

Resultaten

In dit onderzoek is nagegaan of de hiërarchie van behoeften aan bepaalde vestigingsfactoren van ICT ondernemers in de gemeente FoodValley overeenkomt met de hiërarchie van imagofactoren die de gemeente heeft geselecteerd in haar imagodocumenten.

1.1. Waardering harde factoren door middel van de fotosorteermethode

Tijdens het interview kregen de respondenten eerst een aantal foto's voorgelegd, zodat zij de imagofactoren beter konden visualiseren. Daarbij werd een onderscheid gemaakt in harde en zachte factoren. Er werd de respondenten gevraagd om uit een drietal afbeeldingen van factoren het meest belangrijke beeld te kiezen, het meest aanwezige beeld en het beeld dat het meest aanwezig was in de (digitale) media.

Onder de harde factoren werd ligging beoordeeld als meest belangrijke aspect met een score van twaalf. Wanneer er werd gevraagd naar het meest aanwezige beeld in Veenendaal als bedrijfsstad, werd ligging tevens beoordeeld als meest aanwezig. Op de vraag welk beeld het meeste aandacht kreeg in de (digitale) media, werd in elf gevallen geantwoord dat het beeld van evenementen overheerste. In een enkel geval was de ondervraagde niet in staat antwoord te geven op de vraag welk beeld van Veenendaal het meest aanwezig was in de (digitale) media. Deze waarde mist en daarom wijkt de n af.

Harde factoren	Meest belangrijk (n=18)	Meest aanwezig (n=18)	Meest aanwezig in de (digitale) media (n=17)
Ligging	12	9	1
Facilitering	6	4	5
Evenementen	0	5	11

Tabel 1.1. Algemene beoordeling harde factoren volgens de fotosorteermethode

1.2. Waardering zachte factoren door middel van de fotosorteermethode

Bij het drietal afbeeldingen van zachte factoren werden dezelfde vragen gesteld als bij de harde factoren. Samenwerking als zachte factor werd beoordeeld als meest belangrijke factor en tevens als het meest aanwezige beeld van Veenendaal als bedrijfsstad. Innovatie was volgens de ondervraagden de meest aanwezige factor in de (digitale) media. Evenementen werd beoordeeld als de minst belangrijke factor, maar wel de factor die het meest aanwezig is in de media. De ondervraagden gaven onder andere aan dat de evenementen in de gemeente Veenendaal niet aansluiten op de doelgroep die zij willen bereiken. Zij werken namelijk vooral in de zakelijke markt en richten zich daarbij op een nationale klantenkring. Het participeren in of sponsoren van evenementen levert daarom voor hen weinig tot geen rendement op. Ook gaven enkele ondernemers aan dat zij persoonlijk weinig interesse hadden in evenementen.

Zachte factoren	Meest belangrijk (n=18)	Meest aanwezig (n=18)	Meest aanwezig in de (digitale) media (n=17)
Samenwerking	12	11	6
Innovatie	3	5	9
Veiligheid	3	2	2

Tabel 1.2. Algemene beoordeling zachte factoren volgens de fotosorteermethode.

Berno van der Geest, Agri Information Partners (Wageningen) over regionale samenwerking: *“Dit geeft voor ons de gelegenheid om nieuwe mensen te ontmoeten en mogelijkere wat samenwerking aan te gaan. Dit is een belangrijk initiatief voor ons. [...] Er is een bijeenkomst geweest waar ik aanwezig ben geweest. Dat vond ik een interessante bijeenkomst. Verder heb ik er nog niet zoveel aan gedaan, maar dat heeft meer met tijd te maken. Maar ik vind het goed dat het aanwezig is.”*

2.1.1. Hiërarchie van harde factoren volgens de kaartsorteermethode - algemeen

Harde factoren	Score (n=18)
Ligging	29
Bereikbaarheid	26
Facilitering	23
Duurzame ontwikkeling	18
Kennisinstellingen	11

Tabel 2.1.1. Totale beoordeling harde factoren volgens de kaartsorteermethode.

