

B & W-nota

| |
|---------------------------------|
| Portefeuille B.B. Schneiders |
| Auteur A.J. Alberga |
| Telefoon 5113559 |
| E-mail: a.alberga@haarlem.nl |
| SO/BD Reg.nr. 2007/217 |
| Kopiëren: a en b |
| B & W-vergadering van 1303-2007 |

Onderwerp: Deelname van Haarlem aan de stichting iMMovator.

Bestuurlijke context

De heer Verburg (voorzitter stichting iMMovator) heeft Haarlem verzocht partner te worden van iMMovator. iMMovator voert projecten uit in de Noordvleugel, vooral voor de creatieve industrie. In Haarlem is ze betrokken bij de uitvoering van het Leerbedrijf, het Starterscentrum en de Digitale Marktplaats. iMMovator ontwikkelt zich meer en meer als regionaal expertisecentrum voor Cross Media. De focus is gericht op projecten met een aantoonbaar economisch rendement. De uitvoering van de zogenaamde "Crossmedia monitor" binnen de Noordvleugel is één van de belangrijke activiteiten.

Haarlem heeft de ambitie in de Noordvleugel een substantiële speler te zijn binnen de creatieve industrie. Diverse projecten (ook waarbij iMMovator is betrokken) zetten daar op in. Naast een rol bij de uitvoering kan iMMovator als specifiek kenniscentrum een bijdrage leveren. Fondsenwerving is een belangrijke activiteit, maar daarnaast functioneert iMMovator in brede zin als kennishefboom van kennisinstellingen naar het lokale bedrijfsleven met specifieke aandacht voor jong ondernemerschap. Extra inzet voor Haarlem is mogelijk als de stad als partner deelneemt aan het zogenaamde iMMovator Cross Media Netwerk. De gemeente wordt lid van het bestuur en kan zo invloed uitoefenen op de ontwikkelingsrichting en de keuzes voor projecten. Deelname van Haarlem is onder meer van belang de werving van nieuwe fondsen (bijvoorbeeld in het kader van Pieken in de Delta) en met het oog op mogelijk extra inzet voor de al in gang gezette projecten (de doorontwikkeling van het Leerbedrijf en het Starterscentrum tot een Innovatiecentrum en de vraagbundeling ten behoeve van de Digitale Marktplaats). Een gedetailleerd overzicht is uitgewerkt in de bijlage achter deze nota (bijlage a).

Het college van B&W besluit om zich voor de periode van 3 jaar aan te sluiten bij de stichting iMMovator. De verwachting is dat via deze deelname en de daarmee hechtere relatie met iMMovator, de ontwikkeling van de creatieve industrie een forse steun in de rug krijgt. Het biedt Haarlem extra kansen om van de kennis en diensten van iMMovator gebruik te maken.

Financiën.

De kosten van de Haarlemse deelname bedragen € 10.000,= per jaar (excl. BTW) over een periode van drie jaar (totaal € 35.700,=, incl. BTW). De deelname draagt bij aan de OPH-ambitie (prestatie 47) voor nieuw ondernemerschap en meer specifiek op het terrein van innovatieontwikkeling.

Commissieparagraaf:

Op 19 september 2006 hebben B&W de economische agenda vastgesteld. Bij de commissiebehandeling op is toegezegd dat de commissie over de vervolgstappen wordt geïnformeerd. In de agenda is vastgelegd dat de gemeente de groei van de werkgelegenheid kan stimuleren door bij te dragen aan de randvoorwaarden die nodig zijn voor economische groei en innovatie. Vooral onderdelen "starters op weg", "verbinden onderwijs en werk" en "bevorderen van innovatie en creativiteit" raken aan de inzet van iMMovator en pleiten voor de aansluiting bij dit netwerk.

B&W-besluit:

1. Het College besluit tot deelname aan de stichting iMMovator voor een periode van 3 jaar en neemt in die periode deel aan het bestuur van de stichting.
2. De gemeente levert voor de periode van drie jaar een jaarlijkse bijdrage van € 10.000,= aan de stichting iMMovator. De bijdrage van totaal € 35.700,= (incl. BTW) komt ten laste van OPH-2, programma economie onder prestatie 48.
3. Communicatieparagraaf: De betrokkenen ontvangen daags na de besluitvorming informatie over dit besluit. De media worden via een persbericht op de hoogte gesteld (bijlage b).
4. Het College stuurt het besluit ter kennisneming naar de commissie Ontwikkeling.

GROWTH 4

NOORDVLEUGEL

Projectplan

Mei 2007.

Inhoud

| | |
|---|-----------|
| 1. Deelnemers | 1 |
| 2. Achtergrond | 2 |
| 2.1 Snelle groeiers, innovatie en werkgelegenheid | 2 |
| 2.2 Knelpunten bij snelle groeiers | 3 |
| 2.3 Exclusief netwerk voor ondernemers van snel groeiende bedrijven | 5 |
| 2.4 Aansluiting bij strategie deelnemers | 6 |
| 3. Doelstellingen Growth4Noordvleugel | 8 |
| 3.1 Missie, visie en doelstellingen | 8 |
| 3.2 Doelgroep van het platform (de leden) | 8 |
| 4. Aanpak en concrete resultaten | 11 |
| 4.1 Instrumenten | 12 |
| 4.2 Resultaten | 146 |
| 4.3 Activiteiten | 17 |
| 4.4 Organisatie | 18 |
| 5. Begroting en financiering | 20 |
| 5.1 Kosten | 20 |
| 5.2 Financieringsplan | 21 |

1. Deelnemers/samenwerkingspartners

Het project 'Growth4Noordvleugel' bestrijkt het gehele Noordvleugelgebied. In dat gebied werkt de stichting Growth4Noordvleugel samen met de zeven betrokken gemeenten, provincies, de Amsterdamse Innovatie Motor, de Taskforce Innovatie Regio Utrecht en de Kamers van Koophandels van Amsterdam en Utrecht om snel groeiende bedrijven te ondersteunen en te promoten.

Naam: Stichting Growth4Noordvleugel

Website: www.growth4noordvleugel.nl

Kernactiviteiten: Het opzetten van regionale/locale platforms voor snel groeiende bedrijven in de regio Noordvleugel

Naam: Snelgroeiende bedrijven in de regio Noordvleugel

Website: divers

Kernactiviteiten: Innovatief ondernemen leidend tot snelle groei en veel nieuwe banen

Naam: Gemeenten Almere/Lelystad, Amersfoort, Amsterdam, Haarlem, Haarlemmermeer, Hilversum, Utrecht, Zaanstad

Website: www.<gemeente>.nl

Kernactiviteiten: Onder andere het voeren van economisch beleid en zorgen voor dienstverlening richting burgers en bedrijven

Naam: Provincies Flevoland, Utrecht

Website: www.flevoland.nl, www.provincie-utrecht.nl

Kernactiviteiten: onder andere het voeren van economisch beleid en zorgen voor dienstverlening richting burgers en bedrijven

Naam: Amsterdamse Innovatie Motor

Website: www.kenniskring.nl

Kernactiviteiten: stimuleren innovatie in regio Amsterdam

Naam: Task Force Innovatie Regio Utrecht

Website: www.taskforceinnovatie.nl

Kernactiviteiten: ondernemers stimuleren en helpen bij het vernieuwen van hun product, dienst of proces

Naam: Kamers van Koophandels Amsterdam en Utrecht

Website: www.kvk.amsterdam.nl

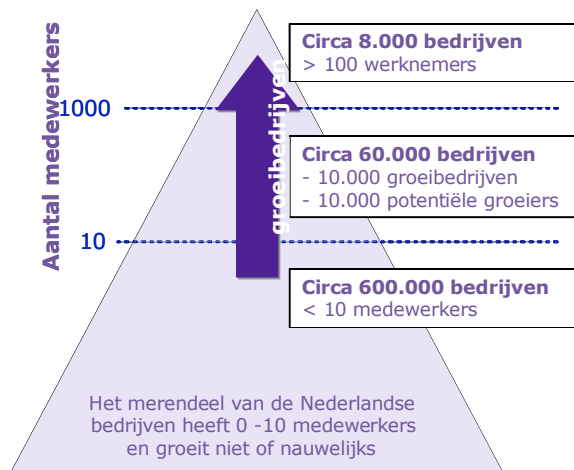
Kernactiviteiten: onder andere werken aan de groei en bloei van het bedrijfsleven door het verstrekken van kennis en informatie over het ondernemen

