

Amsterdam, april 2016
In opdracht van het ministerie van Economische Zaken

Evaluatie microfinanciering

Eindrapport

Marco Kerste
Jarst Weda
Ward Rougoor
Nicole Rosenboom
Cindy Biesenbeek

m.m.v. Carl Koopmans en Robert Scholte

m.m.v. Willemijn van Dolen (Universiteit van Amsterdam)



seo economisch onderzoek

“De wetenschap dat het goed is”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winst-oogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport nr. 2016-30

ISBN 978-90-6733-811-0

Copyright © 2015 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via secretariaat@seo.nl

Samenvatting en conclusies

Qredits heeft zich ontwikkeld tot een professionele kredietverstrekker voor kleine bedrijven. Deze kredieten zijn effectief; Qredits bedient bedrijven die risicovol lijken maar uiteindelijk toch succesvol zijn. Bij de verdere ontwikkeling van Qredits kan het vergroten van de bekendheid een belangrijke rol spelen; is van belang in hoeverre het gaat om extra kredieten ten opzichte van reguliere (bank)leningen; en kan de relatie tussen doelen en activiteiten van Qredits scherper in beeld komen.

Dit rapport evalueert microfinanciering via Qredits. Qredits biedt, met overheidssteun, kredietverlening en coaching aan voor (startende) ondernemers in het midden- en kleinbedrijf. Het doel is om belemmeringen in het verkrijgen van financiering en het opdoen van ondernemersvaardigheden weg te nemen.

Deze evaluatie is uitgevoerd in opdracht van het ministerie van Economische Zaken. Het primaire doel van de evaluatie is “inzicht te verkrijgen in de vraag in hoeverre microfinanciering via Qredits de belemmeringen heeft weggenomen die (aspirant) ondernemers ondervinden ten aanzien van het verkrijgen van kapitaal en het verwerven van ondernemersvaardigheden en zo heeft bijgedragen aan de kwaliteit en/of groei van klein ondernemerschap”. Dit doel is omgezet in een aantal te toetsen hypothesen.

Synthese

Qredits heeft zich in een periode van 7 jaar ontwikkeld tot een professionele kredietverstrekker. Zij ontving in 2009 grofweg 3.500 aanvragen voor microfinanciering; in 2015 waren dit er zo'n 6.000. Dat leidt sinds 2011 jaarlijks tot 1.100 à 1.250 verleende kredieten, waarvan het merendeel aan starters. De ontwikkeling in het aantal aanvragen voor microfinanciering laat sinds 2013 een daling zien, maar hier lijken met name macro-economische factoren aan ten grondslag te liggen.

Het kredietacceptatieproces is in de loop der tijd aangescherpt en er lijken nu voldoende waarborgen ingebouwd om (te) grote risico's te voorkomen. Met de eenmalige forse afboeking in 2014 lijkt de kredietportefeuille ook klaar voor de toekomst. Daarnaast is de financiële huishouding steeds meer gericht op financiële zelfstandigheid, mede door het verbreden van de kostenbasis via verdieping en uitbreiding van het productaanbod, met bijvoorbeeld grotere (MKB-)kredieten.

De statistische analyse in dit onderzoek impliceert daarnaast dat Qredits met haar kredietverlening het beoogde effect weet te sorteren. Bij zowel starters als bestaande bedrijven blijkt Qredits die ondernemers te bedienen die op het eerste oog mogelijk meer risico hebben, maar uiteindelijk ongeveer even succesvol zijn ten opzichte van vergelijkbare (controle)bedrijven. Dit duidt erop dat Qredits de vanuit haar doelstelling juiste ondernemers weet te bereiken.

Op het vlak van coaching is er veel veranderd sinds de formele start in 2009. Hoewel coaching altijd onderdeel is geweest van de werkzaamheden van Qredits, is de kern van de activiteiten in de

loop van de tijd gewijzigd en zijn de activiteiten gerelateerd aan coaching sterk verbreed. Dit maakt het moeilijk om tot harde uitspraken over resultaten te komen.

Uit de analyse volgt daarnaast een aantal ontwikkelpunten. Op het vlak van kredietverlening is vooral de lage bekendheid die Qredits geniet onder de doelgroep van belang. Het bereik van Qredits is dus nog voor verbetering vatbaar. Daarnaast is het de vraag of de kredietverlening door Qredits volledig additioneel is. Een deel van de klanten heeft niet eerst bij een andere financier aangeklopt en zou dus mogelijk ook terecht kunnen in het reguliere circuit. Het ontbreekt aan gegevens om de mate van additionaliteit in kaart te brengen.

Er wordt binnen Qredits veel data bijgehouden en informatie geproduceerd over ideeën, activiteiten en diensten, maar het is in dit geheel niet altijd mogelijk te beoordelen welke zaken op welke manier bijdragen aan de primaire (beleids)doelstellingen. Op het vlak van coaching is het mede hierdoor moeilijk om de impact vast te stellen. Dit past bij de opstart- en ontwikkelfase waarin Qredits zich de afgelopen jaren bevond. Op dit punt kan in de volgende fase een verdere professionaliseringslag worden gemaakt. Hopelijk draagt deze evaluatie daar aan bij.

Kredietverlening: wat wordt bereikt...

Hypothese 1 Microfinanciering via Qredits heeft belemmeringen die (aspirant) ondernemers onderkennen t.a.v. verkrijgen kapitaal en verwerven ondernemersvaardigheden (grotendeels) weggenomen.

Hypothese 2 De doelgroep wordt door Qredits voldoende bediend.

Hypothese 6 De doelgroep voor microfinanciering wordt voldoende bereikt door Qredits.

De premisse achter overheidssteun aan Qredits, op het vlak van kredietverlening, is dat kleine ondernemers belemmeringen ondervinden bij het verkrijgen van krediet. Het wegnemen van die belemmeringen zou er dan toe moeten leiden dat MKB'ers die een kredietbehoefte hebben, maar die in het reguliere circuit niet kunnen invullen, bij Qredits terecht kunnen. Dit rapport toetst dit door te schatten hoe groot de potentiële doelgroep van Qredits is – hoeveel MKB'ers kampen met genoemde belemmeringen? – en te beoordelen in welke mate Qredits er in slaagt deze MKB'ers te bedienen.

De potentiële doelgroep is gedefinieerd als bedrijven met een jaaromzet tot € 1 miljoen en maximaal 5,0 fte werknemers, die een financieringsbehoefte hebben van maximaal € 50.000, waarbij de financieringsbehoefte aansluit bij het type kredietverlening dat Qredits aanbiedt, en die geen financiering kunnen vinden in de financieringsmarkt. Getoetst is vervolgens in welke mate Qredits deze potentiële doelgroep bedient door te kijken naar het aantal aanvragen dat Qredits ontvangt. Qredits bereikt 11 tot 26 procent van haar doelgroep. Hoewel deze cijfers met voorzichtigheid moeten worden geïnterpreteerd, lijkt hier ruimte voor verbetering te bestaan. Een belangrijk deel van de potentiële doelgroep kent Qredits niet of ziet de voordelen er niet van. Voor dit deel van de bedrijven neemt Qredits dus geen belemmeringen weg. Aangezien Qredits juist voor deze groep een van de weinige alternatieven is, is het aannemelijk dat bekendheid hier een belangrijke rol speelt.

Circa 20% van de doelgroep kent Qredits goed of op hoofdlijnen. De mensen die Qredits weten te vinden, doen dat veelal via internet of banken. Qredits zet ook fors in op onlinemarketing. Een groot deel van het marketingbudget in 2015 gaat daarnaast naar massa-mediale campagnes. De

vraag is of een dergelijk brede aanpak voor de hand ligt, gezien de specifieke doelgroep van Qredits. Bij een meer gerichte aanpak is van belang welke doelgroepen het meest relevant zijn en met welke tussenstappen doelstellingen voor die doelgroepen het beste kunnen worden behaald (en gemeten).

Ook is getoetst of Qredits in voldoende mate (te) slechte risico's uitsluit. Het gaat met name om aanvragen voor kredieten die in de markt worden afgewezen omdat de risico's te hoog zijn, en waarbij er dus geen sprake is van marktfalen. Op basis van een analyse van de kredietacceptatie-procesdocumenten en dossieranalyse blijkt Qredits voldoende waarborgen in te bouwen om (te) grote risico's te vermijden. Deze conclusie lijkt te worden weerspiegeld in de cijfers over afboekingen en voorzieningen. Het is echter nog te vroeg voor definitieve conclusies gezien het relatief jonge karakter van de kredietportefeuille.

Hypothese 3 Microfinanciering draagt bij (op middellange termijn) aan de kwantiteit en kwaliteit van het (succesvol) ondernemerschap.

Om op deze hypothese antwoord te geven, zijn Qredits-klienten vergeleken met soortgelijke bedrijven die geen krediet bij Qredits noch elders hebben ontvangen. Bij *startende bedrijven* die krediet ontvangen van Qredits blijkt dat zij een relatief slechte uitgangspositie hebben – afgemeten aan vooral hun omzet en resultaat – maar dat zij hun 'peers' na ongeveer twee jaar hebben bijgehaald. Het lijkt er dus op dat Qredits starters weet te bedienen die op het eerste oog mogelijk meer risico hebben, maar uiteindelijk ongeveer even succesvol zijn ten opzichte van vergelijkbare bedrijven. De resultaten impliceren daarmee dat Qredits met haar activiteiten het gewenste effect sorteert.

Bestaande bedrijven die klant worden van Qredits hebben na hun kredietontvangst – net als de startende bedrijven – een relatief lage winstgevendheid. Aangezien winstgevendheid een op het eerste oog belangrijke indicator voor succes is, in ieder geval voor traditionele kredietverstrekkers, kan dit verklaren waarom deze bedrijven bij Qredits terecht komen. Ook deze Qredits-klienten zijn na enkele jaren qua bedrijfsprestaties vrijwel identiek aan de vergelijkingsgroep. Over de gehele linie lijken de Qredits-klienten in ieder geval niet slechter te presteren dan de bedrijven waarmee ze worden vergeleken. Qredits lijkt daarmee dus bestaande ondernemers te bereiken die ondanks een wat slechtere uitgangspositie, uiteindelijk een goede overlevingskans hebben.

Hypothese 7 Klienten van Qredits zijn tevreden.

Uit interviews blijkt een algemene tevredenheid over het krediet(acceptatie)proces.¹ Er is gekeken naar de tevredenheid met het contact tussen klienten en Qredits; dat is voor de ondernemer immers de belangrijkste uiting van de dienstverlening. Het contact met Qredits wordt door klienten met een ruime voldoende beoordeeld. Deze resultaten zijn gebaseerd op relatief weinig waarnemingen. Het is van belang om de klanttevredenheid structureel te meten. Het verdient aanbeveling om hierbij ook aandacht te schenken aan de tevredenheid met de afwikkeling van kredieten.

¹ Bij alle hypotheses waarvoor informatie van klienten van Qredits nodig was, geldt de beperking dat de administratieve lasten voor deze ondernemers moest worden beperkt. Hierdoor is gebruik gemaakt van gegevens uit bestaande onderzoeken en/of interviews.

...en wat dat kost

Hypothese 4 De manier waarop microfinanciering (via Qredits) wordt aangeboden is doelmatig (efficiënt).

Hypothese 5 Het systeem microfinanciering is op termijn revolverend/rendabel (beschikbaar zonder of met geringere overheidsmiddelen).

Qredits is vergeleken met een drietal internationale ‘peers’ om de doelmatigheid te meten. Qredits neemt een middenpositie in op basis van de beschikbare gegevens over kostenefficiëntie. Ook blijkt dat Qredits’ kredietportfolio van relatief goede kwaliteit is, wat als maatstaf kan worden gezien van de kwaliteit van haar activiteiten. Op het vlak van winstgevendheid neemt Qredits wederom een middenpositie in. Geen van de vier instellingen is overigens winstgevend als wordt gecorrigeerd voor subsidies.² Dit is op zich logisch: de instellingen bedienen een specifieke doelgroep en streven ‘maatschappelijke’ doelstellingen na.

Toch lijkt Qredits er steeds beter in te slagen zichzelf te bekostigen. Er zijn de laatste jaren stappen gezet richting revolverendheid. Voor 2015 (zonder subsidie-inkomsten) resulteert zelfs een positief resultaat. Tegelijkertijd moet er nog een negatief eigen vermogen worden weggenomen, en blijft Qredits gevoelig voor verliezen. De tijd moet uitwijzen of de kredietportefeuille na 2014 in voldoende mate ‘geschoond’ is. Ook spelen nog andere vormen van overheidssteun, bijvoorbeeld de gunstige voorwaarden van de langlopende lening van EZ aan Qredits. Vermoedelijk heeft Qredits de ingezette verdieping en verbreding van het (krediet)aanbod nodig om de kostenbasis te vergroten voor structurele revolverendheid – al is het de vraag of dit ooit volledig zal lukken zonder overheidssteun. Het is een politieke vraag of dit een probleem is, gegeven de publieke doelen die Qredits nastreeft. Hetzelfde geldt voor de wenselijkheid van het verbreden van het productaanbod richting grotere MKB-kredieten.

Qredits doet het internationaal gezien dus (net beter dan) gemiddeld, en heeft stappen gezet richting een gezonde exploitatie.

Coaching

Voor coaching is een analyse van het doelgroepbereik, in het kader van Hypotheses 1 en 2, niet mogelijk gebleken. Het is niet goed vast te stellen wanneer een ondernemer weliswaar behoefte heeft aan coaching maar in de markt zou zijn ‘afgewezen’. De concurrentie op dit vlak is ook veelzijdiger en moeilijker te identificeren – dit kan uiteenlopen van de directe ondernemerskring, familie tot aan de accountant of regionale (vrijwillige) coachingsinitiatieven. Mede hierom is coaching moeilijker te vatten binnen het begrip ‘aanvullend aan de markt’. Ten slotte kan coaching voor ieder ondernemer iets anders betekenen.

Qredits verschaftte in 2014 aan bijna 50 procent van haar kredietklanten coaching, waar de interne doelstelling 60 procent is. Niet alle ondernemers maken echter even intensief gebruik van coaching, en ondernemers percipiëren het soms als een verplichte voorwaarde voor kredietverstrekking. Relevant voor het wegnemen van belemmeringen ten aanzien van het vergaren van ondernemersvaardigheden is hoeveel ondernemers daadwerkelijk behoefte hebben aan coaching en hoe tevreden zij zijn met de ontvangen coaching. Dat relateert direct aan klanttevredenheid.

² Een exacte vergelijking tussen de instellingen is soms moeilijk door verschillen in aanpak en mate van subsidiering.

Uit enquêtes blijkt dat iets minder dan de helft van de gebruikers de toegevoegde waarde van coaching voor de bedrijfsvoering ziet. Op basis van interviews rijst het vermoeden dat dit mogelijk te maken heeft met verschillen in daadwerkelijke behoefte aan coaching. Tegelijkertijd geven ondernemers hun coach gemiddeld een ruime voldoende (6,9). Hoewel het ontbreekt aan voldoende gegevens voor harde conclusies, lijkt er ruimte voor verbetering op vlak van de aansluiting van coaching bij de behoeften van ondernemers. Belangrijke eerste stappen lijken te liggen in het nader inventariseren van de exacte behoeften aan en bijbehorende invulling van coaching, het formuleren van doelstellingen (eventueel voor verschillende doelgroepen) en het meten van resultaten.

Het bleek niet mogelijk om de kosten van coaching te vergelijken met internationale peers, en dus om een uitspraak te doen over doelmatigheid (Hypothese 4).³ Voor wat betreft revolverendheid (Hypothese 5) zijn er bij coaching, net zoals bij kredietverlening, stappen gezet. Na een periode van investeren, nemen de kosten af en de inkomsten toe. Per 2015 krijgt Qredits ook geen directe subsidie meer voor coaching. In het concept jaarverslag voor 2015 resulteert nog een klein negatief resultaat, maar indien de ingezette ontwikkeling zich voortzet is een financieel evenwicht voor coaching in zicht.

³ Cijfers van de andere landelijk coachingsaanbieder in Nederland, Ondernemersklankbord, konden helaas niet verkregen worden.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusies	i
1 Onderzoekscontext en -aanpak	1
1.1 Conceptueel kader: (gebrek aan) mkb-financiering	1
1.2 Microfinanciering in Nederland	3
1.3 Onderzoeksvraag en – aanpak	5
2 Qredits	9
2.1 Organisatie	9
2.2 Dienstverlening	11
2.3 Financiering activiteiten Qredits	16
2.4 Positionering	18
3 Wegnemen van belemmeringen	23
3.1 Analyse van het aantal microkredietaanvragen	23
3.2 Omvang van de potentiële doelgroep van Qredits	30
3.3 Bereikt Qredits haar potentiële doelgroep?	33
3.4 Sluit Qredits (te) hoge risico's uit?	38
4 Bijdrage aan ondernemerschap	49
4.1 Schatting kans op gebruik Qredits-krediet	50
4.2 Matching	56
4.3 Interpretatie van de bevindingen	66
5 Klanten centraal?	71
5.1 Bekendheid van Qredits	71
5.2 Klanttevredenheid	82
6 Wat mag dat kosten?	85
6.1 Doelmatigheid in perspectief	85
6.2 De eigen broek ophouden	92
7 Coaching	101
7.1 Informatiebronnen	101
7.2 Toetsen hypothesen	104
8 Internationaal perspectief	109
8.1 Internationale microfinancieringsinstellingen	109

8.2	Inzichten uit de case studies	111
Literatuur	113
Bijlage A	Onderzoeksverantwoording	115
Bijlage B	Omvang potentiële doelgroep	117
Bijlage C	Bijdrage aan ondernemerschap	125
Bijlage D	Marketing en communicatie	137
Bijlage E	Aanvullende tabellen en grafieken	143

1 Onderzoekscontext en -aanpak

Onder de aanname dat MKB'ers belemmeringen ondervinden bij het verkrijgen van krediet, steunt de overheid kredietverlening aan het MKB via microfinanciering. In Nederland gebeurt dit via de landelijke organisatie Qredits. Het voorliggende onderzoek evalueert microfinanciering via Qredits en heeft als centrale vraag of de belemmeringen die (aspirant) ondernemers ondervinden ten aanzien van het verkrijgen van kapitaal en het verwerven van ondernemersvaardigheden zijn weggenomen.

1.1 Conceptueel kader: (gebrek aan) mkb-financiering

Bedrijfsfinanciering⁴

Ondernemers hebben over het algemeen geld nodig om hun bedrijf uit te oefenen. Dat kan bijvoorbeeld zijn om investeringen te doen, om goederen of diensten in te kopen, en om de tijd te overbruggen tussen het moment dat zelf hun product of dienst leveren en het moment dat ze daarvoor betaald krijgen.

Om zich te financieren kan een bedrijf *extern eigen of vreemd vermogen* aantrekken. In het geval van eigen vermogen koopt een investeerder een aandeel in een bedrijf en wordt mede-eigenaar, waarmee normaliter recht op (gedeeld) zeggenschap en winstdeling wordt verschafte. Eigen vermogen kan via de kapitaalmarkt worden opgehaald, door middel van het uitgeven van aandelen, of rechtstreeks tussen bedrijf en investeerder (onderhands). De laatste categorie bevat bijvoorbeeld investeringen door Venture Capital bedrijven, Private Equity bedrijven en institutionele partijen zoals pensioenfondsen.

Bij vreemd vermogen worden financiële middelen tijdelijk verstrekt tegen bepaalde voorwaarden, waaronder de te betalen rente en het aflossingsschema. Er is geen sprake van eigendom. Ook dit kan gebeuren via de kapitaalmarkt, met obligaties als meest bekende verschijningsvorm, of onderhands. Bij dit laatste moet vooral gedacht worden aan bancaire financiering (leningen). Een derde optie, naast extern eigen en vreemd vermogen, is *interne financiering*, waarbij bijvoorbeeld ingehouden winsten of eigen middelen van de ondernemer worden gebruikt voor investeringen. In algemene zin wordt aangenomen dat bedrijven de voorkeur geven aan interne financiering, en in geval van externe financiering liever vreemd dan eigen vermogen aantrekken.⁵

Marktfalen bij financiering van het mkb

Mkb'ers financieren zich over het algemeen via *interne financiering*. Voor zover zij *externe financiering* willen aantrekken, wenden zij zich veelal tot banken.⁶ Er bestaat een uitgebreid overheidsinstrumentarium voor het stimuleren van financiering van het mkb. De premisse hierbij is dat dit specifieke segment bedrijven belemmeringen ondervindt bij het aantrekken van financiering.

⁴ Mede gebaseerd op Kerste *et al.* (2011)

⁵ In lijn met de *pecking order theory*, zie bijvoorbeeld Myers en Majluf (1984).

⁶ G. Hebbink *et al.* (2014).

Overheidsingrijpen kan gerechtvaardigd zijn als er sprake is van publieke belangen. Op basis van de economische literatuur geldt dat ingrijpen nodig kan zijn als de markt er niet in slaagt om de publieke belangen te borgen. Dit is het geval als er sprake is van externe effecten, informatie-scheefheid, marktmacht of (te) hoge transactiekosten.⁷ De SER (2014, pp. 37-42) vat de recente inzichten hierover samen en concludeert dat er bij financiering van het mkb in Nederland inderdaad sprake is van marktfalen:

- Informatie-asymmetrie⁸: “Het gaat [...] met name om de omstandigheid dat het voor banken moeilijk en relatief duur is om de kredietwaardigheid van kleinere bedrijven in te schatten. Die bedrijven zijn niet altijd in staat om tijdig dan wel volledig de informatie aan te leveren die banken nodig hebben om een kredietwaardigheidsoordeel op te baseren.”⁹ Dit leidt tot ave-rechtse selectie: kredietverleners kennen de kredietwaardigheid van met name kleine bedrijven niet. Hierdoor worden veel kredieten niet verstrekt.¹⁰
- Transactiekosten¹¹: “...kleine kredieten...zijn relatief bewerkelijk ten opzichte van de omvang van het krediet. Bij doorberekening in de prijs zullen de transactiekosten zo hoog worden dat veel transacties niet meer tot stand zullen komen. En bij de bedrijven die wel de hogere prijs willen betalen, speelt het probleem van averechtse selectie. Verder is het voor kleine mkb-ondernemers lastig om voor een kleine financieringsbehoefte alternatieve financiering te vinden als de eigen bank nee heeft verkocht.”¹²
- Marktmacht: hier ziet de SER geen aanwijzingen voor. Wel kan er nadeel worden ondervonden van een suboptimale marktstructuur: “het Nederlandse mkb [is] voor zijn financiering van enkele grootbanken afhankelijk...terwijl die grootbanken (net als andere banken) ook moeten werken aan het versterken van hun kapitaalpositie. De markt voor mkb-financiering is niet zo aantrekkelijk dat nieuwe bancaire toetreders in het gat willen springen. In die situatie kan het Nederlandse mkb dus relatief moeilijk aan bancaire financiering komen, terwijl alternatief aanbod nog niet in voldoende mate beschikbaar is.”
- Externe effecten: “In Nederland wordt bij externe effecten [in het kader van mkb-financiering]...een verband gelegd met het belang van innovatie. Innovatie gaat vaak met externe effecten gepaard; een deel van de vruchten wordt immers door anderen geplukt. Verder is het aannemelijk dat startende bedrijven voor vernieuwing zorgen.”

De SER benadrukt dat het marktfalen moet worden gezien als *aanvullende* verklaring voor knelpunten bij mkb-financiering; dat wil zeggen: aanvullend ten opzichte van de knelpunten die reeds bestaan aan de vraag- en aanbodzijde. Zo is er, los van het marktfalen, sprake van conjuncturele factoren die de financiële positie van mkb'ers heeft verslechterd maar ook de vraag simpelweg heeft verlaagd, en heeft bijvoorbeeld de toenemende regulering van de financiële sector tot ge-

⁷ Zie voor een nadere uitwerking Baarsma *et al.* (2007).

⁸ Door de SER ‘informatiegebreken’ genoemd.

⁹ Gebaseerd op DNB (2014).

¹⁰ Het CPB gaat in op redenen waarom het juist voor kleine bedrijven moeilijker is om informatie-asymmetrie te beperken. Zie Beers *et al.* (2015).

¹¹ Door de SER ‘coördinatieproblemen’ genoemd

¹² Coördinatieproblemen (transactiekosten) zijn naar mening van de onderzoekers van dit rapport niet automatisch een ratio voor overheidsingrijpen. In het geval van kredietverlening aan het MKB is de relatie met informatie-asymmetrie van belang: transactiekosten kunnen een belemmering vormen voor het wegnemen van informatie-asymmetrie.

volg dat er minder kapitaal beschikbaar is voor kredietverlening – in het bijzonder voor kleinere (minder rendabele) kredieten.¹³

Van marktfalen naar overheidsingrijpen

Dit conceptuele kader vormt de achtergrond voor overheidsingrijpen in kredietverlening aan het mkb via microfinanciering. In een brief over de ontwikkeling van microfinanciering schreef de staatssecretaris van Economisch Zaken daarover in 2009: “...het kabinet [is] gestart met microfinanciering waarmee specifieke drempels, onder andere de beperkte toegang tot kapitaal en gebrek aan ondernemersvaardigheden, kunnen worden geslecht”.¹⁴ Dit laatste – dat zijn weerslag vindt in het stimuleren van coaching, naast kredietverlening zelf – relateert direct aan de informatie-asymmetrie, omdat betere ondernemingsvaardigheden naar verwachting mede leiden tot betere kredietaanvragen en besef van financiële vraagstukken.

Het kader van de publieke belangen impliceert tevens dat zolang de markt werkt, overheidsingrijpen in beginsel niet nodig is. Soms leidt de markt echter wel tot efficiënte uitkomsten, maar is de welvaartsverdeling die resulteert politiek niet wenselijk. Politieke motieven om in te grijpen zijn herverdeling van welvaart en *merit goods* (paternalisme). Hervreiding van welvaart kan bijvoorbeeld een doel zijn als de overheid zich het lot van kleine ondernemers aantrekt. In het geval van *merit goods* is de overheid van mening dat goed geïnformeerde individuen onvoldoende van een goed consumeren. De sociaal-maatschappelijke opvattingen over verdelingseffecten en *merit goods* bepalen hoever de politiek hierin kan of moet gaan.

In het kader van dit onderzoek wordt de economische meetlat gehanteerd, en is het uitgangspunt dat overheidsstimulering van microfinanciering *additioneel* moet zijn aan de markt. Dit laat onverlet dat er, naast deze economische argumentatie, politieke redenen kunnen zijn om over te gaan tot stimulering; de economische analyse in dit rapport draagt dan bij aan transparantie over achterliggende motieven.

1.2 Microfinanciering in Nederland

In 2007 schrijft de Raad voor microfinanciering¹⁵ over de vijftien verschillende microfinancieringsinitiatieven in Nederland:

“Teder microfinancieringsinitiatief moet dezelfde drempels slechten en zelf het wiel uitvinden. De Raad wil daarbij helpen, door diensten aan te laten bieden die van gezamenlijk belang zijn. Daardoor worden opstartproblemen kleiner en de haalbaarheid van de initiatieven groter. Daar staat tegenover dat de schaal van de initiatieven nog beperkt is en het succes ervan wisselend. De initiatieven hebben nog verschillende tekortkomingen:

- Op dit moment worden niet alle doelgroepen bereikt. Initiatieven richten zich vooral op mensen met een uitkering;
- Er worden slechts circa tweehonderd financieringen per jaar verstrekt (met uitzondering van de publieke regelingen, zoals het Bbz – het Besluit Bijstandsverlening Zelfstandigen);

¹³ Voor een uitgebreide bespreking van vraag- en aanbodfactoren en verdere literatuurverwijzingen, zie SER (2014, pp.27-37)

¹⁴ Ministerie van Economische Zaken (2009).

¹⁵ Raad voor de Microfinanciering (2007).

- De verschillende initiatieven zijn onvoldoende bekend bij de doelgroepen.

Ondanks deze tekortkomingen vindt de Raad dat de kracht van de initiatieven behouden moet worden. Door deze juist te ondersteunen met advies, en door ze de kans te geven een aantal activiteiten uit te besteden aan een landelijke organisatie, meent de Raad dat ze efficiënter, succesvoller, grootschaliger en dus duurzamer kunnen worden. Bovendien stelt de Raad voor deze initiatieven publicitair te stimuleren en te steunen.”

Het ministerie van SZW is in 2007 gestart met een regionale pilot microkredieten.¹⁶ Deze pilot is in beginsel vormgegeven vanuit het Bbz maar toegepast op een bredere doelgroep.¹⁷ Daarnaast is vanuit het ministerie van EZ een breed landelijk programma gestart om de al bestaande initiatieven op het vlak van intake, advies en coaching te ondersteunen.¹⁸ Intake, advies en coaching werden lokaal uitgevoerd door de zogenaamde MF-ondernemerspunten. Deze punten werden onder meer door private commerciële partijen (al dan niet in opdracht van) gemeenten of kamer van koophandel bemand. Op het landelijke niveau hield het Kenniscentrum Microfinanciering (onderdeel van het toenmalige Agentschap NL) zich bezig met het versterken van de netwerken van de MF-ondernemerspunten en het ter beschikking stellen van diverse tools ten behoeve van de activiteiten van het MF-ondernemerspunt. Daarnaast verstrekte het kenniscentrum informatie aan (startende) ondernemers.

Begin 2009 initieerde de rijksoverheid het beschikbaar stellen van microkrediet via een tweetal pilots in heel Nederland. Op basis van een borgstellingsregeling en screening bekostigd door de overheid kon in 5 regio's bij banken microkrediet worden aangevraagd.¹⁹ De andere pilot was de 'fondspilot' uitgevoerd door Stichting Microkrediet Nederland, oftewel Qredits, waar (startende) ondernemers die zich buiten de 5 regio's bevonden terecht konden voor microkrediet.. Deze pilot werd opgericht met financiering van participerende commerciële banken en het ministerie van Economische zaken.²⁰ Na afloop van de pilotperiode (per 31 december 2010) is besloten de borgstellingsregeling niet te continueren. In de evaluatie van de borgstellingspilot werden te veel inefficiënties vastgesteld, onder meer omdat zowel de pilotgemeente als de bank een kredietbeoordeling moesten uitvoeren.²¹ Qredits is actief gebleven met additionele financiering van de drie overgebleven grootbanken, de bank Nederlandse gemeente en een achtergestelde lening van het ministerie van Economische Zaken.²²

De stichting Microfinanciering en Ondernemerschap (Eigenbaas.nl) is in 2010 opgericht om de beschikbaarheid van coaching en begeleiding te vergroten en het netwerk van MF-ondernemerspunten te professionaliseren. Hiervoor heeft Eigenbaas.nl van het ministerie van EZ subsidie gekregen voor een periode van 4 jaar. In 2012 zijn Eigenbaas en Qredits gefuseerd. Qredits beschikte op dat moment al over een vrijwillige coachingspool voor ondernemers met een krediet. Deze dienstverlening is vervolgens uitgebreid zodat ook ondernemers zonder krediet en ondernemers voorafgaand aan de start van het bedrijf gebruik kunnen maken van coaching.

¹⁶ Deze pilot liep tot en met 2010.

¹⁷ Kamerbrief 31311 nr. 1.

¹⁸ Kamerbrief 31311 nr. 2.

¹⁹ De borg werd verstrekt door het ministerie van EZ of (bij mensen met een uitkering) SZW.

²⁰ Zie hoofdstuk 2.3 voor een uitgebreide toelichting op de financiering van de activiteiten van Qredits.

²¹ Ecorys (2011) Evaluatie Microkredietpilots. 22 april 2011.

²² Kamerbrief 31311 nr. 80.

De fusie is tevens een belangrijke impuls geweest voor de verdere ontwikkeling van coachings- en begeleidingsdiensten door Qredits.²³

In 2011 werd de grens van microkrediet bij Qredits verhoogd van €35.000 tot €50.000.²⁴ MKB-kredieten tot €250.000 zijn eind 2013 geïntroduceerd, deze vallen echter buiten de scope van dit onderzoek.

1.3 Onderzoeksvraag en – aanpak

Ten behoeve van dit onderzoek heeft EZ een onderzoeksdoelstelling opgesteld, alsmede in het kader hiervan te toetsen hypothesen en te behandelen contextuele onderwerpen (Box 1.1).

Box 1.1 Onderzoeksdoel, hypothesen en contextuele onderwerpen

Het doel van de evaluatie is inzicht te verkrijgen in de vraag in hoeverre microfinanciering (via Qredits met overheidssteun) de belemmeringen die (aspirant) ondernemers ondervinden ten aanzien van het verkrijgen van kapitaal en het verwerven ondernemersvaardigheden heeft weggenomen en zo heeft bijgedragen aan de kwaliteit en/of groei van klein ondernemerschap (en dus aan de economische en sociale doelstellingen).

Als uitwerking van de onderzoeksvraag heeft EZ een achttal hypothesen geformuleerd die in het onderzoek moet worden getoetst:

1. Microfinanciering via Qredits heeft belemmeringen die (aspirant) ondernemers ondervinden t.a.v. verkrijgen kapitaal (marktfalen) en verwerven ondernemersvaardigheden (grotendeels) weggenomen.
2. De doelgroep wordt door Qredits voldoende bediend.²⁵
3. Microfinanciering draagt bij (op middellange termijn) aan de kwantiteit en kwaliteit van het (succesvol) ondernemerschap.²⁶
4. De manier waarop microfinanciering wordt (via Qredits) aangeboden is doeltreffend en doelmatig (efficiënt).
5. Het systeem microfinanciering is op termijn revolverend/rendabel (beschikbaar zonder of met geringere overheidsmiddelen).
6. De doelgroep voor microfinanciering wordt voldoende bereikt door Qredits.²⁷
7. Klanten van Qredits zijn tevreden.²⁸
8. De begeleidingsactiviteiten/coachingsdiensten sluiten aan bij de behoeften van de doelgroep en ondernemers zien de meerwaarde van een vorm van begeleiding/coaching (zou-

²³ Qredits Jaarverslag 2012

²⁴ In eerste instantie bij wijze van pilot, later permanent.

²⁵ Hier voegt EZ nog aan toe: "..., marktfalen wordt opgelost", maar dat is iets anders dan het bedienen van de doelgroep. In dit onderzoek wordt getoetst of het gewenste resultaat wordt behaald, namelijk het wegnemen van belemmeringen zoals verwoord in Hypothese 1 (zie onder).

²⁶ Hier wordt aan toegevoegd: "Indicatoren dat ondernemers succesvol zijn o.a.: survival rate, positieve bedrijfsresultaat, creëren werkgelegenheid, voldoen aan aflossingsverplichtingen en betalen lening af, en kunnen gemakkelijk vervolg financiering bij de bank."

²⁷ Dit is als volgt nader toegelicht: "Microfinanciering via Qredits is voldoende bekend bij de doelgroep. En Qredits bereikt de doelgroep voldoende via de huidige communicatie inspanningen zowel direct (marketing) als indirect via intermediairs, mede in het licht tot de daarvoor beschikbare middelen."

²⁸ Het gaat hier zowel om klanten voor een krediet, als coaching/begeleiding, en ten aanzien van krediet zowel om klanten die een krediet hebben ontvangen als die zijn afgewezen.

den ze het anderen aanbevelen).

Tenslotte heeft EZ een viertal onderwerpen gedefinieerd waar ook aandacht aan besteed dient te worden in het onderzoek, maar dan meer in contextuele beschrijving.

- Beschrijving van ontwikkelingen in de vormgeving van het opzetten van microfinanciering in Nederland de afgelopen jaren, wat de wijzigingen zijn geweest n.a.v. de ervaringen die gaande weg opgedaan zijn.
- Beschrijving van Qredits: de governance, Organisatie (opbouw/ organogram, FTE en functies, arbeidsvoorwaarden), Finance (balans, winst en verlies), Portfolio (verstrekkingen, afwijzingen, portfolio at risk, defaults, diverse portefeuilles), Klanten (beschrijving klanten bestand), Marketing & communicatie (activiteiten van Qredits op dit gebied), Financiële duurzaamheid van de organisatie.
- Beschrijving van de positionering van microfinanciering t.o.v. andere overheidsregelingen voor kleine startende ondernemers zoals BMKB en Bbz.
- (aanpak van) Microfinanciering in Nederland t.o.v. vergelijkbare initiatieven (met vergelijkbare doelstellingen) in andere landen. Case studie van een 2-3 vergelijkbare initiatieven.

Bron: Offerteverzoek in het kader van Evaluatie Microfinanciering

Het toetsen van de in Box 1.1 beschreven hypothesen vormt de kern van dit onderzoek.^{29, 30} Voorafgaand aan het toetsen van de hypothesen is het van belang inzicht te geven in Qredits als bedrijf. Dit vormt immers de context voor de beoordeling van haar inspanningen, resultaten en de kosten daarvan. Hoofdstuk 2 gaat in op de organisatie van Qredits, haar activiteiten en het speelveld waarin zij beweegt.

Hypothesen 1 en 2 gaan over de vraag of Qredits heeft voldaan aan de opdracht die beleidsmatig is gesteld: het verkleinen van de belemmeringen die ondernemers ondervinden om krediet te verkrijgen. Conceptueel komt dit neer op het toetsen of er voor de start van Qredits sprake was van marktfalen dat door Qredits vervolgens (grotendeels) is weggenomen. In de praktische uitwerking van deze hypothesen is er voor gekozen om de toets te plegen op het resultaat daarvan. Aangenomen dat een deel van het MKB niet via het reguliere circuit aan krediet kan komen, zoals hierboven toegelicht in het conceptueel kader, is het de vraag of dit via Qredits wel gebeurt. Hoofdstuk 3 gaat in op deze vraag en behandelt daarmee hypothesen 1 en 2.

Hypothese 3 gaat over de vraag of met het (al dan niet) wegnemen van belemmeringen ook het gewenste doel wordt bereikt: leidt het verstrekken van microfinanciering via Qredits tot een verbetering van ondernemerschap? Om deze relatie te onderzoeken wordt idealiter gebruik gemaakt van een kwantitatieve analyse die de situaties met en zonder Qredits met elkaar vergelijkt. Hoofdstuk 4 spreekt de analyse om de impact van Qredits te toetsen.

In hypothese 6, 7 en 8 gaat het om de klant. Wordt de (potentiële) klant van Qredits bereikt via de communicatie- en marketingactiviteiten, en worden ze vervolgens goed bediend? Hoofdstuk 5 gaat op basis van een in het kader van dit onderzoek uitgevoerde enquête eerst in op de bekend-

²⁹ Op een aantal punten is, in overleg met de begeleidingscommissie, tot een nadere interpretatie van de hypothesen besloten. Waar dit het geval is, wordt dat toegelicht in de desbetreffende hoofdstukken.

³⁰ Hierbij wordt in beginsel uitgegaan van een evaluatie over de periode 2009-2014, omdat 2014 het laatste geheel afgeronde jaar was ten tijde van de kern van de onderzoeksperiode. Waar mogelijk worden ook gegevens 2015 meegenomen in de analyse.

heid met Qredits, bij haar (potentiële) klanten maar ook bij mogelijke intermediairs. Vervolgens wordt op basis van eerdere enquêtes en aanvullende analyse ingegaan op de klanttevredenheid.

In essentie komt in hypothese 4 en 5 de vraag aan de orde of de hiervoor beschreven activiteiten en resultaten van Qredits tegen billijke kosten worden uitgevoerd, en of hier overheidssteun voor nodig is. Daarom volgt de behandeling van deze hypothesen ook na beschrijving van de activiteiten en impact. In hypothese 4 staat centraal *hoe* Qredits haar activiteiten uitvoert. Aangezien doeltreffendheid reeds in hypothesen 1 tot en met 3 behandeld wordt, ligt de nadruk hierbij op doelmatigheid – dus op de kosten van de activiteiten van Qredits. Omdat doelmatigheid een relatieve indicator is, beoordeelt hoofdstuk 6 de kostenefficiëntie van Qredits met vergelijkbare (buitenlandse) initiatieven. Hypothese 5 gaat in op de vraag of de kosten van de activiteiten van Qredits in voldoende mate worden goedge maakt door opbrengsten, ook als de huidige overheidssteun zou worden ingeperkt of zelfs volledig zou verdwijnen. In het tweede deel van hoofdstuk 6 wordt ingegaan op de revolverendheid van Qredits.

Coaching neemt een bijzondere rol in in de evaluatie. Coaching is in 2010 gestart, een jaar later dan kredietverlening via Qredits. Daarnaast heeft het in de loop der tijd verschillende verandering doorgemaakt, die een gestructureerde evaluatie over de looptijd compliceren. De ervaringen met krediet zijn aldus rijker dan de ervaringen met coaching/begeleiding. Er zijn, mede hierdoor, minder gegevens beschikbaar over coaching dan over kredietverlening via Qredits. Op expliciet verzoek van de opdrachtgever is hiermee rekening worden gehouden in de evaluatie en de presentatie van de resultaten.³¹ Dit uit zich er concreet in dat de toetsing van alle hypothesen ten aanzien van coaching is opgenomen in een apart hoofdstuk (hoofdstuk 7), onder de noemer ‘Coaching’ in plaats van in de hoofdstukken per hypothese. Uitzondering hierop zijn hypothesen 4 en 5, waar het logischer bleek om dit in één hoofdstuk met kredietverlening te behandelen.

Het rapport sluit af met een drietal internationale case studies, om inzicht te verkrijgen in de ervaringen met microfinanciering in het buitenland en om uit die ervaringen lessen te trekken voor (de uitvoering van) microfinanciering in Nederland.

Het onderzoek is begeleid door een begeleidingscommissie onder leiding van EZ. In Bijlage A is een gedetailleerde onderzoeksverantwoording opgenomen, waarin tevens een overzicht van interviewpartners is opgenomen alsmede een overzicht van de leden van de begeleidingscommissie.

³¹ Hierbij speelt tevens het expliciete verzoek om de extra administratieve lasten voor de kleine ondernemers te minimaliseren.

2 Qredits

Qredits biedt kredieten en coaching aan MKB'ers. Met zo'n 50 werknemers verwerkt zij ongeveer 6000-7000 kredietaanvragen voor microfinanciering per jaar en verleent jaarlijks 1100-1250 microkredieten. Het ministerie van Economische Zaken en syndicaten van banken en verzekeraars zijn de belangrijkste financiers van Qredits. In Nederland zijn er geen organisaties die op dezelfde schaal microkredieten en coaching aanbieden.

Qredits is een private stichting, die in 2009 is opgericht met steun van het Ministerie van Economisch Zaken en de toentertijd vier grootste banken in Nederland: Fortis, ABN Amro, ING en de Rabobank. De eerste jaren verstrekte Qredits microkredieten tot € 35.000. Deze grens is in de loop van 2012 verhoogd naar € 50.000. Naast microfinanciering verstrekt Qredits sinds eind 2013 ook zogenoemde MKB-kredieten. Het maximale leenbedrag van deze MKB-kredieten was in eerste instantie €150.000 en is eind 2014 verhoogd naar €250.000.³²

Zelf definieert Qredits haar activiteiten, doelgroep en doelstelling als volgt:

“Qredits biedt coaching, Microkrediet en MKB-krediet aan (startende) ondernemers in het midden- en kleinbedrijf, die geen toegang hebben tot verschillende (financiële) diensten via het reguliere circuit, zodat zij economische, financiële en sociale onafhankelijkheid kunnen verkrijgen. Hiermee wil Qredits ondernemerschap bevorderen.”³³

Dit hoofdstuk bespreekt Qredits als organisatie (hoofdstuk 2.1) en geeft inzicht in haar activiteiten (hoofdstuk 2.2). Vervolgens staat de manier waarop Qredits zelf is gefinancierd centraal (hoofdstuk 2.3), waarna wordt afgesloten met een analyse van de positionering van Qredits ten opzichte van andere (overheids)initiatieven gericht op kredietverlening aan het MKB (hoofdstuk 2.4).

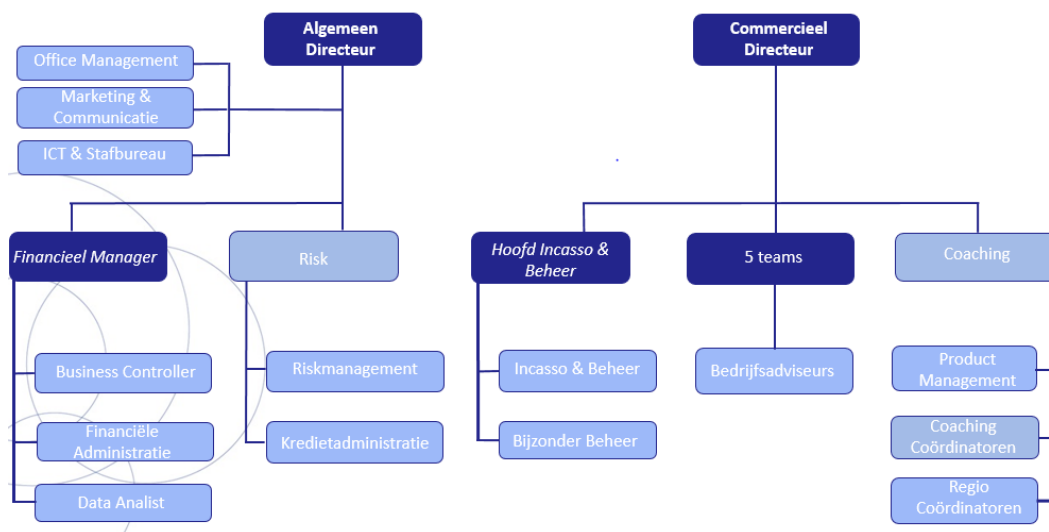
2.1 Organisatie

Bij Qredits zijn ruim vijftig mensen werkzaam waaronder een kleine twintig regionaal opererende bedrijfsadviseurs. Qredits heeft twee hoofdactiviteiten. Ten eerste verstrekt Qredits microkredieten (tot €50.000) en MKB-kredieten (tot €250.000). Daarnaast biedt Qredits coachingsdiensten aan. Klanten van Qredits kunnen op verschillende manieren worden bijgestaan door een persoonlijke coach. Zo kan bijvoorbeeld ondersteuning worden geboden op het vlak van financiën en administratie, marketing of het verhogen van de persoonlijke effectiviteit van de ondernemer. Ook biedt Qredits Online tools, zoals e-learnings en sjablonen, om bijvoorbeeld een ondernemersplan te schrijven of meer te leren over het voeren van een effectief debiteurenbeheer.

³² De MKB-kredietverlening door Qredits valt op verzoek van het ministerie van Economische Zaken buiten deze evaluatie.

³³ <https://qredits.nl/over-qredits/wie-is-qredits/>

Figuur 2.1 Organogram Qredits



Bron: Qredits

Vanuit het hoofdkantoor voert de afdeling risk gezamenlijk met de bedrijfsadviseurs de screening uit op basis waarvan nieuwe kredieten al dan niet worden verstrekt. Na de fases Intake en Toetsing gaat een regionaal werkende bedrijfsadviseur langs bij de kredietaanvrager en schrijft een zogenoemd screeningsrapport (zie hoofdstuk 3.4 voor een uitgebreide beschrijving van het kredietproces). Bij een positieve beoordeling van de bedrijfsadviseur gaat het screeningsrapport terug naar de afdeling riskmanagement. Deze afdeling toetst nogmaals het bedrijfsplan en de financiële gegevens alvorens een besluit te nemen over het al dan niet honoreren van de kredietaanvraag. In de volgende paragraaf wordt nader ingegaan op kredietverlening via Qredits.

In het geval van een (dreigende) betalingsachterstand wordt een krediet overgedragen aan de afdeling incasso en bijzonder beheer. In zo'n geval zal deze afdeling samen met de betrokken bedrijfsadviseur en de klant zoeken naar een oplossing voor de opgelopen betalingsachterstanden. De financiële administratie draagt zorg voor het beheer en de administratie van de kredietportefeuille. Verdere ondersteuning aan de organisatie wordt gegeven vanuit het officemanagement, het stafbureau en de afdeling ICT. Het marketing- en communicatie-team bestaat uit drie medewerkers.

De afdeling coaching bestaat uit drie medewerkers en beheert het landelijke netwerk van ruim 600 vrijwillige coaches. De coaches zijn ervaren zelfstandige ondernemers en ongeveer 180 bedrijfscoaches aangeboden door de bedrijfspartners van Qredits. Dit zijn onder meer de drie grote banken, en diverse enkele accountants- en advieskantoren. In de volgende paragraaf wordt in meer detail ingegaan op de verschillende coachingsmogelijkheden en bijbehorende processen.

2.2 Dienstverlening

2.2.1 Kredietverlening

Qredits biedt microkredieten aan tot 50.000 euro. De ondernemer aan wie een microkrediet wordt verstrekt, betaalt tussen de 9,75-10,75% rente en een afsluitprovisie van tussen de € 275 en € 750. Qredits hanteert een rente die net iets boven de marktrente ligt, zodat ondernemers een prikkel hebben om eerst naar een bank te gaan.³⁴ Vanaf januari 2009 tot en met juli 2015 heeft Qredits ruim 37 duizend aanvragen voor microkrediet ontvangen. Hiervan is ongeveer 70% in behandeling genomen.³⁵ In deze periode heeft Qredits iets minder dan zes duizend microkredieten verleend. Het gemiddelde gehonoreerde krediet bedraagt ongeveer 17 duizend euro.

In totaal is voor 98,5 miljoen euro aan microkredieten verstrekt waarvan per juli 2015 nog 45,8 miljoen euro uitstaat. De rest van het verstrekte microkrediet is inmiddels weer afgelost of in verband met een default op de lening afgeboekt (ongeveer 6 miljoen euro).

De klanten van Qredits zijn overwegend man (67%), van autochtone afkomst (88%) en hebben een MBO- (53%) of Hbo-opleiding (28%) genoten. Ongeveer 70% van de klanten van Qredits zijn starters zonder bestaand bedrijf.³⁶

Figuur 2.2 geeft het aantal microkredietaanvragen per jaar weer. In 2009 ontving Qredits ongeveer 3500 microkredietaanvragen. Dat aantal is vervolgens gestegen tot ruim 7000 in 2013. 2014 en 2015 laten juist een afname zien van het aantal kredietaanvragen.³⁷ Het aantal verstrekte microkredieten sinds 2011 is vrijwel stabiel gebleven op een niveau van tussen de 1100 en 1250.

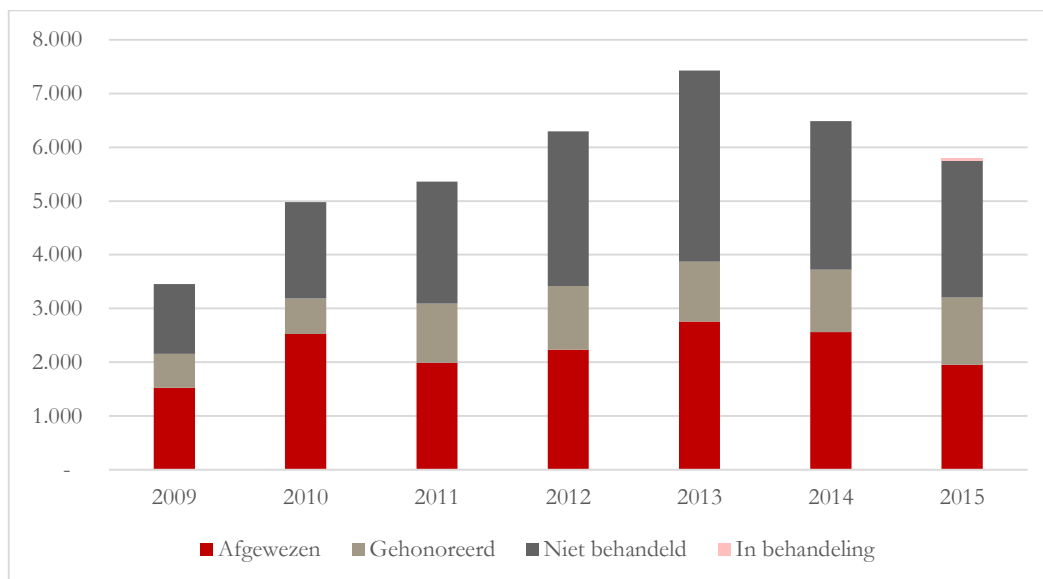
³⁴ Qredits is specifiek gericht op ondernemers die bij banken geen krediet krijgen.

³⁵ De overige 30% betreffen hoofdzakelijk incomplete aanvragen.

³⁶ Qredits probeert mede door het ontwikkelen van zogenoemde 'social performance indicators' de sociale ontwikkeling van deze verschillende groepen beter in kaart te brengen.

³⁷ Paragraaf 3.2 gaat verder in op de ontwikkeling van het aantal aanvragen.

Figuur 2.2 Het aantal gehonoreerde microkredietaanvragen is sinds 2011 gestabiliseerd op ongeveer 1.100 tot 1.250 per jaar

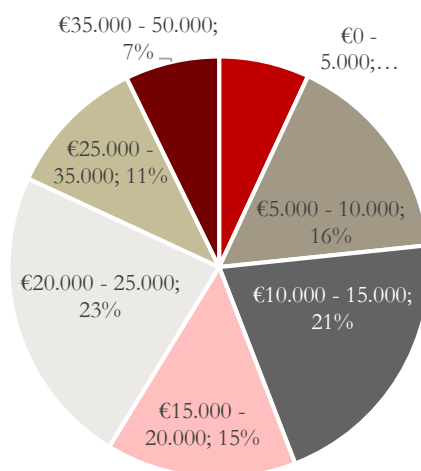


Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van klantenbestand van Qredits over de periode januari 2009 tot en met 2015. Niet behandeld betekent dat de aanvraag niet door het intake proces is gekomen (de eerste stap in de kredietbeoordeling). Bijvoorbeeld omdat de aanvraag incompleet is ingediend. Het kredietacceptatieproces wordt nader toegelicht in hoofdstuk 3.4.

Figuur 2.3 geeft de omvang van de verstrekte microkredieten in de periode 2009-2015 weer. Ongeveer een kwart van de microkredieten heeft een waarde tussen de 20 en 25 duizend euro. Microkredieten groter dan 25 duizend euro maken ongeveer 18 procent van de microkredietportefeuille uit. Iets meer dan 20 procent van de microkredieten is kleiner dan 10 duizend euro.

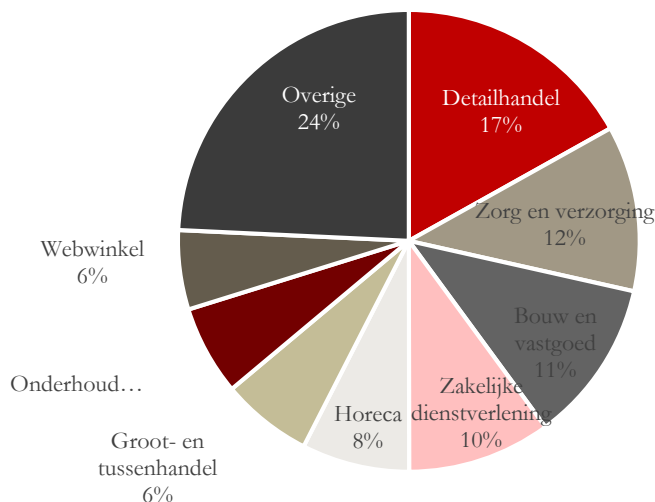
Qredits verstrekt vooral microkredieten aan bedrijven in de detailhandel (17 procent), zorg (12 procent), bouw (11 procent), en zakelijke dienstverlening (10 procent). Ook heeft Qredits relatief veel klanten in de horeca. 6 procent van de klanten van Qredits zijn webwinkels.

Figuur 2.3 De meeste microkredieten zijn tussen de €10.000 en €25.000 groot



Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van klantenbestand van Qredits over de periode januari 2009 tot en met 2015

Figuur 2.4 Relatief veel van de verleende microkredieten gaan naar bedrijven in de detailhandel, zorg en verzorging, bouw, zakelijke dienstverlening of horeca.



Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van klantenbestand van Qredits over de periode januari 2009 tot en met 2015

2.2.2 Coaching

Qredits biedt sinds 2010 formeel coaching aan via het coachingsplein. De missie van Qredits op vlak van coaching is tweeledig: (1) het starten van een eigen onderneming te stimuleren en (2) (startende) ondernemers meer start- en overlevingskansen te bieden.³⁸ In de loop der tijd heeft coaching verschillende veranderingen doorgemaakt en verschijningsvormen gekend. In het begin werd coaching vooral gekoppeld aan financiering, en dus ook pas verstrekt na de start van een onderneming. Sinds 2013 is het ook mogelijk om los van financiering, al dan niet voorafgaand aan de formele start van een bedrijf, coaching te verkrijgen. Verder is bijvoorbeeld in 2011 besloten om alleen nog met vrijwillige coaches te werken, en coaching via Eigen Baas.nl te fuseren met Qredits. De laatste jaren worden ten slotte steeds meer producten aan het coachingsgamma toegevoegd, zoals e-learnings en pakketten voor het onderwijs.

Aan veel ondernemers die bij Qredits een krediet krijgen, wordt een coachingstraject aangeboden.³⁹ De kredietklant krijgt dan een automatische link op basis waarvan op het Coachingsplein een coach kan worden uitgekozen. Voor elke coach staat aangegeven welke ervaring deze heeft, de motivatie om als vrijwilliger coaching te willen geven en op welke gebieden deze coaching kan verschaffen. Zo wordt getracht een zo goed mogelijke match tussen ondernemer en coach te realiseren.

Afhankelijk van de ondernemerscompetenties kan de bedrijfsadviseur van Qredits al dan niet een coach adviseren, maar Qredits kan ondernemers niet dwingen hier gebruik van te maken.⁴⁰ Daar-

³⁸ Qredits, Werkplan coaching, 2013-2014.

³⁹ Voor ondernemers met kredietverstrekking heeft Qredits als doel dat 60 procent een coachingstraject aangeboden krijgt.

⁴⁰ Wel kan in het geval van achterstallige aflossing of rentebetalingen door Qredits een bijzonder beheer coach opgelegd worden aan de betreffende ondernemer.

naast kunnen ook ondernemers zonder krediet zich tot Qredits richten voor coachingsactiviteiten. Een ondernemer kan bijvoorbeeld met behulp van de aangeboden online tools zelf toewerken naar een beter ondernemersplan alvorens een kredietaanvraag te doen. Ook wanneer een ondernemer geen financieringsbehoefte heeft, kan deze via Qredits coaching krijgen of gebruik maken van de online tools.

Coaching bestaat altijd uit een traject in de vorm van gesprekken. Daarnaast biedt Qredits online tools, zoals e-learnings. Onder het kopje ‘e-learning’ wordt gestandaardiseerde leerpakketten aangeboden, en hiermee kunnen ondernemers zelfstandig hun kennis en vaardigheden vergroten.⁴¹ Er zijn drie e-learningopties: ondernemingsplan schrijven, verkoopplan schrijven en debiteurenbeheer.

⁴¹ Kredietklanten krijgen een e-learning naar keuze bij hun krediet.

Box 2.1 Bereiken van specifieke doelgroepen

Qredits heeft meerdere coaching- en begeleidingsdiensten gericht op verschillende doelgroepen.

Specifieke doelgroepen worden door Qredits bereikt door:

- Het aanbieden van de dienstverlening aan ROC's en vakscholen voor jonge vaklieden;
- Het aanbieden van de dienstverlening aan uitkeringsgerechtigden middels het SZW-project;
- Het project WE Keep On Growing voor vrouwelijk ondernemerschap;
- Het uitbreiden van marketingactiviteiten in samenwerking met partnerorganisaties gericht op specifieke doelgroepen.

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van Qredits Werkplan Coaching

In beginsel bestaat het coachingstraject uit een aantal algemene begeleidingsgesprekken. Voor ondernemers zonder krediet bestaat dit uit vier tot zes gesprekken gedurende maximaal een half jaar. Ondernemers met krediet hebben de optie een langer traject bestaande uit 12 gesprekken te volgen. In beide gevallen bedragen de kosten hiervoor € 200. Naast een algemeen coachingstraject kunnen ondernemers ook kiezen voor een van de specifieke aandachtsgebieden:

- Begeleiding bij ondernemingsplan
- Financiën en administratie
- Marketing en verkoop
- Personeelszaken
- Crisismanagement en reorganisatie
- Persoonlijk effectiviteit

Qredits werkt met individuele coaches die door Qredits zijn geworven en tot de Coachpool behoren. De overige coaches zijn afkomstig van de Bedrijfspartners van Qredits, waaronder ABN AMRO, Welten, Accenture, Rabobank, BDO Accountants en NIBC.⁴²

Tabel 2.1 geeft een overzicht van de soorten coaching via Qredits. Opvallend is dat bij e-learning voornamelijk wordt gekozen voor coaching bij het schrijven van een ondernemingsplan. Dit raakt aan de basis van het starten van een bedrijf. Relevant zou zijn om te beoordelen in hoeverre de coaching op dit vlak leidt tot een groter aantal succesvolle kredietaanvragen. Hiervoor ontbreken echter de benodigde gegevens.

Het tweede punt dat opvalt in de tabel is dat Qredits, met 554 coachingstrajecten op bijna tweehonderd nieuw verstrekte microkredieten⁴³, in 2014 aan bijna 50 procent van haar kredietklanten een coachingstraject heeft verstrekt. Hiermee lijkt zij haar doel om aan minimaal 60 procent van de kredietnemers een coachingstraject te verstrekken in 2014 op het eerste oog niet te hebben gehaald. De relatie tussen coachingstrajecten en kredieten is op basis van de beschikbare jaargegevens echter moeilijk 1-op-1 te maken; het is daardoor niet uit te sluiten dat er een bepaalde overlap bestaat met de jaren 2013 en 2015. Een nieuwe klant in 2014 kan immers in 2013 al coaching hebben gehad bij het schrijven van een ondernemersplan. Ook kan het zo zijn dat een ondernemer na het verkrijgen van een krediet in de laatste maanden van 2014 pas in 2015 start

⁴² Qredits Werkplan coaching, 2013-2014.

⁴³ Commercieel rapport microkrediet, 30-01-2015

met coaching. Omgekeerd zullen in 2014 ook coachingstrajecten zijn gestart voor ondernemers die al in 2013 of pas in 2015 een krediet hebben gekregen.

