

Toegankelijkheidsparadox bij MKB financieringen



Si vous voyez un banquier se jeter par la fenêtre, sautez derrière lui:
vous pouvez être sûr qu'il y a quelque profit à prendre. (Voltaire 1694-1778)

Vertrouwen en betrouwbaarheid als oplossing
voor de toegankelijkheidsparadox bij MKB financieringen

Thesis Master Strategy & Leadership (MSc)

Datum: 5 juni 2023

Versie: 1.1

Onderwerp: De toegankelijkheidsparadox bij MKB-financieringen

Probleemstelling: Ongelijke toegang tot kredietverlening voor het MKB heeft een negatief effect op het regionale verdienvermogen en de invulling van offensieve investeringen zoals innovatie, energietransitie en verduurzaming.

Thesis begeleider: L. de Waal MSc MA

Auteur: S.W. Scholte MBA
Rhijnvis Feithlaan 19
8021 AK Zwolle
info@economie.nl



Inhoudsopgave

Voorwoord.....	1
Management Samenvatting	3
1. Aanleiding en Context.....	4
1.1 Aanleiding.....	4
1.1.1 Crowdfunding Service Providers	4
1.1.2 De schaduwzijde van fintech.....	5
1.1.3 Masterthesis	6
1.2 Probleem: De toegankelijkheidsparadox.....	6
1.3 Doel onderzoek en maatschappelijke relevantie	8
1.4 Context en afbakening	9
1.5 Onderzoeksvragen.....	9
1.5.1 Kennisvraag	9
1.5.2 Hoofdvraag.....	10
1.5.3 Deelvragen	10
1.6 Leeswijzer	10
2. Theoretische verkenning	11
2.1 Relevante theorieën	11
2.1.1 Vertrouwen en Betrouwbaarheid	11
2.1.2 Pecking Order Theory.....	13
2.1.3 Growth Cycle Theory.....	13
2.1.4 A survey of behavioural finance.....	15
2.1.5 Entrepreneurial Success Criteria	18
2.1.6 Financieel Regisseur	19
2.1.7 De 5 C's of Credit.....	20
2.2 Conceptueel model	22
3. Onderzoeksopzet	24
3.1 Onderzoeksmethode en onderzoeksmodel	24
3.2 Respondenten	24
3.3 Vrijeattitude-interview	25
3.3.1 Operationalisering van het onderzoek.....	25
3.3.2 Vastlegging en transcriberen	26
3.3.3 Borgen van objectiviteit	27
4. Bevindingen en resultaten	28
4.1 Constateringen	28
4.1.1 De 5 C's of Credit.....	28
4.1.2 Transparant handelen en goede reputatie	29
4.1.3 Passie en doorzettingsvermogen	29
4.1.4 Netwerken, inzet van adviseurs	30
4.1.5 Bedrijfsplan en visie	30
4.1.6 Maatschappelijke opgaven	31
4.2 Analyse werking conceptueel model.....	32
4.3 Serendipiteit	33
5. Conclusie, discussie en aanbevelingen	34
5.1 Ervaringen bij het verkrijgen van externe financiering	34
5.2 Gedragingen die betrouwbaarheid beïnvloeden bij het verkrijgen van externe financiering.....	35
5.3 Gedragingen die vertrouwen beïnvloeden bij het verkrijgen van externe financiering.....	35
5.3.1 Prestige: Transparant handelen en goede reputatie	36
5.3.2 Passion: Passie en doorzettingsvermogen	36
5.3.3 Pool: Netwerken, inzet van adviseurs	37
5.3.4 Plan: Bedrijfsplan en visie	38



5.3.5 Purpose: Maatschappelijke opgaven	38
5.4 Eindconclusie	39
5.5 Discussie	40
5.6 Vervolgonderzoek	40
5.7 Aanbevelingen	41
5.7.1 Financiers	41
5.7.2 Intermediairs	41
5.7.3 Stakeholders	42
5.7.4 Ondernemers	42
5.8 Epiloog	42
Literatuurlijst	43
Bijlagen	46
Bijlage 1: Aantal bedrijven regio Zwolle	46
Bijlage 2: Kaart regio Zwolle	46
Bijlage 3: Het financieringsaanvraag proces	47
Bijlage 4: Waar gaat een ondernemer naar toe voor advies over een financiering?	47
Bijlage 5: E-mail uitnodiging interview	48
Bijlage 6: Vragenlijst interviews	49
Bijlage 7: Tabel verificatie onderzoeksdoelgroep	51
Bijlage 8: Codering interviews	52
Bijlage 9: Stroomschema financieringsverzoek	58



Voorwoord

Bijna 30 jaar heb ik gewerkt als bankier. In 2021 besloot ik om het bankvak te verlaten en afstand te nemen van deze branche. Ik kon mijn klanten helaas niet meer bedienen zoals ik dat wou. De teugels zijn binnen het bankwezen in de loop der jaren aangetrokken. Met name na de kredietcrisis, die begon in de zomer van 2007, hebben toezichthouders, centrale banken en handelsbanken hun procedures en systemen aangepast. Toen ik in de beginjaren als relatiebeheerder bedrijven werkte was de beoordeling van een kredietverstrekking aan een ondernemer gebaseerd op: Ondernemer, Onderneming, Solvabiliteit, Rentabiliteit en Dekking. Met de strengere regels werd de invloed van de bankier voor de interpretatie en weging van de eerste twee onderdelen steeds minder relevant.

In 2020 ben ik gestart met het Mastertraject via AOG. Bij de eerste leergang Leiderschap bij Digitale Transformatie werkte ik nog als Directievoorzitter van de Rabobank en heb ik onderzoek gedaan naar wat gemist wordt bij een pure fintech bank. Bij mijn tweede leergang Psychologie in Organisaties was ik werkzaam als Chief Commercial Officer van Kruitbosch (bekend van het fietsmerk Cortina) en heb ik vijf interventies onderzocht om de bevoegenheid in de organisatie te vergroten. Inmiddels ben ik weer terug in het vak van de kredietbemiddeling voor bedrijven. Met mijn eigen bedrijf heb ik me als franchisenemer aangesloten bij NLIvesteert, een Crowdfunding Service Provider (CSP) die, met haar franchisenemers als regisseur voor kredietbemiddeling en haar fintech bemiddelingsplatform, zorgt dat ondernemers, investeerders en financiers bij elkaar komen. Ik kan ondernemers weer financieel helpen met behoud van de menselijke maat, echt vakmanschap en met mijn kennis als bankier.

De opgedane kennis van zowel mijn eerste leergang over digitale transformatie, als de reden waarom werken als zelfstandig ondernemer voor mij op dit moment zo passend is, heb ik kunnen combineren in mijn huidige werkomgeving. Ik heb veel autonomie, kan terugvallen op mijn relaties en heb, met dertig jaar ervaring in het bankwezen, voldoende competenties om binnen een fintech omgeving weer bevoegen te kunnen werken. Het schrijven van deze thesis heb ik ervaren als zeer intensief. Je wordt doorlopend uitgedaagd op het wetenschappelijke vlak. Het is een andere manier van kijken, redeneren, ervaren en concluderen dan ik gewend ben. In mijn dagelijkse praktijk word ik doorgaans meer uitgedaagd op een hoog en snel probleemoplossend vermogen. Deze thesis heb ik geschreven in de start-up fase van mijn bedrijf. Het gekozen onderzoeksonderwerp is gelukkig een combinatie van zowel mijn dagelijkse praktijk, als een interessant onderzoeksgebied waar ik wetenschappelijk wat aan kan toevoegen. Ik ben blij met de onderzoeksresultaten die meehelpen om ondernemers beter in staat te stellen hun financiering voor de



ondernemingsplannen rond te krijgen. De geïnterviewde ondernemers dank ik dan ook hartelijk voor de inspirerende en openhartige gesprekken die wij over het thema kredietverlening hebben gevoerd.

Ik wil verder graag Leen de Waal hartelijk danken voor zijn scherpte in de begeleiding. Met zijn ongekeerde database aan theorieën en inspirerende uitspraken heeft hij mij positief weten te prikkelen. Ook in tijden dat het onderzoek wat stroever verliep. Liane Voerman en Philip Wagner wil ik bedanken voor hun inspirerende en nuttige colleges op het gebied van structuur, de wondere academische wereld en de peptalk tijdens het gistingproces op weg naar een mooi onderzoeksonderwerp of conceptueel model.

Tot slot wil ik graag Edith, Jelle, Douwe en Bonne bedanken voor hun geduld en begrip tijdens de vele uren die ik in de afgelopen drie jaar aan deze studie heb gependend. De titel MSc. die gepaard gaat met deze opleiding draag ik op aan mijn vader, Drs. Henk Scholte, gepensioneerd onderwijsinspecteur. Hij heeft mij altijd gestimuleerd om me te blijven ontwikkelen. Helaas kan hij de heugelijke afronding van deze studie niet meer meemaken, maar hij was vast supertrots geweest.

Zwolle, 5 juni 2023

Sjoerd Scholte



Management Samenvatting

De bevindingen van deze thesis geven aanbevelingen voor het vergroten van de toegankelijkheid tot externe financiering, door een beter begrip over de impact van gedragingen van ondernemers bij kredietverlening.

Ondanks dat MKB-ondernemingen de aanjager zijn van de economie, hebben zij door terugtrekkende bewegingen van banken moeite om krediet te krijgen. Banken zijn kritischer geworden vanwege Europese regelgeving en kostenbelading. In tegenstelling tot het kleinbedrijf heeft het grootbedrijf nog steeds goede toegang tot financiering. Zij zijn qua rendementen interessanter voor banken. Doorgaans hebben deze bedrijven nog een eigen accountmanager. Ook hebben ze controllers of CFO's in dienst waarmee krediet effectief kan worden aangevraagd. Uit literatuuronderzoek blijkt welke kredietvormen passen bij welke levensfase van een bedrijf. In tegenstelling tot het kleinbedrijf heeft het grootbedrijf wel de mogelijkheid om gebruik te maken van financieringsoplossingen zoals private equity, obligatieleningen of venture capital.

Crowdfunding Service Providers en fintech bedrijven bieden deels een oplossing voor het gat dat banken laten liggen. Niet alle MKB-ondernemers weten hun weg te vinden binnen de nieuwe mogelijkheden. Uit literatuuronderzoek blijkt dat de rol van het intermediair als financieel regisseur, er nog steeds op geënt is om de adviesbehoefte bij te staan, binnen de nieuwe omstandigheden en mogelijkheden. Los van onderzochte drijfveren, die gaan over hoe een ondernemer zich gedraagt op weg naar succesvol ondernemerschap, is gekeken naar het gedrag van de ondernemer. Hieruit blijkt dat zijn gedrag zowel zijn betrouwbaarheid als het door de financier gepercipieerde vertrouwen in hem beïnvloedt.

Betrouwbaarheid bij kredietverlening wordt gecategoriseerd volgens het 5 C's of Credit-model in: krediethistorie, eigen inbreng, terugbetalingscapaciteit, zekerheden en condities. Deze harde data worden door computermodellen geanalyseerd (Baiden, 2011). Vertrouwen is, op basis van de opgehaalde input uit de interviews, vormgegeven in een nieuw model: de 5 P's of Credit. De categorieën van dit model zijn: reputatie, passie, netwerk en adviseurs, businessplan en de bijdrage aan maatschappelijke opgaven. Een MKB-ondernemer kan bewust werken aan de subjectieve variabelen om een bijdrage te leveren aan het ontsluiten van krediet.

Deze thesis stelt dat ondernemers met hun gedrag zowel betrouwbaarheid als vertrouwen kunnen beïnvloeden. De beïnvloeding met gedragingen door ondernemers kan positief doorwerken op de toegankelijkheid tot financiering. Dit is voor alle MKB-ondernemers van belang, maar specifiek voor micro- en klein MKB-ondernemers om de toegankelijkheidsparadox zoveel mogelijk op te heffen.



