



## Enquête OVK

23 leden hebben de enquête online ingevuld. Op zich is dat geen slechte score. Door de vele verschillende vragen is het niet mogelijk een overall conclusie te trekken. De vragen moeten per stuk worden bekeken en uit de antwoorden kunnen we conclusies trekken en vervolgens bepalen hoe we daarmee verder omgaan.

### Vraag 1.

#### **Hoe ben je in aanraking gekomen met Ondernemersvereniging Katendrecht?**

15 van de respondenten geeft aan via een andere ondernemer - lid van de ondernemersvereniging - in aanraking gekomen te zijn met de OVK. 1 respondent is benaderd door het OBR. De overige respondenten weten het niet meer, zijn zelf gaan zoeken naar een ondernemersvereniging op de Kaap of zijn min of meer toevallig bij de OVK terecht gekomen.

#### *Conclusie:*

*Het loont om nieuwe ondernemers actief te benaderen voor een kennismaking met de OVK.*

### Vraag 2

#### **Hoe zou volgens jou de OVK meer bekendheid kunnen krijgen bij ondernemers op de Kaap?**

- 3 respondenten komen met een oplossing in de sfeer van middelen: een welkomstkaartje, regelmatige nieuwsbrief, goede online vindbaarheid (website), uitnodiging voor bijeenkomst.
- 9 respondenten zien - in grote lijnen - vooral heil in pro-actieve acties, samengevat komt dit neer op het actief benaderen van nieuwe ondernemers, zelf langsgaan, laten zien wat we doen, meer dingen doen in de wijk en een standaarduitnodiging bij inschrijving in de KvK.
- 4 respondenten vinden dat de OVK prima te vinden is en een goede bekendheid heeft.
- 5 respondenten haakten af bij deze vraag of hadden geen idee.

Overige opmerkingen: meerwaarde onder woorden brengen, meer publiciteit door het organiseren van meer publieke evenementen, organiseren van evenementen met een thema dat ondernemers organiseert, vaker en op meer plekken zichtbaar zijn, voordelen van het lidmaatschap beter kenbaar maken, richten op collectieve belangen en - specifiek voor horeca-ondernemers - ook bijeenkomsten organiseren op andere momenten dan vrijdagavond 19.00 uur.

#### *Conclusie:*

*Eigenlijk bevestigt het antwoord op deze vraag de conclusie uit vraag 1.*

### Vraag 3

#### **Waarom ben je lid geworden van de OVK?**

Uit de antwoorden op deze vragen is lastig een eenduidige conclusie te trekken. De meeste respondenten zijn lid geworden omdat ze informatie (14) of belangenbehartiging (13) verwachtten, of voor het ondernemersnetwerk (13). Ook gezelligheid - de borrels - was een belangrijke overweging (10), gevolgd door solidariteit (8), deskundigheidsbevordering op het gebied van ondernemen (7) en gebiedpromotie (6).

Onbelangrijk bij de overweging om lid te worden, blijken het promoten van elkaars business in de wijk, en elkaars netwerk, het binnenhalen van opdrachten / werk, en de mogelijkheid een bijdrage te leveren aan gebiedspromotie en het genereren van omzet voor alle Kaapse ondernemers.

#### *Conclusie:*

*Ondernemers die lid worden van de OVK willen daar vooral zelf beter van worden. Ze zoeken informatie, willen belangenbehartiging en gebruik maken van het ondernemersnetwerk. Dat het gezellig is om lid te zijn, speelt ook vaak een rol.*

### Vraag 4

#### **Voldoet de OVK aan je verwachtingen?**

Eén respondent geeft een antwoord waaruit blijkt dat hij wel tevreden is maar weinig gebruik maakt van de mogelijkheden. Die kunnen we optellen bij de tevreden leden. Vier respondenten gaven een irrelevant antwoord. Als we die verwijderen, kunnen we stellen dat ruim de helft

tevreden is en rond de 10% niet of bijna tevreden. De onvrede wordt verwoord als: ik vind het een gezelligheidsclub, teveel gericht op het Deliplein, te weinig op samenwerking, de OVK zou beter zichtbaar moeten zijn en een actievere rol moeten spelen.

*Conclusie:*

*Het is lastig om iedereen tevreden te stellen, maar we moeten zeker kijken naar de redenen waarom mensen onvrede voelen, hoewel ik niet direct zie wat we ermee aan moeten. De focus op het Deliplein is volgens mij afgenomen, maar de zichtbaarheid, de samenwerking en de actievere rol zijn wel zaken die ook bij antwoorden op andere vragen terugkomen.*

## **Vraag 5**

### **Hoe kunnen we de website verbeteren. Wat mis je en wat hoeft er niet op wat er nu wel op staat?**

16 respondenten gaven antwoord op deze vraag. Vijf daarvan kenden de website niet of nauwelijks. 3 respondenten vinden de website goed zoals hij is. Er worden mogelijke verbeteringen genoemd: continu nieuwe informatie omdat je anders geen reden hebt om naar de site gaan, aanvullen met nieuwsbrieven en twitter, traffic genereren, nieuwe ingang 'durf te vragen', actuele informatie over en voor ondernemers, er zou informatie op moeten staan die ik nergens anders kan vinden, verrassende ondernemers waarvan je niet weet dat ze er zijn, wat scherper, actueler en dynamischer.