2. Achtergrond

2.1 Snelle groeiers, innovatie en werkgelegenheid

Innovatie en werkgelegenheidsgroei in ons land zijn volgens het rapport ‘Snelle Groeiers & Innovatie’ (2005) van het Ministerie van Economische Zaken grotendeels te danken aan een beperkt aantal bedrijven: snelle groeiers. Deze snelle groeiers realiseren jaarlijks een omzetgroei van minimaal 10 tot 20%, een vergelijkbare banengroei en zijn aantoonbaar innovatiever dan andere bedrijven. Het aantal snelle groeibedrijven in Nederland wordt in onderzoeken geschat op 10.000, het zijn veelal midden- en kleine bedrijven (MKB) en ze hebben een omvang van 20 tot 50 werknemers. De onderstaande figuur 1 geeft aan waar deze zich bevinden in de bedrijvenpiramide. Naast de 10.000 snelle groeiers zijn er in Nederland circa 10.000 bedrijven die zich ontwikkelen tot snelle groeiers: potentiële snelle groeiers.

Figuur 1: Groeibedrijven in de Nederlandse bedrijvenpiramide



In een recent onderzoek, uitgevoerd door Growth Consult, is de groep van snel groeiende bedrijven in de regio Utrecht in kaart gebracht. De circa 200 geïdentificeerde snelle groeiers hebben in de periode 2000-2004 gemiddeld ruim 30 nieuwe banen per bedrijf gecreëerd. Gezamenlijk hebben zij dus voor ruim 6.000 nieuwe banen gezorgd, terwijl in die periode het totale aantal banen in de Utrechtse regio juist is afgenomen met een vergelijkbaar aantal.

Voorbeeld van een snelle groeier in de creatieve sector

Het bedrijf houdt zich bezig met het ontwerpen van eigenzinnige kleding voor jongeren. Sinds de oprichting van het bedrijf, ruim 20 jaar geleden, is het uitgegroeid tot een internationaal concern met meer dan 1000 medewerkers verspreid over filialen in vrijwel alle grote winkelstraten in de Benelux. Voor de komende jaren heeft het bedrijf de ambitie om uit te groeien tot een Europese retailspeler van formaat in jongerenkleding.

Zelfs in een periode van economische neergang scheppen snelle groeiers dus vele nieuwe arbeidsplaatsen en dan is in deze cijfers de ‘uitwaai functie’, het indirecte effect op de werkgelegenheidscreatie, nog niet opgenomen.

Het creëren van banen door snelle groeiers betreft alle soorten werkgelegenheid: hoogwaardige arbeidsplaatsen, maar ook banen voor middelbaar- en lageropgeleiden. Snelle groeiers blijken zich vooral te bevinden in de ICT, architecten- en ingenieursbureaus (“creatieve zakelijke dienstverlening”). Daarnaast zijn er snelle groeiers onder media- en entertainmentbedrijven en in de medische sector (life sciences). Voorbeelden van groeiers in traditionelere sectoren in de regio Utrecht zijn te vinden onder productiebedrijven.

Bij nader onderzoek blijkt, dat in een regio de verdeling van snelle groeiers over de verschillende branches en sectoren in grote lijnen overeenkomt met het profiel van de regionale economische structuur. Snelle groeiers zijn dus vooral te vinden in die branches en sectoren waarin de regio sterk is. Aan regionale overheden wordt via de snelle groeiers dus een ingang naar deze sterke onderdelen van de lokale/regionale economie geboden. Het ondersteunen van snelle groeiers biedt dus ook de mogelijkheid om sterke clusters verder te versterken.

2.2 Knelpunten bij snelle groeiers

Ondernemers van snel groeiende bedrijven vormen een bijzondere groep van zeer talentvolle mensen. Het zijn ambitieuze, gedreven individuen, meest tussen de 35 en 45 jaar en veelal met (management-)ervaring in grotere bedrijven. Nu staan ze op hun eigen benen en, hun groei in aanmerking nemend, doen ze een aantal dingen bijzonder goed. Toch is dat geen garantie voor blijvende groei en soms zelfs geen waarborg voor continuïteit van de onderneming. Er is overduidelijk markt voor de producten en diensten die ze aanbieden. Kunnen ze echter ook overweg met (interne) vraagstukken die samenhangen met de snelle expansie?

Snel groeiende bedrijven ondervinden vele hevige groei knelpunten in relatief korte tijd. Die moeten worden opgelost, anders komt de continuïteit in gevaar en stagneert de groei. Snel groeiende bedrijven balanceren daardoor vaak ‘langs de afgrond’, om bijvoorbeeld voldoende liquiditeit te behouden (onder meer voor de voorfinanciering van grote orders), om de nieuwe medewerkers goed in een snel veranderende organisatie in te bedden, om bij de implementatie van nieuwe automatisering de voortgang van de bedrijfsprocessen niet te frustreren etc.

Behalve dat snelle groeiers met hevige groeiknelpunten hebben te maken, zijn ze extra kwetsbaar, omdat ze geen buffers, financieel, personeel en anderszins hebben om onverwachte tegenvallers adequaat te kunnen opvangen.

De directeur/eigenaar van een snelle groeier voert de regie over het bedrijf en staat er veelal alleen voor. Het adequaat oplossen van de vele dagelijkse, maar ook structurelere knelpunten vereist dat de ondernemer de prioriteiten goed stelt, duidelijke keuzes maakt en medewerkers helder aanstuurt. Echter, de meeste snelle groeiers doen hun ‘eerste ervaring’ op met het grootmaken van een onderneming en varen vooral op gezond verstand en zelfvertrouwen. Het komt slechts weinig voor dat deze ondernemers zich laten adviseren door experts of raad vragen bij collega-ondernemers. Onder jonge bedrijven is onderzocht of en op welke gebieden ondernemers zich laten adviseren. Daar komt uit dat men zich relatief weinig laat adviseren en als er al advies wordt ingewonnen dan vooral praktisch (meestal niet bedrijfskritisch) zoals over belastingen, het voeren van de administratie en over wet- en regelgeving. Professionals die zij het meest als adviseur inschakelen, hebben een specialistisch kennisgebied (accountant, bankmedewerker, belastingadviseur en belastingdienst), omdat *allround* adviseurs moeilijk zijn te vinden.

Het beeld onder de specifieke doelgroep van snelle groeiers is niet anders. De ondernemers staan er vooral zelf voor, winnen weinig advies in, zelfs ook niet van gespecialiseerde adviseurs, maken nauwelijks gebruik van subsidies en diensten van overheden en komen weinig in contact met andere groeiondernemers van wie ze kunnen leren.

Adviseurs vindt men vaak te duur (mede gezien de financiële situatie) in verhouding tot de toegevoegde waarde die ze leveren. Van de mogelijkheid tot het verkrijgen van subsidies en andere overheidsdiensten maken groeiondernemers maar zeer beperkt gebruik, omdat ze opzien tegen de veelal lange en tijdrovende trajecten.

Doordat groeiondernemers voor hun gevoel gebrek aan tijd en geld hebben, nemen zij niet of nauwelijks de moeite om hun bedrijfssituatie te spiegelen aan die van andere bedrijven en om advies in te winnen bij derden bij het overwinnen van knelpunten in hun bedrijfsvoering.

Ondanks hun talenten, kennis en ervaringen, nemen zij daardoor niet altijd de juiste beslissingen en stellen daarmee het succes of zelfs de continuïteit van hun onderneming wellicht onnodig in de waagschaal en daarmee het ontstaan en voortbestaan van nieuwe innovatie en werkgelegenheid.

Door wie laten snelle groeiers zich dan wel helpen? Uit onderzoek onder snelgroeiende bedrijven blijkt dat zij openstaan voor collega - groeiondernemers en voor door de wol geverfde voormalige snelle groeiondernemers, omdat die groep een vergelijkbaar snel groeiende onderneming hebben of hebben gehad, hun groeiknelpunten dus herkennen, die veelal succesvol hebben overwonnen en dus waardevolle ervaringen hebben. Collegagroeieters en voormalige snelle groeiers zijn dus gesprekspartners die zij serieus nemen.