1. Aanleiding en Context

1.1 Aanleiding

Het verkrijgen van bancaire krediet voor MKB-ondernemers is complexer geworden. De autonomie van de bankier is, mede onder druk van regelgeving van de Europese Centrale Bank, in een aantal jaren substantieel verminderd. De transactiekosten voor het lenen van geld zijn aanzienlijk gestegen. Door aangescherpte internationale wet- en regelgeving na de kredietcrisis, hebben banken hun kredietrisico's de afgelopen jaren moeten afbouwen. Voor de verstrekking van kredieten geldt tegenwoordig een hogere solvabiliteitseis. Het aanhouden van meer eigen vermogen werkt negatief door op de verdien capaciteit van banken (Kruize, 2022). Banken hebben als antwoord op deze gestegen kosten steeds minder commerciële medewerkers in het veld (ING van 2012: 400 naar eind 2022: 130. Rabobank van 2021: 900 naar eind 2022: 250). Door de kredietgrenzen op te trekken bij bedieningsconcepten is een grote groep ondernemers ontstaan, die geen vast aanspreekpunt meer heeft, maar wordt bediend door centraal georganiseerde callcenters. Een concept met accountmanagers is arbeidsintensief en hierdoor relatief duur. Voor kleinere kredietaanvragen wegen de bijkomende kosten relatief zwaar, waardoor het voor banken minder interessant is om hier veel tijd in te investeren. Bij de drie grootbanken (ABN Amro, Rabobank en ING) is de limiet voor een persoonlijke vaste zakelijke accountmanager opgetrokken naar 2 tot 3 miljoen euro kredietfaciliteit. De bedieningsconcepten onder deze limiet hebben namen als: Retailbanking, Small Business Facilities, MKB-advies, Fundr of Digital Lending Street.

Het beoordelen van kredietaanvragen voor ondernemers wordt bij banken voor kleinere bedragen gebaseerd op computeranalyses. Na het draaien van de modellen staat het stoplicht op groen of op rood. De invloed op de uitkomst van de kredietaanvraag door de bankier is nog zeer gering (Conijn, 2022). Uit een recente peiling blijkt dat ondernemers krediet nauwelijks via traditionele financiers kunnen aantrekken. Eén op de vijf leningen wordt buiten de bank om geregeld (Conijn, 2023). Slechts 3% van de aanvragers geeft aan makkelijk bij de bank terecht te kunnen (Biesheuvel, 2022). Een poll op LinkedIn laat zien dat driekwart voor financieringsadvies naar andere partijen gaat dan naar de bankier (bijlage 4).

1.1.1 Crowdfunding Service Providers

In 2010 werden voor de imaginaire bank HollandBank de mogelijke nieuwe businessmodellen voor het bankwezen onderzocht. Eén van de conclusies uit dat onderzoek was dat een peer-to-peer lending (technische oplossing die individuen in staat stelt om rechtstreeks leningen te verkrijgen van andere



individuen, waarbij de financiële instelling als tussenpersoon wordt uitgesloten) of een crowdfundingvariant een grote kans van slagen kon hebben als alternatief voor de traditionele banken (Scholte, 2010). In de afgelopen jaren zijn er diverse CSP's ontstaan. Een CSP is een organisatie die, met behulp van haar crowdfundingplatform (digitale marktplaats voor financieringen), informatie verstrekt aan beleggers zodat zij een gedegen beslissing kunnen nemen over de aangeboden projecten (AFM, 2022). Daarnaast handelt de CSP de kredietdocumentatie en de uitboeking van rente- en aflossingen af. Het ontstaan van diverse CSP's is op het eerste gezicht het antwoord op de banken die een terugtrekkende beweging maken op het financieringsvlak aan MKB-ondernemers (Lawton & Marom, 2012).



Figuur 1. Overzicht diverse Crowd Funding Service Providers.
(Crowdfunding cijfers, 2022)

1.1.2 De schaduwzijde van fintech

In 2019 startte mijn module Leiderschap bij Digitale Transformatie als onderdeel van deze Master of Science opleiding. De opkomst van fintech-oplossingen voor kredietverlening heeft een bijdrage geleverd aan de vergroting van de toegankelijkheid. Echter was er niet alleen maar positief nieuws te melden over de fintech bedrijven. In een vervolgonderzoek naar de 2.0 versie van de imaginaire bank HollandBank werd vastgesteld wat bij dit soort fintech kredietoplossingen wordt gemist. De conclusie uit dit rapport was onder meer dat de menselijke maat, verbinding en persoonlijke aandacht worden gemist. Een financiële dienstverlener kan zich positief onderscheiden door naast basale fintech oplossingen ook inzet te plegen op maatschappelijke actuele thema's, regelruimte te geven aan de adviseurs om hun klanten optimaal te kunnen helpen en netwerkparticipatie van medewerkers te stimuleren zodat ze een volwaardige gesprekspartner blijven voor hun klanten. Met andere woorden: het toevoegen van de menselijke maat aan een digitaal bedieningsconcept (Scholte, 2021). Met mijn bedrijf EQonomie adviseer ik ondernemers bij financieringsvraagstukken. Om naast de advisering de financiering ook daadwerkelijk tot stand te brengen, heb ik me als franchisenemer aangesloten bij CSP NLInvesteert. De aansluiting biedt mij de mogelijkheid om MKB-ondernemers met behulp van diverse financieringsinstrumenten en -bronnen aan kapitaal te helpen.



Gebruikmakend van een digitaal platform, maar wel door persoonlijke advisering met maatwerk, anticiperend op de specifieke behoefte van de MKB-ondernemer.

1.1.3 Masterthesis

In deze Masterthesis staat de toegankelijkheid tot financieringen voor de MKB-ondernemer centraal. MKB-ondernemers worden beschreven als ondernemingen met maximaal 250 medewerkers, maximaal € 50 miljoen omzet en een balanstotaal van maximaal € 43 miljoen (Directorate-General for Internal Market, 2021). Op welke wijze krijgt de MKB-ondernemer toegang tot het benodigde kapitaal om te kunnen ondernemen? Financieringsmogelijkheden voor het MKB zijn essentieel om nieuwe initiatieven, innovaties en verdienvermogen verder te stimuleren (Könings & Balk, 2021). De drie actoren die met elkaar in verbinding staan bij kredietverlening zijn: de kredietverstrekker, de intermediair en de kredietontvanger. Omdat banken als kredietverstrekker in een strak keurslijf van Europese regelgeving zitten, is het lastig om hier een verandering op gang te brengen. De intermediairs vervullen nog steeds een bemiddelende rol tussen vraag en aanbod van geld. Dit zal ook onder wijzigende omstandigheden naar verwachting zo blijven, ze verdienen immers hun geld met deze bemiddeling. De ondernemer zelf is dan de overblijvende beïnvloeder bij kredietverlening. Een eerste verkenning naar beschikbare achtergronden en theorieën leert dat er over de gedragingen van MKB-ondernemers (micro-, klein- en midden-MKB) voor het verkrijgen van toegang tot kredieten nog geen expliciete wetenschappelijke kennis voorhanden is of onderzoek is gedaan. Deze lacune is de insteek van deze masterthesis.

1.2 Probleem: De toegankelijkheidsparadox

Bij de uitvoering van nieuwe bedrijfsplannen is doorgaans een financiering nodig. MKB-ondernemers verkrijgen financieringen steeds lastiger en dit kan bij uitblijven van financiering zelfs leiden tot faillissement (Hordijk, 2022). Investerings zijn belangrijk voor het toekomstige verdienvermogen van de onderneming en hiermee de economie. Een rem op investeringen heeft grote consequenties voor de economie omdat de effecten lang doorwerken (Könings & Balk, 2021). Kredietverlening aan MKB-ondernemingen is voor de ondernemers complexer geworden. Banken hebben vestigingen gesloten en hun verdienmodel staat steeds minder toe dat MKB-ondernemingen een vaste persoonlijke adviseur hebben. Hiermee is de toegankelijkheid naar traditionele bronnen van financiering verminderd. Aan de andere kant zijn fintech oplossingen gebaseerd op harde data (zoals krediethistorie, rekeningomzet, betalingsgedrag, liquiditeit, solvabiliteit et cetera) verbeterd en kan een MKB-financiering met een paar muisklikken geregeld zijn. In dat opzicht is de toegankelijkheid beter geworden (Zwoferink, 2023).



Het probleem is dat de toegankelijkheid niet voor iedereen geldt. De grotere MKB-bedrijven hebben vaak een CFO of controller in dienst die financieel onderlegd is, een kredietverzoek goed kan voorbereiden en dezelfde taal als de financier spreekt. Ook vallen middelgrote en grote MKB ondernemingen vaak nog wel in de juiste categorie om een eigen aanspreekpunt bij de bank te hebben. Voor klein-MKB ondernemers, of ondernemers die digitaal en financieel minder onderlegd zijn, geldt de toegankelijkheid in mindere mate. Een dergelijke MKB-ondernemer heeft geen financieel deskundige in dienst, geen aanspreekpunt bij de bank en kan zich soms onvoldoende redden met de nieuwe fintech oplossingen. Hiermee is er een verminderde toegang tot financieringen voor deze groep (Roosenboom, 2021).

Bijkomend probleem is dat de recente rentestijgingen het midden- en kleinbedrijf extra zwaar treft omdat zij kleinere bedragen lenen en de leenkosten voor kleinere leningen sneller stijgen dan die voor grotere kredieten. Het midden- en kleinbedrijf heeft over het algemeen minder financieringsopties dan het grootbedrijf en daarbij geldt: hoe kleiner het bedrijf, des te moeilijker het is om krediet bij een bank te krijgen (Conijn, 2023).

Een ander knelpunt is dat veel banken voor het MKB werken met een portfolio-benadering waarbij een gestandaardiseerde set aan normen en voorwaarden geldt per sector. Deze portfolio-benadering wijzigt ook nog eens gedurende het jaar (zo is er op dit moment één grootbank die geen horeca-aanvragen meer in behandeling neemt). Past het bedrijf binnen de standaarden, dan is er niets aan de hand en is financiering ruim beschikbaar en goed toegankelijk. Maar pas het er net niet in, dan is er niet of nauwelijks ruimte voor individueel maatwerk, hetgeen het toegankelijkheidsprobleem voor een groep MKB-ondernemers vergroot (Zwoferink, 2023). 42% van de bedrijven binnen het MKB die zich niet oriënteren op externe financiering, laten dat na omdat zij verwachten dat een eventuele aanvraag niet zal slagen. Dit speelt met name bij het microbedrijf (Economische Zaken, 2023).

Voorheen bemiddelde de accountant in het MKB regelmatig bij een financiering. De accountants zijn echter ook hun vaste aanspreekpunten bij de bank kwijtgeraakt. Ook zij hebben te maken met de gestandaardiseerde portfolio-benadering. Daarnaast wordt het probleem verergerd omdat accountants dezelfde tendens doormaken als grootbanken: dienstverlening aan de onderkant van het MKB wordt gedigitaliseerd en persoonlijke aanspreekpunten verdwijnen (Gulin, Hladika, & Valenta, 2019).

De aanleiding om onderzoek te doen naar het voor het micro- en klein-MKB lastig te verkrijgen van bedrijfsfinancieringen is de huidige economische situatie waar inflatie, arbeidskrapte, stijgende rente, materiaalschaarste, stijgend aantal faillissementen en een krimpende economie om een oplossing vragen.



De probleemeigenaar van het niet hebben van toegang tot een financiering is in eerste instantie de betreffende MKB-ondernemer, maar als wordt gekeken naar het verregaande effect op de economie kan dit zelfs de samenleving als totaal zijn (Van den Broek, 2022).