In het algemeen werd de factor ligging beoordeeld als het meest belangrijk, gevolgd door respectievelijk bereikbaarheid, facilitering, duurzame ontwikkeling en kennisinstellingen.

2.1.2. Hiërarchie van zachte factoren volgens de kaartsorteermethode - algemeen

Zachte factoren	Score (n=18)
Samenwerking	38
Ambitie	38
Innovatie	21
Veiligheid	10
Genieten van het leven	1

Tabel 2.1.2. Totale beoordeling zachte factoren volgens de kaartsorteermethode.

Wat de zachte factoren betreft, behaalden de factoren samenwerking en ambitie een gelijke score van 38. Veel bedrijven gaven echter aan dat zij samenwerking, ambitie en innovatie zagen als een drieluik. Zij relateerden deze drie factoren als drie succesfactoren voor bedrijven.

“Wij zijn een innovatief bedrijf. Wij maken software die andere bedrijven verder helpt in het ontwikkelen of het produceren van nieuwe rassen [in de veredelingssector], dus innovatie is bij ons erg belangrijk, dus dat mag best een uitstraling hebben op de omgeving. En dan zijn we redelijk ambitieus.

We hebben de ambitie om de beste softwareleverancier van de veredelingssector in de wereld te worden. Iedereen mag dromen hebben vind ik.

2.3.1. Hiërarchie van harde factoren volgens de kaartsorteermethode – kleine en middelgrote bedrijven

Harde factoren	Klein (n=9)	Middel/Groot (n=9)
Ligging	18	12
Bereikbaarheid	11	15
Facilitering	12	12
Duurzame ontwikkeling	14	4
Kennisinstellingen	5	8

Tabel 2.3.1. Beoordeling harde factoren door kleine en middelgrote bedrijven.

Kleine bedrijven

Door kleine bedrijven werd de ligging met een score van 18 beoordeeld als belangrijkste imagofactor.

Jaap van der Have, oprichter IAProg, over de ligging van Veenendaal: *“We zitten best wel veel in de Randstad, maar sinds de laatste tijd ook heel veel richting Apeldoorn. Je zit hier gewoon centraal. [...] Als je in Utrecht woont, zit je ook wel centraal, maar niet centraal genoeg.*

Duurzame ontwikkeling kwam bij kleine bedrijven op twee. Jaap Lucas, IT Selector (Soesterberg) beargumenteerde dat als volgt: *“Ik denk dat het goed is in algemene zin. Niet alleen voor ons bedrijf, maar überhaupt dat we over vijftig jaar ook nog op een mooi plekje zitten. In het geheel is dat de visie hoe je met de aarde omgaat als bedrijf, met je inkoop van je materialen, waar komt het vandaan, iets verder nadenken hoe ik de aarde of de mensen ermee belast. Ga ik naar de Wibra om m’n kleren te kopen, als ik weet dat ze door kleine kindjes zijn gemaakt of ga ik daar eens over nadenken. Zo werkt het ook voor ons: waar haal je je elektra vandaan of hoe ga je naar je werk, wat voor auto rijd je. Dat is belangrijk om over na te denken.”*

Bereikbaarheid werd door oprichters van kleine bedrijven op de derde plaats gezet. Bert Bouman, System Care ICT B.V.

(Veenendaal) over bereikbaarheid: *“Ik zit door het hele land. Van Amsterdam tot gisteren in Nederweert. Ik zit overal in Nederland in een uur en als ik iets richting Maastricht ga rond de anderhalf à twee uur. Anne Geurtsen, Elevation Concepts (Veenendaal): “Het is heel*



prettig dat je hier gemakkelijk kunt komen. Het is voor klanten ook van belang. Ik woon zelf in Utrecht en als je in de binnenstad moet zijn en je komt 's ochtends om negen uur de binnenstad binnen... Dat is niet fijn. Dat is een heel gedoe en hier ben je vanaf de snelweg gewoon binnen twee minuten overal lang het hele bedrijventerrein. Ik reis zelf heel veel met de trein en ze hebben hier een intercitystation. Dat is perfect. Wat ook mooi is is dat je hier, ik weet niet hoe ze daar mee verdergaan, een transferium. Dat je hier van de weg afkunt, de trein kan pakken richting Utrecht. Dat zijn hele goede dingen."