Tabel 2.1 E-learning met name op vlak van ondernemingsplan schrijven

e-learning	2014		2015 (tot 2 juni)	
	Aantal nieuwe trajecten	%	Aantal nieuwe trajecten	%
Ondernemingsplan schrijven	428	57,1%	162	48,1%
Verkoopplan schrijven	169	22,6%	103	30,6%
Debiteurenbeheer	152	20,3%	72	21,4%
Totaal	749	100,0%	337	100,0%
Coaching				
Trajecten met krediet	554	63,8%	264	67,3%
Trajecten zonder krediet	315	36,2%	128	32,7%
Totaal	869	100,0%	392	100,0%

Bron: SEO Economisch Onderzoek, o.b.v. Qredits rapportage coaching 2-6-2015. Domus 15091562.

Ten slotte heeft Qredits onder de noemer coaching in 2014 het onderwijsprogramma Ik word Eigen Baas geïntroduceerd, waarbij HBO-, MBO- en VO-scholieren en studenten in een vroeg-tijdig stadium in aanraking worden gebracht met ondernemerschap.⁴⁴

2.3 Financiering activiteiten Qredits

Bij de start van Qredits heeft het Ministerie van Economische Zaken een subsidie verstrekt van 900.000 euro voor een deel van de exploitatiekosten.⁴⁵ Daarnaast is met Fortis, ABN Amro, ING en de Rabobank gezamenlijk een financieringsovereenkomst van 1,2 miljoen euro getekend. Ten behoeve van de kredietverlening heeft het ministerie bovendien een renteloze lening van 15 miljoen euro aan Qredits ter beschikking gesteld. In de zomer van 2010 was deze initiële funding uitgeput. Triodos, ABN Amro, ING en de Rabobank (gezamenlijk 15,5 miljoen euro) en BNG (15 miljoen euro) hebben Qredits aanvullende funding verstrekt. EZ heeft haar lening achtergesteld bij deze twee leningen.⁴⁶ Tevens staat EZ voor 80% garant voor de lening van BNG. Tot de zomer van 2010 mochten leningen die niet werden terugbetaald worden afgeschreven van de EZ lening (een 100% borgstelling).⁴⁷

Eind 2013 heeft Qredits van EZ aanvullende funding van 30 miljoen euro ontvangen. Dit is met name bedoeld voor de financiering van de zogenoemde MKB-kredieten (kredieten €50.000-€250.000)⁴⁸ Op dit bedrag is een vaste rente van 1,2% verschuldigd in het jaar dat Qredits winst maakt. Deze rente wast aan bij de hoofdsom.. Aflossing op de totaal bijna 45 miljoen verstrekt door EZ start op zijn vroegst in 2031.

⁴⁴ Gezien de recente start van dit programma wordt dit onderdeel verder niet separaat behandeld in deze evaluatie. Het is aan te raden dit in een volgende evaluatie wel te doen, gezien de afwijkende insteek van dit programma ten opzichte van de 'reguliere' coaching.

⁴⁵ Jaarverslag Qredits 2010 rapporteert 800.000 euro. Later werd daar nog 100.000 euro aan toegevoegd.

⁴⁶ Tweede Kamer, 05-08-2010, vergaderjaar 2009–2010, 31 311, nr. 60.

⁴⁷ In totaal is in 2009 en 2010 €370.030 afgeschreven op deze lening.

⁴⁸ Deze kredieten vallen buiten de scope van deze evaluatie.

In 2014 hebben de banken hun funding verdubbeld en heeft een syndicaat van verzekeraars 30 miljoen euro funding verstrekt. EZ heeft haar lening op de lening van banken en verzekeraars achtergesteld. Qredits heeft daarnaast in 2011 (en in 2014 wederom) een garantie van het EIF (Progress microfinance facility) ontvangen, voor microkredieten tot €25.000. Sinds 2015 kan Qredits gebruik maken van een tweetal garantieprogramma's (EaSI en COSME) van de Europese Unie. Voor kredieten vanaf €50.000 kan Qredits tevens gebruik maken van de BMKB.⁴⁹

In 2010 is Qredits begonnen met het aanbieden van coachingsactiviteiten. EZ heeft initieel in 2010 € 1,8 mln. subsidie verstrekt voor de begeleiding en coaching van de doelgroep (zowel met als zonder krediet) en het beter bereiken van de doelgroep voor microkrediet en coaching. In 2012 is deze subsidie verhoogd tot € 3,2 mln voor de periode 2010-2014. Deze subsidie is verstrekt aan stichting Eigenbaas.nl welke in 2012 is gefuseerd met Qredits. De subsidie is gebruikt om de coachingsdienstverlening verder (nationaal) op te zetten en bijvoorbeeld het eerder genoemde e-learning pakketten te ontwikkelen en het systeem van vrijwilligers op te zetten.

Samenvattend zijn de belangrijkste financieringsbronnen (injecties) van Qredits weergegeven in de onderstaande tabel. Hierbij is geen onderscheid gemaakt tussen financiering bedoeld voor microfinanciering en financiering bedoeld voor (onder andere) MKB-kredieten.

Tabel 2.2 Het ministerie van EZ en syndicaten van banken en verzekeraars zijn de belangrijkste financiers van Qredits

Partij	Bedrag	Type financiering	Jaar
Ministerie van EZ	€ 900.000 ⁵⁰	Subsidie exploitatiekosten	2009-2010
Ministerie van EZ	€15 miljoen	Renteloze achtergestelde lening*	2009
Ministerie van SZW	€2,5 miljoen	Lening**	2009
Fortis, ABN Amro, ING en de Rabobank	€1,2 miljoen	Financieringsovereenkomst	2009
Triodos, ABN Amro, ING en de Rabobank	€15,5 miljoen	Lening	2010
Ministerie van EZ aan Eigenbaas.nl	€1,8 miljoen	Subsidie coaching	2010
BNG	€15 miljoen	Lening	2010
Ministerie van EZ aan EigenBaas.nl	€1,4 miljoen	Subsidie coaching	2012
Ministerie van EZ	€30 miljoen ⁵¹	Achtergestelde lening	2013
Triodos, ABN Amro, ING en de Rabobank	€15,5 miljoen	Lening	2013
Verzekeraars	€30 miljoen	Lening	2014

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van Ministerie van Economische zaken (offertevoorzicht) en jaarverslagen Qredits. * Tot de zomer van 2010 konden Qredits-leningen die niet werden terugbetaald worden afgeschreven van de EZ lening, en gold dus een 100% borgstelling. **Tot 2012 konden Qredits-leningen die niet werden terugbetaald worden afgeschreven van de SZW lening, en gold dus een 100% borgstelling

⁴⁹ <https://qredits.nl/krediet/>

⁵⁰ Initieel werd €800.000 toegekend, later werd daar nog €100.000 aan toegevoegd.

⁵¹ Dit bedrag was grotendeels bestemd voor MKB-kredietverlening.

2.4 Positionering

Financiering en coaching gesteund door overheden

Qredits richt zich met haar activiteiten op MKB'ers die geen toegang hebben tot kredietverlening via het reguliere circuit. Daarmee is zij onderdeel van het grotere beleidsinstrumentarium dat zich richt op stimulering van financiering aan en ondernemerschap van (kleine) ondernemers in Nederland.⁵² De positionering van microfinanciering en coaching door Qredits ten opzichte van andere overheidsregelingen raakt direct aan het vraagstuk over additionaliteit – in hoeverre is Qredits aanvullend op bestaande mogelijkheden?

Tabel 2.3 geeft een samenvattend overzicht van de meest relevante overheidsinitiatieven die in hetzelfde speelveld werken als Qredits.

Tabel 2.3 Qredits en vergelijkbare overheidsinitiatieven in Nederland

	Kredietverlening	Aantal (micro)kredieten verleend	Coaching	Doelgroep
Qredits	Ja, tot €50.000 (microfinanciering)	Circa 1100-1250 per jaar*	Ja	Kleine (startende) ondernemers
Besluit bijstandsverlening zelfstandigen (Bbz)	Ja, tot €35.393 (starters)	Ongeveer 3600 in 2012	Ja	Startende zelfstandigen vanuit bijstand of WW
Borgstelling MKB-kredieten (BMKB)	Nee, wel borgstelling tot €1,5 miljoen	2000-3000 garantstellingen per jaar	Nee	Midden- en kleinbedrijf
Cultuur+ondernemen	Ja, Talentlening tot €40.000	In 2014 liepen 94 kredieten	Ja	Ondernemers in de cultuursector
Ondernemers-klankbord	Nee	n.v.t.	Ja	Alle ondernemers
IkStartSmart (Gelderland en Overijssel)	Ja, tot €50.000 via microkrediet Gelderland en Qredits	Ongeveer 20 in samenwerking met Qredits**	Ja	Startende ondernemingen (< 5 jaar)
Microkrediet Amsterdam	Ja, tot €35.000	35 in de periode 2009-2013	Ja, door het Ondernemersklankbord	Ondernemingen in Amsterdam

Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van interviews, jaarverslagen en de websites van de betreffende initiatieven; * Ruim 7.000 in periode 2009-2015 **In de periode 2009-2011 voordat samenwerking met Qredits werd aangegaan, zijn in totaal 97 kredieten gehonoreerd.

Hierna volgt een korte beschrijving van elk van deze overheidsregelingen en een analyse van hoe Qredits zich tot deze regelingen verhoudt. Daarna wordt ingegaan op alternatieve private aanbieders.

Besluit bijstandsverlening zelfstandigen (Bbz)

Het Bbz, die wordt uitgevoerd door gemeenten, biedt ondersteuning aan (startende) zelfstandige ondernemers met een werkloosheidsuitkering (vanuit de WW of de Participatiewet). Startende zelfstandigen kunnen in aanmerking komen voor een starterskrediet tot 35.393 euro, coaching en een aanvullende uitkering tot bijstandsniveau. Bestaande ondernemers met tijdelijke of financiële problemen of een niet-levensvatbaar bedrijf kunnen een krediet tot maximaal 192.243 euro aanvragen en komen in bepaalde gevallen in aanmerking voor een gift. In 2012 werd aan 3.600 per-

⁵² Zie hoofdstuk 1.1 voor de achtergrond van overheidsingrijpen bij financiering van het mkb.

sonen een krediet vanuit de Bbz-regeling toegekend, waarvan ruim de helft een gevestigde ondernemer is.⁵³

De doelgroep voor het starterskrediet van het Bbz bestaat uit ondernemers die vanuit werkloosheid een bedrijf oprichten. Starters hebben nog geen bedrijf of hebben maximaal anderhalf jaar een bedrijf. Voorwaarde is dat zij via de bank niet in aanmerking komen voor een lening. Het aanvraagproces loopt via de gemeente.⁵⁴ De rente op starterskrediet bedraagt 8%. Coaching wordt gefinancierd door de gemeente, en er zijn geen kosten voor de ondernemer aan verbonden.

Hoewel er met name voor starters overlap bestaat tussen het Bbz en Qredits in termen van dienstverlening – kredietverlening met een gelijkend kredietmaximum en rentetarief⁵⁵, en het (via derden) aanbieden van coaching – zijn de initiatieven in de praktijk eerder complementair aan elkaar door de veel nauwer gedefinieerde doelgroep van het Bbz. Vanuit het Bbz wordt tevens krediet verstrekt voor de herfinanciering van schulden, dat doet Qredits niet. Uit het interview met de Gemeente Amsterdam blijkt dat afgewezen aanvragen door Qredits geregeld worden doorverwezen naar het Bbz en dat aanvragen die buiten de doelgroep van het Bbz vallen geregeld worden doorverwezen naar Qredits. In de praktijk komt het daarnaast voor dat een ondernemer met een krediet van Qredits een beroep doet op een uitkering levensonderhoud bij het Bbz. Qredits stelt de toekenning van haar krediet dan afhankelijk van de toekenning van levensonderhoud door Bbz.

BMKB

De Borgstelling MKB Kredieten (BMKB) helpt MKB-bedrijven met een tekort aan zekerheden om bancaire krediet te verkrijgen. Dat doet zij door garant te staan voor een deel van de lening. De BMKB wordt uitgevoerd door een beperkt aantal in Nederland gevestigde banken. Voor een deel van de kredietverlening dient de bank zelf het risico te dragen. In de praktijk betekent dit dat de banken zelfstandig beoordelen of de BMKB ingezet kan worden en dat in geval van een beroep op de borgstelling (bij verliesdeclaraties). RVO toetst of aan de formele eisen van de BMKB is voldaan. Vanuit BMKB worden alleen borgstellingen verstrekt; coaching en kredietverlening vallen buiten het initiatief.

De doelgroep van BMKB bestaat uit ondernemingen met maximaal 250 werknemers en een jaaromzet tot 50 miljoen euro of een balanstotaal kleiner dan 43 miljoen euro. De hoogte van het krediet waarvoor garantstelling wordt aangevraagd bedraagt maximaal 1,5 miljoen euro.⁵⁶ Per jaar verstrekt RVO ongeveer 2000-3000 garantstellingen. In het segment tot 250 duizend euro zijn in de periode van januari 2014 tot en met september 2015 iets minder dan 900 borgstellingstellingen afgegeven. Het aandeel van borgstellingen voor financiering tot 50 duizend euro is kleiner. In

⁵³ Antwoorden vragen over de bekendheid en toepassing van het Besluitbijstandsverlening zelfstandigen (Bbz). 21 oktober 2013.

⁵⁴ In het kader van deze evaluatie is een interview uitgevoerd met de gemeente Amsterdam waarbij zowel Bbz Amsterdam als Microkrediet Amsterdam zijn besproken. In 2014 zijn 78 Bbz leningen verstrekt door de gemeente Amsterdam.

⁵⁵ Het rentetarief onder het Bbz ligt met 8% iets lager dan het rentetarief van 9,75-10,75%

⁵⁶ De BKMB dekt maximaal de helft van de kredietverstrekking. De kredietlimiet voor een krediet met BMKB is dus 3 miljoen euro (informatie ontvangen van het ministerie van Economische Zaken).

totaal gaat het in deze zelfde periode om minder dan 150 borgstellingen.⁵⁷ Het aanvraagproces verloopt via de bank.

Er is duidelijk sprake van verschillen tussen de twee instrumenten. Qredits verstrekt kredieten en via de BMKB worden borgstellingen verstrekt. Laatstgenoemde ondersteunt dus primair kredietverlening door private partijen, terwijl Qredits krediet verleent *in plaats van* private initiatieven.⁵⁸ Ook is de praktische werking anders, omdat bij de BMKB banken het grootste deel van het kredietproces (administratie en risicobeoordeling) voor hun rekening nemen. Belangrijker nog is dat de BMKB zich op een andere doelgroep richt dan Qredits en in het verlengde daarvan een andere functie vervult. Daar waar onderpand ontbreekt of het risico als (net) te hoog wordt beoordeeld, kan via een BMKB-garantie alsnog krediet worden verleend. Het gaat dus om bedrijven die *wel* in aanmerking komen voor een krediet, maar waarbij een borgstelling noodzakelijk is. Qredits en de BMKB kunnen dan ook als complementair worden gezien.

Cultuur + Ondernemen

Cultuur + Ondernemen stimuleert ondernemerschap in de cultuursector. Naast begeleiding van kunstenaars en creatieven, biedt Cultuur + Ondernemen trainingen, richt zich op marktontwikkeling en helpt bij het vinden van financiering tot 40 duizend euro. Voor grotere bedragen behoort een (gedeeltelijke) borgstelling tot de mogelijkheden. Cultuur + Ondernemen ontvangt onder meer een bijdrage van het Ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap.

Cultuur + Ondernemen bedient duidelijk een smalle doelgroep van ondernemers in de cultuursector en is daarmee een niche-speler, terwijl Qredits geen sectorspecifieke focus kent.

Ondernemersklankbord

Het ondernemersklankbord (OKB) verzorgt coaching maar biedt geen microkredieten aan. Coaching wordt gegeven door ongeveer 300 oud-ondernemers. Een zogenoemd klankbordtraject duurt zes maanden maar er is mogelijkheid meerdere trajecten te volgen. De ondernemer wordt om een bijdrage gevraagd ten behoeve van de stichting. Deze is vrijwillig, maar slechts een klein deel van de ondernemers betaalt niet het (gehele) bedrag. Het OKB heeft geen winstoogmerk en is naast bijdragen van deelnemende ondernemers afhankelijk van financiële ondersteuning door sponsors en subsidie.

Jaarlijks voert het OKB ongeveer drieduizend klankbordtrajecten uit. Een belangrijk deel hiervan bestaat uit trajecten in het kader van faillissementspreventie.⁵⁹ Het is ook op dit vlak dat het ministerie van Economische Zaken subsidie verschaft aan OKB.

Zowel Qredits als OKB verschaft dus coaching. Tot 2013 was het OKB ook coachingspartner van Qredits. Een belangrijk verschil betreft het grote aandeel trajecten in het kader van faillissementspreventie bij OKB. Een ander verschil lijkt de vrijwillige basis waarop OKB werkt, maar in de praktijk blijken de meeste ondernemers een bijdrage te betalen. Voor Qredits als totaalbedrijf

⁵⁷ In deze periode is nog geen 4% van de borgstellingen afgegeven op financieringsaanvragen tot 50 duizend euro.

⁵⁸ De praktijk ligt genuanceerder: kredieten via Qredits kunnen in theorie ook samen gaan met private kredieten en ook het combineren van BMKB en Qredits is mogelijk. In praktijk gebeurt dit laatste enkel met de MKB-kredieten tot 250 duizend euro die Qredits verstrekt.

⁵⁹ Het betreft ongeveer 1300 van de 3000 trajecten in 2015 (informatie ontvangen van het ministerie van Economische Zaken).

is het uiteraard van belang dat het OKB in tegenstelling tot Qredits ondernemers geen krediet aanbiedt.⁶⁰ Het is daarbij aannemelijk dat de koppeling tussen het coachingstraject en (het invullen van) de behoefte aan financiering bij Qredits groter is, maar het is niet mogelijk gebleken dit te toetsen.⁶¹

Lokale en regionale initiatieven

Ook op het regionale of lokale niveau bestaat initiatieven die financiering of coaching bieden aan (startende) ondernemers. Deze initiatieven bereiken niet dezelfde schaal als Qredits. Microfinanciering Amsterdam heeft 35 kredieten verstrekt in de periode september 2009 tot en met 2013. Microfinanciering Amsterdam kan niet gecombineerd worden met Qredits maar eventueel wel met Bbz. Het is tevens mogelijk coaching te krijgen, dit wordt door de gemeente uitbesteed aan het Ondernemersklankbord. Microfinanciering Amsterdam stopt eind 2015.

Het project IkStartSmart richt zich op het verbeteren van ondernemersvaardigheden van startende ondernemers in Gelderland en Overijssel. Voor het verbeteren van ondernemersvaardigheden worden coaching, advies, trainingen en netwerkbijeenkomsten ingezet. In de periode 2008-2011 is in samenwerking met de Provincie Gelderland, de stadsbanken Arnhem, Apeldoorn en Nijmegen en IkStartSmart Microkrediet Gelderland opgericht waar deelnemers van het IkStartSmart-programma een financieringsberoep konden doen. In deze periode zijn in totaal 366 aanvragen ontvangen waarvan er 97 zijn gehonoreerd.⁶² Voor de periode 2012-2015 hebben de stadsbanken zich teruggetrokken als financiële partner van de provincie. Er is door de Provincie op basis van de positieve evaluatie gezocht naar een nieuwe partner, die zij vond in Qredits.⁶³ Door de nieuwe samenwerking kunnen IkStartSmart-deelnemers gebruik maken van financiering via Qredits. Voor Qredits betekent de regeling een extra afzetkanaal waarbij de provincie garant staat voor een deel van het risico. Het rentepercentage dat Ik-StartSmart-deelnemers betalen ligt daarbij 1% lager dan Qredits normaliter hanteert. Tot op heden zijn binnen deze samenwerking ongeveer twintig kredieten verstrekt.

Ten opzichte van de lokale initiatieven is Qredits met name additioneel in schaal. In diverse interviews werd gesteld dat het verlenen van microkrediet op regionaal vlak om die reden lastig kan zijn.⁶⁴ Dit volgt ook uit de berekeningen voor revolverendheid van Qredits waarbij schaal een medebepalende factor is (zie hoofdstuk 6.2).

Andere private aanbieders

Als ondernemers krediet nodig hebben, kunnen zij zich tot vele aanbieders wenden.⁶⁵ Onder het 'traditionele' kanaal wordt over het algemeen het aanbod van banken verstaan.

⁶⁰ Het Ondernemersklankbord houdt niet bij of ondernemers met een klankbordtraject elders financiering zoeken.

⁶¹ Er heeft een kort telefonisch interview plaatsgevonden met het OKB, maar het is niet mogelijk gebleken hier vervolg aan te geven om gedetailleerde informatie te verkrijgen.

⁶² EIM (2012) Evaluatie Microkrediet Gelderland, maart 2012.

⁶³ <https://qredits.nl/nieuws/nieuws-overzicht/2014/05/28/totaalpakket-voor-ondernemers-in-provincie-gelderland.html>

⁶⁴ Alhoewel daar ook oplossingen voor worden gevonden, zoals het combineren met andere lokale regelingen om bijvoorbeeld administratie te delen.

⁶⁵ Zie hoofdstuk 1.1 voor een uitgebreidere bespreking van bedrijfsfinanciering.

Daarnaast zijn er nog diverse alternatieve financieringsvormen die open staan voor kleinere kredietvragen. Bekende vormen zijn crowdfunding en kredietunies. In de marge bestaat een grote variëteit aan aanbieders. De SER concludeert in 2014: “Alternatieve vormen van financiering, zoals microfinanciering, crowdfunding, kredietunies...zijn in opkomst, maar blijven voorlopig nichemarkten.”

Naast krediet, of vreemd vermogen, kan een bedrijf zich ook financieren via eigen vermogen. Ook hier bestaan weer diverse aanbieders en vormen. Eigen vermogen is risicodragend en heeft een andere functie dan vreemd vermogen. Aan deze financieringsvormen wordt in dit rapport verder voorbijgegaan.⁶⁶

Het idee achter Qredits is dat ondernemers wordt geholpen die *geen* krediet bij een bank of andere marktpartij kunnen krijgen. In die zin is Qredits per definitie additioneel ten opzichte van de markt. In de praktijk is het echter mogelijk dat aanvragers zich voor microfinanciering bij Qredits melden zonder eerst bij een bank of andere financier te zijn geweest – het overleggen van een afwijzing is formeel niet verplicht.⁶⁷ In welke mate dit gebeurt, is niet bekend.

⁶⁶ Zie bijvoorbeeld hoofdstuk 2 in Het MKB in beeld (2014) voor een uitgebreide bespreking van financieringsbronnen voor het MKB. Vermeld zij dat het uiteraard mogelijk is dat ondernemers zich bij een financieringsbehoefte eerst richten op vreemd vermogen en later alsnog overgaan tot het aantrekken van eigen vermogen. Voor de analyse ten aanzien van de additionaliteit van Qredits wordt er hier echter van uitgegaan dat Qredits zich op een andere markt richt dan eigen vermogenverschaffers.

⁶⁷ Bij de grotere MKB-financieringen van Qredits is wel een afwijzing door een bank verplicht.

3 Wegnemen van belemmeringen

Het aantal aanvragen voor microfinanciering bij Qredits is na een periode van continue stijging sinds 2013 gedaald, vooral door macro-economische factoren. Qredits bereikt over de evaluatieperiode 11 tot 26 procent van de potentiële doelgroep; hier lijkt ruimte voor verbetering te bestaan. Tegelijkertijd lijkt Qredits voldoende in staat om (te) grote risico's buiten te sluiten.

Dit hoofdstuk gaat in op de vraag of kleine ondernemers die behoefte hebben aan krediet, maar dat niet kunnen verkrijgen in het reguliere circuit, via Qredits wel in aanmerking komen voor krediet. Hiermee staan de volgende hypothesen centraal:

- Hypothese 1: Microfinanciering via Qredits heeft belemmeringen die (aspirant) ondernemers ondervinden t.a.v. verkrijgen van kapitaal en verwerven ondernemersvaardigheden (grotendeels) weggenomen.
- Hypothese 2: De doelgroep wordt door Qredits voldoende bediend.

Een logisch beginpunt voor het beoordelen van de mate waarin Qredits belemmeringen wegneemt voor MKB'ers met een kredietbehoefte is een analyse van het aantal relevante ondernemers dat Qredits met haar dienstverlening weet te bereiken. Het bereiken van die ondernemers kan worden afgemeten aan het aantal kredietaanvragen door MKB'ers bij Qredits; de ontwikkeling hiervan staat centraal in hoofdstuk 3.1. In een tweede stap identificeert hoofdstuk 3.2 de totale *potentiële* doelgroep van Qredits, namelijk die groep MKB'ers die ondanks een behoefte niet aan financiering kan komen. Een confrontatie van de potentiële doelgroep en het werkelijk bereik laat zien in welke mate Qredits haar potentiële doelgroep bedient. Om te bepalen of een eventueel verschil tussen de potentiële doelgroep en de realisatie door Qredits afbreuk doet aan haar doelstellingen, dient te worden beoordeeld wat de oorzaken van dit verschil zijn (hoofdstuk 3.3). Tegelijkertijd is het niet gezegd dat de volledige doelgroep bediend zou *moeten* worden, in het bijzonder zouden aanvragen met een (te) hoog risico moeten worden buitengesloten van de dienstverlening door Qredits. Hiertoe wordt het kredietproces van Qredits beschreven en beoordeeld of dit in voldoende mate gericht is op het buitensluiten van risico's, en wordt aan de hand van dossieronderzoek bepaald of deze werkwijze ook in de praktijk wordt gevolgd (hoofdstuk 3.4).

3.1 Analyse van het aantal microkredietaanvragen

Figuur 2.2 in hoofdstuk 2.2 liet al zien dat het aantal aanvragen dat Qredits heeft ontvangen voor microfinanciering tot en met 2013 een stijgende lijn liet zien. Qredits blijkt erin geslaagd om als startend bedrijf in relatief korte tijd een groeiende groep (potentiële) klanten met kredietbehoefte te bereiken. In 2013 werden ruim 7.400 aanvragen voor microkrediet gedaan bij Qredits.

De jaren 2014 (ongeveer 6.500) en 2015 (ongeveer 5.800) laten vervolgens een terugloop zien van het aantal microkredietaanvragen. Daarmee is het aantal aanvragen in 2015 terug op het niveau van 2011 en 2012 toen respectievelijk 5.400 en 6.300 aanvragen voor microkrediet werden ingediend.⁶⁸

⁶⁸ Het aantal gehonoreerde (verstrekke) kredieten is sinds 2011 min of meer stabiel gebleven tussen de 1.100 en 1.250. Dit duidt erop dat in 2015 relatief meer kredieten zijn goedgekeurd dan in eerdere jaren. Hier wordt in hoofdstuk 3.4 nader op ingegaan.

Tussen 2013 en 2015 neemt het aantal aanvragen voor microkrediet per saldo dus met ruim 20 procent af. Deze afname is te geprononceerd om op voorhand aan te nemen dat sprake is van een tegenvallend jaar of een (weliswaar grillige) stabilisatie na een aantal jaren van groei. Ook is van belang in hoeverre de afname het gevolg is van factoren binnen of buiten de invloedssfeer van Qredits. Om de mate waarin Qredits belemmeringen wegneemt te kunnen beoordelen, alsmede de ontwikkeling daarvan in de tijd, is het dan ook noodzakelijk nader te kijken naar de redenen die hebben geleid tot een afname van het aantal aanvragen na 2013.

Mogelijke verklaringen voor het dalende aantal microkredietaanvragen vallen ruwweg uiteen in twee categorieën. De eerste categorie bestaat uit factoren die specifiek zijn voor Qredits. Te denken valt aan de relatie die Qredits onderhoudt met partijen die in belangrijke mate bijdragen aan het aantal aanvragen door ondernemers door te verwijzen naar Qredits en de algemene bekendheid van Qredits onder ondernemers. Ook eventuele toetreding van kredietverstrekking met een vergelijkbaar product en doelgroep als Qredits valt hieronder. De tweede categorie verklaringen betreft macro-economische factoren die de gehele economie treffen of van impact zijn op sectoren waarin Qredits veel actief is. Hieronder valt bijvoorbeeld een verandering van de kredietvraag van (kleine) ondernemers of de ontwikkeling van de marktrente.⁶⁹

Factoren die specifiek zijn voor Qredits

'Doorverwijzingen'

Qredits houdt van elke kredietaanvraag bij waar de betreffende (potentiële) klant Qredits van kent. Dit zijn dus niet noodzakelijk directe doorverwijzingen maar geeft wel een indruk van de verschillende kanalen waarlangs Qredits kredietaanvragen kan verwachten. Tabel 3.1 geeft een beknopt overzicht van deze administratie.

De daling van het aantal aanvragers dat Qredits zegt te kennen via een bank is ongeveer 10 procent tussen 2013 en 2015, maar waarschijnlijk nog iets groter.⁷⁰ Het overgrote merendeel van de aanvragers die zeggen Qredits te kennen via een bank verwijzen daarbij naar de Rabobank, ING of ABN-Amro. Voor de Rabobank en ABN-Amro geldt dat na 2013 inderdaad een afname van 'doorverwijzingen' zichtbaar is. In het kader van deze evaluatie zijn gesprekken gevoerd met alle drie de banken. Geen van de banken geeft echter aan dat de relatie met Qredits is veranderd in de afgelopen jaren. De relatie wordt juist als goed ervaren. Banken geven daarbij aan dat Qredits is opgenomen in de *call scripts* en dat zodoende verwacht mag worden dat klanten die niet door de bank geholpen kunnen worden, worden doorverwezen naar Qredits.

⁶⁹ In het kader van deze analyse zijn gesprekken gevoerd met 3 banken – als belangrijke partner van en doorverwijzer naar Qredits en als experts op gebied van financiering aan MKB'ers – en met de Kamer van Koophandel en de Gemeente Amsterdam/Bbz als belangrijke doorverwijzers.

⁷⁰ In 2013 was van ongeveer duizend aanvragers niet bekend via welke weg ze Qredits kennen ('Leeg/anders' in de tabel). In 2015 is dit aantal teruggebracht tot minder dan vijfhonderd. Dit duidt erop dat Qredits steeds beter in kaart heeft weten te brengen hoe aanvragen bij haar terecht zijn gekomen. Tegelijkertijd betekent dit dat een deel van de aanvragen die in 2013 in de categorie 'anders/leeg' werden geregistreerd in 2015 mogelijk wel direct zijn toegewezen aan een specifiek kanaal. Voor een deel van de aanvragers waar voorheen 'leeg/anders' werd geregistreerd, is in 2015 dus naar alle waarschijnlijkheid 'bank' geregistreerd. Dit zou bij een gelijkblijvend totaal aantal aanvragen hebben geleid tot een stijging van het aantal aanvragers dat Qredits zegt te kennen via een bank. De cijfers in de tabel moeten vanuit dit perspectief worden geïnterpreteerd.

Tabel 3.1 Aantal doorverwijzingen via derden laat een daling zien

Aantal microkredietaanvragen	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Totaal
Via derden:								
Banken:	510	999	995	1244	1505	1463	1349	8065
Overheden:	471	1443	1078	1261	1606	1331	1083	8273
Overige:	79	381	373	473	753	695	504	3258
Direct naar Qredits:								
Internet	353	897	1160	1340	1879	1706	1701	9036
Overige media en vrienden/familie	317	577	436	477	653	673	677	3810
Onbekend:								
Anders/leeg	1722	680	1320	1500	1030	620	482	7354
Totaal:	3452	4977	5362	6295	7426	6488	5796	39796

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van op basis van klantenbestand van Qredits over de periode januari 2009 tot en met 2015

Onder de noemer overheden in Tabel 3.1 vallen de gemeenten (mede als uitvoerders van het Bbz), het UWV, de Belastingdienst en de Kamer van Koophandel. Qredits maakt in haar administratie geen onderscheid tussen het UWV enerzijds en de Gemeenten (BBZ) anderzijds. In 2015 geven 570 aanvragers aan Qredits te kennen via 'Gemeente/UWV/BBZ'. In 2013 waren dit er nog 832. De Gemeente Amsterdam heeft in een gesprek aangegeven geen wijzigingen te hebben doorgevoerd in het doorverwijsbeleid. Dit is puur illustratief; het ontbreekt aan informatie over het bredere doorverwijsbeleid van gemeenten. Omdat daarnaast geen onderscheid kan worden gemaakt tussen de verschillende gemeenten enerzijds en het UWV anderzijds is het niet mogelijk te komen tot eenduidige oorzaak voor de afname in het aantal aanvragers dat aangeeft Qredits via deze kanalen te kennen. Ook de Kamer van Koophandel (KvK) is een belangrijk kanaal waardoor aanvragers Qredits kennen. In 2013 ging het om 712 aanvragers. Dit aantal is afgenomen naar 463 in 2015. De KvK is per 1 januari 2014 gereorganiseerd. Dit heeft gevolgen gehad voor de wijze waarop de organisatie wordt gefinancierd. In het gesprek dat voor dit onderzoek is gevoerd geeft de KvK bovendien aan niet langer enkel naar Qredits te mogen verwijzen.⁷¹ Als gevolg daarvan verwijst de KvK nu ook door naar alternatieven. Verder heeft Qredits een minder prominente plek gekregen op de website van de KvK. De daling van het aantal aanvragers dat zegt Qredits te kennen via de KvK lijkt derhalve voornamelijk het resultaat van wijzigingen doorgevoerd binnen de KvK.

De groep 'overige' bestaat vrijwel geheel uit de accountants/boekhouders die hun cliënten doorverwijzen naar Qredits. Ook hier is een daling zichtbaar van het aantal aanvragers dat Qredits via dit kanaal zegt te kennen. Omdat deze groep zo divers is, ligt het voor de hand dat de waargenomen afname zijn oorsprong vindt in factoren die voortkomen uit macro-economische ontwikkelingen. Deze komen verderop aan de orde.

De belangrijkste kanalen waarop potentiële aanvragen 'direct' bij Qredits terecht komen, zijn via internet, overige media (krant/tijdschrift/tv/radio) en familie en vrienden. In vergelijking met de kanalen bank, overheid en accountant/boekhouder is de daling van het aantal aanvragers dat Qredits zegt te kennen via deze directe kanalen kleiner. De ontwikkeling van aanvragen via deze kanalen lijkt dus niet of slechts in geringe mate een oorzaak te vormen voor het afnemend aantal aanvragen sinds 2013.

Bekendheid Qredits

⁷¹ Mede in verband met de Wet Markt en Overheid

Een andere mogelijke oorzaak voor een teruglopend aantal microkredietaanvragen zou kunnen zijn dat Qredits heeft ingeboet aan bekendheid onder de voor haar relevante doelgroep. Dit zou dan vermoedelijk vooral gevolgen hebben voor het aantal aanvragen dat Qredits krijgt vanuit de ‘directe’ kanalen: internet, krant/tijdschrift/tv/radio en familie en vrienden. Tabel 3.1 laat zien dat de afname van het aantal aanvragen voor deze ‘doorverwijskanalen’ echter relatief gering is.

Het is niet uitgesloten dat een mindere bekendheid ook effect kan hebben op het aantal aanvragen dat komt van ondernemers die niet direct bij Qredits aankloppen maar zijn doorverwezen door een derde partij. Of een ondernemer na een doorverwijzing daadwerkelijk een kredietaanvraag doet, kan immers af hangen van hoe goed de ondernemer bekend is met Qredits. De interviews die zijn afgenomen met de belangrijkste doorverwijzers van Qredits geven echter geen aanleiding te denken dat Qredits minder bekend zou zijn geworden. Daarbij strookt een afname van de bekendheid van Qredits vanaf 2013 niet met de inzet van massamediale reclamecampagnes vanaf 2014 (zie hoofdstuk 5).

Kannibalisatie door MKB-kredieten

Per november 2013 is Qredits begonnen met het verstrekken van MKB-kredieten tot 150 duizend euro.⁷² Voor deze kredieten geldt een lagere rente dan voor microkredieten.⁷³ Het is dan ook mogelijk dat de introductie van MKB-kredieten ertoe heeft geleid dat een deel van de aanvragers ervoor heeft gekozen een MKB-krediet (tegen lagere rente) aan te vragen in plaats van een microkrediet.

Het is niet aannemelijk dat dit een grote rol speelt in de ontwikkeling van het aantal microkredietaanvragen. Een kredietaanvraag door een ondernemer past normaliter immers bij een voorgenomen financieringsbehoefte of een voorgenomen investering. Het ligt niet voor de hand dat ondernemers met een kredietbehoefte lager dan 50 duizend euro meer krediet zijn gaan vragen simpelweg omdat MKB-kredieten dit mogelijk maken. Als dit al zou gebeuren, lijkt dit alleen aannemelijk voor kredieten die al zeer dicht tegen de grens van €50.000 lagen.⁷⁴ Dat er voor MKB-kredieten een expliciete afwijzing door een bank nodig is, kan in dit kader een additionele drempel opwerpen voor ondernemers om in plaats van een microkrediet een MKB-krediet aan te vragen.

Dat kannibalisatie van microkredieten door MKB-kredieten geen bepalende rol speelt, lijkt verder te worden gestaafd door de ontwikkeling in 2015: in dat jaar resulteert een daling in het aantal aanvragen voor zowel micro- als MKB-kredieten. Ook interviewpartners hebben aangegeven geen aanwijzingen te hebben dat kannibalisatie een belangrijke rol heeft gespeeld.

Macro-economische factoren en kredietacceptatie door banken

Net als veel andere kredietverstrekkers is Qredits gedeeltelijk afhankelijk van het (macro)economisch klimaat voor het aantal kredietaanvragen dat ze ontvangt. Daar komt bij dat de wisselwerking met andere kredietverstrekkers voor Qredits van grote invloed kan zijn. Juist de MKB'ers die moeite hebben met het krijgen van krediet elders zijn een belangrijke doelgroep voor Qredits. Dit betekent dat strengere acceptatiecriteria door bijvoorbeeld banken tot een toename van het aantal kredietaanvragen bij Qredits zouden kunnen leiden, en andersom.

⁷² Per januari 2015 is de kredietlimiet van deze MKB-kredieten verhoogd tot 250 duizend euro.

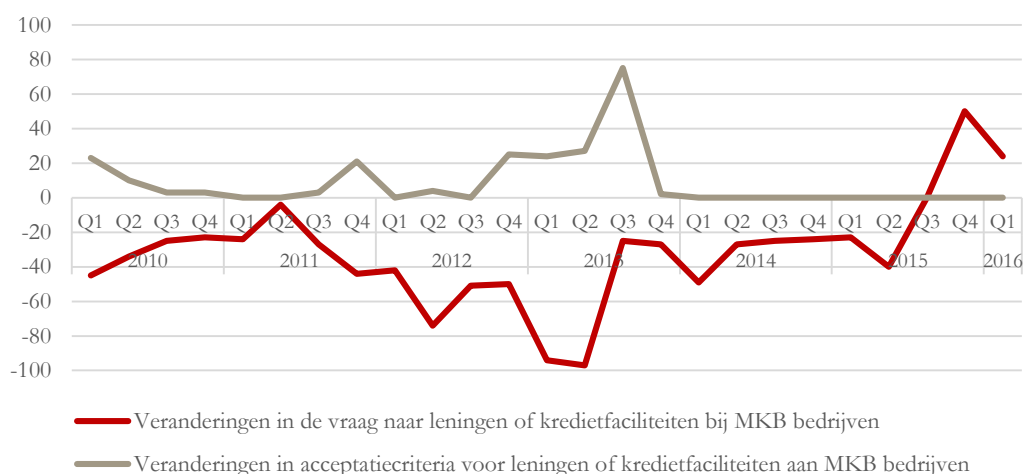
⁷³ Qredits rekent een rente van 9,75% per jaar voor microkredieten. Voor MKB-kredieten geldt een rente vanaf 8,75%.

⁷⁴ Qredits houdt geen informatie bij over de omvang van kredietaanvragen, alleen van toegekende kredieten. Het is dan ook niet mogelijk om inzicht te geven in de mogelijk omvang van een dergelijke groep, maar aangenomen mag worden dat die niet substantieel is.

Vraag naar krediet en kredietacceptatiecriteria bij banken

De DNB vraagt elk kwartaal aan in Nederland gevestigde deelnemende banken naar de ontwikkeling van hun eigen kredietverlening aan ingezetenen van het eurogebied en de daarbij gehanteerde acceptatiecriteria.⁷⁵ Figuur 3.1 geeft op deze wijze de ontwikkeling van de vraag naar leningen of kredietfaciliteiten en de gehanteerde acceptatiecriteria weer.

Figuur 3.1 De vraag naar kredieten bij het MKB neemt sinds medio 2015 weer toe.



Bron: DNB (2016); Tabel 5.5 *Ontwikkeling acceptatiecriteria en vraag bancaire kredietverlening bij in Nederland gevestigde MFI's*. Ontwikkelingen worden uitgedrukt als een percentage tussen de -100% en de 100%. Bij veranderingen in acceptatiecriteria (kredietvraag) betekent -100% dat alle banken in Nederland de acceptatiecriteria versoepelen (afnemende kredietvraag signaleren) en +100% dat zij deze verscherpen (toenemende kredietvraag signaleren).

Banken geven aan de door hen gehanteerde kredietacceptatiecriteria sinds eind 2013 niet of nauwelijks te hebben gewijzigd. Wel valt op dat deze criteria juist in 2013 door veel banken zijn aangescherpt. Aangezien er na 2013 geen versoepeling heeft plaatsgevonden, lijkt het erop dat de acceptatiecriteria permanent (in elk geval tot Q1 2016) zijn aangescherpt. Op basis hiervan zou het voor de hand liggen dat de voor Qredits belangrijke groep van ondernemers die elders geen krediet kan krijgen juist is toegenomen. Tegelijkertijd ligt het ook voor de hand dat de aantrekkende economie in 2014 en 2015 ervoor heeft gezorgd dat bedrijven gemakkelijker aan de kredietacceptatiecriteria kunnen voldoen.⁷⁶

De door banken gesignaleerde vraag naar leningen en kredietfaciliteiten laat tot en met halverwege 2015 een negatieve verandering zien. Dit wil zeggen dat de meeste banken kwartaal op kwartaal een daling van de vraag zagen. Pas in Q4 van 2015 is een stijging van de vraag naar kredieten zichtbaar.⁷⁷

⁷⁵ Het betreft dus Nederlandse banken en hun financieringsactiviteiten in het eurogebied. Het lijkt echter aannemelijk dat deze statistiek voor zover het MKB-bedrijven betreft ook indicatief is voor de Nederlandse situatie. Het grootste gedeelte van Nederlandse MKB-bedrijven zal naar verwachting bij een Nederlandse bank een kredietaanvraag doen.

⁷⁶ Ook de banken waarmee in het kader van dit onderzoek gesproken is, bevestigen dat betere economische vooruitzichten er in de regel voor zorgen dat meer kredietaanvragen kunnen worden gehonoreerd.

⁷⁷ In grote lijnen komt dit overeen met de door de NVB geschetste ontwikkeling van zakelijke kredietverlening tussen 2010 en 2015. Met name in 2014 en 2015 is een daling van de zakelijke kredietverlening te zien. In 2015 is deze daling 5% ten opzichte van het jaar ervoor. NVB (2015). Factsheet zakelijke dienstverlening, december 2015.

De cijfers van DNB hebben betrekking op kredietverlening aan het gehele MKB, vanuit het perspectief van banken. Dit geeft een eerste indicatie van strengere acceptatiecriteria door en afnemende kredietvraag bij banken, maar is onvoldoende toegespitst op de voor dit onderzoek relevante doelgroep. In de Financieringsmonitor wordt specifiek aandacht besteed aan ontwikkelingen ten aanzien van kredietvraag en –verlening met betrekking tot het kleinbedrijf, en wordt gekeken naar meerdere financieringsbronnen dan alleen banken. De resultaten van de afgelopen vier edities van de financieringsmonitor zijn weergegeven in Tabel 3.2.

Tabel 3.2 (Huis)banken zijn minder vaak de primaire bron van vreemd vermogen

Kleinbedrijf (0-49 werknemers)	2014-I	2015-I		2014-II	2015-II
Meer benutten bestaande kredietruimte	21%	19%		20%	11%
Nieuwe financiering gezocht	22%	18%		23%	17%
<i>Wv. (deels) vreemd vermogen</i>	87%	84%		83%	81%
Vreemd vermogen gezocht (resultante)	19%	15%		19%	14%
Primaire bron vreemd vermogen (meerdere antwoorden mogelijk)					
Huisbank	72%	36%		61%	38%
Overige bank	2%	5%		0%	8%
Familie/vrienden	7%	10%		16%	28%
Leveranciers	2%	16%		8%	19%
Anders	14%	32%		18%	16%
Afwijzing vreemd vermogen	57%	50%		51%	42%
<i>Wv. Volledig</i>	50%	44%		45%	37%
<i>Wv. Deels</i>	7%	6%		6%	5%

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van Financieringsmonitors (Panteia 2014-2015); De weergegeven I-edities van de Financieringsmonitor verschijnen in het voorjaar en vragen ondernemers naar hun kredietbehoeften in het afgelopen jaar en geven een indicatie voor de ontwikkeling in de periode 2013-2014. De weergegeven II-edities van de Financieringsmonitor verschijnen in het najaar en vragen ondernemers naar de kredietbehoefte in het afgelopen *half jaar* en geven een indicatie voor de ontwikkeling in de periode 2014-2015.

De genummerde edities I en II verwijzen naar het moment van ondervragen. De I-edities verschijnen in het voorjaar en vragen ondernemers naar hun kredietbehoeften in het afgelopen jaar. De II-edities verschijnen in het najaar en vragen ondernemers naar de kredietbehoefte in het afgelopen *half jaar*.⁷⁸ Daarmee zegt de ontwikkeling tussen 2014-I en 2015-I iets over de ontwikkeling tussen 2013 en 2014. De ontwikkeling tussen 2014-II en 2015-II geeft juist weer in welke mate 2015 verschilt van 2014.⁷⁹

Zowel tussen 2014-I en 2015-I als tussen 2014-II en 2015-II is een daling zichtbaar van het aantal kleine bedrijven dat nieuwe financiering heeft gezocht in de vorm van vreemd vermogen. In 2014-I geeft 19 procent van de ondervraagde kleine ondernemers te kennen vreemd vermogen te hebben gezocht. In 2015-I is dit nog 15 procent. Een vergelijkbare afname is zichtbaar tussen 2014-II en 2015-II. Tegelijkertijd is het percentage kleine bedrijven dat aangeeft dat de financieringsvraag is afgewezen in beide gevallen afgenomen.

De financieringsmonitors bevestigen dus het beeld van afnemende kredietvraag uit de DNB-cijfers voor het kleinbedrijf in de periode 2013-2015. Het dalende percentage afwijzingen in de

⁷⁸ De I-edities en II-edities zijn daardoor niet zondermeer onderling te vergelijken.

⁷⁹ In de II-edities wordt ondernemers echter gevraagd een half jaar terug te denken. Daarmee beslaat 2015-II dus niet het gehele jaar 2015 maar ongeveer de helft daarvan, ruwweg de periode tussen lente 2015 en najaar 2015.

Financieringsmonitor lijkt daarentegen in tegenspraak met de ongewijzigde acceptatiecriteria bij de banken sinds 2013. De Financieringsmonitor heeft echter betrekking op alle bronnen van vreemd vermogen, en niet alleen op banken. Daarnaast zeggen acceptatiecriteria nog niet alles over de mate van afwijzen; dit hangt ook af van de ontwikkeling van de financiële positie van bedrijven. Het lijkt voor de hand te liggen dat het economisch herstel er per saldo toe heeft geleid dat kredietaanvragen vaker goedgekeurd (kunnen) worden. Het is aannemelijk dat beide effecten – een dalende kredietvraag en lagere afwijzingen – een negatieve impact hebben gehad op het aantal kredietaanvragen bij Qredits in de periode 2013-2015.

Alternatieve vormen van financiering

Een derde ontwikkeling die opvalt in Tabel 3.2 is dat banken (zowel de huisbank als overige banken) minder vaak als primaire bron van vreemd vermogen worden aangemerkt. Familie en vrienden, leveranciers en ‘anders’ worden juist relatief vaker gebruikt om aan vreemd vermogen te komen. Uit een separate vraag in de Financieringsmonitor volgt daarnaast ook crowdfunding als opkomend alternatief voor bancaire financiering.

Hoewel de exacte relatie moeilijk is vast te stellen, kan de opkomst van alternatieve financieringsvormen ten faveure van bancaire financiering impact hebben op het aantal aanvragen bij Qredits. Het is immers mogelijk dat (startende) ondernemers in de afgelopen jaren in toenemende mate bij deze andere alternatieven een kredietaanvraag hebben gedaan, met een mogelijk negatieve invloed op het aantal aanvragen bij Qredits. Interviewpartners bevestigen dit beeld.

Rente

Qredits rekent op haar microkredieten 9,75 procent rente per jaar. Dit tarief is de afgelopen jaren vrijwel ongewijzigd gebleven.⁸⁰ Tegelijkertijd heeft het beleid van de Europese Centrale Bank er in 2014 en 2015 toe geleid dat de markttrentes steeds verder zijn gedaald.⁸¹ Dit heeft een verlagend effect gehad op de spaarrente, de hypotheekrente en de rente die de Nederlandse staat vraagt op haar staatleningen.⁸² De banken met wie in het kader van dit onderzoek is gesproken, geven aan dat ook de rente die door hen wordt gevraagd op ondernemerskredieten grosso modo is gedaald.

Een daling van de rente die door banken wordt gevraagd voor ondernemerskredieten maakt microkredieten in de perceptie van ondernemers mogelijk relatief onaantrekkelijk.⁸³ Ondernemers die zich eerst rechtstreeks tot Qredits wendden voor een krediet, zullen nu mogelijk eerst naar banken gaan of naar alternatieve aanbieders waarvoor de voorwaarden ook als relatief aantrekkelijk ten opzichte van Qredits wordt gepercipieerd. Voor wat betreft dat laatste kan ook de gedaalde spaarrente een rol spelen: familie en vrienden van MKB'ers zijn mogelijk sneller geneigd tegen een relatief lage vergoeding geld te lenen of te investeren omdat hun spaargeld steeds minder opbrengt. Hoewel Qredits haar rente niet heeft gewijzigd, is het aannemelijk dat dit relatieve verschil er wel voor heeft gezorgd dat er in 2014 en 2015 minder microkredietaanvragen zijn gedaan bij Qredits.

⁸⁰ In de eerste jaren rekende Qredits 9,5 procent rente.

⁸¹ In het kort zorgt de ECB er door het vergroten van de geldhoeveelheid voor dat lenen relatief goedkoper wordt en sparen juist relatief onaantrekkelijk. Het doel hiervan is de bestedingen (en uiteindelijk de inflatie) aan te jeren. Daarnaast heeft de ECB in deze periode haar eigen rentetarieven verder verlaagd.

⁸² De rente op de zogenoemde jongste 10-jarige staatlening is volgens de DNB gedaald van ongeveer 2% in 2013 naar 0,7% in 2015.

⁸³ Interviewpartners geven aan dat kredietnemers geneigd zijn de rente die ze betalen voor een ondernemerskrediet te vergelijken met de hypotheekrente. Indien dit ook opgaat voor Qredits-klanten ligt het voor de hand dat 9,75% als relatief hoog wordt ervaren.

Conclusies

Na een aantal jaren waarin het aantal kredietaanvragen voor microfinanciering steeg, is er sinds 2013 een daling ingetreden. De redenen hiervoor lijken vooral van macro-economische aard. De vraag naar kredieten door kleine bedrijven is in 2014 en 2015 gedaald, en het lijkt er op dat kleine bedrijven die nog wel financiering zoeken zich ook nadrukkelijker richten op alternatieve bronnen zoals familie en crowdfunding. Het ongewijzigd laten van de rente voor microkredieten in een periode van dalende marktrente kan de relatieve positie van Qredits daarbij mede hebben beïnvloed.

De verklaring voor de daling van het aantal doorverwijzingen van 3^e partijen naar Qredits moet vermoedelijk ook in deze macro-economische factoren worden gezocht; behalve voor de Kamer van Koophandel, waar een reorganisatie vermoedelijk heeft geleid tot een afname van het aantal doorverwijzingen.

3.2 Omvang van de potentiële doelgroep van Qredits

Voor een oordeel over de mate waarin Qredits belemmeringen wegneemt moet naast de omvang van de groep MKB'ers die Qredits *daadwerkelijk* met microfinanciering weet te bereiken, zoals bepaald in de vorige paragraaf, de *potentiële* doelgroep worden vastgesteld waarvoor zij belemmeringen weg zou kunnen nemen.

Het wegnemen van belemmeringen heeft in brede zin betrekking op MKB'ers die een kredietbehoefte hebben, maar daarvoor niet in het “reguliere circuit” terechtkunnen. Voor wat betreft de evaluatie van microfinanciering door Qredits geldt daarbij nog de aanvullende beperking dat die kredietbehoefte maximaal € 50.000 mag bedragen: de maximale kredietomvang van microfinanciering door Qredits.⁸⁴ Er zijn geen openbare cijfers voorhanden over deze exacte doelgroep. In het kader van dit onderzoek wordt de potentiële doelgroep van Qredits daarom geschat.

Het basisidee achter de schatting is dat een deel van alle MKB'ers tot de doelgroep van Qredits behoort. Om te bepalen welk deel dat is, wordt gebruik gemaakt van steekproefgegevens. Concreet wordt gebruik gemaakt van bestaande enquêtegegevens over MKB-bedrijven, waar MKB'ers gevraagd is naar kredietbehoefte en invulling daarvan. Op basis van de enquêteresultaten wordt het deel bepaald van de bedrijven die meededen aan de enquête dat past binnen de doelgroep van Qredits. Omdat de aantallen van de gebruikte steekproef groot genoeg zijn, kan aangenomen worden dat het doelgroep-percentage *in de steekproef* van MKB-bedrijven ook van toepassing is op *alle* MKB-bedrijven in Nederland.

Bijlage B bevat een uitgebreide toelichting op de werkwijze om de doelgroep van Qredits te schatten. Hieronder volgen de resultaten, inclusief een korte beschrijving van de uitgevoerde stappen.

Gebruikte data

Bij het bepalen van de omvang van de potentiële doelgroep van Qredits is gebruikgemaakt van microdata van het *Behoefteonderzoek MKB-Financiering* door de KvK/HU (editie 2015). Microdata uit de *Financieringsmonitor* door EIM/Panteia (edities 2008-2015) zijn vervolgens gebruikt om de resultaten te toetsen. Daarnaast is in het kader van dit onderzoek een nieuwe enquête uitgezet

⁸⁴ Hier wordt voorbijgegaan aan de tussentijdse stijging van dat maximum van € 35.000 naar € 50.000.

onder kleine bedrijven (met maximaal 5 werkzame personen), waarvan de uitkomsten ook gebruikt worden bij de schattingen.

Stapsgewijze berekening

Om de doelgroep van Qredits te bepalen, moet een aantal stappen worden gezet. Ten eerste hebben niet alle MKB'ers een financieringsbehoefte. Ten tweede hebben sommige van hen die wél een financieringsbehoefte hebben, behoefte aan een type financiering waarin Qredits (nog) niet voorziet, te weten herfinanciering van schulden, financiering van werkkapitaal en/of voorfinanciering van grote opdrachten. Ten derde dient Qredits, vanuit het perspectief van publieke belangen en de overheidssteun die op basis daarvan verleend is aan Qredits, additioneel aan de markt te zijn, in die zin dat het zich richt op ondernemers die geen financiering in de markt kunnen vinden (zie Box 3.1).

Niet al deze ondernemers komen in aanmerking voor microfinanciering via Qredits, omdat hiervoor een maximum financieringsbehoefte van € 50.000 geldt. Een laatste stap betreft dus het identificeren van de bedrijven met een kredietbehoefte tot dat maximum. Omdat kredietbehoefte niet in de KvK/HU-enquête is uitgevraagd, wordt dit geschat door van bedrijven in de KvK/HU-enquête met een omvang waarbij het aannemelijk is dat de kredietbehoefte rond de € 50.000 ligt – dat blijkt te gelden voor MKB'ers met een jaaromzet tot en met € 1 miljoen en een werkgelegenheid van maximaal 5,0 fte werknemers⁸⁵ – het aandeel te nemen van bedrijven waarvoor een aangevraagd krediet met een omvang tot € 50.000 is *goedgekeurd*.

Box 3.1 Qredits moet additioneel zijn ten opzichte van de markt

In paragraaf 1.1 werd geconcludeerd dat overheidsstimulering van microfinanciering *additioneel* moet zijn aan de markt. Qredits zou dus niet moeten concurreren met de markt, maar daar moeten opereren waar de markt faalt. Qredits verwoordt de benodigde additionaliteit ten opzichte van de markt in haar missie zelf als ondernemers die geen financiering in “het reguliere circuit” kunnen vinden, waaronder in ieder geval het bankwezen moet worden geschaard.⁸⁶ Vanuit het perspectief van publieke belangen is de beperking tot banken mogelijk te strikt; het is immers de vraag of Qredits zou moeten concurreren met andere marktinitiatieven zoals kredietunies of crowdfunding, of zelfs met de mogelijkheid dat ondernemers intern of bij familie financiering kunnen verkrijgen.⁸⁷

Als kleine ondernemers in het geheel niet terecht zouden kunnen in het reguliere circuit, zou het vraagstuk over additionaliteit in de praktijk niet relevant zijn. Dit blijkt niet het geval. De belemmeringen die Qredits dient aan te pakken, hebben betrekking op kleine ondernemers met een financieringsbehoefte. De belemmering bestaat er uit dat zij niet terecht kunnen in het reguliere circuit. Op basis van de Panteia Financieringsmonitor 2015-1 zoekt circa 85 procent van de kleine bedrijven die een financieringsaanvraag doet (onder andere) naar vreemd ver-

⁸⁵ Hierna ‘microbedrijf’ genoemd.

⁸⁶ Wat Qredits precies verstaat onder het ‘reguliere circuit’ wordt niet eenduidig gedefinieerd. Op de website wordt bij het bespreken van de doelgroep bijvoorbeeld gewezen op ondernemers met “onvoldoende toegang tot bedrijfsfinanciering”, wat zou duiden op een bredere interpretatie dan alleen banken. Anderzijds wordt bijvoorbeeld bij MKB-krediet expliciet een afwijzing of doorverwijzing van een bank als voorwaarde gesteld, wat eerder zou duiden op een beperktere definitie, in casu een definitie die zich beperkt tot banken.

⁸⁷ In hoofdstuk 3.1 bleek dat dergelijke alternatieve financieringsmogelijkheden de laatste tijd ook een grotere rol lijken te zijn gaan spelen ten opzichte van bancaire financiering.

mogen. Van de kleine bedrijven die een aanvraag doen voor vreemd vermogen, krijgt ongeveer 51 procent dat geheel toegewezen en 6 procent deels.⁸⁸ In 2012 zocht 83 procent (onder andere) vreemd vermogen, en kreeg 54 procent dat geheel en 12 procent gedeeltelijk (Panteia Financieringsmonitor 2012-1).

De cijfers wijzen op mogelijke belemmeringen in het verkrijgen van financiering, maar tonen ook aan dat een deel van de kleine ondernemers wel degelijk financiering weet te verkrijgen in de markt. Daarnaast blijkt uit de Panteia Financieringsmonitor dat niet-bancaire vormen van vreemd vermogen een niet te verwaarlozen rol spelen: in 2012 bedroeg het aandeel van banken in door het kleinbedrijf verkregen vreemd vermogen nog 82 procent, in 2015 is dat 41 procent.

Afhankelijk van het gekozen perspectief dient Qredits dus aanvullend te zijn ten opzichte van de gehele markt voor financiering (conform het principe van publieke belangen) dan wel ten opzichte van bancaire financiering in lijn met een beperktere interpretatie van de ‘reguliere’ markt voor financiering.

Bovenstaande leidt tot een doelgroep van Qredits, uitgedrukt in het deel van de bedrijven in de microdata van KvK/HU met een jaaromzet tot en met € 1 miljoen en een werkgelegenheid van maximaal 5,0 fte werknemers dat:

- a. een financieringsbehoefte heeft; en
- b. waarbij de financieringsbehoefte aansluit bij het type kredietverlening dat Qredits aanbiedt; en
- c. geen financiering kan vinden in de (bancaire of gehele) financieringsmarkt; en
- d. een kredietbehoefte heeft tot € 50.000.

Hierbij wordt in stap (c) gewerkt met een onder- en bovengrens, in lijn met de discussie over additionaliteit in Box 3.1. Bij de ondergrens is het uitgangspunt dat Qredits additioneel moet zijn aan – lees: niet concurreert met – welke aanbieder dan ook in de financieringsmarkt. Bij de bovengrens is het uitgangspunt dat Qredits slechts additioneel moet zijn aan – lees: niet concurreert met – banken. Met andere woorden: bij de ondergrens geldt dat bedrijven tot de doelgroep behoren als zij *nergens* in de financieringsmarkt financiering kunnen vinden, bij de bovengrens zijn dat bedrijven die in *een deel* van de financieringsmarkt geen financiering kunnen vinden, te weten bij banken. In dat laatste geval behoren bedrijven die mogelijk in aanmerking komen voor ‘alternatieve’ financieringsvormen zoals kredietunies of crowdfunding dus ook tot het klantenpotentieel van Qredits, wat leidt tot een grotere potentiële doelgroep.

Uit Tabel 3.3 volgt dat op basis van stappen (a) tot en met (d) 1,8 tot 4,1 procent van het microbedrijf tot de doelgroep van Qredits behoort.⁸⁹

⁸⁸ De enquête gehouden in het kader van dit onderzoek komt tot een soortgelijk resultaat voor het goedkeuren van aanvragen bij banken tot € 50.000 van bijna 50 procent. Uit de KvK/HU-enquête volgt een goedkeuringspercentage van ongeveer 40 procent van de kredietaanvragen bij banken.

⁸⁹ In Bijlage B wordt een robuustheidsanalyse uitgevoerd op de resultaten, en wordt vastgesteld dat de resultaten representatief zijn voor de periode waarin Qredits actief is.

Tabel 3.3 Schatting procentuele omvang Qredits-doelgroep (N=2.723)

	Microbedrijf*
Ondergrens doelgroep ⁺	2,6%
Waarvan financieringsbehoefte t/m € 50.000 [§]	66%
Gecorrigeerde ondergrens doelgroep	1,8%
Bovengrens doelgroep ^{&}	6,2%
Waarvan financieringsbehoefte t/m € 50.000 [§]	66%
Gecorrigeerde bovengrens doelgroep	4,1%

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata KvK/HU (2015), N=2.723; waar hieronder wordt gesproken over “vragen” wordt bedoeld op vragen uit de KvK/HU-enquête.

* Hier gedefinieerd als: bedrijven met maximaal 5,0 fte werknemers en een jaaromzet tot en met € 1 mln.