CEO JPMorgan Jason Dimon 14 juli 2022: "geopolitieke spanningen, hoge inflatie, het dalende consumentenvertrouwen, de onzekerheid over de stijgende inflatie en de ongeëvenaarde monetaire verkrapping van de centrale bank, gecombineerd met de oorlog in de Oekraïne... gaan hoogstwaarschijnlijk negatieve consequenties hebben op de economie wereldwijd."



Figuur 2. Beschikbaarheid krediet (De Boer, 2023)

1.3 Doel onderzoek en maatschappelijke relevantie

Het onderzoek heeft tot doel om vast te stellen welke gedragingen het vertrouwen in en de betrouwbaarheid van de ondernemer beïnvloeden bij het verkrijgen van toegang tot financieringen. Op welke wijze kan vertrouwen en betrouwbaarheid worden verbeterd om een gelijkere toegang tot financiering te waarborgen?

Met de uitkomsten van het onderzoek kan een volgende stap worden gezet in de professionalisering van deze categorie binnen het MKB. In een breder verband kan de opbrengst van het onderzoek worden gebruikt door adviseurs die dienstverlening verzorgen aan MKB-ondernemers zoals advocaten, notarissen, fiscalisten. Met de inzage in het gedrag van de ondernemer kunnen ondernemers zichzelf niet alleen doorontwikkelen, maar kan ook de advieskracht aan ondernemers worden verbeterd waardoor meer financieringen kunnen worden verstrekt en plannen kunnen worden gerealiseerd.

1.4 Context en afbakening

De afbakening waarbinnen het onderzoek plaatsvindt is het micro-en klein-MKB-bedrijf (vanaf hier het MKB of MKB-ondernemer(s) te noemen) die ervaring hebben met kredietverlening. De context is de regio Zwolle. Het aantal micro- en klein-MKB bedrijven in deze regio bedraagt 77.441 van het totaal aantal bedrijven van 78.553 bedrijven (De Vor, 2023).

De specificaties die bij de geselecteerde doelgroep horen zijn:

1. *Micro*: minder dan 10 werknemers en een jaaromzet van hoogstens 2 miljoen euro of een jaarlijks balanstotaal kleiner of gelijk aan 2 miljoen euro.
2. *Klein*: minder dan 50 werknemers, een netto jaaromzet van hoogstens 10 miljoen euro of een balanstotaal kleiner of gelijk aan 10 miljoen euro (Mulder, 2020).
3. *Regio Zwolle*: Regio Zwolle is een samenwerkingsverband van 22 gemeenten en 4 provincies (bijlage 2). In Regio Zwolle wordt bestuurlijk en ambtelijk samengewerkt op basis van regionale opgaven in een netwerk van ondernemers, onderwijsinstellingen en maatschappelijke organisaties (Alferink, 2022).
4. Bedrijven kunnen op diverse manieren worden gefinancierd. Dit onderzoek richt zich op de financiering, door ieder type kredietverstrekker, met een *rekening courant krediet of een lening* omdat dit de meest voorkomende variant is van invulling van kredietbehoefte. Een aandelenkapitaal variant komt ook voor, maar dan meestal in combinatie met overnames (Smit, 2022).

1.5 Onderzoeksvragen

Vanuit het vraagstuk, het doel van het onderzoek, de relevante theorieën die in hoofdstuk 2 worden behandeld en de maatschappelijke relevantie zijn de volgende vragen geformuleerd:

1.5.1 Kennisvraag

Welke factoren beïnvloeden de toegankelijkheid tot financiering voor het MKB en hoe kunnen deze factoren versterkt worden om een gelijkere toegankelijkheid tot financiering, voor elke type MKB bedrijf, ongeacht de bedrijfsgrootte tot stand te brengen? Deze kennisvraag wordt met theoretisch/deskresearch en empirisch onderzoek beantwoord aan de hand van de hiernavolgende hoofd- en deelvragen. Hierbij richt het onderzoek zich op de ontvanger van het krediet omdat hier geen specifieke theorie of onderzoek over gevonden is.



1.5.2 Hoofdvraag

In hoeverre beïnvloeden gedragingen van micro- en klein-MKB-ondernemers het in hun gestelde vertrouwen en hun betrouwbaarheid bij de toegankelijkheid tot externe financiering?

1.5.3 Deelvragen

- Wat zijn de ervaringen van micro- en klein-MKB ondernemers bij het verkrijgen van externe financiering?
- Welke gedragingen van micro- en klein-MKB-ondernemers beïnvloeden het vertrouwen bij het verkrijgen van externe financiering?
- Welke gedragingen van micro- en klein-MKB-ondernemers beïnvloeden de betrouwbaarheid bij het verkrijgen van externe financiering?

1.6 Leeswijzer

Vanuit de geformuleerde kennisvraag, hoofdvraag en deelvragen wordt in het volgende hoofdstuk een verkenning van de passende theorieën bij het thema behandeld. Het is aan te raden om in ieder geval paragraaf 2.1.7 de 5 C's of Credit te lezen omdat dit een belangrijke theorie is. Vervolgens eindigt dit hoofdstuk met een conceptueel model van waaruit in hoofdstuk 3 de onderzoeksopzet en methodologie uiteengezet wordt. Deze onderzoeksopzet is geoperationaliseerd tot een leidraad voor de interviews. In hoofdstuk 4 worden de bevindingen van deze interviews gepresenteerd. In hoofdstuk 5 wordt afgesloten met de conclusies. Verder is er aan het einde van hoofdstuk 5 nog ruimte en voeding voor discussie en aanbevelingen.



2. Theoretische verkenning

In dit hoofdstuk wordt eerst een zevental relevante en bestaande theorieën toegelicht. Daarna wordt de kennis over de relaties tussen deze theorieën behandeld om te komen tot een conceptueel model. Dit conceptuele model wordt aan de hand van interviews met de doelgroep MKB-ondernemers onderzocht. In hoofdstuk 3 is de onderzoeksmethode nader toegelicht.

2.1 Relevante theorieën

2.1.1 Vertrouwen en Betrouwbaarheid

Een financier wil graag zicht hebben dat de verstrekte kredieten worden terugbetaald. Hierbij spelen vertrouwen in de ondernemer en zijn betrouwbaarheid een nadrukkelijke rol (Law, Wong, & Lau, 2005). Vertrouwen en betrouwbaarheid zijn nauw met elkaar verbonden, maar zijn toch verschillende concepten. Vertrouwen is gericht op de subjectieve ervaring van geloof of zekerheid in iemand of iets. Vertrouwen kan worden omschreven als de bereidheid van een partij om afhankelijk te zijn van de daden van een andere partij (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995). Vertrouwen kan volgens wetenschapper Rotter worden gezien als een attitude ten opzichte van een persoon of organisatie. Vertrouwen is de neiging om een persoon of organisatie te beoordelen op basis van bepaalde overtuigingen of percepties (Rotter, 1980). In het licht van financieringen gaat het over de mate waarin de financier de ondernemer of kredietvrager vertrouwt. Een subjectieve interpretatie over de wijze waarop de financier kijkt naar degene die om een financiering vraagt.

“Trust is the willingness to accept vulnerability based on positive expectations about another’s intentions or behaviours”

(Rousseau, Sitkin, Burt, & Camerer, 1998).

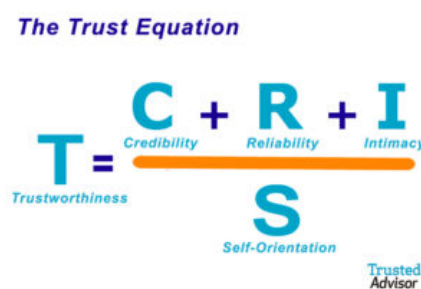
Bart Nootboom heeft in zijn boek *Vertrouwen* aangegeven dat het begrip vertrouwen complex en verwarrend is. Verschillende mensen bedoelen er verschillende dingen mee (Nootboom, 2017). In dit onderzoek is het woord vertrouwen gekoppeld aan de gedragingen van de ondernemers en de impact die deze hebben op het gepercipieerde vertrouwen door de financier die moet beoordelen of de ondernemer toegang krijgt tot krediet.



Betrouwbaarheid verwijst naar de mate waarin iets of iemand kan worden vertrouwd om een bepaalde taak uit te voeren of om aan bepaalde normen te voldoen. Betrouwbaarheid wordt hierbij gedefinieerd als de mate waarin een persoon, organisatie, systeem of proces consistent, nauwkeurig en betrouwbaar is (Juran, De Feo, & Godfrey, 2016). Betrouwbaarheid gaat in het licht van financieringen over meetbare harde data. Het gaat hierbij dan over het cijfermateriaal: solvabiliteit (eigen vermogenspositie), rentabiliteit (winstgevendheid), liquiditeit (beschikbaarheid van geldstromen) en dekking (zekerheden die kunnen worden uitgewonnen bij een faillissement). Deze ingrediënten voor het vaststellen van de betrouwbaarheid van de ondernemer/onderneming worden geanalyseerd door de computermodellen van de reguliere banken, maar ook door de fintech bedrijven die zich baseren op big-data (naast genoemde harde cijfers ook nog bijvoorbeeld data zoals betaalstromen, openstaande vorderingen, historisch betaalgedrag etc.).

Tussen betrouwbaarheid en vertrouwen is volgens een onderzoek uit 2017 een nadrukkelijk verband. Betrouwbaarheid één van de belangrijkste voorspellers is van vertrouwen, omdat het een indicatie is van de voorspelbaarheid van de acties van een persoon of organisatie (Colquitt, Scott, & Le Pine, 2007). Betrouwbaarheid heeft te maken met de consistentie, nauwkeurigheid en voorspelbaarheid van het gedrag van een persoon of bedrijf, terwijl vertrouwen gaat over de subjectieve ervaring van geloof en zekerheid in die persoon of organisatie. Het fenomeen “vertrouwen en betrouwbaarheid” is relevant, als het gaat om het vergroten van toegankelijkheid, omdat het bepalend is voor het verkrijgen van externe financiering.

Het begrip trustworthiness of vertrouwen wordt verder nog behandeld in het boek *The Trusted Advisor* (Maister, 2021). Helaas is de Nederlandse taal wat minder rijk uitgerust dan de Engelse en wordt zowel trustworthiness als reliability vertaald met betrouwbaarheid. Voor dit onderzoek vatten we reliability samen als betrouwbaarheid en trust als vertrouwen. In de theorie van de Trusted Advisor wordt de mate van vertrouwen van de adviseur gemeten aan de hand van vier criteria; geloofwaardigheid (spreekt de adviseur de waarheid), betrouwbaarheid (kun je op de adviseur rekenen), intimacy (kan de adviseur vertrouwelijk omgaan met informatie), zelf-oriëntatie (is de adviseur op zichzelf gericht of op anderen).



Figuur 3. The trust equation (Maister, 2021)



De mate waarin de adviseur als te vertrouwen wordt ervaren, wordt uitgedrukt in een getal dat de resultante is van bovenstaande breuk. De criteria die onderdeel uitmaken van deze berekening zijn deels ook van toepassing op de gedragingen van MKB-ondernemers.