Het is dus mogelijk om continuïteit in snelle groei, en dus innovatie en groei van de werkgelegenheid, indirect te stimuleren door ondernemers van snel groeiende bedrijven met elkaar en met succesvolle voormalige groeiondernemers in contact te brengen. Probleem daarbij is echter dat groeiondernemers elkaar niet of nauwelijks kennen en de voormalige snelle groeiers in andere circuits verkeren. Bovendien bezoeken snelle groeiers niet vaak bijeenkomsten. Evenmin sluiten zij zich aan bij bestaande bedrijvennetwerken of ondernemerskringen vanwege gebrek aan tijd en interesse en omdat zij zich daar niet echt thuis voelen. Immers, de meeste andere ondernemers die zij daar treffen, zijn geen snelle groeiers en die hebben dus andersoortige problemen. Bovendien worden veel bijeenkomsten overbevolkt door adviseurs en andere niet-ondernemers en als ze al in dergelijke bijeenkomsten een andere snelle groeier ontmoeten, dan moet het ook nog maar ‘klikken’.

2.3 Exclusief netwerk voor ondernemers van snel groeiende bedrijven

Snelle groeiers worden geholpen door de opzet van een netwerk dat zich exclusief richt op ondernemers van snel groeiende bedrijven. Dit platform regelt dat talentvolle groeiondernemers elkaar ontmoeten en dat zij met door de wol geverfde ex-snelle groeiers in contact komen, zodat de gelegenheid wordt gecreëerd dat zij kennis en ervaringen uitwisselen, dat mentor/coach relaties ontstaan, dat zij individuele krachten bundelen, partnerships aangaan, nieuwe business opzetten, joint - ventures creëren, gezamenlijk meedoen aan (Europese) tenders etc.

Recente initiatieven, waarbij wij ondernemers van snel groeiende bedrijven exclusief bij elkaar hebben gebracht, bijvoorbeeld in het kader van het onderzoek van het Ministerie van Economische Zaken (‘Snelle Groeiers & Innovatie’), maar ook bij competities (Fast 50) en congressen (High Growth Forum), blijken aan te sluiten op de behoeftes van talentvolle ondernemers van snel groeiende bedrijven.

| |
|---|
| <p>De Britse organisatie Nesta (creative investor) is een aansprekend voorbeeld van het stimuleren van ondernemerschap. Nesta heeft netwerkvorming nadrukkelijk in haar strategie opgenomen: “a key development will be to extend our support for networking opportunities”</p> |
|---|

De precieze invulling en organisatievorm van een netwerk van deze meest talentvolle en succesvolle ondernemers luistert nauw. Deze groeiondernemers zijn kritisch en het netwerk moet een toegevoegde waarde opleveren die ruim opweegt tegen de input die van de groeiondernemer zelf wordt gevraagd. Alleen dan kan het netwerk bestaan, groeien in omvang en in waarde voor de deelnemers.

Cruciale voorwaarden voor het bestaan van een succesvol netwerk van snelle groeiers zijn onder andere de volgende zaken:

- Start met fysieke bijeenkomsten om elkaar te leren kennen;
- Kies een lokale/regionale organisatievorm om de contacten laagdrempelig te maken en de contacten met andere groeiers in de (nabije) regio te bevorderen;
- Kies op termijn een landelijke organisatievorm, en eventueel een Europese in de toekomst, om het profiel van het netwerk uit te breiden en te verdiepen;
- Bewaak en behoud exclusiviteit voor ondernemers van snelle groei-bedrijven;
- Laat bedrijven uit alle branches toe vanwege de kruisbestuiving;
- Waak ervoor dat de bijeenkomsten een waardevolle combinatie zijn van inhoud (één of meerdere groei-problemen aanpakken) en netwerken;
- Bevorder zoveel mogelijk interactie tijdens de bijeenkomsten;
- Zet moderne technologie in om ook buiten de netwerkbijeenkomsten de interactie tussen de ondernemers te stimuleren (website, mail, chat etc.) en relaties te laten bekliven;
- Laat succesvolle groeiondernemers met een erkende specifieke expertise (patenten, export, out-sourcing etc.) hun ervaringen delen met andere groeiondernemers;
- Plaats deelnemers op zijn tijd in het voetlicht.

2.4 Aansluiting bij strategie deelnemers

De snelgroeiende bedrijven zijn de economische motoren en banenscheppers in de regio. Zij vormen dus mede de basis van een regionale/locale economie en, veel belangrijker, bepalen in belangrijke mate de economische toekomst van een regio. De regionale en gemeentelijke overheid en de Kamers van Koophandel in de Noordvleugel, de AIM, de TFI en de snelle groeiers hebben dus een gemeenschappelijk belang: bestendiging en voortzetting van het succes van de snel groeiende onderneming. De ondernemer om zijn private ambities te verwezenlijken: groei en winst. De andere deelnemers om hun publieke doelstellingen te realiseren: innovatie en werkgelegenheid.

Succesvol zijn en blijven van deze excellente ondernemingen is het primaire doel van de ondernemers. Allereerst en bovenal is het succes afhankelijk van hun ondernemerschap. Toch kunnen de andere deelnemers daarin indirect van betekenis zijn: door voorwaarden te scheppen dat deze groeiondernemers elkaar ontmoeten in regionale/locale platforms. De opzet van platforms gebeurt namelijk niet vanzelf. In het bijzonder in de beginfase hebben die extra aandacht en ondersteuning nodig.

Definitief voorstel Growth4Noordvleugel

Overheden dienen daarmee, naast het bevorderen van innovatie en werkgelegenheid, tegelijkertijd een ander eigen belang: het binden van de bedrijven aan de regio/gemeente, waarmee zij de kans op behoud ervan voor de regio/gemeente vergroten. Bovendien geeft een 'club van beste ondernemers' uitstraling aan de gemeente/regio en wint de gemeente/regio daardoor aan aantrekkingskracht voor de acquisitie van nieuwe snelle groeiers en andere bedrijven. Vanwege de 'uitwaai functie' hebben succesvolle bedrijven en de activiteiten die zij genereren tevens een positieve invloed op het overige gevestigde regionale/lokale bedrijfsleven.

De Amsterdamse Innovatie Motor en de Task Force Innovatie regio Utrecht hebben ook baat bij het platform voor snel groeiende bedrijven. Zij krijgen een instrument aangereikt om stagiaires in contact te brengen met inspirerende, innovatieve en aansprekende bedrijven.

3. Doelstellingen Growth4Noordvleugel

3.1 Missie, visie en doelstellingen

Ondernemers van snelgroeiende bedrijven zijn zeer talentvol. De snelle groei van hun bedrijven laat zien dat ze het ondernemen prima beheersen. Maar zelfs de meest uitzonderlijke talenten hebben de juiste condities nodig om hun talenten uit te nutten.

De missie van Growth4Noordvleugel:

professioneel ondersteunen en promoten van de meest talentvolle ondernemers

De visie van Growth4Noordvleugel:

Over 5 jaar ondersteunt het netwerk minimaal 500 talentvolle Nederlandse ondernemers om hun mogelijkheden ten volle te benutten

De missie en visie leiden tot de volgende doelstellingen van Growth4Noordvleugel voor de periode 2007-2008:

- Faciliteren van het uitwisselen van kennis, ervaringen en best-practices tussen groeiondernemers (“peer-to-peer”);
- Tot stand brengen van relaties tussen ervaren en minder ervaren ondernemers;
- Realiseren van partnerships tussen ondernemers met als doel nieuwe business te genereren;
- Ontwikkelen van verschillende ondersteunende producten en diensten (op basis van de behoefte);
- Ontstaan van nieuwe projecten/bedrijven/joint ventures, gebaseerd op ideeën van ondernemers en gericht op verbindingen tussen verschillende disciplines, branches en sectoren;
- Realiseren van een netwerk dat (na de aanvangsinvestering) geheel zelfstandig succesvol functioneert.

