inderdaad.

SP2: Dus ik denk je hebt twee takken van sport, je hebt non-profit en profit. En non-profit is vaak gewoon resultaten behalen.

SP1: Wat willen jullie zien.

SP2: Wat wil je zien. En misschien, dat is wel, wat ik merk is de focus. Ik denk dat wij heel veel dingen doen, tenminste, ik nu, Jacques en Ron en dingen, en heel veel verschillende projectjes. Overal wat.

SP1: Ze zien genoeg kansen, maar volgens jou moet er dan meer focus worden gelegd op een bepaald project om het goed te laten slagen denk jij.

SP2: Ja. Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Ik kom af en toe hierbinnen, nadat je gewerkt hebt, dat ik net een beetje kritisch hiertegen ga zitten.

SP1: Dat is juist goed toch?

- SP2: Maar daarom zit ik ook te weinig in die projecten zelf, omdat ik het soms niet precies weet wat ik moet doen enz.
- SP1: Dus je kunt er ietsje minder over zeggen? Kan je dit dan niet neerleggen bij het kernteam o.i.d.?
- SP2: Maar gevoelsmatig wel. En sommige dingen is het ook gestoei met het leergilde, van ideeën, dag, dan ligt er net iets anders en het gaat niet. Mensen kunnen die twaalf jongeren niet vinden. Ik denk: we hadden het dan bedacht, maar dan moet je bepaalde dingen bijstellen. En het kernteam is dan wel aanwezig, maar misschien is er meer contact gewenst.
- SP1: Maar zou er dan niet iets van tevoren iets van een interpretatie aan vast moeten zitten van hoe gaan we het nou echt aanpakken?
- SP2: Ik denk wel dat het projectplan is. We hebben een communicatieplan. Ik heb dat twee keer geroepen, is er een communicatieplan? Ja, dan gaan we op social media. Ik denk: is dat nou het communicatieplan. En het communicatieplan behelst meer denk ik dan.
- SP1: Maar wie zou dat dan kunnen doen inderdaad. Daar gaat het ook om.
- SP2: Daar heb ik wel een beeld bij en dan is het meer de vraag van welke mensen zet je in op het gebied van, dan het communicatieplan goed te maken.
- SP1: Denk je dat dat in huis is?
- SP2: Ik denk dat het in huis is, maar dat laat nu ook, Frits is ook gevraagd of die wil meedenken. Tot nu toe was het altijd: jij ging het toch doen. Ik denk dat het echt een professie is.
- SP1: Klopt dat denk ik ook.

- SP2: En of je nu een paar keer bent aangenomen, kan ook een kant op, maar als je vraagt wil je het communicatieplan voorlichten.
- SP1: Die is er. Maar het was meer globaal van we gaan social media doen. Het is niet echt duidelijk.
- SP2: Nee, niet veel, meer zo'n A4-tje gemaakt.
- SP1: Dat is niet genoeg. Dat is eerlijk. Dus bij jou mist het een beetje van concreetheid.
- SP2: De voorbereidende fase is het belangrijkste voor de voortgang.
- SP1: Het zit allemaal in de koppies, maar het moet uitgevoerd worden. Er mist dan nog iets qua communicatie ook weer. Dat is wel het belangrijkste denk ik.
- SP2: Een soort van businessplan gewoon. Ik weet niet, misschien is dat ook wel gewoon beter om goed op orde te hebben.
- SP1: Terwijl daar wel coaching al aan wordt gegeven. Aan anderen. Dus dan krijg je bijvoorbeeld dat er wel wordt gezegd van: we zijn goed in het opstellen van een businessplan. Maar volgens je eigen organisatie wordt het nog niet echt toegepast dan. Zeg jij.
- SP2: Nee, klopt.
- SP1: Dus wat zou je dan moeten doen.
- SP2: Wel kritisch, maar ik denk dat er al, maar dan is nog de vraag: moet ook soms weer zo ver zijn als ik wil, omdat ik weet dat ik perfectionistisch ben.
- SP1: Dat het meer bij jou ligt.

- SP2: Maar dat er nog wel wat extra's te halen valt bijvoorbeeld dat er, aan de andere kant kan je ook weer zeggen dat er een discussie is over het hele concept. Dat ken je natuurlijk old school helemaal niet. Maar nu is dat zeker, net vandaag weer, heb je iets, waardoor je niet, kun je scheef. En dat staat niet professioneel. Aan de andere kant kan je ook zeggen: dat is die mevrouw, is een beetje ouderwets, die vraagt nog: heb je iets. Je kan ook zeggen: sommige mensen willen helemaal niets meer nu hebben, dan denk ik: dan heb ik, dat papiertje gaat straks in de prullenbak. Maar daar moet je dus over nadenken van: moet er nou wel een flyer of niet komen. De een zegt van niet, de ander zegt van wel en maak een keuze komt het er wel of niet. Net wat je bepaalt. Maar dan moet je wel meteen kunnen zeggen: we besluiten dat.
- SP1: Dat je een andere communicatie uiting doet. En daar mist het nog, denk jij.
- SP2: Ja. Over de hele breedte.
- SP1: Je zei zelf ook al, je gaf aan het begin aan van: Gilde Plus was voor mij nog niet bekend. Voordat je met Jacques had gesproken. Waar ligt dat dan aan. Het is toch de naamsbekendheid?
- SP2: Ik denk dat een-op-een het belangrijkste is.
- SP1: Mond-tot-mond reclame, ja. Maar je moet natuurlijk ook een vorm van communicatie hebben denk ik. In de omgeving en voor de bedrijven. Dat heeft ook te maken met het communicatieplan.
- SP2: Ik heb een paar momenten om mensen te overtuigen. Nummer een, het is belangrijk dat je de eerste keer goed overkomt. Aan de andere kant, met de ontwikkeling, niet alles kan je bedenken.
- SP1: Leuk. Kun jij iets van succesfactoren op de markt noemen? Waar denk je dan aan, aan succesfactoren op de markt voor Gilde Plus? Kijk naar sociale onderneming. Dus dan kan je kijken naar een ruim aanbod aan competenties hebben, dus zeg maar wat Gilde Plus in huis heeft. Kan je denken aan een sterk netwerk, een goed concept, de efficiëntie, of ligt

het dan echt aan interne communicatie. Dus wat zijn volgens jou echt succesfactoren voor deze markt waar Gilde Plus opereert? Is dat een lastige vraag?

SP2: Dat ligt eraan, wie zijn nou de klanten. De klanten zijn eigenlijk, ik ben een klant. Of de mens, de zzp'er. Werkzoekenden. Waar hebben die nou behoefte aan? Aan de andere kant zit aan de andere kant de klant, non-profit en profit.

SP1: Verschillende klantengroepen inderdaad.

SP2: Dus dat maakt het complexer. Wat was de vraag?

SP1: Zie je de volgende factoren als succesfactoren op de markt waar Gilde Plus opereert, dus bijvoorbeeld een ruim aanbod aan competenties hebben, zoals Gilde Plus dan wilt hebben, een sterk netwerk, door de 150 sponsors rondom Scheveningen, dat het gewoon een goed concept is, maar dan kijk je dus meer naar subsidieverleners denk ik, van: zien zij er kansen in, de efficiëntie van projecten, of ligt het echt aan interne communicatie, waar jij het ook over hebt gehad. Dus de corporatie binnen Gilde Plus.

SP2: En daar moet ik tussen kiezen?

SP1: Ja, tussen die vijf.

SP2: Die eerste was ruim aanbod aan competenties hebben.

SP1: Dus dat je veel kan aanbieden zeg maar vanuit Gilde Plus aan bedrijven, dus dat je verschillende kanten op kan.

SP2: Maar wat bieden we aan?

SP1: Dat ligt dus aan de gildeleden zelf. Wat kan Gilde Plus aanbieden. Dus wat is dan volgens jou het sterkste.

- SP2: Maar dan heb je het over concepten, het aantal concepten wat je aan kan bieden. Maar bijvoorbeeld je hebt een concept dat Jacques heeft, wat mij heel erg aansprak, hoe heet het ook alweer, allerlei diensten, dus je hebt met HR-diensten, je hebt financiële diensten, je hebt verschillende professionals en dan kan je op de markt gewoon voor sponsoren.
- SP1: Dus dat je een ruim aanbod hebt.
- SP2: Ja, dus dan PR, communicatie, alles kunnen we. U roept, wij draaien.
- SP1: Dus een ruim aanbod aan competenties zie jij wel in?
- SP2: Ja. Maar dat moet je dan wel hebben. Uiteindelijk moet je dat ook weer met elkaar zeggen: dit is het plan. En de behoefte van de sponsoren moet je natuurlijk in kaart brengen. En dan heb je, moet je, soms mis je ook de competenties om dat.
- SP1: Die moeten aansluiten bij de wereld van de bedrijven natuurlijk. Dat je die competenties wel hebt. Dus jij zegt eigenlijk van: je moet zo veel mogelijk gildeleden hebben en zo veel mogelijk competenties kunnen aanbieden.
- SP2: Dan is het belangrijkste dat je vertrouwt op de kwaliteit van de mensen die je hebt. Want dat is heel divers.
- SP1: Want je had het inderdaad over decoratie, maar je hebt ook mensen die echt.
- SP1: Dat verschilt nogal. Maar dat is dan wel weer een sterke kant denk ik, want er zijn vast bedrijven die dat ook kunnen gebruiken.
- SP2: Je moet gewoon alles uitpakken.
- SP1: Dus het ruimte aanbod.

- SP2: Maar het moet wel, elke product voor iemand moet goed zijn voordat je iemand naar het bedrijfsleven stuurt.
- SP1: Dat was het een beetje. Heb jij verder nog vragen of opmerkingen over het onderzoek? Waar wil jij nog verder op ingaan? Dat je denkt van: ik wil nog even dit kwijt.
- SP2: Het is complex. Misschien moet je wel focussen, beginnen met focussen. Maar non-profit, profit. Ik ben nu met non-profit bezig. Aan de andere kant wil je met zo'n leergilde aan de gang. Mezelf erbij betrekken. Dat is niet dat jongeren bij hun gaan kijken, dat ze stage gaan lopen, is het niet hun behoefte dat ze daar stages hebben. Ze dringen het een beetje op, straks. En misschien gaat later wel bij sommige bedrijven hebben te kort aan personeel.
- SP1: Dat is meer voor de jongeren zelf zeg maar om ze kennis te laten maken met het bedrijfsleven.
- SP2: Die hebben die behoefte. Of zijn dat ideeën dat zij dat gaan inzien.
- SP1: Dat ze in de toekomst dan meer werknemers krijgen ofzo.
- SP2: Ja. De lange termijn.
- SP1: Dan heb je het over een project natuurlijk, die leergilde.
- SP2: Dat doen we wel heel goed, non-profit is wel, dus daar kijk je gewoon naar de subsidies, daar is al een vraag. Of de DDD-award, daar is een vraag, een plan en daar ga je een product bedenken.
- SP1: Dromen, denken, doen. Dromen is er, denken is er, doen, moet nog worden uitgevoerd, lijkt mij. De plannen zijn er, maar hoe ga je het nou precies aanpakken. Zoals ik het bij jou merk ontbreekt het daar nog een klein beetje. Tenminste, klein beetje.

- SP2: Maar dat is moeilijk. Aan de andere kant, soms is het ook gewoon het hoeft geen permanent pad te zijn, als maar de berging er staat.
- SP1: Het moet ontstaan. Dat was het. Heb je verder nog?
- SP2: Nee. Ik ben wel benieuwd, het project, wat is jouw doelstelling van dit project? Wat moet het jou opleveren?
- SP1: Ik doe een interne analyse. Een externe analyse. Nu ben ik bezig met de interne diensten nog, wat heeft Gilde Plus in huis, de huidige plannen daarvoor. Zie ik kansen voor bedrijven bijvoorbeeld. En dan ga ik de externe analyse doen. Ga ik kijken bij soortgelijke ondernemingen. Hoe positioneren zij zich eigenlijk en hoe staan zij in de markt. Hoe denken zij erover. Het is lastig om soortgelijke organisaties te vinden. Die zijn er eigenlijk niet echt in de omgeving. Dus daar ben ik een beetje naar op zoek.
- SP2: Maar heb je het daar, mijn vraag is: wat levert mij dat nou op?
- SP1: Dit plan bedoel je?
- SP2: Ik ben nu al een paar maanden hier, ik kreeg gister de nota binnen van 75 euro. Heel commercieel gedacht, zakelijk, denk ik: wat levert me dit op? Ik stop er best wat tijd in en dan kan je ook zeggen ik kom hier en ik moet betalen, maar ik lever ook eigenlijk heel veel kennis in en tijd. Waarom moet je iets betalen, ook al ben je er niet echt lid van en komt er weinig uit.
- SP1: Je maakt gebruik van de werkplek, van de ontmoetingsplek.
- SP2: Dat is ook een aparte, de een vind het namelijk ook niet nodig. Ik kom hier alleen maar binnen, ik praat en dan ga ik weg.