2.1.2 Pecking Order Theory

De Pecking Order Theory beschrijft hoe ondernemers hun kapitaalbehoefte het liefst achter elkaar invullen (Myers, 1984). Deze theorie over mkb-financieringen gaat ervan uit dat ondernemers een voorkeur hebben voor de volgorde wat betreft het kiezen van financieringsbronnen. Als eerste worden de intern beschikbare middelen benut. Hierna volgen kortetermijn- en langetermijnleningen en doorgaans als laatste wordt aandelenkapitaal als financieringsinstrument ingezet. De logica die hierachter ligt, is dat het gebruiken van eigen geld het goedkoopst is. Overigens moet bij inzetten van eigen geld wel gekeken worden naar de loss of opportunity omdat deze gelden niet meer kunnen worden benut voor nieuwe initiatieven. Voor leningen moet rente worden betaald. Aandelen uitgeven is niet per definitie duur, behalve dat een deel van het bedrijf ingeleverd wordt wat, afhankelijk van de waardeontwikkeling, uiteindelijk wel duur kan uitpakken. Het kost een stuk van de toekomstige winst en zeggenschap. Een verfijning op de Pecking Order theory is de toevoeging van *friends, family & fans (of fools)* als eerste verstrekkers van risicokapitaal bij de start van een onderneming (Kumar & Rao, 2015). De theorie is van toepassing op een groot aantal typen ondernemingen. Voor het MKB geldt dat de Pecking Order theory toepasbaar is omdat alle drie de hoofdcategorieën: eigen geld, leningen en aandelenkapitaal worden ingezet bij het financieren van plannen. Naast de hoofdcategorieën zijn er inmiddels rond de veertig verschillende subvormen van financiering (lease, factoring, achtergestelde leningen, leverancierskrediet, voorraadfinanciering etc.) te onderscheiden (Rauwerda, Van Teeffelen, & De Graaf, 2016) die in verschillende stadia van de onderneming ingezet kunnen worden.

2.1.3 Growth Cycle Theory

Welke financieringsvormen zijn toepasbaar in verschillende groeifasen van een organisatie? Dit wordt uitgelegd in de Growth Cycle Theory (Berger & Udell, 1998). Deze theorie sluit qua gedachtegang aan bij de Pecking Order Theory en stelt dat er een financiële groeicyclus is waarin de financiële behoeften en financieringsmogelijkheden veranderen naarmate het bedrijf groeit. De verklaring die door Berger en Udell wordt gegeven voor deze ontwikkelingen is dat naarmate het bedrijf groeit, er meer en transparantere harde data beschikbaar komt. Dit betekent dat jongere bedrijven meer afhankelijk zijn van financieringsbronnen uit de directe omgeving die eerder beslissen op de mate van vertrouwen in de ondernemer. In de beginfase wordt vaak geleund op leverancierskrediet en/of business angel financiering. Business angels zijn



vermogende personen, vaak met een ondernemersachtergrond die het leuk vinden mee te denken en te bouwen met een startend bedrijf in een branche waar ze zelf groot in geworden zijn, of waar ze verstand van hebben. In de volgende fase wordt door de beschikbaarheid van ervaringscijfers uit het verleden gemakkelijker toegang verkregen tot venture capital (leningen van of aandelenuitgifte (equity-based) aan investeringsmaatschappijen) en middellange bankleningen (loan-based), later eventueel gevolgd door beursgenoteerde aandelen of schulden met een langere looptijd. De historische cijfers geven een indicatie van de betrouwbaarheid van de onderneming. In Nederland zijn bancaire leningen en kredieten het meest geëigend om tot financiering te komen (Van Teeffelen, Van der Veen, Lentz, & Ibrahimovic, 2015).

Als de Pecking Order Theory en de Growth Cycle Theory worden combineerd is dit te vervatten in het onderstaande schema. De theorieën zijn relevant omdat er per levensfase van de onderneming verschillende behoeften en oplossingen spelen. Bij jonge bedrijven is er bijvoorbeeld minder harde data beschikbaar waarmee men de betrouwbaarheid van de ondernemer kan bewijzen. Bij bedrijven met een langer trackrecord is dit eenvoudiger omdat sprake is van een langere bestendige gedragslijn die verwerkt kan worden in de verschillende computermodellen. Jonge bedrijven zullen voor financieringen meer moeten leunen op personen uit hun omgeving die vertrouwen hebben in hun slagingskans.

Geschikte financieringsvormen



Geschikt voor	Groefinanciering	Werkkapitaal	Herstructurering	Starter
Achtergestelde lening	x		x	x
Business angel	x			
Crowdfunding	x	x		x
Factoring		x		
Familie vrienden				x
Kortlopende lening		x		
Leasing	x			
Leverancierskrediet		x		
Microfinanciering	x	x		x
Regionale ontwikkelingsmaatschappij				
Rekening-courantkrediet		x		
Reguliere banklening	x			
Subsidie	x			x
Venture capital/private equity	x			
Vooruitbetaling klanten		x		

Tabel 1. Financieringsbehoeften per levensfase van MKB-ondernemingen (Rauwerda, 2019)

2.1.4 A survey of behavioural finance

Financieel adviseurs laten zich leiden door rationele weloverwogen beslissingen gebaseerd op feiten. Ook spelen bij de beoordeling van de haalbaarheid van financieringen bepaalde emoties mee. De totstandkoming van advies is hierbij verschillend per fase van het financieringsaanvraag proces (bijlage 3). Het gedrag van adviseurs is te verklaren met de behavioural finance theorie. Hierin zijn onder andere gedragingen onderzocht bij handelingen door adviseurs op de aandelenmarkt. Het is voor dit onderzoek interessant om te kijken of de conclusies van deze theorie ook toegepast kunnen worden op de gedragingen van een financieel adviseur of een MKB-ondernemer bij een kredietaanvraag. In de basis komen de gedragingen daarnaast grotendeels overeen met sociaalpsychologische gedragingen uit de gedragstheorie over hoe mensen besluiten nemen (Kahneman, 2002). Hij toonde bijvoorbeeld aan dat de pijn van de kans om honderd dollar te verliezen groter is dan het genot van de kans op het winnen van honderdvijftig dollar, terwijl dat rationeel gezien andersom zou moeten zijn. Dit gevoelsmatige gedrag beïnvloedt de wijze van adviseren of de wijze waarop naar advies wordt gekeken.

De gedragingen bezien in het licht van advies zijn te categoriseren in zeven typen (Barberis & Thaler, 2002):

- Heuristiek

Heuristieken, of vuistregels, vergemakkelijken de besluitvorming. Zij kunnen leiden tot vertekeningen, vooral wanneer zaken ineens veranderen. Dan gaat de vuistregel niet meer op en dit kan leiden tot suboptimale beslissingen. Een vuistregel die niet per definitie waar is, is bijvoorbeeld: *cash is king*, duidend op dat je altijd ruim in je liquiditeit moet zitten. Hierbij wordt dan bijvoorbeeld de loss of opportunity even achterwege gelaten. Een andere heuristiek van dit moment is: banken doen altijd moeilijk bij kredietaanvragen, waardoor 42% van de micro-MKB bedrijven geen concrete stappen zetten voor een kredietaanvraag (Economische Zaken, 2023).

- Overmoed

Mensen zijn overmoedig over hun capaciteiten. Ondernemers zijn gemiddeld overmoediger dan niet-ondernemers. Overmoed manifesteert zich op verschillende manieren. Overschatten van je eigen kunnen, denken dat je beter dan gemiddeld bent of handelen gebaseerd op het idee dat je alles onder controle kunt hebben. Men is geneigd te veel te vertrouwen op wat men kent (Prencakaj, 2017). Mensen investeren bijvoorbeeld veel in de aandelen van het bedrijf waarvoor ze werken of dat ze kennen. Bij beleggen zijn



mannen overmoediger dan vrouwen, ze handelen vaker. Uit analyses blijkt dat hoe vaker mensen in aandelen handelden, hoe slechter zij het gemiddeld deden (Grinblatt & Keloharju, 2009).

- Mentale boekhouding

Mensen scheiden soms beslissingen die in principe gecombineerd zouden moeten worden (Tversky & Kahneman, 1986). Veel mensen hebben bijvoorbeeld een huishoudbudget voor voedsel en een huishoudbudget voor entertainment. Thuis, waar kritisch wordt gekeken wat er per week wordt uitgegeven, zullen zij geen kreeft of garnalen eten omdat die veel duurder zijn dan een vispannetje. In een restaurant zullen zij echter wel kreeft en garnalen bestellen, ook al zijn de kosten veel hoger dan een eenvoudig visgerecht. Als ze in plaats daarvan thuis kreeft en garnalen zouden eten, en de eenvoudige vis in een restaurant, zouden ze geld kunnen besparen. Maar omdat zij apart denken over restaurantmaaltijden en eten thuis, kiezen zij ervoor om hun eten thuis te beperken. Het is in feite een niet rationele benadering van een economische eenheid die gebruikt wordt voor beslissingen die over het uitgeven van geld gaan (Thaler, 1999).

- Framing

Framing is de set aan dimensies, die op een individu wordt losgelaten, waarmee hij de wijze aanpast waarop hij gegevens of keuzes interpreteert (Druckman, 2007). In het onderstaand voorbeeld wordt het consumentenvertrouwen door een bepaald frame weergegeven in de krant. De nadruk ligt in de eerste versie op het pessimistische beeld terwijl de tweede variant juist een stijging van het vertrouwen benadrukt. Ze zijn gebaseerd op dezelfde gegevens en op dezelfde dag gepubliceerd. Afhankelijk van het frame wordt door een persoon gekeken naar bijvoorbeeld risico's van faillissement of naar de overlevingskans van een bedrijf. Als er net een faillissement is geweest in jouw regio in de transportsector, kijk je door dit frame naar de bijbehorende risico's en pas je je gedrag om zaken te doen in deze sector al dan niet onbewust aan.



(Consumentenvertrouwen, 2022).



- Representativiteit

Van representativiteit is sprake als een gepercipieerd patroon uit het verleden maatgevend wordt voor de verwachting omtrent de toekomst (Tempelaar, 2006). Mensen onderschatten langetermijn gemiddelden. Wanneer bijvoorbeeld de rente gedurende vele jaren laag is geweest (zoals de afgelopen vijf jaar), beginnen mensen te geloven dat lage rente “normaal” is en ontstaat een schokeffect als de rente gedurende een periode een stijgende trend laat zien (zoals momenteel het geval is). Gevolg is dat de huizenmarkt in één keer wegzakt en dat na jarenlange stijging er nu voorspeld wordt dat in 2023 de huizenmarkt met zo’n 3% zal dalen.



Figuur 4. Ontwikkeling kapitaalmarktrente van 2011-2023

Wat zeggen de banken over de huizenprijzen in 2023?

Rabobank gaat er inmiddels vanuit dat de afvlakking uitmondt in daling van de huizenprijzen in 2023. Over het hele jaar gezien wordt een bescheiden prijsdaling verwacht, van gemiddeld -3%. ABN AMRO en ING verwachten beiden dat de huizenprijzen met gemiddeld -2,5% dalen. De Nederlandsche Bank (DNB) verwacht een prijsdaling van 6%.

(Van Oirschot, 2023)

- Conservatisme

Wanneer zaken veranderen, hebben mensen de neiging deze veranderingen traag op te pikken. Met andere woorden: zij houden vast aan de manier waarop de dingen normaal zijn geweest. De bias van conservatisme is in strijd met de bias van representativiteit. Wanneer dingen veranderen, kunnen mensen *onderreageren* vanwege de vooringenomenheid van het conservatisme. Als er echter een lang genoeg patroon is, zullen zij zich daaraan aanpassen en mogelijk overreageren, waardoor het langetermijngemiddelde van het betreffende fenomeen wordt ondergewaardeerd (Hiel, van & Mervielde, 2004).

- Dispositie-effect

Het dispositie-effect verwijst naar het patroon dat mensen papierenverliezen vermijden en papierenwinsten trachten te realiseren. Zolang je op verlies staat verkoop je niet, in een dalende markt worden minder



aandelen verhandeld. In een stijgende markt worden meer aandelen verhandeld. Hierdoor ontstaan veel kleine winsten en weinig kleine verliezen. Vanuit een zekere vooringenomenheid kan vervolgens een te lage of een te hoge reactie worden voorspeld (Odean, 1998).