⁺ De *ondergrens* is gedefinieerd als het percentage microbedrijf* met een financieringsbehoefte in de afgelopen 12 maanden (vraag 8), met ten minste één financieringsdoel waarin Qredits voorziet (vraag 9), dat (onder andere) een aanvraag heeft ingediend bij de bank (vraag 12-13) die vervolgens volledig is geweigerd (vraag 14) en dat ook geen ‘alternatieve’ financiering kon vinden (vraag 21).

[§] De financieringsbehoefte wordt *geschat* door van de microbedrijven die uiteindelijk financiering hebben ontvangen (vraag 19 en 22), het percentage te nemen dat microfinanciering (een bedrag t/m € 50.000) heeft ontvangen.

[&] De *bovengrens* is gedefinieerd als het percentage microbedrijf* met een financieringsbehoefte in de afgelopen 12 maanden (vraag 8), met ten minste één financieringsdoel waarin Qredits voorziet (vraag 9), dat – na het inwinnen van informatie bij de bank – is afgewezen of doorverwezen door de bank (vraag 11).

Schatting van het aantal bedrijven dat tot de Qredits-doelgroep behoort

In de periode 2009-2013 waren er in Nederland gemiddeld 1,1 miljoen MKB'ers met maximaal 5,0 fte werknemers en een jaaromzet van maximaal € 1 mln.⁹⁰ Dit betekent dat Qredits op basis van de ondergrens van de microfinanciering-doelgroep jaarlijks ongeveer 19.500 bedrijven per jaar had kunnen bereiken. Op basis van de bovengrens van de microfinanciering-doelgroep zijn dat jaarlijks 45.500 bedrijven. Over een periode van vijf jaar telt dit op tot 97.500 (ondergrens doelgroep) tot 227.500 bedrijven (bovengrens doelgroep).

3.3 Bereikt Qredits haar potentiële doelgroep?

Aantal aanvragen microkrediet

In periode 2009 t/m 2013 ontving Qredits 27.500 aanvragen voor microkrediet, zie Tabel 3.4. In 17 procent van die gevallen (4.700 aanvragen) leidde dit tot verstrekking van microkrediet, in de ongeveer 23.000 overige gevallen dus niet.

Van deze aanvragen zijn sommige door hetzelfde bedrijf ingediend. Het surplus dat door deze dubbeling van bedrijven ontstaat, moet in mindering worden gebracht op het doelgroepbereik van Qredits.⁹¹ Dit kan worden gedaan door aanvragen, waaraan een (geldig) KvK-nummer ge-

⁹⁰ Bron: berekeningen SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata van het CBS. De analyseperiode 2009 tot en met 2013 wordt gehanteerd omdat 2013 het meest recente jaar is waarvoor deze maatwerktabel gemaakt kan worden.

⁹¹ Het is niet aannemelijk dat Qredits voor deze bedrijven in meerdere kredietbehoeften heeft voorzien, in welk geval ontubbeling onterecht zou zijn. 80 procent van de ‘meeraanvragers’ diende zijn tweede kredietaanvraag binnen één jaar na de eerste in. Bovendien heeft 85 procent van hen slechts één keer krediet ontvangen. Dit doet vermoeden dat de ondernemer voor één financieringsbehoefte meerdere keren een aanvraag heeft gedaan of dit als zodanig is geadministreerd.

koppeld is, te ontdebellen. Tabel 3.5 maakt duidelijk dat Qredits in de periode 2009-2013 maximaal 25.300 bedrijven heeft bereikt.⁹²

Tabel 3.4 Qredits ontving ruim 27.500 aanvragen voor microkrediet in de periode 2009-2013

Jaar aanvraag	Krediet ontvangen	Geen krediet ontvangen	Totaal
2009	635	2.817	3.452
2010	660	4.317	4.977
2011	1.098	4.264	5.362
2012	1.186	5.109	6.295
2013	1.116	6.310	7.426
Totaal	4.695	22.817	27.512

Bron: Klantenbestand Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek.

Tabel 3.5 Achter deze aanvragen gaan maximaal 25.300 bedrijven schuil

	Krediet ontvangen	Geen krediet ontvangen	Totaal
Bedrijven met een (geldig) KvK-nummer	4.153	13.596	17.749
Overige bedrijven*	65	7.466	7.531
Totaal	4.218	21.062	25.280

Bron: Klantenbestand Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek; * = Van de bedrijven zonder (geldig) KvK-nummer kan niet worden uitgesloten dat hierin dubbeling van bedrijven optreedt.

Deel van de potentiële doelgroep dat aanvraag doet bij Qredits

Afgezet tegen de potentiële doelgroep van microfinanciering, vertegenwoordigen de circa 25.300 bedrijven die in de periode 2009-2013 een kredietaanvraag bij Qredits hebben gedaan een bereik van minimaal 11 en maximaal 26 procent, respectievelijk op basis van de bovengrens en de ondergrens van de potentiële doelgroep.^{93, 94}

Uit Tabel 3.4 blijkt dat het aantal aanvragen sinds de oprichting van Qredits tot en met 2013 ieder jaar een stijging laat zien. In 2013 zijn ruim twee maal zoveel aanvragen gedaan als in 2009, een groei van ruim 100% in een periode van vier jaar. Na 2013 is er sprake van afname van het aantal aanvragen. In 2014 ligt het aantal op circa 6.500, in 2015 op ongeveer 5.800 (zie hoofdstuk 3.1). Hoewel het bereik van de doelgroep in 2014 en 2015 niet exact is te berekenen, omdat CBS-gegevens over het aantal MKB'ers in die jaren met maximaal 5,0 fte werknemers en een jaaromzet van maximaal € 1 mln. ontbreken, zou uitgaan van het CBS-cijfer over 2013 vermeerderd met de gemiddelde groei over 2009-2013, resulteren in een grove bandbreedte voor het gemiddelde doelgroepbereik in 2014 en 2015 van 11 tot 26 procent. Dit is identiek aan het gemiddelde bereik in de periode 2009-2013, en deze cijfers mogen dus als representatief voor de evaluatieperiode worden gezien.

⁹² Dit gaat om een maximum omdat van de aanvragen waaraan geen (geldig) KvK-nummer gekoppeld is, niet kan worden vastgesteld of zich hiertussen ook bedrijven bevinden die meerdere aanvragen hebben ingediend. Voorts kan ook niet worden gecontroleerd of er meerdere bedrijven tot één ondernemer (lees: één persoon) behoren.

⁹³ Berekend als het aantal bedrijven dat een aanvraag heeft gedaan in de periode 2009-2013 (25.280), gedeeld door een totaal van 97.500 tot 227.500 bedrijven.

⁹⁴ Hoewel de definitie van de ondergrens meer in lijn is met de economische interpretatie van additionaliteit, is het niet vast te stellen in hoeverre de aanvragers die bij Qredits aankloppen zich ook daadwerkelijk eerst tot de markt hebben gewend; sterker nog, het is zeer aannemelijk dat een deel dat niet heeft gedaan. Uitgaan de van de ondergrens zou daarmee mogelijk tot een overschatting van het doelgroepbereik kunnen leiden.

Interpretatie van verschillen tussen potentiële doelgroep en bereik

Voor er op basis van deze berekeningen een oordeel geveld kan worden over het wegnemen van belemmeringen door Qredits, dient gekeken te worden naar de mogelijke achtergrond van het gevonden verschil in het bereik van Qredits en de omvang van de potentiële doelgroep. Er zijn grofweg twee categorieën van verklaringen.

Qredits bereikt haar potentiële doelgroep niet helemaal

De eerste verklaring voor het gevonden verschil, is simpelweg dat een deel van de doelgroep Qredits niet weet te vinden; hetzij omdat zij zelf onvoldoende bekend is met Qredits, hetzij dat dit geldt voor de partijen bij wie ondernemers te rade gaat in de zoektocht naar financiering.

Uit hoofdstuk 5 blijkt dat ongeveer 20% van de bedrijven tot 5 werknemers met een kredietbehoefte tot €50.000 Qredits goed of op hoofdlijnen kennen. Het overige deel kent Qredits niet of heeft er ‘weleens van gehoord’. In de brede doelgroep is de bekendheid daarmee relatief laag. Hoewel de resultaten met voorzichtigheid moeten worden geïnterpreteerd, lijkt voor een substantieel deel van de ondernemers die Qredits *wel* kent de dienstverlening niet geheel duidelijk en zouden zij ook niet direct naar Qredits stappen voor een krediet.

Belangrijk is daarbij tevens of de kredietverstrekkers waar ondernemers worden afgewezen, zoals banken, of andere partijen bij wie ondernemers te rade gaan bij de zoektocht naar kredietverstrekkers, zoals hun accountant of de Kamer van Koophandel, Qredits actief aandragen als potentiële kredietverstrekker. Hoewel partijen als banken en de Kamer van Koophandel aangeven goed bekend te zijn met Qredits, concludeert hoofdstuk 5.1 dat er ook nog ruimte voor verbetering is op vlak van doorverwijzingen.

De analyse in dit hoofdstuk laat verder zien dat Qredits de specifieke groep ‘bestaande bedrijven’ in mindere mate weet te bereiken. De potentiële doelgroep van Qredits, berekend op basis van de enquête van de KvK/HU, bestaat voor minder dan 10 procent uit starters. Daarentegen zijn de aanvragen voor Qredits-microkrediet in ongeveer 2 op de 3 gevallen afkomstig van starters.⁹⁵ Dit impliceert dat een relatief groot deel van de bestaande bedrijven in de potentiële doelgroep zich niet meldt bij Qredits. Dit kan komen doordat juist deze groep minder bekend is met Qredits, of dat Qredits minder aantrekkelijk is voor bestaande ondernemers.

Uit de enquête van de KvK/HU blijkt inderdaad dat Qredits microkrediet iets bekender is onder starters dan onder bestaande bedrijven: 38 procent van de starters zegt (deels) bekend te zijn met Qredits, onder bestaande bedrijven is dat 30 procent. Het is niet aannemelijk dat dit beperkte verschil een verklaring biedt voor het lage bereik onder bestaande bedrijven, wat zou impliceren dat de tweede verklaring aannemelijk is, namelijk dat Qredits voor bestaande ondernemers een minder interessante propositie zou hebben dan voor starters. Mogelijk komt dit doordat starters geen alternatieven hebben, terwijl bestaande bedrijven plannen makkelijker kunnen uitstellen of zich na een afwijzing bij een bank toch intern middelen weten vrij te spelen, en hun zoektocht naar financiering staken. Een andere mogelijke verklaring is dat juist voor bestaande bedrijven de kredietvormen die Qredits (nog) niet aanbiedt, in casu herfinanciering van schulden en financiering van werkkapitaal, van belang zijn.

⁹⁵ Het is onwaarschijnlijk dat dit het gevolg is van ondervertegenwoordiging van starters (oftewel *sampling bias*) in de steekproef van de KvK/HU. Immers, zoals eerder opgemerkt is het aandeel starters in de steekproef (circa 7 procent van de respondenten) sterk vergelijkbaar met het aandeel starters in de bedrijvenpopulatie van het CBS (circa 7,5 procent in 2013).

Berekeningswijze leidt niet tot perfecte schatting

Een definitief oordeel over de mate waarin Qredits belemmeringen wegneemt, wordt bemoeilijkt doordat er een tweede, meer technische, mogelijke verklaring is voor het gevonden verschil. Deze heeft op zichzelf weinig te maken heeft met de manier waarop Qredits haar activiteiten uitoefent. De tweede categorie verklaringen hangt namelijk samen met de manier waarop de potentiële doelgroep is geschat. Tabel 3.6 geeft een overzicht van kenmerken die niet bekend zijn van de ondernemers in de datasets – zogenoemde niet-geobserveerde kenmerken – die er voor zorgen dat de schattingen mogelijk niet exact zijn.

Zeker de laatste jaren zijn er mensen die zich, bijvoorbeeld na ontslag, inschrijven als zzp'er en een verkapt dienstverband aangaan. Zij worden gezien als ondernemers en zitten dus ook in de CBS-cijfers, maar zullen logischerwijs over het algemeen geen financiering aanvragen – en dus ook niet tot de potentiële doelgroep van Qredits behoren. Dit leidt tot het overschatten van de potentiële doelgroep, en dus een onderschatting van de mate waarin Qredits haar doelgroep bereikt.

Een deel van aanvragers van krediet in het reguliere circuit zal na een afwijzing stoppen met krediet zoeken. Dit kan talloze vormen aannemen. Van het niet doorzetten van het opstarten van een tot het annuleren of uitstellen van investeringsplannen of met minder genoeg nemen en met eigen middelen financieren. Wat de vorm ook is, een dergelijke ondernemer is 'van de markt' en zal dus (in dat jaar voor die behoefte) ook niet meer bij Qredits terecht komen. Dit leidt tot een onderschatting van het doelgroepbereik. Hier geldt echter nog een zwaarwegende nuance. Dat ondernemers ermee stoppen na een afwijzing kan ook worden gezien als een gemiste kans voor Qredits om haar doelgroep te bereiken; met een betere kennis van Qredits bij die ondernemers, of bij de partijen die de afwijzing doen, zou de ondernemer wellicht helemaal niet gestopt zijn met zoeken naar krediet – maar had deze zich tot Qredits gewend. Het is moeilijk om concrete cijfers te plakken op dit effect, maar per saldo is aannemelijk dat het, gegeven deze nuance, beperkt is.

Het is mogelijk dat ondernemers zich bij Qredits melden, terwijl zij nog niet ingeschreven staan bij de Kamer van Koophandel. Dergelijke ondernemers zitten niet in de CBS-gegevens. Voor zover de aanvragers uiteindelijk ook geen echte ondernemers worden, zitten in het bereik van Qredits mogelijk bedrijven die nooit in de potentiële doelgroep terecht kunnen komen. Dit leidt tot een overschatting van het doelgroepbereik. Aangenomen mag echter worden dat dit effect niet groot, omdat van aanvragers van microfinanciering wel een serieus plan wordt verwacht en zij moeite moeten doen voor de inschrijving. Het ligt dan ook niet voor de hand dat er bij de aanvragers veel 'schijnondernemers' zitten.

Ten slotte zijn er aanvragers die niet eerst naar een bank gaan of naar andere financiers in de markt. Zij wenden zich rechtstreeks tot Qredits, en zullen dus nooit in de potentiële doelgroep terecht kunnen komen. Omdat ze wel in het aantal aanvragers zijn opgenomen, wordt daarmee het doelgroepbereik overschat. Op basis van de beschikbare gegevens is het niet mogelijk dit aantal te identificeren. Dit is echter wel een relevante groep, omdat het bedienen hiervan door Qredits mogelijk in strijd is met de gewenste additionaliteit ten opzichte van marktoplossingen.⁹⁶

⁹⁶ Bij MKB-financiering is het verplicht een afwijzing van de bank te overleggen. Dit geldt ook voor krediet via het Bbz. Of dat ook een effectieve oplossing is voor microkredieten via Qredits dient nader onderzocht te worden, nadat de omvang en noodzaak voor een oplossing is vastgesteld.

Tabel 3.6 Niet-geobserveerde kenmerken van bedrijven met een financieringsbehoefte

Niet-geobserveerd kenmerk	Effect doelgroepbereik door Qredits
Schijnzelfstandigheid: meestal zzp'ers die zich volledig of voor het grootste deel verlonen aan hetzelfde bedrijf (oftewel verkapt dienstverband).	Onderschatting: in de extrapolatie naar een macrotaalaal (de vermenigvuldiging van de procentuele Qreditsdoelgroep met CBS-cijfers over het totaal aantal bedrijven) worden ook schijnzelfstandigen meegeteld. ⁹⁷ Schijnzelfstandigen hebben naar verwachting geen of veel minder vaak een kredietbehoefte en zullen dus niet bij Qredits (of een andere financier) aankloppen.
Stoppen na afwijzing: ondernemers die zich na een afwijzing door een bank en/of andere financier in de markt terugtrekken als vrager van krediet.	Onderschatting: deze ondernemers worden gezien als onderdeel van de potentiële doelgroep omdat zij zijn afgewezen, maar trekken zich daarna terug uit de markt en zullen dus ook geen aanvraag bij Qredits doen.
'Niet-opgerichte' starters: starters met een financieringsbehoefte die zich nog niet hebben ingeschreven bij de KvK en na het niet kunnen vinden van financiering (bij Qredits of elders) afzien van hun plannen om ondernemer te worden.	Overschatting: deze 'starters' bevinden zich niet in de enquêtes over de financieringsbehoefte (zoals van de KvK/HU en EIM/Panteia) ⁹⁸ , noch in het bedrijvenregister van het CBS. Dit terwijl een deel van de kredietaanvragen die Qredits ontvangt, wel van dit type starters komt.
Rechtstreekse benadering van Qredits: sommige bedrijven wenden zich rechtstreeks tot Qredits voor microkrediet, zonder eerst langs banken te gaan.	Overschatting: deze klanten zitten niet in de 'beslisboom' van Tabel 3.3 en dus niet in de geschatte procentuele Qreditsdoelgroep. Echter, ze tellen wel mee in het aantal aanvragen dat Qredits heeft ontvangen. Het is waarschijnlijk dat de eerder genoemde 'niet-opgerichte' starters hier onderdeel van uitmaken.

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Eindoordeel

Qredits bereikt grofweg 11 tot 26 procent van haar potentiële doelgroep. Hoewel deze cijfers met voorzichtigheid moeten worden geïnterpreteerd, lijkt de analyse in dit hoofdstuk een bruikbare indicatie te geven voor de mate waarin Qredits haar potentiële doelgroep weet te bereiken.

Een belangrijk deel van de potentiële doelgroep – MKB'ers die belemmeringen ondervinden bij het vinden van financiering – doet geen kredietaanvraag bij Qredits. Voor dit deel van de bedrijven neemt Qredits geen belemmeringen weg. Zij lijken Qredits niet te kennen, of zien er de voordelen niet van. Juist voor deze groep is Qredits echter een van de weinige alternatieven. Het is dan ook aannemelijk dat vooral (on)bekendheid een belangrijke rol speelt. Dit resultaat is grofweg ook in lijn met de analyse van de naamsbekendheid van Qredits bij de doelgroep, zoals die volgt uit hoofdstuk 5.

Er kan op twee manieren worden gekeken naar deze resultaten. Enerzijds heeft Qredits in een periode van zeven jaar (2009-2015) een bereik van haar potentiële doelgroep opgebouwd van minimaal 11 tot maximaal 26 procent.⁹⁹ Anderzijds weet een in potentie groot deel van de potentiële doelgroep Qredits (nog) niet te vinden, en lijkt er nog voldoende potentieel om belemmering weg te nemen.

⁹⁷ Het is namelijk niet mogelijk om uit de CBS-data af te leiden of het om schijnzelfstandigheid gaat.

⁹⁸ Deze enquêtes schrijven bedrijven aan. Iemand met plannen om ondernemer te worden maar die zich nog niet heeft ingeschreven in het Handelsregister, is nog niet herkenbaar als bedrijf en zal dus ook niet voor de enquête uitgenodigd worden.

⁹⁹ Het is niet uit te sluiten dat het huidige doelgroepbereik deels wordt gerealiseerd door aanvragen te ontvangen van ondernemers die ook in de markt financiering hadden kunnen krijgen. Indien Qredits aan deze ondernemers financiering verstrekt, betreft dit in beginsel geen (aan de markt) additionele kredietverlening.

Daarbij zij vermeld dat de financieringsmarkt zich mogelijk ontwikkelt naar een speelveld met meer alternatieven voor bancaire financiering, zoals crowdfunding. In dat speelveld zou ook de rol van Qredits, en haar potentiële doelgroep, kunnen veranderen. Vanuit het oogpunt van additionaliteit is het denkbaar dat de doelgroep van Qredits kleiner wordt als alternatieve financieringsvormen een serieuze optie worden voor MKB'ers en de bestaande belemmeringen als het ware (deels) wegnemen.

3.4 Sluit Qredits (te) hoge risico's uit?

Het kredietacceptatieproces van Qredits

Het kredietacceptatieproces van Qredits bestaat uit een serie van stappen die moet worden doorlopen alvorens een krediet kan worden verleend. In het acceptatiekader kredietverlening is vastgelegd waaraan een kredietaanvraag minimaal moet voldoen om in behandeling te worden genomen.

Ook is middels normen en richtlijnen vastgelegd op welke manier een aanvraag nadat deze in behandeling is genomen wordt beoordeeld. Deze beoordeling vindt primair plaats via een standaard screeningsrapportage waarin alle relevante informatie voor de aanvraag wordt verzameld. Gezamenlijk vormen deze twee documenten daarmee de kern van het kredietacceptatieproces van Qredits.¹⁰⁰ De belangrijkste stappen van het kredietacceptatieproces zijn (vereenvoudigd) weergegeven in Figuur 3.2.¹⁰¹

De eerste stap is de aanvraag zelf. Een potentiële nieuwe klant dient deze aanvraag online bij Qredits in. In de online module vult de klant gegevens in en uploadt een financieel plan en ondernemingsplan in het geval van starters en een bedrijfsplan en investeringsbegroting (inclusief jaarcijfers) voor bestaande bedrijven. De tweede stap is de intake. Deze stap dient als een grove filter waarin enkele harde criteria worden getoetst. Zo dienen de ingevulde (persoons)gegevens kloppend te zijn en moet tenminste een ondernemersplan zijn bijgevoegd. In deze fase vindt ook de controle op BKR-registratie plaats.¹⁰² Daarnaast kan een zeer slechte financiële (thuis)situatie een reden zijn om klanten in deze fase af te wijzen. Behoudens enkele harde criteria krijgen klanten in deze fase echter het voordeel van de twijfel. Ongeveer 30% valt af op de getoetste harde criteria.

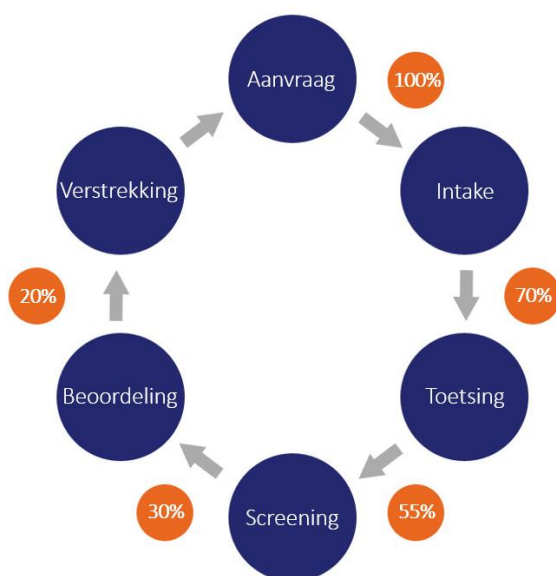
De derde stap is toetsing. In deze fase wordt in meer detail gekeken naar de door de klant aangeleverde gegevens en documenten. Zo wordt bezien of het ondernemersplan realistisch is en worden indien nodig nog ontbrekende documenten bij de klant opgevraagd. In deze fase bepaalt Qredits of een potentiële klant voldoende kansrijk is om het screeningsproces mee in te gaan. Hier valt ongeveer 15% van de potentiële klanten af.

¹⁰⁰ Ten slotte heeft Qredits nog een beleidsdocument in het kader van de kredietverlening, waarin is vastgelegd wanneer voorzieningen worden getroffen voor kredieten met achterstallige betalingen ('voorzieningenbeleid').

¹⁰¹ De gegeven percentages zijn bevestigd in de interviews en komen overeen met het ten behoeve van dit onderzoek ontvangen klantenbestand over de periode 2009-2015.

¹⁰² Qredits financiert niet gedurende lopende schuldsanering

Figuur 3.2 Het kredietacceptatieproces van Qredits (vereenvoudigd)



Bron: Qredits

De vierde stap is de meest omvangrijke stap in het kredietacceptatieproces. In deze fase bezoekt de bedrijfsadviseur de potentiële klant bij hem of haar thuis of op het bedrijf. De bedrijfsadviseur gaat samen met de ondernemer in detail in op de betreffende financieringsaanvraag en stelt daarbij het screeningsrapport op. Een screeningsrapport bestaat uit vier componenten:

1. De ondernemer

Een volledig ingevuld screeningsrapport bevat een beschrijving van de (privé)situatie van de ondernemer evenals informatie over zijn of haar opleidingen en ervaring als ondernemer. Daarnaast wordt een zestal ondernemerscompetenties getoetst: klantgerichtheid, commerciële vaardigheden, doorzettingsvermogen, betrouwbaarheid, veerkracht en het hebben van een realistische instelling. De bedrijfsadviseur scoort deze competenties op een vijfpuntschaal van zwak tot sterk. Daarbij geeft de adviseur tevens aan of coaching of het volgen van een e-learning naar verwachting kan helpen bij het verbeteren van de ondernemersvaardigheden. Tot slot kent de bedrijfsadviseur een totaalscore (onvoldoende, matig, voldoende of goed) toe aan de ondernemer.

2. Het bedrijfsidee en de markt

Dit onderdeel van het screeningsrapport beschrijft de geplande bedrijfsactiviteiten en de marktsituatie. De bedrijfsadviseur omschrijft de lokale marktsituatie en de positie van het (startende) bedrijf in deze markt. Ook worden afnemers en leveranciers in kaart gebracht, en wordt gekeken naar contractuele afspraken en daarmee samenhangende risico's. Daarnaast beoordeelt de bedrijfsadviseur de marketing en communicatie inspanning. Hierbij gaat het voornamelijk om het bereik van (potentiële) klanten en het onderscheidend vermogen ten opzichte van concurrenten. Tot slot kent de bedrijfsadviseur totaalscores (onvoldoende, matig, voldoende of goed) toe aan de bedrijfsactiviteiten, de marktsituatie en het onderdeel marketing en communicatie

3. Kredietbehoefte

Het derde onderdeel van het screeningsrapport is de kredietbehoefte. De bedrijfsadviseur brengt de kredietbehoefte in kaart en geeft een overzicht van hoe deze wordt ingevuld. Hierbij wordt ook de inbreng van eigen middelen en eventueel financiering elders meegenomen. Daarnaast maakt de adviseur samen met de ondernemer een overzicht van zaken die als ze-

kerheid kunnen dienen voor de lening. Daarbij gaat het om eventuele vervoersmiddelen, de inventaris maar ook achtergestelde leningen bij derden kunnen worden meegewogen. Tot slot kent de bedrijfsadviseur totaalscores (onvoldoende, matig, voldoende of goed) toe aan de kredietbehoefte en aan de opgegeven zekerheden.

4. Financiële analyse

De laatste component van het screeningsrapport is de financiële analyse. De ondernemer stelt samen met de adviseur een exploitatiebegroting en cash-flow overzicht op voor de komende twee jaren. Omdat veel van de klanten van Qredits eenmanszaken zijn, wordt daarnaast een taakstelling geformuleerd. Deze taakstelling laat zien welke omzet en winstgevendheid de onderneming minimaal moet genereren zodat de ondernemer kan voldoen aan zijn privéverplichtingen. Deze taakstelling zet de bedrijfsadviseur vervolgens af tegen de exploitatiebegroting en het cash-flow overzicht om tot een haalbaarheidsinschatting te komen. Ten behoeve van dit vergelijk brengt de bedrijfsadviseur de financiële privé-situatie van de potentiële klant in kaart. De eventuele schuldpositie, het huishoudboekje en het aanwezige privévermogen worden opgenomen in het screeningsrapport. Specifiek wordt daarnaast nog ingezoomd op de privé-situatie van eventuele medekredietnemers of borgverschaffers. Uiteindelijk neemt de bedrijfsadviseur totaalscores op voor het schuldverleden, de financiële privé-situatie en de eventuele borgstellingsmogelijkheden van derden en mede-kredietnemers. Daarnaast kent de adviseur een totaalscore (onvoldoende, matig, voldoende of goed) toe aan de exploitatiebegroting en het cash-flow overzicht.

Uit de toegekende scores voor de verschillende onderdelen van het screeningsrapport volgt automatisch een rating score met daaraan gekoppeld een rentetarief.¹⁰³ Een relatief lage risicoscore correspondeert met een voorgesteld rentetarief van 9,75%. Bij een hoger ingeschat risico is een rentetarief van 10,75% het uitgangspunt. Het is niet noodzakelijk zo dat aanvragen met een lage risicoscore altijd goedgekeurd worden. Ook worden aanvragen met een hoge risico-score niet altijd afgekeurd. De bedrijfsadviseur heeft tevens de mogelijkheid om gemotiveerd een voorstel te doen om de rating score die is berekend op basis van de ingevulde gegevens omhoog of omlaag aan te passen. Dit eventuele voorstel wordt door de riskmanager beoordeeld. Bij grensgevallen kunnen andere variabelen dan die in het screeningsrapport zijn opgenomen uiteindelijk doorslaggevend zijn. Naast een positief of negatief eindoordeel over het te verstrekken krediet geeft de bedrijfsadviseur ook aan of het wenselijk is de ondernemer aan een coach te koppelen.¹⁰⁴ In het screeningsproces valt nogmaals 25% van de bedrijven die een aanvraag doen af.

De vijfde stap in het kredietacceptatieproces is de beoordeling van het volledig ingevulde screeningsrapport door de (senior) riskmanagers. Hierbij wordt de totale screening door een tweede paar ogen beoordeeld waarbij tevens de in het acceptatiekader gestelde richtlijnen nogmaals worden meegewogen in de uiteindelijke besluitvorming.¹⁰⁵ Daarnaast is extra aandacht voor het fi-

¹⁰³ Qredits geeft aan sinds 2015 te werken met een kredietacceptatiescore voor nieuwe klanten en bestaande klanten, die externe databronnen koppelt aan interne analyses op de kredietportefeuille. Deze tool valt buiten de scope van deze evaluatie en is dan ook niet ingezien in het kader van de dossieranalyse (zie onder) of anderszins beoordeeld.

¹⁰⁴ De beslissing om al dan niet met een coach te spreken, ligt normaliter echter bij de ondernemers zelf. Enkel in het geval van een (dreigend) default wordt verplicht een coach toegewezen.

¹⁰⁵ Het acceptatiekader bevat normen en richtlijnen. Afwijken van de norm leidt direct tot afwijzing. Qredits verstrekt bijvoorbeeld geen kredieten aan bedrijven met seksgerelateerde activiteiten, wisselkantoren of bedrijven actief in drugs- en wapenhandel. Ook kan een financieringsbehoefte groter dan 250.000 niet worden ingevuld. De richtlijnen geven meer speelruimte. Deze onderwerpen dienen door de bedrijfsadviseur extra te worden toegelicht in de screeningsrapportage. Afwijken van deze richtlijn kan enkel in overleg met de 2^e fiatteur (riskmanager). Een voorbeeld van een richtlijn is dat het vreemd vermogen, exclusief het krediet van Qredits, niet meer dan €250.000 mag bedragen.

nanciële deel van de screeningsrapportages. In deze voorlaatste stap wordt in overleg met de bedrijfsadviseur uiteindelijk nog 10% van de aanvragen afgewezen.

De zesde en laatste stap is het verstrekken van de kredieten. Ongeveer een vijfde van alle aanvragen krijgt uiteindelijk (een deel van) het gevraagde krediet verstrekt.

De inhoud van de screeningsrapportage is door de jaren heen vrij constant gebleven. Wel is in een aantal gevallen verdieping aangebracht. Zo zijn er geleidelijk concrete vragen aan de screeningsrapportage toegevoegd aangaande de ondernemerscompetenties waarmee deze op een meer gestructureerde wijze ingeschat kunnen worden. Een ander voorbeeld is dat er in de screeningsrapportage meer aandacht is gekomen voor de zekerheden die de kredietnemer zou kunnen opbrengen ten bate van Qredits in het geval van een default.¹⁰⁶

Dossier analyse

In de vorige paragraaf is het kredietacceptatieproces van Qredits uiteengezet. Deze paragraaf maakt inzichtelijk hoe het kredietacceptatieproces van Qredits in praktijk wordt toegepast. Met dit doel zijn vijftien kredietaanvragen nader geanalyseerd. Vijf van deze aanvragen zijn toegekend en worden regulier afgelost, vijf aanvragen zijn toegekend maar als gevolg van oplopende betalingsachterstanden default geboekt. De laatste vijf zijn afgewezen kredietaanvragen. Van elke van de vijftien kredietaanvragen is het dossier bestaande uit de screeningsrapportage, het ondernemersplan en, in het geval van een default, de defaultrapportage door Qredits ter beschikking gesteld. De kredietaanvragen zijn gedaan tussen 2010 en 2014. De gemiddelde kredietaanvraag betrof € 24.000, zie ook Tabel 3.7. Box 3.2 zet kort de methodiek van de dossieranalyse uiteen.

Box 3.2 Methodiek voor dossieranalyse

De verstrekte dossiers zijn random gekozen en gebruikt om inzicht te krijgen in het kredietacceptatieproces zoals toegepast in de praktijk. Daarbij is per dossier vastgesteld of het compleet is ingevuld en of alle vereiste documenten aanwezig zijn. Centraal in de analyse staat de gemaakte kredietbeslissing. Daarbij is steeds de vraag gesteld op welke wijze een kredietaanvraag is beoordeeld en hoe de verschillende kenmerken van de ondernemer, het bedrijfsplan en de financiële waarborgen tegen elkaar zijn afgewogen. Hierbij is specifiek aandacht voor het onderscheid tussen ‘harde’ en ‘zachte’ argumenten. Een voorbeeld van een hard argument is bijvoorbeeld een gunstige financiële uitgangspositie of een werkende partner die deels garant kan staan. Bij een zacht argument gaat het bijvoorbeeld om vertrouwen in de ondernemerskwaliteiten. Verder is gekeken of de uiteindelijke kredietbeslissing te rijmen is met de krediet-score, de naleving van normen en richtlijnen uit het acceptatiekader en overkoepelend naar de consistentie tussen onderlinge dossiers.

¹⁰⁶ Qredits geeft daarnaast zelf aan dat het kredietacceptatiebeleid in de loop der jaren een aantal keren is geupdate, en dat de subjectieve kredietbeoordeling door de Risk Managers in de tijd beïnvloed is door ontwikkelingen in branches en ontwikkelingen in de bestaande kredietportefeuille.

Alvorens een kredietbeslissing te nemen, weegt Qredits een verscheidenheid van zaken tegen elkaar af. In de beoordeelde screeningsrapportages komen drie aspecten naar voren waaraan Qredits veel aandacht besteedt. Allereerst hecht Qredits waarde aan de inschatting van de competenties en motivatie van de ondernemer zelf. Bij succesvolle aanvragen worden deze aspecten veelal genoemd als positieve reden krediet te (willen) verstrekken. In het geval van niet succesvolle kredietaanvragen worden juist geregeld twijfels op dit vlak uitgesproken. In de tweede plaats hecht Qredits veel waarde aan de huidige financiële positie (o.a. schuld) van de aanvrager, zowel zakelijk maar ook privé. Een van de richtlijnen voor het verstrekken van krediet stelt expliciet dat Qredits in beginsel geen krediet verstrekt voor de herfinanciering van lopende schulden. Aan de privé-kant lijkt een nagenoeg ‘schone’ BKR een harde eis voor het verlenen van krediet. In gevallen dat de controle van de BKR onthult dat er op dit vlak problemen zijn dienen deze zorgvuldig te worden verklaard.

Tabel 3.7 Er zijn vijftien kredietaanvragen nader geanalyseerd

Dossier	Jaar	Aanvraag (€)	Rating uit screening	Voorstel tot aanpassen van de rating door bedrijfsadviseur	Status
1	2011	40.000	Verhoogd risico	Ja, lager risico	Regulier beheer
2	2012	11.500	Beperkt risico	Nee	Regulier beheer
3	2013	45.000	Laag risico	Nee	Regulier beheer
4	2014	21.000	Hoog risico	Nee	Regulier beheer
5	2014	30.000	Laag risico	Ja, hoger risico	Regulier beheer
6	2010	15.000	Verhoogd risico	Nee	Default
7	2010	17.600	Beperkt risico	Ja, lager risico	Default
8	2012	30.000	Hoog risico	Ja, lager risico	Default
9	2012	8.000	Verhoogd risico	Nee	Default
10	2012	15.000	Laag risico	Ja, hoger risico	Default
11	2012	50.000	Hoog risico	Ja, lager risico	Afgewezen
12	2013	32.500	Verhoogd risico	Nee	Afgewezen
13	2013	15.000	Hoog risico	Ja, lager risico	Afgewezen
14	2013	30.000	Laag risico	Ja, hoger risico	Afgewezen
15	2014	25.000	Verhoogd risico	Nee	Afgewezen

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van screeningsrapportages van Qredits

Tot slot hecht Qredits aan ‘zekerheid’. Deze zekerheid kan breed worden geïnterpreteerd en behelst onder meer verpanding van activa, overwaarde op onroerend goed, een partner met een vast inkomen en/of een mede-kredietnemer. Naast deze drie zaken die zeer prominent terugkomen zijn de overwegingen zeer divers, uiteenlopend van de locatie van de onderneming tot en met de wens de kredietaanvrager een ‘tweede kans’ of ‘het voordeel van de twijfel’ te willen geven.

De bovengenoemde argumenten voor het al dan niet verstrekken van krediet werken door in de modelmatige inschatting van het risicoprofiel van de kredietaanvrager. De bedrijfsadviseur kent per onderdeel een score toe. De screeningsrapportage weegt deze vervolgens tegen elkaar af en komt tot een meer kwantitatieve ‘rating’ van risico. De bedrijfsadviseur heeft evenwel de mogelijkheid om gemotiveerd voor te stellen de rating die volgt uit het screeningsrapport omhoog of omlaag aan te passen. Zoals weergegeven in Tabel 3.7 wordt hier regelmatig gebruik van gemaakt. De rating wordt in de onderzochte dossiers ongeveer even vaak naar boven als naar beneden aangepast.

Een steekproef van slechts vijftien dossiers is onvoldoende om een relatie te leggen tussen de ontvangen ratingscore en de kans op het toekennen van een krediet. De gemiddelde rating van de toegekende kredieten in regulier beheer is wel beter (i.c. hebben een lager risicoprofiel) dan de gemiddelde rating gegeven aan de vijf afgewezen dossiers, ook na eventuele aanpassing door de bedrijfsadviseur. Desalniettemin zijn enkele opvallende zaken zichtbaar. In één dossier werd aan een ondernemer die een hoog risico (4) profiel had, zowel afgegeven door het model, de bedrijfsadviseur als de riskmanager, krediet verstrekt. Deze ondernemer wilde een nieuwe horecazaak openen, hetgeen tegen de richtlijn is (zie hieronder) en had een negatieve BKR-codering. Als reden om toch krediet te verstrekken werden onder meer vertrouwen in de ondernemer, vertrouwen in het welslagen van de onderneming en de beperkte kredietverstrekking genoemd. Aan de andere kant werd de kredietaanvraag van één ondernemer met een beperkt risicoprofiel (1) uit de screeningsrapportage¹⁰⁷ uiteindelijk door de riskmanager afgewezen. Als reden hiervoor zijn twijfels over de capaciteiten van de ondernemer, de kans van het welslagen van de onderneming en de huidige financiële situatie van de ondernemer genoemd. Dit zijn aspecten die in beginsel ook al in de screeningsrapportage zijn opgenomen. In dit geval lijken bedrijfsadviseur en riskmanager dus een verschillende beoordeling van risicofactoren te hanteren en komen zij gezamenlijk tot een andere conclusie dan de bedrijfsadviseur alleen. Hoewel het slechts 1 op 15 dossiers betreft, wijst het voorbeeld op het nut van de gezamenlijke kredietbeoordeling en het belang dat Qredits hecht aan een non-mechanisch kredietoordeel.

De normen en richtlijnen uit het acceptatiekader dienen in acht genomen te worden bij het opstellen van de screeningsrapportage. De normen verbieden financiering in het geval van een geselecteerd aantal bedrijfsactiviteiten, gedurende lopende schuldsanering, en van bepaalde rechtsvormen. De richtlijnen zetten uiteen welke zaken leiden tot het weigeren van financiering indien de afwijking van de richtlijnen niet gemotiveerd kan worden. Concreet betekent dit dat indien er een afwijking van een richtlijn geconstateerd wordt de riskmanager in overleg gaat met de businessadviseur en/of andere riskmanagers, waarbij het uitgangspunt is dat de kredietaanvraag in principe niet ingewilligd wordt behalve als er andere zwaarwegende redenen zijn om de kredietverlening toch doorgang te laten vinden.

Uit de screeningsrapportages komt naar voren dat de richtlijnen inderdaad dienen als ijkpunt in de kredietbeoordeling. Een van de richtlijnen stelt bijvoorbeeld dat nieuw op te starten horecagelegenheden een verhoogd risico kennen. Hetzelfde geldt voor fysieke detailhandel. In de eerder besproken kredietaanvraag betreffende een nieuwe horecagelegenheid noemt de bedrijfsadviseur dit expliciet als een risicofactor. Dit heeft zodoende directe invloed op de kredietbeslissing. Hetzelfde is het geval bij de financiering van een nieuwe kledingwinkel. In de bekeken dossiers is niet afgeweken van de geformuleerde normen.

Op basis van de onderzochte dossiers lijken de normen en richtlijnen dus inderdaad gebruikt te worden als kader voor de screening. Wel dient opgemerkt te worden dat de naleving van de richtlijnen geen expliciet gestructureerd onderdeel van de screeningsrapportage is. Hiermee bestaat het risico dat richtlijnen niet afdoende worden meegewogen of dat de rapportage ervan te weinig transparant blijft. Mede hierdoor wordt niet in alle gevallen expliciet beargumenteerd wat de context is en waarom afwijken van de richtlijn verantwoord is. Ook in het geval dat bijvoorbeeld het risico van een horecagelegenheid wordt benoemd, wordt dit niet direct gekoppeld aan de richtlijn.

¹⁰⁷ Deze werd wel aangepast naar beperkt risico (2) door de bedrijfsadviseur.

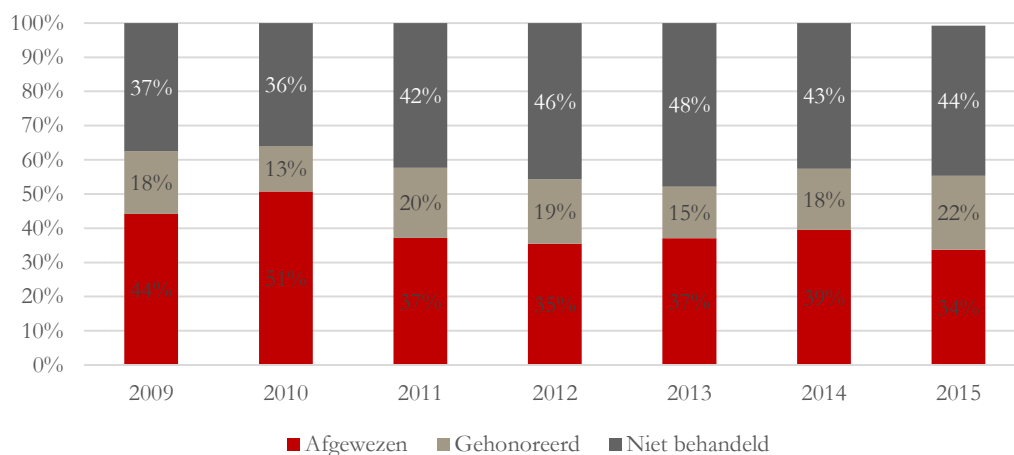
Box 3.3 Qredits onderzoek naar betalingssucces van klanten

Qredits zelf heeft ook onderzoek gedaan naar de mate waarin ze erin slaagt slechte kredieten te weren.¹⁰⁸ Uit dit onderzoek komt naar voren dat het betalingssucces van klanten gedeeltelijk te verklaren is op basis van de BKR-score en de compleetheid van het dossier. Dat laatste wil zeggen dat alle benodigde stukken door de klant zijn aangeleverd. Kort door de bocht, leiden een negatieve BKR-score en een incompleet dossier dus tot een hogere kans op wanbetaling. Een positieve score met betrekking tot de marktsituatie heeft juist een negatief effect op het betalingssucces. Dit impliceert dat de marktsituatie mogelijk te positief wordt ingeschat door bedrijfsadviseurs en riskmanagers. Het onderzoek heeft verder geen verband kunnen vinden tussen betalingssucces en coaching (door Qredits of een derde partij). Ook de toegekende risicoscores blijken geen goede indicatie te geven van betalingssucces. Hieruit volgt een aanbeveling om over te stappen op een vijf- of zevenpuntschaal voor de risicoscores. Dit maakt een meer genuanceerde risico inschatting mogelijk. Het onderzoek noemt als meest gevonden reden voor een default de “moraliteit van de klant”. Hieronder vallen oplichting, schending van het pandrecht en het niet nakomen van afspraken. Ook de schuldpositie van de klant, ziekte en problemen in de privésfeer zijn veelvoorkomende redenen van default.

Input: beoordeling kredietacceptatieproces

Het kredietacceptatieproces van Qredits werkt als een trechter waarbij in de eerste ronde(n) het kaf van het koren wordt gescheiden. Iets meer dan de helft van de aanvragers wordt uiteindelijk formeel gescreend (Figuur 3.3). Hierdoor maakt Qredits minder kosten voor het screenen van weinig kansrijke aanvragen. Anderzijds krijgt nog geen 40% van de aanvragers die een screening doorlopen uiteindelijk een krediet. Hoewel Qredits vanuit dat perspectief mogelijk nog efficiënter zou kunnen selecteren, moet hier een balans worden gevonden met het mogelijk afwijzen van kansrijke aanvragen in een vroeg stadium. Een strenger beleid in het voorproces zou Qredits qua kredietacceptatie mogelijk ook dichterbij de grootbanken in de buurt brengen. Zo zou een deel van de additionaliteit van Qredits vervallen.

Figuur 3.3 Iets minder dan 60 procent van de aanvragen wordt in behandeling genomen



Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van klantenbestand van Qredits over de periode januari 2009 tot en met 2015. Niet behandeld betekent dat de aanvraag niet door het intake proces is gekomen (de eerste stap in de kredietbeoordeling). Bijvoorbeeld omdat de aanvraag incompleet is ingediend.

¹⁰⁸ Analyse kans op betalingssucces. Welke factoren zijn van invloed op het betalingssucces van de Qreditsklant? Qredits, januari 2015.

Figuur 2.2 in hoofdstuk 2 liet al zien dat het aantal aanvragen voor microkrediet in 2014 en 2015 is afgenomen. In 2013 kreeg Qredits ruim 7.400 aanvragen, in 2015 iets minder dan 5.800. Het aantal gehonoreerde kredieten is tussen 2013 en 2015 echter toegenomen, van 1.116 naar 1.255. Dit is ook zichtbaar in Figuur 3.3: het percentage kredieten dat is gehonoreerd is gestegen van 15 procent in 2013 naar 22 procent in 2015. Dit suggereert dat de kwaliteit van de aanvragen is toegenomen, of dat het acceptatiebeleid minder streng is geworden. Hoewel de periode te kort is om conclusies te trekken, volgen uit de analyse van het acceptatieproces en de dossiers geen aanwijzingen dat dit laatste het geval zou zijn. Dat de kwaliteit van de aanvragen is toegenomen lijkt vooralsnog een aannemelijke hypothese – die ook past bij de cijfers in Figuur 3.3 waaruit een toegenomen percentage blijkt van kredietaanvragen dat in behandeling wordt genomen – maar het is zinvol voor Qredits om alert te zijn op deze ontwikkeling.

De huidige screeningsrapportage geeft een gedegen indruk. De screening levert uiteindelijk tien scores op waarbij steeds een kwalitatieve beschrijving is gegeven. De uiteindelijke rating score volgt uit de tien sub-scores en is op haar beurt direct gekoppeld aan het (voorgestelde) rentepercentage. Deze manier van scores geeft de nodige houvast en maakt transparant waar de mogelijke risicofactoren zitten. Tegelijkertijd zet Qredits zich bewust af tegen het ‘stoplicht’ denken. Subjectieve factoren worden expliciet meegewogen in de besluitvorming en het acceptatieproces biedt de ruimte om (in overleg) af te wijken van de gestelde richtlijnen. Dit volgt ook uit de keuze te werken met een acceptatiekader waarbinnen kredietbeslissingen worden genomen, zonder dat er een formele procesbeschrijving van het kredietacceptatieproces is dat in detail vastlegt hoe beslissingen tot stand (moeten) komen. Hierin schuilt een risico van inconsequente besluitvorming. Tegelijkertijd zorgt deze subjectiviteit voor flexibiliteit in de besluitvorming, waardoor mogelijk beter tegemoet kan worden gekomen aan de specifieke doelgroep van Qredits.

De uitgevoerde dossieranalyse bevestigt dit beeld. De ‘harde’ screening en de daaruit volgende risicoscores zijn in lang niet alle gevallen doorslaggevend. Bedrijfsadviseur en riskmanager maken veelvuldig gebruik van de mogelijkheid de risicoscore die volgt uit de screeningsrapportage aan te passen. Zowel aanpassing omhoog als omlaag komt voor. Tegelijkertijd vormt de screeningsrapportage wel in alle gevallen de uitgangspositie van waaruit de besluitvorming begint. De screeningsrapportage lijkt erop gericht zoveel mogelijk consistentie te genereren in het aanvraagproces. Ook het ‘vier-ogen-principe’ draagt bij aan een zo gedegen en consistent mogelijke beoordeling van een kredietaanvraag. Dit is onder meer zichtbaar in de wijze waarop bedrijfsadviseur (voorstel) en riskmanager (besluit) communiceren.

Output: kwaliteit van de kredietportefeuille

Of de vastgestelde subjectiviteit tot materiele risico's leidt wat betreft de kwaliteit van de uitstaande leningen of de kans op een default kan hier gezien het kleine aantal beoordeelde dossiers vanzelfsprekend niet getoetst worden. Wel bestaat op portefeuilleniveau inzicht in de mate waarin kredieten worden terugbetaald, wat een directe weerslag is van het acceptatiebeleid. In Tabel 3.8 zijn per jaar het verstrekte krediet en de bedragen die Qredits uiteindelijk heeft moeten afboeken in verband met default op de leningen in dat jaar weergegeven. In totaal zijn 404 kredieten afgeboekt. Op het totaal is dit ongeveer 7%. Uitgedrukt in monetaire termen ligt het defaultpercentage van Qredits in 2009 tot en met juli 2015 op iets meer dan 6% van de totale verstrekte financiering.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Omdat ondernemers veelal eerst een tijd aflossen alvorens een eventueel default optreedt, is dit percentage lager dan het percentage kredieten dat default geboekt moet worden.

Tabel 3.8 Ongeveer 7% van het totaal aantal verstrekte kredieten is geëindigd in default

	Verstrekt in jaar		Afgeboekt (kredieten uit jaar)		% afgeboekt	Aantal kredieten afgeboekt
2009	€	9.729.021	€	1.830.424	18,8%	112
2010	€	9.055.023	€	1.280.251	14,1%	84
2011	€	15.408.964	€	1.531.217	9,9%	107
2012	€	19.309.216	€	1.192.897	6,2%	80
2013	€	16.039.094	€	241.437	1,5%	20
2014	€	18.218.658	€	8.000	0,0%	1
2015*	€	10.718.846	€	-	0,0%	0
Totaal	€	98.478.822	€	6.084.226	6,2%	404 (7% van totaal)

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis Op basis van risicorapportage Microkrediet juli 2015. *Tot en met juli 2015

In Tabel 3.9 zijn de afgeboekte kredieten nogmaals weergegeven maar dan naar jaar waarin de afboeking plaatsvond. 2014 springt eruit als jaar waarin veel kredieten zijn afgeboekt.

Tabel 3.9 De meeste defaults zijn geboekt in boekjaar 2014.

	Afgeboekt in jaar		Aantal kredieten afgeboekt
2009	-	-	0
2010	€	363.078	18
2011	€	220.478	10
2012	€	575.656	31
2013	€	978.069	59
2014	€	3.261.683	227
2015*	€	685.262	59
Totaal	€	6.084.226	404 (7% van totaal)

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis Op basis van risicorapportage Microkrediet juli 2015. *Tot en met juli 2015

Op de oudste kredieten is relatief het meest afgeboekt. Dit heeft ermee te maken dat er inmiddels meer tijd is verstreken. Wanneer er problemen optreden, gebeurt dit in de regel pas na verloop van tijd, niet direct na het verkrijgen van de lening. Ook wordt een lening pas default geboekt nadat is gebleken dat bijzonder beheer of alternatieve betalingsafspraken geen uitkomst meer bieden. Om deze redenen zijn er nauwelijks kredieten uit 2014 of 2015 die al default zijn geboekt. Dit betekent dat het afboekingspercentage op basis van jaar van verstrekking over de periode tot en met 2015 een onderschatting weergeeft. Anderzijds is het aannemelijk dat Qredits een leerproces heeft doorgemaakt en er in de tijd een afname in afboekingen plaats vindt. Qredits lijkt hier zelf ook op te anticiperen met het opschonen van de portefeuille met een relatief grote afboeking in 2014.

Of de wijzigingen in het kredietacceptatieproces in de periode 2009 tot en met 2015 daadwerkelijk zullen leiden tot een lager default percentage kan pas op de langere termijn worden ingeschat.

Wel kan als alternatief bijvoorbeeld gekeken worden naar het afboekingspercentage per jaar in recente jaren, waarin dan zowel verliezen op kredieten uit eerdere als recentere jaren zijn opgenomen. In 2013 betrof dit percentage 3% en in 2014 7%, waarbij zij aangetekend dat in 2014 een relatief grote afboeking is genomen om de portefeuille op te schonen voor betalingsachterstanden op relatief oude kredieten.¹¹⁰ Een tweede alternatief is om te kijken naar de jaarlijkse toevoegingen aan de provisie voor slechte kredieten, als het ware een potje voor verwachte afboekingen. Hoewel Qredits zelf haar voorzieningenbeleid – en dus de hoogte van de toevoeging aan de voorzieningen – bepaalt, doet zij dat op basis van betalingsachterstanden waardoor het proces geobjectiveerd is en dus een goede indicatie geeft van de kwaliteit van de portefeuille. In 2013 betrof de toevoeging aan de voorziening 3,7% ten opzichte van het uitstaand krediet, in 2014 was dit 5,1%.

Het is nog te vroeg om definitieve conclusies te trekken over de kwaliteit van de kredietportefeuille, omdat de resultaten nog te veel een weergave zijn van een relatief jonge portefeuille. Hierdoor reflecteert de portefeuille enerzijds nog geen hele kredietcyclus van krediet verstrekken en aflossen en zit er anderzijds nog een leercurve in de cijfers opgesloten. Toch geven de cijfers een goede eerste indicatie. In DNB (2013) is op basis van een steekproef van grote banken vastgesteld dat het percentage problemleningen (betalingsachterstand groter dan 90 dagen) in het MKB ongeveer 6% betrof in 2013. Voor Qredits licht dit percentage over het jaar 2015 iets boven de 10 procent. Ook een vergelijk met het startersluik van de BMKB is mogelijk. In 2009 en 2010 was het verliespercentage ten opzichte van het uitstaande obligo respectievelijk 3,9 en 3,0 procent. Meer recente cijfers zijn niet beschikbaar maar RVO geeft in een interview aan dat deze percentages zijn opgelopen in de jaren na 2010. Het verliespercentage en het aandeel problemleningen zijn in deze context en gezien de doelgroep van Qredits niet onredelijk hoog. Ook uit de interviews met banken komt naar voren dat dergelijke (indicaties voor) verliescijfers op de portfolio van Qredits niet onredelijk zijn. Hoofdstuk 6 vergelijkt Qredits met een drietal buitenlandse microfinancieringsinstellingen. Ook in deze context blijkt dat Qredits het op het vlak van afboekingen en toevoegingen aan voorzieningen relatief goed doet.¹¹¹

Eindoordeel

Qredits lijkt met een transparante screeningsrapportage, het acceptatiekader en het 4-ogen principe voldoende waarborgen ingebouwd te hebben om grote risico's voor zover mogelijk buiten te sluiten. De werkwijze zou aan kracht kunnen winnen als zij meer transparantie zou bevatten over het al dan niet (beargumenteerd) afwijken van de richtlijnen. Dit zou het ook mogelijk maken om een meer gedetailleerde analyse te maken van de relatie tussen afwijkingen van de 'harde' screening en het uiteindelijke materialiseren van risico's.

De cijfers over afboekingen en voorzieningen geven een goede indicatie van de kredietportefeuille, en dus de mate waarin Qredits (te) grote risico's weet uit te sluiten. Hoewel het nog te vroeg is voor definitieve conclusies gegeven het relatief jonge karakter van de portefeuille, lijkt Qredits hier (steeds beter) in te slagen.

¹¹⁰ In juli 2015 had iets meer dan 10% van de klanten van Qredits een betalingsachterstand van 90 dagen of meer. Voor ruim 6% bedraagt de betalingsachterstand meer dan een jaar. Deze percentages zijn aanmerkelijk lager dan in november 2014 het geval was (15% respectievelijk 9%). Met het afboeken van slechte kredieten in december 2014 is de kredietportfolio geschoond voor verliezen op oude kredieten. Over het eerste half jaar van 2015 is evenwel een lichte stijging te zien van het percentage klanten met achterstanden. Het is al met al nog te vroeg om te beoordelen of de afboeking een keerpunt reflecteert. Cijfers op basis van risicorapportage Microkrediet juli 2015.

¹¹¹ In hoofdstuk 6 zijn alleen cijfers voor afboekingen weergegeven.

4 Bijdrage aan ondernemerschap

Met behulp van CBS-microdata wordt een vergelijking gemaakt tussen de prestaties van Qredits-klanten en vergelijkbare andere bedrijven. Hieruit blijkt dat Qredits-klanten doorgaans een slechtere uitgangspositie hebben maar hun achterstand ten opzichte van hun 'peers' binnen enkele jaren hebben ingelopen.

De kwaliteit en/of groei van (klein) ondernemerschap – en dus de bijdrage aan de sociaaleconomische doelstellingen van Qredits – is één van de twee pijlers van de overkoepelende onderzoeksvraag en wordt in hypothese 3 als volgt verwoord:

Hypothese 3: Microfinanciering draagt bij (op middellange termijn) aan de kwantiteit en kwaliteit van het (succesvol) ondernemerschap.

Idealiter wordt de bijdrage van Qredits aan (klein) ondernemerschap voor zover als mogelijk gekwantificeerd, in lijn met de aanbevelingen van de Expertwerkgroep Effectmeting, kortweg de *Commissie Theeuwes*.¹¹² Deze commissie heeft onderzocht hoe het effect van verschillende beleidsmaatregelen gemeten kan worden.¹¹³ Het gaat met name om het meten van de zogeheten additionality van (economische) effecten als gevolg van het gevoerde beleid: het aantonen van effecten die zich zonder het beleid niet zouden hebben voorgedaan (ook wel *eerste-orde-effectengenoemd*).¹¹⁴ De Commissie Theeuwes definieert het causale effect van een beleidsmaatregel als het verschil tussen uitkomsten van bedrijven die mee hebben gedaan aan de interventie, de *onderzoeks- of behandelgroep*, en vergelijkbare bedrijven die niet hebben meegedaan, de *controlegroep*.

Voor hypothese 3 kan dit worden vertaald in de *additionele* bijdrage van Qredits aan (succesvol) ondernemerschap, door te kijken naar hoe Qredits-klanten zich in termen van ondernemerschap *zouden* hebben ontwikkeld *zonder* krediet van Qredits. Hiervoor wordt een *counterfactual* geconstrueerd met behulp van een onderzoeks- en controlegroep (een sociaal experiment).

Met *matching* wordt in de data gezocht naar bedrijven die geen Qredits-klant zijn maar die qua achtergrondkenmerken wel zoveel mogelijk vergelijkbaar zijn, bijvoorbeeld in termen van bedrijfsomvang en sector, maar ook qua persoons- en huishoudenskenmerken.¹¹⁵ Hiervoor wordt eerst de kans geschat dat een bedrijf krediet van Qredits ontvangt (of: deelneemt aan de 'inter-

¹¹² *Durf te meten: Eindrapport Expertwerkgroep Effectmeting*, november 2012.

¹¹³ Het Ministerie van Economisch Zaken heeft in haar reactie op de Commissie Theeuwes aangegeven dat "het rapport van de werkgroep vormt voortaan de grondslag en het kader voor de effectmeting van het gehele bedrijvenbeleid". Kamerstukken II 2012/2013, 32 637, nr. 44 resp. 45.

¹¹⁴ De zogenoemde *hogere-orde-effecten* – het effect van beleid op onder meer economische groei, verandering in concurrentiekracht en consumentenwelvaart – zijn lastiger te meten. De Commissie stelt letterlijk: "Het meten van hogere orde effecten van beleid op bijvoorbeeld economische groei of de concurrentiekracht is daarentegen een stuk lastiger, zo niet onmogelijk gezien de stand van de wetenschap en methodologie."

¹¹⁵ Matching is één van methoden die worden aangeraden door de Expertwerkgroep Effectmeting, kortweg de Commissie Theeuwes. Als voornaamste voordelen van matching noemt de Commissie dat het effect van de interventie (in dit geval microkredietverstrekking) wordt geschat voor alle bedrijven waarvoor vergelijkbare controlebedrijven (*counterfactuals*) bestaan en dat het een volledig beeld van de interventie geeft. Een potentieel nadeel ervan is dat impliciet wordt verondersteld dat toekenning van microkrediet willekeurig is voor bedrijven met dezelfde berekende kans daarop. Het grote aantal achtergrondkenmerken dat wordt meegenomen in dit onderzoek (zie Tabel 4.1 en Tabel 4.2), mitigeert echter dat risico (*Durf te meten, Eindrapport Expertwerkgroep Effectmeting*, 2012, pp. 16-17).

ventie').¹¹⁶ Bedrijven die behandeling (Qredits-microkrediet) krijgen, worden gekoppeld aan bedrijven die geen behandeling krijgen maar die wel een behandelkans hebben die overeenkomt. Met andere woorden: ook al hebben deze bedrijven geen krediet van Qredits ontvangen, was dat wel logisch geweest. Het verschil in de uitkomsten van beide bedrijven is dan het geschatte effect van de behandeling.

Voor een goede analyse is het noodzakelijk om zoveel mogelijk kenmerken van de bedrijven – en de personen en huishoudens daarachter – te achterhalen die van invloed zijn op het verkrijgen van krediet én op de prestaties van het bedrijf. Er is namelijk niet direct te toetsen of alle achtergrondvariabelen die invloed hebben op deelname aan interventie worden geobserveerd. Zelfstandigen worden gematcht in het jaar waarin de Qredits-klant microkrediet ontvangt, en daarna meerdere jaren in de data gevolgd om te kijken of ze een ander groeipad dan de controlegroep afleggen.