- SP1: Dat is inderdaad ook zo. Maar maak jij voor jezelf wel gebruik van het netwerk dat zij aanbieden bijvoorbeeld. Net als dat je vanmorgen bijvoorbeeld een afspraak had. Levert dat voor jezelf ook iets op?
- SP2: Dat is heel veel investering denk ik en de kans is dat er een opdracht uit komt. En die opdracht kan meer gelden dan, tenzij ik daarvoor betaald word, maar gaat het uiteindelijk gebeuren? Heel KU regelt helemaal niks. Heel kritisch gezegd hoor.
- SP1: Nog niet misschien. Maar hoe kan deze ergernis volgens jou worden weggenomen?
- SP2: Nee nog niet inderdaad. Ja misschien door er zelf nog meer energie in te steken of concretere plannen en doelen met het kernteam op te stellen. Het is nu altijd maar een beetje afwachten en denken van het komt wel ofzo.
- SP1: Ja ik denk dat je in dit initiatief zelf veel energie moet steken als je het wilt laten slagen. Uiteindelijk zullen er dan projecten en werkzaamheden op gang moeten komen. In de opstartfases levert het natuurlijk weinig op...
- SP2: Dat is nou hetzelfde. Hoe laag ga je zakken met je uurtarief om er uiteindelijk iets uit te halen. En dat is wel het geld van de betalen. Dat is geholpen met primaire totaal. Het is hartstikke leuk om te doen. Je wordt er later bij betrokken Je krijgt er dan 100 euro voor. Dan denk ik: 100 euro, jeetje.
- SP1: Zie je het dan meer als vrijwillig?
- SP2: Daar haal je gewoon niet, het is leuk om te doen, netwerken, komt mensen tegen, hoewel ik heel veel mensen al kende. Je hebt hier gewoon even een vereniging, dat is wel heel leuk en opzetten, ontwikkelen vind ik leuk. Dan denk ik: en wat zit er nu weer achter. Gaan we dat nou vaker doen. Hoe vaak je moet stellen dat je toch ondanks je Sporttafel dan, gaan we nu vaker die Sporttafel doen. Ik denk: wat is de gedachtegang hierachter. Gaan we nu, was het eenmalig, dan hoor je er eigenlijk niks meer van.
- SP1: Dat ontbreekt nog.

SP2: Ja, ik denk het wel.

SP1: Maar heb je dat weleens aangegeven?

SP2: Ja bij het project de Sporttafel. Vorig jaar heb ik dat naar voren gebracht.

SP1: Dat is misschien toch eerlijk over de zaken zijn, misschien helpt dat juist ook wel.

SP2: Dat had ik de vorige keer ook, dat was heel goed. Ik dacht elke keer denken: nou ga ik het zeggen. Wie is projectleider, wie gaat communicatie doen, wie gaat er over de financiën, wie gaat daarover. Meer structuur. Ik hoor dan dat er in het dagelijkse bestuur dat wordt besproken en dan denk ik: dat wist ik niet. De leergilde moet gewoon in de projectgroep besproken worden en het bestuur moet niet ook inhoudelijke taken vragen. En dan denk ik, ik zit te denken, ik moet dat morgen vragen, ik denk: oh, daar was ik niet bij betrokken of: is dat besloten dan.

SP1: Goed om dat gezegd te hebben.

SP2: Zoals nu zitten we elke week dan hier even bij elkaar. En dan wat er die week gebeurd is, wordt besproken. Daar was ik niet bij en ik miste het.

SP1: Dat helpt op een gegeven moment ook denk ik, dat iemand met een kritische blik komt.

SP2: Ja, maar dat geldt voor meerdere projecten, woonprojecten, noem wat op, werkt de organisatie niet van. Dan heb je van die mensen die alleen maar hoe gaat het vragen. Over de projecten. Dat is niet nodig.

SP1: Dat moet je dan op een ander moment doen. Leuk toch. Wel belangrijk dat dat ook wordt opgepakt inderdaad. Daar gaat het ook om.

SP2: En dat is het leukste, het ontwikkelen. Als je nog weleens vragen hebt of wilt praten ofzo.

- SP1: Ik heb je informatie. Dankjewel. Van welke diensten maak je nou het meest gebruik, kijkend naar de werkplek, leerplek, ontmoetingsplek en projecten?
- SP2: Ik ben nu betrokken bij het project Leergilde. Wat echt nog in de opstartfase zit. Verder zit ik hier weleens een uurtje te werken maar niet echt vast. Van de ontmoetingsplek heb ik eerlijk gezegd nog weinig gezien. Ik had wel verwacht dat het daarin wat meer zou “borrelen”.
- SP1: Ja, dat ligt er natuurlijk aan dat er nog geen bedrijven zich aan hebben gesloten of opdrachtgever zijn.
- SP2: Ja, precies dus dat zit je maar met een paar individuen aan tafel, dat levert niet zoveel op. Ik denk dat je als individu juist in contact moet komen met de bedrijven rondom deze vereniging.
- SP1: Ja dat snap ik. Wat zijn of waren de vereiste of verwachte voordelen voor jou bij het lid worden van Gilde Plus?
- SP2: Wat ik net al zei eigenlijk. Dus veel in contact komen met het netwerk van Gilde Plus en veel actie in bepaalde projecten en werkzaamheden, waardoor er weer nieuwe dingen ontstaan. Voor mij was de behoefte echt om aan meer werk en opdrachten te komen.
- SP1: Oké. En waar heb je verder nog behoefte aan binnen Gilde Plus? En hoe kan Gilde Plus hier invulling aan geven?
- SP2: Buiten wat ik net heb gezegd over het netwerk en de projecten en werkzaamheden, denk ik dat meer structuur en meer bijeenkomsten wel belangrijk zijn. Zo blijf je met elkaar in contact en is voor iedereen de stand van zaken bij bepaalde werkzaamheden duidelijk. Dit verhoogt de betrokkenheid van leden. Het kernteam kan dit doen door meer bijeenkomsten te organiseren en de betrokkenheid te verhogen van leden bij projecten en werkzaamheden.

- SP2: Maar wat ook wel leuk, toch ook wel, als je kijkt naar de mensen, is dat iedereen, niet zit er anders in, maar iedereen heeft zijn eigen competenties. Jacques is echt iemand, die is heel creatief en echt een denker. Ron is ook een denker, maar denkt veel meer naar de commerciële kansen. En meer in praktische zin. Ik weet niet precies hoe het met Jaap zit.
- SP1: Ook misschien meer een denker dan denk ik.
- SP2: Ja, dat is de vraag, wat voor competenties bij elkaar. Dat het meer vanuit HR-manager de rol is, wat is nou een goed team.
- SP1: Maar dat is leuk voor jou om te doen dan toch?
- SP2: Dus ik zit weleens te denken van, Jacques draagt elke keer nieuwe projecten aan volgens mij?
- SP1: Maar worden die ook al meteen daarna opgepakt? Dus wat je zegt over HR en adviseurs. Wordt dat al toegepast binnen dit bedrijf?
- SP2: We doen, hoe heet het, de top...Wat je volgens mij overal hebt. De enige nieuwe afspraak, dat is wel leuk om te doen, is dat, op het gebied focussen. Jacques komt dat steeds weer, ook in al die mailtjes. Kijk, daar heb ik wat gezien. Daar is wat. Is dat iets voor ons? Heel veel input.
- SP1: Heb je ook nodig.
- SP2: Ik weet het, zo kom je weer aan onwijze subsidies etc. dat is weer wat anders.
- SP1: Maar misschien moet hij dan juist dat blijven doen. En de anderen niet. Dat de anderen daarheen gaan. En er meer uit halen zeg maar. Dus dat het zo een beetje moet gaan lopen. Jullie zijn iets meer dan een jaar bezig.

- SP2: Ik ben benieuwd of je dat meeneemt in je onderzoek: wat nou uiteindelijk na een jaar de resultaten zijn. Heel kritisch.
- SP1: Ik heb daar wel naar gekeken, dan merk je dat er heel veel uit subsidies werd gehaald. Dat werd al naar boven gehaald. Maar dat er nog weinig uit de commerciële kant werd gehaald.
- SP2: Hoeveel werd er? Frits vroeg laatst aan mij, ik zie jullie dan, en hij durfde bijna niet te zeggen, maar joh, ik breng de input, maar ik krijg, hij wordt niet betaald. Op een gegeven moet je zo veel werken, ik ben nu zo ver gekomen dat er inkomsten zijn en dat ik nu weleens betaald krijg.
- SP1: Maar dat moet nog verder worden ontwikkeld.
- SP2: Maar de vraag is dan: maar hoe verdient Jacques en Jaap rond dan? Hoe? Verdienen die er wat aan of niet? Dat zijn toch wel vragen, wie dat dan balanst.
- SP1: Hoe wou je inkomsten genereren bedoel je?
- SP2: Bijvoorbeeld. Ik weet niet of Jacques dat zo ziet, of Ron. Die hebben hierbuiten toch ook een baan.
- SP1: Maar Jacques doet ook verschillende projecten. Het is ook voor hem een project. Projectontwikkelaar. Die is met meerdere projecten bezig. En voor Ron en Jaap geldt dat zij ook lid zijn als ZZP'er. Alleen zijn zij het kernteam en de initiatiefnemers. En degene die deskundige leiding kunnen geven aan projecten en leden, doordat zij veel ervaringen hebben in het werkveld
- SP2: De projecten die nu spelen, dus dat, daar profiteren anderen minder van. Stel ik me voor. Wanneer is dat je dat ook gaat splitsen. We hebben nu eerst een project van, wanneer is het kantelpunt dat je iemand gaat betalen.
- SP1: Ja. Voor het project en voor je product.

SP2: Het is een wisselwerking van geven en nemen en iedereen denkt: ik krijg wel. Met gesloten beurs. Dan betaal je. Waar is die grens.

SP1: Ja, daar gaat het ook om, uiteindelijk toch, van wat bedrijven willen betalen. Je zit toch in die lijn om opdrachten uit te voeren denk ik. Dus als dan de commerciële kant. Dus wat zijn de wensen van de bedrijven om bijvoorbeeld jouw advies te kunnen gebruiken. Of Frits zijnde als schrijver te kunnen gebruiken. En daarvoor gaan bedrijven natuurlijk geld betalen, dat het goedkoper waarschijnlijk is dan om een externe organisatie in te huren. Voor zo'n opdracht. Dus dat je zou moeten kunnen kijken van: wat zijn de wensen van het bedrijf.

SP2: Ja en ook bij de gemeente, dus de vraag van: hoeveel moet je investeren.

SP1: Dat zijn echt de ideeën, de projecten en maatschappelijk denken daaraan.

SP2: Daar haal je geld uit.

SP1: Leuk. Ernst, heel erg bedankt.

Respondent B: Frits Emmerik

Functie: ZZP'er/ Gilde Plus-lid

Betrokkenheid: Het project Leergilde en communicatieve werkzaamheden

Dan gaan we beginnen. Dankjewel voor de deelname aan dit interview. Zoals je misschien weet ben ik bezig met een onderzoek voor Gilde Plus, een onderzoeksrapport. Daarvoor heb ik jou gevraagd om een kort interview af te nemen. Ik ben namelijk benieuwd naar de wensen en behoeften van huidige klanten en van de huidige gildeleden. Wat zijn jouw behoeften nou wat betreft zeg maar het hele gebeuren. Ik

- 1. Wat is uw naam?**
- 2. Wat voor functie heeft u?**
- 3. Kunt u iets vertellen over uw functie/taken binnen Gilde Plus?**

SP1: Nou, dan gaan we beginnen ik neem het even met de telefoon op, keur je dat goed?

SP2: Ja hoor geen probleem Tim.

SP1: Oké allereerst vraag ik je even om je kort voor te stellen. Wat is uw naam, leeftijd en wat voor functie heeft u op dit moment?

SP2: Zeg maar je hoor. Anders voel ik me helemaal zo oud, haha. Ik ben Frits Emmerik en ik ben eigenlijk een creatief directeur. Ik doe aan concept en copywriting. Verder zijn mijn specialiteiten; maatschappelijk verantwoord ondernemen, het bedrijfsleven, theater(sponsoring), communicatie, columns, liedjes en de politiek.

SP1: Oké duidelijk. Dat zijn nogal wat aspecten, haha! En waar houdt je je op dit moment het meest mee bezig?

SP2: Tot 3 jaar geleden was ik communicatiemanager bij Potato Platform Kenya. Nu ben ik een ZZP'er gericht op produceren en creatief directeur van verschillende projecten.

SP1: Oké duidelijk. Kun je iets vertellen over jouw functie of taken binnen Gilde Plus?

- SP2: Ja, ik houd me op dit moment veel bezig met de communicatie en de middelen die hiervoor worden ingezet. Verder ben ik deelnemer in het project Leergilde, wat echt nog in de eerste fase zit.
- SP1: Oké duidelijk. Hoe ben je in contact gekomen met Gilde Plus?
- SP2: Eigenlijk via het verenigingsleven. Ik ben ook secretaris van de hockeyclub HDS. Daarmee ben ik verantwoordelijk voor het verzamelen van informatie voor het bestuur en voor het beantwoorden van alle vragen, haha. Ik ken Ernst Andeweg (ook Gilde-lid) via deze vereniging en hij vertelde mij over dit initiatief. Wij zaten op dat moment een beetje in hetzelfde schuitje; op zoek naar opdrachten en nieuwe klantengroepen.
- SP1: Oké top. Ik neem dus aan dat Gilde Plus voordat Ernst je hierover vertelde nog niet bekend was?
- SP2: Nee, ik had er nog nooit eerder over gehoord.
- SP1: Oké en wat gaf voor jou de doorslag om lid te worden?
- SP2: De mogelijkheden om nieuwe klantengroepen aan te boren door het grote netwerk van deze voetbalvereniging. De voetbalvereniging ken ik namelijk wel al heel lang. Ik was op dat moment dus echt zoekende. Ik zag daarom in Gilde Plus veel mogelijkheden.
- SP1: Ja, we hadden het voor dit interview over de bedreigingen voor Gilde Plus en over de projecten en dergelijke, want je had het over de structuur van de organisatie. Zie jij hiernaast nog bedreigingen voor Gilde Plus waardoor het bijvoorbeeld helemaal in de soep kan lopen?
- SP2: Demotivatatie van de leden, dat als het niet, als mensen niet erkennen dat je een opstartfase hebt en dat je de tijd moet nemen, als je dat niet erkent, dan word je ongeduldig.
- SP1: Ja, want je zegt dat jij dat ook hebt, maar jij...