De theorie van Behavioural Finance is relevant want zowel de gedragingen van de ondernemer als de wijze van advisering door de financieel adviseur zijn mensenwerk. Naast de beoordeling op feiten en harde data die de betrouwbaarheid ondersteunen, hebben wij te maken met gedragingen die, zoals boven omschreven, niet allemaal rationeel te onderbouwen zijn.

2.1.5 Entrepreneurial Success Criteria

Een ondernemer haalt de meeste voldoening uit nieuwe kansen, een bijdrage leveren aan de maatschappij en zijn onafhankelijkheid (MKB Nederland, 2022). Door Gorgievski (2011) is onderzocht wat een ondernemer verstaat onder succes. Hieruit is een top tien geformuleerd.

Table 1
Entrepreneurial Success Criteria

-
1. Profitability: high yields, good profit margin.
 2. Growth: growth in the number of employees, sales, market share and/or distribution.
 3. Innovation: introduction of new products or production methods.
 4. Firm survival/continuity: enables generational transfer or can be sold with a profit.
 5. Contributing back to society: socially conscious, sustainable production methods.
 6. Personal satisfaction: through attaining important things in life, such as autonomy, challenge, security, power, creativity, etc.
 7. Satisfied stakeholders: satisfied and engaged employees, satisfied customers.
 8. Good balance between work and private life: positive mutual influence between work and private life, allows time for yourself, family, and friends.
 9. Public recognition: good reputation, prizewinner.
 10. Utility or usefulness: organization fulfills a need in society; it provides an important service or product.
-

Note: In the questionnaire, definitions were given in alphabetical order.

Figuur 5. Entrepreneurial Succes Criteria (Gorgievski, 2011)

De bovenstaande succes criteria bepalen zowel bewust als onbewust het gedrag van de ondernemer. Zijn drijfveren gaan verder dan alleen het realiseren van winst. Aspecten als innovatie, iets betekenen voor de maatschappij spelen volgens Gorgievski (2011) een nadrukkelijke rol. De weging van de drijfveren heeft ook effect op het gedrag tijdens een financieringsaanvraag waarmee de toegang tot krediet wordt beïnvloed.



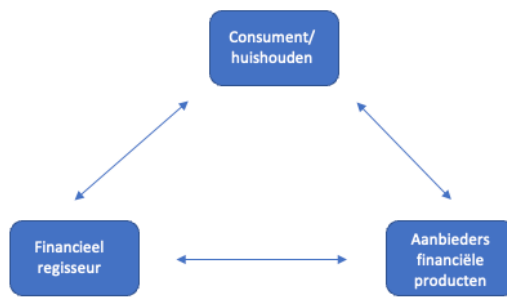
2.1.6 Financieel Regisseur

De Jong en Oerlemans (2018) hebben een model ontwikkeld dat een bijdrage levert aan de maatschappelijke uitdaging van financiële zelfredzaamheid. De behoefte van de consument is hierbij als uitgangspunt genomen als het gaat over advisering bij financiële beslissingen. De veronderstelling is dat de financieel adviseur, of zoals zij dat noemen de regisseur, de klant planmatig begeleidt via een hybride benadering. De hybride benadering houdt in dat beschikbare technologische toepassingen die voorzien in de informatie, worden gecombineerd met de ondersteuning van een menselijke adviseur. De beschikbare data en informatie over de adviesonderdelen zijn door de technologische ontwikkeling in voldoende mate voorhanden. Ook kan degene die ergens advies over wil ontvangen eenvoudig inzicht krijgen in de eigen situatie. De Belastingdienst, banken en verzekeraars bieden op hun online platforms inzicht in de eigen situatie. Het is aan de adviseur om in dit woud van informatie de gegevens te combineren en gebaseerd op de behoefte te komen tot een handelingsperspectief voor de klant. De adviseur helpt om tot de juiste handeling over te gaan en blijft betrokken ook als zich veranderingen voordoen. De rol van de klant (ondernemer of particulier) en de mate waarin hij zich kan redden met de digitale omgeving, zijn medebepalend voor de toegang tot financiële oplossingen.

In het model verhoudt de adviseur zich zowel tot de klant als tot de aanbieder van de financiële producten en diensten. Uit het onderzoek van De Jong en Oerlemans (2018) blijkt verder dat de klant behoefte heeft aan betrouwbaar advies van iemand die te vertrouwen is en goede soft skills bezit. De adviseur is een professional die binnen zijn (overal waar hij/zijn/hem staat mag ook zij/haar/haar worden gelezen) deskundigheid zaken regelt of, als er andere adviseurs met een specifiek specialisme nodig zijn, deze weet te vinden en te betrekken.

De door De Jong en Oerlemans gepresenteerde uitwerking van de financieel regisseur is relevant omdat de MKB-ondernemer in een soortgelijke verhouding geplaatst kan worden tussen aanbieder van financiële producten en een financieel regisseur.



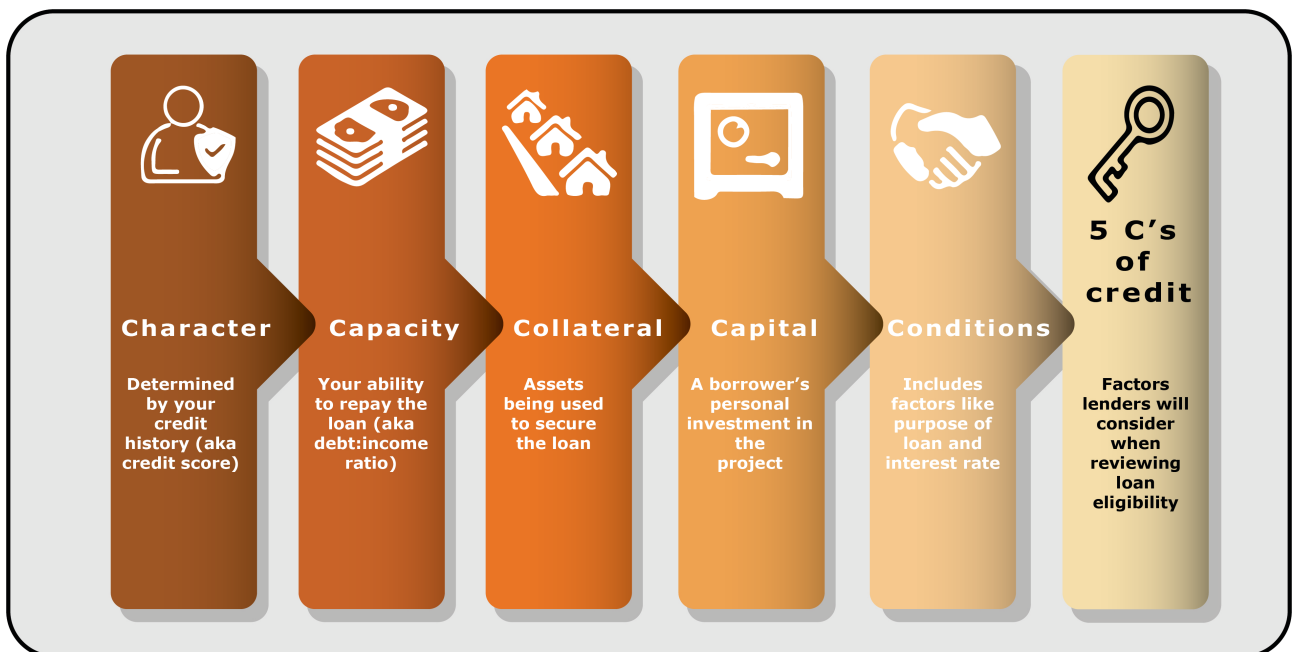


model De Jong & Oerlemans

Figuur 6. Financieel regisseur advies model

2.1.7 De 5 C's of Credit

In het onderstaande model wordt ingegaan op vijf onderdelen waarop een kredietverstrekker beoordeelt of het krediet verstrekt gaat worden (Baiden, 2011).



Figuur 7. The 5 C's of Credit



- Character

Character is de bereidheid van de klant om de verplichtingen na te komen die voortvloeien uit een financiering. Dit wordt bevestigd met zijn krediethistorie. Het onderdeel Character wordt steviger naarmate over een langere periode de verplichtingen zijn nagekomen. Character heeft weinig te doen met subjectieve gevoelens over vertrouwen, eerlijkheid en morele overtuigingen, maar wordt grotendeels gebaseerd op hoe iemand zijn rekeningen heeft betaald.

- Capacity

Dit onderdeel betreft de mate waarin er genoeg liquide middelen worden vrijgespeeld om aan alle verplichtingen voortvloeiend uit financieringen te voldoen. Dit wordt doorgaans gemeten met cashflow ratio's zoals EBITDA (earnings before taxes, interest, depreciation, and amortization) of DSC (debt service coverage ratio).

- Collateral

Waar kan de financier grip op krijgen in het geval de ondernemer zijn rente of aflossing niet betaalt? Dekkingscomponenten zijn te vinden in de sfeer van verpanding van debiteuren, inventaris en voorraden. Maar ook met een privé borgtocht of een hypothecaire inschrijving op bedrijfspanden of een woonhuis.

- Capital

Dit betreft de eigen inbreng, het eigen vermogen ook wel weerstandsvermogen genoemd. Het geeft ook de verhouding weer tussen het gedeelte waarvoor de ondernemer risico loopt en het gedeelte waarvoor de financier risico loopt. Het is het vermogen dat nodig is om tegenvallers op te vangen en om een gezonde vermogensverhouding te houden bij groei van het bedrijf. Winst kan jaarlijks worden toegevoegd aan het eigen vermogen waaruit een bepaalde mate van gezondheid van het bedrijf blijkt.

- Conditions

Dit betreft zowel de condities waarbinnen een bedrijf haar exploitatie uitvoert (algemene economische omstandigheden) alsook de voorwaarden en afspraken horend bij de financiering. Denk hierbij aan de rentetarieven en de aflossingsvoorwaarden. Het rentetarief wordt gebaseerd op de geldende marktrente in combinatie met het risicoprofiel van de gevraagde financiering. Dit profiel wordt weer gebaseerd op de verhoudingen die voortvloeien uit de onderdelen Character, Capacity, Collateral en Capital.

Het gaat bij de beoordeling binnen dit model met name om de harde data en cijfermatige variabelen zoals de terugbetaalcapaciteit, onderpand, eigen inbreng of rentepercentage. Waar de C. van Character (karakter)



een haakje bood om in te gaan op gedragingen van de ondernemer die een bijdrage leveren aan vertrouwen, beperkt zich dit primair tot de validatie van een stuk betrouwbaarheid met betrekking tot het nakomen van verplichtingen door de kredietnemer. Hierbij is dit gebaseerd op economische data zoals kredietrapporten en historische gegevens over terugbetaling. Het gaat zoals gezegd niet om karaktereigenschappen zoals vertrouwen, eerlijkheid of morele overwegingen. Het fenomeen reputatie komt slechts beperkt bij deze C. ter sprake.