Ligging en bereikbaarheid werden door meerdere bedrijven aan elkaar gekoppeld. Jan Drost, SucceedIT (Veenendaal) over ligging en bereikbaarheid: *"Het is heel centraal in Nederland, dus je kan hiervandaan in pak 'm beet anderhalf uur heel Nederland bestrijken. En samen met het wegennetwerk, de a12 die ook goed voldoet op het moment."*

Middelgrote bedrijven

Alex Bik, BIT (Ede): *Als je mij vraagt van waar staan we nu als regio om bekend, dan is dat toch dat we lekker dicht bij de a12 zitten, bij de a30. Dat je via de a30 zo op de a1 zit, dat er op de a12 bijna nooit meer file staat, op de a30 sowieso al nooit. Dus de bereikbaarheid is dan denk ik wel de belangrijkste."*

Dit citaat illustreert waarom het merendeel van de middelgrote bedrijven in dit onderzoek de bereikbaarheid als belangrijkste factor beoordeeld. Ligging en facilitering deelden een tweede plaats met een score van 12.

2.3.2. Hiërarchie van zachte factoren volgens de kaartsorteermethode – kleine en middelgrote bedrijven

Zachte factoren	Klein (n=9)	Middel/Groot (n=9)
Samenwerking	23	15
Ambitie	20	18
Innovatie	15	6
Veiligheid	1	9
Genieten van het leven	1	0

Tabel 2.3.2. Beoordeling zachte factoren door kleine en middelgrote bedrijven.

Ambitie werd door de middelgrote bedrijven met een score van 18 het meest gewaardeerd.

"Ambitie is zoiets van: je wil vooruit, je wilt groeien... Dat spreek me erg aan. Als ik vijf minuten het jaarverslag van afgelopen jaar doorblader is het al lang." Joop de Jong, Mprise (Veenendaal).

Door kleine bedrijven werd de zachte factor samenwerking vooral gewaardeerd.

"Alleen kun je gewoon helemaal niks. Ik kan hier wel in m'n eentje gaan zitten, maar op het moment dat ik geen connecties heb hier in de regio, kom ik helemaal nergens. [...] Kennis delen vind ik niet heel erg belangrijk als bedrijf zijnde. Je kunt wel iets van je kennis delen, maar in wijze geef je dan ook een deel"

van je kracht weg. [...] Het is meer om samen projecten op te zetten.” Jaap van der Have, IAProg (Veenendaal)

Gerrit Valkenburg, Valkencompany (Veenendaal) over samenwerking: *“Vanmorgen hadden we hier een glaszetbedrijf en een deurenbedrijf, die elkaar hier tegenkomen en nu werk gaan uitwisselen. Als je gaat samenwerken wordt het dus veel leuker en makkelijker om je klant te bedienen. Je moet sowieso al focussen op waar je goed in bent. Als je elkaar juist opzoekt om samen te werken, dan kan je uiteindelijk meer werk naar de regio halen. [...] Het verschilt per soort samenwerking: je kan samenwerking hebben waarin je elkaar aanvult, dan heb je niet zoveel aan kennisdeling, maar je hebt ook wel samenwerking waar je gezamenlijk een project doet, waar je medewerkers op hetzelfde technische niveau brengt. Dat doen wij ook met enige regelmaat. Ook dat helpt dus om jezelf beter te krijgen.”*

Voor kleine bedrijven kwam innovatie op een derde plaats met een score van 15. Bert Bouman over innovatie: *“Dat je niet bang bent voor nieuwe dingen. De toekomst ligt toch in nieuwe dingen, dat je niet blijft hangen in het oude. Door de middelgrote bedrijven werd innovatie als een stuk minder belangrijk beoordeeld dan door kleine bedrijven. Deze bedrijven waren dan ook wat sceptischer over het “innovatieve” imago van Veenendaal.*