*Conclusie:*

*De website kan wel wat meer pit gebruiken. Zou misschien meer een dynamisch platform moeten worden met meer en actuele informatie.*

## **Vraag 6**

### **Welke bijeenkomsten spreken je het meest aan?**

Kijken we naar de positieve beoordelingen, dan staat met 62% het kennismaken met Rotterdamse beleidsmakers, gericht op de ontwikkeling van Katendrecht bovenaan, gevolgd door deskundigheidsbevordering (52%) en kennismaken met andere Rotterdamse ondernemersverenigingen (52%). De informele borrels scoren 49% en het begeleid netwerken 41%. Kijken we naar de negatieve beoordelingen, dan zien we dat 57% geen behoefte heeft aan begeleid netwerken, en dat 46% van de respondenten geen behoefte heeft aan bijeenkomsten in het kader van deskundigheidsbevordering en aan het kennismaken van andere Rotterdamse ondernemersverenigingen (46%). 36% geeft aan geen behoefte te hebben aan kennismaking met Rotterdamse beleidsmakers en voor 30% hoeven de informele borrels niet.

*Conclusie:*

*Terwijl bijeenkomsten met beleidsmakers moeilijk vol te krijgen zijn, spreken ze veel ondernemers wel het meest aan. Deskundigheidsbevordering scoort positief 52% en negatief 46%. Hetzelfde geldt voor kennismaken met andere ondernemersverenigingen. Meer negatief dan positief scoort het begeleid netwerken: 57% tegen 41%. Het grootste verschil zit in de borrels: 30% is niet positief, 49% is dat wel. De borrels zijn dus relatief populair. De bijeenkomsten in het kader van deskundigheidsbevordering moeten zich nog bewijzen. Over de laatste bijeenkomst, Gedoemanagement, waren alle bezoekers heel enthousiast. Dat moeten we vaker zien te bereiken. Kennismaken met andere ondernemersverenigingen is ook een punt waarover we goed moeten nadenken. Dat is eerder geprobeerd, maar vaak kwamen er maar weinig mensen opdagen. Misschien moeten we er een andere vorm voor bedenken, meer inhoudelijk.*

## **Vraag 7**

### **Hoe vaak per jaar wil je een door de OVK georganiseerde (netwerk)borrel bezoeken?**

Deze vraag werd door 18 respondenten beantwoord. 5 van hen willen twee keer een borrel bezoeken, 5 van hen vindt drie keer een goed aantal en 4 van hen willen graag vier keer borrelen. Een van de respondenten vindt een keer voldoende. Twee gaan voor vijf keer en een van de respondenten wil zes keer borrelen.

*Conclusie:*

*Twee tot drie keer per jaar een informele borrel wordt door de meeste respondenten als voldoende ervaren.*

### **Vraag 8**

#### **Hoe vaak per jaar wil je een voor jou relevante bijeenkomst of workshop in het kader van deskundigheidsbevordering bezoeken?**

Van de 18 respondenten die deze vraag beantwoordden, kozen er 7 voor 1 bijeenkomst per jaar, 5 voor 2 bijeenkomsten, 2 voor 3 bijeenkomsten en 4 voor 4 bijeenkomsten.

#### *Conclusie:*

*Er lijkt behoefte te bestaan aan bijeenkomsten of workshops deskundigheidsbevordering. 7 mensen vinden 1 bijeenkomst per jaar voldoende, maar 11 willen graag 2 tot 4 van dit soort bijeenkomsten. Ik denk dat het van de inhoud afhangt, of men enthousiaster wordt, maar het lijkt me dat we hiermee moeten doorgaan. Uiteraard moeten we zoeken naar onderwerpen die de meeste mensen aanspreken, maar we moeten er vooral ook zorgen voor een aansprekende en enthousiaste workshopleider.*

### **Vraag 9**

#### **Welke onderwerpen komen bij je boven als het gaat om deskundigheidsbevordering?**

16 van de respondenten hebben deze vraag beantwoord. Social media (waaronder het zakelijk gebruik van twitter en facebook) werd het vaakst genoemd, namelijk zes keer, waarvan vier keer op nr. 1. Ook werden veel onderwerpen genoemd die met marketing en financiën te maken hebben. Sommige onderwerpen die werden genoemd, zijn niet geschikt voor een workshop of bijeenkomst deskundigheidsbevordering (denk aan parkeerproblemen, woningbouw, de plannen van de gemeente op de Kaap).