- SP2: Dan kan je makkelijk denken van, nou ja, dan stop ik er toch mee, ik kan mijn tijd wel beter gebruiken. Dus je moet snel scoren om dat te voorkomen, snel die structuur, zo snel mogelijk die structuur erin brengen en de leden elke keer bij ze op, ja je kan wel kritiek hebben, maar dan moet je zelf actie ondernemen dat doe ik op mijn vereniging HDS ook, mensen die niks doen daar heb je niks aan
- SP1: Maar dat is de hele gedachte natuurlijk van...
- SP2: Want HDS heeft natuurlijk een kutbestuur, klootzakken die er niks van begrijpen. Dat, dat roepen al die mensen dan.
- SP1: Waar hadden we het over?
- SP2: Demotivatatie voorkomen door zo snel mogelijk te scoren en te laten zien dat het lukt. Nou moet ik eerlijk zeggen dat ik de paar mensen die ik een presentatie heb zien geven, niet echt op niveau vindt, maar dat mag ik niet zeggen.
- SP1: Nee, maar het was wel op een laag niveau. Gaf ergens ook aan.
- SP2: Maar dat ik ergens wel iets had van jeetje zeg hé, wat is dit voor niveau?
- SP1: Ja. Want ik had met Ernst ook over, dat je, je hebt natuurlijk sterktes en zwaktes van een bedrijf. En sterkte is natuurlijk dat je een ruim aanbod aan competenties hebt; goed schrijven, redactie, copywriter noem maar op.
- SP2: Vind ik zelf.
- SP1: Ja, maar zal vast zijn, want je hebt toch in het verleden veel uitgevoerd en je kan die kennis zeker overbrengen. Zo heeft Ernst weer andere kwaliteiten. De, het kernteam zeg maar, heeft ook weer andere kwaliteiten met de opstelling van een businessplan, economie.

- SP2: Maar bij elkaar zijn we compleet misschien.
- SP1: En bij elkaar heb je een heel ruim aanbod natuurlijk aan competenties, maar zo wordt het niveauverschil wel, heb je ook natuurlijk. Want er is, bijvoorbeeld ook iemand die, wat je zei ook, slechte presentatie, die kan dat nog niet zo goed. Dus die moet dan weer worden aangestuurd door iemand uit het, van jullie om die presentatie wel goed te verzorgen. Maar je hebt natuurlijk wel...
- SP2: Ja, maar je moet dan, je ziet ook mensen die, die je aan de basis, waarin de, die kan ik, nou, ik wil niet roddelen, dus ik ga dat niet echt...
- SP1: Ja, maar het verschilt hoor, echt van niveau natuurlijk
- SP2: Maar er waren echt mensen bij dat ik dacht van nou ja, die gaat dat nooit leren. Want die is gewoon qua karakter en qua onderbouwing niet goed, die zou echt. Ik zat er zelfs aan te denken, bij een paar mensen, die kunnen een speciale, die hebben een specialiteit die ze goed kunnen, maar een opbouwen van een bedrijf eromheen, daar zouden wij als Gilde Plus een functie in kunnen nemen, bijna door het die mensen mogelijk te maken om dat te gaan doen wat ze willen doen. Maar dan op managementniveau, wij zouden er een bv'tje moeten hebben, nee dat weet ik niet, maar een bedrijfje, een unit, die ervoor zorgt dat die mensen gemanaged worden.
- SP1: Ja, maar dat is toch ook precies ook eigenlijk de gedachte ervan?
- SP2: Ja, maar niet zo. Wij willen ze, tot op heden heb ik begrepen dat wij ze willen helpen met hun bedrijf te maken en uit voeren en in praktijk te brengen. Maar wij zouden moeten zeggen: dat ga jij nooit kunnen...
- SP1: We nemen plaats in het bedrijf zeg maar, zo zie jij het dan.
- SP2: Maar jij kan je product goed maken en verzorgen, dus, maar wij gaan zorgen dat we de contacten leggen en de sales doen, organiseren en een foldertje, dat meisje met die ballonnen, die had best leuke ideeën, maar toen ik zei: je moet het, was je daarbij toen?

SP1: Nee, nee.

SP2: Toen ik zei: je moet daar, want zij deed ballonnen en nagels, en toen dacht ik...

SP1: Versieringen en decoraties.

SP2: Op zich leuk, want er zijn een heleboel groepen vrouwen die zo'n, die een feestje willen hebben met die kinderen, maar ga een stap verder en maak er een organisatiebureautje van en ballonnen en nagels, maar doe er een clown bij en doe er een, doe er schminken voor kinderen bij, doe er een gebaksservice bij.

SP1: Er zijn zoveel kansen nog, ja.

SP2: Want dan ben je veel beter bezig, want die mensen die jou inhuren voor die ballonnen en die nagels lakken, die moeten drie andere bedrijven aanschrijven voor hun gebakjes, voor hun dit. Combineer dat.

SP1: Dat ze een soort pakketten aanbieden.

SP2: Wat wil je hebben? En daar begreep dat meisje, die keek mij aan, die had zoiets: ja, maar ik doe ballonnen en nagels. En toen dacht ik nee.

SP1: Heel beperkt.

SP2: En dat begreep ze niet en toen dacht ik: oh als je die, als je dat nou onder haar naam, maar dan, een paar mensen erop zet om ze, om die mensen...

SP1: Maar zo kan je zo goed van elkaar leren, wat je zegt.

- SP2: Tuurlijk. En helpen. Niet alleen leren, want dat meisje moet misschien niet leren om dat groots aan te pakken, misschien moeten wij het groots aanpakken voor haar. Maar dat is een stukje, dat weet ik helemaal nog niet echt. Ja ik heb het weleens gezegd.
- SP1: Er liggen kansen, ja.
- SP2: Oh ja, zeker. En ik vind het heel leuk, wat ik zei, om uit de basis economie op te bouwen, te organiseren. Economische activiteit te organiseren, want dat is heel erg leuk. Dat ontbreekt nog. Kijk maar naar Den Haag, wij willen, in Den Haag roepen ze economische activiteit kun je stimuleren door buitenlandse bedrijven hier naartoe te halen. Nee, je moet economische activiteit stimuleren door, door in morgenstond in die flats mensen eruit te trekken en een marktkraam te laten openen, weet ik veel wat.
- SP1: Ja. Dus meer de cultuur, sociaal-maatschappelijk denken zeg maar. Maar zo zitten jullie allemaal in elkaar binnen het Gilde Plus. Is wel leuk.
- SP2: Ja, ja. Jaap heeft precies hetzelfde. Elke keer als ik iets meld op Facebook, dan zie ik dat Jaap iets heeft... Ja, ja.
- SP1: Mee eens, mee eens.
- SP2: Ja, wat dat betreft zitten we absoluut op hetzelfde spoor.
- SP1: Ja, we hebben het over sterkte gehad, zwaktes gehad. Kansen gehad, bedreigingen gehad.
- SP2: Bedreiging is de demotivatie voordat we vaste voet onder de grond hebben.
- SP1: Ja.
- SP2: Ernst had daar een tijdje geleden, heeft Ernst mij ook aangesproken daarop. Hij zegt: ja er zit geen schot in. Ik zeg: ja, maar dat moet je even tijd geven. Maar die had ook zo iets van, nou zeg, ik heb wel wat beters te doen.

SP1: Ja, en jij denkt dat het met geduld, dat dat de oplossing is.

SP2: Nou ja, geduld en zien dat we wel actief blijven. Want de tijd is je beste vriend, zeggen de Indianen en dat is een groot gezegde van me, sommige dingen los je op door gewoon te wachten. Door gewoon de boel de boel te laten.

SP1: Maar wel bezig blijven.

SP2: Maar wel de hele tijd prikkels uitdelen of duwtjes in de goede richting geven. En uitdragen dat het een en binnenkort eens een keer één groot succes hebben.

SP1: Ja, ja. Dat geeft echt een boost dan.

SP2: Absoluut.

SP1: Want wat, welk project zie jij nu dat binnenkort zal gaan slagen?

SP2: Nou ja, dat Leergilde dat is iets wat we punt één gesubsidieerd krijgen, dus daar hebben we ook een verplichting tegen om dat te doen. Maar ik zag toen die, want je was er ook niet bij met die voetballers? Voetballertjes, toen we 't hier uitlegden?

SP1: Nee. Dat was helemaal aan het begin, toen was ik er nog niet.

SP2: Oh, toen zag ik die jongens daar zitten, vol onbegrip wat al die jongens zeiden, als wij zeiden: ben je je bewust dat je over x, over x aantal jaren een beroep moet kiezen en waar gaat je, nou, ja, tweederde zei profvoetballer. Ja, logisch.

SP1: Als je op de voetbal zit en je hebt net getraind.

SP2: Ik wilde op mijn achttiende wilde ik Formule-1 coureur, nee toen niet meer, toen wist ik wel dat dat niet zou lukken.

SP1: Zestiende dan.

SP2: Op mijn, tot mijn zestiende wilde ik Formule-1 coureur worden, ja.

SP1: Ja, dat zijn dromen.

SP2: Ja.

SP1: Maar wat is de realiteit, ja.

SP2: Maar je wordt, je moet iets heel anders gaan doen. Uiteindelijk. Behalve Max Verstappen.

SP1: Dat denk je dan. Als het goed is.

SP2: Dus, maar die, dat Leergilde dat zou een heel mooi project zijn, maar we zien nu al hoe moeilijk het is om jongens en meisjes daarvoor te interesseren, want die zien twee uur, drie uur van hun weektijd die ze vrij hebben, die zien ze ervan af gaan, gaan ze opeens weer in zo'n klasje zitten. Terwijl wij hele leuke dingen met ze willen doen, maar dat hebben ze nog niet meegemaakt, dus zij denken, gaat die oude lul naar een haringrokerij.

SP1: Kan ik zelf ook wel.

SP2: Belachelijk.

SP1: Ja, is moeilijk om dat over te brengen.

- SP2: Het is moeilijk om die boel te motiveren om dat te gaan doen.
- SP1: Maar ligt dat dan op de communicatie of denk je echt dat er, ja dat er gewoon ervaringen moeten worden geteeld. Dus dat het echt gebeurd en dat ze dan pas gaan inzien van, ja dat wil ik ook. Of?
- SP2: Geloof jij dat je met communicatie, met een leuk foldertje, wat we wel gaan schrijven natuurlijk, maar met die communicatie dat iemand, zo'n jongen dat leest en denkt: die lui hebben gelijk, ik moet nu eens aan mijn toekomst gaan en dat Leergilde Plus, ja dat is een idee, dat ga ik doen.
- SP1: Ik denk dat je echt met resultaten over moet komen of hè, dat je kan laten zien van, wat doen we nou eigenlijk en wat levert het op.
- SP2: En misschien ouders benaderen dat die zeggen: het kan me niet schelen wat jij wil, jij gaat daarnaartoe. En de decaan van de school, nou die hebben we dan nu.
- SP1: Die heb je nu.
- SP1: Dat is zeker top.
- SP2: Maar met plannen en mooie verhalen komen we er nog niet. En het is hetzelfde als met het hele Gilde Plus, één goed praktijkobject waar Den Haag over spreekt: wat die jongens hebben gedaan, ja dat is de beste. Ik bedoel, een stukje chocola kun je zeggen in een advertentie: dit is de lekkerste chocola van de hele wereld...
- SP1: Ja, wordt gelijk gekocht.
- SP2: Maar als iemand het proeft en tegen zijn buurman zegt: ik heb nou een winkel ontdekt, die heeft chocola, nou echt, dat is top, daar zeg je van, oh dat wil ik even proberen.

- SP1: Ja precies met mond-op-mondreclame ook. Maar het is wel een combinatie van, hoorde ik.
- SP2: Het is het een doen en het ander niet laten. Maar een aansprekend project is, een geslaagd project is misschien wel het beste. En de foldertjes die we en een goede website, het moet er komen, het legt de basis voor de communicatie, maar het is niet alles.
- SP1: Ja. En wordt er ook niet, ja, wordt er volgens jou gekeken naar: wat zijn nou de wensen en behoeften van de doelgroep? Of wordt er meer vanuit het Gilde gekeken van, hoe denken wij daarover? Ja, en wat willen wij?
- SP2: Nou ja, ik ben een absolute voorstander ervan dat initiatiefnemers altijd hun eigen ideeën moeten vormen en dat moeten uitstorten uit de doelgroep.
- SP1: Echt over je waarde propositie.
- SP2: Maar je moet wel een beetje luisteren naar wat die mensen willen. Weet je wat het probleem is met het Leergilde, je moet luisteren naar wat die jongens willen, maar die willen niks.
- SP1: Nee, dat is dus het verschil.
- SP2: Maar wij weten dat ze over vier jaar huilend in de WW, in een Wajong komen te zitten wellicht. Nou ja, dat is dan heel erg.
- SP1: Nee, maar dat zie je wel in de praktijk.
- SP2: Dat zie je in de praktijk. Dat ze, doordat ze geen profvoetballer kunnen worden en toch dat donzen jack willen hebben met huppeldepup merk dinges en op sneakers van 500 euro willen gaan lopen en wat gaan ze dan doen, dan gaan ze zeggen van, nou ja ik krijg het niet voor elkaar, de Kardashians zijn ook schat helemaal rijk zonder dat ze iets konden, maar alleen maar door bekend te zijn, nou dan moet het voor mij niet zo moeilijk en dan

heb je kans dat ze ergere dingen gaan doen en dan heb je de problemen zelf gecreëerd door ze niet vooraf bij te sturen.