3.2 Doelgroep van het platform (de leden)

Het Growth4Noordvleugel netwerk kent leden met verschillende rollen (‘vereniging’):

- Talentvolle snelle groeiers (‘leden’)
- Leiders (‘actieve leden’)
- Ervaren snelle groeiers (‘coaches’)
- Organisatie (verenigingsmanagement aangevuld met assessor uit de leden)

Talentvolle snelle groeiers

Dit zijn de ondernemers onder de snelle groeiers die in de eerste ontwikkelingsfasen van hun onderneming zijn. Uit ervaring met ruim 20 bijeenkomsten voor snelle groeiers, onder meer samen met het ministerie van Economische Zaken, de ING-bank, Microsoft en PinkRocade is bekend dat zij zoeken naar reflectie (ben ik goed bezig?) en inspiratie, dat zij werken aan hun eigen professionalisering (ontwikkelen van hun talenten).

Andere drijfveren voor participatie zijn het genereren van nieuwe business met inspirerende mensen en het plezier in het ontmoeten van gelijkgestemden. De snelle groeiers dragen op hun beurt kennis en groei-ervaringen bij aan het netwerk die interessant zijn voor anderen (peer-to-peer).

Leiders

Leiders zijn eveneens ondernemers van snelgroeiende bedrijven die zich onderscheiden van de vorige 'rol' door al geruime tijd actief een bijdrage te leveren aan het netwerk. Een 'leider' bezoekt potentiële nieuwe leden, draagt nieuwe leden voor en bewaakt de kwaliteit van het netwerk en het eigen aanbod van producten/diensten van Growth4Noordvleugel. Leiders spelen ook een belangrijke rol bij de regionale invulling van het netwerk. De 'leidersrol' biedt deze ondernemers een extra mogelijkheid om uit naam van het netwerk nieuwe contacten te leggen met andere ondernemers, maar ook met grote bedrijven, overheden, potentiële klanten etc.

Ervaren snelle groeiers

Door de wol geverfde ervaren ondernemers hebben een belangrijke rol in het netwerk. Het zijn aansprekende rolmodellen ('daar wil je bijhoren'), denk daarbij aan de oprichters van TomTom, Bugaboo en Bookings.nl. Zij hebben unieke kennis en vooral ervaring die zeer interessant is voor snelle groeiers. Deze expertise dragen ze over in een groep, maar ze wisselen die ook één op één uit, bijvoorbeeld als coach/mentor, een maatwerkverbinding of het toetreden tot RvC of RvA. En wat zijn hun drijfveren om te participeren in het netwerk? Nieuwe business in de vorm van 'adviesachtige' opdrachten en zij krijgen een podium om hun kennis en expertise te etaleren. Zij kunnen ook een 'zachtere' motivatie hebben. Sommigen vinden het leuk om hun expertise beschikbaar te stellen aan jongeren en in een aansturende rol, zonder de operationele rompslomp, samen iets tot stand te brengen of vinden het een kick om weer een soort van initieel succes te ervaren.

Organisatie

De projectorganisatie faciliteert het totstandkomen van het netwerk. De organisatie zorgt voor de ontwikkeling van etiquette voor het netwerk: regels voor participatie en een systeem om deze te bewaken. Zij werft leden en zoekt gericht publiciteit voor het netwerk op lokaal/landelijk niveau. Daarnaast organiseert zij ontmoetingen tussen leden in groepsverband en op individuele basis.

Daarvoor wordt een mix van instrumenten ingezet zoals fysieke bijeenkomsten en het verstrekken van informatie. In de praktijk zal blijken welke instrumenten het meest effectief en efficiënt zijn. Uit onze ervaringen met het organiseren van de snelle groeiers bijeenkomsten, onder meer samen met het ministerie van Economische Zaken, ING-bank, Microsoft en PinkRocadeGetronics, weten wij dat de organisatie van fysieke bijeenkomsten zeker in het eerste jaar een noodzakelijke voorwaarde is om een vertrouwensbasis tussen de leden onderling te creëren.

Het ligt voor de hand dat de instrumentenmix in de tijd zal verschuiven en de relatief 'dure' regionale groeisessies na verloop van tijd minder nodig zullen zijn. De rol van de projectorganisatie zal navenant verschuiven. Na een intensieve periode van, naar verwachting, ruim anderhalf jaar wordt de rol van de organisatie minder actief en zal de toegevoegde waarde van de leden groter zijn. De leden organiseren dan ook zelf bijeenkomsten en de rol van de organisatie verschuift van organiserend naar meer adviserend en toezichhoudend.

4. Aanpak en concrete resultaten

Growth4Noordvleugel is een netwerk voor en door ondernemers van snel groeiende bedrijven en waar de ondernemers komen voor informatie, maar blijven voor relaties. De opzet en de dynamiek van de bijeenkomsten inspireert en stimuleert de deelnemers. De organisatie van het netwerk bevordert dat leden hun creativiteit en bijdrage aan het netwerk geven vanuit de volgende talenten en drijfveren:

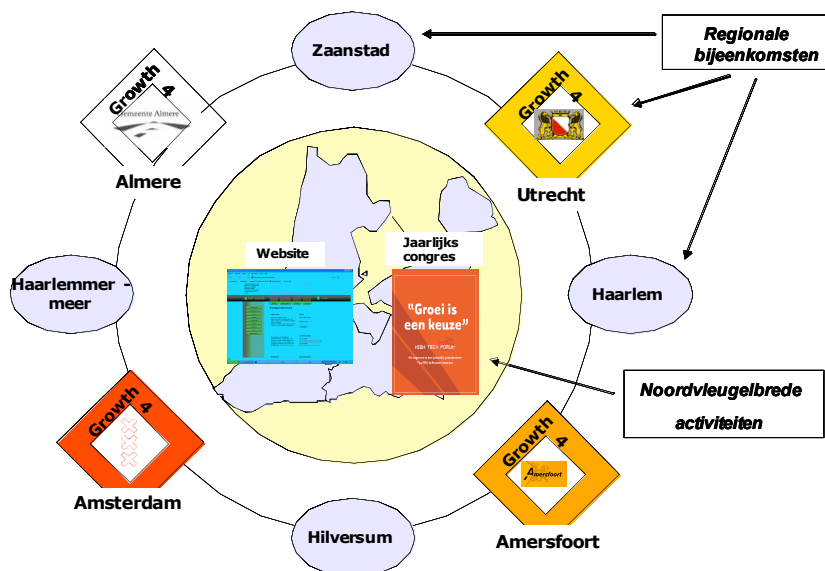
- Creativiteit
- Excellentie
- Empowerment
- Optimisme

Het initiatief onderscheidt zich van lopende initiatieven op de volgende aspecten:

- De exclusiviteit van het netwerk: snelle groei;
- Initiatief gericht op opzetten van ‘blijvend’ netwerk;
- De leden (uitsluitend DGA’s) vertegenwoordigen verschillende branches/sectoren;
- De leden en hun activiteiten staan centraal in alle activiteiten;
- De organisatie is volledig in handen van de leden;
- De ‘meest talentvolle ondernemers’ kunnen deskundige en toegespitste ondersteuning vinden en krijgen.

Het gezamenlijk, binnen de Noordvleugel, opzetten van Growth4Noordvleugel levert schaalvoordelen op. Één organisatie met een merk, regelt de opzet van het netwerk voor de gehele Noordvleugel (efficiency). Het benodigde projectmanagement en de facilitaire zaken zijn gezamenlijk efficiënter en kosteneffectiever dan afzonderlijk. Daarnaast voorziet het concept in synergie tussen de verschillende groeisessies. Er wordt van de verschillende groeisessies geprofiteerd door toepassing van “lessons learned”. Zo worden de groeiknelpunten en oplossingen die zijn besproken in de regionale groeisessies via de gemeenschappelijke website voor snelle groeiers in het gehele Noordvleugelgebied toegankelijk gemaakt. De website en de Noordvleugelbrede evenementen worden tevens centraal georganiseerd.

In figuur 4 wordt de verhouding centraal – decentraal geschetst.