2.2 Conceptueel model

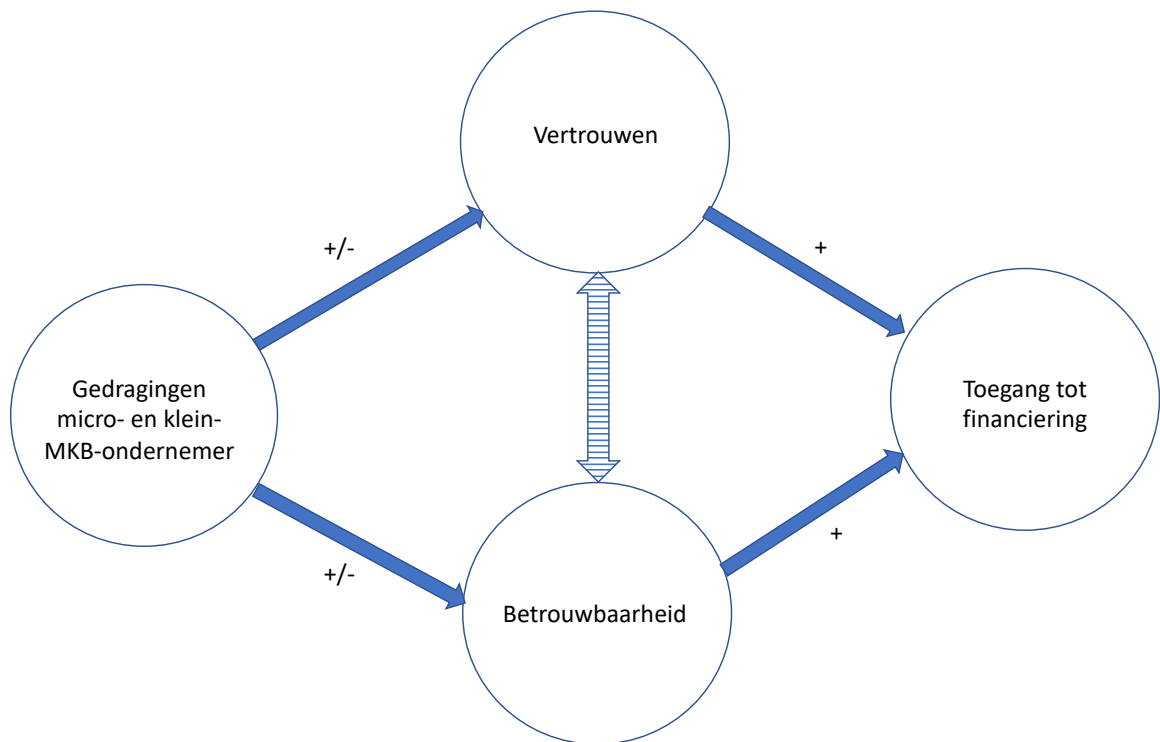
Het MKB heeft financiële middelen nodig om te kunnen groeien en bloeien (Campello & Campbell, 2010). De financieringsbehoefte van het MKB wordt beïnvloed door verschillende factoren, zoals een financiële crisis, de groeifase, de innovatiedrang of de vraag naar producten of diensten van het bedrijf. Als de economie sterk is, kan dit leiden tot een hogere vraag naar producten en diensten van het MKB, wat weer kan leiden tot een grotere financieringsbehoefte. Aan de andere kant kan een sterke economie ook leiden tot een grotere verdien capaciteit voor het MKB, omdat er meer middelen beschikbaar zijn om te investeren en te groeien. Een belangrijke factor die de verdien capaciteit van het MKB beïnvloedt, is de toegang tot financiering. Als het MKB gemakkelijk toegang heeft tot financiering, kan dit leiden tot groei en ontwikkeling. Aan de andere kant kan een gebrek aan financiering leiden tot beperkte groei en ontwikkeling (Bongers, Grond, Maltha, Roosenboom, & Smeitink, 2021).

De in dit hoofdstuk beschreven literatuur behandelde de toegang tot financiering vanuit het perspectief van betrouwbaarheid en vertrouwen, vanuit het perspectief van de levensfase van de onderneming, het (soms niet rationele) gedrag en de “drivers” van de betrokken ondernemer en zijn financieel adviseur. Ook is de impact op de economie behandeld die de toegang tot financiering heeft. Gegeven de beschikbare literatuur en theorieën en bezien in de context van kredietverstrekking aan MKB-ondernemers is geconstateerd dat een belangrijke schakel in de toegang tot financiering de ondernemer zelf is. De gedragingen van de MKB-ondernemer werken door in de betrouwbaarheid en het vertrouwen bij de kredietverstrekker en hiermee de toegankelijkheid. Over de gedragingen van de MKB-ondernemer en het effect op vertrouwen en betrouwbaarheid is geen theorie gevonden.

De werking van vertrouwen en betrouwbaarheid op de toegankelijkheid tot financiering is vastgelegd in onderstaand conceptueel model. Het conceptueel model heeft een onafhankelijke variabele, en afhankelijke variabelen. De gedragingen van de MKB-ondernemer zijn in dit model de onafhankelijke variabele waarmee de afhankelijke variabelen, het gepercipieerde vertrouwen en de betrouwbaarheid, de toegang tot financiering beïnvloeden.



Hoe de gedragingen inwerken op het onderdeel vertrouwen en betrouwbaarheid is onderzocht door interviews. Daarnaast is gebruik gemaakt van achtergrondinformatie die is onderzocht met deskresearch. Betrouwbaarheid werkt ook door op vertrouwen en andersom. Gezien de complexiteit van het totale onderzoek wordt deze samenhang in de interviews niet nader behandeld.



Figuur 8. Conceptueel model toegankelijkheid MKB-financiering

3. Onderzoeksopzet

Het Basisboek Kwalitatief Onderzoek met daarin de diverse theorieën voor onderzoek (Baarda, et al., 2021), is gebruikt naast de input uit de diverse colleges van Liane Voerman voor de onderzoeksopzet. In dit hoofdstuk wordt uitgelegd waarom gekozen is voor de vorm en aanpak van het onderzoek.

3.1 Onderzoeksmethode en onderzoeksmodel

De onderzoeksmethode betreft een toegepast exploratief actieonderzoek (Baarda, et al., 2021). Hierbij is sprake van een hoofdvraag en een drietal deelvragen. Afhankelijk van de antwoorden kan worden doorgevraagd. Het doel is om een mogelijke verklaring te geven voor de wijze waarop ondernemers een financiering krijgen. Er worden diverse zaken verkend, maar het gedrag van de ondernemer staat centraal. Daarnaast is het doel, om in combinatie met de vaststelling van bovengenoemde gedragingen en de impact daarvan op vertrouwen en betrouwbaarheid, te komen tot het opleveren van oplossingsrichtingen om de toegankelijkheid tot financiering te vergroten.

Om te komen tot inzichten over de gedragingen van MKB-ondernemers die bijdragen aan het verkrijgen van vertrouwen en hun betrouwbaarheid, is gekozen voor kwalitatief onderzoek met de dataverzamelmethode van vrijeattitude-interviews met MKB-ondernemers. Deze methode wordt aanbevolen als je wilt achterhalen wat de te onderzoeken doelgroep denkt over een bepaald fenomeen. Het interview lijkt op een gewoon gesprek.

De uit de interviews verkregen data zijn verwerkt volgens de methodiek van de Grounded Theory (Strauss & Corbin, 2015). Deze methode helpt bij de structurele aanpak om te komen tot toetsing van een nieuwe theorie of oplossing gebaseerd op de gecategoriseerde en gecodeerde dataverwerking van kwalitatieve gegevens (Dingemanse, 2021).

3.2 Respondenten

De representatieve doelgroep die voldoende informatie oplevert om een goed onderbouwde uitspraak te kunnen doen over de deel- en hoofdvragen bestaat in dit onderzoek uit een diverse groep MKB-ondernemers. Hierbij zijn uiteindelijk zes MKB-ondernemers geïnterviewd. Deze MKB-ondernemers zijn zowel de onderzoeks- als de waarnemingseenheid. Binnen deze onderzoeksdoelgroep is geen onderscheid gemaakt in subpopulaties (bijvoorbeeld gebaseerd op leeftijd van de ondernemer of op volwassenheidsfase



van het bedrijf) omdat dit een te grote diversificatie met zich mee zou brengen waardoor een te grote hoeveelheid onderzoeken benodigd zou zijn om per subpopulatie een valide uitspraak te kunnen doen.

De voor de interviews geselecteerde MKB-ondernemers komen uit de volgende branches: Orthodontie, Vastgoedexploitatie, Fysiotherapie, Wijngroothandel, Tandheelkunde en Detailhandel luxeproducten. De geïnterviewde ondernemers moesten ervaring hebben met het regelen van krediet tot een maximum van 2 miljoen euro ten behoeve van hun ondernemingsplannen. Daarnaast is geselecteerd op verschillende branches. De ondernemers zijn zakelijk actief in de regio Zwolle. Deze regio is de vierde economisch regio in Nederland waarbij een voldoende mate van representativiteit qua MKB-ondernemers wordt verondersteld ten opzichte van de rest van Nederland. De geïnterviewde ondernemers voldoen aan alle eisen en randvoorwaarden zoals geformuleerd in hoofdstuk 1.4 en vormen hiermee een goede afspiegeling van de te onderzoeken populatie ondernemers.

3.3 Vrijeattitude-interview

De interviews die zijn afgenomen hebben een aantal hoofd- en deelvragen. Daarnaast is er ruimte om door te vragen. De interviews zijn afgenomen via een Teams call of een face-to-face gesprek dat opgenomen is. Op deze wijze is invulling gegeven aan een goed gedocumenteerde dataverzamelmethode waarbij de opgehaalde informatie direct vastligt ten behoeve van dataregistratie. Door een afspraak in te plannen hebben de geïnterviewde ondernemers zelf bepaald wanneer het hen het meest geschikt uitkwam. De vragenlijst is op voorhand verstrekt zodat zij zich konden inlezen en voorbereiden. Hiermee is gestreefd naar een rustige en neutrale onderzoeksituatie. Door de vraagstelling deels zo te maken, dat een ondernemer zich een beeld vormt van andere ondernemers, is gepoogd meer vanuit een helicopterview naar de materie te laten kijken.

3.3.1 Operationalisering van het onderzoek

Het onderzoek is door middel van onderstaande tabel geoperationaliseerd. De vragen sluiten aan bij de drie hoofdvragen en de twee onderscheiden dimensies: vertrouwen en betrouwbaarheid. De eerste vragenlijst is getest bij ondernemers in de naaste omgeving. Hierna zijn de vragenlijsten verduidelijkt en aangescherpt. De opbrengst van de test-interviews is niet meegenomen in de bevindingen. De vragen zijn opgebouwd met als eerste de verificatievragen ter bevestiging van de doelgroep, de hoofdvragen en vervolgens optionele vervolgvragen. De uitkomst van de verificatievragen is opgenomen in bijlage 7. Voor de verificatievragen zijn geen vervolgvragen geformuleerd. Voor ieder onderwerp is het doel van de vraag bepaald, is er een



voorbeeldvraag geformuleerd en zijn er optionele vervolgvragen beschikbaar om tot de codering te komen. Vanuit de tekstfragmenten is een eerste open codering geformuleerd die vervolgens verder gebundeld is in een axiale codering (Strauss & Corbin, 2015). Voor de gedragingen die het fenomeen betrouwbaarheid beïnvloeden is bij de selectieve codering gebruik gemaakt van de bestaande categorieën van de theorie van de 5 C's of Credit. De gedragingen die de dimensie vertrouwen beïnvloeden zijn selectief gecodeerd op basis van de gebundelde informatie die opgehaald is uit de interviews. De totale vragenlijst is opgenomen in bijlage 6. De uitgewerkte en gecodeerde informatie uit de interviews is opgenomen in bijlage 8.