Bart van de Beek, Qray (Wageningen) over innovatie: *“Het Nieuwe Winkelen vind ik interessant, maar gaat gewoon gebeuren, dus ik weet niet of je daar als stad of als ondernemer uitspringt. Ik denk dat dit niet innovatief genoeg is, maar ook niet onderscheidend genoeg: het gebeurt ook in Nijmegen, Ede [...] het is leuk dat het zo neergezet is, maar het is niet doorslaggevend denk ik. [...] Maar je zult ook nog spraakmakende dingen moeten verzinnen, wil je het imago innovatief wat meer op de kaart krijgen.*

Tot slot eindigde veiligheid bij middelgrote bedrijven op de derde plaats in de hiërarchie van belang. Almar te Nijenhuis, SB Groep (Veenendaal) verklaart het belang van deze factor als volgt:

“Er zal een bepaalde mate van veiligheid moeten zijn. [...] Als er veel wordt ingebroken geeft dat geen goed gevoel, dan kost dat een hoop geld en wordt je een beetje bang. In mindere mate voor onze klanten, maar vooral het gevoel wat je zelf hebt. Klanten komen hier één of twee keer.”

Bart van de Beek, Qray (Wageningen) over veiligheid: *“Ik denk dat veiligheid belangrijk is als stabiele factor voor je bedrijf. Als je hier alles helemaal met videocamera's moet gaan uitrusten, dat is minder gaaf qua werk, maar ook qua sfeer. We hebben hier 's zomers picknickbanken buiten staan en die kun je ook gewoon buiten laten staan.*

Koppeling samenwerking, ambitie en innovatie

Een opvallend gegeven was dat tijdens de interviews de factoren samenwerking, ambitie en innovatie door meerdere ondernemers aan elkaar gerelateerd werden.

“Innovatie is een beetje het middel waarmee je verder komt qua ambitie. Voor onszelf is het heel belangrijk dat we innovatief en ambitieus bezig zijn.” Alex Bik (Ede).

“In IT is het heel belangrijk om een open-mind te hebben, met name om de nieuwe wegen die je met IT in kan slaan. Het zijn vaak hele onverwachte dingen. Het gevaar is dan ook dat IT bedrijven zich gaan blind

staren op hun eigen product [...] en geen afstand nemen en zich afvragen 'wat was ook alweer de bedoeling van mijn product en kan het ook anders' [...] en dan heb je soms ook weer anderen even nodig om dat te prikkelen." Anne Geurtsen, Elevation Concepts (Veenendaal).

"Willen wij als Veenendaal verder op de kaart komen te staan, dan is de manier: door te innoveren. Zet je dus een ICT-platform op, geef het een naam en daardoor kun je landelijke bekendheid genieten. Samenwerking is dan het gevolg van innovatie. Landelijk krijg je dan het idee van 'wow, kijk eens wat ze daar in Veenendaal doen'. Dus innovatie staat voor mij op 1, daar komt samenwerking uit voort en als derde ambitie. Je moet ambitie altijd hebben [...] het zit in de natuur van een ondernemer. Uit ambities kan samenwerking ontstaan, maar ook innovatie. In een innovatieplan zet je ook weer je ambities. Ze overlappen elkaar dus wel, maar dit is dus de volgorde." [1. Innovatie, 2. Samenwerking, 3. Ambitie]." Pieter Willemsen, oprichter Hupra (Veenendaal).

"Ik zou zeggen: zonder ambitie gebeurt er helemaal niks. Vandaag de dag denk ik niet dat je zonder samenwerking heel ver komt. Ik heb niet echt een nummer één, ik zie dit echt als een drie-eenheid [samenwerking, innovatie en ambitie]. Je moet wel een bepaalde ambitie en ondernemingszin hebben. Ik zie teveel bedrijven om me heen, wij noemen dat 'hangbedrijven', die zeggen dat als de recessie voorbij is het allemaal wel weer goed komt. Dan kom je zonder ambitie bedrogen uit. De wereld is veranderd en hoe ben jij veranderd om daarop in te spelen? We moeten continu ons bedrijf scherp houden en bedenken waar we morgen ons geld mee gaan verdienen. Heel veel bedrijven hebben door de recessie ook de innovatiekraan dichtgedraaid, terwijl er gewoon zat voorbeelden zijn waarbij je je door innovatie juist wel kan onderscheiden van je 'concullega'. Ik vind IT daar vaak een mooi voorbeeld van. Het zou een mooie enabler kunnen zijn om nieuwe dingen te gaan doen, te innoveren en efficiënter te werken." Rody van Egmond, DATAD (Veenendaal).