Figuur 4: Noordvleugelbreed initiatief met regionale invulling

4.1 Instrumenten

Regionale groeisessies (fysieke bijeenkomsten)

Zoals eerder vermeld, kent de Noordvleugel naar schatting 2.000 snelle groeiers. Het is de verwachting dat ruim 350 snelle groeiers (bijna 20% van het totaal) regelmatig aan een regionale groeisessie deelneemt. Een regionale groeisessie met interactief karakter kan maximaal bestaan uit ongeveer 20 groeiondernemers, omdat er dan ook een persoonlijke binding tussen de ondernemers kan ontstaan.

De bijeenkomsten worden georganiseerd in de afzonderlijke steden (dicht bij de bedrijven) met een frequentie van één keer per drie maanden. In een geografisch afgebakend gebied kunnen zo'n 40 bedrijven worden ingedeeld, omdat ze niet alle 40 bij elke bijeenkomst aanwezig zullen zijn. Elke gemeente in de Noordvleugel krijgt dan zijn eigen groeisessie voor de bedrijven in zijn regio. Onder een centrale brand is maatwerk mogelijk.

Doelstelling is dat de deelnemende ondernemers circa 4 keer per jaar een sessie bijwonen waarbij ze ongeveer 4 uur effectief hun tijd vullen met leermomenten over groeiproblematiek. In onderstaande tabel zijn categorieën van mogelijke discussieonderwerpen weergegeven. Onderzoek onder snelle groeiers heeft geleerd, dat zij vooral binnen deze thema's knelpunten ondervinden.

Het spreekt echter voor zich dat de ondernemers in hoge mate zelf betrokken worden bij het vaststellen van discussieonderwerpen in de verschillende bijeenkomsten.

| Groeionderwerpen | |
|---|--|
| <i>Groeistrategie:</i> <ul style="list-style-type: none">- Bedrijfsstrategie- Management & organisatie- Personeel | <i>Kapitaal & financiering:</i> <ul style="list-style-type: none">- Kapitaal- Financiering |
| <i>Marktpositionering:</i> <ul style="list-style-type: none">- Klantgerichtheid- Klantrelatie | <i>Businesspartners:</i> <ul style="list-style-type: none">- Dienstverleners- Omzetvergroters- Kostenverlagers |
| <i>Automatisering:</i> <ul style="list-style-type: none">- Processen- Systemen | <i>Overname & opvolging:</i> <ul style="list-style-type: none">- Strategische overnames- Opvolging |

Tijdens de bijeenkomsten discussiëren ondernemers met andere ‘ervaringsdeskundigen’ en zij wisselen met hen en met andere deelnemers van gedachten. Geen verhalen uit het boekje, maar ‘waargebeurde’ praktijkcases waarop direct reageren en doorvragen mogelijk is. Het komt ongetwijfeld voor dat er (ervaren) ondernemers zijn die in vergelijkbare omstandigheden voor andere oplossingen hebben gekozen. Waarom die en welk succes heeft dat gehad? De dagelijkse praktijk wordt aan de hand van een casus van verschillende kanten belicht. Voordeel is dat voor- en tegenargumenten op tafel komen en dat de aanwezige groeiondernemers met die wetenschap zelf betere afwegingen kunnen maken betreffende hun eigen specifieke bedrijfssituatie. Naast discussiemogelijkheden zijn de groeisessies ook een ontmoetingsplaats voor talentvolle en ervaren groeiondernemers. De sessies helpen bij het (verder) ontwikkelen van relaties.

De lokale/regionale bijeenkomsten van groeiondernemers vormen een eerste en in veel gevallen bepalende kennismaking van de ondernemer met het netwerk. Het volgende format is gebaseerd op de wensen van groeiondernemers en gericht op het ontstaan van relaties.

Format regionale groeisessies

- Ondernemers komen binnenlopen, worden door de organisatie ontvangen en in kleine groepjes aan elkaar voorgesteld;
- Sessie begint met een korte introductie over het initiatief, een voorstelronde inclusief een inventarisatie van de verwachtingen van de sessie;
- Vervolgens is er een inleidende bijdrage door een ervaren, door de wol geverfde groeiondernemer, die eerst inventariseert welke vragen rond zijn onderwerp bestaan (wat hopen aanwezigen te horen, hoe hebben ze met het onderwerp te maken; dit is deels van tevoren geïdentificeerd). De ondernemer vertelt zijn 'echte' groeiverhaal, niet alleen de positieve kanten, maar vooral ook de zaken die mis gingen en "lessons learned";
- Het geheel is van het begin af aan interactief, er worden direct vragen gesteld en het is mogelijk om weer te reageren op reacties van anderen;
- Break-outs in kleine groepen om in detail door te discussiëren over een thema of over de specifieke situatie of een knelpunt bij een van de deelnemers;
- Een ervaren groeier leidt break-outs en stimuleert ondernemers om gezamenlijk na te denken over probleem;
- Indien gesproken wordt over de specifieke groeiproblematiek van een bedrijf, dan wordt een afspraak gemaakt waarbij de ervaren groeier (eventueel vergezeld door andere aanwezige groeiondernemers) een aantal weken later bij ondernemer op bezoek gaat om verder over het onderwerp te discussiëren of om te kijken hoe de ondernemer met het probleem is omgegaan;
- Plenaire terugkoppeling van de resultaten van de break-outs, vervolgdiscussies, gericht op het boven tafel krijgen van alle voor- en tegenargumenten van bepaalde oplossingen van een groeiknelpunt. Ondernemers kunnen beoordelen welke argumenten het meest van toepassing zijn op hun eigen situatie en welke oplossing zij in hun geval kiezen;
- Verslaglegging via de website van de resultaten van de sessie en de breakouts.

Jaarlijks Noordvleugelbreed groei-evenement

Jaarlijks wordt een toonaangevend evenement met een centraal thema georganiseerd voor groeibedrijven in de gehele Noordvleugel. De schijnwerpers staan dan op groeibedrijven die succesvolle groei hebben weten te realiseren. Ervaren groeiondernemers op specifieke vakgebieden inspireren de deelnemers tot vernieuwende inzichten en perspectieven. Last-but-not-least zullen ondernemers ruimschoots de gelegenheid krijgen om elkaar op een informele wijze te ontmoeten. Het wordt een aansprekend evenement, met high-level sprekers, zoals de ondernemers achter Skype, Marktplaats, Mphasis en TomTom.

Definitief voorstel Growth4Noordvleugel

Mailinglijsten (email)

Het voordeel van een mailinglist is dat alle leden op elk mogelijk moment bereikt kunnen worden met generieke of zeer specifieke hoogwaardige informatie en ze zelf kunnen beslissen of de informatie relevant is voor hen of niet. De mailinglijst wordt gebruikt om:

- Evenementen aan te kondigen;
- Nieuws en verslagen te verspreiden;
- Nieuwe producten/diensten van Growth4Noordvleugel aan te kondigen.

Messageboard (website growth4noordvleugel)

Één van de voordelen van een message board ten opzichte van een mailinglist is, dat er een soort van virtuele ontmoetingsplaats ontstaat. Een bulletin board/forum biedt ruimte voor:

- Online discussies
- Subgroepen (naar thema, groeifase, cluster)
- Vragen stellen (snelle groeiers) en antwoorden geven (ervaren ondernemers)
- Introductie gevraagd
- Ik zoek/ik bied
- Podcasts (bijvoorbeeld bedrijfspresentaties)
- Facebook (online en interactief smoelenboek)

Chatrooms worden ingezet om:

- On-line opleidingen te ondersteunen (bijv. cursus CRM);
- Realtime hulp te bieden/advies te geven (bijv. spreekuur door ervaren ondernemers);
- Fysieke bijeenkomsten voor te bereiden;
- Discussies te houden onder subgroepen.

Toolzone (website growth4noordvleugel)

De toolzone bevat praktische tools om te ondernemen. Men kan denken aan:

- Downloads van factbooks, spreadsheets en scans;
- Informatie over fondsen en subsidies;
- Checklists, tips en trucs per onderwerp.