Operationalisatie schema								
Onderwerp	Dimensie	Voorbeeldvraag	Nr.	Verdiepingsvraag	Tekstfragment	Open codering	Axiaal codering	Selectieve codering
Verificatie doelgroep	Uitgangspunten							
		Hoelang bent u al ondernemer	1.1	nvt				
		In welke branche bent u werkzaam	1.2	nvt				
		Hoeveel mensen werken in uw bedrijf	1.3	nvt				
		Hoe groot is uw balanstotaal	1.4	nvt				
		Hoelang bestaat uw bedrijf	1.5	nvt				
		Heeft u een kredietfaciliteit voor uw bedrijfsvoering	1.6	nvt				
		Welke (vorm)en van krediet heeft u	1.7	nvt				
		Wat is de hoogte van het bedrag wat u heeft geleend	1.8	nvt				
		Hoe vaak heeft u een krediet aangevraagd	1.9	nvt				
		Welke financiers hebben uw krediet verstrekt?	1.10	nvt				
		In welke regio bent u actief	1.11	nvt				
Algemeen	Ervaringen	Wat zijn uw ervaringen bij het verkrijgen van een krediet	1.12					
Betrouwbaarheid	5 C's of credit	Welke gedragingen beïnvloeden de betrouwbaarheid bij het verkrijgen van een externe financiering	2.1					
			3.1	Positieve krediethistorie				Character
			3.2	Terugbetalingscapaciteit				Capacity
			3.3	Zekerheid				Collateral
			3.4	Commitment				Capital
			3.5	Voorwaarden				Conditions
Vertrouwen	5 P's of credit	Welke gedragingen beïnvloeden het vertrouwen bij het verkrijgen van een externe financiering	2.2					
			4.1	Reputatie				
			4.2	Vooraanstaand en onderscheidend				
			4.3	Negatieve publiciteit, reputatieschade				
			4.4	Opgebouwde band met financiers				
			4.5	Communicatie over financiën				
			4.6	Persoonlijkheid en karakter				
			4.7	Tegenlagen en marktomstandigheden				
			4.8	Wijze van presenteren				
			4.9	Bij wie advies gevraagd				
			4.10	Welke andere adviseurs gebruikt				
			4.11	Netwerken				
			4.12	Voorbereiding op financieringsaanvraag				
			4.13	Businessplan of beleidsplan				
			4.14	Welke aspecten in plan aantrekkelijk				
			4.15	Uitgewerkte visie en strategie				
			4.16	Voldoen aan regelgeving				
			4.17	Hoe omgaan met duurzaamheid				
			4.18	Bijdrage maatschappelijke opgave				
Serendipiteit	Overig	Is er iets dat u wilt meegeven als tip voor ondernemers als het gaat over vertrouwen of betrouwbaar zijn in relatie tot toegang tot financiering	5.1	Tip vertrouwen/ betrouwbaarheid				

Tabel 2. Operationalisering van het onderzoek

3.3.2 Vastlegging en transcriberen

De opgenomen geluidsbestanden zijn getranscribeerd met behulp van het softwareprogramma HappyScribe dat voldoet aan de hiervoor geldende normen (Smits, 2023). De overbodige woorden zijn uit de transcripts gehaald en onduidelijkheden zijn verhelderd door de fragmenten na te luisteren en de transcripts aan te passen. Vervolgens zijn de uitkomsten van de interviews gerubriceerd van tekstfragment via axiale codering



naar selectieve codering. Omdat een deel van de informatie over vertrouwelijke bancaire informatie gaat zijn de namen van de geïnterviewde ondernemers geanonimiseerd. Een lijst met corresponderende namen is op verzoek beschikbaar.

3.3.3 Borgen van objectiviteit

In een interviewsetting neemt de interviewer zichzelf mee en beïnvloedt hij (on)bewust het interview. De eigen geschiedenis en belevingswereld van de onderzoeker is een factor om rekening mee te houden. Om de bevindingen zo ongekleurd mogelijk te houden is in de leidraad zoveel mogelijk gewerkt met open vragen (Miles, Huberman, & Saldana, 2013). Hierbij is bewust gekozen om ondernemers deels uitspraken te laten doen over andere ondernemers. Gedurende de interviews is gekozen voor een zo neutraal mogelijke opstelling. Het al jaren met werken met ondernemers, of als je zelf ondernemer bent, beïnvloedt de wijze waarop je in een dergelijk interview zit. Desondanks is de persoonlijke mening achterwege gelaten gedurende de interviews om zo zuiver mogelijke informatie op te halen. Tijdens de interviews zijn de ondernemers gestimuleerd om te praten door instemmend te hummen, hun input aan te moedigen door bijvoorbeeld te reageren met “interessant” en door voorbeelden te vragen over hun uitspraken.



4. Bevindingen en resultaten

In dit hoofdstuk worden als eerste de geordende constatering en gepresenteerd. Vervolgens volgt een analyse over de werking van het conceptueel model. Het doel van deze werkwijze is om te komen tot ontwikkeling van theorie over het onderzochte fenomeen (Baarda, et al., 2021). De constatering en komen voort uit de interviews met de uitgenodigde ondernemers. De met behulp van de codering uitgewerkte interviews zijn terug te vinden in bijlage 8.

4.1 Constatering en

De constatering en zijn gebaseerd op de opgenomen interviews, die woordelijk zijn getranscribeerd. De keuze voor woordelijke transcriptie is gebaseerd op de behoefte om te onderzoeken wat de geïnterviewde (in deze de MKB-ondernemer) weet over het onderwerp en hoe hij daarmee omgaat (Smits, 2023). De constatering en zijn gerubriceerd in een tiental categorieën. Deze zijn gebaseerd op de gebruikte theorieën, de terugkerende antwoorden van de geïnterviewden, in combinatie met een aantal succescriteria voor het verkrijgen van een bedrijfsfinanciering (BBO, 2022).

4.1.1 De 5 C's of Credit

De meeste geïnterviewden komen in het kader van het vergroten van betrouwbaarheid of vertrouwen in eerste instantie met gedragingen die vallen in de categorie *betrouwbaarheid*. Er wordt binnen het frame van de financiële wereld snel gedacht aan harde historische data zoals de in hoofdstuk 2.1.7 gememoreerde eigen inbreng (Capital) of de mate waarin de lening conform afspraak wordt terugbetaald (Capacity). Er is een goed besef dat het verkrijgen van krediet niet vrijblijvend is. Alle geïnterviewden streven er met hun gedrag naar om minder uit te geven dan dat ze verdienen. De ondernemers snappen goed dat er na de verstrekking van de financiering een verplichting ontstaat tot rente- en aflossingsbetaling en dat zij zich in deze betrouwbaar moet gedragen. Eén van de ondervraagden heeft een tijdje minder goed gedraaid waardoor een rente- en aflossingsbetaling niet betaald kon worden. Dat levert direct veel gedoe met de bank op. Hij geeft aan dat hij hier inmiddels bewuster mee bezig is om problemen te voorkomen. Eén van de geïnterviewden gaf aan dat hij vond dat de bank niet zo moet zeuren over kredietverlening. Deze geïnterviewde heeft aan dat de bank (in zijn geval) immers 100% gedekt is met een onderpand (Collateral) als er iets fout gaat. Ook wordt door één van de ondernemers aangehaald dat het door de gestegen rente (Conditions) moeilijker is geworden om vastgoed gefinancierd te krijgen. Met zijn goede gedrag door het



opbouwen van een positief trackrecord en kredietgeschiedenis (Character) is er wat hem betreft niets gewijzigd aan zijn betrouwbaarheid, desondanks is financieren toch lastiger geworden.

4.1.2 Transparant handelen en goede reputatie

Alle geïnterviewden vinden het prettig om een goed imago te hebben en bekend te staan als een gerespecteerd en te vertrouwen persoon/ondernemer. Doorgaans vinden ze dit niet meer dan logisch en passend om zich te gedragen volgens goede normen en waarden. Dit komt ook overeen met de bevindingen van het onderzoek naar de Entrepreneurial Succes Criteria (onderdeel good reputation) van Gorgievski (2011). Door drie van de zes ondernemers wordt aangegeven dat zij richting de bank altijd eerlijk en transparant communiceren. Met jaar- of tussentijdse cijfers bevestigen ze dat ze in staat zijn hun beloften na te komen en betrouwbaar zijn. De meeste geïnterviewden hebben het in hun antwoorden meer over gedragingen die de betrouwbaarheid beïnvloeden (werken aan cijfermatige verbetering van de kwaliteit van hun bedrijf) dan over de kant van het vertrouwen. Door zich betrouwbaar te gedragen gaan ze ervan uit het vertrouwen van de financiers te vergroten en hiermee een betere kans hebben om financiering te verkrijgen. Drie van de zes ondernemers voorkomen negatieve publiciteit door een actief klachtenbeleid en hier bovenop te zitten. Hiermee zijn ze bewust bezig om hun reputatie goed te houden. Twee van de zes vinden het prettig dat bankiers referenties kunnen natrekken en zijn zich er bewust van dat dit gebaseerd wordt op hoe ze zich gedragen en hiermee hun reputatie bepalen.

4.1.3 Passie en doorzettingsvermogen

De geïnterviewde ondernemers spreken allen met veel enthousiasme over hun bedrijf. Hierbij is sprake van een uiting van trots en zelfvertrouwen. Uit de helft van de interviews komt naar voren dat de ondernemers van mening zijn dat als zij al niet in hun eigen bedrijf geloven, het voor een financier ook lastig wordt om vertrouwen te geven. Door drie van de zes ondernemers wordt daarnaast nog genoemd hoe zij omgaan met tegenslagen. Ondernemerschap kenmerkt zich er volgens hen in dat je je vastberaden moet gedragen en moet beschikken over een flinke dosis doorzettingsvermogen om je doelen te bereiken. Vastberaden handelen werkt volgens de meeste geïnterviewden positief door op het vertrouwen van de financiers. Eén ondernemer vulde dit nog aan met de opmerking dat er ondanks volhardendheid wel sprake moet zijn van voldoende realiteitszin. Met een open houding richting veranderingen en de bereidheid om te anticiperen op de wisselende externe bedrijfsomstandigheden wordt de kans op succes vergroot, aldus één van de geïnterviewden. Op de vraag op welke wijze de presentatie van producten en diensten bijdraagt aan het gepercipieerde vertrouwen wordt genoemd de aanstekelijke werking die ervan uitgaat als je doet wat je leuk



vindt. Hiermee praat je met passie over je vak, producten en diensten, wat weer zorgt voor extra drive. Dat straalt ook uit naar je personeel en richting financiers, volgens twee van de geïnterviewden.

4.1.4 Netwerken, inzet van adviseurs

Alle bevroegde ondernemers participeren actief in bepaalde zakelijke netwerken. Deze variëren van MKB Nederland, VNO-NCW, businessclub van PEC Zwolle, beroepsverenigingen of Round Table. Uit de interviews komt naar voren dat men de financiers ook treft in deze netwerken en er op deze wijze een band opgebouwd wordt. Uit de netwerken kan de financier referenties ophalen. Ook wordt aangehaald dat de familie(naam) ook als een netwerk wordt gezien en dit bepalend is voor de mate van vertrouwen die men geniet. Verder wordt door vier van de zes ondernemers aangehaald dat ze baat hebben bij de activiteit netwerken omdat ze hiermee toegang hebben tot expertise die ze zelf niet hebben. In contact staan met de juiste specialisten (bijvoorbeeld goede accountant, intermediair of coach), daar verwachten de ondernemers van dat dit zorgt voor meer vertrouwen van de financiers. Er wordt door twee geïnterviewden aangegeven dat je de expertise die je zelf niet hebt moet inhuren. Verder wordt nog genoemd dat netwerkparticipatie zorgt voor het vergroten van de omzetmogelijkheden. Het netwerken zorgt daarnaast voor toegang tot extra expertise waarmee de ondernemer zich kwalitatief kan onderscheiden van de concurrentie. Overigens doet geen van de ondernemers dit bewust om de financiers te beïnvloeden. Twee ondernemers geven nog aan dat ze in netwerken actief zijn om ervan te leren. Bij netwerkbijeenkomsten worden ideeën en ontwikkelingen uitgewisseld. Door up-to-date te zijn met de laatste ontwikkelingen verwacht men als ondernemer beter te kunnen anticiperen op veranderende marktomstandigheden waarmee ze veronderstellen de financiers makkelijker te kunnen overtuigen om een financiering te verstrekken.