"Als je geen ambities hebt binnen je plaats, dan gebeurt er helemaal niks. Ook de ontwikkelingen binnen welzijn draaien voor een smal deel op het bedrijfsleven. Je hebt veel mensen met ambitie, maar degenen die hun ambitie inzetten om er wat van te maken voor de hele club, die liggen niet voor het oprapen. Innovatie brengt altijd heel veel met zich mee. Bedrijven die innovatief en ambitieus zijn gaan vaak vanzelf samenwerken, dus dat is dan de derde die erbij staat. Het is een soort driehoek. En innovatie helpt altijd, daar ontstaan nieuwe dingen en dat trekt weer werk aan. Als je een product wilt verkopen, moet er toch wel iets bijzonders in zitten. Aan de basis van innovatie zit iets bedrijfskundigs wat je oplost of het levensplezier wat je verbetert." Gerrit Valkenburg, Valkencompany (Veenendaal)

"Ik denk dat het van belang is om goed samen te werken om succesvol te zijn en je ambitie waar te kunnen maken." Almar te Nijenhuis, SB Groep

Aanbevelingen voor de gemeente Veenendaal

Tijdens de gesprekken met de ondernemers kwam er een aantal concrete behoeften naar voren. Deze behoeften kunnen gecategoriseerd worden in verschillende thema's:

- Initiatieven om de regionale samenwerking te versterken

- Nieuwe initiatieven om het imago van Veenendaal als ICT-centrum verder uit te bouwen
- Het faciliteren van flexplekken of centra waar gemakkelijk bedrijfsruimte gehuurd kan worden voor ontmoetingen of trainingen

Initiatieven om de regionale samenwerking te versterken

“De gemeente zou bijvoorbeeld een lening kunnen verstrekken (geen subsidie) voor een soort ‘samenwerkingsentiteit’, waarin bedrijven samen iets opzetten. Ze gaan dan gezamenlijk aan het werk aan een bepaalde marktpropositie. In Assen was bijvoorbeeld een mobiliteitsproject, waarbij een aantal mobiliteitsdiensten zijn ontwikkeld voor betere doorstroming en een lagere milieubelasting. Je kreeg dan een kastje in de auto met reisinformatie van 9292ov, er werden door een bedrijf bluetooth-palen langs de weg geplaatst om de doorstroming te meten [...] en daarmee een maatschappelijk probleem oplossen. [...] Vanuit de gemeente zou er gekeken moeten worden naar thema’s die maatschappelijk belangrijk zijn en waar een aantal partijen iets mee kunnen doen [...] misschien iets met foodbedrijven [...] nodig geschikte partijen uit en vertel dat je partijen zoekt die een bijdrage aan dit thema kunnen leveren.” Anne Geurtsen, Elevation Concepts (Veenendaal).

“Zo’n ICT borrel mag wat meer vorm krijgen, wat serieuzer zijn. Misschien ook qua inhoudelijke kant, dat je nog wat meer gaat delen of dat je de deelname van de gemeente nog wat actiever kunt krijgen. Er moet beter gekeken worden naar de raakvlakken [...] kijken naar de type bedrijven die we willen trekken en hoe die elkaar kunnen versterken. Het is nu heel ERP-georiënteerd en het is goed als die met elkaar kunnen samenwerken, maar er is ook nog andere ICT-industrie. De creatieve industrie vind ik nog erg onderbelicht. Het is keuzes maken welk type ICT we naar binnen willen halen. Dat er qua trajecten wat er in de omgeving gebeurt ook echt een vuist kunt maken. Nu is dat te gefragmenteerd.” Wouter Gijsbertsen, oprichter Cliptoo (Veenendaal).