Het vergelijken van Qredits-klanten met vergelijkbare bedrijven die geen klant zijn, gebeurt in twee stappen:

1. Het schatten van de kans dat een bedrijf Qredits-krediet ontvangt (met behulp van probitanalyse);
2. Het gebruiken van de bij (1) geschatte kansen om Qredits-klanten en niet-klanten met vergelijkbare kansen aan elkaar te koppelen (met behulp van *Kernel Matching*).

4.1 Schatting kans op gebruik Qredits-krediet

Gebruikte data

Met behulp van geanonimiseerde individuele bedrijfs-, persoons- en huishoudenstatistieken van het CBS (zogenoemde *microdata*) wordt een vergelijking gemaakt tussen Qredits-klanten en vergelijkbare niet-klanten teneinde de *counterfactual* te duiden: hoe zou het bedrijf hebben gepresteerd zonder Qredits-microkrediet? Hiervoor zijn registratiedata gebruikt – zoals BTW-aangiften, polisadministratie en belastingaangiften – in plaats van enquêtes, omdat laatstgenoemde – indien gebaseerd op een steekproef – leiden tot verlies van observaties (bedrijven, personen en huishoudens) die niet aan de respectievelijke enquêtes hebben deelgenomen.

Omdat 95 procent van Qredits-klanten zelfstandigen betreft¹¹⁷, dat wil zeggen natuurlijke personen in plaats van rechtspersonen, is voor hypothese 3 gebruik gemaakt van CBS-microdata over zelfstandigen.¹¹⁸ Een bijkomend voordeel van zelfstandigen als analyse-eenheid is dat een koppeling kan worden gemaakt tussen de zelfstandigen (de ondernemingen) en de personen die eigenaar zijn van het bedrijf (de ondernemers).¹¹⁹ Daarom kunnen bij de analyses ook persoonskenmerken en gegevens over het huishouden van de ondernemer worden betrokken.

¹¹⁶ Deze kans wordt de *propensity score* genoemd.

¹¹⁷ Bron: enquête van Qredits onder haar klanten, jaargangen 2013 en 2014.

¹¹⁸ Zelfstandigen is een verzamelnaam voor alle bedrijven zonder rechtspersoonlijkheid, te weten eenmanszaken, maatschappen, vennootschappen onder firma (vof's), commanditaire vennootschappen en overige rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid.

¹¹⁹ Dit komt omdat zelfstandigen inkomen uit/resultaat van hun onderneming opgeven via de aangifte Inkomstenbelasting (IB). De IB-aangifte wordt gedaan door de ondernemer, en heeft deels betrekking op zijn/haar onderneming.

Het CBS heeft drie (collecties van) integrale databestanden die voor deze analyse kunnen worden ingezet: het Algemene Bedrijven Register (ABR), de Aangifte Omzetbelasting (BTW) en het Stelsel van Sociaal-statistische Bestanden (SSB). Tabel 4.1 geeft een overzicht van de achtergrondkenmerken die worden gebruikt om een geschikte controlegroep samen te stellen. Dit zijn met andere woorden de kenmerken van bedrijven, en de personen en huishoudens daarachter, die worden gebruikt om de kans te voorspellen dat iemand Qredits-microkrediet ontvangt. Hier voor is eerst een lijst van potentiële verklaringen opgesteld aan de hand van gesprekken met ondernemers, Qredits en experts in de begeleidingscommissie en bij het CBS. Vervolgens zijn hierbij de beschikbare CBS-microdata gezocht, wederom met de kanttekening dat data op basis van enquêtes ongeschikt zijn omdat dat zou leiden tot veel observatieverlies. Een aantal van deze kenmerken wordt (mogelijk) beïnvloed door de ‘behandeling’ zelf, in de tabel aangeduid met het *-symbool. Zo ligt het voor de hand dat de omzet, resultaat en werkgelegenheid van het bedrijf worden beïnvloed door kredietontvangst. Daarom wordt in deze gevallen de waarde vóór de kredietontvangst gebruikt om de kans te voorspellen.

Tabel 4.1 Bedrijfs-, persoons- en huishoudenskenmerken die worden gebruikt om een geschikte controlegroep samen te stellen

Achtergrondkenmerken	Meeteenheid
Oprichtingsdatum / bedrijfsleeftijd	Bedrijven
Sector en geografische locatie	Bedrijven
Omzet*.#	Bedrijven
Resultaat / inkomen uit eigen onderneming*.#	Bedrijven
Werkgelegenheid: arbeidsvolume / fte's ¹²⁰ .*,#	Bedrijven
Zakelijk bancair krediet bedrijf	Bedrijven
Persoonskenmerken ondernemer ¹²¹	Personen (ondernemers)
Hoogst genoten opleiding en opleidingsrichting ondernemer	Personen (ondernemers)
Vermogenspositie van het huishouden van de ondernemer ¹²² .*	Huishoudens
Inkomen van het huishouden van de ondernemer ¹²³ .*	Huishoudens
Kenmerken van het huishouden van de ondernemer ¹²⁴	Huishoudens

Bron: Centrum voor Beleidsstatistiek CBS; Bewerking SEO Economisch Onderzoek; * Waarden in jaar $t-1$ vanwege mogelijke afhankelijkheid van kredietontvangst ('behandeling'). # Deze bedrijfskenmerken worden alleen gebruikt bij het samenstellen van een controlegroep van bestaande bedrijven (lees: niet-starters); van starters wordt immers geen waarde in jaar $t-1$ (lees: vóór bedrijfsoprichting) waargenomen.

Tabel 4.2 somt de vier indicatoren van (succesvol) ondernemerschap op die middels deze databestanden gemeten kunnen worden.

¹²⁰ Stagiairs en gesalarieerde directeurs (DGA's) worden niet meegenomen bij de bepaling van de werkgelegenheid.

¹²¹ Het geslacht, de leeftijd en etniciteit van de ondernemer.

¹²² Waaronder huishoudbezittingen en -schulden.

¹²³ *In casu* het gestandaardiseerd besteedbaar huishoudinkomen en de belangrijkste inkomstenbron van het huishouden.

¹²⁴ Waaronder paar/alleenstaand, wel of geen kinderen, bezit van een eigen woning, en het aantal verdiemers binnen het huishouden.

Tabel 4.2 Bedrijfskenmerken die worden gebruikt als indicatoren van (succesvol) ondernemerschap

Indicatoren van (succesvol) ondernemerschap	Meeteenheid
<i>Survival rate</i> (=aan-/afwezigheid in het ABR)	Bedrijven
Omzet	Bedrijven
Resultaat / inkomen uit eigen onderneming	Bedrijven
Werkgelegenheid: arbeidsvolume van werknemers (fte)	Bedrijven

Bron: Centrum voor Beleidsstatistiek CBS; Bewerking SEO Economisch Onderzoek.

De periode waarover gegevens worden geanalyseerd is 2009 tot en met 2013, omdat van veel van de data genoemd in Tabel 4.1 en Tabel 4.2 2013 het meest recente beschikbare jaar is. Aangezien Qredits vanaf 2009 actief is, worden data van 2007 en 2008 gebruikt om bij klanten uit 2009 verschillen vóór kredietverlening te meten.

Box 4.1 Beperkingen van analyses op basis van CBS-microdata

Een treatment/controle-opzet met behulp van CBS-microdata heeft een aantal beperkingen. De voornaamste is dat alleen met behulp van de eerder genoemde bedrijfs-, persoons- en huishoudenkenmerken een controlegroep kan worden samengesteld (zie Tabel 4.1). ‘Zachtere’ kenmerken van de ondernemer – zoals diens ervaring, ambitie, steun vanuit zijn/haar eigen netwerk (zie ook Labyrinth, 2015, p. 44) – worden niet waargenomen in de microdata van het CBS. Dit kan leiden tot een minder ‘sterke’ (c.q. valide) vergelijking tussen Qredits-klanten en de controlegroep, *voor zover deze ‘zachtere’ kenmerken niet samenhangen met bedrijfs-, persoons- en huishoudenkenmerken die wél worden waargenomen*. Een tweede beperking van deze aanpak is dat niet precies kan worden gecontroleerd voor verschillen in de mate van ‘activiteit’ van de ondernemer: er kan met behulp van CBS-data bijvoorbeeld niet worden nagegaan of een ondernemer (bijvoorbeeld een zzp’er) 40 uur per week of 1 uur per week in zijn of haar bedrijf werkt. Wel kan de mate van ‘activiteit’ van bestaande ondernemers worden *afgeleid* van de hoogte van hun omzet en de winst. Deze geven – in combinatie met de sector en het aantal jaar dat een onderneming actief is – een goede indicatie van de hoeveelheid tijd die de ondernemer binnen zijn of haar bedrijf werkt.¹²⁵

Beschrijvende statistieken

In de CBS-microdata kunnen zowel de onderzoeksgroep (de Qredits-klanten) als de controlegroep worden waargenomen en vergeleken. Daarvoor heeft Qredits de KvK-nummers van haar klanten beschikbaar gesteld aan de evaluatie, die vervolgens anoniem worden ‘gemarkeerd’ in de CBS-data. Alle overige zelfstandigen – dus zelfstandigen die *geen* klant van Qredits zijn – worden gebruikt om een controlegroep van vergelijkbare niet-klanten samen te stellen.

Tabel 4.3 geeft een overzicht van het aantal Qredits-klanten in de periode 2009-2013, naar jaar van kredietaanvraag. Dit betreft de klanten waarvan een geldig KvK-nummer beschikbaar is en

¹²⁵ Op het moment dat de onderzoeks- en controlegroep vervolgens door de tijd worden gevolgd, kan niet worden bepaald of een toename van succes (in termen van omzet, winst, werkgelegenheid, e.d.) het gevolg is van het feit dat de ondernemer meer uren in zijn/haar bedrijf gaat werken. Een principiële vraag is echter of dat bezwaarlijk is: het krediet van Qredits kan immers de reden zijn dat de ondernemer meer uren in zijn bedrijf werkt. Onder die aanname is er wel degelijk een *treatment*-effect aangetoond.

die dus koppelbaar zijn aan CBS-microdata. Van de ongeveer 4.200 klanten in de periode 2009-2013 kan ongeveer 70 procent worden ‘teruggevonden’ in de microdata van het CBS.¹²⁶ Van ongeveer driekwart daarvan is een oprichtingsdatum bekend. Aangezien deze datum nodig om starters en bestaande bedrijven van elkaar te onderscheiden en om de kans op kredietontvangst te voorspellen, daalt het koppelingspercentage hierdoor van 71 procent naar 54 procent.

Tabel 4.3 Aantal Qredits-klanten in de data van het CBS

Jaar krediet-aanvraag	Importbestand Qredits	Gekoppeld aan ABR	%	W.v. met oprichtingsdatum	%	In probit-modellen	%
2009	611	417	68%	224	37%	224	37%
2010	585	445	76%	287	49%	285	49%
2011	954	732	77%	553	58%	549	58%
2012	1.035	814	79%	690	67%	686	66%
2013	1.004	553	55%	518	52%	513	51%
Totaal	4.189	2.961	71%	2.272	54%	2.257	54%

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata

Er zijn verschillende verklaringen voor het niet kunnen terugvinden van KvK-nummers van Qredits-klanten in de data van het CBS:

- De Qredits-klant is (nog) niet in het Algemene Bedrijven Register (ABR) van het CBS terechtgekomen. Dit betekent dat het CBS geen economische activiteit van het bedrijf (zoals omzet, werkgelegenheid of winst) heeft waargenomen. Dit is de meest waarschijnlijke verklaring voor de lagere koppelbaarheid van cohort 2013.
- Er is binnen het CBS geen koppeling gemaakt tussen de ondernemer (de persoon die IB-aangifte doet) en het bedrijf, bijvoorbeeld omdat het bedrijf een andere rechtsvorm heeft dan eenmanszaak.¹²⁷

Schatting kans op kredietontvangst

Met behulp van probitanalyse wordt de kans geschat dat een bedrijf Qredits-microkrediet geniet. Voorafgaand hieraan vindt een aantal selecties in de data plaats om ervoor te zorgen dat de groep van controlebedrijven zo eenduidig mogelijk is. De controlegroep is namelijk een verzameling van conceptueel verschillende bedrijven. Er zitten bedrijven in die:

1. geen kredietbehoefte hebben;
2. een kredietbehoefte hebben maar daarvoor in het reguliere circuit terecht kunnen;
3. een kredietbehoefte hebben en een kredietaanvraag bij Qredits hebben gedaan maar zijn afgewezen; of
4. een kredietbehoefte hebben maar daarvoor Qredits niet in overweging nemen (bijvoorbeeld omdat ze Qredits niet kennen).

Het is zaak om deze verscheidenheid in de controlegroep zoveel mogelijk terug te brengen, ten einde uitspraken te kunnen doen over de gevonden verschillen tussen Qredits-klanten en de

¹²⁶ De procentueel lage koppeling in 2013 is vooral het gevolg van Qredits-starters die nog niet in het ABR zijn ingestroomd. Voor meer uitleg hierover, zie voetnoot 134.

¹²⁷ Een derde, minder waarschijnlijke reden is dat het bedrijf door het CBS niet wordt aangemerkt als de *kernpersoon* van een bedrijfseenheid (BE), het conglomeraat van meerdere juridische entiteiten met gelijksoortige economische activiteit. Dit speelt echter alleen bij grotere bedrijven: bij eenmanszaken omvat de bedrijfseenheid in de regel slechts één juridische entiteit.

controlebedrijven. Over sommige kenmerken is (via de CBS-data) geen informatie beschikbaar, *in casu* over groepen 1 en 4. De andere twee groepen kunnen wel ‘geïsoleerd’ worden. Ten eerste zijn via Qredits KvK-nummers beschikbaar gesteld van bedrijven die (meermaals) zijn afgewezen voor een kredietaanvraag (groep 3). Deze bedrijven zijn uitgesloten van de analyse omdat er een reëel risico bestaat dat deze bedrijven systematisch afwijken van de bedrijven die wel krediet krijgen toegewezen. Zij vertegenwoordigen bijvoorbeeld een (veel) groter risico op wanbetaling en/of hebben minder goede ondernemersvaardigheden of een minder goed bedrijfsplan. Het is niet zuiver om Qredits-klanten hiermee te vergelijken omdat het aannemelijk is dat de bedrijfsprestaties van afgewezen bedrijven achterblijven bij de Qredits-klanten. Er zou met andere woorden sprake zijn van een *selection bias* naar minder succesvolle bedrijven.

Voor de groep bedrijven die voor hun kredietbehoefte in het reguliere circuit terecht kan (groep 2), geldt een soortgelijk voorbehoud zij het dat *selection bias* de andere kant op werkt. Bedrijven die bij een bank terecht kunnen, wijken aannemelijk ook systematisch af van Qredits-klanten omdat ze (a) minder risicovol zijn (bijvoorbeeld omdat ze meer onderpand kunnen inbrengen), en/of (b) een hogere succespotentieel hebben. Met name de tweede reden geeft aanleiding om deze groep uit te sluiten van de analyses: het is aannemelijk dat de bedrijfsprestaties van Qredits-klanten achterblijven bij deze groep vanwege een *selection bias* naar succesvollere bedrijven.

Daarom zijn bedrijven met een zakelijk krediet¹²⁸ en bedrijven die zonder succes een kredietaanvraag (of meerdere kredietaanvragen) bij Qredits hebben gedaan, verwijderd uit de controlegroep.

Vervolgens zijn aparte analyses uitgevoerd voor respectievelijk starters en bestaande bedrijven (niet-starters), omdat ook dit verschillende groepen zijn, onder andere qua kredietbehoefte en ondernemersvaardigheden en qua bedrijfsprestaties.¹²⁹ Daarbij wordt *starter* gedefinieerd als een bedrijf dat zich in het jaar van waarneming óf in het jaar daarvoor heeft ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (het NHR).¹³⁰

Er wordt per cohort (2009, 2010, 2011 en 2012) een kans geschat op ontvangst van Qredits-krediet en dus daarna ook per cohort gematcht.¹³¹ Hierdoor wordt rekening gehouden met jaarspecifieke effecten, zoals conjuncturele neergang (de financiële crisis) en wijzigingen van bijvoorbeeld het kredietacceptatieproces bij Qredits door de jaren heen. Als Qredits in de loop der jaren bijvoorbeeld strikter of minder strikt wordt qua krediettoewijzing, is het niet zuiver om cohorten tezamen te analyseren.

¹²⁸ Gedefinieerd als bedrijven met een schuld aan een kredietinstelling op hun balans en/of zakelijke rentekosten op hun resultatenrekening. Dit gaat per cohort om ongeveer 10 tot 15 procent van het aantal controlebedrijven.

¹²⁹ Bovendien kunnen van bestaande bedrijven meer kenmerken worden gebruikt om de kans op ontvangst van Qredits-krediet te schatten dan van de starters, te weten hun omzet, winst en werkgelegenheid *voordat* zij Qredits-krediet ontvingen. Zie ook Tabel 4.1.

¹³⁰ De reden om hiervoor twee jaar in plaats van één jaar te nemen, is om te voorkomen dat iemand die zich halverwege of aan het einde van een kalenderjaar inschrijft in het NHR, binnen enkele maanden als bestaand bedrijf wordt aangemerkt.

¹³¹ Van het cohort 2013 worden alleen bedrijfsprestaties in het jaar van ontvangst van Qredits-krediet waargenomen. Hierdoor kan vanzelfsprekend geen ontwikkeling van de Qredits-klant (en zijn prestaties) worden afgezet tegen een controlegroep. Daarom blijft het cohort 2013 in de analyses buiten beschouwing.

Omdat het aantal bedrijven dat geen Qredits-krediet heeft vele malen groter is dan het aantal Qredits-klanten, is er sprake van een sterk ‘onbalanceerde’ dataset.¹³² Het probitmodel zou hierdoor de kans op behandeling (ontvangst van Qredits-krediet) niet goed kunnen voorspellen, omdat ‘behandeling’ te zeldzaam is.¹³³ Daarom is voor ieder cohort het aantal controlebedrijven verkleind door een willekeurige steekproef van controlebedrijven te nemen. Hierdoor komt het aantal behandelbedrijven (Qredits-klanten) meer in verhouding te staan tot het aantal controlebedrijven (overige bedrijven) en resulteert een betere kansvoorspelling.

Een Qredits-klant komt maar in één probitmodel voor, namelijk in het jaar waarin het bedrijf krediet heeft ontvangen.¹³⁴ Een controlebedrijf kan in principe in meerdere modellen voorkomen, zij het dat voor ieder cohort een nieuwe willekeurige steekproef van bedrijven wordt getrokken, wat de kans op vaker dienstdoen als controlebedrijf sterk verkleint.¹³⁵

Zoals eerder gememoreerd worden variabelen die (mogelijk) afhankelijk zijn van kredietontvangst – bijvoorbeeld het huishoudvermogen, huishoudinkomen en de omzet (in geval van bestaande bedrijven)– ‘vertraagd’ aan het probitmodel toegevoegd door de waarde in het jaar vóór kredietontvangst ($t-1$) te nemen.

Starters

In Bijlage C zijn de uitkomsten van de probitmodellen opgenomen, inclusief het aantal observaties waarop de schattingen zijn gebaseerd. Uit de modellen voor starters blijkt dat Qredits-klanten – ten opzichte van de referentiegroep ‘overige sectoren’ – relatief vaak in de groot- en detailhandel actief zijn, en juist minder vaak in de sectoren ICT, advies/onderzoek, zorg, en cultuur, sport en recreatie. In 2012 en 2013 komen Qredits-starters vooral van buiten de Randstad (in eerdere jaren zijn er geen significante verschillen). Ook ontvangen de Qredits-starters doorgaans in het

¹³² Dit speelt met name bij de bestaande bedrijven. In sommige jaren is dit een verhouding van honderdduizenden controlebedrijven versus enkele honderden behandelbedrijven.

¹³³ Dit leidt tot slechte matching: behandelbedrijven zouden ook na matching afwijken van controlebedrijven op de kenmerken die zijn gebruikt om de ‘behandelkans’ te voorspellen. Het probitmodel schat in dat geval (vrijwel) uitsluitend de kans dat een bedrijf *geen* klant wordt (oftewel: de kans dat de behandeling (de *treatment*) gelijk is aan 0). In situaties waarin ‘behandeling’ zeldzaam is, onderschatten statistische technieken zoals probitanalyse de waarschijnlijkheid ervan (King & Zeng, 2001; Menardi & Torelli, 2012; Ali&Arntürk, 2014; Simonoff, 2014).

¹³⁴ Bedrijven die pas in het jaar na kredietontvangst in het Algemeen Bedrijven Register (ABR) van het CBS terecht komen, en dus dan pas door het CBS worden waargenomen, worden 1 jaar ‘teruggeplaatst’ in de data naar hun jaar van kredietontvangst. Anders zouden de ‘voortschrijdende’ variabelen in de probitmodellen (waaronder de bedrijfsleeftijd, de bedrijfsprestaties vóór kredietontvangst en het huishoudvermogen en -inkomen) immers onterecht één jaar voorlopen, wat leidt tot een onjuiste schatting van het effect van deze verklarende variabelen en zelfs tot endogeniteit (zo zou het huishoudvermogen *in* het jaar van kredietontvangst worden beschouwd in plaats van het huishoudvermogen in het jaar *vóór* kredietontvangst). Ten tweede moeten ook de gematchte bedrijfsprestaties na kredietontvangst hiervoor gecorrigeerd worden: zonder correctie wordt bij de ‘laatinstromers’ telkens een jaar later in ogenschouw genomen. Ten slotte worden sommige van deze ‘laatinstromers’ onterecht aangemerkt als bestaand bedrijf als zij dat zijn op het moment van instroom in het ABR maar *niet* op het moment van kredietontvangst. Merk op dat voor deze groep ‘laatinstromers’ na terugplaatsing geen bedrijfsprestaties vóór kredietontvangst beschikbaar zijn voor de probitmodellen – toen nam het CBS het bedrijf immers nog niet waar. Hetzelfde geldt voor hun bedrijfsprestaties in het jaar van kredietontvangst $t=0$ (en dus ook geen ontwikkeling van $t+1$ ten opzichte van $t=0$): in het jaar van kredietontvangst was het bedrijf immers nog niet aanwezig in het ABR. Dit heeft als consequentie dat bij de matching in principe alleen wordt gekeken naar de bedrijfsprestaties in jaar $t+1$ en later. De prestaties in het jaar van kredietontvangst $t=0$ en de ontwikkeling van $t+1$ ten opzichte van $t=0$ worden wel gepresenteerd voor de kleinere groep bedrijven die in het jaar van kredietontvangst al wel door het CBS wordt waargenomen.

¹³⁵ Bovendien moet het controlebedrijf in de probitmodellen voor starters ook starter zijn. Dat kan maar in maximaal twee jaren.

jaar van bedrijfsoprichting hun krediet (in plaats van in het jaar na oprichting). De kredieten worden dus meestal vroeg in het proces van bedrijfsoprichting verstrekt.

Qua persoonskenmerken van de Qredits-klant valt op dat mannen een hogere kans maken Qredits-klant te worden dan vrouwen. Lagere huishoud*bezittingen* en hogere huishoud*schulden* vergroten beide de kans op het zijn van Qredits-klant. Ten slotte blijkt dat voor het huishouden van de Qredits-starter inkomen uit arbeid en/of inkomen uit uitkering het belangrijkste bestanddeel was vóór kredietontvangst. Dit duidt erop dat Qredits-starters vaak vanuit werknemersschap dan wel vanuit een uitkeringspositie hun bedrijf stichten, dan wel dat dat het belangrijkste inkomen was van hun eventuele partner.

Bestaande bedrijven

Voor de bestaande bedrijven (alle bedrijven behalve starters) zijn de probitmodellen per cohort eveneens opgenomen in Bijlage C. Uit deze schattingen blijkt dat bedrijven in de groot- en detailhandel een grotere kans maken om Qredits-klant te worden, net als bij de starters. Wat afwijkt ten opzichte van de starters is de (systematische) ondervertegenwoordiging van bedrijven in de zakelijke dienstverlening. De hoogte van de omzet en resultaat/winst vóór kredietaanvraag blijkt geen sterke verklaring te zijn voor het worden van Qredits-klant, maar in jaren waarin ze wél een significant effect hebben, is dat negatief. Dat wil zeggen dat met name kleinere bedrijven en bedrijven met een lager resultaat Qredits-klant worden. Qua bedrijfskenmerken valt ten slotte op dat de bestaande bedrijven die Qredits-klant worden, veel jonger zijn dan de controlebedrijven. Hoewel deze bedrijven dus ouder zijn dan 2 jaar (gemeten vanaf het jaar van inschrijving in het Handelsregister), zijn het doorgaans nog altijd (zeer) jonge bedrijven.

Qua persoonskenmerken vertoont alleen opleidingsniveau een systematisch beeld over alle cohorten. Hogere opleidingsniveaus (HBO en WO) blijken slechter vertegenwoordigd onder de Qredits-klanten. Net als bij de starters vergoot het hebben van huishoudschulden de kans op het zijn van Qredits-klant, evenals lagere huishoudbezittingen. Dit is consistent met het beeld dat ook een lager huishoudinkomen de kans vergroot dat een bedrijf bij Qredits krediet aanvraagt. Het blijkt kortom dat personen die privé minder welvarend zijn, eerder bij Qredits aankloppen en krediet ontvangen.

4.2 Matching

Voor het matchen is gebruikgemaakt van *Kernel Matching*, een vorm van *propensity score matching*.¹³⁶ Om dezelfde redenen om de kans op kredietontvangst per cohort (2009-2012) te schatten, vindt ook de matching per cohort plaats. Er wordt gematcht met de in de probitmodellen geschatte kansen. Bijlage C geeft meer informatie over de gekozen techniek (en de argumenten hiervoor), alsook over de aan matching gestelde voorwaarden.

¹³⁶ Hierbij is gebruik gemaakt van de *common support*-optie, wat betekent dat waarnemingen van behandelbedrijven (Qredits-klanten) worden gewist indien hun kans lager dan de minimumkans of hoger dan de maximumkans van de controlegroep ligt.

Starters

Tabel 4.4 en Tabel 4.5 geven een overzicht van de uitkomsten van matching van starters. Voor bedrijfsprestaties – omzet, resultaat en werkgelegenheid (aantal fte's) – is telkens gekeken naar de groep bedrijven die tot en met 2013 (het laatste jaar waarover data beschikbaar zijn) in de data te volgen is.¹³⁷ Cohort 2009 wordt derhalve 4 jaar 'gevolgd', cohort 2010 drie jaar, cohort 2011 twee jaar en cohort 2012 één jaar. De prestaties in het kredietontvangstjaar (jaar $t=0$) en in de jaren daarna zijn separaat geanalyseerd, omdat niet alle Qredits-klienten reeds in de CBS-data voorkomen in het jaar waarin zij krediet ontvangen.¹³⁸ De groep bedrijven waarop Tabel 4.4 is gebaseerd, is dus kleiner dan de groep bedrijven in Tabel 4.5 (Tabel 4.4 is een 'subset' van Tabel 4.5), en zodoende zijn de uitkomsten statistisch gezien minder 'hard'. Ondanks dit voorbehoud lijkt op basis van Tabel 4.4 de conclusie gerechtvaardigd dat Qredits-starters een relatief slechte uitgangspositie hebben: in het jaar dat ze krediet krijgen, zijn hun bedrijfsprestaties in termen van omzet, werkgelegenheid en (vooral) bedrijfsresultaat slechter dan dat van vergelijkbare controlebedrijven. In het eerste jaar na kredietontvangst is de ontwikkeling van omzet en resultaat onder Qredits-klienten echter minstens even gunstig of zelf gunstiger, een beeld dat ook in latere jaren doorzet (zie Tabel 4.5).

Tabel 4.4 Uitkomsten matching starters: uitgangspositie en ontwikkeling in jaar 1

	2009	2010	2011	2012
N behandeld / N controle	60 / 988	63 / 1.436	131 / 2.802	212 / 3.126
Jaar van kredietontvangst				
Omzet	0	0	--	---
Resultaat	---	--	---	---
Aantal fte's	0	--	0	---
1 jaar na kredietontvangst				
Ontwikkeling omzet	++	0	0	0
Ontwikkeling resultaat	+++	+	0	0
Ontwikkeling fte's	0	0	0	0

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata

+++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .01$

++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .05$

+/- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .10$

0 Behandelgroep scoort gelijk aan de controlegroep ($p \geq .10$)

Uit Tabel 4.5, waarbij wederom opgemerkt dat dit een grotere groep bedrijven is dan de groep in Tabel 4.4, blijkt allereerst dat de overlevingskansen¹³⁹ van Qredits-starters over het algemeen gelijk zijn aan die van vergelijkbare andere starters en in de cohorten 2011 en 2012 zelfs iets groter. Qua bedrijfsprestaties in de jaren na kredietontvangst valt vooral op dat er nauwelijks verschillen zijn tussen Qredits-starters en de controlegroep. Voor de cohorten 2009 en 2010 zijn er

¹³⁷ Als robuustheidsanalyse is ook gekeken naar verschillen tussen behandel- en controlegroep als op ieder meetmoment wordt gekeken naar *alle* bedrijven die op dat moment nog in de data vertegenwoordigd zijn. Dit geeft een betere indicatie van de (zeer) korte termijn effecten van kredietontvangst omdat het ook rekening houdt met de prestaties van bedrijven die na dit meetmoment uit de data verdwijnen (bijvoorbeeld door faillissement). Dit geeft een vrijwel identiek beeld als voor de groep bedrijven die tot 2013 in data blijven voorkomen. Ook bij bestaande bedrijven (niet-starters) is deze robuustheidsanalyse uitgevoerd, wat leidt tot dezelfde conclusie.

¹³⁸ Zie uitleg hiervoor in voetnoot 134.

¹³⁹ Gedefinieerd als het percentage bedrijven dat in jaar t nog altijd in het ABR aanwezig is.

twee jaar na kredietontvangst nauwelijks nog verschillen waarneembaar. Dit suggereert dat zij hun 'achterstand' goedmaken (zie Tabel 4.4), zij het eerder qua omzet en werkgelegenheid dan qua resultaat. Voor cohort 2011, waar het resultaat 2 jaar na kredietontvangst nog steeds lager is dan bij de controlegroep, scoren de Qredits-klianten wel significant beter qua resultaatontwikkeling. Het lijkt erop dat hier een soortgelijke inhaalslag plaatsvindt. Wel valt op dat de starters uit cohorten 2011 en 2012 in hun eerste jaar na kredietontvangst er relatief slechter voor staan dan de starters uit cohorten 2009 en 2010.

Tabel 4.5 Uitkomsten matching starters: prestaties in jaar 1 en verder

	2009	2010	2011	2012
N behandeld /N controle	149 / 1.346	212 / 2.100	394 / 3.961	517 / 5.200
Survival rate				
1 jaar na kredietontvangst	0	0	0	+++
2 jaar na kredietontvangst	0	0	+	
3 jaar na kredietontvangst	0	0		
4 jaar na kredietontvangst	0			
1 jaar na kredietontvangst	(N=116 / 937)	(N=174 / 1.380)	(N=284 / 2.648)	(N=415 / 3.689)
Omzet	0	0	--	-
Resultaat	0	--	---	---
Aantal fte's	0	0	0	--
2 jaar na kredietontvangst	(N=116 / 937)	(N=174 / 1.380)	(N=284 / 2.648)	
Omzet	0	0	0	
Resultaat	0	0	--	
Aantal fte's	0	0	0	
Ontwikkeling omzet	0	0	+	
Ontwikkeling resultaat	0	0	+++	
Ontwikkeling fte's	+	0	0	
3 jaar na kredietontvangst	(N=116 / 937)	(N=174 / 1.380)		
Omzet	0	0		
Resultaat	-	0		
Aantal fte's	0	0		
Ontwikkeling omzet	0	0		
Ontwikkeling resultaat	0	0		
Ontwikkeling fte's	0	0		
4 jaar na kredietontvangst	(N=116 / 937)			
Omzet	0			
Resultaat	0			
Aantal fte's	0			
Ontwikkeling omzet	0			
Ontwikkeling resultaat	0			
Ontwikkeling fte's	0			

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata

+++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .01$

++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .05$

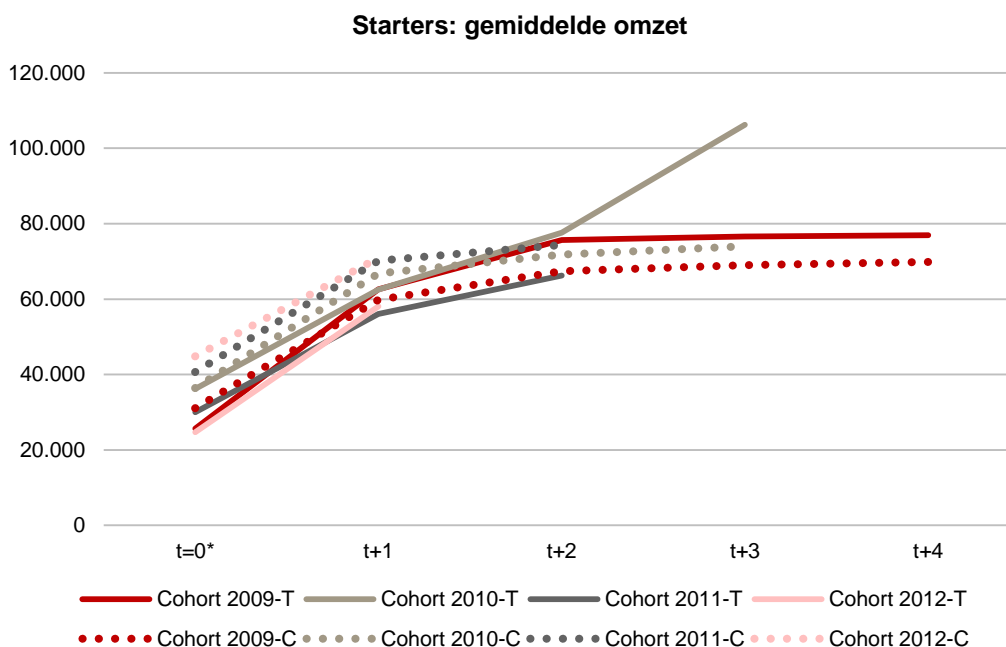
+/- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .10$

0 Behandelgroep scoort gelijk aan de controlegroep ($p \geq .10$)

Waar Tabel 4.4 en Tabel 4.5 inzicht geven in de mate waarin prestaties van Qredits-klienten statistisch gezien afwijken van de controlegroep, geven Figuur 4.1 tot en met Figuur 4.3 grafisch weer hoe deze prestaties er in werkelijke eenheden (€ of fte's) uitzien. Merk op dat dit in alle gevallen gaat om *gemiddelde* waarden van respectievelijk de behandel- en controlegroep. Indien de verschillen binnen een groep (of beide groepen) groot zijn (lees: er grote spreiding is rondom het gemiddelde), hoeven (grote) afwijkende gemiddelden niet altijd *statistisch* significante verschillen te betekenen. Verder zij vermeldt dat ook de uitkomsten in het jaar van kredietontvangst ($t=0$) in de figuren zijn opgenomen, terwijl deze op een kleiner aantal observaties (en dus vergelijkingen) zijn gebaseerd.

In iedere figuur zijn Qredits-klienten telkens met een ononderbroken lijn weergegeven en de controlebedrijven met een stippellijn. Uit Figuur 4.1 blijkt dat omzet van starters snel stijgt in beginjaren en daarna begint 'af te vlakken'.¹⁴⁰ Wat verder duidelijk wordt, zoals ook al uit Tabel 4.5, is dat de omzetten van behandel- en controlegroep sterk vergelijkbaar zijn.

Figuur 4.1 Omzetontwikkeling Qredits-klienten grotendeels in lijn met de controlegroep

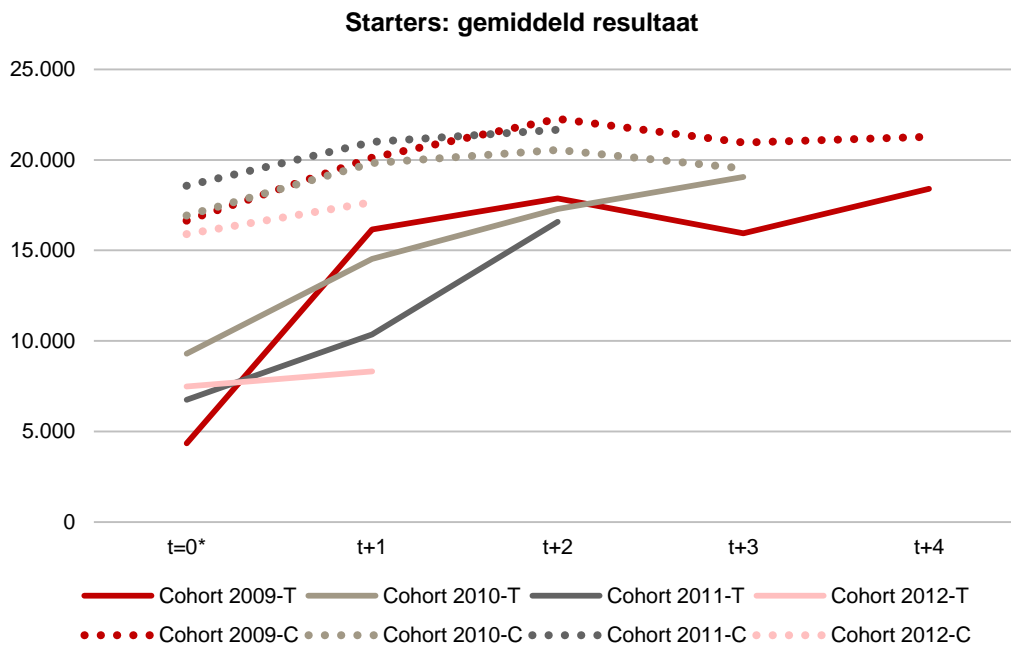


Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; * = Gebaseerd op de kleinere groep bedrijven waarvan prestaties in het behandeljaar bekend zijn; T = Treatmentbedrijven; C = Controlebedrijven.

Het beeld van het bedrijfsresultaat (Figuur 4.2) is iets grilliger dan dat van omzet. Consistent met de uitkomsten in Tabel 4.4 en Tabel 4.5 ligt de winst (c.q. het verlies) van Qredits-klienten kort na kredietontvangst lager (c.q. hoger) dan dat van de controlebedrijven. In cohorten 2009 tot en met 2011 is echter duidelijk zichtbaar dat Qredits-klienten toegroeien naar de controlebedrijven.

¹⁴⁰ Uitgezonderd cohort 2010, maar dat is het gevolg van een klein aantal 'positieve uitschieters' in de behandelgroep, blijkens ook de grote standaardfout voor dit verschil in Tabel C.6. Het verschil tussen de gemiddelden van de behandel- en controlegroep is daarom weliswaar groot, maar niet statistisch significant.

Figuur 4.2 Qredits-klanten maken qua resultaat een inhaalslag



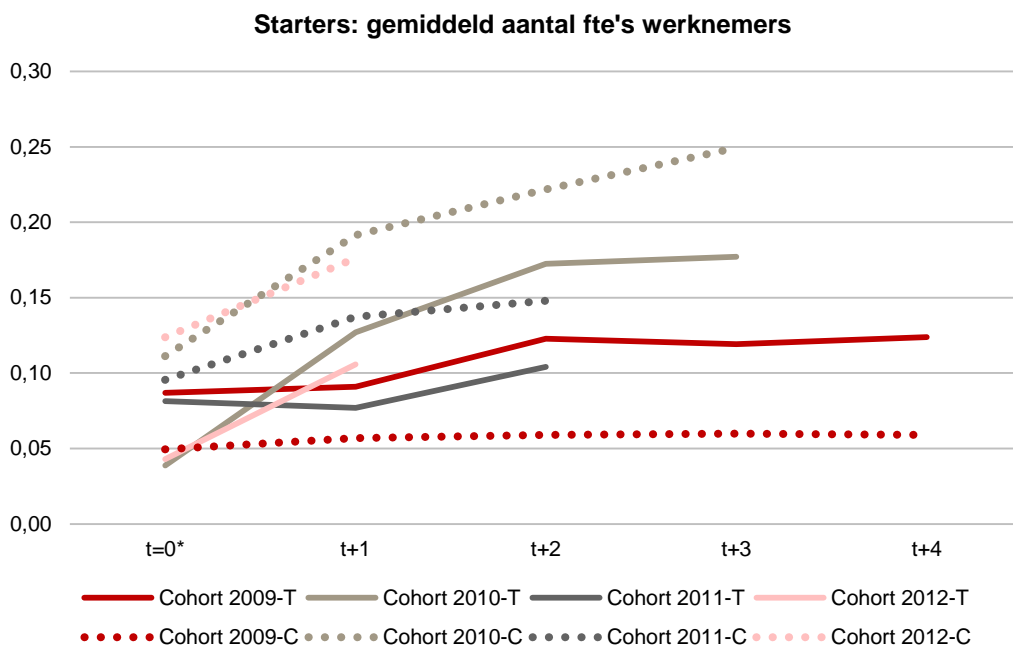
Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; * = Gebaseerd op de kleinere groep bedrijven waarvan prestaties in het behandeljaar bekend zijn; T = Treatmentbedrijven; C = Controlebedrijven.

Figuur 4.3, ten slotte, geeft het gemiddelde aantal voltijdsbanen van werknemers (fte's) van Qredits-klanten en vergelijkbare andere bedrijven weer. Allereerst blijkt dat beide groepen zeer zelden (regulier) personeel in dienst hebben.¹⁴¹ In beide groepen is sprake van een (licht) stijgende trend, maar zelfs bij de grootste controlegroep (cohort 2010 in $t+3$) gaat het *gemiddeld* nog altijd om een werknemer die 10 uur per week werkt (0,25 fte). Uitgezonderd cohort 2009 zijn Qredits-starters qua werkgelegenheid wat kleiner dan de controlegroep. De spreiding rondom de gemiddelden uit Figuur 4.3 is echter groot¹⁴², waardoor de verschillen niet statistisch significant zijn.

¹⁴¹ Stagiairs en gesalarieerde directeuren (DGA's) worden niet meegenomen bij de bepaling van de werkgelegenheid.

¹⁴² Zie de standaardfouten in Tabel C.6 van Bijlage C.

Figuur 4.3 Nauwelijks personeel in dienst bij Qredits-starters en bij de controlegroep



Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; * = Gebaseerd op de kleinere groep bedrijven waarvan prestaties in het behandeljaar bekend zijn; T = Treatmentbedrijven; C = Controlebedrijven.

Bestaande bedrijven

Tabel 4.6 en Tabel 4.7 geven een overzicht van de uitkomsten van matching van bestaande bedrijven (alle bedrijven behalve de starters). Net als bij de starters wordt telkens gekeken naar de groep bedrijven die tot en met 2013 (het laatste jaar waarover data beschikbaar zijn) in de data te volgen is. De prestaties in het jaar van kredietontvangst (jaar $t=0$) en in de jaren daarna zijn wederom separaat geanalyseerd, omdat niet alle Qredits-klanten reeds in de CBS-data voorkomen in het jaar waarin zij krediet ontvingen.¹⁴³ Tabel 4.6 maakt duidelijk dat Qredits-klanten in het jaar van kredietontvangst een minder goed bedrijfsresultaat hebben (cohort 2010 en 2011), maar qua omzet en werkgelegenheid niet significant afwijken. In het eerste jaar na kredietontvangst is de omzetonwikkeling voor drie van vier cohorten gunstiger dan bij de controlebedrijven.

¹⁴³ Zie uitleg hiervoor in voetnoot 134.

Tabel 4.6 Uitkomsten matching bestaande bedrijven: uitgangspositie en ontwikkeling in jaar 1

	2009	2010	2011	2012
N behandeld / N controle	54 / 1.086	53 / 1.041	121 / 1.191	129 / 1.220
Jaar van kredietontvangst				
Omzet	0	0	0	0
Resultaat	0	--	---	0
Aantal fte's	0	-	0	0
1 jaar na kredietontvangst				
Ontwikkeling omzet	+++	+	0	+++
Ontwikkeling resultaat	0	++	0	0
Ontwikkeling fte's	0	0	0	++

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata

+++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .01$

++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .05$

+/- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .10$

0 Behandelgroep scoort gelijk aan de controlegroep ($p \geq .10$)

Uit Tabel 4.7 volgt allereerst dat de overlevingskansen¹⁴⁴ van Qredits-klienten uit cohort 2009 en (met name) 2010 significant groter zijn dan die van de controlebedrijven. In het eerste jaar na kredietontvangst is de winst van cohorten 2011 en 2012 nog steeds significant lager. Twee jaar na kredietontvangst zijn cohorten 2009, 2010 en 2011 qua bedrijfsprestaties (statistisch gezien) gelijk aan vergelijkbare andere bestaande bedrijven. In de jaren daarna (beschikbaar voor cohorten 2009 en 2010) blijft dit beeld vrijwel onveranderd.

¹⁴⁴ Gedefinieerd als het percentage bedrijven dat in jaar t nog altijd in het ABR aanwezig is.

Tabel 4.7 Uitkomsten matching bestaande bedrijven: prestaties in jaar 1 en verder

	2009	2010	2011	2012
N behandeld / N controle	68 / 1.341	70 / 1.281	151 / 1.496	163 / 1.700
Survival rate				
1 jaar na kredietontvangst	++	++	0	0
2 jaar na kredietontvangst	0	+++	0	
3 jaar na kredietontvangst	0	+++		
4 jaar na kredietontvangst	0			
1 jaar na kredietontvangst	(N=51 / 1.031)	(N=53 / 998)	(N=122 / 1.155)	(N=138 / 1.276)
Omzet	0	0	0	0
Resultaat	0	0	---	--
Aantal fte's	0	0	0	0
2 jaar na kredietontvangst	(N=51 / 1.031)	(N=53 / 998)	(N=122 / 1.155)	
Omzet	0	0	0	
Resultaat	0	0	0	
Aantal fte's	0	0	0	
Ontwikkeling omzet	-	0	+	
Ontwikkeling resultaat	0	0	++	
Ontwikkeling fte's	0	0	0	
3 jaar na kredietontvangst	(N=51 / 1.031)	(N=53 / 998)		
Omzet	0	0		
Resultaat	-	0		
Aantal fte's	0	0		
Ontwikkeling omzet	0	0		
Ontwikkeling resultaat	0	0		
Ontwikkeling fte's	0	++		
4 jaar na kredietontvangst	(N=51 / 1.031)			
Omzet	0			
Resultaat	0			
Aantal fte's	0			
Ontwikkeling omzet	0			
Ontwikkeling resultaat	0			
Ontwikkeling fte's	0			

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata

+++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .01$

++/-- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .05$

+/- Behandelgroep scoort significant beter/slechter dan de controlegroep bij $p < .10$

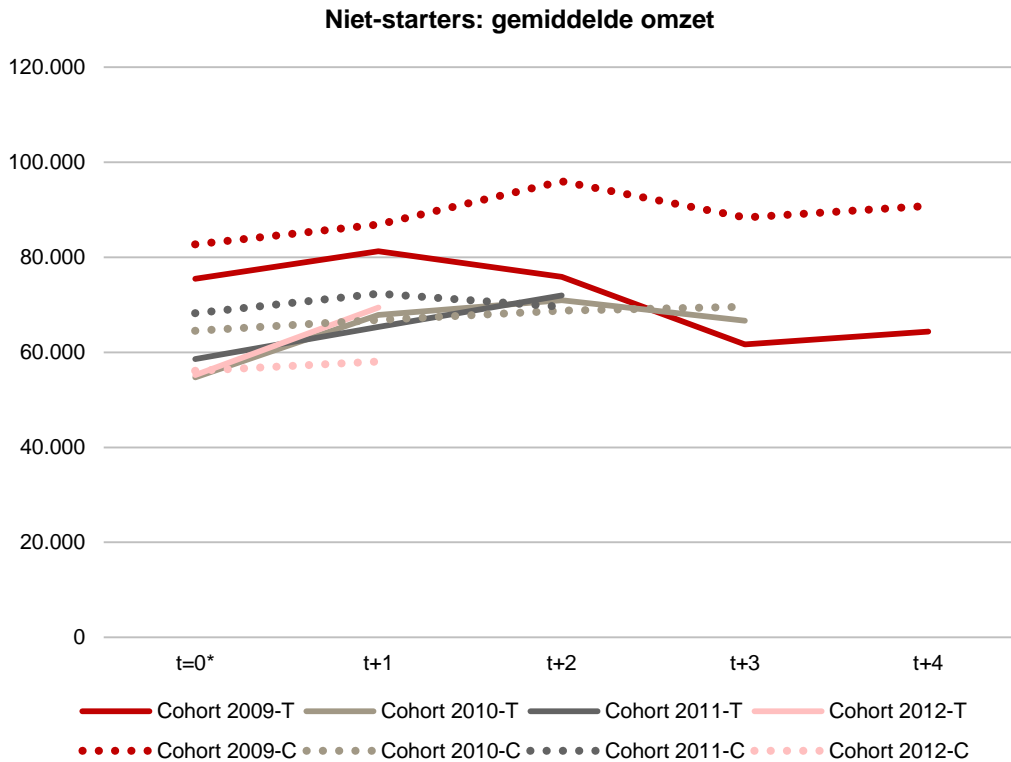
0 Behandelgroep scoort gelijk aan de controlegroep ($p \geq .10$)

Figuur 4.4 tot en met Figuur 4.3 geven weer hoe de bedrijfsprestaties van bestaande bedrijven er in werkelijke eenheden (€ of fte's) uitzien. In iedere figuur zijn Qredits-klienten telkens met een ononderbroken lijn weergegeven en de controlebedrijven met een stippellijn.

Het beeld is iets diffuser dan bij de starters: de gemiddelde omzetten van behandel- en controlebedrijven in cohorten 2010, 2011 en 2012 liggen erg dicht bij elkaar. Qredits-klienten uit cohort

2009 lopen twee jaar na kredietontvangst en in de jaren daarna achter op hun controlegroep. Het verschil is echter niet statistisch significant ($p < .10$), omdat de spreiding rondom het gemiddelde vrij groot is.¹⁴⁵ De omzetverschillen binnen de behandel- en/of controlegroep zijn met andere woorden groot. Dit is deels het gevolg van een relatief klein aantal observaties voor dit cohort: de rode lijn vertegenwoordigt ‘slechts’ 51 Qredits-klanten. Wat verder opvalt, is dat de omzontwikkeling veel minder uitgesproken is dan bij de starters: over het algemeen is de gemiddelde omzet door de jaren heen vrij stabiel.

Figuur 4.4 Cohort 2009 blijft achter qua omzet, andere cohorten sterk vergelijkbaar.

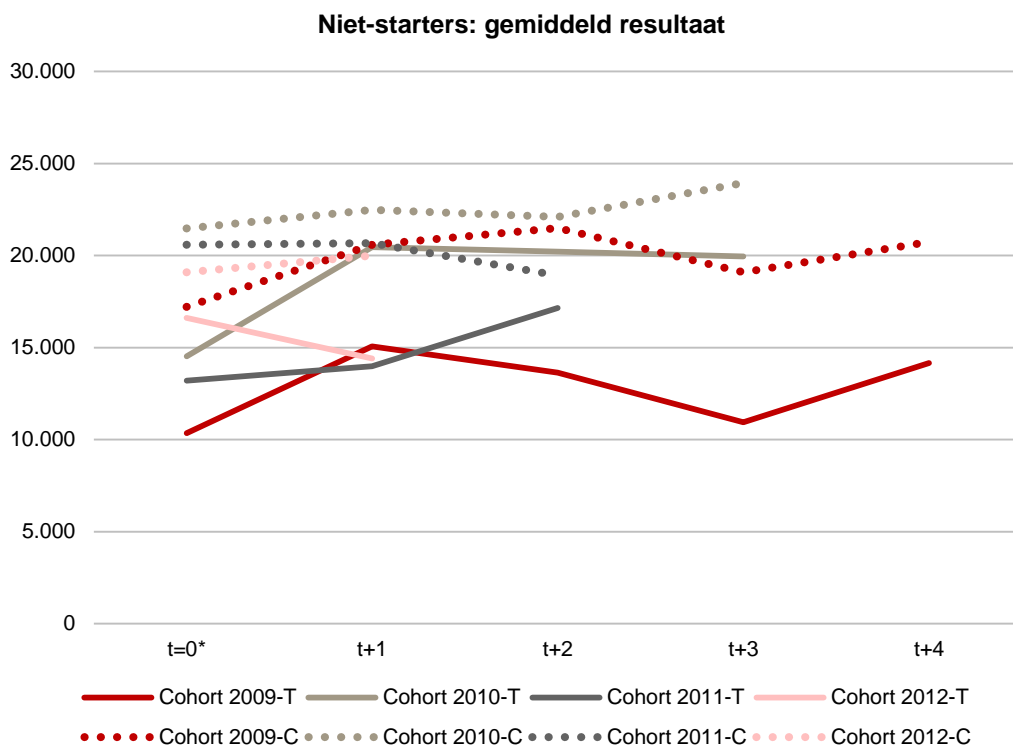


Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; * = Gebaseerd op de kleinere groep bedrijven waarvan prestaties in het behandeljaar bekend zijn; T = Treatmentbedrijven; C = Controlebedrijven.

Voor het bedrijfsresultaat (Figuur 4.5) is het beeld vergelijkbaar. Ook hier is cohort 2009 de grootste dissonant. De spreiding rondom het gemiddelde is echter ook bij het bedrijfsresultaat groot: alleen in jaar 3 scoort het cohort significant lager dan de controlegroep ($p < .10$). De conclusie lijkt gerechtvaardigd dat van de bestaande bedrijven cohort 2009 het minst goed presteert, met daarbij het voorbehoud dat het aantal waarnemingen te klein is om significante verschillen aan te tonen. De gemiddelde omzet en winst is echter over de gehele looptijd lager dan die van controlebedrijven.

¹⁴⁵ Zie hiervoor de standaardfouten in Tabel C.8 van Bijlage C.

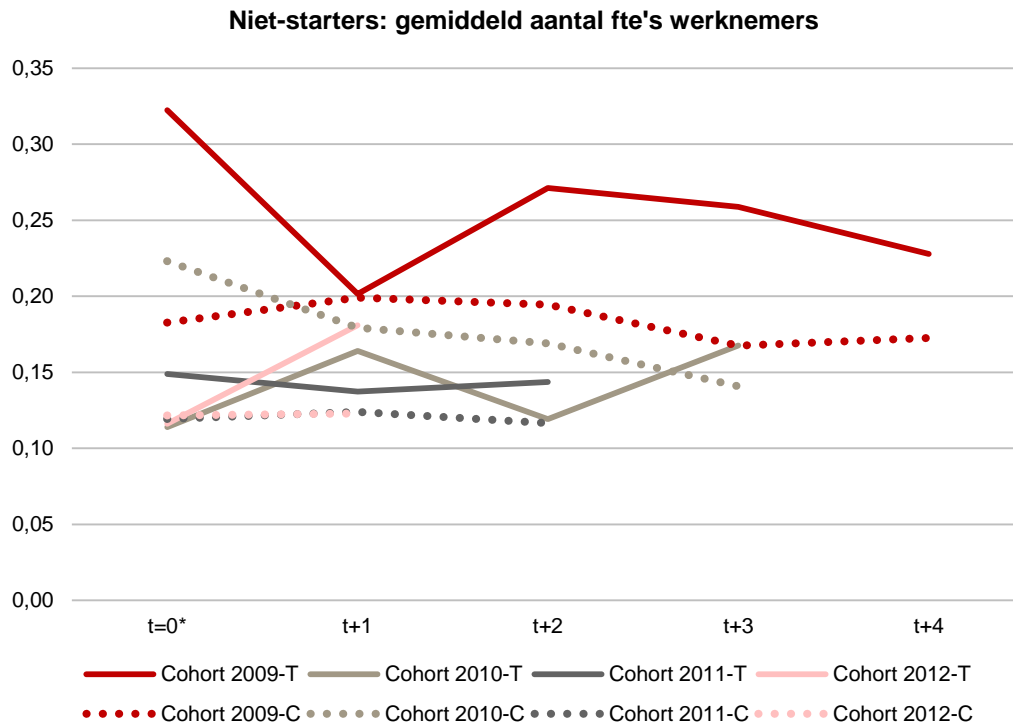
Figuur 4.5 Cohort 2009 presteert ook qua winst relatief het slechtst



Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; * = Gebaseerd op de kleinere groep bedrijven waarvan prestaties in het behandeljaar bekend zijn; T = Treatmentbedrijven; C = Controlebedrijven.

Bestaande Qredits-bedrijven zijn qua werkgelegenheid iets groter dan hun 'peers', blijktens Figuur 4.6. Het verschil is echter niet statistisch significant (zie Tabel 4.7). Net als bij de starters valt op dat het gemiddelde aantal voltijdsbanen van werknemers (fte's) bij Qredits-kanten en vergelijkbare andere bedrijven zeer laag is (hooguit 0,25 fte).

Figuur 4.6 Weinig personeel in dienst bij Qredits-klanten en weinig verschillen ten opzichte van de controlegroep



Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; * = Gebaseerd op de kleinere groep bedrijven waarvan prestaties in het behandeljaar bekend zijn; T = Treatmentbedrijven; C = Controlebedrijven.

4.3 Interpretatie van de bevindingen

Duiding controlegroep

Om de resultaten van de matching-analyse te duiden, is het eerst nodig te begrijpen met welke bedrijven Qredits klanten worden vergeleken.

Eerder is als doel geformuleerd om de prestaties van Qredits-klanten te vergelijken met gelijksoortige bedrijven, die geen krediet bij Qredits noch elders hebben ontvangen. Logischerwijs betreft dit dan ondernemingen die hetzij geen financiering nodig hebben, bijvoorbeeld omdat er geen investeringen vooraf nodig zijn, hetzij financiering in de vorm van eigen vermogen. Bij eigen vermogen kan de ondernemer zelf geld hebben ingebracht, of kapitaal van externe partijen hebben aangetrokken.

Het uitsluiten van bedrijven die elders krediet hebben ontvangen, is gedaan op basis van gegevens van de Belastingdienst. Ondernemers kunnen ervoor kiezen om hun lening op te nemen bij hun fiscale aangifte. Van ondernemers die dit hebben gedaan, of een zakelijke rente opnemen in hun aangifte, wordt aangenomen dat zij een krediet hebben. Het is echter niet uit te sluiten dat in de groep waarmee Qredits wordt vergeleken alsnog ondernemers met een krediet zijn opgenomen.

Dit leidt er toe dat de zogenoemde ‘controlegroep’ kan bestaan uit de volgende ondernemers:

1. Ondernemers die geen financiering nodig hebben.
2. Ondernemers die wel financiering nodig hebben, en die zichzelf financieren (via eigen geld of ingehouden winsten) of de stap naar het zoeken van financiering niet zetten omdat ze verwachten het niet te krijgen.
3. Ondernemers die wel externe financiering nodig hebben, en daarvoor kapitaal (eigen vermogen) aantrekken van externe vermogensverschaffers.
4. Ondernemers die wel financiering nodig hebben, daarvoor krediet (vreemd vermogen) aantrekken, en onbedoeld door de schifting voor de controlegroep heen komen door hun zakelijke lening niet als zodanig aan te merken bij hun IB-aangifte.

Het overgrote deel van het MKB heeft geen (externe) financiering nodig of verwacht die niet te krijgen, en valt in de eerste twee categorieën. Uit de periodieke Panteia Financieringsmonitor blijkt dat in de periode 2009-2014 grofweg 20 procent van het MKB externe financiering zoekt (buiten de bestaande kredietruimte).¹⁴⁶ Van de ondernemers die wel een financieringsbehoefte hebben, richt ongeveer 60 tot 70 procent zich puur op vreemd vermogen, en voor het overige merendeels op een combinatie van vreemd en eigen vermogen – slechts een zeer klein deel zoekt alleen naar eigen vermogen.¹⁴⁷ De derde categorie lijkt dan ook een beperkte rol te spelen. De analyse zal zich verder beperken tot de eerste twee en de vierde categorie.

De vraag is nog of dit beeld anders is voor starters dan voor bestaande bedrijven. Het starten van een bedrijf wordt amper opgegeven als doel van het aantrekken van externe financiering, hooguit enkele procenten van de bedrijven met een externe behoefte. Het is echter niet uit te sluiten dat starters meer of minder zijn vertegenwoordigd in de andere categorieën, zoals werkkapitaal, huisvesting of bedrijfsmiddelen. Aangenomen wordt dat het algemene beeld voor beide groepen hetzelfde is, en dus dat de eerste categorie – geen externe financieringsbehoefte – dominant is, en daarna de behoefte aan vreemd vermogen.

Duiding van de uitkomsten

Starters

Voor starters volgen uit de matching-analyse de volgende conclusies:

- De overlevingskansen van Qredits-starters zijn gelijk aan en in laatste jaren iets hoger dan van vergelijkbare andere starters.
- Qredits-starters hebben in het jaar van hun kredietontvangst slechtere bedrijfsprestaties, in termen van omzet, resultaat en werkgelegenheid.
- De omzet- en resultaatontwikkeling van Qredits-starters is iets gunstiger dan dat van vergelijkbare andere starters.
- In de jaren daarna lopen Qredits-starters daarom hun ‘achterstand’ in, zij het eerder qua omzet dan qua resultaat.

¹⁴⁶ De cijfers van Panteia lijken te impliceren dat er weinig bedrijven zijn die geen bestaande ‘kredietlijn’ hebben. Wat daar exact onder wordt verstaan (bijvoorbeeld ook interne financieringsruimte) is niet duidelijk. Hier wordt aangenomen dat de (extra) kredietbehoefte over een aantal jaar gemeten een goede proxy is voor het al dan niet nodig hebben van externe financiering.

¹⁴⁷ Voor 2009 is dit cijfer niet beschikbaar.

Starters die klant worden van Qredits hebben op basis van de matching-resultaten dus een slechtere startpositie dan de controlegroep, maar halen die achterstand in. Dit geldt vooral op vlak van omzet; dus de activiteiten groeien harder.

In grove lijnen kan gesteld worden dat Qredits starters weet te bedienen die op het eerste oog mogelijk meer risico lijken te hebben, maar uiteindelijk ongeveer even succesvol zijn ten opzichte van vergelijkbare bedrijven.