Matching (fysieke inzicht van de organisatie)

Aan de hand van beschikbare gegevens neemt de organisatie het initiatief om door de Noordvleugel heen pro-actief ondernemers uit de gehele Noordvleugel aan elkaar te koppelen (uiteeraard na toestemming van beide partijen):

- Talentvolle ondernemers aan ervaren ondernemers (coaches/mentoren);
- Ondernemers aan elkaar voor introducties bij relaties;
- Ondernemers aan elkaar ter versterking van elkaars business.

4.2 Resultaten

Growth4NNoordvleugel is een ambitieus plan. De beoogde resultaten zijn weergegeven in de onderstaande tabel.

| Doelstelling | Prestaties |
|--|--|
| Uitwisselen van kennis, ervaring en best-practices in groepsverband | <ul style="list-style-type: none"> • 35 Bijeenkomsten in 6/7 gemeenten • Minimaal 350 bedrijven op de mailinglist • Ca. 20 snelle groeiers en ervaren ondernemers per bijeenkomst • Ca. 40 ondernemers lid per lokaal/regionaal platform • Een jaarbijeenkomst met ca. 100 aanwezigen • Ca. 200 leden staan in het smoelenboek op de website • De ‘toolzone’ bevat ca. 20 interessante tools die ieder ca. 30 keer zijn geraadpleegd/gedownload • Ca. 5 subgroepen zijn actief op de website in eigen discussieruimtes |
| Tot stand brengen van relaties tussen ervaren en beginnende snelgroeiende ondernemers | <ul style="list-style-type: none"> • Ca. 20 in de vorm van mentoring, coaching etc |
| Realiseren van partnerships tussen ondernemers | <ul style="list-style-type: none"> • Ca. 20 |
| Ontwikkelen van verschillende vormen van ondersteunende producten en diensten | <ul style="list-style-type: none"> • Evaluatierapporten zijn beschikbaar |
| Ontstaan van nieuwe projecten/bedrijven gebaseerd op ideeën van ondernemers en gericht op verbindingen tussen disciplines/sectoren | <ul style="list-style-type: none"> • Ca. 5 nieuwe projecten/bedrijven |
| Realiseren van een netwerk dat (na de eerste aanvangsinvestering) geheel zelfstandig functioneert | <ul style="list-style-type: none"> • Per 2009 is financiële ondersteuning door de overheid niet meer nodig. Het netwerk is dan zelfstandig en een uitgekristalliseerd product met solide financiële basis |

4.3 Activiteiten

De volgende activiteiten vinden plaats in het project:

1. Inrichten van de organisatie;
2. Opstellen van een gedetailleerde projectplanning;
3. Scannen van potentiële leden (scan van snelle groeiers);
4. Start van de eerste bijeenkomsten tweede/derde kwartaal 2007;
5. Uitbouw van het initiatief in 2007 en 2008;
6. Opstellen van een plan van aanpak voor de periode vanaf medio 2008.

Inrichten van de organisatie

- Oprichten van de stichting Growth4Noordvleugel;
- Benoemen van de voorzitter en de overige leden van het bestuur;
- Aanstellen van de directie van de stichting.

Opstellen gedetailleerd projectplan

- Opstellen van een gedetailleerd projectplan voor de Noordvleugel;
- Opstellen van een gedetailleerd projectplan per regio.

Scannen van potentiële leden

- Identificeren en selecteren van snelle groeiers;
- Selecteren van ervaren groeiondernemers ('pool van experts');
- Opstellen communicatieplan (potentiële leden, overige externe partijen als overheden, dienstverleners etc.);
- Ontwerpen, opzetten en beheren van een portal/content management systeem en organiseren van de benodigde voorzieningen daarvoor;
- Instellen overlegstructuur en planning periodieke overleggen voor de Noordvleugel en per regio;
- Opzetten regionale bijeenkomsten (vastleggen locaties, opzet en data etc.).

Start van de eerste bijeenkomsten

- Regionale groeisessies
 - Versturen uitnodigingen aan bedrijven;
 - Bedrijven enthousiasmeren door bezoeken/nabellen;
 - Voorbereiden sessies;
 - Houden van bijeenkomst;
 - Opstellen en verspreiden verslag.

Definitief voorstel Growth4Noordvleugel

- Jaarlijks evenement voor het Noordvleugelgebied
 - Voorbereiden van locatie en sponsoring;
 - Opstellen thema's en dagprogramma;
 - Uitbesteding organisatie aan congresbureau;
 - Benaderen sprekers;
 - Voorbereiden sprekers;
 - Maken evenementenmap;
 - Communicatie en correspondentie;
 - Houden van evenement.
- Openbaar deel van website Growth4Noordvleugel 'Live'
 - Site gaat 'live' met startfunctionaliteiten (basisinformatie, mailinglist en deel van messageboard);
 - Starten van communicatiecampagne;
 - Uitvoeren van onderhoud, beheer en redactie.

Doorgroei van het initiatief

- Gesloten deel van website Growth4Noordvleugel 'Live'
 - Messageboard volledig 'live' (website growth4noordvleugel);
 - Start met chatsessies (website growth4noordvleugel);
 - Start toolzone (website growth4noordvleugel).
- Begin met matching door de organisatie

Plan van aanpak 2009 e.v.

- Opstellen gedetailleerd business plan.

4.4 Organisatie

Stichting Growth4Noordvleugel

De opzet van de netwerkactiviteiten voor snelle groeiers in het Noordvleugelgebied wordt uitgevoerd door een projectorganisatie die werkt in opdracht van de Stichting Growth4Noordvleugel. De Stichting heeft tot doelstelling om het voorliggende business plan uit te voeren, zoals in dit plan is uitgewerkt en weergegeven en vervolgens op eigen benen, zoals reeds op hoofdlijnen is aangegeven, maar door de projectorganisatie verder zal worden uitgewerkt. De projectorganisatie is "lean & mean", dat betekent dat benodigde personele capaciteit op tijdelijke basis wordt aangetrokken. De Stichting treedt op als hoofdaannemer en is verantwoordelijk voor realisatie van de activiteiten. De aard en intensiteit van de uit te voeren activiteiten verandert gedurende de looptijd van het project en daarmee ook van de in te huren personele capaciteit. De beginperiode is arbeidsintensief, omdat dan snel groeiende bedrijven worden geïdentificeerd, benaderd en betrokken bij de bijeenkomsten.

Definitief voorstel Growth4Noordvleugel

De opzet van de Internet Portal vergt in het begin minder aandacht, maar dat verandert sterk wanneer de Portal 'live' gaat, steeds drukker wordt bezocht en wordt geactualiseerd en verrijkt, ondermeer met informatie verzameld in en rondom bijeenkomsten.

Het bestuur van de Stichting ziet toe op effectieve en efficiënte uitvoering van de activiteiten. De dagelijkse aansturing van de verschillende activiteiten vindt plaats door een directieteam. Dit bestaat uit drs. Rick van der Linde van Growth Consult, initiatiefnemer en expert op het gebied van snelle groeiers en met veel ervaring in het opzetten van bijeenkomsten voor groeiondernemers, uit Vera E. van Os, vanwege haar lange en uitstekende staat van dienst in het bedrijfsleven en bij de overheid, onder andere als directeur buitenlandse investeringen van de gemeente Amsterdam en als directeur van Stichting Amsterdam Promotion en uit een zeer ervaren en deskundige ICT-automatisering expert die verantwoordelijk is voor het ontwikkelen van een online strategie en voor het ontwikkelen en beheren van de Internet Portal. Het directieteam heeft vooral operationele taken, waardoor de overhead (niet aan activiteiten gerelateerde uren) wordt geminimaliseerd.

Naast de centrale projectorganisatie wordt voor elk van de regionale platforms een regionale 'gebruikersgroep' (stuurgroep/werkgroep/commissie) opgezet, bestaande uit enkele groeiondernemers die als 'leiders' van het regionale platform optreden.

Bemensing

Het bestuur bestaat uit een voorzitter, een secretaris en een penningmeester en eventueel andere leden. Het profiel van de voorzitter, het 'boegbeeld', is als volgt:

- Succesvolle groeiondernemer die zijn/haar bedrijf verkocht heeft c.q. niet meer operationeel actief is;
- Charismatische persoonlijkheid, met een heldere opvattingen over en een passie voor het ondernemerschap;
- Gedreven, maatschappelijk geëngageerd persoon die "lessons learned" graag wil delen met jonge ondernemers.