Nieuwe initiatieven om het imago van Veenendaal als ICT-centrum verder uit te bouwen

“Als Veenendaal ICT centrum wil zijn, moet je als je hier door het centrum loopt er wat van merken. [...] ICT moet meer daadwerkelijk aanwezig zijn ter ondersteuning van het winkelend publiek. [...] Tegenwoordig heb je bijvoorbeeld location based services. Dat je bijvoorbeeld door het centrum loopt en intypt op je mobiele telefoon “ik zoek een paar Van Bommel schoenen” dat je telefoon dan aangeeft ‘over 100 meter rechts is een winkel en over 200 meter is er nog een’ en als je daarheen loopt nog de reclameboodschap krijgt ‘kom bij mij eens een kop koffie drinken’. Je kan wel roepen dat je ICT centrum bent, maar je wilt het ook zien, voelen en meemaken. [...] Als je in Silicon Valley komt, praat iedereen over ICT. Dus als je het goed wilt doen moet je de ICT-beleving ook in het centrum neerleggen.” Joop de Jong, Mprise (Veenendaal).

“Als je mij vraagt wat er gebeurt buiten Het Nieuwe Winkelen aan innovatie, dan sta ik stil. Dat is eigenlijk het paradepaardje. Stel je voor je gaat een samenwerking aan met een derde wereldland om een plaats of omgeving te ontwikkelen in de ICT-sector. [...] Dan doe je iets goeds, ben je kennis en kunde

aan het stoppen in iets waar zij verder mee komen en je koppelt het aan wat je als stad uit wilt stralen. Ik ben er echt voor om zoiets te doen.” Pieter Willemsen, oprichter Hupra (Veenendaal).

“Evenementen zouden best een aardige bijdrage kunnen leveren, maar het is zeker geen reden om je ergens te vestigen. Dat zouden dan wel andere evenementen moeten zijn. In de beginjaren hadden wij eigenlijk een groter probleem om aan personeel te komen dan aan klanten. Toen ben ik op een gegeven moment evenementen gaan organiseren op een stuk gras hier in Ede, een soort van hackersfestival, waarbij 3-400 hackers uit het hele land hier in hun tentje kwamen kamperen, overdag allerlei lezingen aan gingen horen over technische onderwerpen, ook discussieerden over maatschappelijke onderwerpen [...] en 's avonds een beetje sociale aspecten. [...] Dat was een grote investering, vooral om dat er geen bedrijventerrein beschikbaar is in Ede. We klopten bij de gemeente aan voor een stukje gras en hebben verder zelf alles geregeld (aggregaten, douche- en toiletvoorzieningen, etc.). BIT heeft daaraan bijgedragen, zowel financieel als het beschikbaar stellen van tijd, omdat dat voor ons een hele goede manier was om in contact te komen met potentiële nieuwe medewerkers. Dit evenement hebben we vier jaar gedaan (2002-2004 en 2006), puur om personeel te werven.” Alex Bik, oprichter BIT (Ede).

“Als je als gemeente zegt dat je ICT stad bent, laat dat dan ook zien. Maar als ik nu hier op de hoek van de snelweg een science center heb staan, waar ik mobiele werkplekken heb zitten waar ik gewoon kan gaan werken ieder moment van de dag, dan denk ik van 'he, dat hebben ze in Veenendaal goed begrepen'. Daar zou ICT Valley meer mee moeten doen in plaats van af en toe een borrel. En dan niet alleen de initiatieven laten zien aan de ICT bedrijven, maar ook naar de buitenwereld toe. Hoe bereikt ICT Valley de inwoners van Veenendaal en hoe bereikt het onze klanten die hier toevallig langsrijden? Die weten van het bestaan niet af. [...] Schreeuw het van de daken, doe er iets mee. Dat mis ik nog een beetje.” Rody van Egmond, DATAD (Veenendaal).