De resultaten impliceren daarmee dat Qredits met haar activiteiten het gewenste effect bereikt. Zij verschaft kredieten aan ondernemingen met een slechte uitgangspositie, waarvan aangenomen mag worden dat ze elders moeilijk aan financiering komen of zelfs de stap naar het zoeken van financiering niet (durven) zetten, maar die het daarna toch waar weten te maken. In hoeverre deze gedachtelijn in de praktijk klopt, hangt ook af van welke bedrijven in de controlegroep zitten.

De conclusie dat Qredits haar doelstellingen met financiering aan starters lijkt te bereiken, lijkt te passen bij een vergelijking met bedrijven die elders vreemd vermogen verkrijgen. Qredits bedient juist die starters waarvan het moeilijk is om ze op waarde te schatten, bijvoorbeeld omdat ze een slechtere uitgangspositie hebben of minder prominente ondernemersvaardigheden hebben. Door de intensievere screening kan Qredits uit de ondernemers die niet in het reguliere circuit terecht kunnen, de bedrijven bedienen die uiteindelijk voldoende potentieel hebben. Vanuit hun slechtere uitgangspositie groeien ze harder. Het is echter aannemelijk dat starters met extern vreemd vermogen een relatief beperkte deel uitmaken van de controlegroep.

Indien de controlegroep vooral bestaat uit starters zonder financieringsbehoefte, of bedrijven die zichzelf financieren, is het moeilijker een eenduidige verklaring te formuleren. Mogelijk gaan de starters met weinig vertrouwen, of die het willen proberen zonder al te grote risico's te lopen, niet de financieringsmarkt op maar starten zij met weinig (eigen) middelen. Dit kan een selectie-effect geven: de starters die – vanuit een op het oog slechte positie – toch de financieringsmarkt opgaan en bij Qredits terecht komen, zijn de ondernemers met de beste (verborgen) vaardigheden.

Voor nu is een dergelijk detailniveau van analyse echter nog te prematuur. De matching is voorts nog gebaseerd op een relatief korte periode, en de resultaten moet dan ook met zorg geïnterpreteerd worden. Dat de resultaten in lijn zijn met de doelstelling van Qredits, lijkt dan ook de belangrijkste conclusie.

Bestaande bedrijven

Voor bestaande bedrijven (niet-starters) volgen uit de matching-analyse de volgende conclusies:

- Bestaande bedrijven die Qredits-klant worden, hebben over het algemeen dezelfde overlevingskans als vergelijkbare andere bestaande bedrijven. Alleen cohort 2010 springt hier, in positieve zin, uit.
- In het jaar van kredietontvangst wijken Qredits-klanten niet systematisch af qua omzet en werkgelegenheid, maar wel qua resultaat, dat lager ligt dan bij de controlebedrijven.
- In de jaren daarna noteren Qredits-bedrijven veelal dezelfde of soms iets gunstigere groei dan de controlebedrijven. Drie jaar na kredietontvangst zijn cohorten 2009 en 2010 qua bedrijfs-

prestaties vrijwel identiek aan vergelijkbare andere bestaande bedrijven, al geldt voor cohort 2009 wel nog een steeds een achterblijvend resultaat.

- Van de bestaande bedrijven presteert cohort 2009 het minst goed qua omzet en resultaat, zij het dat het aantal waarnemingen voor dit cohort klein is en de verschillen binnen de het cohort groot. Cohort 2009 scoort (behoudens in jaar 3) statistisch gezien niet slechter dan de controlegroep.

Bestaande bedrijven die klant worden van Qredits lijken op basis van de matching-resultaten dus enigszins op de bedrijven die geen klant zijn, maar hebben wel een slechtere winstgevendheid bij aanvang. Ook hier geldt dus een slechtere startpositie dan de controlegroep¹⁴⁸, waarbij winstgevendheid op het eerste oog een belangrijke indicator voor succes is – in ieder geval voor traditionele kredietverstrekkers.

De rode draad voor deze groep is dat Qredits-klanten in ieder geval niet slechter lijken te presteren dan de bedrijven waarmee ze worden vergeleken. Daarmee weet Qredits in ieder geval de ondernemers te bedienen die ondanks een wat slechtere uitgangspositie uiteindelijk een goede overlevingskans hebben. Een verdere verklaring van de resultaten naar typologie binnen de controlegroep is niet opportuun gegeven de beperkte verschillen tussen de twee groepen.

¹⁴⁸ Dit beeld zou ook veroorzaakt kunnen worden door een neergaande ontwikkeling voorafgaand aan het klant worden bij Qredits. Dit wordt de *Ashenfelter's dip* genoemd, waarbij de positieve ontwikkeling na behandeling vooral een terugkeer naar 'normaal presteren' is (een zogeheten *mean reversion*), in plaats van werkelijke groei. Er zijn echter verschillende redenen om aan te nemen dat dit niet speelt bij deze groep van bestaande bedrijven. Ten eerste zijn deze bedrijven nog jong, gemiddeld 6 jaar oud (gemeten vanaf het jaar van inschrijving in het Handelsregister), waardoor je moeilijk kunt spreken van een *mean reversion*. Ten tweede is bij de bedrijven waarvan ook prestaties 2 en 3 jaar vóór kredietontvangst worden waargenomen (prestaties in het jaar vóór kredietontvangst zijn reeds onderdeel van de kansschatting), geen neergaande lijn zichtbaar in de periode van 3 tot en met 1 jaar voor kredietontvangst (gecorrigeerd voor conjunctuur). Ten slotte zijn de uitkomsten van bestaande bedrijven die Qredits-klant worden sterk vergelijkbaar met die van de starters, waarschijnlijk omdat ze elkaar niet veel ontlopen qua bedrijfsleeftijd. Bij starters kan per definitie geen sprake zijn van een *Ashenfelter's dip*. Dit geeft aanleiding om te veronderstellen dat de 'inhaalslag' bij de bestaande bedrijven een reële ontwikkeling is en geen *mean reversion*.

5 Klanten centraal?

De marketingplannen zijn sinds de start geprofessionaliseerd. Wel mag in de plannen meer aandacht komen voor het expliciet koppelen van activiteiten – het ‘wat’ – aan doelstellingen – het ‘waarom’ – en het meten van de resultaten. De naamsbekendheid van Qredits is beperkt, circa 20% van de doelgroep kent Qredits goed of op hoofdlijnen. (Startende) ondernemers die Qredits weten te vinden, komen voornamelijk bij Qredits terecht via internet en doorverwijzende banken – twee kanalen waaraan Qredits veel aandacht besteedt. Een groot deel van het marketingbudget in 2015 gaat daarnaast naar massa-mediale campagnes. De vraag is of een dergelijke brede aanpak voor de hand ligt gezien de specifieke doelgroep van Qredits. Klanten waarderen de contacten met Qredits met een ruime voldoende, meer contact gaat bovendien gepaard met een hogere waardering.

Dit hoofdstuk gaat in op de bekendheid van Qredits en de klanttevredenheid van haar klanten. Hiermee staan respectievelijk de volgende twee hypothesen uit de onderzoeksvraag centraal:

- Hypothese 6: De doelgroep voor microfinanciering wordt voldoende bereikt door Qredits.
- Hypothese 7: De klanten van Qredits zijn tevreden (over kredietverlening).

De bekendheid van Qredits is de voornaamste indicator van de doeltreffendheid van de marketinginspanningen van Qredits en staat centraal in hoofdstuk 5.1. Klanttevredenheid, het onderwerp van hoofdstuk 5.2, zegt veel over de mate waarin Qredits gericht is op haar uiteindelijke afnemers en daarmee slaagt haar doelstellingen te bereiken.

5.1 Bekendheid van Qredits

Hypothese 6 ziet toe op de mate waarin Qredits erin slaagt haar (potentiële) doelgroep te bereiken via haar marketingactiviteiten. Voordat iets gezegd kan worden over de effectiviteit van deze inspanningen, moet worden gekeken naar de marketingdoelgroepen, -doelstellingen en -activiteiten van Qredits en de financiële middelen die het bedrijf daarbij inzet. De budgetcontext impliceert tevens dat de scope van de marketingactiviteiten en de effectiviteit daarvan niet los gezien kunnen worden van de beschikbare financiële middelen. In dat opzicht heeft hypothese 6 ook een doelmatigheidsaspect: hoe efficiënt slaagt Qredits erin haar doelgroepen te bereiken en doelstellingen te realiseren?

De tweede stap is dus het analyseren van de effectiviteit van de marketinginspanningen van Qredits. Dit wordt afgemeten aan de naamsbekendheid van Qredits, de route waarlangs de aanvragers Qredits bereiken, en de houding/perceptie die (potentiële) klanten jegens Qredits hebben. ‘Input’ (budget en inspanningen) en ‘output’ (waaronder naamsbekendheid) worden vervolgens in de conclusie van deze paragraaf met elkaar geconfronteerd om een antwoord te geven op deze hypothese.

De marketing van Qredits

Doelgroepen en doelstellingen

Qredits definieert haar primaire doelgroep als “Potentieel startende ondernemers en bestaande ondernemers”. Daarnaast hanteert zij diverse secundaire doelgroepen, over de periode 2013-2015 zijn dit er meer dan 10, en aanvullende groepen. Tabel D.1 in Bijlage D geeft een overzicht van de marketingdoelgroepen die Qredits benoemt tussen 2013 en 2015, en de typering van de primaire doelgroep.

De marketingdoelstellingen van Qredits in de periode 2013-2015 staan in Tabel 5.1. In de marketingplannen wordt geen koppeling gemaakt tussen de marketingdoelstellingen en de eerder genoemde doelgroepen.

Tabel 5.1 Marketingdoelstellingen Qredits periode 2013-2015

	2013	2014	2015
Algemene naamsbekendheid	X	X	X
Microkrediet verstrekking	1.500	1.500	1.300
MKB-kredieten			300
Coachingtrajecten	1.300	1.250	1.150
Wv. met krediet	900	900	750
Wv. zonder krediet	400	350	400
Werving coaches	375		
Wv. Coachpool	225		
Wv. voor bedrijfspartners	150		
Ondernemerstools			
e-learning Ondernemingsplan schrijven	1.800	1.850	2.550
e-learning Verkoopplan schrijven	720	104	50
e-learning 3 Debiteuren	540		
e-learning Debiteurenbeheer		208	50
e-learning 4 onderwerp onbekend	360		

Bron: Marketing & communicatie plan 2013-2015, Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek; Met het symbool 'X' wordt aangegeven dat het doel genoemd wordt zonder dat daar kwantitatieve implicaties aan verbonden worden.

Budgetten

Tabel 5.2 geeft de jaarlijkse verdeling van het marketingbudget weer.¹⁴⁹ Het totale budget (exclusief personeelskosten) bedraagt tussen de 6,6 en 8,8 procent van de begrote operationele kosten van Qredits.¹⁵⁰ In de twee meest recente jaren bedraagt het marketingbudget € 400.000 (wederom exclusief personeelskosten).¹⁵¹ Om deze cijfers in perspectief te plaatsen: Foundation East Ltd. – een Britse kredietverstrekker vergelijkbaar met Qredits maar met een focus op het oosten van het Verenigd Koninkrijk – spendeerde blijkens haar jaarverslagen over 2013 en 2014 respectievelijk

¹⁴⁹ In een aantal gevallen zijn posten samengevoegd om de vergelijkbaarheid door de tijd heen te bevorderen.

¹⁵⁰ In 2015 is dit percentage met 9,6 procent hoger. Dit houdt echter verband met een grant van Google waarvoor Qredits zelf niet betaalt.

¹⁵¹ €500.000 met inbegrip van de eerder genoemde grant van Google.

3,8 en 2,3 procent van de operationele kosten aan marketing.¹⁵² Dit is dus beduidend lager dan wat Qredits per jaar begroot. Maar Foundation East Ltd bestaat al langer dan Qredits en heeft ondanks die langere periode een lager bereik in termen van kredietverlening: sinds 2004 zijn in totaal circa 550 (micro)kredieten verleend.

Het Canadese Futurpreneur – eveneens een partij vergelijkbaar met Qredits en meer vergelijkbaar in termen van bereik – spendeerde in 2014 8,3 procent van de gemaakte kosten uit aan marketing (exclusief personeelskosten), vergelijkbaar dus met de begroting van Qredits.¹⁵³ Qredits heeft ongeveer 7.000 leningen verstrekt in de periode 2009-2015. Futurpreneur heeft tot en met 2014 ongeveer 6.700 ondernemers bereikt, waaronder vermoedelijk ook coaching is begrepen, maar bestaat al sinds 1996. Hoewel het vergelijkingsmateriaal beperkt is, lijken de door Qredits ingezet- te middelen in lijn met die van vergelijkbare buitenlandse initiatieven.

Tabel 5.2 Marketingbudgetten Qredits periode 2013-2015 (tussen haakjes als % van het totale marketingbudget)

	2013	2014*	2015
Landelijke massamediale campagne			175.000 (30%)
Online activiteiten**	140.000 (46%)	66.300 (17%)	190.000 (32%)
Wv. Campagne	90.000 (30%)		
Wv. ondernemers- en animatievideo			8.000 (1%)
Wv. Google Adwords	50.000 (16%)	60.000 (15%)	65.000 (11%)
Wv. Youtube pre-roll		4.000 (1%)	4.000 (1%)
Wv. Website			5.000 (1%)
Wv. social advertising		2.300 (1%)	2.000 (0%)
Wv. samenwerking Adwise			6.000 (2%)
Participatie landelijke en regionale evenementen	51.200 (17%)		50.000 (8%)
Samenwerking (commerciële) partners	65.000 (21%)		45.000 (8%)
Communicatiemiddelen en administratie	20.000 (7%)		20.000 (3%)
Buffer			5.000 (1%)
Vijf accountantsessies KvK + grote accountantsbije- komst			15.000 (3%)
Totaal (incl. Google grant in 2015)	303.500	400.000	500.000
Totaal als % begrote operationele bedrijfslasten	6,61%	8,82 %	9,62%

Bron: Marketing & communicatie plan 2013-2015, Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek; * Voor 2014 is alleen een uitsplitsing van het Online-budget beschikbaar, daarom tellen de percentages niet op tot 100. **In september 2015 is een grant van Google verkregen ter waarde van €100.000. Deze stond niet opgenomen in het Marketing & communicatie plan 2015 (dit ging uit van €90.000 voor online activiteiten) maar is wel in de tabel opgenomen.

Activiteiten

Gezien de lage naamsbekendheid – zie volgende paragraaf – is naamsbekendheid een belangrijk thema binnen de marketing van Qredits. Qredits geeft te kennen internetcampagnes en massamediale campagnes (zoals radio) als belangrijkste middelen in te zetten om die te vergroten. Met de massamediale campagne is Qredits in 2014 begonnen. Online activiteiten zijn al langer een

¹⁵² Exclusief personeelskosten, teneinde een zuivere vergelijking te maken met het procentuele marketingbudget van Qredits.

¹⁵³ Om een goede vergelijking te maken, zou rekening moeten worden gehouden met de potentiële doelgroep waar de partijen zich in hun marketing op richten, en de bekendheid die zij daarmee weten te genereren. Een dergelijke analyse is voor Qredits uitgevoerd in hoofdstuk 6, maar valt voor de initiatieven in andere landen vanzelfsprekend buiten de scope van dit onderzoek.

belangrijk onderdeel, zoals ook blijkt uit Tabel 5.2. Sinds september 2015 krijgt Qredits budget van Google onder de Google Ad Grants regeling.

In het marketingplan 2013 staan marketing- en communicatieactiviteiten beschreven gericht op het behalen van bepaalde marketingdoelstellingen (zie Tabel D.2 in Bijlage D). Overwegingen omtrent de doelgroep per activiteit zijn afwezig in het marketingplan van 2013¹⁵⁴ maar worden wel toegelicht in de plannen van 2014 en 2015 (zie Tabel D.3 en Tabel D.4 in Bijlage D). De plannen worden daarmee gericht. De relatie met de doelstelling die op deze manier wordt nagestreefd, is echter niet altijd duidelijk of voldoende concreet gemaakt.¹⁵⁵ Ook daar waar activiteiten en doelstellingen worden gekoppeld, is het niet altijd mogelijk om de beoogde causaliteit en bijbehorende processtappen naar de doelstelling te doorzien.

In de marketingboodschappen van Qredits staat kredietverlening veelal centraal, terwijl coaching een minder prominente rol heeft. Dit doet Qredits naar eigen zeggen vooral om de boodschap ‘gefocus’ te houden, maar ook omdat coaching en krediet vaak gekoppeld zijn en er dus voor coaching weinig tot geen (additionele) marketinginspanningen vereist zijn.¹⁵⁶ Hetzelfde geldt voor het programma EigenBaas, waarmee Qredits zich richt tot studenten.

Opvallend is verder dat Qredits zich in een deel van haar marketingactiviteiten lijkt te presenteren als kredietverstrekker voor alle bedrijven. De landelijke (radio-)campagne in 2014 had als boodschap: ‘Heb jij krediet nodig voor je eigen bedrijf? Wij financieren startende en bestaande ondernemers.’ Hiermee gaat Qredits voorbij aan het onderscheidende vermogen ten opzichte van andere ‘traditionele’ financiers, en richt zij zich niet zozeer op bedrijven die moeite hebben om financiering in reguliere circuit te vinden. Hier ontstaat mogelijk spanning met de wens dat Qredits additioneel is aan de markt.

Effectmetingen

In de marketingplannen wordt steeds teruggeblikt op het voorgaande jaar. De analyses zijn over het algemeen kwalitatief van aard, en gaan over de media die zijn gebruikt, activiteiten die zijn verricht en lessen die daaruit volgen. Er is in de plannen minder aandacht voor de mate waarin doelstellingen zijn behaald en lessen die hieruit volgen, waardoor een (cijfermatig onderbouwd) verband tussen de mate van succes van eerdere activiteiten en de marketingplannen voor het komende jaar niet zichtbaar is.

Qredits geeft te kennen dat het meten van de effectiviteit van campagnes lastig is. Zij tracht dit wel voor zover als mogelijk te doen, bijvoorbeeld aan de hand van (de ontwikkeling van) het aantal websitebezoekers, het bereik via Facebook en het aantal aanvragen in relatie tot periodes

¹⁵⁴ Een uitzondering hierop is een aparte sectie van het marketingplan waarin wordt besproken welke acties ondernomen gaan worden om de *aanvullende doelgroepen* te bereiken, te weten: studenten, zzp'ers, vrouwen, bedrijven voor of tijdens een overname traject, en vaklieden. Qredits geeft in 2013 aan per doelgroep acties te zullen ondernemen om de algemene naamsbekendheid binnen deze doelgroep te vergroten.

¹⁵⁵ Een positieve uitzondering voor wat betreft laatstgenoemde is de beschrijving in 2014 bij de doelgroep ‘banken’. Daar wordt een concrete kwantitatieve doelstelling geformuleerd (verhoging van 20% van het aantal aanvragen via banken ten opzichte van 2013), die wordt omgezet in concrete acties en die rechtstreeks relateert aan de overkoepelende marketingdoelstelling ten aanzien van het aantal te behalen kredieten.

¹⁵⁶ Het zou interessant kunnen zijn om te toetsen of coaching door de potentiële doelgroep niet juist als een aantrekkelijk aspect van Qredits wordt gezien. Een meer prominente plek voor coaching in de marketing zou dan waardevol kunnen zijn. Hier is in het kader van dit rapport geen nader onderzoek naar gedaan.

waarin marketingactiviteiten plaatsvinden. Er is op dit vlak intern veel informatie voor handen, die Qredits gebruikt om de resultaten te monitoren. Toegenomen websitebezoek en aantal aanvragen bevestigen volgens Qredits bijvoorbeeld ook het nut van landelijke campagnes.

Naamsbekendheid als gevolg van de activiteiten wordt niet door Qredits zelf gemeten. Qredits beroept zich voor dergelijke statistieken op externe onderzoeken, zoals de eerder besproken Financieringsmonitor van Panteia en het onderzoek van de KvK en Hogeschool Utrecht. Hier zou Qredits zelf – al dan niet uitbesteed aan derden – gericht onderzoek naar kunnen (laten) doen, bijvoorbeeld rondom campagnes.

Conclusie

Qredits legt de nadruk in haar marketing en communicatie op online activiteiten en, sinds 2014, massamediale campagnes.

Qredits schrijft jaarlijks een marketing- en communicatieplan. De plannen zijn sinds de start omvangrijker geworden en professioneler van opzet. De aandacht gaat vooral uit naar wat de titel al impliceert: de plannen voor het komende jaar. Uitvoerig wordt per doelgroep uiteengezet wat er het komende jaar op stapel staat, en hoe dit zou moeten gebeuren.

In de plannen mag meer aandacht voor het koppelen van activiteiten – het ‘wat’ – aan doelstellingen – het ‘waarom’ – en het meten van de resultaten. Het zou wellicht helpen als voor meer focus wordt gekozen: welke doelgroepen zijn het meest relevant in termen van resultaten, en in welke tussenstappen kunnen doelstellingen voor die specifieke groepen worden behaald?

In de volgende paragraaf wordt gekeken in hoeverre de resultaten van de marketing- en communicatie inspanningen van Qredits zich hebben uitbetaald in bekendheid onder de doelgroep, voor zover als mogelijk op basis van empirische gegevens.

De effectiviteit van marketing

Naamsbekendheid van Qredits

Om de bekendheid van Qredits te meten, heeft SEO Economisch Onderzoek een enquête uitgezet onder financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen.¹⁵⁷ Deze groep is tevens gevraagd naar hun kredietbehoefte in de afgelopen 3 jaar en de verwachte kredietbehoefte in de komende 3 jaar om zo na te gaan of zij tot de doelgroep van microfinanciering door Qredits (maximale kredietbehoefte van 50 duizend euro) behoren. Van de in totaal 375 financiële beslissers die de enquête hebben ingevuld, hadden er 169 in de afgelopen 3 jaar een kredietbehoefte tot 50 duizend euro, 48 een behoefte tussen de 50 en 250 duizend euro en 185 geen behoefte in de afgelopen 3 jaar maar wel in de komende 3 jaar.¹⁵⁸

¹⁵⁷ Ongeveer 98% van de klanten van Qredits heeft maximaal 5 werkzame personen.

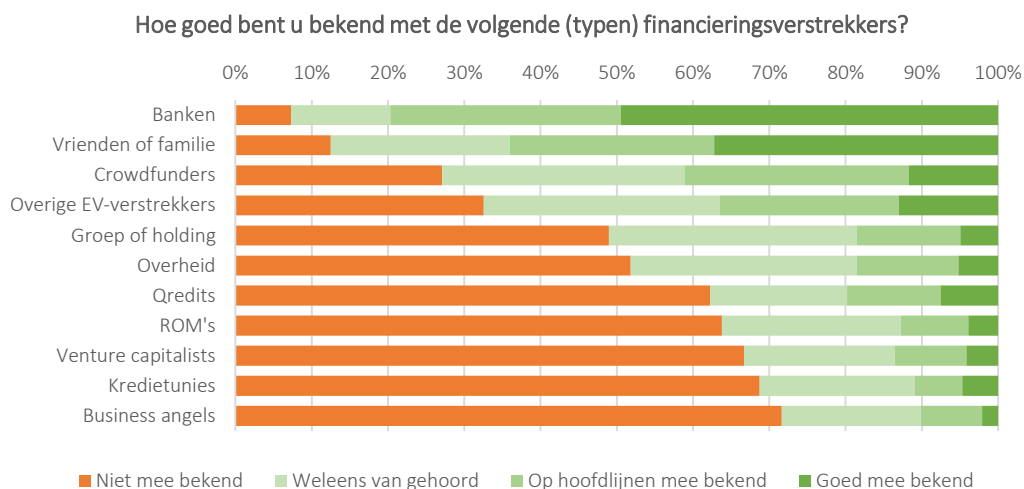
¹⁵⁸ Sommige ondernemers met een kredietbehoefte in de afgelopen 3 jaar hebben ook een behoefte in de komende 3 jaar. Deze zijn meegenomen in de eerste categorie. Van de ondernemers die aangaven een kredietbehoefte in de komende 3 jaar te hebben, is niet gevraagd naar de hoogte hiervan omdat dit te speculatief zou zijn.

Van deze 3 groepen samen is ongeveer 25% goed (3%) of op hoofdlijnen (22%) bekend met microfinanciering als *financieringsvorm*. De overige ondernemers zijn helemaal niet bekend met deze financieringsvorm (25%) of hebben er weleens van gehoord (50%).

Gevraagd naar de bekendheid met typen *financieringsverstrekkers* geeft ongeveer 20% aan Qredits goed (8%) of op hoofdlijnen (12%) te kennen. Een veel groter deel echter, ruim 60%, geeft aan Qredits *niet* te kennen, en bijna 20% heeft weleens van Qredits gehoord.¹⁵⁹ Hoewel deze cijfers in combinatie bezien insinueren dat ondernemers die (goed) op de hoogte zijn van microfinanciering Qredits ook kennen, is de werkelijkheid weerbarstiger. Van de financiële beslissers die aangeven (op hoofdlijnen) bekend te zijn met microfinanciering, geeft slechts iets meer dan de helft aan (op hoofdlijnen) bekend te zijn met Qredits (Figuur E.1 in Bijlage E). Dit betekent dat zij microfinanciering niet per definitie koppelen aan Qredits, maar hier vermoedelijk ook andere aanbieders bij in gedachten hebben.

Figuur 5.1 vergelijkt de bekendheid van Qredits met die van andere financieringsverstrekkers. Zoals aangegeven, is 8 tot 20 procent van de kleine ondernemers met een kredietbehoefte tot 50 duizend euro (goed) bekend met Qredits. Dit is een stuk lager dan de bekendheid van banken (80 procent) of crowdfunders (60 procent) maar beter dan de regionale ontwikkelingsmaatschappijen (13 procent) of kredietunies (11 procent).

Figuur 5.1 8 tot 20 procent van kleine ondernemers is op hoofdlijnen tot goed bekend met Qredits (N=384)

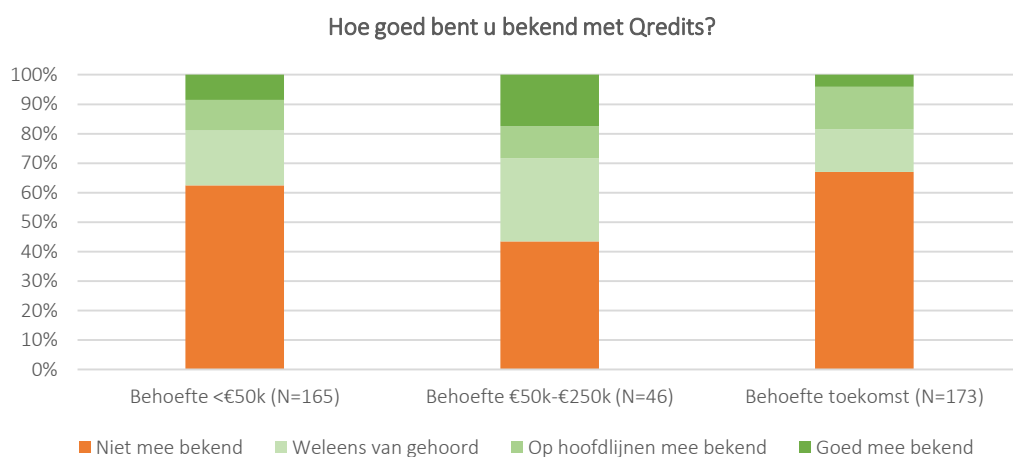


Bron: Enquête onder financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen en een financieringsbehoefte in de afgelopen 3 jaar van maximaal 250 duizend euro en/of een financieringsbehoefte in de komende 3 jaar.

¹⁵⁹ De bekendheid van Qredits is ook door andere partijen dan SEO Economisch Onderzoek in kaart gebracht. Figuur E.2 en Figuur E.3 in Bijlage E geven de resultaten van respectievelijk het Behoeftesonderzoek MKB-financiering 2015 en de Financieringsmonitor 2015 weer. Deze onderzoeken geven een bandbreedte van de bekendheid van Qredits tussen de 10 en 30 procent. De resultaten van de in het kader van dit onderzoek uitgevoerde enquête zijn in lijn met de hier gevonden bandbreedte.

Om de effectiviteit van de marketinginspanningen te beoordelen, is het relevant specifieker te kijken naar de doelgroep van microfinanciering.¹⁶⁰ Figuur 5.2 laat zien dat de bekendheid van Qredits onder bedrijven met een kredietbehoefte tot 50 duizend euro amper afwijkt van die in Figuur 5.1, maar wel lager is dan onder bedrijven met een kredietbehoefte tot 250 duizend euro. Van de bedrijven die aangaven geen financieringsbehoefte te hebben gehad in de afgelopen 3 jaar, maar wel in de komende 3 jaar, is een groter deel (bijna 70%) helemaal niet bekend met Qredits.

Figuur 5.2 Qredits bekender onder bedrijven die vallen in de doelgroep voor 'MKB-financiering' van Qredits dan voor 'microfinanciering' van Qredits



Bron: Enquête onder financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen en een financieringsbehoefte in de afgelopen 3 jaar van maximaal 250 duizend euro en/of een financieringsbehoefte in de komende 3 jaar; De enquêtevraag luidde: *Hoe goed bent u bekend met de volgende (typen) financieringsverstrekkers?*

Een naamsbekendheid van rond de 20% in de doelgroep is niet hoog. Ook Qredits zelf erkent in de interviews dat haar naamsbekendheid laag is. Dit wordt ondersteund door de uitkomsten van de SEO-enquête en eerdere enquêtes van Panteia en de KvK/HU (zie voetnoot 159). Ook in de interviews met partners in het netwerk rondom Qredits was de lage naamsbekendheid van Qredits een veelgenoemd punt. Sommige van hen gaven aan dat Qredits nog een lange weg te gaan heeft qua naamsbekendheid, andere partijen kenden Qredits zelfs niet. Veel van de gesproken (ex-)klanten van Qredits, ten slotte, gaven te kennen nog nooit van Qredits te hebben gehoord voordat zij werden doorverwezen door hun bank, gemeente, of andere zakelijke adviseur/partner.

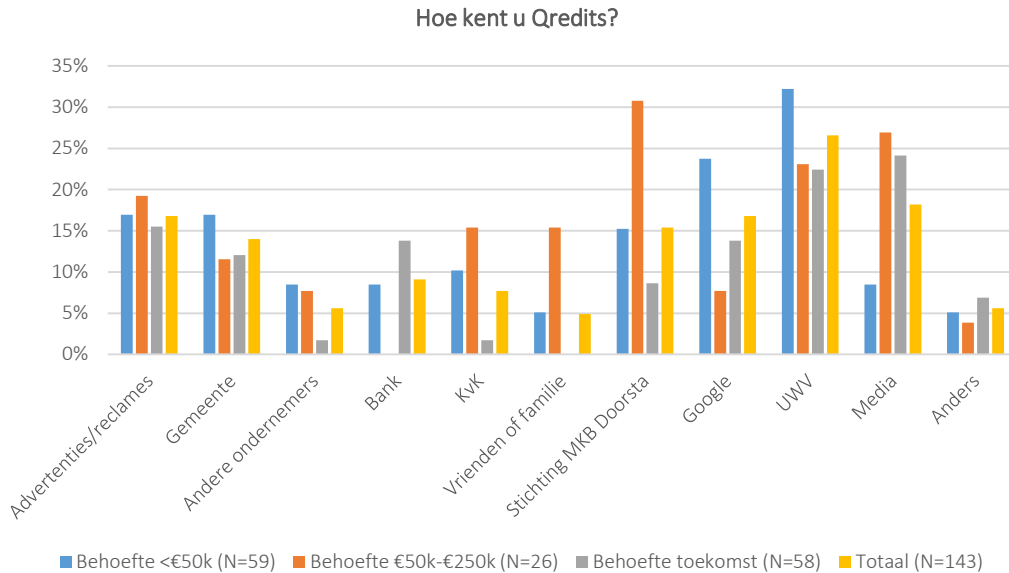
Het 'bereik' per communicatiekanaal

Gevraagd naar waar men Qredits van kent, geven de respondenten in de SEO-enquête aan voornamelijk van Qredits gehoord te hebben via het UWV, de media, advertenties en Google. Voor de groep met een kredietbehoefte tot 250 duizend euro draagt de stichting MKB-doorstart bij aan

¹⁶⁰ Qredits biedt sinds 2013 ook MKB-financiering aan tot 250 duizend euro maar deze zogenoemde MKB-kredieten vallen buiten de scope van dit onderzoek. Aangenomen mag worden dat de marketinginspanningen in de periode 2009-2015 voornamelijk in het bijzonder hebben bijgedragen aan de bekendheid met microfinanciering, en nog in mindere mate met (het dus pas relatief recent geïntroduceerde) MKB-financiering door Qredits.

de bekendheid van Qredits. De doelgroep voor microfinanciering kent Qredits vooral via Google.

Figuur 5.3 Qredits vooral bekend via het UWV, de media, advertenties/reclames en Google



Bron: Enquête onder financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen en een financieringsbehoefte in de afgelopen 3 jaar van maximaal 250 duizend euro en/of een financieringsbehoefte in de komende 3 jaar.

Figuur 5.4 geeft aan hoe de aanvragers Qredits bereiken, op basis van eigen gegevens van Qredits. Banken en internet zijn de belangrijkste ‘aanvoerkanalen’, zoals reeds eerder opgemerkt.¹⁶¹ Een belangrijk deel van het marketingbudget gaat naar online activiteiten. Qredits realiseert daarmee een breed vindbereik van ruim 500 zoekcombinaties.

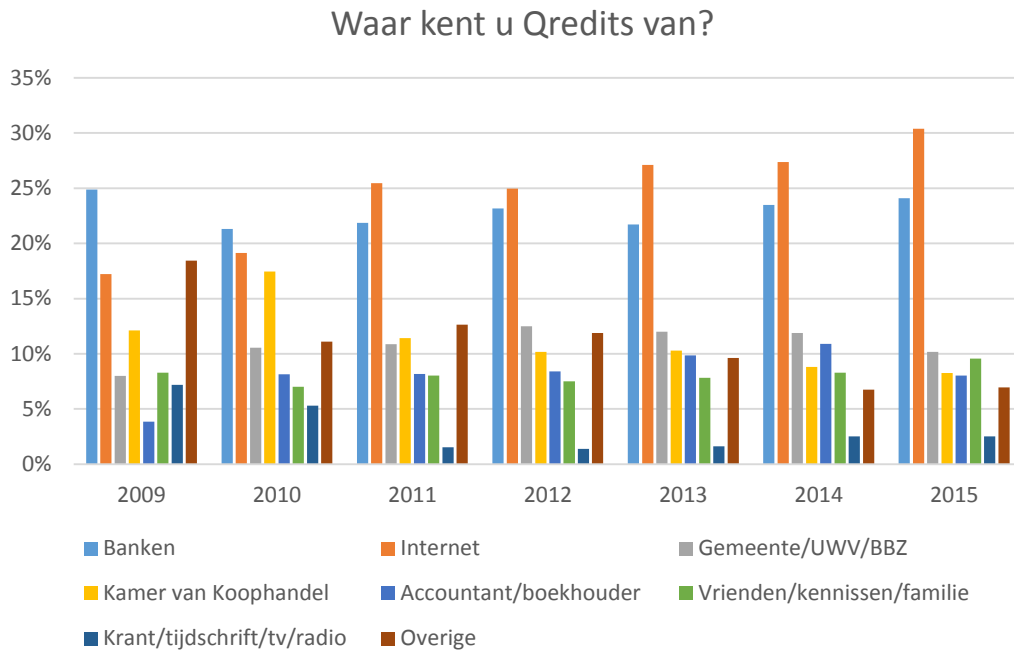
Daarnaast zijn ook gemeenten/UWV/Bbz en de Kamer van Koophandel relevante partners. Hoewel de KvK volgens Qredits een logische partij is vanwege de KvK Financieringsdesk en het feit dat de KvK direct contact heeft met de primaire doelgroep van Qredits, valt op dat het aandeel van verwijzingen via het KvK (de gele balkjes in Figuur 5.4) na 2009 bijna in ieder jaar afneemt (met uitzondering van 2010). Ook het ‘marktaandeel’ van gemeenten/UWV/Bbz (de grijze balkjes in Figuur 5.4) daalt in recente jaren. Qredits geeft aan dat dit deels het gevolg is van het wegvallen van budget voor (financierings)coaches bij het UWV.

De vergelijking van Figuur 5.3 en Figuur 5.4 levert interessante inzichten op. Opvallend is bijvoorbeeld dat UWV een belangrijk kanaal is voor de potentiële doelgroep om Qredits te kennen (Figuur 5.3) maar dat dit in veel mindere mate geldt voor de uiteindelijke aanvragers van krediet via Qredits (Figuur 5.4). Ook voor advertenties en reclames is dit verschil fors, wanneer wordt aangenomen dat dit in Figuur 5.4 kan worden vergeleken met de categorie ‘krant/tijdschrift/tv/radio’. Dit geldt andersom voor banken: de algemene bekendheid van Qredits via banken is relatief laag, maar bij aanvragers van een Qredits-krediet juist hoog. Internet

¹⁶¹ Bij de banken zorgen de 4 grootbanken voor de bulk van het aantal doorverwijzingen, zij het dat de SNS Bank een beduidend kleiner aandeel heeft dan de andere 3 grootbanken.

is voor zowel de doelgroep als uiteindelijke aanvrager een belangrijk kanaal voor bekendheid met Qredits. Banken en internet lijken daarmee een goede ‘conversie’ te hebben: als ondernemers Qredits via deze kanalen kennen, leidt dit ook vaak tot een aanvraag. Belangrijk met het oog op het budget is verder dat dit in veel mindere mate lijkt te gelden voor advertenties en reclames.¹⁶²

Figuur 5.4 Qredits-aanvragers kennen Qredits via banken en via internet

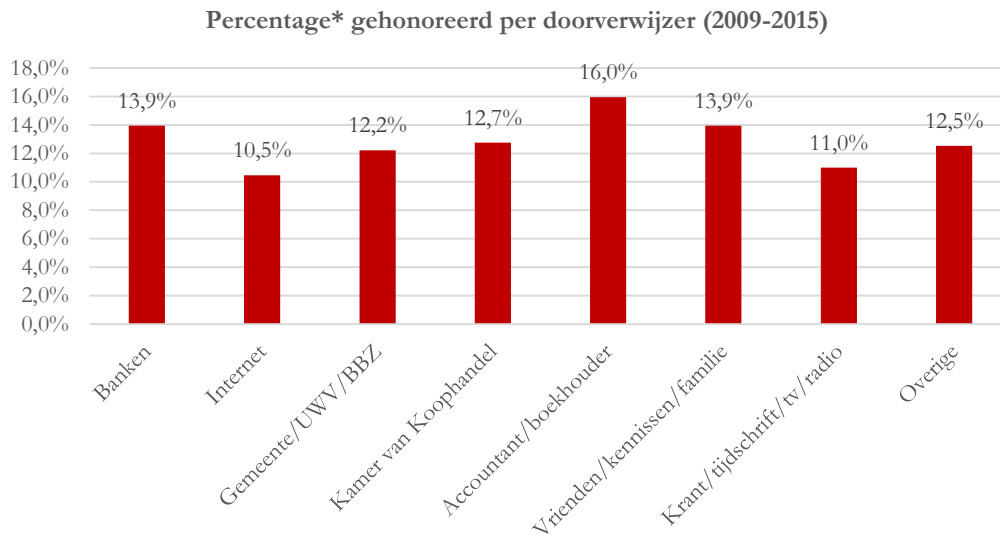


Bron: Qredits; bewerking SEO Economisch Onderzoek; * 2015 betreft voorlopige cijfers.

Figuur 5.5 geeft weer wat per kanaal de ‘slagingskans’ is: welk percentage van het aantal aanvragen via het betreffende kanaal krijgt, ziet zijn aanvraag gehonoreerd worden? Dit blijkt in de periode 2009-2015 het hoogst voor aanvragers die door hun accountant/boekhouder zijn verwezen, gevolgd door ondernemers die via een bank zijn geattendeerd op Qredits. Dit geeft een indicatie van de ‘kwaliteit’ van het kanaal. Hoewel Qredits dus fors inzet op online, en daar ook veel aanvragen uit voort komen, blijkt via dit kanaal ook het relatief grootste percentage ongeschikte aanvragen binnen te komen. Interessant is ten slotte de hoge score voor ‘accountant/boekhouder’. Dit is nog een relatief onbelangrijk kanaal voor bekendheid bij aanvragers, maar geeft dus wel een hoge kwaliteit. Investeren in dit kanaal kan dan ook zinvol zijn, zoals Qredits in 2015 lijkt te doen met een gerichte inzet van marketingbudget op deze groep.

¹⁶² Omdat de vergelijking niet geheel zuiver is, bijvoorbeeld als respondenten aandacht voor Qredits op internet ook interpreteren als advertenties en reclame, loont het voor Qredits om hier nader onderzoek naar te doen – juist omdat de budgetconsequenties groot kunnen zijn. Dergelijk onderzoek kan ook nader bijdragen aan het antwoord op de vraag of de massamediale campagnes een effectieve inzet van middelen zijn.

Figuur 5.5 'Slagingskans' verschilt per kanaal waarlangs aanvragers zich melden



Bron: Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek; * Exclusief aanvragen die nog in behandeling zijn en aanvragen waarvoor geen doorverwijzer is gespecificeerd;

Bekendheid onder 'doorverwijzers'

Hierboven is ingegaan op de vraag waar ondernemers Qredits van kennen. Deels blijkt die bekendheid te komen van potentiële 'doorverwijzers': kredietverstrekkers die een kredietaanvraag afwijzen en een ondernemer kunnen doorverwijzen naar Qredits en partijen bij wie ondernemers mogelijk te rade gaan in hun zoektocht naar een kredietverstrekker. Bij die eerste groep moet vooral worden gedacht aan banken. Bij de tweede groep gaat het bijvoorbeeld om accountants, de Kamer van koophandel en de gemeente/UWV.

In algemene zin lijkt Qredits aandacht te hebben voor deze kanalen, getuige de marketing- en communicatieplannen. Banken en de Kamer van koophandel geven in de interviews ook aan goed bekend te zijn met Qredits.

Voor Qredits gaat het uiteindelijk om het verbinden van een doorverwijzing aan die bekendheid. Om te bepalen welke kanalen daarbij om welke reden prioriteit hebben, is inzicht nodig in de effectiviteit van de marketing- en communicatieactiviteiten gericht op de doorverwijzers. Qredits houdt in dit kader bijvoorbeeld de online-doorverwijzingen bij en vraagt aanvragers via welke partijen zij bekend zijn met Qredits. Hiermee ontstaat een eerste beeld. In een volgende stap zou de verzamelde informatie kunnen worden gebruikt voor een analyse van de effectiviteit per kanaal zodat een direct verband kan worden gelegd met de in te zetten marketingmiddelen en verbeteringen in het doorverwijzingsproces.

Met name banken zijn logische partners voor doorverwijzingen richting Qredits. Een groot deel van de ondernemers gaat eerst naar een bank voor een aanvraag, waardoor ook de potentiële doelgroep van Qredits over het algemeen in aanraking komt met een bank. Daarnaast zou doorverwijzing door banken ook in lijn zijn met de gewenste additionaliteit van Qredits. Hoewel Qredits hier wel degelijk veel aandacht aan besteedt, blijkt uit de interviews dat op dit gebied nog ruimte is voor verbetering. Over het algemeen is de interne bekendheid bij banken groot. Maar,

zoals Qredits zelf ook aangeeft, het is moeilijk om doorverwijzingen structureel onder de aandacht te houden, bijvoorbeeld door personele wijzigingen en wisselingen van de mate waarin doorverwijzing naar de Qredits binnen de bank in (formele) procedures is vastgelegd.

Een meer geïnstitutionaliseerde plek voor Qredits in procedures bij banken zou zinvol zijn. Hierbij kan gedacht worden aan het opnemen van Qredits in werkinstructies van banken, structureel gebruik van *Key Performance Indicators* (KPI's) voor doorverwijzingen, motiveren als *niet* wordt doorverwezen, uitwisselen van gegevens, et cetera.¹⁶³ Daarnaast zou Qredits via banken kunnen aanhaken bij lokale initiatieven vanuit de markt om ondernemers die moeilijk aan financiering komen, te helpen.¹⁶⁴

Perceptie jegens Qredits en bereidheid tot contact

Tot slot is de financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen die goed of op hoofdlijnen bekend zijn met Qredits, of weleens van Qredits hebben gehoord, gevraagd naar hun perceptie van Qredits (zie Figuur E.4 in Bijlage E). Als daarbij ook specifiek wordt gekeken naar de doelgroep van microfinanciering (kredietbehoefte tot 50 duizend euro) geeft ongeveer 25 procent aan een goed begrip te hebben van de krediet- en coachingsdiensten die Qredits aanbiedt. Een evenzo grote groep geeft aan dat Qredits duidelijk anders is dan andere financieringsverstrekkers/-vormen. Ongeveer een derde van de respondenten geeft aan te vinden dat Qredits tegemoet komt aan de behoeften van kleine ondernemers die moeite hebben aan financiering te komen, en geeft 30 procent aan naar Qredits te zullen gaan wanneer zij financiering nodig hebben.¹⁶⁵

Zeker in combinatie met de lage bekendheid bij de doelgroep lijken deze cijfers aan te geven dat er nog genoeg te winnen is voor Qredits op vlak van bekendheid. Binnen de groep die wel (enigszins) bekend is met Qredits, is een groot deel nog niet op de hoogte van de dienstverlening en ook niet direct bereid naar Qredits te stappen voor een krediet. Wel zij vermeld dat deze cijfers met zorg geïnterpreteerd moeten worden, omdat voor alle stellingen geldt dat een grote groep geen mening heeft.

Conclusie

Het doel van deze paragraaf was te toetsen hoe inspanningen van Qredits in termen van marketing en communicatie zich verhouden tot het bereiken van de doelgroep, gemeten via de naamsbekendheid.

Qredits omschrijft haar primaire doelgroep als potentieel startende en bestaande ondernemers. Het gaat om mannen en vrouwen, voornamelijk tussen de 25 en 45 jaar oud, met diverse oplei-

¹⁶³ Voor alle duidelijkheid: hier wordt niet bedoeld op een door de overheid afgedwongen samenwerking. Banken geven zelf aan de voordelen van Qredits te zien. Het gaat hier eerder om het verder institutionaliseren, gegeven de ervaring tot nu toe. Overigens zou de overheid hier wel een intermediaire rol kunnen spelen. Ten slotte: het is altijd de klant die zelf bepaalt of hij of zij een aanvraag bij Qredits doet, ook na een doorverwijzing door een bank.

¹⁶⁴ Een voorbeeld in dit verband, dat tijdens de interviews ter sprake kwam, is het concept van de 'Financieringstafels' in Zuidoost Nederland. Een combinatie van financieringspartijen, waaronder banken, en overheidsinstanties zoekt hierbij naar mogelijkheden voor kansrijke ondernemingen en starters die vastlopen in hun zoektocht naar geld (voor met name innovaties).
Zie <http://www.brainportnetwork.nl/nieuws/nieuws?action=ShowItem&ciId=2216&state=online>.

¹⁶⁵ Voor alle stellingen geldt dat een grote groep geen mening heeft.

dingsniveaus, die het ontbreekt aan financiering en/of ondernemersvaardigheden die niet (altijd) weten wat er allemaal bij het ondernemen komt kijken. Deze mensen wenden zich reeks tot Qredits via internet of via doorverwijzende banken. De secundaire doelgroepen van Qredits zijn onder andere banken, overheidsinstanties, accountants, communicatiepartners, online partijen, coaching partners, en alternatieve financieringspartijen.

Naamsbekendheid, als resultante van de marketinginspanningen, wordt niet door Qredits zelf gemeten. Het zou waardevol voor Qredits kunnen zijn om dit gericht te (laten) meten, bijvoorbeeld rondom campagnes. De meting van naamsbekendheid door SEO en andere partijen en de gegevens uit interviews wijzen uit dat de naamsbekendheid van Qredits laag is.

De mensen die Qredits weten te vinden, komen voornamelijk binnen via internet en de banken. De investering in online activiteiten (32% van het totale marketing budget in 2015) is dan ook begrijpelijk. Potentieel startende ondernemers die niet heel veel kennis rondom financiering hebben, zullen allereerst via Google of een andere zoekmachine gaan zoeken. Qredits geeft zelf aan dat maximaal budget wordt aangewend voor zoekwoorden en website-optimalisatie. Dit resulteert in een breed vindbereik van 500 relevante zoekcombinaties.

Van het marketingbudget wordt een relatief klein deel ingezet voor het bereiken van de secundaire doelgroep, waaronder banken. Hoewel een belangrijk deel van de klanten via banken bij Qredits terecht komt, en Qredits hier ook aandacht aan schenkt, lijkt hier nog potentieel te liggen. Aangezien veel van de gesproken (ex-)klanten van Qredits te kennen geven nog nooit van Qredits te hebben gehoord voordat zij werden doorverwezen door hun bank, gemeente, of andere zakelijke adviseur/partner, lijkt – in bredere zin – een (gerichte) investering in de (effectiefste) kanalen van de secundaire doelgroepen wenselijk.

Sinds 2014 zet Qredits massamediale campagnes (zoals radio en billboards) in als belangrijk middel om de naamsbekendheid onder de primaire doelgroep te vergroten. In 2015 gaat 30 procent naar dergelijke campagnes. Er ontbreekt echter een *ex ante* onderbouwing waarom dergelijke campagnes het meest effectief zouden zijn – mede in relatie tot de alternatieven – om de specifieke doelgroep van Qredits te bereiken. Hiermee is niet gezegd dat dit voor Qredits geen zinvolle strategie kan zijn, en *ex post* lijkt de campagne ook te leiden tot extra website bezoek en aanvragen. Wel lijkt het relevant explicieter inzichtelijk te maken waarom een substantieel deel van het budget juist hieraan wordt besteed, wat de verwachtingen daarbij zijn en hoe de effectiviteit structureel gemeten kan worden.

5.2 Klanttevredenheid

Qredits vraagt sinds 2013 periodiek aan haar kredietklanten een enquête in te vullen.¹⁶⁶ De enquêtes vragen klanten van Qredits het contact met medewerkers van Qredits in het afgelopen jaar te beoordelen. Het gemiddeld rapportcijfer in 2013 is een 7,4 (n=729), in 2014 is dit iets gestegen

¹⁶⁶ Qredits probeert hierbij klanten met (ernstige) betalingsachterstanden te ontzien. De enquêtes vormen daarmee vooral een beeld van hoe de reguliere klant de diensten van Qredits waardeert. Aan te bevelen is om desalniettemin separaat aandacht te blijven houden voor de klanttevredenheid van klanten in financiële problemen. In mindere mate geldt hetzelfde voor oud-klanten die inmiddels hun gehele lening hebben afgelost.

naar 7,8 (n=712). Ondernemers die vaker contact hebben met Qredits (meerdere keren per jaar) geven gemiddeld een hogere waardering dan ondernemers met weinig contact (minder dan eens per jaar).

Tabel 5.3 geeft per contactpersoon weer hoe klanten het contact met Qredits waarderen. Het meeste contact hebben klanten met de bedrijfsadviseur en de afdeling financiële administratie. De bedrijfsadviseur wordt het hoogst gewaardeerd, al zijn de verschillen beperkt. Klanten die niet weten met wie ze contact hebben gehad of de betreffende vraag in zijn geheel niet hebben ingevuld geven de laagste waarderingen. Ook blijkt dat contact met de afdeling incasso en beheer, waarbij mag worden aangenomen dat het hier meer dan bij andere contacten gaat om klanten die tegen (mogelijke of verwachte) problemen met betalingen aanlopen, een iets lagere waardering hebben; al zijn ook hier de verschillen beperkt.

Tabel 5.3 Contact met de accountmanager/bedrijfsadviseur wordt goed gewaardeerd.

Contact met	Aantal (2014)	Waardering (2014)	Aantal (2013)	Waardering (2013)
Iemand van de (financiële) administratie	223	7,8	104	7,7
Iemand van de afdeling coaching	20	7,8	11	8,1
Iemand van de afdeling incasso en beheer	122	7,6	51	7,7
Mijn accountmanager/ bedrijfsadviseur	286	8,0	183	7,9
Weet ik niet	56	7,4	18	7,7
Niet ingevuld	5	6,2	362	7,1
Totaal	712	7.8	729	7.4

Bron: SEO Economisch Onderzoek, o.b.v. Qredits enquêtes 2013 en 2014.

Om de bevindingen over klanttevredenheid op basis van de Qredits-enquête te toetsen, zijn telefonische interviews uitgevoerd met een tiental klanten van Qredits.¹⁶⁷ Getracht is een verdeling te realiseren over huidige klanten, ex-klanten, in default geraakte klanten en afgewezen aanvragers. Voor de laatste drie categorieën bleek het moeilijk om voldoende ondernemers te vinden die bereid waren mee te werken. Uiteindelijk is gesproken met acht bestaande klanten, één in default geraakte klant en één ondernemer die door Qredits is doorverwezen naar een bank en daar uiteindelijk financiering heeft ontvangen.

Een deel van de geïnterviewde ondernemers heeft eerst een aanvraag bij een bank gedaan, en is daarna doorverwezen naar Qredits, en een deel heeft zich rechtstreeks tot Qredits gewend. Het algemene beeld is dat de gesproken ondernemers tevreden zijn over het proces om krediet te verkrijgen via Qredits. Met name over de communicatie tijdens en begeleiding van het kredietproces is men te spreken. De tijd die Qredits vrijmaakt voor individuele ondernemers, bijvoorbeeld door bij hen langs te gaan, lijkt hier een positieve rol te spelen. Het aanvraagproces via Qredits wordt als (relatief) weinig tijdrovend en (relatief) eenvoudig beoordeeld, al dan niet ten opzichte van het aanvragen van een krediet bij banken.

¹⁶⁷ Er is overwogen om een enquête uit te voeren onder Qredits-klanten. Omdat Qredits zelf reeds tevredenheidsenquêtes uitzet onder klanten, en expliciet is verzocht de administratieve lasten voor ondernemers te minimaliseren, is in overleg met de opdrachtgever besloten de analyse voor deze hypothesen waar mogelijk te baseren op bestaande materiaal en een beperkt aantal interviews.

Tegelijkertijd geeft een deel van de geïnterviewden aan dat als het niet mogelijk is om via een bank krediet te verkrijgen, Qredits de enige mogelijkheid is en dan het dan moeilijk is om in te schatten hoe tevreden men is – er is dan immers weinig vergelijkingsmateriaal. Ook speelt het naar verwachting een rol dat het grootste deel van de gesproken ondernemers uiteindelijk krediet heeft ontvangen via Qredits. De ervaring via Qredits heeft dan in ieder geval tot een positieve uitkomst geleid, wat mogelijk weerslag heeft in het oordeel over de tevredenheid. Ten slotte geeft één ondernemer aan de rente die Qredits rekent te hoog te vinden.

Gevraagd naar tevredenheid, richten ondernemers zich over het algemeen op het aanvraagproces. Blijkbaar wordt aan het *hebben* van een krediet, weinig dienstverlening meer toegedicht. Dit kan ook te maken hebben met het feit dat het moeilijk is gebleken om te spreken met ondernemers die in financiële problemen zijn geraakt; het is immers aannemelijk dat het contact met Qredits dan toeneemt met invloed op het oordeel over tevredenheid *tijdens* het hebben van een krediet.

Conclusie

In grote lijnen kan de tevredenheid over de kredietverlening door Qredits in drie delen worden gesplitst: het aanvraagproces, de kredietperiode en de afwikkeling, waarbij dat laatste de vorm kan aannemen van finale aflossing of een afwikkeling van non-betaling. Over de tevredenheid met de derde categorie zijn geen gegevens beschikbaar omdat deze groep ondernemers niet worden bevraagd door Qredits. Ook bij het doen van interviews in het kader van dit onderzoek bleek die groep moeilijk te benaderen. Toch is het van belang dat verder na wordt gedacht over een manier om ook de (kwaliteit van of) tevredenheid met dit onderdeel van de dienstverlening gestructureerd te meten.

Tijdens de interviews gehouden in het kader van dit onderzoek gingen ondernemers bij de vraag over tevredenheid vooral in op het kredietproces. Hieruit volgt een algemene tevredenheid die vooral gebaseerd is op het (persoonlijke) contact en de communicatie, al zij vermeld dat het aantal interviews te klein is voor robuuste conclusies. Het ontbreekt verder aan gegevens om uitspraken te doen over tevredenheid met het aanvraagproces. Hoewel de eerste tekenen positief zijn, geldt ook hier de noodzaak voor een scherpere vinger aan de pols.

Voor de tevredenheid van dienstverlening tijdens de kredietperiode is gekeken naar contact als proxy voor die dienstverlening – na goedkeuring wordt immers geld ontvangen en bestaat de dienstverlening vooral nog uit contact bij vragen of andere zaken. De contacten met Qredits worden met een ruime voldoende gewaardeerd, waarbij vaker contact samen gaat met een hogere waardering.

6 Wat mag dat kosten?

Hoe verhouden de resultaten zich tot de kosten? Door Qredits te vergelijken met internationale peers ontstaat een beeld van de doelmatigheid van Qredits. Op de onderzochte indicatoren doet Qredits het net zo goed of beter vergeleken met haar peers. Daarnaast is Qredits steeds beter in staat de kosten te dekken met inkomsten, mede door een verbreding van de activiteiten. Of revolverendheid puur op basis van microfinanciering op lange termijn mogelijk is zonder enige vorm van overheidssteun is twijfelachtig.

Dit hoofdstuk gaat in op de kosten en opbrengsten van Qredits, om zo duidelijkheid te verschaffen over de mate waarin zij efficiënt opereert en in hoeverre zij in staat is, of naar verwachting zal zijn, om zonder (substantiële) overheidsmiddelen haar activiteiten uit te voeren. Hiermee staan respectievelijk de volgende twee hypothesen uit de onderzoeksvraag centraal:

- Hypothese 4: De manier waarop microfinanciering (via Qredits) wordt aangeboden is doelmatig (hoofdstuk 6.1).
- Hypothese 5: Het systeem microfinanciering is op termijn revolverend/rendabel; beschikbaar zonder of met geringere overheidsmiddelen (hoofdstuk 6.2).

6.1 Doelmatigheid in perspectief

Doelmatigheid betreft de relatie tussen de effecten en de kosten. De te toetsen hypothese is dus of de uitvoeringskosten van Qredits gezien de bereikte resultaten redelijk zijn, mede met het oog op het voorkomen van staatssteun in de vorm van het subsidiëren van buitensporig hoge kosten. Omdat doelmatigheid een relatieve maatstaf is wordt deze idealiter afgezet tegen vergelijkbare initiatieven.

In Nederland bestaan geen initiatieven die op eenzelfde schaal sterk vergelijkbaar zijn met Qredits. Dit is in lijn is met de strategie om door de rijksoverheid gesteunde verlening van microkrediet in Nederland via één kanaal te laten verlopen. Het ligt daarom voor de hand Qredits te vergelijken met internationale initiatieven.¹⁶⁸ De initiatieven die ten behoeve van dit doel zijn uitgekozen zijn dezelfde initiatieven die in het kader van de internationale case studie zijn geïnterviewd. Concreet gaat het om Futurpreneur uit Canada, Foundation East uit het Verenigd Koninkrijk en PerMicro uit Italië. Tabel 6.1 geeft kort weer hoe deze initiatieven zich verhouden tot Qredits. Een uitgebreide beschouwing van elk van deze initiatieven is gegeven in hoofdstuk 7.

¹⁶⁸ Desalniettemin is getracht vergelijkingsmateriaal te verkrijgen voor de Nederlandse context, in het bijzonder voor lokale/regionale microkrediet-initiatieven en – specifiek voor coaching – voor het Ondernemersklankbord. Het is echter niet mogelijk gebleken vergelijkbaar cijfermateriaal te verzamelen op basis waarvan een gestructureerde vergelijking op vlak van doelmatigheid met Qredits mogelijk is.

Tabel 6.1 Kredietverlening en coaching door internationale initiatieven

	Krediet	Rente	Coaching	Doelgroep
Qredits (NL)	Tot €50.000 ¹⁶⁹	9,75-10,75%	Ja, €200 voor twaalf maanden	Kleine (startende) ondernemers
Futurpreneur (CA)	Tot €30.233	Bankrente + 3% tot 5%	Ja, €84 voor zes maanden	Jonge (<39 jaar) ondernemers
Foundation East (VK)	Tot €125.500	19% (6% voor starters)	Ja, €1.230 voor zes maanden	(startende) bedrijven in Oost UK
PerMicro (I)	Tot €25.000	9%	Ja, via partnerorganisatie	Bedrijven en individuen

Bron: SEO Economisch onderzoek op basis van de websites van de vier microfinancieringsinstellingen en interviews. In het geval dat een instelling meerdere producten aanbiedt is het belangrijkste product opgenomen in de tabel.

Geen van de initiatieven is identiek aan Qredits. In beginsel verschilt de situatie waarin deze initiatieven opereren. Daaruit volgen vervolgens verschillen in het maximaal te verlenen krediet, de gevraagde rente en ook de aard van de gegeven coaching. Dit bemoeilijkt een één op één vergelijk met Qredits. Desalniettemin zijn de activiteiten van deze vier instellingen op hoofdlijnen vergelijkbaar en kan dus door de onderlinge verschillen in acht te nemen wel een uitspraak worden gedaan over de relatieve doelmatigheid van Qredits. PerMicro is een gespecialiseerde microfinancieringsinstelling met nauwelijks andere activiteiten.¹⁷⁰ Foundation East en met name Futurpreneur hebben echter veel activiteiten buiten de kredietverlening om. Deze beide instellingen ontvangen subsidie of giften voor het uitvoeren deze activiteiten. Qredits zit hier als organisatie tussenin. De focus ligt op microfinanciering maar Qredits biedt bijvoorbeeld ook coaching aan. Qredits heeft de afgelopen jaren subsidie ontvangen voor het opzetten van de organisatie en het netwerk van coaches.

Doelmatigheid kredietverlening

Doelmatigheid is de verhouding tussen de resultaten en de daarvoor gemaakte kosten. Dit betekent ook dat goedkoper niet noodzakelijk beter is. De kosten moeten immers worden gezien in relatie tot de ontplooiende activiteiten. Microrate (2014) geeft een overzicht van bijna twintig prestatie indicatoren die gebruikt kunnen worden voor het evalueren van de prestaties van microkredietinstellingen. Ten behoeve van deze evaluatie is gekozen voor de in Tabel 6.2 weergegeven prestatie indicatoren omdat deze gezamenlijk een goed beeld geven van de organisatie en de doelmatigheid waarmee de activiteiten worden uitgevoerd. Al deze indicatoren zijn afkomstig uit Microrate (2014) behalve de indicator operationele uitgaven / totale inkomsten. Deze laatste indicator wordt ook wel de *totale kostenratio* genoemd en is een veelgebruikte prestatie indicator in het bankwezen.¹⁷¹

¹⁶⁹ Sinds eind 2013 ook MKB-kredieten tot €250.000

¹⁷⁰ PerMicro biedt wel coaching aan, maar doet dit via een partnerorganisatie, waardoor de kosten hiervoor niet zijn opgenomen in de cijfers van PerMicro.