SP1: Maar zou je dan niet juist met jongens of meisjes praten die het hebben meegemaakt, dus die die keuze niet hebben gemaakt en die nu op zo'n punt staan van: joh wat moet ik nou eigenlijk? Dat je die personen pakt.

SP2: Ja. Daar is het initiatief ook uit voortgekomen hè, een mevrouw die in de administratieve sector terecht kwam en pas na een paar jaar dacht en daar tevreden mee was omdat ze van negen tot vijf geld moet verdienen doordeweeks en dacht, nou ja, dan is dit mijn lot. Totdat ze denken, maar ik wil eigenlijk kapster zijn.

SP1: Maar dat zijn dus de...

SP2: Waarom is er niet een cursus vooraf geweest die mij zei wat wil, waar, denk nou eens na over wie je bent en wat je nou het leukste vindt? Is dat, dan had ze geen administratieve baan genomen zei ze. Dan was ze meteen naar een kappersschool of naar een...

SP1: Ja precies echt kijken naar eigenschappen van jezelf, maar dat zijn dus, dat zijn wel ervaringen die je nu kan delen zeg maar.

SP2: Ja, maar die jongens die weten dat pas over vijftien jaar, over nee, over vijf jaar weten ze dat ze toen hadden moeten luisteren. Dus je, en als je dat weet, als je dat idee hebt en daar zeker van, en ik ben daar zeker van dat die jongens dat eigenlijk moeten hebben, ja dan moet je als initiatiefnemer gewoon doordouwen en misschien ja, zo'n voetballer, ik zie dan altijd, als copywriter heb je altijd het centrum van je doelgroep moet je altijd, daar moet je tegen praten als ik schrijf, dan hè, in, en dan neem ik zo'n voetballer die zo'n: ja, ik wil profvoetballer worden, ja of het lukt weet ik niet, maar ja. Ja als het niet lukt, ja dan word ik geen banketbakker of automonteur, daar heb ik geen zin in. Dus je moet toch vertellen: ja maar joh, wat doe jij nou thuis voor de lol? Wat vind je nou leuk? Ben jij in je buurt een aanvoerder van kinderen, als er kinderen bezig zijn op het voetbalveldje, zeg jij dan: kom op jongens, ik ga jullie eens even een traininkje geven of hé kleine vent, je doet heel leuk met die bal, maar kijk meer naar je tegenstander welke richting die op beweegt. Doe jij dat uit jezelf? En als die jongen dan zegt: ja, dat vindt, dat doe ik... Kijk, nou dan hebben we iets, dan zou je iets, in de richting van jeugdleider of moet je eens denken goh, moet ik daar niet iets mee.

SP1: Zo kun je dat allemaal gaan koppelen aan... ja.

SP2: Ik denk dat je, kijk mijn vader was nog ambtenaar bij de, op de ministeries en die had elke dag een frisse tegenzin om daarnaartoe te gaan, maar ja goed, het waren zware economische tijden, hij moest voor een gezin zorgen, dus hij deed het keurig. Ja. En hij is veertig jaar bij dezelfde, bij de overheid gebleven. En als je hem dan had gevraagd: vond je dat leuk? Mijn vader was een ontzettende, die had kalligrafie als hobby, weet je wel, van die prachtige, voor diploma's, het heette wel mooi schrijven, dat vond hij leuk, dat deed hij ook altijd met veel, als er iemand iets oh dan moet je Emmerik even laten doen, want die, nou dan vond mijn vader dat leuk om te doen. Deed hij met, misschien had hij dat moeten gaan doen. En mijn vader was heel goed met fijne techniek, met fijne, met elektriciteit, met horloges en klokken. En dat deed, als iemand klokje had wat niet deed, dan brachten ze dat naar mijn vader en dan zei hij: oh ja, wacht even dat doe ik morgen wel even. En dan haalde hij hem uit elkaar en dan zette hij hem en dan zei hij: alsjeblieft, doet het weer. Dus misschien had hij daar en technisch tekenen was hij goed in. Maar hij had veertig jaar de verkeerde baan.

SP1: Daar nooit wat mee gedaan.

SP2: En vanwege de, kijk vroeger hadden we natuurlijk in de vijftiger jaren en daarvoor had je een economische en een sociale dwang en een plichtsbesef, maar tegenwoordig heb je duizend keuzes.

SP1: Ja tuurlijk, je wordt zoveel aangeboden.

SP2: Duizend hulpmiddelen en studies. En we hebben dertigduizend opleidingen in Nederland, cursussen en opleidingen. Nou ga daar maar eens uit kiezen.

SP1: Ja, is heel breed.

SP2: Maar ga dan eerst eens bij jezelf kijken wat je nou uit jezelf doet. Er zijn mensen, ik denk dat er heel veel teken- en schildertalent blijft liggen, omdat mensen zeggen: ja...

SP1: Dat doe ik als een hobby, ja. Ja toch? Ja.

- SP2: En als ze het dan nog als een hobby doen, later, dan is het nog leuk ook. Want dan doen ze eens een tentoonstellinkje van de hobbyclub waar ze zitten en die zegt: oh we gaan alle schilderijtjes eens tentoonstellen. Nou leuk.
- SP1: Maar dan wordt er verder niks mee gedaan. Nee. Dat is een beetje de achterliggende gedachte. Oké. *Als laatste, waar zie jij, waar hoop jij Gilde Plus te zien over vijf jaar? Dus wat zijn dan de werkzaamheden, ja, wat zie jij het verschil met...*
- SP2: *Een door de Haagse overheid, gemeente, gerespecteerde partner in het ontwikkelen van die economie vanaf de basis. Dat de gemeente ziet dat ze niet alleen geld moeten uitgeven aan buitenlandse projecten. Deze gemeente heeft echt het idee dat als je nou maar veel buitenlandse bedrijven hier naartoe haalt, dat...*
- SP1: Dat dat goed voor de economie is.
- SP2: Ja. Elke expat zeggen ze ook hè altijd, dat was een D66 credo waar je altijd, wat bewezen onjuist is, maar D66 bleef het volhouden, elke expat die hier te werken, die hier in Den Haag komt te werken, zorgt voor twee banen van Hagenaars, dat is absoluut onbewezen en de mensen die er iets, onderzoek hebben, die zeggen: het is niet waar.
- SP1: Nee, kun je nagaan.
- SP2: Dus daar moeten we vanaf. Wij moeten in deze stad de Hagenaars economisch actief maken. Op kleinere en dan komt die grotere schaal, die komt vanzelf. Als een bedrijf Den Haag als, ik zeg altijd je moet als stad gastvrij zijn, maar je moet niet promoten in het buitenland: kom naar Den Haag. Wat heeft het voor zin? Elke stad zou dat in principe wel willen, nou als elke stad dat gaat doen, wat, wie gaat er dan nog, waar moet je dan naartoe? Zinloze exercitie.
- SP1: Mooi, een soort visie, dan ja.
- SP2: *Ik zou willen dat Den Haag over vijf jaar Gilde Plus als een gerespecteerde partner ziet en daar dan ook natuurlijk de financiële middelen voor, wanneer we dat nodig zouden*

hebben, vrijmaakt om, met de opdracht, ontwikkel die economie vanaf de basis, werkloze mensen, kansloze doelgroepen, kansloze groepen, of kansloos, kansarm. Dat je, en dan echt vanaf de basis, in de wijken, zoals wij het nu in principe al proberen.

SP1: Ja, zeker, zeker.

SP2: Want we hebben ze hier.

SP1: Werkzoekenden. ZZP'ers, werkzoekenden.

SP2: Maar dan breder en dat mensen ook ons weten te vinden natuurlijk, maar dat komt dan vanzelf, dat is nu nog onmogelijk.

SP1: Dan richt je je nog wel op de werkzoekenden en de, en dergelijken. Denk je niet dat de ondernemingen er meer betrokken bij moeten worden zoals...

SP2: Nee, de ondernemingen moeten de werkzoekende hier vinden. Kijk, nu hebben we de ondernemingen die Scheveningen sponsoren hè.

SP1: Ja, dat is wel de doelgroep van Gilde Plus.

SP2: Dat is nu de doelgroep, maar dat zou, dat mag veel breder en dat moet ook, maar ja, je moet, weet je, je kan beter ergens op één plek beginnen waardoor het verhaaltje zich verspreid. Dat zei ik tegen die Sanne, die brownies en cheesecake wil gaan verkopen, wil gaan maken, die wilde alle zaken in Den Haag berichten dat die dat kan leveren aan ze, toen zei ik: je zou een pilotstore moeten hebben, je zou één restaurant of bar moeten hebben waarin je het, waarmee je afspraken maakt en die kan je dan ook tot medepartner maken, dat ze tegen een, begin met lager tarief voor jou spullen, weet ik het kostprijs, dat ze er meer marge op maken, want je moet iemand altijd prikkelen om mee doen. En één winkel waar mensen dan vandaan komen, die zeggen: nou, die cheesecake is echt heel erg lekker, die is echt bijzonder.

SP1: Dat je het daar promoot.

- SP2: En dan ga je met dat verhaaltje, als dat drie maanden loopt, dan ga je naar het volgende café of restaurant en dan zeg je: hé luister eens, ik doe het daar, ga daar eens kijken, moet je eens, daar kan je het proeven. Kan ik jou ook leveren. En dan kan je...
- SP1: Anders wordt het te algemeen.
- SP2: Niemand gaat op een foldertje. Ik zie die foldertjes continu binnenkomen en ik, wij hebben ze zelf gemaakt en ik weet dat het, het kan helpen, maar...
- SP1: Het is niet de efficiënte manier om...
- SP2: Nee. Je moet een pilotstore hebben, je moet één en dat moeten wij, en daarom, bij ons is het ook belangrijk. Eén geslaagd goed project, waar het Algemeen Dagblad over bericht en gewoon...
- SP1: Met een persbericht.
- SP2: Dat is een idee zeg.
- SP1: Zouden we moeten gaan uitbreiden dan. Ja. Interessant.
- SP2: Ja, is ook alleen maar goed.
- SP1: Nou, leuk toch. Veel informatie van je Frits. Bedankt daarvoor!
- SP2: Geen dank, Tim! Succes verder!

Bijlage 9 Sponsorbestand SVV Scheveningen

Soort	Bedrijfsnaam	regio	branche	soort	aantal med
Bedrijf	ABIN accountants en adviseurs	Den Haag	diensten	financieel	15
Bedrijf	Alpina	Den Haag	detailhandel	Bloemen	6
Bedrijf	Artiesten Vervoer	Den Haag	diensten	vervoer	8
Bedrijf	ASN Nootdorp	Den Haag	autoservice	autoschade	8
Bedrijf	Asta Casino	Den Haag	amusement	leisure	50
Bedrijf	Autorijschool Charite	Den Haag	training/ cursus	autorijschool	2
Bedrijf	Baker, Tilly Berk Accountants & Belastingadviseur	Den Haag	diensten	financieel	30
Bedrijf	Beachzone	Den Haag	amusement	strandspelen	12
Bedrijf	Bedrijfweergezondplan/Hoornwijk Groep	Den Haag	diensten	financieel	30
Bedrijf	Behangparadijs	Den Haag	detailhandel	woninginrichting	12
Bedrijf	Bilderberg Europa Hotel	Den Haag	Horeca	Hotel	30
Bedrijf	Boekhandel Scheveningen	Den Haag	detailhandel	Boeken	6
Bedrijf	BooNooNooNoo's	Den Haag	Horeca	Strandtent	24
Bedrijf	Bouw Meesterschilders BV	Den Haag	Bouw	Schilders	8
Bedrijf	Braber gassen	Den Haag	detailhandel	Gasflessen	6
Bedrijf	BRI groep	Den Haag	Bouw	Techniek	50
Bedrijf	Cicekler Telecommunicatie	Den Haag	detailhandel	Communicatie/ telefoons	12
Bedrijf	Crazy Piano's	Den Haag	Horeca	Bar	26
Bedrijf	De Algemene Beglazing	Den Haag	Bouw	beglazing	6
Bedrijf	De Boeg BV Constructiewerken	Den Haag	Bouw	techniek/ staal	20
Bedrijf	De Graaf Bouwsupport	Den Haag	Bouw	calculatie en begeleiding	1
Bedrijf	De Haagsche Bakkerij B.V.	Den Haag	groothandel	brood en banket	6
Bedrijf	De Lens Optiek	Den Haag	detailhandel	Opticien	4
Bedrijf	De Pier	Den Haag	Horeca	amusement	50
Bedrijf	De Zoute Optimist	Den Haag	training/ cursus	zeilcursussen	6
Bedrijf	Deelman Daktechniek	Den Haag	bouw	loodgieter	24
Bedrijf	Bidfood	Den Haag	groothandel	levensmiddelen	24
Bedrijf	Delissen Martens Advocaten & Belastingadviseurs B.V.	Den Haag	diensten	advocaat	20
Bedrijf	Den Haag Topsport	Den Haag	Overheid	gemeente	8
Bedrijf	Di Sopra	Den Haag	Horeca	restaurant	12
Bedrijf	Dijkgraaf Advocaten	Den Haag	diensten	advocaten	8
Bedrijf	Domino Pizza	Den Haag	Horeca	bezorgen/ afhalen	100
Bedrijf	Dream Lounge	Den Haag	amusement	bar	8
Bedrijf	Dutch VR	Den Haag	Diensten	virtual reality	4
Bedrijf	Eco Wash	Den Haag	auto	autowassen	8
Bedrijf	F.K. Holland	Den Haag	groothandel	pallets	8
Bedrijf	FDL Onderhoud	Den Haag	Bouw	onderhoud	4
Bedrijf	Firma Stadhouders & Zn.	Den Haag	detailhandel	audio/ video/wit- en bruingoed	4
Bedrijf	Fishery Consultancy	Den Haag	visserij	diensten	2
Bedrijf	FishFactory	Den Haag	visserij	diensten	2
Bedrijf	FJ Snacks	Den Haag	groothandel	snacks	8
Bedrijf	Free Kick Sport	Den Haag	detailhandel	sportartikelen	12
Bedrijf	GAI	Den Haag	diensten	financieel	1
Bedrijf	Galladio Fashion	Den Haag	groothandel	bedrijfskleding	6
Bedrijf	GAPS Photography	Den Haag	diensten	fotograaf	2
Bedrijf	Gebroeders Ammerlaan	Den Haag	detailhandel	poelier	8
Bedrijf	Gebroeders De Jong	Den Haag	Diensten	personenvervoer	4
Bedrijf	Geo Oliehandel	Den Haag	groothandel	Olie voor schepen	4
Bedrijf	Gerechtsdeurwaarders vd Velde en v Hal	Den Haag	diensten	financieel	8
Bedrijf	Glazenwassersbedrijf Vrind	Den Haag	diensten	schoonmaak	2
Bedrijf	Grand Café Victoria	Den Haag	Horeca	bar/restaurant	10
Bedrijf	Grand Food bv	Den Haag	Producent	Italian food	20
Bedrijf	Groentenboer Nobel	Den Haag	detailhandel	AGF	4
Bedrijf	Haagclean Products BV	Den Haag	groothandel	schoonmaakmiddelen	8
Bedrijf	Haaglanden Bouwadvies	Den Haag	Bouw	Advies	4
Bedrijf	Haagmedia	Den Haag	uitgeverij	kranten	8
Bedrijf	Handelsmaatschappij Maritiem	Den Haag	visserij	maritieme artikelen	8
Bedrijf	Healthy Talent	Den Haag	diensten	werving en selectie	4
Bedrijf	Hesv Aquaculture B.V.	Den Haag	visserij	vis systemen	4
Bedrijf	Het Timmerteam	Den Haag	bouw	timmerwerken	4
Bedrijf	Het Verhuizteam	Den Haag	diensten	verhuizen	12