“Ik zou zeggen: zonder ambitie gebeurt er helemaal niks. Ik vind het meer een drie-eenheid eerlijk gezegd. Vandaag de dag denk ik niet dat je zonder samenwerking heel ver komt. Ik heb niet echt een nummer één, ik zie dit echt als een drie-eenheid. Je moet wel een bepaalde ambitie en ondernemingszin hebben. Ik zie teveel bedrijven om me heen, wij noemen dat 'hangbedrijven', die zeggen dat als de recessie voorbij is het allemaal wel weer goed komt. Dan kom je zonder ambitie bedrogen uit. De wereld is veranderd en hoe ben jij veranderd om daarop in te spelen? Je moet dus continu je bedrijf scherp houden en bedenken waar we morgen ons geld mee gaan verdienen. Heel veel bedrijven hebben door de recessie ook de innovatiekraan dichtgedraaid, terwijl er gewoon zat voorbeelden zijn waarbij je je door innovatie juist wel kan onderscheiden van je 'concullega'. Ik vind IT daar vaak een mooi voorbeeld van. Het zou een mooie enabler kunnen zijn om nieuwe dingen te gaan doen, te innoveren en efficiënter te werken.” Rody van Egmond, DATAD (Veenendaal).

“Waar ik als ondernemer wel mee geholpen zou zijn is een soort Ombudsman voor ondernemers en eventueel via een gezamenlijk verband. [...] Adviespunten zijn er wel genoeg en daar heb ik ook wel mee te maken gehad, maar vaak denk ik van 'het werkt niet'. Je komt daar weer in de wachtrij of ze weten eigenlijk ook maar te weinig. Laatst wilden we iemand in dienst nemen die gebruik kon maken van een regeling via het UWV voor een proefplaatsing. We wilden haar zo snel mogelijk in dienst nemen, maar het UWV doet er dan acht weken over om te beoordelen of die proefplaatsing akkoord is. [...] Dan zet je

een gigantische rem op een regeling die best wel goed is, want in praktijk werkt het niet. Dan zou ik best wel eens ergens willen aankloppen om dat aan te kaarten of dat niet anders geregeld kan worden.” Ella Loos, Rozis.

Bert Bouman over de aanwezigheid van kennisinstellingen voor het vinden van gekwalificeerd personeel: *“Als je ICT-stad wilt worden, moet je zorgen dat je de gelegenheid hebt om mensen te trainen om gekwalificeerd personeel te krijgen. Ik zie dat hier in Veenendaal nog niet. Er zijn wat bedrijven die zaken oplenen, maar dat is nog niet heel erg uitgebreid. Ik zou een ruimte willen hebben die je kunt huren om trainingen te geven, om elkaar te helpen, te netwerken... Dus trainingfaciliteiten om ze op te leiden.*

“Wat ik mis in vergelijking met andere plaatsen, waar wij als klein bedrijf behoefte aan hebben, is flexibele, goed gefaciliteerde bedrijfsruimte. Deze bedrijfsruimte [Grebbeuweg 19b] is opzich prima, maar geen toplocatie. Andere steden hebben meer initiatieven zoals een ondernemerscentrum waar je heel flexibel bedrijfsruimte kunt huren. De Goudreinet, die nu net weg is, was voor ons bijvoorbeeld een locatie waar we relaties zouden kunnen ontmoeten. Daarvan is in Veenendaal nu weinig over.[...] Als ik het vergelijk met een stad als Amersfoort, hebben ze daar gewoon wat meer aanbod qua bedrijfsruimte als hier. In de Vendelier is er een partij die wel wat ruimte aanbiedt, maar daar moet je bijvoorbeeld per dagdeel betalen. [...] Kantoorruimte die tussen Seats2Meet en een vaste kantoorruimte die je voor 2 à 3 jaar moet huren inzit. Dat je een ruimte hebt waar je twee dagen in de week terecht kan met een paar personen, wat financieel aantrekkelijk is, maar wat ook andere diensten biedt dan postafhandeling en telefonie of receptiefuncties.” Jan Drost, oprichter SucceedIT (Veenendaal).