¹⁷¹ Zie bijvoorbeeld ABN-Amro jaarverslag 2014, pagina 17.

Tabel 6.2 Prestatie indicatoren voor doelmatigheid

Prestatie indicator:	Beschrijving
<i>Kwaliteit van de portfolio</i>	
Afschrijvingen / Uitstaand krediet	De waarde van de afschrijvingen ten opzichte van het totale uitstaande krediet in de betreffende periode
<i>Efficiëntie en productiviteit</i>	
Operationele uitgaven / Uitstaand krediet	De operationele uitgaven in verhouding tot het uitstaande krediet in de betreffende periode
<i>Winstgevendheid</i>	
Netto Resultaat / Activa	Het behaalde resultaat ten opzichte van de totale balans activa
Inkomen uit portfolio / Uitstaand krediet	Inkomen uit rente en provisie in verhouding tot het uitstaande krediet in de betreffende periode
Operationele uitgaven / Totale inkomsten (<i>totale kosten ratio</i>)	De operationele uitgaven in verhouding tot de totale inkomsten (rente en provisie en overige inkomsten)

Bron: SEO Economisch onderzoek op basis Microrate (2014)

Tabel 6.3 en Tabel 6.4 geven per microfinancieringsinstelling de prestatie-indicatoren weer voor 2013 en 2014.¹⁷² De informatie benodigd om deze ratio's uit te rekenen is afkomstig uit de jaarverslagen en is representatief voor de gehele organisatie. Dit betekent dat ook niet-financieringsactiviteiten, gegeven coaching en subsidie-inkomsten zijn meegenomen.¹⁷³

Kwaliteit van de portfolio

De indicator *afschrijvingen / uitstaand krediet* beschrijft de kwaliteit van de kredietportfolio. Kredieten verlenen aan niet-kredietwaardige klanten kan op de langere termijn veel geld kosten. Wanneer een klant door financiële problemen of faillissement niet in staat is de lening terug te betalen moet op het krediet worden afgeschreven. De indicator *afschrijvingen / uitstaand krediet* zet de waarde van de afschrijvingen in het desbetreffende jaar af tegen de waarde van de uitstaande kredieten.¹⁷⁴ Een microfinancieringsinstelling heeft enige vrijheid om te bepalen wanneer een krediet of een deel daarvan wordt afgeschreven. In 2014 schrijft Qredits in het jaarverslag:

“Eind 2014 is besloten om een deel van de kredietportefeuille met grote betaalachterstanden af te boeken. Het betreft met name kredieten uit de opstartjaren van Qredits in 2009 & 2010. Als gevolg hiervan hebben we een eenmalige extra dotatie aan de kredietvoorziening moeten doen. Hiermee is de kredietportefeuille geschoond en geeft de boekwaarde een reëel beeld van de werkelijke waarde van de kredietportefeuille”

Qredits heeft in 2014 dus getracht de kredietportfolio te schonen van kredieten met grote betalingsachterstanden en daardoor een hogere afschrijving gedaan. Op de langere termijn moeten

¹⁷² Ten tijde van deze analyse waren nog niet voor alle microfinancieringsinstellingen de resultaten over 2015 beschikbaar.

¹⁷³ Specifiek voor Qredits geldt dat vanaf eind 2013 ook MKB-financiering onderdeel is van het productaanbod. Met betrekking tot doelmatigheid en de mogelijkheid om Qredits te vergelijken met haar internationale peers wordt dus de gehele organisatie gezien, niet enkel het onderdeel microfinanciering. Uiteraard geldt ook voor de internationale peers dat de gehele organisatie wordt gezien.

¹⁷⁴ Een alternatieve indicator is 'Waardeverandering / Uitstaand krediet'. Dit heeft betrekking op toevoegingen aan de kredietvoorziening omdat de kans op terugbetaling afneemt, bijvoorbeeld vanaf een bepaalde achterstalligheid. Op deze manier ontstaat op de balans een realistisch beeld van de kredietportefeuille. Het verschil met afschrijvingen is dat bij een afschrijving het krediet daadwerkelijk administratief wordt afgeboekt – een krediet wordt definitief als oninbaar gezien. Beide indicatoren leiden tot een soortgelijk beeld van de kwaliteit van de portefeuille van Qredits.

afschrijvingen / uitstaand krediet de kwaliteit van de kredietportfolio weerspiegelen om te voorkomen dat zich (onzichtbare) verliezen ophopen in de kredietportfolio.

In 2013 scoort Qredits gunstig ten opzichte van de andere financiers. In 2014 boekt Qredits ongeveer 7% van de totale waarde van de kredietportfolio af. Ondanks het (eenmalig) schonen van de kredietportefeuille door Qredits is het verschil met de andere financiers in 2014 relatief beperkt. Futurpreneur en Foundation East schrijven respectievelijk 5% en 6% af. PerMicro heeft in het interview aangegeven dat ongeveer 8% van de kredieten niet worden terugbetaald.¹⁷⁵ Qredits heeft in de periode 2009 tot en met juli 2015 ongeveer 7% van de kredieten moeten afschrijven, zie ook paragraaf 3.4.

Tabel 6.3 Doelmatigheidsindicatoren voor microfinancieringsinstellingen als geheel (2013)

2013	Qredits	Futurpre- neur	Foundation East	PerMicro
Afschrijvingen / Uitstaand krediet	3%	6%	15%	8%*
Operationele uitgaven / Uitstaand krediet	11%	68%	52%	11%
Resultaat / Activa	-1%	4%	-1%	-4%
Inkomen uit portfolio / Uitstaand krediet	11%	7%	18%	12%
Operationele uitgaven / Totale inkomsten	76%	90%	82%	82%

Bron SEO Economisch onderzoek op basis van de jaarverslagen van de vier microfinancieringsinstellingen en interviews. Futurpreneur en Foundation East hanteren een boekjaar dat eindigt op 31/03. * Uit het interview met PerMicro komt naar voren dat ongeveer 8% van de leningen in aantallen niet wordt terugbetaald. De verhouding afschrijvingen/uitstaand krediet in euro's is naar verwachting wat lager dan 8%.

Tabel 6.4 Doelmatigheidsindicatoren voor microfinancieringsinstellingen als geheel (2014)

2014	Qredits	Futurpreneur	Foundation East	PerMicro
Afschrijvingen / Uitstaand krediet	7%	5%	6%	8%*
Operationele uitgaven / Uitstaand krediet	10%	62%	45%	8%
Resultaat / Activa	-2%	4%	-1%	-1%
Inkomen uit portfolio / Uitstaand krediet	11%	8%	19%	12%
Operationele uitgaven / Totale inkomsten	82%	90%	83%	57%

Bron SEO Economisch onderzoek op basis van de jaarverslagen van de vier microfinancieringsinstellingen en interviews. Futurpreneur en Foundation East hanteren een boekjaar dat eindigt op 31/03. * Uit het interview met PerMicro komt naar voren dat ongeveer 8% van de leningen in aantallen niet wordt terugbetaald. De verhouding afschrijvingen/uitstaand krediet in euro's is naar verwachting wat lager dan 8%.

Efficiëntie en productiviteit

Door de operationele uitgaven af te zetten tegen het totale uitstaande krediet ontstaat een beeld van de kostenefficiëntie waarmee de verschillende instellingen hun kredietverlening uitvoeren. Er zijn grote verschillen zichtbaar tussen de verschillende organisaties. Qredits en PerMicro maken ongeveer tien cent kosten voor elke euro die ze hebben uitgeleend. Voor Futurpreneur en Foundation East liggen deze waarden veel hoger. Dit komt vermoedelijk omdat deze laatste twee in-

¹⁷⁵ Omdat ondernemers eerst een tijd aflossen alvorens een eventueel default optreedt, is het percentage kredieten waarop moet worden afgeschreven in de regel hoger dan de afschrijvingen uitgedrukt als percentage van het uitstaand krediet in euro's. Het percentage afschrijvingen ten opzichte van het uitstaand krediet in euro's, zoals ook weergegeven in Tabel 6.3 voor de andere instellingen, is naar verwachting lager dan de hier weergegeven 8%.

stellingen relatief veel subsidiegelden en giften ontvangen. Deze subsidiegelden maken het immers mogelijk hogere kosten te maken. Daarnaast kan de subsidiestroom ook een indicatie zijn dat een niet-rendabele (maar sociaal wenselijke) activiteit wordt uitgevoerd. Hierbij is vervolgens nog onderscheid te maken in een subsidie met de bedoeling iets op te zetten dat op een later moment rendabel wordt of een ‘permanente’ subsidie.

Om Futurpreneur en Foundation East beter vergelijkbaar te maken is voor deze organisaties in tabel Tabel 6.5 en Tabel 6.6 een aantal indicatoren weergegeven waarvoor de inkomsten uit subsidie en giften uit de cijfers kunnen worden gelaten.¹⁷⁶ Dit is tevens gedaan voor de coaching subsidie die Qredits gedurende deze jaren ontving. Voor Futurpreneur was het daarnaast mogelijk de kosten die hoofdzakelijk vanuit de subsidiegelden wordt gefinancierd buiten beschouwing te laten.¹⁷⁷ Voor Qredits is de ontvangen subsidie specifiek bedoeld voor coaching en communicatie. Deze subsidie is in mindering gebracht op zowel inkomsten als uitgaven.

Er is dus een scenario opgesteld waarin Qredits geen subsidie heeft ontvangen en dit bedrag dus ook niet heeft uitgegeven. Zowel inkomsten als uitgaven zijn lager. Het bedrijfsresultaat is hetzelfde als in werkelijkheid is gerealiseerd. Bij Foundation East is dit onderscheid minder eenvoudig te maken. De ontvangen subsidies en giften zijn niet geoormerkt voor een specifieke activiteit (bijvoorbeeld coaching). Naast kredietverlening is Foundation East ook betrokken bij sociale projecten op het gebied van gebiedsverbetering, betaalbare woonruimte en gemeenschapswerk. Een deel van de operationele kosten is hieraan toe te schrijven maar op basis van de jaarverslagen kan hier niet voor gecorrigeerd worden. Hierdoor blijven de operationele kosten ten opzichte van de kredietportfolio van Foundation East (veel) hoger dan bij de overige drie microfinancieringsinstellingen.¹⁷⁸ Het verwijderen van aan subsidies gerelateerde kosten bij Futurpreneur lijkt de goede positie van Qredits ten opzichte van de andere instellingen iets te nuanceren. Het is evenwel goed mogelijk dat ook een deel van de overige kosten (buiten de administratieve kosten om) toe te schrijven zijn aan de kredietverlening. Daarmee zou het kostenaandeel van Futurpreneur dus stijgen. In de breedte lijkt Qredits op deze kostenratio in ieder geval niet slechter te presteren dan haar peers.¹⁷⁹

¹⁷⁶ Desalniettemin blijft de vergelijking relatief grofmazig en zijn de verschillende organisaties niet op alle gebieden direct met elkaar te vergelijken. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk dat een afgegeven garantiefaciliteit een subsidie-element bevat. Het is echter niet mogelijk gebleken ook hiervoor te corrigeren.

¹⁷⁷ Concreet is alleen het deel *administration* van de organisatie tot de operationele kosten gerekend. De *Entrepreneurial programs*, *Outreach initiatives* en *Fundraising development* zijn in de ratio's exclusief subsidie buiten beschouwing gehouden.

¹⁷⁸ Daarnaast speelt mee dat Foundation East ten opzichte van de andere instellingen een kleine kredietportfolio heeft waardoor de ratio operationele kosten/ kredietportfolio naar verwachting hoger uitvalt.

¹⁷⁹ Daarbij moet tevens in ogenschouw worden genomen dat er alleen voor Futurpreneur onderscheid is gemaakt naar de kosten gerelateerd aan subsidies.

Tabel 6.5 Doelmatigheidsindicatoren gecorrigeerd voor subsidies en giften (2013)

2013 (exclusief subsidies en giften)	Qredits	Futurpreneur	Foundation East	PerMicro
Operationele uitgaven / Uitstaand krediet	9%	8%	52%	11%
Resultaat / Activa	-1%	-5%	-17%	-4%
Operationele uitgaven / Totale inkomsten	72%	95%	178%	82%

Bron SEO Economisch onderzoek op basis van de jaarverslagen van de vier microfinancieringsinstellingen en interviews. Futurpreneur en Foundation East hanteren een boekjaar dat eindigt op 31/03. Cijfers in bold zijn gecorrigeerd voor subsidies en giften.

Tabel 6.6 Doelmatigheidsindicatoren gecorrigeerd voor subsidies en giften (2014)

2014 (exclusief subsidies en giften)	Qredits	Futurpreneur	Foundation East	PerMicro
Operationele uitgaven / Uitstaand krediet	10%	8%	45%	8%
Resultaat / Activa	-2%	-5%	-16%	-1%
Operationele uitgaven / Totale inkomsten	82%	87%	156%	57%

Bron SEO Economisch onderzoek op basis van de jaarverslagen van de vier microfinancieringsinstellingen en interviews. Futurpreneur en Foundation East hanteren een boekjaar dat eindigt op 31/03. Cijfers in bold zijn gecorrigeerd voor subsidies en giften.

Winstgevendheid

De mate waarin een organisatie erin slaagt rendement te behalen op de kredietportfolio kan ook een indicatie van doelmatigheid zijn. Doelmatigheid is immers de verhouding tussen kosten en resultaat. Een zeer goed resultaat kan hoge kosten verantwoorden.¹⁸⁰

Qredits heeft de afgelopen twee jaar een negatief resultaat geboekt. Afgezet tegen de totale activa (de middelen waarmee Qredits kan werken) komt dit neer op een negatief resultaat van 1% á 2%. Ook de andere microfinancieringsinstellingen zijn verlieslatend geweest. Voor Futurpreneur en Foundation East wordt dit met name duidelijk wanneer de ontvangen subsidies in mindering worden gebracht op het behaalde resultaat (Tabel 6.5 en Tabel 6.6). PerMicro deed het in 2013 verhoudingsgewijs minder goed dan Qredits maar in 2014 juist iets beter.

Een belangrijke voorwaarde voor een positief resultaat is het rendement dat de instelling behaalt op de kredietportfolio. Als dit rendement voldoende hoog is om de operationele kosten én eventuele afschrijvingen op de kredietportfolio te dekken resulteert een positief resultaat. Een microfinancieringsinstelling kan dan dus zonder subsidies of giften haar taken uitvoeren. In de bovenstaande tabellen is steeds het rendement op de portfolio (rente en provisies) afgezet tegen het totale uitstaande krediet. Het resulterende percentage komt in hoge mate overeen met de door de microfinancieringsinstellingen gevraagde rente op hun kredieten. Foundation East behaalt het hoogste rendement, bijna 20 procent. Qredits en PerMicro zitten hier ruim onder met 11 á 12 procent. Futurpreneur behaalt het laagste rendement op de portfolio. Behalve over het verdienpotentieel van een organisatie zegt deze indicator ook iets over de toegankelijkheid van het aan-

¹⁸⁰ Voor alle duidelijkheid: het financiële resultaat is vanzelfsprekend niet de belangrijkste resultaatsindicator voor Qredits; haar primaire doelstellingen liggen immers op een ander vlak. Het is echter niet mogelijk om de doelstellingen van Qredits om te zetten in (met andere instellingen vergelijkbare) indicatoren. Het financiële resultaat in relatie tot de activa is daarbij wel degelijk een bruikbare maatstaf voor het relatieve succes van Qredits, aangezien het iets zegt over de *netto* kosten gegeven de activiteiten – waarbij er van uitgegaan mag worden dat dit vooral uitstaande microkredieten betreft.

geboden product. Futurpreneur slaagt er mede door de ontvangen giften in kredieten te verlenen tegen een aantrekkelijk rentetarief. Foundation East kent daarentegen een zeer hoog tarief waardoor het voor ondernemers mogelijk minder aantrekkelijk is om een krediet aan te vragen.

De verhouding tussen de operationele uitgaven en de totale inkomsten wordt ook wel de totale kostenratio genoemd. Deze verhouding is een belangrijke prestatie-indicator in het bankwezen. Inclusief subsidies als inkomsten hebben alle vier de microfinancieringsinstellingen een kostenratio tussen de 80 en 90 procent. Bij banken ligt dit percentage in de regel lager.¹⁸¹ Dat de microfinancieringsinstellingen een hogere kostenratio hebben is niet verwonderlijk. Ze bedienen een andere doelgroep en streven bovendien sociale doestellingen na. De enige uitzondering is PerMicro in 2014 met een totale kostenratio van 57%. Dit is het resultaat van sterk gestegen inkomsten als gevolg van een toename van het uitstaande krediet van 18 naar 30 miljoen euro. Tegelijkertijd zijn de operationele kosten maar in zeer beperkte mate gestegen. Gecorrigeerd voor subsidies stijgen de kostenratio's van Foundation East en Futurpreneur. Omdat in het geval van Qredits de ontvangen subsidie in mindering is gebracht op zowel inkomsten als uitgaven is het effect op de kostenratio beperkt. Qredits doet het relatief beter dan Futurpreneur maar minder goed dan PerMicro. Foundation East laat zich op dit vlak slecht vergelijken omdat de gesubsidieerde activiteiten niet uit de operationele kosten kunnen worden onttrokken.

Doelmatigheid coaching

Bij de beoordeling van de doelmatigheid van Qredits en andere microfinancieringsinstellingen is het van belang om ook naar coaching te kijken. Een probleem bij het bepalen van doelmatigheid van coaching is de grote mate van heterogeniteit. Zowel korte telefoongesprekken als intensief contact gedurende een langere periode kunnen onder coaching worden verstaan. Het is daarmee niet eenvoudig om de doelmatigheid van coaching te bepalen. Daarbij rapporteren niet alle microfinancieringsinstellingen over de specifiek voor coaching gemaakte kosten. Als gevolg hiervan is geen vergelijk mogelijk.

Bij microfinancieringsinstellingen is het geven van coaching vaak een subtaak, de hoofdtaak is immers het verlenen van microkrediet. Het is daarbij dus relevant of coaching gezien kan worden als een zelfstandig onderdeel dat zichzelf terugverdient of dat het gaat om een extra activiteit die wordt bekostigd met subsidie of de inkomsten uit de kredietverlening.

Voor de microfinancieringsinstellingen in de andere landen was het niet mogelijk om cijfers separaat voor coaching te verzamelen die vergelijkbaar zijn met Qredits. In tegenstelling tot bij kredietverlening kunnen er dan ook geen conclusies worden getrokken over de (relatieve) doelmatigheid van coaching. Een oordeel over de kosten voor coaching door Qredits is verder uitgewerkt als onderdeel van het hoofdstuk 6.2 dat gaat over de revolverendheid van de activiteiten van Qredits.

Conclusie

Door Qredits te vergelijken met internationale peers ontstaat een beeld van de relatieve doelmatigheid van Qredits. In vergelijking met haar peers beschikt Qredits over een kredietportfolio van

¹⁸¹ ING meldt in haar jaarverslag 2014 een kosten/baten verhouding van 58,7%.

relatief hoge kwaliteit. In 2013 heeft Qredits minder af hoeven schrijven dan haar internationale tegenhangers. In 2014 is de afschrijving als gevolg van het (eenmalig) schonen van de kredietportfolio juist iets hoger dan bij Futurpreneur en Foundation East het geval is. Ook op het gebied van kostenefficiëntie is Qredits vergelijkbaar met haar peers. Hierbij moet evenwel worden vermeld dat het niet in alle gevallen mogelijk is een eerlijk vergelijk te maken. Zo is PerMicro als organisatie sterk gefocust op kredietverlening. PerMicro maakt dus nauwelijks kosten voor niet-kredietverleningsactiviteiten. Futurpreneur en Foundation East hebben juist relatief veel activiteiten buiten de kredietverlening om en ontvangen daar subsidie of giften voor. Qredits houdt het midden tussen deze twee uitersten.

Geen van de vier microfinancieringsorganisaties is winstgevend als wordt gecorrigeerd voor subsidiestromen. PerMicro en Qredits behalen een vergelijkbaar resultaat op hun activa. Futurpreneur en Foundation East zouden zonder subsidie een sterk negatief resultaat hebben behaald op hun activiteiten. Het is aannemelijk dat hier wel correlatie tussen bestaat, dus dat subsidie – of omgekeerd: de druk om revolverend te zijn – invloed heeft op het uitgavenpatroon en de keuze om (onrendabele) activiteiten wel of niet te doen.

Voor Futurpreneur speelt verder dat het rendement op de portfolio onvoldoende is om te voorzien in de operationele kosten en de noodzakelijke afschrijvingen op de portefeuille.¹⁸² Qredits en PerMicro doen dit beter. De totale kosten ratio voor al deze instellingen ligt hoger dan voor de gemiddelde Nederlandse bank. Dit is niet verwonderlijk gezien de doelgroep en de sociale doelstellingen van microfinancieringsinstellingen. Qredits scoort op dit vlak beter dan Futurpreneur en Foundation East en minder goed dan PerMicro.

In verband met de heterogeniteit van de aangeboden coaching en het gebrek aan goed vergelijkbare kostengegevens kan geen conclusie worden getrokken over de relatieve doelmatigheid van de door Qredits gegeven coaching.

6.2 De eigen broek ophouden

Introductie

Bij steeds meer overheidsinstrumenten wordt gestreefd naar een bepaalde mate van revolverendheid. Zeker bij kredietverlening is dit niet onlogisch. Het uitgangspunt is immers dat de business cases waar krediet voor wordt verstrekt voldoende rendabel zijn om het krediet inclusief rente terug te betalen. De vraag daarbij is of de rente voldoende hoog is om het kredietrisico te dekken, niet alle kredieten kunnen immers worden terugbetaald - alsmede om de overhead uit te betalen. Revolverendheid van de coachingsactiviteiten betekent dat de kosten ervan op termijn worden opgebracht door fees betaald door ondernemers en de verkoop van e-learnings.¹⁸³

¹⁸² Voor Foundation East is het niet mogelijk gebleken te achterhalen welke activiteiten precies gesubsidiëerd worden en welke activiteiten kunnen worden bekostigd vanuit de opbrengsten van de kredietportfolio.

¹⁸³ Het is niet mogelijk om de kosten en opbrengsten van microfinanciering in zijn geheel te scheiden van de overige activiteiten van Qredits. De analyse heeft dus betrekking op de mate van revolverendheid van Qredits als geheel, inclusief mkb-kredieten voor de jaren 2014 en 2015.

Het ligt niet in de lijn der verwachting dat Qredits vanaf het eerste moment volledig revolverend haar activiteiten kan uitvoeren. In de eerste jaren spelen opstartkosten een relatief grote rol waardoor het algemene kostenniveau hoger ligt dan naar verwachting op de langere termijn het geval zal zijn. Om die reden heeft Qredits zowel voor het opzetten van de kredietverlening vanaf 2009 als voor het bereiken, coachen en begeleiden van de doelgroep (gedeeltelijk via stichting Eigen Baas) subsidie ontvangen van het ministerie van Economische Zaken en een financieringsovereenkomst getroffen met het consortium van banken. Daarbij is een kredietportefeuille van voldoende omvang nodig om de risico's te kunnen spreiden.

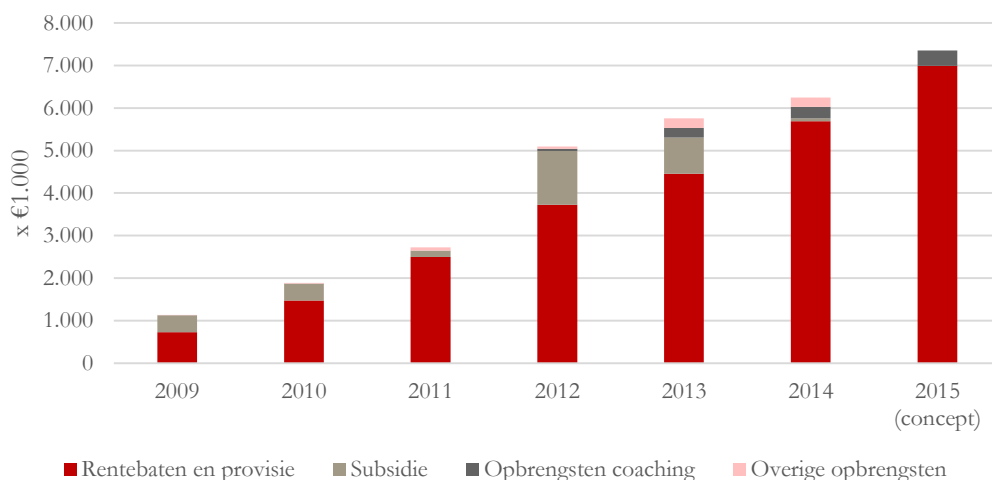
Revolverendheid in de periode 2009-2015

Figuur 6.1 toont de opbrengsten van Qredits in de periode 2009-2015. De belangrijkste opbrengsten zijn die uit rente en provisie. Deze opbrengsten laten een sterke stijging zien, van ongeveer zeven honderd duizend euro in 2009 naar bijna zeven miljoen euro in 2015. Daarnaast heeft Qredits tweemaal een subsidie gekregen van het ministerie van EZ. In de jaren 2009-2011 gaat het om een algemene exploitatiesubsidie. In de jaren 2010-2014 is subsidie verstrekt ten behoeve van het opzetten van het coachingsplatform. Vanaf 2012 genereert coaching opbrengsten in de vorm van bijdragen van ondernemers en de verkoop van e-learnings.

Figuur 6.2 geeft de belangrijkste kosten en uitgaven weer. De belangrijkste kostenposten zijn de operationele lasten van de kredietverlening en de kosten van 'slechte kredieten', hierna dotaties aan kredietvoorzieningen genoemd.¹⁸⁴ De operationele lasten ten behoeve van de kredietverlening laten een geleidelijke stijging zien. De dotaties aan de kredietvoorziening groeien mee met de omvang van de kredietportefeuille. In 2014 heeft Qredits besloten extra te doteren om de kredietportefeuille zo te schonen van slechte kredieten uit met name 2009 en 2010. De dotatie in 2015 ligt ongeveer op hetzelfde niveau als in 2013. Vanaf 2012 maakt Qredits ook kosten voor het verlenen van coaching. De ontvangen subsidie is ingezet voor het opzetten van het coachingsplatform in 2012 en 2013. In 2014 is een lastendaling zichtbaar. De kosten voor coaching in 2015 zijn niet separaat opgenomen in het concept jaarverslag 2015 maar zijn onderdeel van de totale operationele kosten.

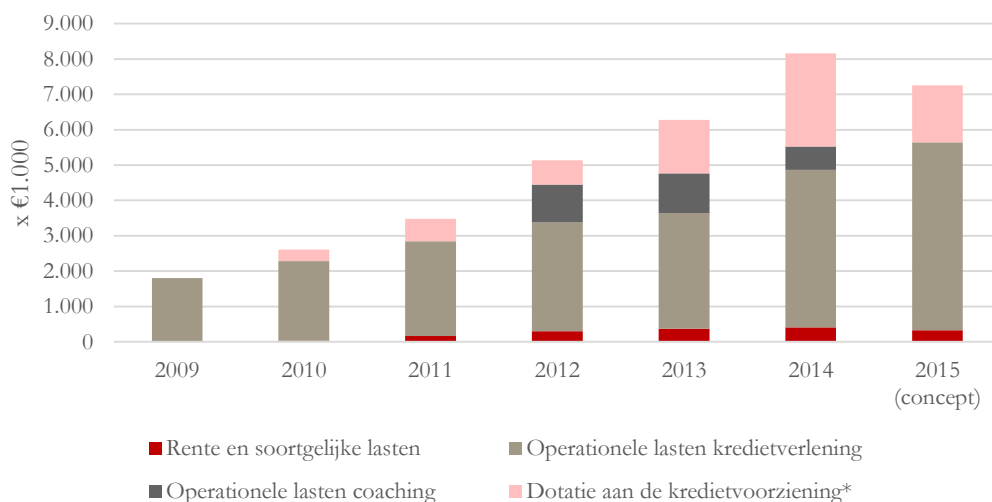
¹⁸⁴ Meer specifiek worden (naar aanleiding van betalingsachterstanden van klanten) dotaties gedaan aan de kredietvoorzieningen, als 'potje' voor het afboeken van kredieten. Daarnaast worden afboekingen soms direct ten laste van de kredieten (en dus het resultaat) geboekt. Waar bij kosten wordt gesproken over dotaties aan kredietvoorzieningen, is dit met inbegrip van de incidentele directe afboekingen ten laste van het resultaat.

Figuur 6.1 De opbrengsten uit rentebaten en provisie zijn vertienvoudigd sinds 2009



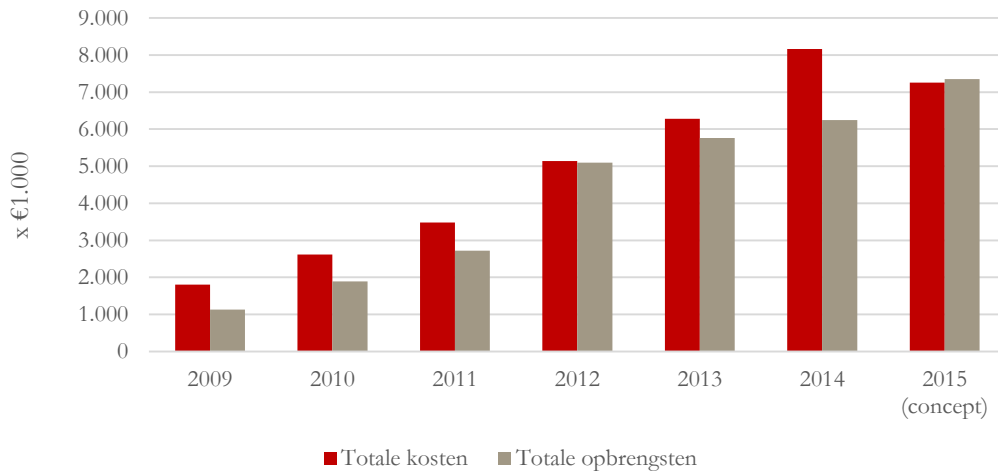
Bron: SEO Economisch onderzoek op basis van Qredits jaarverslagen 2009-2014 en het concept jaarverslag 2015. Rentebaten en provisie in 2015 zijn inclusief de overige opbrengsten.

Figuur 6.2 In 2014 zijn relatief veel kredieten met een ernstige betalingsachterstand afgeboekt.



Bron: SEO Economisch onderzoek op basis van Qredits jaarverslagen 2009-2014 en het concept jaarverslag 2015. Operationele lasten kredietverlening in 2015 zijn inclusief de operationele lasten coaching. * Inclusief incidentele directe afboeking ten laste van het resultaat.

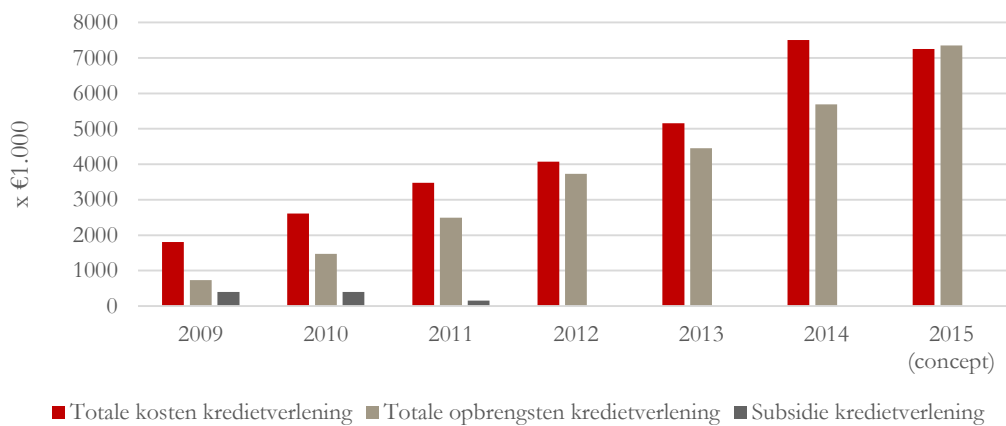
Figuur 6.3 combineert de informatie uit de voorgaande twee figuren en laat zien hoe kosten (inclusief dotaties) zich verhouden tot de opbrengsten. 2012 was het eerste jaar waarin de opbrengsten en uitgaven van Qredits ongeveer met elkaar in balans waren. Qredits ontving dat jaar echter relatief veel subsidie voor het opzetten van het coachingsplatform. In 2013 en 2014 zijn de opbrengsten uit rente en provisie voldoende om de operationele lasten mee te dekken. Met inbegrip van de kosten die Qredits moet maken als gevolg van het afboeken van slechte kredieten is het resultaat in deze jaren desalniettemin negatief. 2015 lijkt het eerste jaar te gaan worden waarin Qredits tot een positief resultaat komt, waarbij zij aangetekend dat in 2015 geen subsidie is ontvangen. Over het eerste half jaar van 2015 is een resultaat van ongeveer tweehonderd duizend euro behaald.

Figuur 6.3 In 2015 boekt Qredits naar verwachting voor het eerst een positief resultaat

Bron: SEO Economisch onderzoek op basis van Qredits jaarverslagen 2009-2014 en het concept jaarverslag 2015.

Kredietverlening en coaching

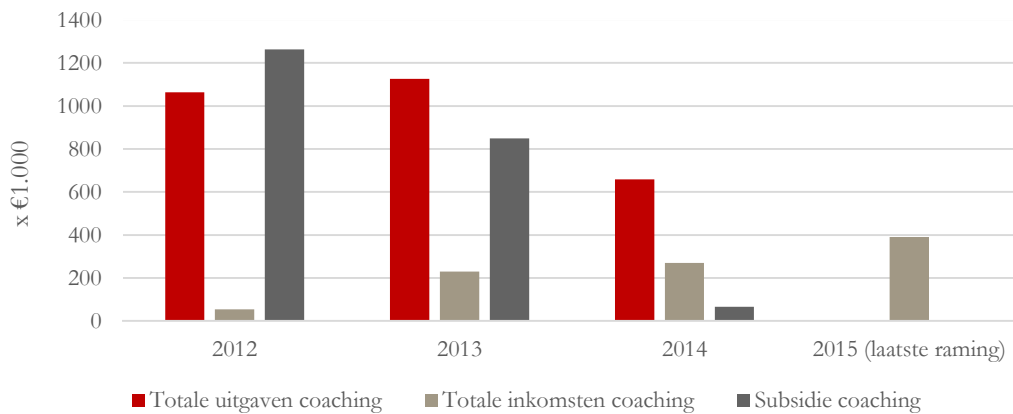
Figuur 6.4 en Figuur 6.5 maken een onderscheid tussen de onderdelen kredietverlening en coaching. Het kredietverleningsdeel is verantwoordelijk voor het grootste deel van de kosten en opbrengsten en daarmee bepalend voor de algemene revolverendheid van Qredits als geheel.

Figuur 6.4 De kosten van kredietverlening waren lange tijd hoger dan de uitgaven

Bron: SEO Economisch onderzoek op basis van Qredits jaarverslagen 2009-2014 en het concept jaarverslag 2015. De totale uitgaven kredietverlening in 2015 zijn inclusief de uitgaven coaching

Sinds 2012 vermeldt Qredits de kosten en opbrengsten uit coachingsactiviteiten separaat in de resultaatrekeningen. In de eerste jaren zijn hoge kosten gemaakt voor het opzetten van het coachingsplatform. In 2014 rapporteert Qredits lagere uitgaven. Per 2015 krijgt Qredits geen subsidie meer. Het concept jaarverslag 2015 laat een verdere stijging van de opbrengsten uit coaching zien. De uitgaven aan coaching zijn nog iets hoger dan de opbrengsten, maar indien deze ontwikkeling zich voortzet is een evenwicht in coachingsopbrengsten en –uitgaven in zicht.

Figuur 6.5 De uitgaven aan coaching waren in 2015 hoger dan de opbrengsten



Bron: SEO Economisch onderzoek op basis van Qredits jaarverslagen 2009-2014 en het concept jaarverslag 2015.

Qredits heeft in de afgelopen jaren stappen gezet om in de toekomst revolverend te kunnen opereren. Qredits is voldoende gegroeid om het verlies aan subsidie opbrengsten uit de eerste jaren op te vangen. Sinds 2012 behaalt Qredits over het operationele deel van haar activiteiten een positief resultaat. Dit wil zeggen dat de opbrengsten uit rente en provisie voldoende zijn om de operationele kosten te dekken. Voor 2015 resteert ook na de dotaties aan de kredietvoorziening een positief resultaat. Schaalgrootte speelt hier naar verwachting een belangrijke rol.

Toch is nog geen sprake van volledige revolverendheid. De dotaties aan de kredietvoorziening een relatief grote schommeling zien over de jaren. Dit betekent dat zelfs in jaren met een goed operationeel resultaat onder de streep een verlies kan resulteren. Grotere voorspelbaarheid en regelmaat in deze post is dus noodzakelijk om op de lange termijn revolverend te zijn. Verder weerspiegelen de tabellen op de voorgaande pagina's nog niet de het gehele financiële plaatje. Als gevolg van verliezen uit eerdere jaren heeft Qredits een negatief eigen vermogen opgebouwd.¹⁸⁵ De komende jaren zal Qredits dit moeten aanvullen alvorens sprake is van echte revolverendheid.¹⁸⁶ Ook geniet Qredits de komende jaren nog van de gunstige voorwaarden van de achtergestelde lening die het ministerie van EZ haar heeft verstrekt.¹⁸⁷ Op deze lening hoeft pas op zijn vroegst in 2031 te worden afgelost. Daarnaast kan Qredits gebruik maken van deels gesubsidieerde instrumenten als de BMKB en een tweetal garantieprogramma's (EaSI en COSME) van de Europese Unie.

Revolverendheid op de langere termijn

Het is nog te vroeg om uitspraken te doen over de uiteindelijke revolverendheid van Qredits. Het is wel mogelijk een aantal scenario's te ontwikkelen om de gevoeligheid van het resultaat voor

¹⁸⁵ Eind 2014 staat een negatief eigen vermogen van ongeveer 3,2 miljoen euro op de balans.

¹⁸⁶ Daarbij dient tevens opgemerkt te worden dat het deel coaching in 2014 nog niet voldoende opbrengsten genereert om de kosten te dekken. Voor het jaar 2015 zijn cijfers op dit detailniveau nog niet beschikbaar.

¹⁸⁷ Dit geldt zowel voor die lening zelf, als de gevolgen van de voorwaarden van die lening voor de voorwaarden op andere leningen. De gunstige voorwaarden van de lening door EZ leiden immers tot een lager risico voor de andere leningen.

bepaalde assumpties inzichtelijk te maken.¹⁸⁸ Het uitgangspunt hierbij is het concept resultaat over het jaar 2015. 2015 is het eerste jaar waarin Qredits (op basis van de concept cijfers) een positief resultaat heeft. Tabel 6.7 geeft een vereenvoudigde weergave van de concept resultaatrekening. In de rechter kolom is aangegeven hoeveel procent van de totale baten een post uitmaakt. Dit maakt het belang van deze post voor het uiteindelijke resultaat inzichtelijk.

Tabel 6.7 Voor 2015 wordt een klein positief resultaat verwacht

Resultaatrekening Qredits	2015 (x €1000)	Percentage van totale baten
Opbrengsten kredieten	6995	95%
Opbrengsten coaching	360	5%
Totale baten	7355	100%
Rente en soortgelijke lasten	330	4%
Netto opbrengsten	7025	96%
Totale operationele lasten	5315	72%
Resultaat voor voorzieningen	1710	23%
Dotatie voorzieningen (inclusief rente)	1610	22%
Resultaat na dotatie voorzieningen	100	1,4%

Bron: SEO Economisch onderzoek op basis van Qredits concept jaarverslag 2015.

Zoals al eerder aangestipt, is het ministerie van EZ een belangrijke financier van Qredits. In totaal is ongeveer 45 miljoen euro kapitaal ter beschikking gesteld. De voorwaarden van deze lening zijn zeer gunstig. Over de lening is een vaste rente van 1,2% verschuldigd in het jaar dat Qredits winst maakt. De rente wast bovendien aan bij de hoofdsom. Dat wil zeggen dat de totale lening wordt verhoogd met de verschuldigde rente zodat de rente pas op zijn vroegst in 2031 moet worden betaald. Op de lange termijn zal Qredits rekening moeten houden met het betalen van marktconforme rentetarieven op het aangetrokken kapitaal. Omdat de rente op de lening van EZ aanwast bij de hoofdsom is deze niet zichtbaar in de resultaatrekening voor 2015. Daarbij is het rentetarief van 1,2% niet marktconform. In het scenario dat Qredits op basis van de huidige resultaatrekening een marktconform rentetarief van 2,75% zou moeten betalen over de geleende 45 miljoen zou dit jaarlijks ruim 1,2 miljoen euro aan extra kosten met zich meebrengen.¹⁸⁹ Op de huidige resultaatrekening zou Qredits dan een fors verlies leiden.

Een tweede mogelijk scenario is dat, bijvoorbeeld als gevolg van een crisis, een groter aantal klanten van Qredits niet in staat is hun lening terug te betalen. Voor 2015 bedraagt de dotatie voorzieningen 1,6 miljoen euro. Deze dotatie heeft tot doel om dit soort verliezen op te vangen. Het gaat om iets minder dan een kwart van de totale baten. Op basis van de huidige resultaten zou een hogere post voorzieningen vrijwel direct leiden tot een verlies.¹⁹⁰ Dit was onder meer zichtbaar in 2014 toen Qredits besloot eenmalig extra af te schrijven op de kredietportfolio om deze te schonen van slechte kredieten uit met name 2009 en 2010. Als gevolg daarvan werd in 2014 ruim

¹⁸⁸ Deze scenario's zijn indicatief van aard en geen voorspelling van het toekomstig verdienpotentieel van Qredits.

¹⁸⁹ Qredits betaalt 2,75% rente over de meest recente tranche financiering die is verkregen van het syndicaat van banken en verzekeraars. Door de diverse garantstellingen en de achtergestelde lening van EZ is het risico voor externe financiers lager. Daardoor is ook dit percentage naar verwachting niet volledig marktconform.

¹⁹⁰ Een deel hiervan zal evenwel opgevangen kunnen worden door de garantiefaciliteiten die vanuit de Europese Unie aan Qredits beschikbaar zijn gesteld. Dit type faciliteiten vormen zodoende een manier om het risico op kredietverliezen te beperken.

2,6 miljoen euro aan dotatie voorzieningen opgenomen. Dit was 43% van de totale baten van 6,2 miljoen. Op de resultaatrekening van 2014 resulteert een verlies van 1,9 miljoen euro.¹⁹¹ Een vergelijkbare situatie (een voorziening ter waarde van 43% van de totale baten) zou in 2015 hebben geresulteerd in een verlies van 1,4 miljoen euro.

Deze twee scenario's laten de kwetsbaarheid van Qredits zien ten aanzien van extra kostenposten. Hierbij is steeds uitgegaan van de (concept) resultaatrekening uit 2015. Het is echter ook te verwachten dat Qredits in de toekomst verder zal groeien. De totale baten groeiden in 2015 met 19%. Deze groei neemt wel langzaam af. In 2012 was de groei (exclusief subsidie-opbrengsten) bijna 50%, in 2013 28% en in 2014 26%. Op basis van deze aanzienlijke (maar afnemende) groei is het niet onrealistisch dat Qredits over een aantal jaren 50% en op de nog iets langere termijn zelfs 100% meer opbrengsten heeft. Om over vijf jaar 50% extra opbrengsten te realiseren is een gemiddelde jaarlijkse groei van ruim 7% nodig.¹⁹² Een belangrijke kanttekening daarbij is wel de in hoofdstuk 3 gedane vaststelling dat het aantal microkredietaanvragen in 2014 en 2015 is afgenomen ten opzichte van 2013. Dit lijkt vooralsnog geen grote impact te hebben gehad op de resultaatrekening omdat het aantal *gehonoreerde* microkredieten niet is afgenomen. Desalniettemin zou een verdere afname van het aantal microkredietaanvragen er op termijn toe kunnen leiden dat Qredits minder microkredieten kan afsluiten met als gevolg lagere inkomsten uit dit deel van de activiteiten van Qredits.¹⁹³

Om verdere groei te realiseren, dient Qredits nog beter de huidige doelgroep van microfinanciering te bedienen. Hoofdstuk 3 concludeert dat een substantieel deel van de potentiële doelgroep Qredits (nog) niet weet te vinden en uit hoofdstuk 5 volgt dat er nog verbetering mogelijk is op vlak van naamsbekendheid. Hieruit volgt dat mogelijke groei gerealiseerd kan worden met bijvoorbeeld een grotere en/of effectievere marketinginspanning. Daarnaast ligt er mogelijk nog groeipotentieel bij producten anders dan microfinanciering, zoals de MKB-kredieten tot 250 duizend euro, of in een verbreding van het productaanbod, zoals het voornemen werkkapitaal te gaan aanbieden.

Indien Qredits er inderdaad in slaagt verder te groeien, zal naar alle waarschijnlijkheid het aandeel operationele kosten ten opzichte van de baten verder dalen.¹⁹⁴ In het geval dat Qredits 50% extra baten realiseert en de operationele lasten terug weet te brengen tot 65% van de baten resulteert een winst van 0,95 miljoen euro. Bij 100% extra baten en totale operationele lasten van 60% van de totale baten resulteert een winst van 2 miljoen euro.¹⁹⁵ Binnen deze scenario's ontstaat daarmee dus ook enige ruimte om marktconforme rentetarieven te betalen of (eenmalig) hogere voorzieningen uit te financieren.¹⁹⁶

¹⁹¹ Zonder de afgesloten garantstellingen was dit verlies nog 1,3 miljoen euro groter geweest.

¹⁹² Om over tien jaar 100% extra opbrengsten te realiseren is een gemiddelde jaarlijkse groei nodig van 8,5%.

¹⁹³ Een andere reden voor de beperkte impact van de daling van het aantal aanvragen, is dat de cijfers in dit hoofdstuk betrekking hebben op alle activiteiten van Qredits. Door bijvoorbeeld het aanbieden van MKB-kredieten sinds 2013 is de exploitatie van Qredits minder afhankelijk geworden van ontwikkelingen ten aanzien van microfinanciering.

¹⁹⁴ De daling van operationele kosten per euro opbrengst is ook zichtbaar in voorgaande jaren. Dit aandeel was (exclusief subsidie-inkomsten) in 2010 nog ruim 150%. In 2012 was het 108%, in 2014 ongeveer 83% en in 2015 72%.

¹⁹⁵ In deze scenario's zijn de verhoudingen tussen de verschillende posten uit Tabel 6.7 gelijk gebleven. De dotatie voorzieningen stijgt dus mee met de totale baten.

¹⁹⁶ Hierbij speelt de complexiteit van (gedeeltelijke) aftrekbaarheid van rente. Het voert in het kader van het onderhavige onderzoek te ver om dit in detail door te rekenen.

Conclusie

Qredits heeft de afgelopen jaren een substantiële groei doorgemaakt en daarin goede stappen gezet op het gebied van revolverendheid. De baten uit rente en subsidie zijn vertienvoudigd tussen 2009 en 2015. In 2015 resulteert (zonder subsidie-opbrengsten) een positief resultaat op het totaal aan activiteiten.

Indien Qredits blijft groeien en de operationele lasten als verhouding van de baten verder weet terug te brengen, ontstaat op termijn ruimte in de resultaatrekening om hogere kosten te dragen. De mogelijkheden voor groei lijken ook aanwezig, wat uiteraard geen garantie is.

Tegelijkertijd toont het exceptioneel grote verlies uit 2014 aan dat Qredits gevoelig is voor kredietverliezen op het moment dat klanten hun lening niet (kunnen) terugbetalen. De geschetste scenario's met hogere kosten zijn naar verwachting uitersten. Hoewel het moeilijk is om definitieve conclusies te trekken gezien de korte periode, lijkt het niet aannemelijk dat de kredietverliezen structureel net zo hoog of hoger zullen zijn dan in 2014.

De huidige nettoresultaten moeten daarnaast ook worden geïnterpreteerd ten opzichte van de overheidssteun die Qredits ontvangt. Qredits profiteert nog zeker 15 jaar van de gunstige voorwaarden van de door het ministerie van EZ verstrekte financiering, en andere steunelementen. Op dit moment zou Qredits bijvoorbeeld niet in staat zijn marktconforme tarieven te betalen over de lening van EZ.

Al met al mag worden geconcludeerd dat puur op basis van microfinanciering – mede gegeven de huidige negatieve netto vermogenspositie – revolverendheid een lastige opgave is op het moment dat alle steun vanuit overheidswege zou vervallen. Of dit bezwaarlijk is, en of (verdere) verdieping of verbreding van de productportefeuille gewenst is met het oog op revolverendheid, is een politieke vraag.

7 Coaching

Ondernemers zijn beperkt tevreden over de bijdrage van coaching aan de bedrijfsvoering. Ook voldoet coaching bij een deel van de ondervraagden niet aan de verwachting. Tegelijkertijd geven ondernemers hun coach gemiddeld een ruime voldoende (6,9). Het ontbreekt al met al aan eensluidende gegevens voor harde conclusies, al lijkt er ruimte voor verbetering op vlak van de aansluiting van coaching bij de behoeften van ondernemers. De belangrijkste les is dat er meer aandacht moet komen voor het meten van de resultaten van de inspanningen.

Dit hoofdstuk gaat, zoals toegelicht in hoofdstuk 1.3, voor een aantal hypothesen separaat in op coaching. Eerst wordt een beschrijving gegeven van de informatie die is verzameld om deze hypothesen voor coaching te toetsen (hoofdstuk 7.1), waarna per hypothese de resultaten worden weergegeven (hoofdstuk 7.2).

7.1 Informatiebronnen

Qredits-enquête en belronde: coaching met kredietverstrekking

In de enquête die Qredits sinds 2013 periodiek onder haar kredietklanten uitzet, stelt zij ook vragen over coaching. Ongeveer 35 procent van de respondenten geeft aan een coach te hebben of te hebben gehad.¹⁹⁷ Van de ondernemers zonder coach geeft 7,7 procent (2013) respectievelijk 4,8 procent (2014) aan wel een coach nodig te hebben. Deze ondernemers geven aan vooral op de vlakken marketing/verkoop, (financiële)administratie en persoonlijke effectiviteit behoefte te hebben aan een coach. De overgrote meerderheid van de ondernemers zonder coach heeft hier ook geen behoefte aan. Ruim 10 procent zegt niet zeker te weten of ze een coach nodig hebben.

De respondenten die coaching hebben gehad, zijn in beperkte mate positief over de toegevoegde waarde van het coachingstraject. Meer dan een derde geeft aan dat de coaching in zeer geringe mate heeft bijgedragen aan de bedrijfsvoering (zie Tabel 7.1). Een kleiner deel, 16 respectievelijk 17 procent geeft aan dat de bijdrage groot of zeer groot was.¹⁹⁸

Het gemiddelde rapportcijfer dat de gecoachte ondernemers aan hun coach gaven is een 6,9. Dit geldt voor zowel 2013 (n=352) als 2014 (n=488). Iets minder dan 20 procent van de ondernemers geeft zijn of haar coach een onvoldoende.¹⁹⁹ Er lijkt enige discrepantie te zitten tussen de waardering voor de coach (overwegend voldoende) en de mate waarin coaching heeft bijgedragen aan de bedrijfsvoering (beperkt). Het is evenwel mogelijk dat coaches een bijdrage hebben gehad op een ander terrein dan de bedrijfsvoering. De enquêtes geven hier echter geen inzicht in.

¹⁹⁷ Het percentage klanten dat coaching heeft gehad is hoger bij de jongere cohorten (2012 en 2013) dan bij de oudere cohorten (2009 en 2010).

¹⁹⁸ Opvallend genoeg is er in de enquête geen mogelijkheid om aan te geven dat er in het geheel geen bijdrage is geleverd aan de bedrijfsvoering.

¹⁹⁹ Eerdere onderzoeken gedaan door Labyrint weerspiegelen dit beeld. Op het vlak van coaching geeft 19% aan ontevreden of zeer ontevreden te zijn.

Tabel 7.1 In welke mate heeft coaching het afgelopen jaar bijgedragen aan uw bedrijfsvoering?

	Aantal responden- ten (2014)	Als percentage (2014)	Aantal responden- ten (2013)	Als percentage (2013)
In zeer geringe mate	176	36%	84	36%
In geringe mate	67	14%	38	16%
In enige mate	126	26%	54	23%
In grote mate	68	14%	29	12%
In zeer grote mate	10	2%	12	5%
Weet ik niet	40	8%	19	8%
Totaal	487	100%	236	100%

Bron: SEO Economisch Onderzoek, o.b.v. Qredits enquêtes 2013 en 2014.

In aanvulling op de enquête is er twee keer een belactie door Qredits onder haar klanten met een coachingstraject gehouden. Het is niet bekend of er overlap zit tussen de respondenten van de enquête en de belactie. Daarnaast zijn er met de belactie relatief weinig klanten bereikt (respectievelijk 35 en 42). De resultaten uit de belactie zijn dan ook puur ter illustratie.

In 2013 gaf driekwart van de ondernemers die zijn benaderd bij de belactie aan dat zij in de toekomst weer een beroep op Qredits zouden doen. Vier op de vijf zou Qredits bij collega ondernemers en relaties aanbevelen.²⁰⁰ Ook in 2014 is een meerderheid van de ondernemers (zeer) positief over de tot dan toe ontvangen coaching. Tegelijkertijd geeft een aanzienlijk deel van de ondernemers aan dat hun verwachtingen met betrekking tot het coachingstraject (tot nu toe) niet zijn uitgekomen.²⁰¹ De voornaamste toegevoegde waarde van de coach zat volgens de ondernemers in de functie van sparringpartner en klankbord. Ook op deskundigheid en professionaliteit scoorden de coaches goed.

Qredits vragenlijst: coaching zonder kredietverstrekking

Sinds juli 2014 krijgen ondernemers met coaching zonder kredietverstrekking én hun coaches een vragenlijst aan het einde van het traject. Tot half november 2014 hebben 77 ondernemers de vragenlijst ontvangen. 30% (22) van de ondernemers hebben de vragenlijst teruggestuurd.²⁰²

Tabel 7.2 geeft de verschillende redenen weer van ondernemers zonder kredietverstrekking om aan een coachingstraject te beginnen. Opvallend is dat slechts een vijfde het willen aanvragen van krediet bij Qredits als reden geeft. Daarmee lijkt coaching waarde te hebben los van de voorbereiding op het krijgen van krediet via Qredits – in lijn met de gedachte dat er belemmeringen bestaan bij de ondernemersvaardigheden.²⁰³

²⁰⁰ Qredits Resultaten belactie coaching, 9 december 2013.

²⁰¹ Qredits Resultaten belactie coaching, 24-07-2014.

²⁰² Qredits Jaarplan 2015

²⁰³ Daarbij dient wel te worden opgemerkt dat in totaal slechts 22 ondernemers een ingevulde vragenlijst hebben teruggestuurd.

Tabel 7.2 Reden voor coaching voor ondernemers zonder kredietverstrekking

	Percentage
Ik had algemene vragen over het starten van een onderneming	27%
Ik wil krediet aanvragen bij Qredits	19%
Ik zocht ondersteuning bij de financiën en administratie	23%
Ik zocht ondersteuning bij marketing & verkoop	19%
Overige	7%

Bron: SEO Economisch Onderzoek, o.b.v. Qredits Jaarplan 2015: Enquêtevraag: Waarom bent u gestart met een coachingstraject?

SEO-enquête

In de SEO-enquête, waar financiële beslissers zijn bevroegd van bedrijven met maximaal vijf werknemers, die in de afgelopen drie jaar een kredietbehoefte hadden (tot 250 duizend euro) of in de komende drie jaar een financieringsbehoefte verwachten te hebben zijn tevens vragen gesteld over behoefte aan coaching.

Van de ondervraagde respondenten, heeft 47 procent weleens behoefte gehad aan coaching/begeleiding bij het opstarten of leiden van hun bedrijf (N=306). Van hen heeft 48 procent daadwerkelijk coaching gezocht en nog eens 26 procent overweegt dit te gaan doen (N=145).²⁰⁴ Dit houdt in dat 35 procent van de (mede)eigenaars en/of (mede)oprichters van kleine bedrijven met een kredietbehoefte coaching heeft gezocht of overweegt te zoeken, wat beeld geeft bij de potentiële doelgroep op dit vlak.

Interviews

Ondernemers

In aanvulling op bovenstaande is, mede ter toetsing van de resultaten uit de enquêtes en overige gegevens van Qredits, een aantal vragen voorgelegd over coaching aan de ondernemers die telefonisch zijn geïnterviewd in het kader van dit onderzoek (zie hoofdstuk 5).²⁰⁵ Van de tien gesproken ondernemers, heeft 5 een coach (gehad), waarbij zij aangetekend dat één van ondernemers die geen coaching heeft gehad ook geen krediet bij Qredits heeft ontvangen. Onderstaande resultaten moeten gezien het beperkt aantal gesproken ondernemers met coach dan ook vooral als illustratief worden gezien.

De meeste ondernemers geven aan ervaring van andere ondernemers of experts (zoals accountants, of de Kamer van Koophandel) te gebruiken – maar dit hoeft dus niet altijd een Qredits coach te zijn. Over het algemeen zijn de gesproken ondernemers die coaching hebben ontvangen, daar positief over.²⁰⁶ Wel heeft een aantal alleen een coach genomen, omdat ze dit als verplicht onderdeel zien, en zou dat mogelijk anders niet hebben gedaan – bijvoorbeeld omdat men

²⁰⁴ Respondenten die al eens een financieringsbehoefte hebben gehad (en gezocht), hebben veel vaker coaching gezocht dan respondenten die alleen een financieringsbehoefte in de toekomst voorzien.

²⁰⁵ Er is gesproken met acht bestaande klanten, één in default geraakte klant en één ondernemer die door Qredits is doorverwezen naar een bank en daar uiteindelijk financiering heeft ontvangen.

²⁰⁶ Eén ondernemer gaf aan ontevreden te zijn over de coach.

zelf al over voldoende ondernemerservaring of over een eigen netwerk beschikt.²⁰⁷ Als men al een eigen netwerk heeft, leidt dit soms tot minder gebruik van de Qredits coach. Meer algemeen, betekent het hebben van een coach nog niet dat ondernemers daar ook echt gebruik van maken. Opvallend is ten slotte dat een aantal respondenten aangeeft de coach zelf te hebben gekozen uit de beschikbare coaches terwijl anderen aangaven daarin geen keus te hebben.

Overige interviews

Los van de interviews met ondernemers, zijn er interviews over (onder andere) coaching gehouden met enkele coaches, met partijen in het speelveld rondom financiering van MKB'ers²⁰⁸ en met Qredits zelf.

Bijna alle partijen in het *umfeld* zien coaching als een essentieel onderdeel van Qredits, en misschien zelfs wel als haar belangrijkste toegevoegde waarde. Op landelijk niveau ziet men amper concurrentie, behalve het Ondernemersklankbord. Wel zijn er regionaal wat initiatieven die als concurrerend kunnen worden gezien.

Anderzijds volgt uit de gesprekken eenzelfde beeld wisselend beeld over de behoefte bij ondernemers. Die is er niet altijd, ook niet als zij wel een Qredits-coach hebben. Ondernemers zien coaching soms als een blok aan hun been, of informeren zich simpelweg liever bij mensen in hun naaste omgeving.

7.2 Toetsen hypotheses

Ondernemersvaardigheden

In het kader van hypothese 1 moet getoetst worden of microfinanciering via Qredits de belemmeringen die (aspirant) ondernemers ondervinden ten aanzien van het verwerven ondernemersvaardigheden (grotendeels) heeft weggenomen, en in hypothese 2 of Qredits de doelgroep voldoende bedient.

Voor kredietverlening is in het kader van deze hypotheses gekeken in hoeverre Qredits haar potentiële doelgroep bedient, mede als benadering voor het meten van het wegnemen van belemmeringen. Op basis van de SEO-enquête heeft grofweg 35 procent van de MKB'ers tot vijf werknemers die een kredietbehoefte hebben of verwachten te hebben weleens een coach of begeleiding gezocht of verwacht dat te gaan doen. Dit impliceert een forse potentiële doelgroep.

Maar een groot verschil met kredietverlening is dat Qredits hier veel 'concurrentie' heeft. Bij kredietverlening gaat het in beginsel om ondernemers die elders geen financiering kunnen krijgen. Bij coaching kunnen ondernemers zich tot vele partijen richten, van mensen in hun eigen (professionele) omgeving, zoals bekende ondernemers of accountants, tot het Ondernemersklankbord en regionale initiatieven. Ook het begrip 'aanvullend aan de markt', in lijn met de gedachte

²⁰⁷ Voor alle duidelijkheid zij vermeld dat coaching in beginsel niet als voorwaarde wordt gesteld voor het verkrijgen van een krediet; wel vaak als advies. De interviews geven echter de perceptie weer. Blijkbaar ervaren sommige ondernemers coach wel als een verplichting.

²⁰⁸ In casu, banken, Kamer van Koophandel, MKB Doorstart en Rockstart.

van de publieke belangen (zie hoofdstuk 1.1) is hier maar moeilijk te interpreteren.²⁰⁹ Maar misschien nog wel belangrijker is de complexiteit van het begrip coaching, dat voor de ene ondernemers iets heel anders kan betekenen dan voor de andere. Dit alles maakt het onmogelijk om de potentiële doelgroep te meten en te beoordelen in welke mate Qredits die bedient.²¹⁰

Een alternatief is te kijken naar de mate waarin Qredits coaching verleent aan ondernemers die ook een krediet ontvangen; dat is immers de dienstverlening die zij het langst aanbiedt en nog het best gemeten kan worden. Haar eigen doelstelling is hierbij om aan 60 procent van die ondernemers met een Qredits-krediet coaching te verstrekken. In 2014 realiseerde Qredits bijna 50 procent coaching aan deze groep, waarmee zij haar doel dus (net) niet haalde. Een belangrijke nuance is dat dit nog weinig zegt over de intensiteit en het nut van de coaching. Uit de interviews blijkt dat een deel van de ondernemers coaching ziet als een ‘verplicht’ onderdeel van de kredietverlening, en daar in realiteit weinig gebruik van maakt. Zinvoller zou dan ook zijn om te meten welk deel van de ondernemers met een krediet echt behoefte heeft aan coaching en hoe tevreden zij daarmee zijn. Dit zou ook beter aansluiten bij de vraagstelling over het ‘wegnemen van belemmeringen’. Dit relateert direct aan de volgende paragraaf, over ‘Klanttevredenheid’.