De voorzitter zal gelet op zijn/haar voor groeiondernemers aansprekende profiel vooral 'zichtbare' activiteiten uitvoeren.

5. Begroting en financiering

5.1 Kosten

De totale kosten van het Growth4Noordvleugel initiatief bedragen ca. € 800.000,- . Het gezamenlijk, binnen de Noordvleugel, opzetten van het initiatief levert naast inhoudelijke synergie ook schaalvoordelen. Hierdoor kan het projectmanagement, de website/portal, de Noordvleugel-evenementen en de facilitaire zaken meer efficiënt en ook kosteneffectiever (ca. 30% kostenvoordeel) worden ingevuld. Naast de kosten van de ‘gezamenlijke activiteiten’ zijn er de kosten voor het opzetten van afzonderlijke regionale platforms in de verschillende deelregio’s.

Kosten gezamenlijke activiteiten

De kosten van de ‘gezamenlijke activiteiten’ zijn voor:

- Projectorganisatie (directieteam, administratieve/facilitaire ondersteuning);
- Out-of pockets (kantoor, en -benodigdheden, administratie, marketing en p.r. etc.);
- Noordvleugel-evenementen;
- Gezamenlijke website ten behoeve van snelle groeiers in de Noordvleugel.

Kosten afzonderlijke regionale platforms

Naast de gezamenlijke projectkosten zijn er kosten voor de opzet van de verschillende regionale platforms voor snelle groeiers. Deze kosten zijn voor:

- Identificeren van snelle groeiers in de betreffende regio (scan);
- Selecteren, benaderen en betrekken snelle groeiers bij de sessies;
- Voorbereiden van de sessies;
- Materiaal, zaalhuur, catering, etc. tijdens de sessies;
- Uitvoeren van vervolgsessies.

Op basis van een inschatting van het aantal groeiers in de verschillende regio’s van het Noordvleugelgebied, is vastgesteld dat het aantal groeiers voldoende groot is om 7 regionale platforms in het Noordvleugelgebied op te zetten.

Totale kosten

De totale kosten (gezamenlijke activiteiten plus regionale platforms) bedragen (bij 7 regionale platforms) € 800.000,- voor de opstartperiode van ruim anderhalf jaar (de periode waarvoor financiën wordt gevraagd). Na de opstartperiode van anderhalf jaar gaat het initiatief verder met hulp van private financiering. In onderstaande tabel is de projectbegroting uitgesplitst naar kostenposten.

| Post | Bedrag |
|------|--------|
|------|--------|

Definitief voorstel Growth4Noordvleugel

| | |
|--|----------------|
| Regionale Sessies <ul style="list-style-type: none">• Locatie's• Programma• Registratie | 150.000 |
| Noordvleugel-evenementen <ul style="list-style-type: none">• Locatie's• Programma• Registratie | 100.000 |
| Branding/marketing/sales/p.r. <ul style="list-style-type: none">• Logo en naam• Positionering• Identificatie doelgroep (scan's)• Benadering doelgroep• CRM• Media begeleiding | 150.000 |
| ICT-automatisering <ul style="list-style-type: none">• Backoffice• R&D/evaluatie• Online | 100.000 |
| Administratie en ondersteuning <ul style="list-style-type: none">• Kantoor• Personele kosten• Verzekeringen• Reiskosten• Verantwoording | 50.000 |
| Projectorganisatie | 250.000 |
| Totaal | 800.000 |

5.2 Financieringsplan

Het is de uitdrukkelijke bedoeling om een initiatief in gang te zetten dat voorziet in de behoefte van ondernemers van nog relatief jonge en kleine, maar wel al snel groeiende en veelbelovende bedrijven. Na de opstartperiode zal het initiatief voortbestaan met een bijdrage van de aangesloten bedrijven. Echter, om het netwerk van beste ondernemers in de Noordvleugel tot stand te brengen is er een voorinvestering nodig. In de opstartfase wordt/is een Stichting opgezet die zich zodanig ontwikkelt dat deze nadien zelfstandig, met een solide financiële basis, functioneert. Wanneer het netwerk van snelle groeiende bedrijven succesvol tot stand is gebracht, nemen de jaarlijkse kosten af.

Definitief voorstel Growth4Noordvleugel

Op dat moment worden de bedrijven lid en wordt via sponsorbijdragen de continuïteit van de activiteiten gewaarborgd. Verdere schaalvergroting (landelijke, wellicht internationaal/Europees) kan additionele efficiency met zich meebrengen.

De ervaring leert dat de bijeenkomsten veel toegevoegde waarde leveren voor de deelnemende snel groeiende bedrijven. Op basis daarvan verwachten wij dat de bedrijven na de opstartfase bereid zijn om een bescheiden bijdrage te betalen (huidige uitgangspunt is € 1.000,- per jaar). Daarnaast zijn er grote dienstverlenende bedrijven geïnteresseerd in sponsoring van een concept dat een voldoende grote groep van snel groeiende bedrijven bereikt. Echter, om de randvoorwaarde van exclusiviteit van het netwerk te bewaken, ontwikkelt de organisatie een leidraad voor sponsoring, waarvan het belangrijkste selectie criterium is dat sponsors niet alleen een financiële bijdrage leveren, maar ook voor de doelgroep interessante expertise in huis hebben en die ter beschikking stellen.

Gezien het belang van snelle groeiers voor lokale en regionale overheden wordt ten behoeve van de voorfinanciering van de opstartfase partnerships met overheden gezocht. Daarnaast worden drie hoofdsponsors benaderd, conform het boven vermelde criterium. Beoogd wordt om de totale kosten (€ 800.000,-) te verdelen over de betrokken gemeenten en provincies (circa 70%), drie hoofdsponsors en een aantal subsponsors (samen circa 30%) die deels in natura aan het project bijdragen. De betrokken regionale overheden (de grotere gemeenten in de Noordvleugel en provincies) hebben zich hiertoe bereid verklaard. In onderstaande tabel is deze financieringsopzet weergegeven.

De toegezegde middelen zijn als volgt:

| | |
|---|-------------|
| Gemeente Almere/Lelystad (excl. bijdrage provincie) | € 25.000,- |
| Gemeente Amersfoort | € 35.000,- |
| Gemeente Amsterdam | € 240.000,- |
| Gemeente Haarlem | € 35.000,- |
| Gemeente Haarlemmermeer | € 35.000,- |
| Gemeente Utrecht | € 45.000,- |
| Gemeente Zaandam | € 35.000,- |
| | |
| Provincie Utrecht | € 30.000,- |
| Provincie Flevoland | € 30.000,- |

Definitief voorstel Growth4Noordvleugel

Hoofd- en subsponsors

De projectorganisatie trekt het resterende benodigde bedrag aan bij drie hoofdsponsors en subsponsors op deelgebieden, die deels een bijdrage in natura zullen leveren.

Naast de drie hoofdsponsors en de subsponsors dragen de deelnemende ondernemers aan het initiatief bij door hun deelname aan de groeisessies en andere activiteiten. Dit is met name van toepassing op de ervaren snelle groeiers die in feite functioneren als coaches van de nog jongere snelle groeiers. Deze inbreng betreft een waarde “in kind”.

Het initiatief wordt na de opstartfase volledig privaat gefinancierd. Op dat moment is er een groep ondernemers aan het initiatief verbonden, die een aantrekkelijke doelgroep vormt voor sponsoring. Daarnaast is verondersteld dat 300 snelle groeiers lid worden van het platform tegen een (bescheiden) contributie van € 1.000,- per jaar en dat er (beperkte) inkomsten worden gerealiseerd door tools die worden ontwikkeld.

Addendum bij het projectplan 'Growth4Noordvleugel'

In het laatste kwartaal van 2006 is binnen de Noordvleugel samen met de gemeenten, Almere, Amsterdam, Amersfoort, Haarlem, Haarlemmerliede, Hilversum, Lelystad, Utrecht en Zaanstad intensief gewerkt aan het Noordvleugelbreed opzetten van locale/regionale platforms voor snelgroeiende bedrijven. De inspanningen hebben geresulteerd in een commitment van alle gemeenten aan het projectplan 'Growth4Noordvleugel' d.d. 3 november 2006, wat vervolgens ook is ingediend in het programma 'Pieken in de Delta'. Inmiddels is duidelijk dat andere bronnen het project moeten en zullen cofinancieren, omdat binnen dat programma cofinanciering niet haalbaar is.