Bedrijf	Hofman Sportprijzen	Den Haag	detailhandel	sportprijzen	1
Bedrijf	Hofstad Security	Den Haag	diensten	beveiliging	60
Bedrijf	Hoogendoorn Bouw	Den Haag	bouw	aannemer	4
Bedrijf	Hotel Mimosa	Den Haag	Horeca	Hotel	16
Bedrijf	Impulz Mode	Den Haag	detailhandel	mode	6
Bedrijf	Inbalco BV	Den Haag	detailhandel	houtproducten import	2
Bedrijf	Intension	Den Haag	sportschool	sportschool	12
Bedrijf	Jac Den Dulk en zonen	Den Haag	visserij	haringhandel	20
Bedrijf	JacsonB.V.	Den Haag	visserij	rederij	20
Bedrijf	Jan Brand Groente en Fruit	Den Haag	detailhandel	AGF	6
Bedrijf	Joop de Korte Verhuur	Den Haag	diensten	verhuur horeca	8
Bedrijf	Kapsalon @uZz	Den Haag	detailhandel	kapsalon	6
Bedrijf	kinderdagverblijf de Rakkers	Den Haag	diensten	kinderopvang	20
Bedrijf	Koemans Catering	Den Haag	horeca	catering	4
Bedrijf	Korrekt Aannemersbedrijf	Den Haag	bouw	aannemer	2
Bedrijf	Kozijn Service Nederland B.V.	Den Haag	bouw	kozijnen	20
Bedrijf	Lammertink Bouwbedrijf	Den Haag	bouw	projecten	40
Bedrijf	Loodgietersbedrijf T. Ammeraal @ Zn.	Den Haag	bouw	loodgieter	4
Bedrijf	Makelaarshuis	Den Haag	makelaar	makelaar	4
Bedrijf	Mario's Tackle	Den Haag	detailhandel	sportvisser's artikelen	4
Bedrijf	Mastermate VBT Groep Den Haag	Den Haag	detailhandel	bouwmaterialen	8
Bedrijf	MC Kurhausweg BV	Den Haag	Horeca	Mac Donald	10
Bedrijf	Misset Auto's B.V.	Den Haag	detailhandel	auto	2
Bedrijf	Monuta	Den Haag	diensten	uitvaart	4
Bedrijf	Nelisse Makelaarsgroep	Den Haag	makelaar	makelaar	6
Bedrijf	Oele Mode	Den Haag	detailhandel	mannenmode	4
Bedrijf	Onderhoudsbedrijf P. de Klerck & Loe Hartman VOF	Den Haag	bouw	onderhoud	2
Bedrijf	Onno DAK	Den Haag	diensten	kinderopvang	30
Bedrijf	Pannekoekenhuisje Scheveningen	Den Haag	Horeca	restaurant	10
Bedrijf	Pedicure Salon Marion	Den Haag	diensten	voetverzorging	1
Bedrijf	Peukie's Beachclub	Den Haag	Horeca	Strandtent	24
Bedrijf	Strandpaviljoen Veronica	Den Haag	Horeca	Strandtent	24
Bedrijf	Strandpaviljoen WHOOSAH	Den Haag	Horeca	Strandtent	24
Bedrijf	Strik Strida	Den Haag	bouw	aannemer	8
Bedrijf	SunCare	Den Haag	diensten	zoonestudio	6
Bedrijf	Taal Belastingadviseurs	Den Haag	diensten	belastingadviseur	6
Bedrijf	Team Intro	Den Haag	diensten	Payroll	100
Bedrijf	Team Vier	Den Haag	diensten	markt- en opinieonderzoek	4
Bedrijf	The Online Factory	Den Haag	diensten	online marketing	3
Bedrijf	Total Air Care	Den Haag	bouw	luchtbewerking	12
Bedrijf	Van Bommel Van Vloten Kozijntechniek	Den Haag	bouw	kozijntechnieken	24
Bedrijf	Van den Oever bouwadvies	Den Haag	bouw	bouwadvies	1
Bedrijf	Van der Hak timmerwerken	Den Haag	bouw	timmerwerken	2
Bedrijf	Van der Pot en Zonen	Den Haag	diensten	verhuizen	12
Bedrijf	Van der Zwan Advocaten	Den Haag	diensten	advocatuur	4
Bedrijf	Van Ginderen Installatiebureau	Den Haag	bouw	electra	20
Bedrijf	Van Leersum Dranken B.V.	Den Haag	groothandel	dranken	12
Bedrijf	Van Vliet Contrans	Den Haag	diensten	vuilverwerking	60
Bedrijf	Veele Services	Den Haag	diensten	beveiliging en schoonmaak	2
Bedrijf	Veldkamp Wassen en Stomen	Den Haag	diensten	wassen en stomen kleding	3
Bedrijf	Verkeersschool Philippo	Den Haag	diensten	rijkschool	8
Bedrijf	Visfactory Scheveningen	Den Haag	diensten	schepen lossen	4
Bedrijf	Visgroothandel H. van Wijk	Den Haag	groothandel	vis	4
Bedrijf	Vishandel Atlantic	Den Haag	groot- en detail	vis	30
Bedrijf	Vishandel Simonis	Den Haag	Horeca	restaurant	10
Bedrijf	Visserij Mij. W van der Zwan & Zonen B.V.	Den Haag	rederij	visserij	100
Bedrijf	VOF Drie Gebroeders	Den Haag	visserij	schip	3
Bedrijf	Vrolijk Special Cleaning bv	Den Haag	diensten	schoonmaak	20
Bedrijf	Wibu Autoschade Bv	Den Haag	auto	schadebedrijf	8
Bedrijf	Wim Roos Timmer en Onderhoudsbedrijf	Den Haag	bouw	onderhoud	1
Bedrijf	Wolters Housing B.V.	Den Haag	makelaar	makelaar	4
Bedrijf	Zarautz	Den Haag	Horeca	restaurant	10

Bijlage 10 Huidige afnemers

Huidige ledenbestand Gilde Plus SVV Scheveningen

m	Ron	Kleijn	0651302923		Ron@gildeplus.nl	SVV GildePlus lid
m	Jaap	Lageman	0614418775		jaap@gildeplus.nl	SVV GildePlus lid
m	Jacques	Giesbertz	0648336765		jacques@gildeplus.nl	SVV GildePlus lid
m	Jeroen	Ros	0613265128	0703645365	westhoog@ziggo.nl	SVV GildePlus lid
m	Ernst	Andeweg	0618436555		ernst@andeweg.nu	SVV GildePlus lid
m	Jean	Quist	0657882509		jean.quist@gmail.com	SVV GildePlus lid
m	Arie	van Berkel	(06) 12 94 65 18		a.van.berkel25@kpnplanet.nl	SVV GildePlus lid
v	Daisy	Leslelok	0615296687		daisy.lechelok@gmail.com	SVV GildePlus lid
v	Jill	van Calsteren			info@de-scheveninger.nl	SVV GildePlus lid
m	Patrick	Den Heijer	+31 6 33 72 66 33		info@de-scheveninger.nl	SVV GildePlus lid
v	Miranda	Rog			info@de-scheveninger.nl	SVV GildePlus lid
v	Merel	Fisher	+31 6 51 15 77 52		merel@merlemps.com	SVV GildePlus lid
v	Sohely	de Roon	0638649652		sohelyderoon@hotmail.com	SVV GildePlus lid
m	Frits	Emmerik	(06) 53 92 21 37	+31 70 361 55 11	dze@communicatiekunsten.nl	SVV GildePlus lid
v	Fleur	van Rijn	(06) 24 16 42 72		florijna21@hotmail.com	SVV GildePlus lid
m	Sjoerd	Scheffer	(06) 11 47 04 72		sjoerd@trashurehunt.org	SVV GildePlus lid

Facturen overzicht commerciële opdrachten

	Basisschool Max Velthuijs.pdf	10 september 2017 14:56
	Basisschool Max Velthuijs.xlsx	10 september 2017 14:52
	Commerciële facturen.xlsx	8 mei 2018 14:18
	Gemeente Den Haag Dienst SZW-2.pdf	14 december 2017 13:10
	Gemeente Den Haag Dienst SZW.pdf	29 september 2017 16:20
	Gemeente Den Haag Dienst SZW.xlsx	14 december 2017 13:09
	Görtz en Crown 2018-014.pdf	8 mei 2018 14:13
	Görtz en Crown.pdf	29 november 2017 15:49
	Görtz en Crown.xlsx	8 mei 2018 14:31
	Simpel Concept.pdf	3 december 2017 15:05
	Simpel Concept.xlsx	3 december 2017 15:05

Competenties Gilde leden

Onderstaande gegevens zijn verkregen uit diepte-interviews met leden van Gilde Plus SVV Scheveningen, een verstuurde mail binnen het ledenbestand en LinkedInpagina's.

Gilde Lid	Persoonlijke competenties	Zakelijke competenties	Taken en Betrokkenheid
Jacques Giesbertz	Coachen, creatief, initiatiefrijk persoonlijke begeleiding, geduldig, netwerkelijk	Projectmanagement, pr, communicatie, duurzaamheid, administratie, conceptontwikkeling, MVO	Kernteam, hoge betrokkenheid
Ronald Kleijn	Initiatiefrijk, netwerkelijk, creatief, probleemoplossend, planmatig, behulpzaam	Coachen, adviseren, organiseren, presenteren, projectmanagement, administratie, financiën, management, sales	Kernteam, hoge betrokkenheid
Jaap Lageman	Initiatiefrijk, betrokken, positief, probleemoplossend, creatief, planmatig, behulpzaam	Projectmanagement, marketing- en communicatie, strategie, zakelijke dienstverlening, administratie, sales, conceptontwikkeling. MVO	Kernteam, hoge betrokkenheid
Daisy Lechelok	Creatief, probleemoplossend, planmatig	Communicatie, Projectmanagement, schrijven	Ondernemend uit de bijstand, Estelle Ladies & Little diva's paleis, normale betrokkenheid
Ernst Andeweg	Creatief, probleemoplossend, breed georiënteerd	Hbo-personeel en organisatie, Bedrijfskunde, met name economisch. HR-manager geweest, technisch.	Project "Leergilde", normale betrokkenheid
Merel Fisher	Creatief, behulpzaam, planmatig	Evenementen, communicatie, organiseren	Ondernemers/ZZP- dienstverlening, normale betrokkenheid
Jeroen Ros	Creatief, behulpzaam, rustig	Communicatie, schriftelijk, beeldmateriaal, techniek	Project "MagaZien", normale betrokkenheid
Jean Quist	X	Communicatie, schriftelijk, copy-write, beeldmateriaal, journalistiek, techniek	Project "MagaZien", normale betrokkenheid
Arie van Berkel	Behulpzaam,	Techniek, inkopen, facility, organiseren, evenementen	Maatschappelijke projecten, normale betrokkenheid
Jill van Casteren	Planmatig, communicatief, behulpzaam, open	Schrijven, vormgeving, communicatie, media- keuzes,	De krant: De Scheveninger, normale betrokkenheid

Patrick Den Heijer	Initiatiefrijk, betrokken, behulpzaam, netwerkelijk, creatief	Schrijven, vormgeving, communicatie,	De krant: De Scheveninger, normale betrokkenheid
Miranda Rog	Creatief, sociaal, initiatiefrijk, betrokken	Schrijven, vormgeving, communicatie,	De krant: De Scheveninger, normale betrokkenheid
Sohely de Roon	X	X	Maatschappelijke projecten, normale betrokkenheid
Fleur van Rijn	Initiatiefrijk, behulpzaam	Administratief, financiën, communicatie	Ondernemend uit de bijstand, Ondernemers/ZZP-dienstverlening, normale betrokkenheid
Sjoerd Scheffer	Sociaal, maatschappelijk, creatief, communicatief sterk	MVO, Sales, techniek, communicatie, marketing, inkoop, administratie	Trashure Hunt/Gilde Plus, normale betrokkenheid
Frits Emmerik	Communicatief sterk, creatief, sociaal,	Schrijver, Copy-writing, marketing-communicatie, sales, communicatie, journalist, sales	Project "Leergilde". Project "MagaZien", normale betrokkenheid

Mail die verstuurd is om competenties Gilde leden te achterhalen

Beste Gildeleden,

Ik ben Tim Kleijn, student Commerciële Economie aan de Hogeschool Leiden. Voor mijn afstudeeropdracht ben ik bezig met een onderzoeksrapport in dienst van Gilde Plus SVV Scheveningen.