Klanttevredenheid

Hypothesen 7 en 8 gaan in op de vraag of klanten van Qredits tevreden zijn, of de begeleidingsactiviteiten/coachingsdiensten aansluiten bij de behoeften van de doelgroep en of ondernemers de meerwaarde zien van een vorm van begeleiding/coaching.

Uit de enquêtes blijkt een beperkte tevredenheid met coaching in termen van de bijdrage aan de bedrijfsvoering. Bijna 50% van de ondernemers (met krediet en coaching via Qredits) stelt dat coaching “in zeer geringe” of “in geringe mate” bijdraagt aan de bedrijfsvoering. Voor ruim 40% is dit “in enige” tot “in zeer grote mate”. Grofweg ziet dus iets minder dan de helft van de gebruikers toegevoegde waarde van coaching op dit vlak. Uit de belronde door Qredits zelf volgt daarnaast dat voor een aanzienlijk deel van de ondernemers hun verwachtingen met betrekking tot het coachingstraject (tot nu toe) niet zijn uitgekomen. De genoemde resultaten zijn niet sluitend, maar geven een indicatie dat er mogelijk ruimte voor verbetering is op vlak van tevredenheid.

Anderzijds waarderen ondernemers hun coach gemiddeld met een ruime voldoende (6,9). Uit de telefonische interviews in het kader van dit onderzoek en de belronden die Qredits zelf heeft gehouden – beide puur ter illustratie gezien het beperkte aantal observaties – volgt ook een wat positiever beeld. Daarbij geldt wel de kanttekening dat tevredenheid soms ook samen gaat met een beperkt gebruik.

²⁰⁹ Coaching kan bijvoorbeeld gerelateerd worden aan informatie-asymmetrie, in de zin dat het kan leiden tot een beter geïnformeerde ondernemer die betere ondernemingsplannen kan schrijven en daarmee de financier beter inzicht geeft in de risico's. Als een ondernemer al in staat is of bereid om zelf in te schatten of dat nuttig voor hem of haar zou kunnen zijn, blijft het de vraag in hoeverre die kennis niet elders verkregen kan worden. Daarnaast kan herverdeling of paternalisme een politieke rol spelen, onder de aanname dat kleine ondernemers moeilijk zelf in kunnen schatten wat hun (benodigde) kennisniveau is en daarbij geholpen zouden moeten worden.

²¹⁰ Nog los van het feit dat de dienstverlening van Qredits op dit vlak in de loop der jaren sterk is geëvolueerd.

Deze op het oog paradoxale bevindingen zouden een weerslag kunnen zijn van de verschillen in daadwerkelijke behoefte aan coaching tussen ondernemers die blijkt uit de interviews, bijvoorbeeld omdat zij al over ervaring beschikken of zelf een netwerk hebben waar ze uit kunnen putten. In de interviews bleek ook dat ondernemers die een coach hebben, deze niet altijd (intensief) gebruiken. Dit duidt op een gebrek aan aansluiting van de diensten bij de behoefte van de ondernemers, wat kan leiden tot een afwijking tussen perceptie over de coach zelf en het nut van coaching. Tegelijkertijd kan de behoefte van sommige ondernemers ten aanzien van coaching ook op een ander vlak liggen dan een bijdrage aan de bedrijfsvoering.

Over het daadwerkelijke gebruik van coaching, zijn geen gegevens beschikbaar. Wel lijkt de belactie uit 2013 er op te wijzen dat ondernemers de diensten aan zouden bevelen aan andere ondernemers.

De gegevens over ondernemers die wel coaching maar geen krediet ontvangen van Qredits lijken een voorzichtige indicatie te geven dat coaching ook zonder kredietverlening bestaansrecht heeft als middel om ondernemersvaardigheden te vergroten.

Hoewel harde conclusies vooralsnog niet mogelijk zijn, lijkt er ruimte te zijn voor verbetering in termen van aansluiting bij behoeften, en daarbij mogelijk ook in de vorm van een efficiëntere inzet van middelen. Een belangrijke eerste stap is om de exacte behoeftes van ondernemers aan coaching, en de bijbehorende gewenste invulling, nader te inventariseren, op een meer gestructureerde wijze doelstellingen voor verschillende groepen coachingsklanten te formuleren en deze te koppelen aan het meten van de resultaten van de inspanningen.

Overige hypotheses

Hypothese 3 vraagt om een toets op de bijdrage (op middellange termijn) van microfinanciering aan de kwantiteit en kwaliteit van het (succesvol) ondernemerschap. Hier lijkt de nadruk te liggen op het meten van de bijdrage van kredietverlening. Toch is getracht in de analyse in hoofdstuk 4 te beoordelen in hoeverre coaching hier een rol speelt. Het bleek echter niet mogelijk om de benodigde gegevens over gebruik van coaching te koppelen aan een krediet, ook omdat de diversiteit van de dienstverlening en de timing ervan in het proces van ondernemen hierin te groot is. De gegevens uit de enquête van Qredits geven echter wel enig inzicht: ondernemers met krediet en coaching zijn slechts in beperkte mate positief over de toegevoegde waarde van het coachingstraject.²¹¹ Qredits zou deze meting frequenter en gestructureerder kunnen uitvoeren om deze beter te laten aansluiten bij de noodzaak toegevoegde waarde te meten en deze (op basis van oorzaken van ontevredenheid) te verbeteren.²¹²

Hypothese 6 gaat over het bereik van de doelgroep. Hierboven is al gesteld dat een kwantitatieve inschatting van de potentiële doelgroep in het kader van dit onderzoek niet mogelijk was. In het kader van kredietverlening is in hoofdstuk 5.1 ingegaan op de marketinginspanningen van Qredits en het effect daarvan in termen van doelgroepbereik. In de marketingactiviteiten van Qredits ligt de nadruk over het algemeen op kredietverlening. De aanname is dat een meerkoppi-

²¹¹ Ook hier kan weer het gebrek aan behoefte spelen, maar de toegevoegde waarde van coaching is dan naar verwachting nog steeds beperkt.

²¹² In het kader van toekomstige evaluaties ligt het voor de hand het ministerie van EZ hier bij te betrekken.

ge boodschap zou afleiden, en dat aandacht voor coaching automatisch coaching zou meetrekken. Net als is aanbevolen in hoofdstuk 5 lijkt het zinvol om ook op vlak van coaching een gestructureerdere link te leggen tussen doelgroepen en marketingactiviteiten, en de resultaten hiervan te meten – waarbij bijzondere aandacht voor het ex ante vaststellen van de behoefte aan coaching.

8 Internationaal perspectief

Case studies van microfinancieringsinstellingen uit Italië, het Verenigd Koninkrijk en Canada bieden een kans te leren van ervaringen in andere landen. Geen instelling werkt op dezelfde manier. Wel lijkt er consensus dat microkredietverlening en coaching altijd om een rol van de overheid zal vragen, dat coaching een belangrijk onderdeel van de dienstverlening is en dat naamsbekendheid een uitdaging vormt.

Inleiding

Als onderdeel van de evaluatie van microfinanciering zijn drie internationale case studies uitgevoerd naar buitenlandse microfinancieringsinstellingen. Gekozen is voor PerMicro in Italië, Foundation East in het Verenigd Koninkrijk en Futurpreneur in Canada.²¹³

Het doel van de internationale case studies is tweeledig. Ten eerste is informatie van buitenlandse microfinancieringsinstellingen gebruikt om de doelmatigheid van Qredits te toetsen. De efficiëntie en effectiviteit van Qredits wordt vergeleken met die van haar internationale *peers* door enkele belangrijke financiële ratio's naast elkaar te leggen. Dit staat beschreven in hoofdstuk 6.1. Het tweede doel van de internationale case studies is om lessen te leren uit de manier waarop microfinanciering in andere landen wordt ingevuld. Als onderdeel van de case studies zijn telefonische interviews afgenomen met het European Microfinance Network, PerMicro, Foundation East en Futurpreneur. In deze interviews zijn de activiteiten met betrekking tot financiering en coaching besproken. Daarnaast is de organisaties de ruimte geboden om in te gaan op de uitdagingen waar zij voor staan, de lessen die in de afgelopen jaren geleerd zijn en hun visie op de rol van microfinanciering. Hieronder volgt eerst voor elk van de drie case study instellingen een korte beschrijving. De rest van dit hoofdstuk gaat in op de belangrijkste inzichten uit de case studies.

8.1 Internationale microfinancieringsinstellingen

PerMicro

PerMicro is een Italiaanse aanbieder van microkredieten. Haar missie is 'werkloosheid tegengaan en sociale inclusie creëren door het op professionele wijze verstrekken van microkrediet, financiële kennisoverdracht en diensten voor het opstarten en steunen van bedrijven'.²¹⁴

PerMicro is opgericht in 2007 in Turijn en is de enige Italiaanse instelling die gespecialiseerd is in microkrediet. Zij biedt zowel leningen aan bedrijven als aan families aan. Sinds de oprichting in 2007 zijn ruim 10.000 leningen verstrekt, waarvan bijna 1700 bedrijfsleningen. De doelgroep van de bedrijfsleningen bestaat uit startende ondernemers die niet in aanmerking komen voor een lening bij een reguliere bank. Zij kunnen maximaal 25.000 euro lenen bij PerMicro. De ondernemers kunnen gebruik maken van coaching via een externe organisatie genaamd PerMicro Lab.

²¹³ Deze keuze is in overleg met de begeleidingscommissie gemaakt op basis van vergelijkbaarheid in termen van activiteiten en omvang (zie ook Tabel 6.1), en een interview met de Europese branchevereniging European Microfinance Network (EMN).

²¹⁴ www.permicro.it

Momenteel is PerMicro in 11 Italiaanse regio's actief met 14 regionale kantoren. De Italiaanse overheid is niet bij PerMicro betrokken. De organisatie wordt gefinancierd door private partijen, waaronder banken.

Foundation East

Foundation East is een regionaal opererende microkredietinstelling in het oosten van het Verenigd Koninkrijk opgericht in 2004. Haar missie is 'om sociale inclusie en regionale bedrijven te versterken, door financiële producten en diensten voor kleine bedrijven aan te bieden'.²¹⁵ Daarnaast zet Foundation East zich in voor regionale gemeenschappen middels vastgoedtransacties gericht op betaalbaar wonen en buurtverbetering.

De diensten voor kleine bedrijven bestaan naast het verstrekken van financiering ook uit ondersteuning aan de ondernemer. Het gaat daarbij zowel om leningen voor het opstarten van een bedrijf als om leningen voor de groei van kleine bestaande bedrijven. Het maximale leenbedrag is 100 duizend pond (iets meer dan 125 duizend euro). Bedrijven die een lening afsluiten, ontvangen ook automatisch coaching.

Foundation East opereert in zes *counties* in het Oosten van het Verenigd Koninkrijk. In dat gebied is Foundation East de enige instelling die microkrediet aan zowel bestaande als opstartende ondernemingen aanbiedt. Overheidsbijdragen zijn een belangrijke, maar afnemende, financieringsbron voor Foundation East.

Futurpreneur

Futurpreneur is een aanbieder van diensten, waaronder microfinanciering, aan startende ondernemers in Canada en is opgericht in 1996. Futurpreneur wil 'een integrale rol spelen in de ondernemerschapservaring van Canadezen tussen de 18 en 39 jaar door het aanbieden van financiering, mentorschap en gereedschappen die hen helpen een duurzaam bedrijf op te zetten en waarde te creëren'.²¹⁶ Futurpreneur bestaat inmiddels twintig jaar.

Eén van de diensten van Futurpreneur is het aanbieden van leningen tot 45 duizend dollar (iets meer dan 30 duizend euro) aan startende ondernemers. Daarnaast helpt de organisatie startende ondernemers met het opstarten van een bedrijf. Futurpreneur biedt een-op-een mentorschap aan ondernemers gedurende de eerste twee jaar van het bedrijf. Tenslotte biedt zij middelen aan waarmee ondernemers het bedrijf kunnen opstarten en kunnen laten groeien, zoals een interactief onlineprogramma bedoeld om het schrijven van een bedrijfsplan te vergemakkelijken. Futurpreneur is de enige nationale aanbieder van deze diensten zonder winstoogmerk in Canada. Futurpreneur wordt hoofdzakelijk gefinancierd middels giften van private partijen en door overheidssteun.

²¹⁵ <http://www.foundationeast.org/about-us/mission-and-values.aspx>

²¹⁶ <http://www.futurpreneur.ca/en/mission/>

8.2 Inzichten uit de case studies

Financiering

Een belangrijke doelstelling van Qredits is om op termijn revolverend te zijn. Dit streven wordt niet door alle internationale instellingen gedeeld. Foundation East en Futurpreneur zijn voor een groot deel afhankelijk van overheidssteun. Beide partijen geven aan dat er altijd een rol voor de overheid zal zijn bij microkredieten. Zij bieden namelijk een oplossing aan die naar hun mening via de markt niet tot stand komt. Microkredieten en coaching zijn gericht op startende ondernemers, die niet in aanmerking komen voor een lening via een bank. Beide partijen geven aan dat het risico op de leningen dusdanig hoog is dat het niet of nauwelijks door private partijen kan worden aangeboden. Hieraan gekoppeld benadrukken deze microkredietinstellingen de maatschappelijke waarde die zij zien in de door hen uitgeoefende activiteiten. Zij verwijzen daarbij bijvoorbeeld op een toename van werkgelegenheid, sociale inclusie van kwetsbare groepen en mogelijk hogere belastingopbrengsten.

PerMicro, opereert zonder overheidssteun. Deze instelling geeft aan dat dit mogelijk is als gevolg van het aanbieden van familieleningen, naast de bedrijfsleningen. De bedrijfsleningen op zichzelf zijn vooralsnog niet revolverend.

Het mag geen verbazing wekken dat de instellingen zelf toegevoegde waarde zien in hun activiteiten, al dan niet in de vorm van een ‘publiek belang’. De uitdaging is om deze hypothese te toetsen, zoals ook gevraagd is in het kader van deze evaluatie. Wel benadrukken de interviews nog maar eens de vraag wat er gedaan moet worden zolang (cijfermatig) aantonen van de toegevoegde waarde complex is. Interessant hierbij is dat Qredits er in is geslaagd de revolverendheid in de tijd in ieder geval sterk te verbeteren, waarbij het de vraag blijft of volledige revolverendheid realistisch is. Wel moet aangetekend worden, dat bijvoorbeeld het verbreden en verdiepen van het productaanbod door Qredits voorwaardelijk kan zijn voor die laatste stap naar (structurele) revolverendheid (zie hoofdstuk 6.2). Dit lijkt in lijn met de ervaring van PerMicro, dat zonder overheidssteun opereert, waar de scope breder is dan alleen bedrijfsleningen.

Coaching

Alle drie de instellingen bieden naast financiering ook coaching aan. PerMicro doet dit via een externe organisatie genaamd PerMicro Lab. Coaching wordt gegeven door vrijwilligers en is niet verplicht. Voor ondernemers is coaching kosteloos. Doordat er slechts beperkte capaciteit is, ontvangt maar een klein deel van de ondernemers met een lening ook coaching. Futurpreneur biedt coaching aan vanaf een jaar voor de start van het bedrijf. Indien een lening wordt verstrekt, ontvangen ondernemers bovendien automatisch coaching en aanvullende diensten op het gebied van bijvoorbeeld netwerkontwikkeling. Mentors zijn vrijwilligers met minimaal vijf jaar ervaring in ondernemerschap. Ondernemers betalen omgerekend iets meer dan veertig euro voor coaching. Futurpreneur biedt ook coaching aan zonder lening. In dat geval is de eigen bijdrage van de ondernemer iets meer dan tachtig euro. Futurpreneur ziet het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden als het belangrijkste doel van coaching. Daarbij benadrukt met name Futurpreneur de grote impact van coaching op het latere succes van de ondernemer.

Bij Foundation East krijgen alle ondernemers verplicht coaching. Coaching bestaat primair uit een maandelijks telefoongesprek met de ondernemer. Coaching kan zowel door Foundation East

als door een externe coach worden gegeven. In dat laatste geval betaalt de ondernemer 30% van de kosten van de coach en wordt de rest door de overheid vergoed. Hoewel het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden onderdeel zijn van de coaching ziet Foundation East het tegelijkertijd als een vinger aan de pols bij de ondernemer. Het onderhouden van de goede relatie tussen ondernemer en geldverstrekker als ook het tijdig signaleren van mogelijke betalingsproblemen zijn dus net zo goed onderdeel van de coaching.

Alle drie de instellingen geloven sterk in de waarde van coaching. Het met cijfers onderbouwen van die waarde blijkt ook hier lastig. Verder valt op dat de aanpak van coaching verschilt tussen de case studies. Dit maakt vergelijken en het formuleren van lessen – al is het kwalitatief – moeilijk. Los hiervan, lijkt Qredits – gegeven de ervaring in de andere landen – coaching in relatief korte tijd te hebben geprofessionaliseerd tot een activiteit met een brede werking (een-op-een gesprekken en online tools, alsmede voor ondernemers met en zonder krediet), waarbij kosten en opbrengsten steeds meer in balans zijn.

Naamsbekendheid

Net als Qredits geven de drie internationale microfinancieringsinstellingen aan te streven naar een hogere naamsbekendheid. Zij gebruiken onder meer sociale media, evenementen, presentaties en traditionele media om hun diensten onder de aandacht van potentiële klanten te brengen.

Futurpreneur bood tot enkele jaren geleden enkel kredieten aan via tussenpersonen, niet op eigen titel. Als gevolg daarvan is de naamsbekendheid laag. Futurpreneur ziet het bijdragen aan- en organiseren van evenementen en persoonlijke gesprekken voeren met potentiële ondernemers als de meest effectieve wijze om de doelgroep te bereiken. Tegelijkertijd is deze aanpak mede door de grote afstanden in Canada ook erg kostbaar. Om die reden worden ook massamediacampagnes ingezet.

Zowel Futurpreneur als PerMicro geven aan te kunnen leren van Qredits als het gaat om doorverwijzingen door banken. Foundation East zet hier net als Qredits ook actief op in maar geeft tegelijkertijd aan dat dit iets van de lange adem is. Personeelsverloop bij banken zorgt ervoor dat dit steeds opnieuw onder de aandacht gebracht moet worden. Foundation East geeft verder aan veranderende marktomstandigheden en nieuwe financieringsvormen als een kans te zien. Zo zoeken ze naar mogelijkheden om ondernemers die er via crowdfunding niet in slagen financiering op te halen te laten doorverwijzen naar Foundation East.

Literatuur

- Ali, Ö. G., & Arıtürk, U. (2014). Dynamic churn prediction framework with more effective use of rare event data: The case of private banking. *Expert Systems with Applications*, 41(17), 7889-7903.
- Baarsma, B., Laverman, F., Hof, B. J. F., & Theeuwes, J. (2007). Methodiek doorlichting VROM-beleid: Op zoek naar publieke belangen. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.
- Beers, N. van, Bijlsma, M., Veldhuizen, S. van, Vogt, B. (2015). De Nederlandse financieringsstructuur in perspectief. CPB Achtergronddocument. 27 augustus 2015.
- Burez, J., & Van den Poel, D. (2009). Handling class imbalance in customer churn prediction. *Expert Systems with Applications*, 36(3), 4626-4636.
- Chawla, N. V., Japkowicz, N., & Kotcz, A. (2004). Editorial: special issue on learning from imbalanced data sets. *ACM Sigkdd Explorations Newsletter*, 6(1), 1-6.
- De Vos, E., Zwinkels, W., Heyma, A., & Can Klaveren, C. (2008). *Handboek meetmethoden voor effectiviteit van activerend arbeidsmarktbeleid op persoonsniveau*. SEO-rapport 2008-31. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.
- Dittman, D. J., Khoshgoftaar, T. M., Wald, R., & Napolitano, A. (2014, May). Comparison of data sampling approaches for imbalanced bioinformatics data. In *The Twenty-Seventh International Flairs Conference*.
- DNB (2013). Overzicht financiële stabiliteit, najaar 2013, nr 18.
- DNB (2014) Kredietverlening en bancaire kapitaal.
- Drummond, C., & Holte, R. C. (2003, August). C4. 5, class imbalance, and cost sensitivity: why under-sampling beats over-sampling. In *Workshop on learning from imbalanced datasets II* (Vol. 11).
- G. Hebbink, M. Kruidhof en J.W. Slingenbergh (2014). Kredietverlening en bancaire kapitaal, DNB Occasional Studies, 12 – nr. 3 (april), De Nederlandsche Bank, p. 17.
- King, G., & Zeng, L. (2001). Logistic regression in rare events data. *Political analysis*, 9(2), 137-163.
- M. Kerste, J. Poort, N. Rosenboom, J. Weda (2011). Cultuur naar vermogen. SEO-rapport 2011-32.
- Menardi, G., & Torelli, N. (2014). Training and assessing classification rules with imbalanced data. *Data Mining and Knowledge Discovery*, 28(1), 92-122.
- Microrate (2014) Technical Guide: Performance and Social Indicators for Microfinance Institutions.

- Ministerie van Economische Zaken (2009), Brief aan de Tweede kamer, vergaderjaar 2009-2010, 31 311, nr.35.
- Myers, S.C., Majluf, N.S. (1984). Corporate financing and investment decision when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics* 13 (1984), 187-221.
- Panteia, Financieringsmonitor. Uitgaven 2009-1 tot en met 2015-1.
- Raad voor de Microfinanciering (2007). Microfinanciering als impuls voor ondernemerschap in Nederland. Advies van de Raad voor Microfinanciering in Nederland aan de staatssecretaris van Economische Zaken.
- SER (2014), Verbreding en versterking financiering MKB. advies aan de ministers van Economische Zaken en Financiën, oktober 2014.
- Simonoff, J. S. (2014). Logistic regression—modeling the probability of Success. *Teaching paper of Leonard N. Stern School of Business, New York University*.
- Van Hulse, J., Khoshgoftaar, T. M., & Napolitano, A. (2007, June). Experimental perspectives on learning from imbalanced data. In *Proceedings of the 24th international conference on Machine learning* (pp. 935-942). ACM.

Bijlage A Onderzoeksverantwoording

In het onderzoek is gebruik gemaakt van diverse onderzoeksmethoden. Allereerst is deskresearch uitgevoerd naar microfinanciering in Nederland en daarbuiten. Verder zijn de door het Ministerie van Economische zaken en Qredits aangeleverde processtukken, databestanden en dossiers gelezen en beoordeeld. De naamsbekendheid van Qredits is getoetst middels een enquête uitgezet door SEO onder 375 financiële beslissers. De enquête is tevens gebruikt bij het bepalen van de potentiële doelgroep van Qredits.

Om de bijdrage van microfinanciering aan kwantiteit en kwaliteit van ondernemerschap te becijferen is gebruik gemaakt van CBS micro-data. De CBS-data is op basis van geanonimiseerde KvK-nummers gekoppeld met het klantenbestand van Qredits. Tot slot zijn enkele tientallen interviews uitgevoerd, deze zijn opgenomen in Tabel A.1.

Het onderzoek is begeleid door een commissie bestaande uit vertegenwoordigers van de Ministeries van Economische Zaken en Sociale Zaken en Werkgelegenheid en het Centraal Planbureau.

Tabel A.1 Interviewpartners

Interviewpartner*	Organisatie
Elwin Groenevelt (algemeen directeur)	Qredits
Roy Spit (commercieel directeur)	Qredits
Peter Nijhof (bedrijfsadviseur)	Qredits
Gabor Verwoerd (risk manager)	Qredits
Eric Grootenhaar (risk manager)	Qredits
Engie Petersen (coördinator coaching)	Qredits
Melvin Pietersen (hoofd incasso en beheer)	Qredits
Louise Bokhoven (beleidsmedewerker)	Qredits
Rob Croonenberg	Qredits coach
Jeroen Schroeder	Qredits coach (via Rabobank)
Julia Deans	Futurpreneur
Katy Ford	Foundation East
Rebecca Allen	Foundation East
Monica Bertola	Per Micro
Nicola Bengaliao	European Microfinance network
Koen Wagemakers	Rockstart
Jacqueline Zuidberg	MKB-doorstart
Joris Wijnen	ABN-Amro
Fadine Yüksel	ABN-Amro
Medewerker	ING
Remco van Montfoort	Ministerie van Economische zaken (BMKB)
Lodewijk van der Vegt	RVO (BMKB)
Gé Gijsen	Kamer van Koophandel
Ellen de Rijke	Gemeente Amsterdam (Bbz en microfinanciering)
Manou Chen	Gemeente Amsterdam (Bbz en microfinanciering)
Bestaande klanten van Qredits (8)	Ondernemer
In default geraakte klant van Qredits (1)	Ondernemer
Door Qredits doorverwezen ondernemer (1)	Ondernemer
Startende ondernemers, geen Qredits klant (2)	Ondernemer

* Namen zijn bij SEO Economisch Onderzoek bekend maar niet in alle gevallen vermeld

Bijlage B Omvang potentiële doelgroep

Hypotheses 1 en 2 luiden als volgt:

- Hypothese 1: Microfinanciering via Qredits heeft belemmeringen die (aspirant) ondernemers ondervinden t.a.v. verkrijgen van kapitaal en verwerven ondernemersvaardigheden (grotendeels) weggenomen.
- Hypothese 2: De doelgroep wordt door Qredits voldoende bediend.

Om deze hypothesen te toetsen, zoals geoperationaliseerd in hoofdstuk 3, is het nodig te bepalen hoe groot de groep is die ondanks een kredietbehoefte niet aan financiering kan komen, en te toetsen in welke mate Qredits deze potentiële doelgroep bedient. Een eerste stap hierbij is om te kwantificeren hoe groot de potentiële doelgroep van Qredits is. De onderliggende appendix beschrijft deze rekenexercitie in detail; de resultaten hiervan zijn weergegeven in hoofdstuk 3.2.

Het wegnemen van belemmeringen heeft in brede zin betrekking op MKB'ers die een kredietbehoefte hebben, maar daarvoor niet in het "reguliere circuit" terecht kunnen. Voor wat betreft de evaluatie van microfinanciering door Qredits geldt daarbij nog de aanvullende beperking dat die kredietbehoefte maximaal € 50.000 mag bedragen: de maximale kredietomvang van microfinanciering door Qredits.²¹⁷ Er zijn geen openbare cijfers voorhanden over deze exacte doelgroep. In het kader van dit onderzoek wordt de potentiële doelgroep van Qredits daarom geschat.

Het basisidee achter de schatting is dat een deel van alle MKB'ers tot de doelgroep van Qredits behoort. Om te bepalen welk deel dat is, wordt gebruik gemaakt van steekproefgegevens. Concreet wordt gebruik gemaakt van bestaande enquêtegegevens over MKB-bedrijven, waar MKB'ers gevraagd is naar kredietbehoefte en invulling daarvan. Op basis van de enquêteresultaten wordt het deel bepaald van de bedrijven die meededen aan de enquête dat past binnen de doelgroep van Qredits. Omdat de aantallen van de gebruikte steekproef groot genoeg zijn, kan aangenomen worden dat het doelgroep-percentage *in de steekproef* van MKB-bedrijven ook van toepassing is op *alle* MKB-bedrijven in Nederland.

Gebruikte data

Bij het bepalen van de omvang van de potentiële doelgroep van Qredits is gebruikgemaakt van microdata van het *Behoefteonderzoek MKB-Financiering* door de KvK/HU (editie 2015) en van de *Financieringsmonitor* door EIM/Panteia (edities 2008-2015). Van de *Financieringsmonitor* zijn 7 jaargangen geanalyseerd, van het *Behoefteonderzoek MKB-Financiering* is (vooralsnog) één editie verschenen. De datasets hebben ieder hun voor- en nadelen in het kader van de hier voorliggende vraag. Het voordeel van de EIM/Panteia-data is dat daarmee voor meerdere jaren inzicht ontstaat in de financieringsbehoefte van het MKB. Bij de KvK/HU-data is dat niet het geval, maar in die cijfers zijn kleine ondernemers (in het bijzonder zzp'ers) – en dus de potentiële doelgroep van Qredits – juist weer beter vertegenwoordigd dan in de EIM/Panteia-data, en wordt gedetailleerder navraag

²¹⁷ Hier wordt voorbijgegaan aan de tussentijdse stijging van dat maximum van € 35.000 naar € 50.000.

gedaan naar het proces van zoeken van financiering en eventuele afwijzingen/doorverwijzingen in dit proces.²¹⁸ De twee datasets zijn dus complementair.

Voor het schatten van de doelgroepomvang zijn de KvK/HU-data als basis genomen omdat deze het beste aansluit bij de doelgroep van Qredits en zodoende de grootste kans is dat er voldoende observaties beschikbaar zijn om betrouwbare uitspraken te kunnen doen. De data van EIM/Panteia zijn gebruikt om de robuustheid van de uitkomsten te toetsen en deze te ‘vertalen’ naar eerdere jaren. Daarnaast is in het kader van dit onderzoek een nieuwe enquête uitgezet onder kleine bedrijven (met maximaal 5 werkzame personen), waarvan de uitkomsten ook gebruikt worden bij de schattingen.

Schatting van het percentage bedrijven dat tot Qredits-doelgroep behoort

Stapsgewijze schatting

Om de doelgroep van Qredits te bepalen, moet een aantal stappen worden gezet. Ten eerste hebben niet alle MKB’ers een financieringsbehoefte. Ten tweede hebben sommige van hen die wél een financieringsbehoefte hebben, behoefte aan een type financiering waarin Qredits (nog) niet voorziet, te weten herfinanciering van schulden, financiering van werkkapitaal en/of voorfinanciering van grote opdrachten. Ten derde dient Qredits, vanuit het perspectief van publieke belangen en de overheidssteun die op basis daarvan verleend is aan Qredits, additioneel aan de markt te zijn, in die zin dat het zich richt op ondernemers die geen financiering in de markt kunnen vinden.

Qredits verwoordt dit in haar missie zelf als ondernemers die geen financiering in “het reguliere circuit” kunnen vinden, waaronder in ieder geval het bankwezen moet worden geschaard.²¹⁹ Vanuit het perspectief van publieke belangen is de beperking tot banken mogelijk te strikt; het is immers de vraag of Qredits zou moeten concurreren met andere marktinitiatieven zoals kredietunies of crowdfunding, of zelfs met de mogelijkheid dat ondernemers intern of bij familie financiering kunnen verkrijgen. Afhankelijk van het gekozen perspectief dient Qredits dus aanvullend te zijn ten opzichte van de gehele markt voor financiering (conform het principe van publieke belangen) dan wel ten opzichte van bancaire financiering in lijn met een beperktere interpretatie van de ‘reguliere’ markt voor financiering.

Box B.1 Toets op voldoende starters in de steekproef

Starters vormen een specifieke doelgroep binnen het financieringslandschap, bijvoorbeeld gezien het gebrek aan historische informatie om risico’s in te schatten en het veelal lagere onderpand. Het is aannemelijk dat de kans om al dan niet terecht te kunnen in het reguliere circuit voor starters afwijkt van die voor bestaande bedrijven. Daarom is gekeken of de steek-

²¹⁸ Met ingang van de *Financieringsmonitor 2011* houdt Panteia zzp’ers bewust buiten haar steekproef. Zodoende bieden deze en latere *Financieringsmonitoren* vooral zicht op de financieringsbehoefte van het ‘grotere’ kleinbedrijf.

²¹⁹ Wat Qredits precies verstaat onder het ‘reguliere circuit’ wordt niet eenduidig gedefinieerd. Op de website wordt bij het bespreken van de doelgroep bijvoorbeeld gewezen op ondernemers met “onvoldoende toegang tot bedrijfsfinanciering”, wat zou duiden op een bredere interpretatie dan alleen banken. Anderzijds wordt bijvoorbeeld bij MKB-krediet expliciet een afwijzing of doorverwijzing van een bank als voorwaarde gesteld, wat eerder zou duiden op een beperktere definitie, in casu een definitie die zich beperkt tot banken.

proef van de KvK/HU-enquête representatief is qua aandeel starters door dit te vergelijken met het aandeel starters in de totale bedrijvenpopulatie, berekend met behulp van CBS-microdata. Dit blijkt het geval: het aandeel starters onder microbedrijven in de steekproef – gedefinieerd als bedrijven met maximaal 5,0 fte werknemers en een jaaronzet tot en met € 1 mln. (zie voor onderbouwing van deze definitie hieronder) – is circa 7 procent, versus ongeveer 7,5 procent onder alle Nederlandse microbedrijven in de gehele bedrijvenpopulatie (peiljaar 2013). Starters zijn hierbij gedefinieerd als bedrijven die minder dan 1 jaar actief zijn (steekproef KvK/HU-enquête) dan wel bedrijven die zich in het betreffende jaar hebben ingeschreven in het Handelsregister (populatie op basis van CBS-microdata). Voor het aandeel in de populatie is 2013 het meest recente jaar waarvoor deze berekening gemaakt kan worden (zie ook hoofdstuk 4). De aanname lijkt gerechtvaardigd dat het aandeel starters in de populatie niet wezenlijk is veranderd tussen 2013 en het moment van enquêteren door de KvK/HU (voorjaar 2015).

Deze drie factoren moeten dus als het ware gecorrigeerd worden op de MKB'ers in de microdata om te komen tot de doelgroep voor Qredits. Concreet vallen bedrijven die *geen* financieringsbehoefte hebben of een financieringsbehoefte die *niet* past binnen de activiteiten van Qredits *buiten* de doelgroep. De derde factor – bedrijven die geen financiering in de (bancaire of gehele) financieringsmarkt kunnen vinden – wordt geoperationaliseerd in een onder- en bovengrens.

Bij de *ondergrens* worden bedrijven tot de doelgroep toegelaten die een financieringsaanvraag hebben ingediend bij de bank en die vervolgens door de *bank* volledig is geweigerd *en ook niet elders* in de markt (bijvoorbeeld bij kredietunies of venture capitalists) of intern (bijvoorbeeld interne financiering met ingehouden winsten, leningen van familie of kapitaalbreng van bestaande vennoten) financiering hebben gevonden. Bij de *bovengrens* van de schattingen geldt dit voor bedrijven die informatie – voor het indienen van een financieringsaanvraag – hebben ingewonnen bij een bank en die vervolgens *door de bank* zijn afgewezen of doorverwezen naar een andere bank of instelling.²²⁰

Bij de bovengrens is dus de smalle definitie van het 'reguliere circuit' gehanteerd, en worden dus ook bedrijven die 'alternatieve' financiering kunnen vinden – dat wil zeggen, financiering anders dan bij banken – toch meegeteld bij de doelgroep van Qredits. De waarheid ligt ergens in het midden. Ter illustratie, het volgende voorbeeld. Indien een ondernemer afgewezen wordt bij een bank, daarna door de bank wordt doorverwezen naar bijvoorbeeld een venture capitalist en daar (snel) financiering verkrijgt, ligt het voor de hand deze ondernemer niet tot de potentiële doelgroep van Qredits te rekenen: de ondernemer kon immers zonder grote problemen financiering vinden in de markt. Als een ondernemer echter wordt afgewezen door een bank, zonder succes maandenlang doorzoekt naar financieringsalternatieven in de markt en uiteindelijk dan maar aanklopt bij familie voor een minder groot bedrag dan de eerdere behoefte, is er mogelijk sprake van een financieringsbelemmering. In dat geval zou de ondernemer logischerwijs wel tot de potentiële doelgroep van Qredits gerekend moeten worden. Omdat op basis van de beschikbare data geen onderscheid kan worden gemaakt tussen dergelijke nuances, wordt gewerkt met een bandbreedte.

²²⁰ Merk op dat de werkelijke bovengrens zich nog hoger zal bevinden omdat er ook bedrijven zijn die zich rechtstreeks (dat wil zeggen, zonder tussenkomst van een bank) tot Qredits richten, alsook bedrijven die überhaupt geen poging doen om microfinanciering te vinden omdat ze verwachten het niet te zullen vinden. Het is te verwachten dat de werkelijke bovengrens zich niet ver boven de berekende grens bevindt, maar dit is niet cijfermatig te duiden.

Bovenstaande leidt tot een onder- en bovengrens voor de doelgroep van Qredits, uitgedrukt in het deel van de bedrijven in de microdata van KvK/HU dat:

- a. een financieringsbehoefte heeft; en
- b. waarbij de financieringsbehoefte aansluit bij het type kredietverlening dat Qredits aanbiedt; en
- c. geen financiering kan vinden in de (bancaire of gehele) financieringsmarkt.

Niet al deze ondernemers komen echter in aanmerking voor microfinanciering via Qredits, omdat hiervoor een maximum financieringsbehoefte van € 50.000 geldt. Een laatste stap betreft dus het identificeren van de bedrijven met een kredietbehoefte tot dat maximum. In de enquête van de KvK/HU is echter niet gevraagd naar de hoogte van de financieringsbehoefte, waardoor deze groep niet rechtstreeks kan worden geïdentificeerd. Wel is in de enquête gevraagd naar de hoogte van de uiteindelijk *ontvangen* financiering. Dit maakt het mogelijk de financieringsbehoefte te *schatten* door van de ondernemers die uiteindelijk financiering hebben ontvangen, het percentage te berekenen dat financiering tot € 50.000 heeft ontvangen. Het is echter aannemelijk dat dit tot een onderschatting van de doelgroep zou leiden, omdat kleinere kredieten vermoedelijk vaker door kleine(re) bedrijven worden aangevraagd en deze naar verwachting een hoger afkeuringspercentage zullen kennen dan kredietaanvragen (door grotere bedrijven) voor een groter bedrag. Anders gezegd, het is aannemelijk dat het percentage kleine kredieten ten opzichte van alle kredieten in termen van *behoefte* groter is dan het percentage kleinere kredieten ten opzichte van alle kredieten dat is *goedgekeurd*.

Om dit risico op onderschatting te mitigeren, wordt een extra stap gezet in de berekening. Van de bedrijven in stappen (a) tot en met (c) worden die bedrijven genomen waarvan het op basis van hun omvang aannemelijk is dat ze een kredietbehoefte hebben die past bij de Qredits-doelgroep. Door de dataset zo te beperken tot de kleinere MKB'ers neemt de onderschatting immers naar verwachting af.²²¹ Om dit te operationaliseren worden bedrijfsomvang en ontvangen krediet met elkaar gerelateerd: uit analyse op de microdata van de KvK/HU blijkt dat van de bedrijven die financiering tot en met € 50.000 ontvingen, 80 procent een jaaromzet tot en met € 1 miljoen heeft en een werkgelegenheid van maximaal 5,0 fte werknemers.^{222, 223} Om de groep met een

²²¹ De argumentatie hierachter is als volgt. Kleinere ondernemers hebben naar verwachting vaker relatief kleine kredieten. Doordat in de groep waarnaar nu wordt gekeken minder grote kredieten zullen resteren, zal de afwijking tussen het percentage kleine kredieten (tot € 50.000) in termen van *behoefte* en het percentage kleinere kredieten dat is *goedgekeurd* naar verwachting afnemen. Overigens kan het contra-intuïtief overkomen dat een onderschatting wordt opgelost door uit te gaan van een kleinere steekproef, maar bedacht moet worden dat het percentage dan ook wordt berekend over die gewijzigde groep.

²²² In de enquête van de KvK/HU wordt gevraagd naar het arbeidsvolume van werkzame personen, dat wil zeggen inclusief de ondernemer zelf. Dit is vertaald naar het arbeidsvolume van werknemers door hierop 1,0 fte in mindering te brengen. Met andere woorden: de aanname is dat de ondernemer (gemiddeld genomen) fulltime werkt. Dit is getoetst aan de deeltijdfactor van zzp'ers in de steekproef. Deze bedraagt gemiddeld 0,966 (N = 1.524), waarmee deze aanname dus gerechtvaardigd is.

²²³ Dit percentage is berekend op basis van de KvK/HU-enquête. Op basis van de EIM/Panteia-enquêtes – waarin wél wordt gevraagd naar de hoogte van de financieringsbehoefte – volgen vergelijkbare percentages: 55 tot 80 procent van de bedrijven met behoefte aan microfinanciering, valt in de grootteklasse jaaromzet t/m € 1 miljoen en/of maximaal 5 werknemers. Merk op dat EIM/Panteia vraagt naar werknemers (lees: personen) in plaats van arbeidsvolume (fte). Daarnaast verschillen de Financieringsmonitoren van editie tot editie. Zo wordt in vroege edities niet naar de jaaromzet van het bedrijf gevraagd en zijn de grootteklassen o.b.v. het aantal werknemers in sommige edities minder precies (bijvoorbeeld <10 werknemers als kleinste grootteklasse). Daarom dienen de EIM/Panteia-enquêtes alleen als robuustheidsanalyse van de uitkomst o.b.v. de KvK/HU-enquête.

behoefte tot € 50.000 te *schatten*, worden aldus alleen de MKB'ers meegenomen met een bedrijfsomvang zoals genoemd, die een financieringsbehoefte hebben waarvan het type financieringsbehoefte past bij de producten van Qredits, en wordt hiervan het deel berekend dat een krediet tot € 50.000 heeft *ontvangen*. Aangenomen wordt dat dit percentage een goede indicatie is voor het aandeel met een *behoefte* tot € 50.000.

Nu kan de laatste stap worden gezet om tot de Qredits-doelgroep te komen. Het ingeschatte percentage MKB'ers met een behoefte tot € 50.000 wordt aldus toegepast op de MKB'ers met een jaaromzet tot en met € 1 miljoen en een werkgelegenheid van maximaal 5,0 fte werknemers, met een financieringsbehoefte (conform stap a), die past bij de producten van Qredits (conform stap b), die *geen* financiering kunnen vinden in de (bancaire of gehele) financieringsmarkt (conform stap c), waarbij in stap (c) wordt gewerkt met een onder- en bovengrens.

Box B.2 Beperken van de doelgroep tot MKB'ers met een specifieke omvang

Qredits richt zich op MKB'ers, maar legt geen concrete definitie hiervan op als voorwaarde om in aanmerking te komen voor microfinanciering. Het ligt echter niet voor de hand om heel het midden- en kleinbedrijf²²⁴, dan wel het microbedrijf²²⁵ daarbinnen, als richtpunt te nemen bij het bepalen van de doelgroep, aangezien aangenomen mag worden dat de behoefte aan microfinanciering vooral bij kleine(re) ondernemers ligt. Dit blijkt ook uit het huidige klantenbestand van Qredits: 90 tot 95 procent van de Qredits-klanten heeft maximaal 5,0 fte werknemers in dienst en een jaaromzet tot € 250.000.²²⁶ Vanzelfsprekend mag de klantenbasis van Qredits niet als expliciet vertrekpunt worden genomen voor het bepalen van de doelgroep, aangezien niet uitgesloten kan worden dat Qredits een deel van de markt (nog) niet bedient.

Qredits zelf operationaliseert MKB'ers als doelgroep *impliciet* via de maximale kredietomvang: zij richt zich met haar kredietverlening op (potentiële) ondernemers met een maximale kredietbehoefte van 50.000 euro. In de laatste rekenstap in het schatten van de doelgroep in het kader van dit onderzoek is hier concreet handen en voeten aan gegeven door uit te gaan van MKB'ers met een jaaromzet tot en met € 1 miljoen en een werkgelegenheid van maximaal 5,0 fte werknemers. Hiermee is tevens een expliciete aanname gedaan voor de relevante omvang van MKB'ers waarbinnen de doelgroep van Qredits moet worden gezocht. Hoewel het niet uit te sluiten is dat ook grotere MKB'ers een kredietbehoefte kunnen hebben die valt binnen het maximum voor microfinanciering, mag aangenomen worden dat dit minder frequent zal zijn en, nog belangrijker, dat marktfalen een minder grote rol zal spelen bij het al dan niet verkrijgen van financiering.

Uit Tabel B.1 volgt dat 1,8 tot 4,1 procent van het microbedrijf tot de doelgroep van Qredits behoort.

²²⁴ Dat wil zeggen bedrijven met minder dan 250 werknemers en een jaaromzet t/m € 50 mln. of een balans-totaal t/m € 43 mln. Definitie: Europese Commissie (http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/index_en.htm).

²²⁵ Dat wil zeggen bedrijven met minder dan 10 werknemers en een jaaromzet t/m € 2 mln. of een balans-totaal t/m € 2 mln. Definitie: Europese Commissie (*ibid*).

²²⁶ De procentuele verdeling van Qredits-klanten naar fte- en omzetklasse zijn afkomstig van een enquête van Qredits onder haar klanten, jaargangen 2013 en 2014.

Tabel B.1 Schatting procentuele omvang Qredits-doelgroep (N=2.723)

	Microbedrijf*
Ondergrens doelgroep [†]	2,6%
Waarvan financieringsbehoefte t/m € 50.000 [§]	66%
Gecorrigeerde ondergrens doelgroep	1,8%
Bovengrens doelgroep [‡]	6,2%
Waarvan financieringsbehoefte t/m € 50.000 [§]	66%
Gecorrigeerde bovengrens doelgroep	4,1%

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata KvK/HU (2015); waar hieronder wordt gesproken over “vragen” wordt bedoeld op vragen uit de KvK/HU-enquête.

* Hier gedefinieerd als: bedrijven met maximaal 5,0 fte werknemers en een jaaromzet tot en met € 1 mln.

† De *ondergrens* is gedefinieerd als het percentage microbedrijf* met een financieringsbehoefte in de afgelopen 12 maanden (vraag 8), met ten minste één financieringsdoel waarin Qredits voorziet (vraag 9), dat (onder andere) een aanvraag heeft ingediend bij de bank (vraag 12-13) die vervolgens volledig is geweigerd (vraag 14) en dat ook geen ‘alternatieve’ financiering kon vinden (vraag 21).

§ De financieringsbehoefte wordt *geschat* door van de microbedrijven die uiteindelijk financiering hebben ontvangen (vraag 19 en 22), het percentage te nemen dat microfinanciering (een bedrag t/m € 50.000) heeft ontvangen.

‡ De *bovengrens* is gedefinieerd als het percentage microbedrijf* met een financieringsbehoefte in de afgelopen 12 maanden (vraag 8), met ten minste één financieringsdoel waarin Qredits voorziet (vraag 9), dat – na het inwinnen van informatie bij de bank – is afgewezen of doorverwezen door de bank (vraag 11).

Robuustheidsanalyse

Zoals eerder opgemerkt dienen de KvK/HU-data als basis voor het schatten van de doelgropomvang, en worden microdata over de Financieringsmonitoren van EIM/Panteia gebruikt om de robuustheid van de uitkomsten te toetsen en deze te ‘vertalen’ naar eerdere jaren (laatstgenoemde gebeurt in de volgende paragraaf). In Tabel B.2 worden de berekeningen uit Tabel B.1 herhaald op microdata van de Financieringsmonitoren, met een aantal voorbehouden over wijzigingen van onderzoeksopzet door de jaren heen (zie toelichtingen onder de tabel). Er mogen derhalve niet zomaar conclusies worden verbonden aan de schommelingen door de jaren heen: het is niet uit te sluiten dat deze het gevolg zijn van wijzigingen van onderzoeksopzet in plaats van ‘reële’ ontwikkelingen. Dit gezegd hebbende, zijn de gevonden percentages vergelijkbaar met de uitkomsten in Tabel B.1. Gemiddeld wordt de Qredits-doelgroep geschat op 3,2 procent van het microbedrijf.²²⁷ Dit is vrijwel gelijk aan het midden van de bandbreedte in Tabel B.1 (namelijk 2,9 procent). Ook het minimum (2,1 procent) en maximum (4,1 procent) sluiten aan bij de bandbreedte in Tabel B.1. Er is kortom geen reden om aan te nemen dat de schattingen op basis van microdata van de KvK/HU niet plausibel zouden zijn.

²²⁷ In dit geval gedefinieerd als bedrijven met maximaal 5 werknemers en een jaaromzet tot en met € 1 mln., aangezien EIM/Panteia geen arbeidsvolume (fte's) van werknemers uitvraagt.

Tabel B.2 Robuustheidsanalyse: replicatie Tabel B.1. m.b.v. microdata EIM/Panteia

Boekjaar	% Qredits-doelgroep*	Aantal waarnemingen (N)
2009 ⁺	3,7%	518
2010 ^{§, &}	3,2%	221
2011 ^{§, &}	2,1%	187
2012 ^{&}	3,6%	280
2013 ^{&}	2,7%	188
2014 ^{&}	4,1%	220
Gemiddelde	3,2%	

Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata EIM/Panteia (2010-2015)

* Gedefinieerd als het percentage microbedrijf (bedrijven met maximaal 5 werknemers en een jaaromzet tot en met € 1 mln.), dat in de afgelopen 12 maanden behoefte had aan vreemd vermogen t/m € 50.000, bestemd voor ten minste één financieringsdoel waarin Qredits voorziet, en dat geen financiering bij de bank kon vinden. Merk op dat EIM/Panteia in tegenstelling tot KvK/HU wel rechtstreeks vraagt naar de omvang van de financieringsbehoefte, waardoor deze niet geschat hoeft te worden.

+ In de meting over boekjaar 2009 (Financieringsmonitor 2010-I) is niet gevraagd naar omzet en kan het aantal werknemers niet verder uitgesplitst worden dan <10 (zie §-teken). In dit percentage bestaat microbedrijf dus uit alle bedrijven tot 10 werknemers, ongeacht hun jaaromzet.

§ In de metingen over boekjaren 2010 (Financieringsmonitor 2011) en 2011 (Financieringsmonitor 2012-I) bestaat microbedrijf uit bedrijven met maximaal 10 werknemers en een jaaromzet tot en met € 1 mln., omdat het aantal werknemers niet verder uitgesplitst kan worden dan <10. Ook is de omvang van de financieringsbehoefte maximaal € 35.000 vanwege afwijkende antwoordcategorieën ten opzichte van andere edities van de Financieringsmonitor.

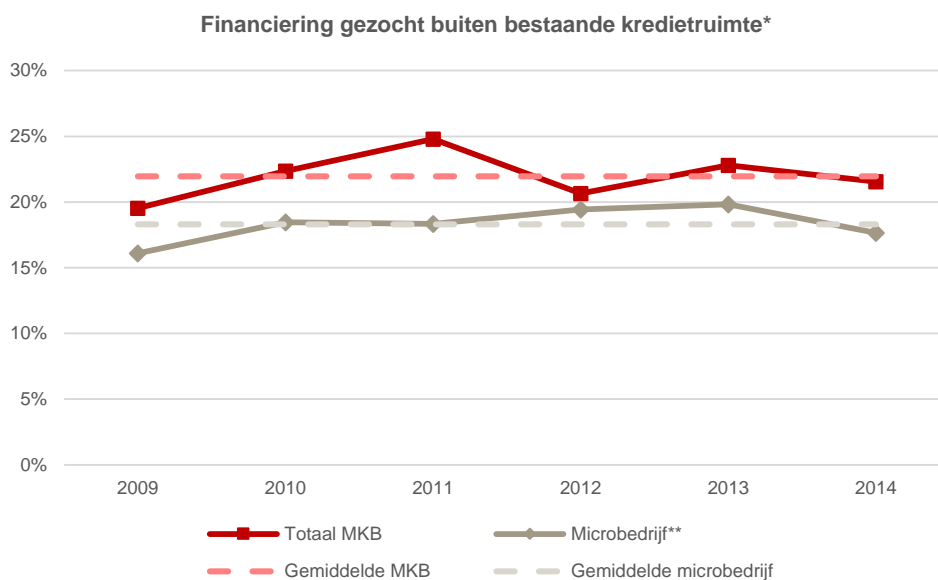
& Met ingang van de Financieringsmonitor 2011 houdt Panteia zzp'ers bewust buiten haar steekproef. Dit betekent dat zzp'ers ontbreken in de cijfers over 2010 t/m 2014 (zie ook voetnoot 218). Dit verklaart het grotere aantal observaties voor het microbedrijf voor boekjaar 2009 (Financieringsmonitor 2010-I).

Representativiteit van de schatting voor de periode waarin Qredits actief is

De schatting van de procentuele omvang van de Qredits-doelgroep is gemaakt met behulp van microdata van een enquête waarin bedrijven werden gevraagd naar hun financieringsbehoefte in 2014.²²⁸ Een logische vervolgvraag is in hoeverre het verdedigbaar is om deze schatting toe te passen op eerdere jaren, namelijk op de gehele periode waarin Qredits actief is (vanaf 2009 tot en met nu). Figuur B.1 laat de ontwikkeling van de kredietbehoefte van het midden- en kleinbedrijf – en daarbinnen van het microbedrijf – door de tijd zien. In de periode 2009-2014 is geen eenduidige op- of neerwaartse trend te ontwaren. Daarnaast komt de Financieringsmonitor van Panteia over boekjaar 2014 – hetzelfde jaar dus waarop de KvK/HU-data betrekking hebben – vrijwel exact op het 6-jaarlijkse gemiddelde over de periode 2009-2014 uit, zowel voor het MKB als geheel als voor het microbedrijf daarbinnen. Beide constatering geven aanleiding om te veronderstellen dat de schattingen op basis van de KvK/HU-data in hoge mate representatief zijn voor de gehele periode 2009-2014.

²²⁸ De KvK/HU-enquête is afgenomen in de periode 24 maart t/m 14 april 2015. De exacte vraagstelling over de financieringsbehoefte luidt: “Heeft u de afgelopen 12 maanden behoefte aan enige vorm van financiering gehad?”.

Figuur B.1 Geen systematische ontwikkeling van de financieringsbehoefte door de tijd



Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata EIM/Panteia (2010-2015)

* Aanvullende financiering gezocht bij het moederbedrijf is niet buiten de bestaande kredietfaciliteit.

** Gedefinieerd als bedrijven met minder dan 10 werknemers.

Schatting van het aantal bedrijven dat tot de Qredits-doelgroep behoort

In de periode 2009-2013 waren er in Nederland gemiddeld 1,1 miljoen MKB'ers met maximaal 5,0 fte werknemers en een jaaromzet van maximaal € 1 mln.²²⁹ Dit betekent dat Qredits op basis van de ondergrens van de microfinanciering-doelgroep jaarlijks ongeveer 19.500 bedrijven had kunnen bereiken. Op basis van de bovengrens van de microfinanciering-doelgroep zijn dat jaarlijks 45.500 bedrijven. Over een periode van vijf jaar telt dit op tot 97.500 (ondergrens doelgroep) tot 227.500 bedrijven (bovengrens doelgroep).

²²⁹ Bron: berekeningen SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata van het CBS. De analyseperiode 2009 tot en met 2013 wordt gehanteerd omdat 2013 het meest recente jaar is waarvoor deze maatwerktabel gemaakt kan worden (zie ook hoofdstuk 4).

Bijlage C Bijdrage aan ondernemerschap

Gebruikte data

Het CBS heeft drie (collecties van) integrale databestanden die voor deze analyse kunnen worden ingezet: het Algemene Bedrijven Register (ABR), de Aangifte Omzetbelasting (BTW) en het Stelsel van Sociaal-statistische Bestanden (SSB). Tabel C.1 en Tabel C.2 geven een overzicht van achtereenvolgens de achtergrondkenmerken die worden gebruikt om een geschikte controlegroep samen te stellen en van de indicatoren van (succesvol) ondernemerschap die middels deze databestanden gemeten kunnen worden.

Tabel C.1 Bedrijfs-, persoons- en huishoudenskenmerken die worden gebruikt om een geschikte controlegroep samen te stellen

Achtergrondkenmerken	Microdatabestand
Oprichtingsdatum / bedrijfsleeftijd	Maatwerkbestand (NHR) / ABR
Sector en geografische locatie	ABR
Omzet ^{*, #}	BTW / Omzetbelasting
Resultaat / inkomen uit eigen onderneming ^{*, #}	SSB (ZELFSTANDIGENTAB)
Werkgelegenheid: arbeidsvolume / fte's ^{230, *, #}	SSB (POLISBUS / SPOLISBUS)
Zakelijk bancaire krediet bedrijf	Maatwerkbestand (Baseline)
Persoonskenmerken ondernemer ²³¹	SSB (GBAPersoonstab)
Hoogst genoten opleiding en opleidingsrichting ondernemer	SSB (HOOGSTOPLTAB)
Vermogenspositie van het huishouden van de ondernemer ^{232, *}	SSB (Integraal-Vermogensbestand)
Inkomen van het huishouden van de ondernemer ^{233, *}	SSB (Integraal Huishoudens Inkomen)
Kenmerken van het huishouden van de ondernemer ²³⁴	SSB (Integraal Huishoudens Inkomen)

Bron: Centrum voor Beleidsstatistiek CBS; Bewerking SEO Economisch Onderzoek; * Waarden in jaar $t-1$ vanwege mogelijke afhankelijkheid van kredietontvangst ('behandeling'). # Deze bedrijfskenmerken worden alleen gebruikt bij het samenstellen van een controlegroep van bestaande bedrijven (lees: niet-starters); van starters wordt immers geen waarde in jaar $t-1$ (lees: vóór bedrijfsoprichting) waargenomen.

²³⁰ Stagiairs en gesalarieerde directeurs (DGA's) worden niet meegenomen bij de bepaling van de werkgelegenheid.

²³¹ Het geslacht, de leeftijd en etniciteit van de ondernemer.

²³² Waaronder huishoudbezittingen en -schulden.

²³³ *In casu* het gestandaardiseerd besteedbaar huishoudinkomen en de belangrijkste inkomstenbron van het huishouden.

²³⁴ Waaronder paar/alleenstaand, wel of geen kinderen, bezit van een eigen woning, en het aantal verdiemers binnen het huishouden.

Tabel C.2 Bedrijfskenmerken die worden gebruikt als indicatoren van (succesvol) ondernemerschap

Indicatoren van (succesvol) ondernemerschap	Microdatabestand
<i>Survival rate</i> (=aan-/afwezigheid in het ABR)	ABR
Omzet	BTW / Omzetbelasting
Resultaat / inkomen uit eigen onderneming	SSB (ZELFSTANDIGENTAB)
Werkgelegenheid: arbeidsvolume van werknemers (fte)	SSB (POLISBUS / SPOLISBUS)

Bron: Centrum voor Beleidsstatistiek CBS; Bewerking SEO Economisch Onderzoek.

Voor het identificeren van de ondernemers – lees: de personen die achter de zelfstandige onderneming schuilgaan – zijn koppeltabellen van het CBS gebruikt. Deze tabellen koppelen personen die als ondernemer IB-aangifte doen (geïdentificeerd met behulp van hun versleutelde Burgerservicenummer, BSN) aan bedrijven in het ABR. Deze koppeling kan alleen worden gemaakt voor eenmanszaken en dus niet voor andere zelfstandigen (in het bijzonder vennootschappen onder firma (vof's) en maatschappen).²³⁵ Als gevolg hiervan bestaat het analysebestand enkel uit eenmanszaken. Dit is niet bezwaarlijk voor de representativiteit van de analyses, aangezien bijna 90 procent van de zelfstandigen in het Qredits-klijantenbestand eenmanszaken betreft.²³⁶ Waar in het vervolg van dit hoofdstuk wordt gesproken over “zelfstandigen”, kan dit dus worden gelezen als “eenmanszaken”.

Eenmanszaken moeten niet worden verward met zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers). Zzp'ers hebben – zoals de naam al zegt – geen personeel in dienst, maar kunnen qua rechtsvorm zowel een natuurlijk persoon (zoals een eenmanszaak) als een rechtspersoon (zoals een bv) zijn. Omgekeerd kunnen eenmanszaken personeel in dienst hebben. Kortom, niet alle zzp'ers zijn een eenmanszaken niet alle eenmanszaken zijn zzp'er.

De periode waarover gegevens worden geanalyseerd is 2009 tot en met 2013, omdat van veel van de data genoemd in Tabel C.1 en Tabel C.2 2013 het meest recente beschikbare jaar is. Aangezien Qredits vanaf 2009 actief is, worden data van 2007 en 2008 gebruikt om bij klanten uit 2009 verschillen vóór kredietverlening te meten.

Probitanalyse

Voorafgaand aan de analyses heeft een aantal selecties en databewerkingen plaatsgevonden:

- In de controlegroep zijn bedrijven met een zakelijk krediet²³⁷ en bedrijven die zonder succes een kredietaanvraag (of meerdere kredietaanvragen) bij Qredits hebben gedaan, verwijderd.²³⁸
- Er worden aparte analyses uitgevoerd voor starters²³⁹ en bestaande bedrijven (niet-starters).

²³⁵ Dit komt omdat de fiscus aan vof's en maatschappen een apart fiscaal nummer toekent (de RSIN, voorheen FI), in plaats van het BSN van één van de vennoten/maten.

²³⁶ Bron: enquête van Qredits onder haar klanten, jaargangen 2013 en 2014.

²³⁷ Gedefinieerd als bedrijven met een schuld aan een kredietinstelling op hun balans en/of zakelijke rentekosten op hun resultatenrekening.

²³⁸ Dit gaat per cohort om ongeveer 10 tot 15 procent van het aantal controlebedrijven.

²³⁹ Een *starter* wordt gedefinieerd als een bedrijf dat zich in het jaar van waarneming óf in het jaar daarvoor heeft ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (NHR). De reden om hiervoor twee jaar in plaats van één jaar te nemen, is om te voorkomen dat iemand die zich halverwege of aan het einde van een kalenderjaar inschrijft in het NHR, binnen enkele maanden als bestaand bedrijf wordt aangemerkt.

- Om onderscheid te maken tussen starters en bestaande bedrijven, wordt gebruik gemaakt van een (maatwerk)databestand met daarin de inschrijvingsdata van bedrijven in het Handelsregister (NHR).²⁴⁰
- Als verklarende variabelen missende waarden hebben, wordt er *categoriale* variabelen, zoals de hoogst genoten opleiding van de ondernemer, een aparte dummy voor missende waarden opgenomen. Als slechts een zeer beperkt aantal bedrijven missende waarden heeft op een bepaalde variabele (minder dan 1 procent van de bedrijven), worden deze bedrijven buiten de analyse gelaten.
- Bij *continue* variabelen waarvan ontbrekende waarden zouden leiden tot veel observatieverlies, zijn ontbrekende waarden vervangen door 0. Er is in het model een dummy opgenomen die aangeeft of de waarde écht 0 is, of een missende waarde die is vervangen door een 0.
- De bedrijfsleeftijd(gebruikt in de modellen voor de niet-starters) is logaritmisch getransformeerd vanwege een sterk rechtsscheve verdeling (een klein aantal zeer grote waarden).