#### *Conclusie:*

*De ondernemers hebben zeker prima ideeën. We moeten ze goed in kaart brengen en groeperen en kijken welke het meest geschikt zijn om de komende twee jaar aan te pakken.*

### **Vraag 10**

#### **Zou je zelf, vanuit jouw expertise, een bijdrage kunnen en willen geven aan een bijeenkomst in het kader van deskundigheidsbevordering, en zo ja, over welk thema?**

Deze vraag werd door 19 van de 23 respondenten beantwoord. 16 van hen gaven aan hiertoe geen mogelijkheid te zien. De drie respondenten die wel een bijdrage kunnen leveren, willen dat doen over

- MVO, duurzaam ondernemen
- positionering, doelgroepbenadering en (marketing)communicatie
- parttimer werknemers.

#### *Conclusie:*

*We kijken in hoeverre de onderwerpen passen binnen de uitkomst van vraag 9 en maken waar mogelijk zeker gebruik van de expertise van deze ondernemers.*

### **Vraag 11**

#### **Ben je bereid om, incidenteel, een extra bedrag te betalen voor een bijeenkomst die bijzonder interessant is maar het normale budget van de OVK te boven gaat?**

Van de 19 respondenten die de vraag beantwoordden, willen er 5 geen extra bedrag betalen. Van de overige 14 willen er 5 maximaal 10 euro extra betalen, 7 vinden 15 euro een prima bedrag, 1 gaat tot 20 euro en 1 gaat tot 25 euro.

#### *Conclusie:*

*In een incidenteel geval is een extra bijdrage van maximaal 15 euro aanvaardbaar.*

### **Vraag 12**

#### **Als het gaat om informatievoorziening, welke onderwerpen komen dan bij je boven?**

Het antwoord dat het vaakst werd gegeven op deze vraag was 'stedenbouwkundige ontwikkelingen op Katendrecht en omgeving' (15 x), gevolgd door subsidiemogelijkheden (11 x), gebiedsbeheer

Feijenoord en veiligheid (beide 9 x) en duurzaam ondernemen (8 x). Slechts 1 x werd genoemd mediabereik, reclame richtlijnen, openbareruimtevoorzieningen voor bedrijven en social media.

*Conclusie:*

*Het volgen van de informatiestromen rond stedenbouwkundige ontwikkelingen, gebiedsbeleid Feijenoord en veiligheid zal niet eenvoudig zijn, maar met wat speurwerk moeten er goede bronnen kunnen worden aangeboord waarvan de inhoud geschikt is om als content op de website te plaatsen. Over duurzaam ondernemen kunnen we wellicht al wat relevante links plaatsen. Datzelfde geldt voor de overige drie genoemde onderwerpen. Kost wel wat tijd om een en ander uit te zoeken.*

### **Vraag 13**

**Ben je bereid om eenmalig een financiële bijdrage te leveren aan de productie van een middel waarmee de ondernemersvereniging de leden voor het voetlicht kan brengen bij meer bezoekers uit andere Rotterdamse wijken en toeristen?**

Van de 19 respondenten die de vraag beantwoordden, vond meer dan de helft (10) dit bespreekbaar. 3 x vond men een bedrag van maximaal 10 euro acceptabel, en 3x een bedrag van maximaal 25 euro. 3 van de respondenten zijn niet bereid hiervoor een extra bedrag te betalen.

*Conclusie:*

*Slechts 3 van de 19 (16%) respondenten staan compleet afwijzend tegenover een extra bijdrage. Indien het per se nodig is, kunnen we dus een (bescheiden!) beroep doen op de OVK-leden.*

### **Vraag 14**

**Heb je tips, ideeën of boeiende gedachten die je wilt delen met het bestuur van de OVK?**

Zes van de 23 respondenten hebben deze vraag beantwoord. Hun reacties staan hieronder:

1. Kunnen de verschillende soorten ondernemers niet beter op een andere manier worden geclusterd? Dan kan het inhoudelijk dieper worden. Nu zijn dienstverleners, horeca en anderen allemaal in 1 groep vertegenwoordigd. Maak ook ondernemers betrokken die hier wonen, maar hun bedrijf elders hebben (en andersom?)
2. Te produceren middel: wellicht een filmpje nogmaals: wat is het doel, wie de doelgroep, wat de boodschap.
3. Inventariseren bij alle ondernemers, op welk moment zij in de gelegenheid zijn een informatiebijeenkomst bij te wonen. Wellicht zorgt dit voor een grotere opkomst. Vraag naar welke dag de voorkeur heeft en welk dagdeel. Misschien is overdag op een dinsdag een idee. De meeste zaken zijn dan gesloten.
4. Binnenkort bestuursvergadering inplannen :-)/ cq. lunch.
5. Vergaderen met een open agenda (bijvoorbeeld)
6. Graag de borrels op een ander tijdstip, ik begrijp dat het lastig is voor een ieder, maar zou het bijvoorbeeld niet eens kunnen op maandag 15.30 of di. of vrijdag einde middag. En bovendien is dit nu jullie vraag... dus bij deze.

*Conclusie:*

*Goed om nader te bekijken. Een conclusie is hieruit niet te trekken.*

10 april 2014  
Tineke Overbosch