In mijn onderzoeksrapport komt mede de interne analyse naar voren. Voor deze analyse heb ik wat interne inzichten nodig. Hiervoor kan ik jullie hulp goed gebruiken. Mijn vraag is of jullie een korte profielschets kunnen maken met daarin minimaal jullie vaardigheden, eigenschappen en achtergronden. Onderaan deze mail staat een voorbeeld hoe zo'n schets eruit kan zien. Deze schetsjes geven een goed beeld van welke competenties er allemaal "in huis" zijn. En dus welke competenties er beschikbaar zijn voor opdrachtgevers.

Ik ontvang de schetsjes graag z.s.m. via tim_kleijn@hotmail.com
Alvast hartelijk dank voor jullie medewerking!

Met vriendelijke groet,
Tim Kleijn

Bijlage 11 Begroting Gilde Plus SVV Scheveningen

Overzicht opbrengsten (screenshot Excel bestand)

Opbrengsten	jaar 1	jaar 2	jaar 3						
Lidmaatschap	€ 9.000,00	€ 9.000,00	€ 9.000,00						
€ 150,- p.p. per jaar									
Fee uit opdrachten									
Commerciële opdrachten	€ 6.000,00	€ 10.000,00	€ 14.000,00						
Maatschappelijke opdrachten	€ 5.000,00	€ 6.500,00	€ 8.000,00						
Eigen inbreng arbeid	€ 10.400,00	€ 11.500,00	€ 11.500,00	€	33.400,00				
Ruimte sponsoring	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€	12.000,00				
						€ 45.400,00			
Totaal	€ 34.400,00	€ 41.000,00	€ 46.500,00						
	jaar 1	jaar 2	jaar 3						
Opbrengsten	€ 34.400,00	€ 41.000,00	€ 46.500,00						
Kosten	€ 92.800,00	€ 85.500,00	€ 85.000,00	€	263.300,00				
tekort	€ 58.400,00-	€ 44.500,00-	€ 38.500,00-			€ 141.400,00-			
Verzoek:									
Bijdrage RABO Den Haag	€ 10.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€	20.000,00				
Bijdrage Fonds 1818	€ 8.500,00	€ 5.000,00	€ 1.500,00	€	-				
Bijdrage SSS	€ 5.000,00	€ 2.250,00	€ 1.000,00	€	8.250,00				
Bijdrage SIOS	€ 5.000,00	€ 2.250,00	€ 1.000,00	€	8.250,00				
Subsidie gemeente Den Haag	€ 29.900,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€	89.900,00				
	€ 58.400,00	€ 44.500,00	€ 38.500,00			126.400			

Overzicht kosten (screenshot Excel bestand)

Ontwikkelingskosten	€ 18.000,00		€ 12.500,00		€ 10.000,00				
(o.a. overleg, plannen, werven)									
Operationele kosten	€ 23.600,00		€ 24.500,00		€ 25.500,00				
(o.a. plannen, begeleiden, aanwezigheid)									
Locatiekosten	€ 14.500,00		€ 14.500,00		€ 14.500,00				
Facilitair		€ 6.000,00		€ 7.000,00		€ 8.000,00			
Creëren/ uitbreiden werkplekken		€ 5.000,00		€ 5.000,00		€ 3.800,00			
Aanschaf/ vervanging technische mogelijkheden		€ 2.300,00		€ 1.300,00		€ 1.200,00			
Communicatie overeenkomsten		€ 1.200,00		€ 1.200,00		€ 1.500,00			
Voorzieningen	€ 5.000,00		€ 2.500,00		€ 2.500,00				
Printer		€ 1.250,00		€ 250,00		€ 250,00			
Aanleg WIFI		€ 750,00							
kantoorartikelen		€ 1.000,00		€ 1.250,00		€ 1.500,00			
Video apparatuur		€ 2.000,00		€ 250,00		€ 250,00			
Onvoorziene ontwikkelingen				€ 1.000,00		€ 500,00			
Externe advisering	€ 5.000,00		€ 5.000,00		€ 5.000,00				
	€ 11.500,00		€ 9.000,00		€ 8.000,00				
Marketing	€ 9.000,00		€ 9.000,00		€ 9.000,00				
Evaluaties	€ 3.000,00		€ 4.500,00		€ 5.500,00				
Advies en onvoorzien	€ 3.200,00		€ 4.000,00		€ 5.000,00				
Totaal	€ 92.800,00		€ 85.500,00		€ 85.000,00				

Bijlage 12 Inkomsten afgelopen boekjaar

Rekeningoverzicht Gilde Plus

REKENINGKAARTJE

PK/PK

Administratie
MVL37364 SVV SCHEVENINGEN

Rekening
1240 SVV Gilde Plus

Boekjaar Periode
2017/2018 0 t/m 12 Blad: 1

Volgnr	Balanssaldo		Vorig Saldo		Jaartotalen	
	debet	credit	debet	credit	debet	credit
0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Datum	Per	Dgb	Srt	Tran	Boek	Omschrijving	Kpl	Dossier	debet	credit	C A S	Btw-bedrag
31-08-2017	0	B	M	0001	15	Balans 16/17			0,00	12.725,62		
21-09-2017	0	B	M	0002	1	gpLUS vipTAFEL ajax 0908			1.500,00	0,00		
31-07-2017	1	AB	B	0001	2	GP1, kosten 2e kwart. 2017			15,98	0,00		
31-07-2017	1	AB	B	0001	3	GP1, contr. E. Andeweg 001			0,00	20,66		
31-07-2017	1	AB	B	0001	4	GP1, contr. J. Ros 005			0,00	61,98		
31-07-2017	1	AB	B	0001	7	GP1, contr. EB-werkt 004			0,00	1.000,00		
31-07-2017	1	AB	B	0001	9	GP1, J. Lageman juli			1.600,00	0,00		
31-07-2017	1	M	M	0005	2	GP, VIP-tafel ADO			1.000,00	0,00		
31-07-2017	1	M	M	0007	3	GP huur juli			1.000,00	0,00		
28-08-2017	2	AA	B	0008	4	Ra4, BuzzyC. juli			800,00	0,00		
31-08-2017	2	AA	B	0009	8	Ra5, St. IONA <i>(max)</i>			0,00	2.500,00		
31-08-2017	2	AB	B	0002	2	GP2, AvBerke17/007			0,00	41,32		
31-08-2017	2	AB	B	0002	4	GP2, A. Vrieswijk 17/010			0,00	20,66		
31-08-2017	2	K	K	0002	29	K8, Jumbo 22/8			22,90	0,00		
28-08-2017	2	M	M	0008	26	huur GP aug.			1.000,00	0,00		
25-09-2017	3	AA	B	0012	4	Ra6, BPC aug.			600,00	0,00		
25-09-2017	3	AA	B	0012	6	Ra6, BuzzyC. aug.			800,00	0,00		
25-09-2017	3	AA	B	0012	11	Ra6, EB-werkt aug.			600,00	0,00		
30-09-2017	3	AB	B	0003	3	GP3, Uitg. den Heyer 012			0,00	150,00		
30-09-2017	3	AB	B	0003	5	GP3, BPC contr. 003			0,00	1.000,00		
30-09-2017	3	M	M	0014	13	GP huur sept.			1.000,00	0,00		
13-10-2017	4	AA	B	0018	13	Ra8, BuzzyChain sept.			800,00	0,00		
13-10-2017	4	AA	B	0018	15	Ra8, BPC sept.			1.316,25	0,00		
13-10-2017	4	AA	B	0018	17	Ra8, EB-werkt sept.			1.316,25	0,00		
31-10-2017	4	AB	B	0004	2	GP4, bankkosten 3e kwart. 17			17,83	0,00		
31-10-2017	4	AB	B	0005	2	GP4, den Heijer Uitg. 015			0,00	150,00		
31-10-2017	4	AB	B	0005	4	GP4, Magazien 011			0,00	175,00		
31-10-2017	4	AB	B	0005	6	GP4, Magazien 013			0,00	200,00		
31-10-2017	4	AB	B	0005	8	GP4, J. Ros 4e kwart. 020			0,00	61,98		
31-10-2017	4	AB	B	0005	10	GP4, E. Andeweg 4e kw. 017			0,00	61,98		
31-10-2017	4	AB	B	0005	12	GP4, E. Andeweg 3e kw. 002			0,00	61,98		
30-10-2017	4	K	K	0005	28	K34, Zarautz bespr. 13/10			24,06	0,00		
30-10-2017	4	M	M	0021	8	oktober huur			1.000,00	0,00		
30-11-2017	5	AB	B	0006	2	GP5, van RaBo subs			0,00	5.000,00		
30-11-2017	5	AB	B	0006	3	GP5, den Heyer Uitg.			0,00	150,00		
30-11-2017	5	AB	B	0006	5	GP5, EB-werkt okt.			1.316,25	0,00		
30-11-2017	5	AB	B	0006	7	GP5, dekl. Buzzy			65,98	0,00		
30-11-2017	5	AB	B	0006	8	GP5, BuzzyCh. oktober			1.755,00	0,00		
30-11-2017	5	AB	B	0006	10	GP5, BPC okt.			1.316,25	0,00		
30-11-2017	5	K	K	0008	41	K48, gebak wagens winst DDD			42,25	0,00		
16-11-2017	5	M	M	0022	2	GP tr. kamp bijdrage			500,00	0,00		
24-11-2017	5	M	M	0023	1	Gilde Plus huur nov.			1.000,00	0,00		
30-11-2017	5	RaAB	B	0009	10	RaP5, Staples iem. machine			66,81	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0007	2	GP6, nr. 023 <i>(68000 & 69000)</i>			0,00	500,00		
14-12-2017	6	AB	B	0007	4	GP6, nr. 024 <i>(sp. taf. 1)</i>			0,00	4.966,57		
14-12-2017	6	AB	B	0007	6	GP6, 1e deel DDD			0,00	8.000,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	2	GP6, Knippenburg badges Sp. taf.			100,00	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	4	GP6, EB-werkt nov.			1.741,25	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	6	GP6, BuzzyCh. nov.			1.755,00	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	8	GP6, BuzzyCh. Mag./Sp. tafel			260,00	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	10	GP6, B. Muijs Sp. tafel			1.500,00	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	12	GP6, BPC nov.			1.316,25	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	14	GP6, M. Bloem wordkshop			212,50	0,00		
14-12-2017	6	AB	B	0008	16	GP6, BPC Sp. tafel			1.062,50	0,00		