Tijdens het beoordelingsproces van 'Pieken in de Delta' zijn de initiatiefnemers doorgedaan met de voorbereidingen van het project. In die periode hebben zij ook met nieuwe partijen gesproken die financiële en andere bijdragen aan het project kunnen en willen leveren. Uit die gesprekken is gebleken dat er ruim voldoende draagvlak voor het project bestaat. Met nieuwe cofinanciers willen Economische Zaken van de gemeente Amsterdam en de initiatiefnemers het project binnen de Noordvleugel in februari/maart 2007 starten, zij het op basis van een nieuwe begroting met additionele nieuwe financieringsbronnen en met een enigszins gewijzigde operationele opzet, maar met volledige intakthouding van het oorspronkelijke concept.

In dit addendum treft u de vernieuwde aanpak aan op basis van een nieuwe begroting. Om duidelijk aan te geven welke wijzigingen plaatsvinden, is tevens de oude aanpak en begroting weergegeven.

Wijzigingen in de aanpak

Het oorspronkelijke concept, de doelstellingen en de werkwijze van het plan zijn de volgende:

- de meest talentvolle ondernemers professioneel ondersteunen en promoten;
- een netwerk voor snelgroeiende bedrijven zal daartoe worden opgezet;
- het netwerk heeft een lokale/regionale organisatievorm om de contacten laagdrempelig te maken;
- om de contacten met andere snelle groeiers in de regio te bevorderen wordt ook Noordvleugelbreed een evenement georganiseerd;
- het netwerk zal na de startinvestering organisatorisch en financieel geheel zelfstandig functioneren.

De vernieuwde aanpak om de doelstellingen te bereiken staat in de onderstaande tabel.

| | 'Oude' aanpak | 'Nieuwe' aanpak |
|--|----------------------|------------------------|
| Aantal platforms | 9 | 8 |
| Aantal sessies per platform | 6 | 5 |
| Aantal Noordvleugelbrede bijeenkomsten | 1 | 2 |

In de vernieuwde opzet wordt van een platform in Hilversum afgezien, daar die gemeente (en het betrokken gewest) geen financiële middelen heeft om eigenstandig een platform op te zetten.

Het aantal sessies per afzonderlijk platform neemt één af (van 6 naar 5), het aantal Noordvleugelbrede bijeenkomsten stijgt van 1 naar 2, waardoor het totale aantal ontmoetingsmomenten voor de ondernemers gelijk blijft aan die in het oorspronkelijke plan. Met de vernieuwde opzet kan tevens worden voldaan aan de absolute voorwaarde om het concept onaangetast te houden met de mogelijkheid om meer privaat geld aan te trekken. De wat grootschaligere Noordvleugelbrede bijeenkomsten lenen zich ervoor om financiële betrokkenheid van sponsors goed in te kunnen passen.

Eén platform en één sessie per platform minder leidt tot kostenvermindering van de centrale voorzieningen. Het betreft dan de volgende kostenposten:

- Projectorganisatie (MT, administratieve/facilitaire ondersteuning);
- Out-of pockets (kantoor, en -benodigheden, administratie, marketing etc.).

De gewijzigde opzet (40 in plaats van 55 lokale sessies; 2 in plaats van 1 Noordvleugel bijeenkomst) op basis van de nieuwe begroting resulteert in circa 20% lagere overall projectkosten. De opzet van de financiering is onderstaand weergegeven.

Wijziging in financiering

Het uitgangspunt is om de bijdrage van de deelnemende gemeenten nagenoeg gelijk te houden aan de bedragen die zijn genoemd en toegezegd op basis van het oorspronkelijke plan. De benodigde extra financiering wordt aangetrokken bij private partijen en provincies. In onderstaande tabel is de nieuwe basis van de begroting weergegeven.

| | 'Oude' basis | 'Nieuwe' basis |
|-----------------------------------|--------------|----------------|
| Bijdragen gemeenten en provincies | 495 | 560 |
| Bijdragen private partijen | 50 | 170 |
| Totaal | 960 | 730 |

Ervan uitgaande dat de provincies de begrote bedragen honoreren en met enige ruimte voor een geïndividualiseerd arrangement, zijn de bedragen voor de gemeenten als volgt uitgesplitst.

| | |
|-----------------------------|--------------------|
| Gemeente Almere en Lelystad | € 30.000,- |
| Gemeente Amersfoort | € 35.000,- |
| Gemeente Amsterdam | € 240.000,- |
| Gemeente Haarlem | € 35.000,- |
| Gemeente Haarlemmermeer | € 35.000,- |
| Gemeente Utrecht | € 45.000,- |
| Gemeente Zaandam | € 35.000,- |
| Totaal gemeenten | € 455.000,- |

De begroting voorziet vooral in een stijging van de bijdrage van private partijen. De initiatiefnemers hebben daartoe reeds toezeggingen gekregen in financiële middelen en/of in natura van de meeste betrokkenen. Bovendien kunnen en willen een aantal private partijen het netwerk inhoudelijk versterken. In de loop van januari zullen de afspraken met hen nader worden uitgewerkt en geconcretiseerd. Gesprekken met de gemeenten en de provincies worden op dit moment gevoerd. Over hun deelname en onder welke voorwaarden zal naar verwachting ook in januari uitsluitsel zijn.

Toelichting op Growth4Noordvleugel

Uit onderzoeken blijkt dat snelgroeiende ondernemingen de meeste regionale werkgelegenheid scheppen en veelal innovatief zijn. Het succesvol zijn en blijven van snelgroeiende ondernemingen is dus van belang voor de regio en is tevens het primaire doel van de ondernemers. Het succes van deze ondernemingen is allereerst en bovenal afhankelijk van goed ondernemerschap. Toch kunnen regionale/ lokale overheden daarin indirect iets betekenen en tegelijkertijd een ander eigen belang dienen: het binden van de bedrijven aan de regio/gemeente en daarmee de kans op behoud ervan voor de regio/gemeente vergroten. Door deze bedrijven in de Noordvleugel in beeld te brengen kunnen de overheden daarmee doelgericht communiceren en die ondernemingen effectief faciliteren, onder meer door de snelle groeiers met elkaar in contact te brengen en met door de wol geverfde ex-snelle groeiers en ze te voorzien van informatie.

De regionale/gemeentelijke overheid in de Noordvleugel en de snelle groeiers hebben dus een gemeenschappelijk belang: bestendiging en voortzetting van het succes van de snel groeiende onderneming. De ondernemer om zijn private ambities te verwezenlijken: groei en winst. De overheid om haar publieke doelstellingen te realiseren: innovatie en werkgelegenheid.

Resumerend biedt Growth4Noordvleugel een aanpak, die meerdere doelen dient:

- de platforms bevorderen dat bedrijven elkaar helpen, waardoor verdere groei wordt gestimuleerd en gerealiseerd en het aantal mislukkingen wordt gereduceerd;
- een sterk lokaal/regionaal snelle groeiers-netwerk is een (ver-) bindende factor voor de ondernemers, waardoor de kans dat deze economische motoren zich naar andere regio's verplaatsen wordt verkleind;
- lokale overheden krijgen de mogelijkheid om met snelle groeiers te communiceren, waardoor signalen over knelpunten in een vroeg stadium kunnen worden opgevangen en de overheid de kans krijgt om daarin een positieve rol te spelen;
- snelgroeiende bedrijven zijn een prima klankbord voor overheden om inzicht te verkrijgen in maatschappelijke trends en de gevolgen daarvan voor beleid;
- het creëren van een 'club van beste ondernemers' draagt bij aan de uitstraling van de gemeente/regio als vestigingsplaats voor nieuwe snelle groeiers en andere bedrijven en zorgt daardoor indirect voor nieuwe werkgelegenheid;
- snelle groeiers hebben een positieve economische invloed op het gevestigde regionale/lokale bedrijfsleven vanwege de 'uitwaai functie'.