Er wordt per cohort (2009, 2010, 2011 en 2012) een kans geschat op ontvangst van Qredits-krediet en dus daarna ook per cohort gematcht.²⁴¹ Hierdoor wordt rekening gehouden met jaarspecifieke effecten, zoals conjuncturele neergang (de financiële crisis) en wijzigingen van bijvoorbeeld het kredietacceptatieproces bij Qredits door de jaren heen. Als Qredits in de loop der jaren bijvoorbeeld strikter of minder strikt wordt qua krediettoewijzing, is het niet zuiver om cohorten tezamen te analyseren.

Omdat het aantal bedrijven dat geen Qredits-krediet heeft vele malen groter is dan het aantal Qredits-klanten, is er sprake van een sterk ‘ongebalanceerde’ dataset.²⁴² Het probitmodel zou hierdoor de kans op behandeling (ontvangst van Qredits-krediet) niet goed kunnen voorspellen, omdat ‘behandeling’ te zeldzaam is.²⁴³ Daarom is voor ieder cohort het aantal controlebedrijven verkleind door een willekeurige steekproef van controlebedrijven te trekken ter grootte van 10

²⁴⁰ Deze oprichtingsdatum is voor ongeveer een kwart van de bedrijven niet beschikbaar, waarbij het observatieverlies het grootst is voor de cohorten 2009 en 2010 (gemiddeld 40 procent observatieverlies). Het CBS heeft wel voor ieder bedrijf de datum waarop het bedrijf zijn intrede deed in het algemeen bedrijvenregister (ABR), de zogeheten ‘van-toepassingsverklaring-datum’. Deze ligt altijd later in de tijd dan de inschrijfdatum in het Handelsregister, maar uit de cijfers blijkt geen vaste ‘vertraging’ (lees: verschil tussen inschrijfdatum en van-toepassingsverklaring-datum). Daarom is er *niet* voor gekozen om missende oprichtingsdata te ‘imputeren’ met van-toepassingsverklaring-data. Dit leidt tot observatieverlies maar wel tot een zuiverdere scheiding tussen starters en niet-starters en een zuiverdere schatting van de verklarende variabele bedrijfsleeftijd in de modellen voor niet-starters. Er is nog getracht om bedrijven zonder NHR-datum toe te laten tot de analyses, maar hierdoor worden de resultaten minder robuust.

²⁴¹ Van het cohort 2013 worden alleen bedrijfsprestaties in het jaar van ontvangst van Qredits-krediet waargenomen. Hierdoor kan vanzelfsprekend geen ontwikkeling van de Qredits-klant (en zijn prestaties) worden afgezet tegen een controlegroep. Daarom blijft het cohort 2013 in de analyses buiten beschouwing.

²⁴² Dit speelt met name bij de bestaande bedrijven. In sommige jaren is dit een verhouding van honderdduizenden controlebedrijven versus enkele honderden behandelbedrijven.

²⁴³ Dit leidt tot slechte matching: behandelbedrijven zouden ook na matching afwijken van controlebedrijven op de kenmerken die zijn gebruikt om de ‘behandelkans’ te voorspellen. Het probitmodel schat in dat geval (vrijwel) uitsluitend de kans dat een bedrijf *geen* klant wordt (oftewel: de kans dat de behandeling (de *treatment*) gelijk is aan 0). In situaties waarin ‘behandeling’ zeldzaam is, onderschatten statistische technieken zoals probitanalyse de waarschijnlijkheid ervan (King & Zeng, 2001; Menardi & Torelli, 2012; Ali&Artürk, 2014; Simonoff, 2014).

keer het aantal behandelbedrijven.²⁴⁴ Zodoende resteren er jaarlijkse steekproeven bestaande uit ongeveer 9 procent ($1/11^e$) Qredits-klanten. In de eerste twee jaren voor de modellen voor niet-starters (bestaande bedrijven) resteren hierdoor te weinig observaties voor betrouwbare uitkomsten. Daarom is daar een willekeurige steekproef ter grootte van 20 keer het aantal behandelbedrijven getrokken. De keuze voor de factor 10 (en 20 bij niet-starters in 2009 en 2010) is een uitkomst van een iteratief proces waarin is gezocht naar de ideale balans tussen enerzijds het goed kunnen voorspellen van behandeling (een hoog aandeel *treated* en dus een kleiner aantal controlebedrijven) en anderzijds robuuste/betrouwbare resultaten (een groter aantal controlebedrijven).

Een Qredits-klant komt maar in één model voor, namelijk in het jaar waarin het bedrijf krediet heeft ontvangen.²⁴⁵ Een controlebedrijf kan in principe in meerdere modellen voorkomen, zij het dat voor ieder cohort een nieuwe willekeurige steekproef van bedrijven wordt getrokken, wat de kans op vaker dienstdoen als controlebedrijf sterk verkleint.²⁴⁶

Variabelen die (mogelijk) afhankelijk zijn van kredietontvangst – bijvoorbeeld het huishoudvermogen, huishoudinkomen en de omzet (in geval van bestaande bedrijven)– worden ‘vertraagd’ aan het model toegevoegd door de waarde in het jaar vóór kredietontvangst ($t-1$) te nemen.

²⁴⁴ Dit wordt ‘willekeurige undersampling’ genoemd, in het Engels *Random Undersampling* (RUS). Undersampling is een veelgebruikte techniek in situaties waarin ‘behandeling’ zeldzaam is en statistische technieken daarom de waarschijnlijkheid ervan onderschatten. In diverse studies is empirisch aangetoond dat *undersampling* een accuratere voorspelling van ‘behandeling’ oplevert, ook in vergelijking met alternatieve technieken zoals *oversampling* (Chawla e.a., 2002; Drummond & Holte, 2003; Van Hulse e.a., 2007; Burez & Van den Poel, 2009; Dittman e.a., 2014). Het potentiële risico van *undersampling* is dat bepaalde belangrijke observaties wegvallen uit de schatting (Chawla e.a., 2004; Menardi & Torelli, 2012). Daarom is als robuustheidsanalyse een tweede willekeurige steekproef getrokken om te zien of deze tot dezelfde probit-schattingen en matchinguitkomsten leidt. Dit blijkt het geval: de probitmodellen (starters en niet-starters) zijn sterk vergelijkbaar qua verklaarde variantie (pseudo R^2) en de richting en mate van significantie van de verbanden tussen afhankelijke variabele en de verklarende variabelen. Na matching met de alternatieve steekproef resulteren dezelfde verschillen tussen behandel- en controlegroep. Wel wordt in een beperkt aantal gevallen het verschil iets significanter of minder significant.

²⁴⁵ Bedrijven die pas in het jaar na kredietontvangst in het Algemeen Bedrijven Register (ABR) van het CBS terechtkomen, en dus dan pas door het CBS worden waargenomen, worden 1 jaar ‘teruggeplaatst’ in de data naar hun jaar van kredietontvangst. Anders zouden de ‘voortschrijdende’ variabelen in de probitmodellen (waaronder de bedrijfsleeftijd, de bedrijfsprestaties vóór kredietontvangst en het huishoudvermogen en -inkomen) immers onterecht één jaar voorlopen, wat leidt tot een onjuiste schatting van het effect van deze verklarende variabelen en zelfs tot endogeniteit (zo zou het huishoudvermogen in het jaar van kredietontvangst worden beschouwd in plaats van het huishoudvermogen in het jaar vóór kredietontvangst). Ten tweede moeten ook de gemachte bedrijfsprestaties na kredietontvangst hiervoor gecorrigeerd worden: zonder correctie wordt bij de ‘laatinstromers’ telkens een jaar later in ogenschouw genomen. Ten slotte worden sommige van deze ‘laatinstromers’ onterecht aangemerkt als bestaand bedrijf als zij dat zijn op het moment van instroom in het ABR maar *niet* op het moment van kredietontvangst. Merk op dat voor deze groep ‘laatinstromers’ na terugplaatsing geen bedrijfsprestaties vóór kredietontvangst beschikbaar zijn voor de probitmodellen – toen nam het CBS het bedrijf immers nog niet waar. Hetzelfde geldt voor hun bedrijfsprestaties in het jaar van kredietontvangst $t=0$ (en dus ook geen ontwikkeling van $t+1$ ten opzichte van $t=0$): in het jaar van kredietontvangst was het bedrijf immers nog niet aanwezig in het ABR. Dit heeft als consequentie dat bij de matching in principe alleen wordt gekeken naar de bedrijfsprestaties in jaar $t+1$ en later. De prestaties in het jaar van kredietontvangst $t=0$ en de ontwikkeling van $t+1$ ten opzichte van $t=0$ worden wel gepresenteerd voor de kleinere groep bedrijven die in het jaar van kredietontvangst al wel door het CBS wordt waargenomen.

Bedrijven die pas twee jaar of later na kredietontvangst in het ABR terechtkomen, zijn buiten de analyses gehouden. Ten eerste omdat dit slechts zeer incidenteel voorkomt, ten tweede omdat het meenemen van deze groep tot gevolg zou hebben dat naast bedrijfsprestaties in $t=0$ (en de ontwikkeling van $t+1$ ten opzichte van $t=0$) ook de bedrijfsprestaties in $t+1$ (en de ontwikkeling van $t+2$ ten opzichte van $t+1$) niet vergeleken kunnen worden na matching. Die zijn voor deze groep immers niet beschikbaar.

²⁴⁶ Bovendien moet het controlebedrijf in de probitmodellen voor starters ook starter zijn. Dat kan maar in maximaal twee jaren.

Starters

Tabel C.3 geeft de uitkomsten van het probitmodel per cohort van starters weer, inclusief het aantal observaties en de modelkenmerken. Dummyvariabelen tussen haakjes zijn referentiegroepen en als zodanig weggelaten uit het probitmodel. Zo geeft de sectordummy Groot-/detailhandel aan in welke mate deze bedrijven een grotere kans hebben om Qredits-klant te worden *in vergelijking met* bedrijven in de sector 'Overige'.

Tabel C.3 Probitmodellen starters per cohort

	2009	2010	2011	2012	2013
(Sector==Overige [^])	-	-	-	-	-
Sector==Groot-/detailhandel (G) [^]	0,3658**	0,3481***	0,2168**	0,3909***	0,3854***
Sector==Informatie/communicatie (J) [^]	-0,4787*	-0,6830***	-0,4130***	-0,3463***	-0,4503***
Sector==Advisering/onderzoek (M) [^]	-0,4914***	-0,4635***	-0,4505***	-0,3601***	-0,4328***
Sector==Zorg (Q) [^]	-0,0699	-0,5125**	-0,7593***	0,1662	-0,4439***
Sector==Cultuur/sport/recreatie (R) [^]	-0,2086	-0,6930***	-0,6793***	-0,4355***	-0,4984***
Sector==Overige dienstverlening (S) [^]	0,1525	0,0596	0,1044	0,1206	-0,0915
Randstand [^]	0,0607	0,0568	0,0144	-0,1174**	-0,2324***
Oprichtingsjaar starter [^]	1,0422***	0,8177***	0,7062***	0,6271***	0,5009***
Geslacht==Vrouw [^]	-0,0994	-0,2000*	-0,1568**	-0,1709***	-0,1175
(Etniciteit==Autochtoon [^])	-	-	-	-	-
Etniciteit==Niet-westerse allochtoon [^]	0,2543	0,0986	0,0391	-0,0785	0,0243
Etniciteit==Westerse allochtoon [^]	-0,0009	-0,0271	-0,3045**	-0,1803	-0,0036
Leeftijd	0,0092	-0,0014	0,0033	0,0016	0,0016
(Opleidingsniveau==Basisonderwijs [^])	-	-	-	-	-
Opleidingsniveau==SO 1e fase [^]	-0,3062	0,1653	0,1403	0,2394	0,1661
Opleidingsniveau==SO 2e fase [^]	-0,4277	0,0429	0,1761	0,0708	0,3067
Opleidingsniveau==HBO [^]	-0,5850*	-0,1845	-0,1237	-0,2661	0,0043
Opleidingsniveau==WO [^]	-	-0,4421	-0,1587	-0,3895**	-0,1673
Opleidingsniveau==Onbekend [^]	-0,7321***	-0,1322	-0,1625	-0,1942	0,0266
Bezittingen huishouden (t-1)	-0,0018***	-0,0015***	-0,0016***	-0,0009***	-0,0015***
Schulden huishouden (t-1)	0,0018***	0,0009**	0,0009***	0,0006***	0,0009***
Huishoudvermogen==Onbekend [^]	-0,1499	-0,3072	0,7231***	0,1869**	-0,3538***
Paar [^]	0,0707	-0,1529	-0,1051	-0,1272	0,0752
Kinderen [^]	0,3274	0,5512**	0,0787	0,1118	0,3023*
(Aantal huishoudleden==1 [^])	-	-	-	-	-
Aantal huishoudleden==2 [^]	-0,1091	0,0489	0,0546	-0,0233	-0,1556
Aantal huishoudleden==3 [^]	-0,2368	-0,1717	0,0182	0,0315	-0,2638
Aantal huishoudleden==4 [^]	-0,3897	-0,2074	0,0828	0,1026	-0,4830*
Aantal huishoudleden>=5 [^]	-0,2841	-0,2609	0,0136	-0,0288	-0,3256
Bezit eigen woning (t-1) [^]	0,1258	0,0502	0,1265	-0,0308	0,1957**
Ontvangt huurtoeslag (t-1) [^]	-0,2992	0,0387	0,3872***	0,0866	0,0952
Eenverdiener (t-1) [^]	0,1150	-0,1421	0,0004	-0,0333	-0,1863**
(Belangrijkste huishoudinkomen==Onderneming (t-1) [^])	-	-	-	-	-
Belangrijkste huishoudinkomen==Arbeid (t-1) [^]	0,2231*	0,3908***	0,4690***	0,3932***	0,1371*
Belangrijkste huishoudinkomen==Uitkering (t-1) [^]	0,2387	0,5921***	0,4164***	0,3915***	0,1660
Belangrijkste huishoudinkomen==Overig (t-1) [^]	-0,4460	0,0119	-	0,1051	-0,4452
Gestand. huishoudinkomen (t-1) [^]	-0,0075	-0,0036	-0,0051	-0,0005	-0,0043
Huishoudinkomen==Onbekend [^]	-	-0,2674	-0,5724	-0,4055	-
Constante	-1,4911***	-1,5053***	-1,7705***	-1,6774***	-1,4012***
Aantal observaties, waarvan:	1.498	2.314	4.358	5.717	3.719
Behandelbedrijven	152	214	397	517	337
Controlebedrijven	1.346	2.100	3.961	3.400	3.382
Prob > chi2	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Pseudo R-squared	0,2530	0,2509	0,2363	0,1711	0,1652

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; [^] = Dummyvariabele; *** = p < .01; ** p < .05; * p < .10.

Bestaande bedrijven (niet-starters)

Tabel C.4 geeft de uitkomsten van het probitmodel per cohort van bestaande bedrijven weer, inclusief het aantal observaties en de modelkenmerken. Dummyvariabelen tussen haakjes zijn referentiegroepen en als zodanig weggelaten uit het probitmodel.

Tabel C.4 Probitmodellen bestaande bedrijven (niet-starters) per cohort

	2009	2010	2011	2012	2013
(Sector==Overige [^])	-	-	-	-	-
Sector==Groot-/detailhandel (G) [^]	0,1509	0,5497***	0,3616**	0,2799*	0,2822**
Sector==Informatie/communicatie (J) [^]	-0,1466	0,2543	0,0070	-0,4353*	-0,2090
Sector==Advisering/onderzoek (M) [^]	-0,3610	0,0902	0,0216	-0,3389**	-0,0335
Sector==Zorg (Q) [^]	-0,2425	0,4683	-0,0195	-0,1773	0,0268
Sector==Cultuur/sport/recreatie (R) [^]	-0,2616	0,1594	-0,0399	-0,0247	0,0673
Sector==Overige dienstverlening (S) [^]	-0,3054	-0,2296	0,1010	-0,2606	-0,1028
Omzet (t-1)	-0,0003	-0,0018	-0,0005	-0,0022**	-0,0005
Omzet==Onbekend [^]	0,1939	-4,6067	0,5331*	0,3314	0,0577
Resultaat (t-1)	-0,0073*	0,0042	-0,0032	-0,0022	0,0017
Resultaat==Onbekend [^]	-0,6402**	-0,9716**	-0,3088	-1,0560***	0,0929
Aantal fte's (t-1)	0,0448	0,2486**	-0,0796	0,1661*	0,0319
Aantal fte's==Onbekend [^]	0,7537	6,1091	0,5442	0,9101**	-0,2452
Randstand [^]	0,3288**	-0,0313	0,0524	-0,1846*	-0,1314
Leeftijd bedrijf (LN)	-0,4212***	-0,2639***	-0,3011***	-0,3528***	-0,2665***
Geslacht==Vrouw [^]	-0,0018	0,0839	-0,1186	-0,0263	-0,0262
(Etniciteit==Autochtoon [^])	-	-	-	-	-
Etniciteit==Niet-westerse allochtoon [^]	-0,9522***	0,0063	0,0690	-0,0061	0,0759
Etniciteit==Westerse allochtoon [^]	-0,1703	-0,1035	-0,0416	-0,0123	0,0676
Leeftijd	0,0176*	0,0058	-0,0089	-0,0036	-0,0137***
(Opleidingsniveau==Basisonderwijs [^])	-	-	-	-	-
Opleidingsniveau==SO 1e fase [^]	0,7820	4,1216	-0,3229	-0,0870	0,5120
Opleidingsniveau==SO 2e fase [^]	0,8089	4,2420	-0,2598	-0,0054	0,4361
Opleidingsniveau==HBO [^]	-0,0116	3,6134	-0,5501	-0,6480**	0,0074
Opleidingsniveau==WO [^]	0,4695	-	-1,1347**	-0,7180**	-0,5964
Opleidingsniveau==Onbekend [^]	0,3661	4,0158	-0,4076	-0,1764	0,1042
Bezittingen huishouden (t-1)	-0,0037***	-0,0020***	-0,0011***	-0,0015***	-0,0019***
Schulden huishouden (t-1)	0,0039***	0,0017***	0,0011***	0,0009**	0,0009*
Huishoudvermogen==Onbekend [^]	-0,1089	0,1658	-0,0761	-0,2773	-0,1170
Paar [^]	0,3233	-0,1862	-0,3978**	0,1030	-0,0093
Kinderen [^]	0,9909**	0,1076	-0,0942	0,2056	0,1912
(Aantal huishoudleden==1 [^])	-	-	-	-	-
Aantal huishoudleden==2 [^]	0,1210	-0,0587	0,3785	-0,3660	0,0788
Aantal huishoudleden==3 [^]	-0,7658	0,0918	0,5466	-0,2855	0,0254
Aantal huishoudleden==4 [^]	-0,8504	-0,1245	0,4936	-0,5243	-0,0843
Aantal huishoudleden>=5 [^]	-0,8551	-0,2132	0,5265	-0,4947	0,0065
Bezit eigen woning (t-1) [^]	-0,4149*	-0,2241	-0,0351	-0,0445	0,2970**
Ontvangt huurtoeslag (t-1) [^]	-0,0674	-0,1693	0,3192*	-0,1615	0,3566**
Eenverdiener (t-1) [^]	0,0475	-0,3085	-0,1770	-0,2683**	-0,0379
(Belangrijkste huishoudinkomen==Onderneming (t-1) [^])	-	-	-	-	-
Belangrijkste huishoudinkomen==Arbeid (t-1) [^]	0,2843	0,8226**	-0,1245	0,5758	-0,4334**
Belangrijkste huishoudinkomen==Uitkering (t-1) [^]	-	0,9438*	-0,2117	0,8562**	-0,2096
Belangrijkste huishoudinkomen==Overig (t-1) [^]	-	-	0,8247	2,2525***	-
Gestand. huishoudinkomen (t-1) [^]	-0,0227***	-0,0185***	-0,0028	-0,0005	-0,0026
Huishoudinkomen==Onbekend [^]	-	-	-	0,5241	-
Constante	-1,4076**	-4,5917	0,2229	0,4877	-0,3992
Aantal observaties, waarvan:	1.413	1.352	1.648	1.869	1.962
Behandelbedrijven	72	71	152	169	177
Controlebedrijven	1.341	1.281	1.496	1.700	1.786
Prob > chi2	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Pseudo R-squared	0,3178	0,2251	0,1518	0,1752	0,1628

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; [^] = Dummyvariabele; *** = p < .01; ** p < .05; * p < .10.

Matching

Voor het matchen is gebruikgemaakt van *Kernel Matching*, een vorm van *propensity score matching*.²⁴⁷ Bij *Kernel Matching* wordt de waarde van de uitkomstmaat van personen in de behandelgroep gekoppeld aan een gemiddelde van de uitkomstmaat van meerdere personen in de controlegroep. In tegenstelling tot bijvoorbeeld *Nearest Neighbour Matching* betreft het bij *Kernel Matching* een gemiddelde over *alle* personen in de controlegroep, gewogen met een waarde die omgekeerd evenredig is met het verschil in 'behandelkans' (de *propensity score*). Dat betekent dat de uitkomstmaat van personen in de controlegroep met een kleine afwijking qua *propensity score* sterker meetellen dan personen met een grote afwijking. Omdat de uitkomstmaten van alle personen in de controlegroep in principe een kans hebben om 'mee te tellen' voor koppeling aan de uitkomstmaat van elke persoon in de proefgroep, resulteert *Kernel Matching* in een koppeling waarbij de uitkomstmaat een relatief grote variatie kent tussen personen. Dit heeft tot gevolg dat het effect van de beleidsinterventie relatief nauwkeurig (efficiënt) kan worden geschat (De Vos e.a., 2008).

Om dezelfde redenen om de kans op kredietontvangst per cohort (2009-2012) te schatten, vindt ook de matching per cohort plaats. Er wordt gematcht met de in de probitmodellen geschatte kansen.

Er zijn twee belangrijke voorwaarden om van goede matching te kunnen spreken. Ten eerste mogen de variabelen die worden gebruikt om de behandelkans te voorspellen (waarvan de belangrijkste dus significant verschillen tussen de Qredits-klanten en overige bedrijven), *na* matching niet meer significant verschillen tussen de behandel- en controlegroep. Aan deze voorwaarde wordt in alle gevallen voldaan ($p < .10$). Een tweede, gerelateerde maatstaf, is de 'bias' tussen behandel- en controlegroep. Deze mag na matching gemiddeld genomen niet hoger zijn dan 5 procent. De waarden in Tabel C.6 en Tabel C.8 (rij "Gemiddelde bias") geven aan dat ook aan deze voorwaarde wordt voldaan.

²⁴⁷ Hierbij is gebruik gemaakt van de *common support*-optie, wat betekent dat waarnemingen van behandelbedrijven (Qredits-klanten) worden gewist indien hun kans lager dan de minimumkans of hoger dan de maximumkans van de controlegroep ligt.

Starters

Tabel C.5 Uitkomsten matching starters ($t=0$ en ontwikkelingen in $t+1$)

Cohort		Behandeld	Controle	Verschil	S.E.	T-stat.	
2009	Aantal observaties (N)	60	988				
	N buiten common support	2					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	25.648	31.070	-5.423	6.105	-0,89	
	Resultaat	4.351	16.638	-12.287	2.800	-4,39***	
	Aantal fte's	0,09	0,05	0,04	0,04	1,03	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	41.459	26.500	14.959	7.121	2,10**	
	Ontwikkeling resultaat	11.765	3.618	8.147	2.509	3,25***	
	Ontwikkeling fte's	0,01	0,01	0,00	0,03	0,09	
2010	Aantal observaties (N)	63	1.436				
	N buiten common support	1					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	36.213	36.425	-211	8.561	-0,02	
	Resultaat	9.296	16.935	-7.639	3.349	-2,28**	
	Aantal fte's	0,04	0,11	-0,07	0,03	-2,32**	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	28.446	29.960	-1.514	5.331	-0,28	
	Ontwikkeling resultaat	8.920	4.423	4.497	2.407	1,87*	
	Ontwikkeling fte's	0,10	0,05	0,05	0,05	0,92	
2011	Aantal observaties (N)	131	2.802				
	N buiten common support	1					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	29.984	40.611	-10.627	4.849	-2,19**	
	Resultaat	6.743	18.572	-11.830	1.687	-7,01***	
	Aantal fte's	0,08	0,10	-0,01	0,04	-0,38	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	27.463	24.546	2.917	4.374	0,67	
	Ontwikkeling resultaat	4.368	2.730	1.638	1.194	1,37	
	Ontwikkeling fte's	0,00	0,01	-0,01	0,02	-0,59	
2012	Aantal observaties (N)	212	3.126				
	N buiten common support	0					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	24.694	44.796	-20.102	5.277	-3,81***	
	Resultaat	7.482	15.907	-8.425	1.536	-5,48***	
	Aantal fte's	0,04	0,12	-0,08	0,02	-3,33***	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	34.190	29.675	4.515	3.534	1,28	
	Ontwikkeling resultaat	4.046	3.025	1.021	1.768	0,58	
	Ontwikkeling fte's	0,06	0,06	0,01	0,02	0,43	

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; *** = $p < .01$; ** $p < .05$; * $p < .10$.

Tabel C.6 Uitkomsten matching starters (t+1 t/m t+4)

Schatting	Cohort 2009					Cohort 2010					Cohort 2011					Cohort 2012				
	Totaal	Prest.				Totaal	Prest.				Totaal	Prest.				Totaal	Prest.			
N behandeld	149	116				212	174				394	284				517	415			
N controle	1.346	937				2.100	1.380				3.961	2.648				5.200	3.689			
N buiten common support	3	4				2	1				3	3				0	0			
Gemiddelde bias	3,6%					2,1%					3,0%					2,0%				
Survival rate	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.
1 jaar na kredietontvangst	0,993	0,972	0,021	0,013	1,61	0,9953	0,9917	0,0036	0,0061	0,60	1,000	0,999	0,001	0,002	0,66	1,000	0,993	0,007	0,002	3,63***
2 jaar na kredietontvangst	0,987	0,972	0,015	0,015	1,01	0,9953	0,9880	0,0073	0,0074	0,98	1,000	0,994	0,006	0,003	1,83*					
3 jaar na kredietontvangst	0,987	0,970	0,016	0,015	1,07	0,9906	0,9783	0,0123	0,0103	1,19										
4 jaar na kredietontvangst	0,953	0,954	-0,001	0,022	-0,04															
1 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.
Omzet	62.622	59.862	2.760	7.872	0,35	62.532	66.788	-4.256	9.923	-0,43	56.096	70.227	-14.131	6.557	-2,15**	58.079	70.959	-12.880	7.174	-1,80*
Resultaat	16.162	20.122	-3.960	2.701	-1,47	14.526	19.835	-5.309	2.341	-2,27**	10.349	20.997	-10.648	1.877	-5,67***	8.316	17.667	-9.351	1.422	-6,57***
Aantal fte's	0,09	0,06	0,03	0,04	0,85	0,13	0,19	-0,06	0,05	-1,21	0,08	0,14	-0,06	0,04	-1,63	0,11	0,18	-0,07	0,03	-2,30**
2 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.					
Omzet	75.638	67.397	8.241	9.997	0,82	77.610	71.784	5.825	13.132	0,44	66.214	74.347	-8.133	7.376	-1,10					
Resultaat	17.878	22.276	-4.398	2.716	-1,62	17.295	20.555	-3.260	2.875	-1,13	16.589	21.664	-5.075	2.036	-2,49**					
Aantal fte's	0,12	0,06	0,06	0,05	1,34	0,17	0,22	-0,05	0,06	-0,79	0,10	0,15	-0,04	0,04	-1,08					
Ontwikkeling omzet	13.016	7.535	5.481	5.620	0,98	15.078	4.996	10.081	6.655	1,51	10.118	4.120	5.997	3.334	1,80*					
Ontwikkeling resultaat	1.717	2.154	-438	1.686	-0,26	2.769	720	2.048	2.137	0,96	6.241	667	5.573	1.509	3,69***					
Ontwikkeling fte's	0,03	0,00	0,03	0,02	1,71*	0,05	0,03	0,02	0,02	0,63	0,03	0,01	0,02	0,02	0,97					
3 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.										
Omzet	76.600	68.990	7.610	10.873	0,70	106.216	73.997	32.219	25.461	1,27										
Resultaat	15.955	20.969	-5.014	2.631	-1,91*	19.054	19.536	-482	2.248	-0,21										
Aantal fte's	0,12	0,06	0,06	0,06	1,07	0,18	0,25	-0,07	0,06	-1,23										
Ontwikkeling omzet	962	1.593	-631	5.399	-0,12	28.607	2.213	26.394	19.574	1,35										
Ontwikkeling resultaat	-1.924	-1.307	-616	1.123	-0,55	1.759	-1.019	2.778	2.127	1,31										
Ontwikkeling fte's	0,00	0,00	0,00	0,03	-0,17	0,00	0,03	-0,02	0,03	-0,89										
4 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.															
Omzet	76.937	69.873	7.064	14.016	0,50															
Resultaat	18.397	21.287	-2.890	3.155	-0,92															
Aantal fte's	0,12	0,06	0,06	0,05	1,21															
Ontwikkeling omzet	337	883	-546	6.246	-0,09															
Ontwikkeling resultaat	2.442	318	2.124	2.178	0,98															
Ontwikkeling fte's	0,00	0,00	0,01	0,02	0,35															

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; Prest. = bedrijfsprestaties; Behand. = behandelgroep; Versch. = verschil; *** = $p < .01$; ** = $p < .05$; * = $p < .10$.

Bestaande bedrijven (niet-starters)

Tabel C.7 Uitkomsten matching bestaande bedrijven ($t=0$ en ontwikkelingen in $t+1$)

Cohort		Behandeld	Controle	Vershil	S.E.	T-stat.	
2009	Aantal observaties (N)	54	1.086				
	N buiten common support	3					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	75.444	82.726	-7.282	19.855	-0,37	
	Resultaat	10.344	17.219	-6.875	4.592	-1,50	
	Aantal fte's	0,32	0,18	0,14	0,18	0,79	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	31.294	413	30.881	10.746	2,87***	
	Ontwikkeling resultaat	4.778	2.396	2.381	3.696	0,64	
	Ontwikkeling fte's	0,09	0,01	0,08	0,10	0,77	
2010	Aantal observaties (N)	53	1.041				
	N buiten common support	3					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	54.730	64.532	-9.803	10.844	-0,90	
	Resultaat	14.525	21.480	-6.955	3.505	-1,98**	
	Aantal fte's	0,11	0,22	-0,11	0,07	-1,66*	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	13.807	3.711	10.096	6.084	1,66*	
	Ontwikkeling resultaat	7.262	982	6.280	2.558	2,46**	
	Ontwikkeling fte's	0,05	-0,02	0,07	0,05	1,59	
2011	Aantal observaties (N)	121	1.191				
	N buiten common support	2					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	58.572	68.258	-9.685	10.012	-0,97	
	Resultaat	13.204	20.580	-7.376	2.147	-3,44***	
	Aantal fte's	0,15	0,12	0,03	0,07	0,43	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	6.845	2.250	4.595	5.501	0,84	
	Ontwikkeling resultaat	1.624	51	1.573	1.439	1,09	
	Ontwikkeling fte's	0,03	0,00	0,03	0,03	0,90	
2012	Aantal observaties (N)	129	1.220				
	N buiten common support	2					
	<i>Jaar van kredietontvangst</i>						
	Omzet	55.206	56.090	-884	17.055	-0,05	
	Resultaat	16.613	19.084	-2.471	2.286	-1,08	
	Aantal fte's	0,12	0,12	-0,01	0,07	-0,07	
	<i>1 jaar na kredietontvangst</i>						
	Ontwikkeling omzet	16.460	959	15.500	5.449	2,84***	
	Ontwikkeling resultaat	-1.998	875	-2.873	1.924	-1,49	
	Ontwikkeling fte's	0,07	0,00	0,06	0,03	2,01**	

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; *** = $p < .01$; ** $p < .05$; * $p < .10$.

Tabel C.8 Uitkomsten matching bestaande bedrijven (t+1 t/m t+4)

Schatting	Cohort 2009					Cohort 2010					Cohort 2011					Cohort 2012				
	Totaal	Prest.				Totaal	Prest.				Totaal	Prest.				Totaal	Prest.			
N behandeld	68	51				70	53				151	122				163	138			
N controle	1.341	1.031				1.281	998				1.496	1.155				1.700	1.220			
N buiten common support	4	4				1	4				1	2				6	2			
Gemiddelde bias	4,2%					5,0%					2,5%					3,4%				
Survival rate	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.
1 jaar na kredietontvangst	0,985	0,943	0,042	0,018	2,30**	1,0000	0,9914	0,0086	0,0043	2,02**	0,993	0,998	-0,005	0,007	-0,67	0,994	0,983	0,011	0,010	1,14
2 jaar na kredietontvangst	0,971	0,936	0,034	0,024	1,45	1,0000	0,9819	0,0181	0,0065	2,78***	0,993	0,982	0,011	0,009	1,22					
3 jaar na kredietontvangst	0,971	0,935	0,035	0,024	1,47	1,0000	0,9534	0,0466	0,0109	4,28***										
4 jaar na kredietontvangst	0,956	0,918	0,038	0,029	1,32															
1 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.
Omzet	81.251	86.861	-5.610	18.882	-0,30	67.838	66.804	1.034	12.926	0,08	65.337	72.335	-6.998	11.654	-0,60	69.418	58.084	11.335	16.105	0,70
Resultaat	15.067	20.589	-5.522	4.367	-1,26	20.459	22.489	-2.029	3.423	-0,59	13.992	20.664	-6.671	2.473	-2,70***	14.405	19.985	-5.580	2.233	-2,50**
Aantal fte's	0,20	0,20	0,00	0,12	0,02	0,16	0,18	-0,02	0,08	-0,19	0,14	0,12	0,01	0,07	0,18	0,18	0,12	0,06	0,07	0,78
2 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.					
Omzet	75.850	95.972	-20.122	19.257	-1,04	70.929	68.759	2.170	13.833	0,16	71.964	69.563	2.401	12.230	0,20					
Resultaat	13.635	21.484	-7.850	4.761	-1,65	20.218	22.105	-1.887	3.645	-0,52	17.153	18.910	-1.757	2.537	-0,69					
Aantal fte's	0,27	0,19	0,08	0,14	0,53	0,12	0,17	-0,05	0,07	-0,71	0,14	0,12	0,03	0,07	0,39					
Ontwikkeling omzet	-5.401	9.111	-14.512	7.965	-1,82*	3.091	1.955	1.136	5.625	0,20	6.627	-2.772	9.399	5.037	1,87*					
Ontwikkeling resultaat	-1.432	895	-2.327	3.114	-0,75	-241	-384	143	1.731	0,08	3.161	-1.754	4.915	2.112	2,33**					
Ontwikkeling fte's	0,07	0,00	0,07	0,06	1,29	-0,04	-0,01	-0,03	0,04	-0,87	0,01	-0,01	0,01	0,02	0,68					
3 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.										
Omzet	61.674	88.398	-26.724	18.136	-1,47	66.666	69.566	-2.901	14.396	-0,20										
Resultaat	10.945	19.098	-8.153	4.713	-1,73*	19.945	23.945	-4.000	3.774	-1,06										
Aantal fte's	0,26	0,17	0,09	0,13	0,68	0,17	0,14	0,03	0,07	0,37										
Ontwikkeling omzet	-14.176	-7.574	-6.602	6.618	-1,00	-4.264	807	-5.071	5.722	-0,89										
Ontwikkeling resultaat	-2.690	-2.387	-303	1.877	-0,16	-273	1.840	-2.114	2.860	-0,74										
Ontwikkeling fte's	-0,01	-0,03	0,01	0,03	0,43	0,05	-0,03	0,08	0,03	2,20**										
4 jaar na kredietontvangst	Behand.	Controle	Versch.	S.E.	T-stat.															
Omzet	64.323	90.765	-26.441	17.773	-1,49															
Resultaat	14.165	20.749	-6.584	4.639	-1,42															
Aantal fte's	0,23	0,17	0,06	0,14	0,40															
Ontwikkeling omzet	2.649	2.366	283	6.541	0,04															
Ontwikkeling resultaat	3.220	1.651	1.568	3.103	0,51															
Ontwikkeling fte's	-0,03	0,01	-0,04	0,05	-0,77															

Bron: Analyse SEO Economisch Onderzoek o.b.v. CBS-microdata; Prest. = bedrijfsprestaties; Behand. = behandelgroep; Versch. = verschil; *** = $p < .01$; ** = $p < .05$; * = $p < .10$.

Bijlage D Marketing en communicatie

Tabel D.1 Marketingdoelgroepen Qredits 2013-2015

	2013	2014	2015
<i>Primaire doelgroep</i>			
Potentieel startende ondernemers en bestaande ondernemers	X	X	X
<i>Secundaire doelgroep</i>			
Beïnvloeders	X		
Partners	X		
Pers	X		
Overheid	X	X	X
Financiers/Financiële instellingen	X	X	X
Accountants		X	X
Verzekeraars		X	X
Vakbonden		X	X
Ondernemerspartijen		X	X
Gemeentes			X
Tussenpersonen			X
<i>Aanvullende groepen</i>			
Bedrijfsovernames	X		
Studenten	X	X	X
Zzp'ers	X		
Vrouwen	X	X	X
Vaklieden	X	X	

Bron: Marketing & communicatie plan 2013-2015, Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek; Met het symbool 'X' is in de tabel aangegeven dat een groep in dat jaar benoemd wordt als doelgroep.

De *primaire doelgroep* typeert Qredits als volgt:

- [Het] ontbreekt hen aan financiering en/of ondernemersvaardigheden en/of [ze] ervaren te veel regels.
- [Ze] weten niet wat er allemaal bij het ondernemen komt kijken.
- [Ze] zijn op zoek naar diensten & producten die hen kunnen helpen.
- [Ze] willen snel geholpen en effectief geholpen worden.
- [Ze] willen er niet alleen voor staan.
- [De] doelgroep neemt een grote stap in zijn leven en [heeft] over het algemeen een positieve frisse blik op een leven, [heeft] lef en [durft] risico te nemen.
- [Ze] willen onafhankelijk en vrij zijn.
- Als ze goed geholpen worden zijn ze loyale gebruikers en zullen [ze] meer afnemen (als nodig) bij Qredits.

- Er zit verschil in de mate van gebruik van de diensten [en] producten afhankelijk van de behoeftes van de doelgroep.²⁴⁸

De demografische kenmerken van de primaire doelgroep typeert Qredits als:

- Heel Nederland;
- Man/vrouw;
- Leeftijd: 18 t/m 65 oud, de *focusgroep* is 25 t/m 45 jaar;
- Opleidingsniveau: MBO, HBO en WO;
- Autochtoon/Allochtoon;
- Gezin/alleenstaand;
- Heeft of een baan, een uitkering of studeert.

Tabel D.2 Relatie tussen marketingdoelstellingen en -activiteiten in 2013 (exclusief online)

Doelstelling	Activiteiten	Toelichting
Algemene naamsbekendheid vergroten	<ul style="list-style-type: none"> • Landelijke campagne • Samenwerking Makro • Samenwerkingen aangaan grote partijen relevant voor doelgroep (vlg. Makro) • Uitlechten samenwerking banken • Participatie evenementen • Samenwerking KvK Ondernemersplein • Regionale naamsbekendheid middels de Bedrijfsadviseurs • Free Publicity • Social Media • Ambassadeurs • Small Entrepreneurs Day 	<ul style="list-style-type: none"> • Makro: gezamenlijke communicatie. • Banken: opstellen communicatieplan. • Evenementen: KvK Startersdagen
Verhogen conversies microkrediet	<ul style="list-style-type: none"> • Uitbouw samenwerking banken • Online campagne • Samenwerking met franchise-organisaties • Samenwerking PostNL • Samenwerking Flynth en MKB Adviseurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Banken: schrijven communicatieplan • PostNL: organiseren informatiebijeenkomsten • Flynth/MKB Adviseurs: stimuleren contact bedrijfsadviseurs Qredits en financiële adviseurs, doorverwijsformulier introduceren, bijeenkomsten organiseren, participeren in summer schools
Verhogen conversies coachingpakketten	<ul style="list-style-type: none"> • Online marketingcampagnes • Gerichte partners zoeken • Samenwerking bedrijfspartners uitlechten • Ambassadeurs coaching • Free publicity 	<ul style="list-style-type: none"> • Uitlechten samenwerking bedrijfspartners: opstellen communicatieplan
Verhogen conversies ondernemerstools	<ul style="list-style-type: none"> • Online campagne MKB Servicedesk • Overige online marketing • 'Doorverwijzers' inschakelen • Groupon actie 	

Bron: Marketing & communicatie plan 2013, Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek.

²⁴⁸ Bron: Marketing & communicatie plan 2013-2015, Qredits. Het laatste kenmerk wordt alleen genoemd in het plan van 2013. Voor de overige doelgroepen uit Tabel D.1 ontbreekt een vergelijkbare lijst met kenmerken.

Tabel D.3 Relatie tussen marketingdoelgroepen en -activiteiten in 2014 (exclusief online)

Doelgroep	Activiteiten	Toelichting
Primair	Landelijke campagne Landelijke/regionale advertenties Landelijke evenementen Regionale evenementen Free publicity	Week van de Ondernemer, Landelijke KvK Startersdag, Dag van de Financiering, Overnamebeurs, Branchebeurzen algemeen. Regionale KvK Startersdagen, MKB-Financieringsmarkt Amsterdam, Week van de Ondernemer Amsterdam
Secundair: Banken	<ul style="list-style-type: none"> Opstellen en navolgen communicatieplannen Actie voor naamsbekendheid bij telefonisten en bedrijfsadviseurs banken (1x/jaar) Houden van contact naar aanleiding van kwartaalrapportages (4x/jaar) 	Banken: ING, ABN AMRO, Rabobank, Triodosbank, Regiobank
Secundair: Overheidsinstanties	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Waar mogelijk: gezamenlijke communicatie. 	Overheidsinstanties: KvK Ondernemersplein, Antwoord voor Bedrijven, Higher Level, MKB Servicedesk.nl en MKB Ondernemerskredietdesk.nl, MKB NL, UWV, HBA SVGB
Secundair: Communicatiepartners	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Waar mogelijk: gezamenlijke communicatie. 	Communicatiepartners: Makro, Post NL, Adminu, SRA
Secundair: Online partijen	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Eventueel aanbieden producten/diensten Qredits met korting aanbieden Verkrijgen samenwerking nieuwe online partijen 	Online partijen: ikwordzpper.nl, youngstartup.nl, wijstarten.nl, yellowwalnut.nl, starterstraining.nl Potentiële partijen: marktplaats.nl, [aantal partijen die niet meer bestaan]
Secundair: Consultant bedrijven	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Indien relevant: acties t.b.v. naamsbekendheid Qredits 	Consultant bedrijven: Flynth, MKB Adviseurs, Koelwijn & Partners, Credion, Claassen, Molenbeek & Partners, Brookz, NIBUD, BOBB, NOAB, NBA, FBned
Secundair: Coachingpartners	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Waar mogelijk: sturen op doorverwijzing naar elkaar 	Coachingpartners: Accenture, BDO, NIBC, Welten, De Goudse, PZO, NIBESVV, IDEA [Makro, ING, ABN, Rabobank: zie hiervoor verder hierboven.]
Secundair: Alternatieve financieringspartijen	Doorverwijzen naar elkaar als er behoefte is aan stapelfinanciering.	Alternatieve financieringspartijen: Symbid, Geldvoorelkaar, Crowdfunding
Aanvullend: Vrouwen	Benaderen vrouwennetwerken Leveren content voor vrouwenbladen Participatie vrouwevenementen/bijeenkomsten	
Aanvullend: Studenten	<i>Geen actie van het Marketing en Communicatie Team, maar van een specifieke medewerker met ondersteuning van het eerst genoemde team. Er zijn geen acties gespecificeerd, enkel doelen.</i>	
Aanvullend: Vaklieden	<ul style="list-style-type: none"> Opstarten samenwerking Verder: aanhaken bij MBK NL (zie hierboven) 	Vaklieden: SVGB, HBA, MKB NL

Bron: Marketing & communicatie plan 2014, Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek.

Tabel D.4 Relatie tussen marketingdoelgroepen en -activiteiten in 2015 (exclusief online)

Doelgroep	Activiteiten	Toelichting
Primair	Landelijke campagne	Radio ondersteund door online, bladen en evenementen. Eventueel: billboards, bushokjes.
	Landelijke evenementen	Week van de Ondernemer, Landelijke KvK Startersdag, Dag van de Financiering, Overnamebeurs, Franchise Plus Koelewyn & Partners, Beauty Beurs, KoopLokaal, Branchebeursen algemeen
	Free Publicity (landelijk)	
	Regionale evenementen en publiciteit	In te vullen door lokale bedrijfsadviseurs.
	Ambassadeursteam	Plan moet nog worden opgesteld.
Secundair: Overheidsinstanties	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Waar mogelijk: gezamenlijke communicatie. Waar relevant: vergroten interne naamsbekendheid Qredits 	Overheidsinstanties: KvK Ondernemersplein, Higher Level, MKB Servicedesk.nl en MKB Ondernemerskredietdesk.nl, MKB NL, UWV, Ministerie van Economische Zaken, Gemeentes
Secundair: Financiële Partners	<ul style="list-style-type: none"> Interne communicatie (i.e. interne nieuwsbrief bij bank over Qredits, workshops). Gezamenlijke promotie 	Financiële Partners: ING, ABN AMRO, Rabobank, Triodos bank, Regiobank, SNS bank, Verbond van Verzekeraars
Secundair: Commerciële Partners	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Onderzoeken mogelijkheden 	Commerciële partners: Online starters-training, Business Compleet, Sprout, RTZ, Branche Vakbladen, Brookz, BoBB, FBNet, Stichting ZZPNederland, Wolf&Partners, NVM
Secundair: Structurele samenwerking (laag niveau)	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Waar relevant: aanbieden producten/diensten Qredits met korting 	PostNL, Adminu, ikwordtzzper.nl, youngstartup.nl, wijstarten.nl, yellowwalnut.nl, Koelewyn & Partners, Credion, Claassen, Molenbeek & Partners, NIBUD
Secundair: Coachingpartners	Samenwerking communicatie	Focus: Alfa Accountants en BDO.
Secundair: Accountants	<ul style="list-style-type: none"> Ontbijtsessies Aanwezigheid op websites/online zichtbaarheid Acties voor interne naamsbekendheid Qredits 	Flynth, MKB Adviseurs, Extendum, Countus, NOAB, NBA, Alfa, BDO, SRA
Aanvullend: Vrouwen	<ul style="list-style-type: none"> Participatie Beautybeurs Online aanwezigheid LifeStyleBusiness Content genereren t.b.v. vrouwenbladen 	
Aanvullend: Studenten	Geen actie van het Marketing en Communicatie Team, maar van een specifieke medewerker met ondersteuning van het eerst genoemde team.	

Bron: Marketing & communicatie plan 2015, Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek.

Tabel D.5 Key Performance Indicators onlinemarketing 2014-2015

	Marketingplan 2014	Marketingplan 2015
Google AdWords	<ul style="list-style-type: none"> • 2000 microkrediet aanvragen (in 2013 totaal 2.500 aanvragen Micro+MKB) • 1000 MKB-krediet aanvragen* • 150 coaching trajecten (in 2013 afgerond 80 trajecten) • 300 e-learning (in 2013 140 e-learning conversies) • 100 coachaanmeldingen (onduidelijk, inmiddels wel meetbaar) 	<ul style="list-style-type: none"> • 2.000 microkrediet aanvragen (1.923 in 2013 1.517 in 2014) • 650 MKB-krediet aanvragen (194 in 2013 493 in 2014) • 75 coaching trajecten (28 in 2013 52 in 2014) • 250 e-learning (190 in 2013 212 in 2014) • 75 coach aanmeldingen (37 in 2014)
Content	<ul style="list-style-type: none"> • 24 blogberichten in 2014 • 6 inspiratie video's • 4 informatieve video's • 40.000 sjabloon downloads (30.000 in 2012 18.000 in 2013) 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 inspiratie + 1 animatievideo • 25.000 sjabloon downloads (30.000 in 2012 18.000 in 2013 21.000 in 2014)
Website	<ul style="list-style-type: none"> • 410.000 bezoekers (in 2013 waren er 310.000 unieke bezoekers) • 90.000 bezoekers via organisch zoekresultaat (in 2013 waren dit er 60.000) 	<ul style="list-style-type: none"> • 320.000 unieke bezoekers (310.000 in 2013 305.000 in 2014) • 40% bouncepercentage (42,10% in 2013 43,85% in 2014) • 120.000 bezoekers via organisch zoekresultaat (80.000 in 2013 105.000 in 2014)

Bron: Marketing & communicatie plannen 2014-2015, Qredits; Bewerking SEO Economisch Onderzoek

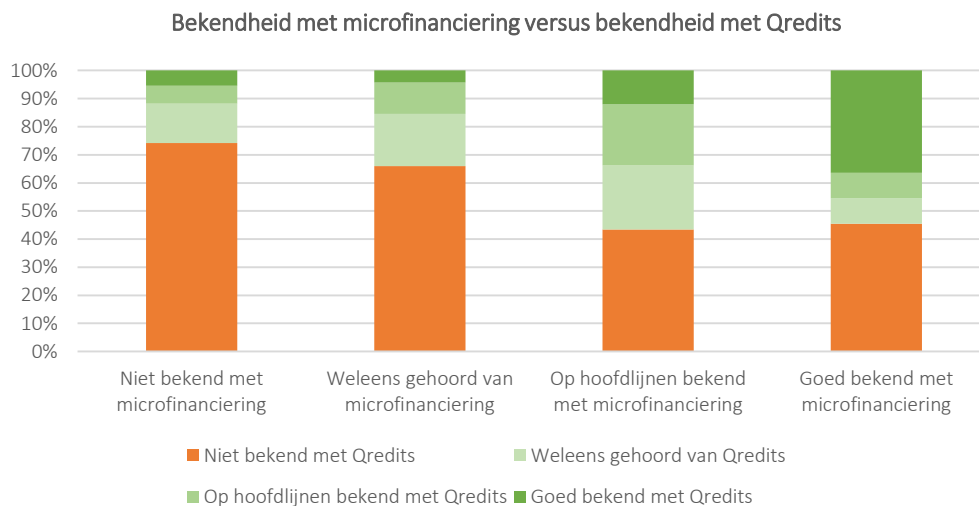
Bijlage E Aanvullende tabellen en grafieken

Tabel E.1 25% van de kleine bedrijven is goed (3%) of op hoofdlijnen (22%) bekend met microfinanciering/microkrediet als financieringsvorm

	Financieringsbehoefte bedrijf			Totaal
	<€ 50k	€ 50k-€ 250k	Alleen toekomstig	
Niet mee bekend	31%	15%	22%	25%
Weleens van gehoord	50%	41%	52%	50%
Op hoofdlijnen mee bekend	16%	37%	24%	22%
Goed mee bekend	3%	7%	2%	3%
Totaal	100%	100%	100%	100%
<i>Aantal observaties (N)</i>	<i>159</i>	<i>46</i>	<i>170</i>	<i>375</i>

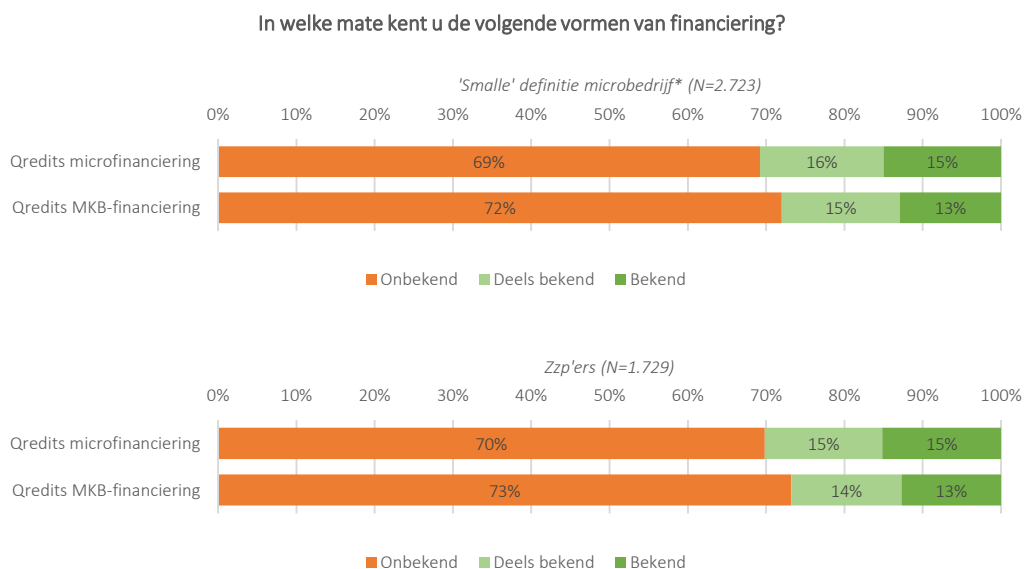
Bron: Enquête onder financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen en een financieringsbehoefte in de afgelopen 3 jaar van maximaal 250 duizend euro en/of een financieringsbehoefte in de komende 3 jaar; De enquêtevraag luidde: *Hoe goed bent u bekend met de financieringsvorm microfinanciering / microkrediet?*

Figuur E.1 Ruim 40 procent van bedrijven die (op hoofdlijnen) bekend zijn met microfinanciering, is niet bekend met Qredits (N=375)



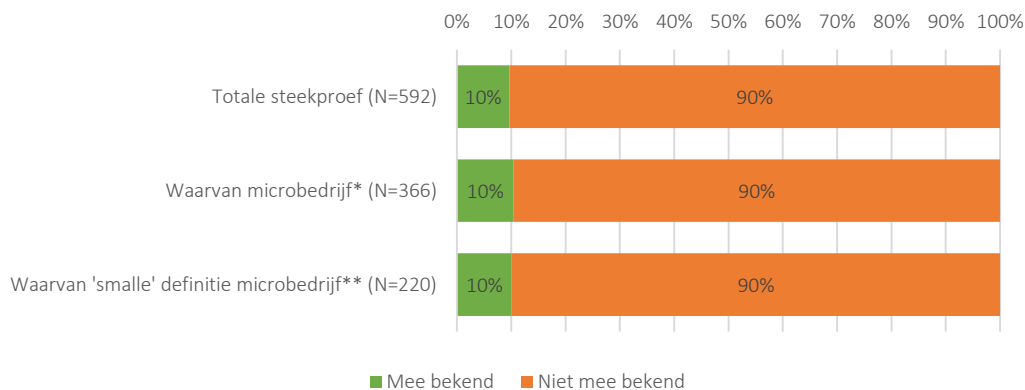
Bron: Enquête onder financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen en een financieringsbehoefte in de afgelopen 3 jaar van maximaal 250 duizend euro en/of een financieringsbehoefte in de komende 3 jaar.

Figuur E.2 Bekendheid Qredits in het *Behoeftesonderzoek MKB-Financiering* (2015)



Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata KvK/HU (2015)
* Bedrijven met maximaal 5,0 fte werknemers en een jaaromzet van € 1 mln.

Figuur E.3 Bekendheid Qredits in de *Financieringsmonitor*, editie 2015-I

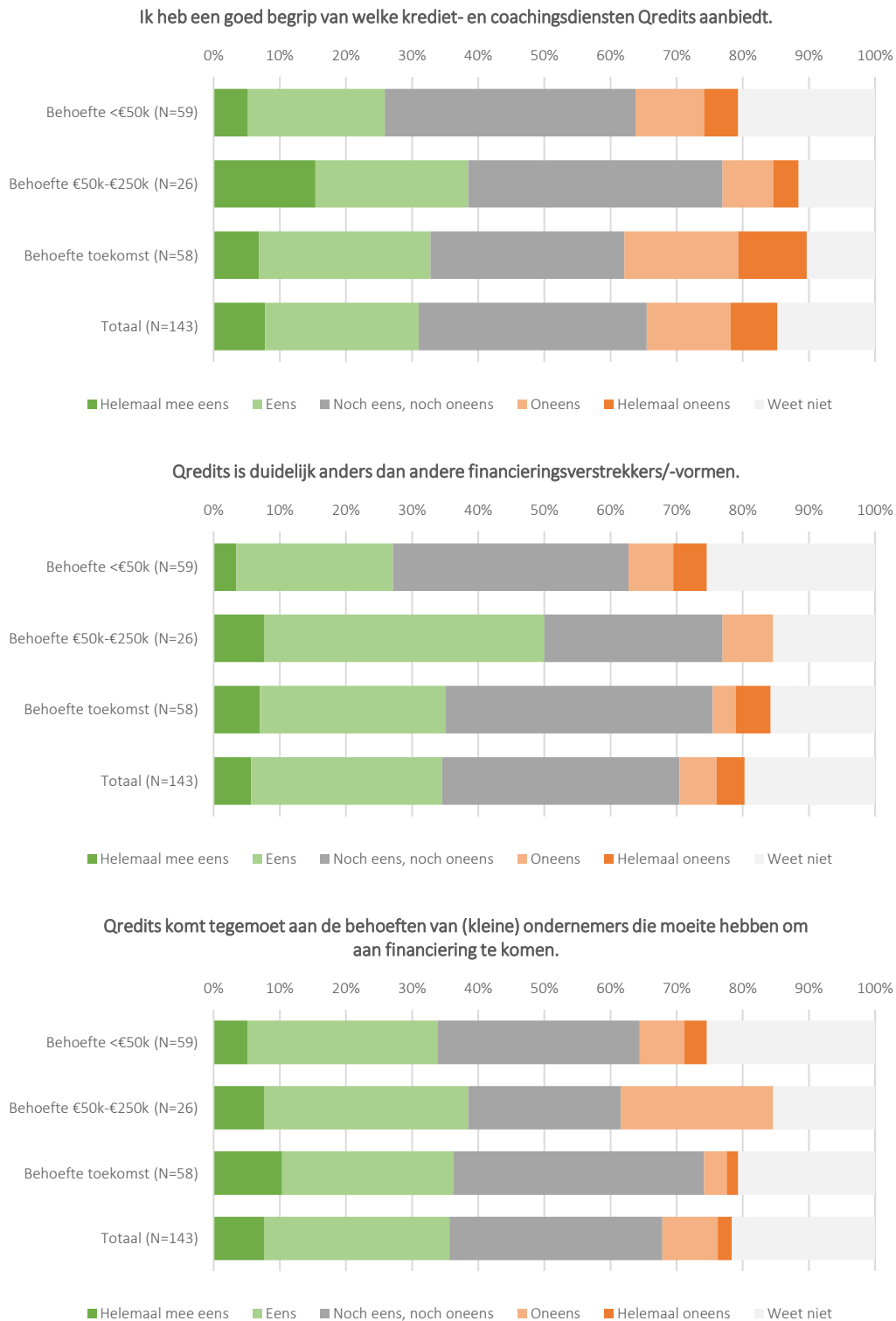


Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van microdata Panteia (2015); De enquêtevraag luidde: *Ik noem u enkele overheidsregelingen. Wilt u aangeven of u daar mee bekend bent?*

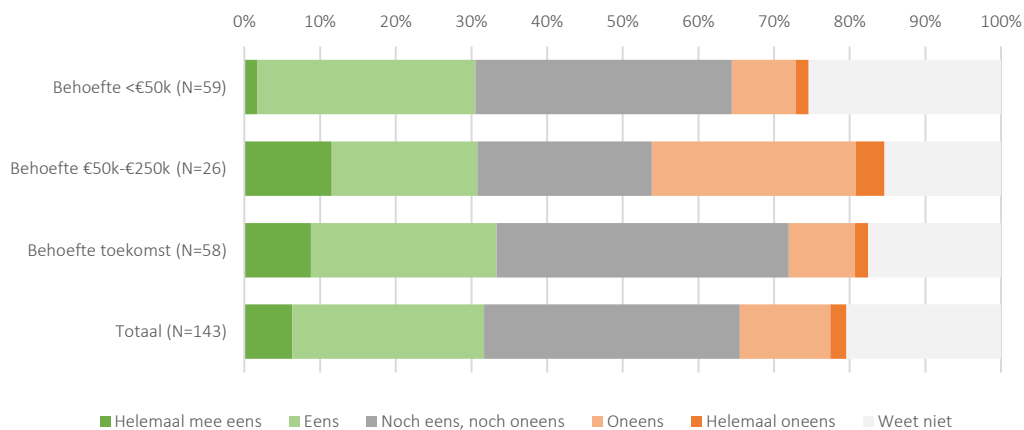
* Bedrijven met maximaal 10 werknemers.

** Bedrijven met maximaal 5 werknemers en een jaaromzet van € 1 mln.

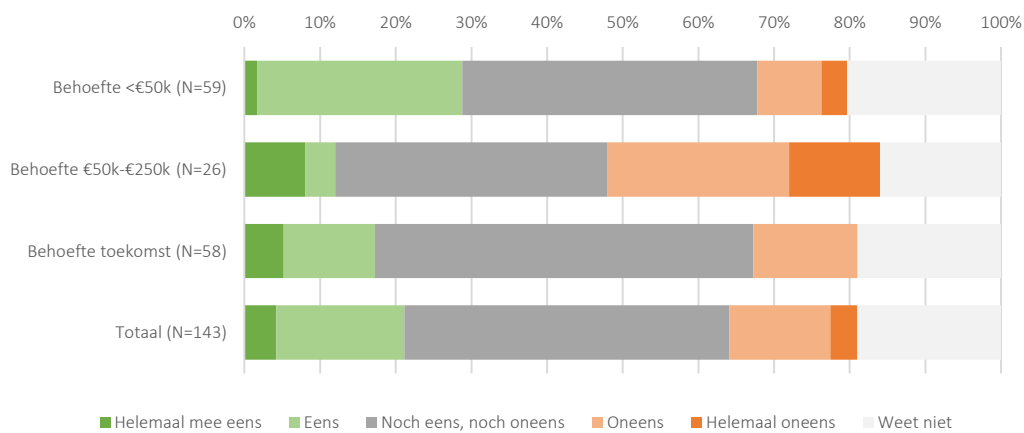
Figuur E.4 Stellingen over Qredits



Qredits is een logische financieringsverstrekker voor het innovatieve midden- en kleinbedrijf.



Als ik financiering nodig heb, zal ik naar Qredits gaan.



Bron: Enquête onder financiële beslissers van bedrijven met maximaal 5 werkzame personen en een financieringsbehoefte in de afgelopen 3 jaar van maximaal 250 duizend euro en/of een financieringsbehoefte in de komende 3 jaar.