28-12-2017	6	M	M	0035	8	GP huur dec.	1.000,00	0,00
31-12-2017	6	M	M	0038	4	GP dec. EB-werkt	1.316,25	0,00
31-01-2018	7	AB	B	0010	2	GP8, Berkouw 026	0,00	41,32
31-01-2018	7	AB	B	0010	4	GP8, F.Emmerik ?	0,00	25,00
31-01-2018	7	AB	B	0010	5	GP8, subs Leergilde Plus	0,00	8.000,00
31-01-2018	7	AB	B	0010	6	GP8, v.Berkel 021	0,00	61,98
31-01-2018	7	AB	B	0011	2	GP8, EBWerk jan.	1.316,25	0,00
31-01-2018	7	AB	B	0011	4	GP8, kosten 4e kwart.	22,16	0,00
31-01-2018	7	AB	B	0011	5	GP8, BPC jan.	1.316,25	0,00
31-01-2018	7	AB	B	0011	7	GP8, Andeweg adv. leergildepro	1.000,00	0,00
31-01-2018	7	AB	B	0011	9	GP8, Andeweg adv. leergildepro	100,00	0,00
31-01-2018	7	K	K	0010	34	K07, gebak 23/1	21,46	0,00
31-01-2018	7	K	K	0010	43	K67, Gamma 2 st.dozen	8,25	0,00
31-01-2018	7	K	K	0010	45	K67, RestLdiSopra 16/1	66,84	0,00
31-01-2018	7	M	M	0041	5	GP huur jan.	1.000,00	0,00
31-01-2018	7	M	M	0042	5	kom. EBwerkt dec 2x	0,00	1.316,25
28-02-2018	8	AB	B	0012	2	GP9, Uitg.De Schev.jan.	0,00	150,00
28-02-2018	8	AB	B	0012	4	GP9, F.Emmerik febr.	0,00	20,66
28-02-2018	8	AB	B	0012	6	GP9, subs.Buurbibl.	0,00	22.275,00
28-02-2018	8	AB	B	0013	2	GP9, EBwerkt, jan.	600,00	0,00
28-02-2018	8	AB	B	0013	4	GP9, BPC jan.	1.150,00	0,00
28-02-2018	8	AB	B	0013	6	GP9, BuzzyCh. jan.	1.755,00	0,00
28-02-2018	8	AB	B	0013	8	GP9, Buzz lunch 30/1	15,00	0,00
28-02-2018	8	AB	B	0013	9	GP9, deSchev. flyers/visitek.	248,25	0,00
28-02-2018	8	M	M	0045	5	huur febr. GP	1.000,00	0,00
28-02-2018	8	M	M	0045	7	div. kosten febr.	300,00	0,00
31-03-2018	9	AB	B	0014	3	GP10, BPC febr.	1.150,00	0,00
31-03-2018	9	AB	B	0014	5	GP10, eb-werkt febr.	600,00	0,00
31-03-2018	9	AB	B	0014	7	GP10, BuzzyCh. febr.	545,00	0,00
31-03-2018	9	AB	B	0014	9	GP10, H. Sportafel 17/11	1.444,31	0,00
31-03-2018	9	AB	B	0014	11	GP10, Adv.Andeweg febr.	500,00	0,00
31-03-2018	9	AB	B	0014	13	GP10, BuzzyC. maart	1.150,00	0,00
31-03-2018	9	AB	B	0014	15	GP10, H.Emmerik maart	0,00	25,00
26-03-2018	9	M	M	0048	8	GP huur maart	1.000,00	0,00
26-03-2018	9	M	M	0048	10	GP maart div.org.	300,00	0,00
30-04-2018	10	AA	B	0053	5	Ra28, subs Duurzaamheid	0,00	4.900,00
30-04-2018	10	AB	B	0015	2	GP11, vBerkel 005	0,00	61,98
30-04-2018	10	AB	B	0015	4	GP11, Berkow 004	0,00	61,98
30-04-2018	10	AB	B	0015	6	GP11, Uitg.d.Heyer 002	0,00	150,00
30-04-2018	10	AB	B	0015	8	GP11, Emmerik 1/3 006	0,00	20,66
30-04-2018	10	AB	B	0015	10	GP11, J.Ros 007	0,00	61,98
30-04-2018	10	AB	B	0015	12	GP11, Andeweg 008	0,00	61,98
30-04-2018	10	AB	B	0015	14	GP11, Uitg.d.Heijer 003	0,00	150,00
30-04-2018	10	AB	B	0016	2	GP11, 1e kwart.	20,17	0,00
30-04-2018	10	AB	B	0016	3	GP11, Boxx host	180,00	0,00
30-04-2018	10	AB	B	0016	5	GP11, BPC maart	1.150,00	0,00
30-04-2018	10	AB	B	0016	8	GP11, Solektief jan/maart	2.570,00	0,00
30-04-2018	10	K	K	0015	11	K99, Hoogvliet div. 24/4	21,51	0,00
30-04-2018	10	K	K	0015	13	K99, Zoet&Zout 3/4	14,34	0,00
30-04-2018	10	M	M	0058	8	GP huur april	1.000,00	0,00
30-04-2018	10	M	M	0058	10	GP april div.	300,00	0,00
31-05-2018	11	AB	B	0017	2	GP12, BuzzyC. april	1.150,00	0,00
31-05-2018	11	AB	B	0017	5	GP12, BPC april	1.150,00	0,00
31-05-2018	11	AB	B	0017	7	GP12, Solektief april	1.150,00	0,00
31-05-2018	11	AB	B	0018	2	GP12, S.Scheffer maart	0,00	22,94
31-05-2018	11	AB	B	0018	4	GP12, 014 workshopNanny (G'd'at 2 (aow))	0,00	500,00
31-05-2018	11	AB	B	0018	6	GP12, F.Emmerik mei	0,00	25,00
31-05-2018	11	AB	B	0018	7	GP12, den Heijer april	0,00	150,00
24-05-2018	11	M	M	0059	8	GP huur mei	1.000,00	0,00
24-05-2018	11	M	M	0059	10	GP mei div.	300,00	0,00

VolgNr	Nieuw Saldo		Jaartotalen		Saldo mutaties	
	debet	credit	debet	credit	debet	credit
120	0,00	11.225,62	57.719,36	72.382,51	0,00	25.888,77

Inkomsten 2017-2018 gecategoriseerd

Inkomsten 2017-2018					
Contributies	Subsidies		Commerciele Inkomsten		
€ 20,66	Maex	€ 2.500,00	Magazien	€ 175,00	
€ 61,98	Rabo	€ 5.000,00	Magazien	€ 200,00	
€ 1.000,00	DDD-Award	€ 8.000,00	Görtz & Crown	€ 500,00	
€ 41,32	Gemeente Den Haag	€ 9.966,67	Sporttafel	€ 4.966,57	
€ 20,66	Stichting Initiatieven Op Scheveningen	€ 8.000,00	Görtz & Crown	€ 500,00	
€ 150,00	Gemeente Den Haag	€ 22.275,00			
€ 1.000,00	Gemeente Den Haag	€ 4.900,00			
€ 150,00					
€ 61,98					
€ 61,98					
€ 61,98					
€ 150,00					
€ 20,66					
€ 150,00					
€ 41,32					
€ 41,32					
€ 25,00					
€ 61,98					
€ 150,00					
€ 20,66					
€ 25,00					
€ 61,98					
€ 61,98					
€ 150,00					
€ 20,66					
€ 61,98					
€ 61,98					
€ 150,00					
€ 22,94					
€ 25,00					
€ 150,00					
€ 4.083,02		€ 60.641,67		€ 6.341,57	€ 71.066,26
6%		85%		9%	

Bijlage 13 Business Canvas model

Toelichting op het Business Canvas model van Gilde Plus.

1. Klantsegmenten: Gilde Plus richt zich op verschillende klantsegmenten. De klantsegmenten bestaan uit; werkzoekenden, werkenden, ZZP'ers, bedrijven, overheid(instanties) en fondsen.

2. Waarde propositie: De waarde propositie van Gilde Plus bestaat uit meerdere aspecten, namelijk; kennis delen (tijd en geld besparend), arbeidsplaatsen creëren, samenwerken, ondernemerschap stimuleren, inhoudelijk/zakelijke waarde toevoegen en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

3. Kanalen: De communicatiekanalen van Gilde Plus zijn social media, de website en pr (flyers, posters etc.) Deze kanalen zet Gilde Plus voornamelijk in om mensen te bereiken. De verkoopkanalen van Gilde Plus bestaan uit; het clubgebouw van SVV Scheveningen (fysiek), de gemeente Den Haag en het UWV. Via deze kanalen worden de diensten van Gilde Plus aangeboden.

4. Klanten relaties: Gilde Plus houdt om de week een leden bijeenkomst. Hiermee blijven leden van elkaar op de hoogte en kan er kennis worden gedeeld. Voor opdrachtgevers geldt dat Gilde Plus periodiek verslag legt met deze partijen. Dit kan zowel schriftelijk als mondeling zijn. Hierdoor kan de klant de werkzaamheden in de gaten houden en blijft hij/zij betrokken.

5. Inkomstenstromen: De inkomstenstromen bestaan uit contributiegelden, commercie, subsidies en fondsen. Uit bijlage 11.2 blijkt dat de inkomstenverhouding van het afgelopen jaar bedraagt:

Contributie: €4.083,02	= 6 %	
Commercie: €6.341,57	= 9%	
Subsidies en fondsen: €60.641,67	= 85%	+

Totaal	€71.066,26	= 100%

6. Belangrijkste hulpmiddelen:

- Gilde-leden; de leden worden ingezet voor opdrachten en projecten.
- Fysieke ruimte; het clubgebouw van SVV Scheveningen dient als werkplek, leerplek en ontmoetingsplek. Tevens worden vanaf deze locatie alle werkzaamheden en projecten aangestuurd. Wekelijks zijn er op deze locatie Gilde-leden aanwezig. Om de week vindt er op deze locatie een ledenbijeenkomst plaats.
- Infrastructuur; Gilde Plus is goed bereikbaar. Alle wegen zijn toegankelijk en de locatie is goed vindbaar.
- Voorzieningen; vanaf de locatie van Gilde Plus kunnen er veel voorzieningen worden getroffen. Er kan gebruikt worden gemaakt van alle voorzieningen die de vereniging SVV Scheveningen te bieden heeft. De voorzieningen bestaan bijvoorbeeld uit; velden, keuken, koelingen, bar, meubels etc.

- Communicatiemiddelen;
- Inkomstenstromen; zonder inkomsten is het voor Gilde Plus onmogelijk om voort te bestaan. Zonder bovenstaande hulpmiddelen

7. Kernactiviteiten:

- Coaching en begeleiding (leerplek)
- Flex/werkplekken (werkplek)
- Netwerken (ontmoetingsplek)
- Workshops/ inspiratiesessies (leerplek)
- Conceptontwikkeling -> de projecten

In het logo van Gilde Plus komen de werkplek, leerplek en ontmoetingsplek naar voren:



8. Sleutelpartners:

- SVV Scheveningen; Gilde Plus is onderdeel van deze vereniging.
- 150 sponsors van SVV Scheveningen; deze bedrijven worden gezien als het netwerk van de onderneming.
- Ondernemersnetwerken (businessclubs); leden van Gilde Plus zijn lid van/bezoeken ondernemersnetwerken. Hier worden nieuwe contacten gelegd.
- UWV; via het UWV worden er mensen die langs de kant staan aangeleverd. Zo worden werkzoekenden weer aan werk geholpen.
- Gemeente Den Haag; ook via de gemeente worden er mensen die langs de kant staan aangeleverd.

9. Kostenstructuur:

- Huurkosten; er wordt aan de vereniging huur betaald om gebruik te mogen maken van de fysieke ruimtes en voorzieningen.
- Variabele kosten;
 - declaraties van gemaakte uren door Gilde leden
 - materiele kosten voor flyers, posters en ander promotiemateriaal

Bijlage 14 Zwaktes Gilde Plus

Website

← → ↻ Secure | https://www.gildeplus.nl

This site was designed with the **WIX** website builder. Create your website today. [Start Now](#)

[HOME](#) [BIJENKOMSTEN](#) [IMPRESSIES](#) [ONS AANBOD](#) [INSPIRATIE](#) [CONTACT](#) [NIEUWS](#)

 **Kennismaken met SVV Gilde Plus?**
Kom een keer kennismaken op een dinsdag!



SVV GILDEPLUS is een werkgemeenschap van professionals, werkenden en werkzoekenden, die elkaar ondersteunen in leren en werk.

Activate Windows
Go to PC settings to activate Windows.

Reacties

Het concept

De Gilde gedachte

GILDEPLUS is geïnspireerd door de gilden van de Middeleeuwen. Een aantal kenmerken spreekt ons bijzonder aan:

- Niet vrijblijvend
- Leren en werken combineren
- Leerling/ gezelschap/meester
- Kwaliteit samen borgen
- Sterker beeld naar buiten

[LEES VERDER >>](#)

Waarom doen we dit

Betere benutten van bestaande capaciteit

De locatie van SVV GILDE PLUS is de voetbalvereniging SVV Scheveningen is geschikt om overdag werkruimte aan te bieden. Ook de extra voorzieningen (catering, sport) worden benut. Flexwerkers kunnen overdag gebruik maken van sportprogramma's en gezamenlijk lunchen.

Krachten bundelen

GildePlus wordt een groep van mensen, een gebalanceerde mix van werkzoekenden, starters, ervaren professionals en ondernemers in de wijk en buiten de wijk. Zij werken aan werk, aan concrete opdrachten. Daarnaast ontwikkelen ze elkaars expertise. GildePlus richt zich op werk in de volle breedte. We beginnen met het in kaart brengen van elkaars kracht (expertise, kennis, kunde, netwerken,

Activiteiten

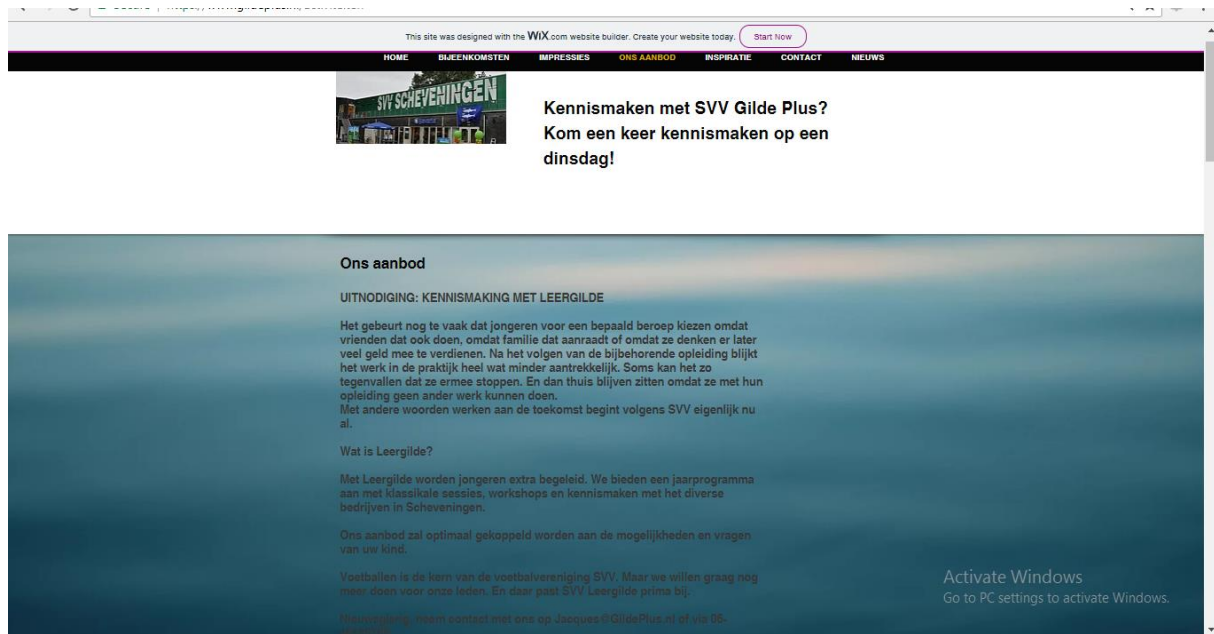
We bieden een vijftrapsraket aan, namelijk:

- Werkplekken voor mobiele werkers, inclusief ondersteuning en voorzieningen
- Een levendige werkgemeenschap bestaande uit gildes inclusief online platform
- Methode en bijeenkomsten om van elkaar te leren (workshops)
- Een methode die zorgt dat werkzoekenden aan betaald werk komen
- Methode om betaalde opdrachten gezamenlijk aan te nemen

[LEES VERDER >>](#)

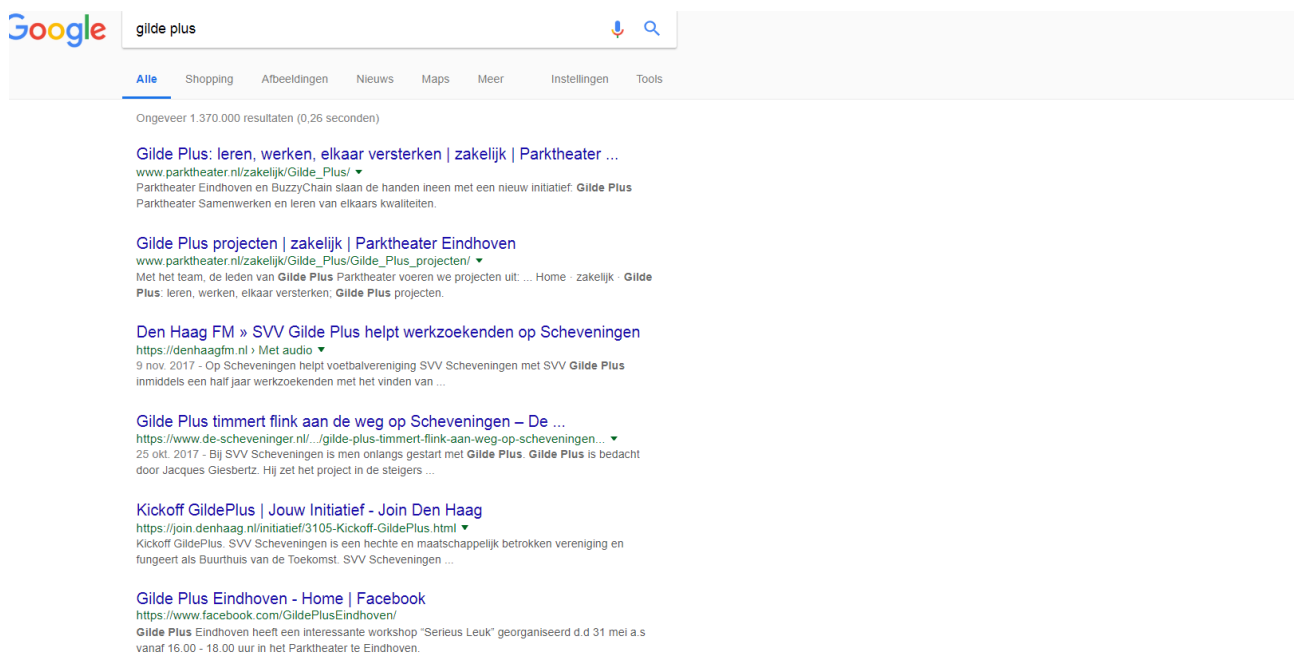
Activate Windows
Go to PC settings to activate Windows.

Home page website Gilde Plus (Gilde Plus, 2017)



Pagina "Ons aanbod" website Gilde Plus (Gilde Plus, 2017)

Search Engine Optimization



SEO Gilde Plus Google (Google, sd)

Google

sociale onderneming den haag

Alle Afbeeldingen Maps Nieuws Shopping Meer Instellingen Tools

Ongeveer 947.000 resultaten (0,57 seconden)

Social Club Den Haag
www.socialclubdenhaag.nl/ ▼
 Je hebt of wilt starten met een **sociale onderneming** in de regio **Den Haag**. Je hebt hart voor **Den Haag**, wilt kennis delen, inspiratie opdoen, 'goed' geld ...

Sociale Onderneming-vacatures in Den Haag - juni 2018 | Indeed.nl
<https://www.indeed.nl/Sociale-Onderneming-vacatures-in-Den-Haag> ▼
Sociale Onderneming vacatures in **Den Haag**. Jurist (m/v), Developer (m/v), Commercieel Administratief Medewerker (m/v) en meer op Indeed.nl.

Den Haag FM » Dit zijn de drie meest sociale ondernemingen van ...
<https://denhaagfm.nl> > Nieuws ▼
 7 feb. 2018 - De gemeente **Den Haag** organiseert ook dit jaar een verkiezing van de 'meest inspirerende **sociaal** ondernemer van **Den Haag**'. Vorig jaar ...

Waarom sociaal ondernemen in Den Haag? | Social Hub
<https://socialhubdenhaag.nl/kennisbank/waarom-sociaal-ondernemen-in-den-haag> ▼
 In **Den Haag** zien we steeds meer **sociale ondernemingen**. Met Social Hub **Den Haag** willen we startende sociaal ondernemers en sociaal ondernemers van ...

Gemeente Den Haag | Social Hub
<https://socialhubdenhaag.nl/partners/gemeente-den-haag> ▼
 De gemeente **Den Haag** zet zich met het Actieprogramma Sociaal Ondernemerschap in voor meer **sociale ondernemingen** in **Den Haag**.

Social Impact Lab helpt sociale ondernemingen - Social Hub Den Haag
<https://socialhubdenhaag.nl/.../social-impact-lab-haalt-sociale-ondernemingen-naar-de-...> ▼
 12 okt. 2017 - 'De Haagse methode' om **sociale ondernemingen** te helpen om ook in **Den Haag** een vliegende start te maken.

SEO sociale onderneming Den Haag (Google, sd)

Social media

Instagram

Search

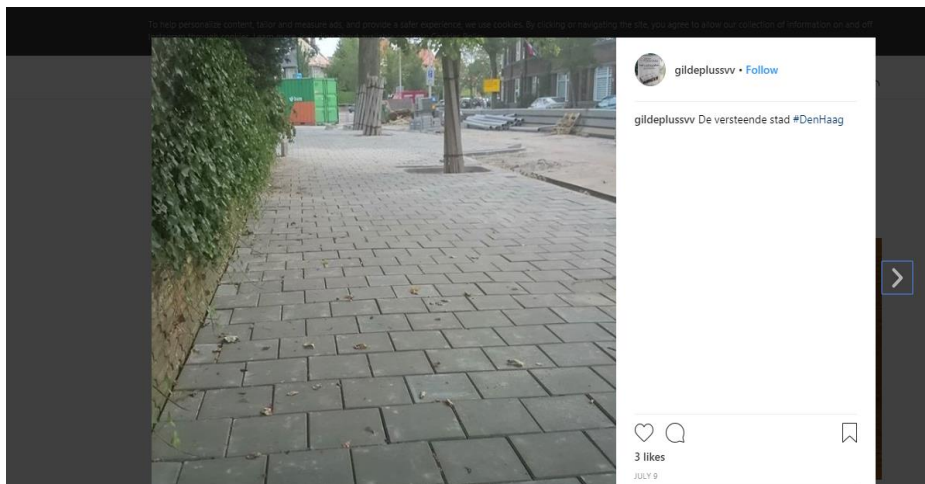


gildeplussvv Follow

15 posts 125 followers 852 following

Gilde Plus SVV Scheveningen
 Leerplek, werkplek en ontmoetingsplek voor werkenden, werkzoekenden en ZZP'ers.
 Nieuwsgierig? Neem gerust contact met ons op!
www.gildeplus.nl
 Followed by timkleijn

Instagram Gilde Plus



Laatste post Instagram 09/07/2018



Laatste post gerelateerd aan Facebook 15/05/2018

Bijlage 15 Begroting project Leergilde

begroting aug 2018	uren	€ per uur	totaal	
<u>programma</u>				
Lesprogramma uren	109	€ 50	€ 5.450	
voorbereidingsuren lesprogramma	48	€ 50	€ 2.400	
				€ 7.850
<u>individuele coaching</u>				
coachingsuren	85	€ 50	€ 4.250	
				€ 4.250
<u>organisatie</u>				
interne stroomlijning	16,5	€ 50	€ 825	
klantcontact	11	€ 50	€ 550	
voorbereiding (met school)	16	€ 50	€ 800	
				€ 2.175
<u>overige kosten</u>				€ 14.275
materialen (pennen, schrijfblokken e.d.)			€ 500	
hardware (printer, laptops)			€ 7.500	
presentatiescher			€ 2.000	
middelen en ruimtes			€ 1.000	
vervoerskosten			€ 2.000	
				€ 13.000
<u>communicatiemateriaal</u>				
website			€ 2.500	
leaflets			€ 1.000	
platvorm			€ 5.000	
onvoorzien			€ 250	
				€ 8.750
<u>werving bedrijfsleven</u>				
Werving bedrijfsleven	24	€ 50	€ 1.200	
kennismakingssessie week 0	29,5	€ 50	€ 1.475	
				€ 2.675
			€ 38.700	
<u>Baten</u>				
Bijdrage vanuit SVV Gilde Plus			€ 808	
bijdrage deelnemende bedrijven			€ 3.000	
bijdrage leerlingen (zelf of school)			€ 1.700	
bijdrage SIOS			€ 15.000	
bijdrage DDD award			€ 5.000	
			€ 25.508	
		aanvraag subsidie	-€ 13.193	

Bijlage 16 Reflectieverslag

In dit reflectieverslag ga ik in op het afstudeerproces en alle aspecten die hier invloed op hebben gehad.

Het afstuderen was voor mij een leerzaam proces waarbij ik veel kennis en vaardigheden die ik heb opgedaan tijdens mijn studie heb kunnen toepassen. Daarnaast heb ik ook nieuwe vaardigheden ontwikkeld. Zo heb ik bijvoorbeeld in de eerste periode van het afstuderen moeite gehad bij het concreet maken van mijn probleemstelling en onderzoeksvragen. Ik wilde alles in mijn eigen hoofd uitwerken en bedenken, maar kwam er later achter dat hulp van anderen mij verder bracht.

Het delen van mijn gedachten en informatie uit het onderzoek met mensen om mij heen gaven mij nieuwe inzichten en hielpen me bij het gestructureerder maken van mijn gehele onderzoek. De tutorbijeenkomsten op school hebben hier een grote rol in gespeeld. Ook worden de gesprekken met mijn afstudeerbegeleider en mijn bedrijfsbegeleider gezien als belangrijke, ondersteunende momenten in het afstudeerproces.

Mijn afstudeerplek en onderzoek heb ik altijd gezien als een uitdaging omdat het geen bedrijf is zoals andere. Het betreft een sociale onderneming wat nog een beetje zoekende is. Voor mij was het dan ook niet meteen duidelijk hoe de organisatie in elkaar zat en wat de activiteiten nou precies waren. Dit kan voor anderen ook nog wat onduidelijk zijn. Dit heeft het afstudeerproces voor mij dan ook niet gemakkelijk gemaakt. Vooral aan het begin van het proces was ik nog erg zoekende. Zo had ik moeite met het goed formuleren van het probleem en de aanleiding van het onderzoeksrapport. Door hier met veel mensen over te praten, zowel binnen het stagebedrijf als erbuiten, kon ik hier uiteindelijk een goede invulling aan geven.

Mijn doel is altijd geweest om in één keer te slagen. Ik heb dan ook veel tijd gestopt in mijn scriptie. Toch kan ik achteraf zeggen dat ik misschien iets eerder moest beginnen met het afnemen van de interviews. Het uitschrijven van de interviews in de vorm van verbatims nam namelijk onverwachts heel veel tijd in beslag. Hierdoor werd er op het laatste moment toch nog even tegen de eerste deadline aangehikt.

Herkansing

Aangezien ik een herkansing moest doen en slechte beoordelingen terugkreeg voor mijn eerste kans heb ik mij nog een keer moeten verdiepen in het hele rapport. Ik heb meer structuur aangebracht in de stukken en het geheel sterk verbeterd. Zo zijn de management summary en de inleiding concreter gemaakt, de probleemformulering verbeterd, deelvragen aangepast en een afgeleide vraag toegevoegd. Het theoretisch kader is ook sterk verbeterd, dit komt mede door het opstellen van een afgeleide vraag. De resultaten van het deskresearch zijn nu helder in kaart gebracht door cijfers en resultaten aan te tonen. De fieldresearch is verbeterd door het conceptueel model beter toe te passen in de resultaten en conclusies en door 2 huidige afnemers mee te nemen in het onderzoek.

Verder is de onderzoek verantwoording helemaal verbeterd. Er is gebruik gemaakt van literatuur om de methode van het onderzoek te verantwoorden.

Tot slot kan ik stellen tevreden te zijn met de resultaten van het onderzoek. Helaas was het niet mogelijk om bedrijfsmatige huidige afnemers te interviewen, omdat deze er buiten het kernteam om gewoonweg niet zijn. Achteraf had ik misschien iets meer respondenten ten aanzien van potentiële afnemers kunnen benaderen, maar de resultaten van het onderzoek hebben geleid tot bruikbare conclusies en aanbevelingen voor het stagebedrijf. Er wordt er dan ook vanuit gegaan dat zij veel zullen hebben aan de implementaties van dit onderzoeksrapport.

Mijn dank gaat uit naar alle mensen die mij in het afstudeerproces gesteund hebben.

Tim Kleijn