4.1.5 Bedrijfsplan en visie

Het grootste gedeelte van de geïnterviewden geeft aan geen actueel bedrijfsplan te hebben. Bij het aanvragen van een krediet is dit meestal wel gemaakt. De meeste ondernemers geven aan dat het per saldo een nuttige exercitie was omdat je met het schrijven van een bedrijfsplan bewust stil moet staan bij allerlei keuzes over je bedrijfsvoering. Eén van de ondernemers gaf aan dat hij hiermee beter voorbereid was op het gesprek met de bank. Hij had daarmee zijn toekomstvisie scherp en helder en wist hoe hij zijn plannen om te groeien en uit te breiden ten uitvoer zou brengen. In het gesprek met de bank kon hij dit allemaal helder verwoorden. Twee ondernemers gaven aan dat het opnieuw schrijven van een businessplan ook na een aantal jaren best nuttig zou zijn. Omdat na het verstrijken van tijd bepaalde keuzes wellicht herijkt moeten worden. Van de geïnterviewden gaven er twee aan dat ze het schrijven van een businessplan niet



echt nuttig vinden. Ze hebben de strategische keuzes in hun hoofd en handelen hiernaar. Eén ondernemer updatet zijn businessplan jaarlijks om de koers te herijken aan de nieuwe omstandigheden. Hij doet dit ook als een soort kwaliteitsstandaard. Verder werd door één ondernemer genoemd dat hij het prettig vindt om zijn visie af en toe door externen te laten toetsen. Dat mag ook de financier zijn. Eén ondernemer gaf aan dat hij vooroploopt met innovaties en dat ook deelt met zijn financier. Deze innovaties kosten in het begin meestal geld dat hij doorgaans kan opvangen uit de reguliere cashflow. Naar zijn inschatting helpt het wel dat, door te investeren in innovatieve toepassingen, hij zijn bedrijf up-to-date houdt en een voorsprong behoudt op zijn concurrenten. Deze geïnterviewde veronderstelt dat een financier liever zaken doet met een innovatief dan een gedateerd bedrijf.

4.1.6 Maatschappelijke opgaven

De geïnterviewde ondernemers zijn allen in meer of mindere mate bezig om invulling te geven aan maatschappelijke opgaven. Eén ondernemer doneert per verkocht product een bedrag aan een goed doel en werkt bewust aan de Sustainable Development Goals. Een andere geïnterviewde werkt zoveel mogelijk met biologische producten. Zoals we gezien hebben bij de Entrepreneurial Success Criteria geven ondernemers om meer dan groei en winst alleen maar speelt “contributing to society” nadrukkelijk mee. Dit wordt bevestigd in de interviews. Een ondernemer uit het vastgoed gaf aan dat hij bij zijn laatste kredietaanvraag nadrukkelijk stil heeft gestaan bij het onderdeel duurzaamheid. Door hier al in ruime mate mee bezig te zijn (onder andere met verduurzaming van panden) verwacht hij dat dit een streepje voor heeft gehad bij de kredietverlening. Is het niet vanuit regelgeving, dan is het wel omdat hij hiermee te kennen heeft gegeven na te denken over impact van zijn business op de samenleving. Eén van de geïnterviewden gaf aan dat hij zijn maatschappelijke betrokkenheid expliciet in zijn bedrijfsvoering heeft doorgevoerd (zonnepanelen, duurzame inkoop, afvalscheiding etc.) omdat de nieuwe generatie medewerkers steeds meer rekening houdt bij de keuze voor welk bedrijf ze willen werken. Of dit ook extra vertrouwen geeft aan financiers is minder goed vast te stellen. Wel is het zo dat hij tot nu toe geen problemen heeft gehad met zijn personele bezetting wat weer een vereiste is om winstgevend te kunnen ondernemen. Eén van de ondernemers draaide het om en gaf aan dat een financier minder vertrouwen zal hebben als de ondernemer geen blijk geeft van een bedrijfsvoering waarbij nagedacht is over maatschappelijke opgaven, duurzaamheid en circulariteit. Eén van de geïnterviewden had twijfels over de mate waarin de bankier de bijdrage aan maatschappelijke opgaven kan meten, maar gaf aan dat de bankier er zeker wel een bepaald gevoel bij heeft als hij met duurzaamheid bezig is.



4.2 Analyse werking conceptueel model.

De in het conceptueel model uitgebeelde samenhang tussen de gedragingen van de MKB-ondernemer, betrouwbaarheid, vertrouwen en de toegankelijkheid tot externe financiering wordt bevestigd met de opgehaalde informatie uit de interviews. Uit de eerste interviews viel eigenlijk direct op dat de ondernemers zich niet echt bewust waren van de invloed die ze zelf kunnen uitoefenen op het vergroten van het vertrouwen die de financier in hen heeft. Wel worden als eerste de cijfermatige factoren genoemd die een bijdrage leveren aan betrouwbaarheid. Verder werd met name gekeken naar de externe (buiten zichzelf) liggende factoren. In de loop van het interview kwamen ook de eigen gedragingen van de ondernemers aan de orde die van invloed zijn op het gepercipieerde vertrouwen.

De geïnterviewden illustreerden dit bijvoorbeeld onder andere met de volgende passende quotes:

- “We moeten ophouden naar de banken te wijzen als schuldigen voor het niet verstrekken van kredietfaciliteiten”. *(kijk naar door jezelf te beïnvloeden factoren)*.
- “Als je zaken voor elkaar wilt krijgen zul je ervoor moeten zorgen dat je je zaakjes zelf voor elkaar hebt”. *(geef goed voorbeeldgedrag)*.
- “Door de passie voor het optimaal verzorgen van mijn patiënten kan ik dit ook goed uitdragen bij mijn bankier. Ik hoef hem niet te overtuigen dat ik mijn stinkende best zal doen om goede resultaten te halen”. *(wees enthousiast over je vak)*.
- “Ik ben heel gek op adviseurs, dat klopt, daar profiteer je van. Je leert ervan en de bankman kijkt ook naar wie je om je heen verzamelt. Als ik geld genoeg heb dan besteed ik daar meer geld aan”. *(verzamel de juiste mensen om je heen)*.
- “In het vastgoed moet je goed kunnen rekenen. Een kleine afwijking maakt al gauw het verschil tussen verlies of winst. Ik ga tegenwoordig voor duurzame panden. Ik merk dat ze dat bij de bank ook waarderen. Verduurzaming zorgt voor een aantrekkelijke verhuurportefeuille”. *(investeer in maatschappelijke opgaven)*.

Het hebben van een goede relatie met de financier wordt door de helft van de geïnterviewden gezien als belangrijk. De ondernemers vermijden met hun gedrag gedoe en snappen dat het in hun eigen belang is om deze relatie goed te houden. De meeste geïnterviewde ondernemers werken niet bewust aan de relatie met hun financier. Het is volgens hen meer het logische gevolg van gewoon normaal zakendoen. Er zijn wel diverse onderdelen aan te wijzen waardoor gedrag de eigen reputatie beïnvloedt. Zo denkt men kritisch na over wat er namens het bedrijf aan reputatiemanagement bij klachten wordt gedaan. Daarnaast communiceert men transparant en eerlijk met de financier over de prestaties van het bedrijf. Een enthousiaste benadering van hun vak vloeit voort uit doen wat je leuk vindt en dit straalt ook uit naar het



personeel. Dat dit ook doorwerkt op het vertrouwen dat een financier heeft in hun business is volgens hen mooi meegenomen. Uit de interviews kan worden geconstateerd dat de ondernemers realistisch zijn over de consequenties van het aangaan van een lening. Men is bewust bezig met handelingen om aan de bijbehorende voorwaarden en spelregels te voldoen om de betrouwbaarheid gebaseerd op de harde cijfers te bevestigen. Bij het doorvragen komen ook de meer subjectieve variabelen aan de orde die het vertrouwen van de financier beïnvloeden.

4.3 Serendipiteit

Wat verder nog opvalt, is dat ook diverse keren gesproken wordt over het fenomeen geluk. De gelukkige positie die iemand inneemt omdat hij een bepaald vak heeft gekozen waarvan de beroepsgroep als interessant wordt gezien om te financieren. Of geluk in de zin van dat je ook op de juiste plek op het juiste tijdstip moet zijn om succes te hebben. Of dat bepaalde keuzes in de bedrijfsvoering gelukkig zijn uitgevallen. Een interessant onderdeel om later in een separaat onderzoek een verdieping op te doen.



5. Conclusie, discussie en aanbevelingen

De conclusie uit dit onderzoek is dat betrouwbaarheid en vertrouwen belangrijke beïnvloeders zijn om de toegankelijkheid tot externe financiering te vergroten. Voor micro- en klein-MKB ondernemers is het van groot belang om met hun gedragingen beiden positief te beïnvloeden en ervoor te zorgen dat de financier geen hindernissen ervaart om over te gaan tot het verstrekken van krediet. Er zijn zowel voor de beïnvloeding van betrouwbaarheid als vertrouwen vijf categorieën waaraan gewerkt kan worden om de toegankelijkheid te vergroten. De conclusie zal aan de hand van de beantwoording van de drie deelvragen worden behandeld.

5.1 Ervaringen bij het verkrijgen van externe financiering

Op basis van de theoretische verkenning van de Pecking Order en Growth Cycle Theory kan worden gesteld dat deze theorieën aansluiten bij de ervaringen van de ondernemers. In het begin wordt geleund op leverancierskrediet of familieleningen. Later zijn de meeste financieringen bancair geregeld. Ondernemers ervaren een zekere mate van moeite om een externe financiering te krijgen. Hierbij baseert men dit doorgaans op de traditionele kredietverstrekking door banken.

Het inzetten van een intermediair of adviseur helpt bij het verkrijgen van een financiering. Zeker als de financier en de intermediair elkaar uit het netwerk kennen.

De gedragingen die geconstateerd zijn uit de behavioural finance theory doen opgeld. Er is sprake van herkenbare heuristieken zoals het *voorkomen van gedoe met je bankier* wat veroorzaakt kan worden door het bijvoorbeeld eenmalig missen van een rente- en aflossingsbetaling. Ook is de gestegen rente en de consequenties hiervan voor de financierbaarheid zowel uit oogpunt van representativiteit als uit oogpunt van conservatisme een interessante waarneming. Alhoewel het rationeel verklaarbaar is dat bij een gestegen rente de financiering minder makkelijk te verkrijgen is (er moet immers meer rente kunnen worden betaald), wordt dit op een subjectieve wijze ervaren (de bank moet niet zo moeilijk doen, ze zijn immers 100% gedekt). Ook kijken de ondernemers doorgaans door een positief frame naar de wereld.

De ervaringen van de geïnterviewden bevestigen de beschikbare informatie uit de onderzochte theorieën. Daarnaast wordt de factor geluk benoemd. Ook bij ondernemen en financiers geldt dat een dosis geluk (juiste keuze voor een vakgebied, juiste man op juiste tijdstip en plaats, et cetera) kan helpen. Wat ook opvallend was dat de ondernemers zich in eerste instantie niet bewust lijken te zijn van de invloed van hun gedrag op de financiers. Desondanks gedragen ze zich doorgaans wel op een manier die een bijdrage levert



aan het vergroten van de toegang tot externe financiering. Men is derhalve onbewust bekwaam in de beïnvloeding van financiers.

5.2 Gedragingen die betrouwbaarheid beïnvloeden bij het verkrijgen van externe financiering

De gedragingen van de geïnterviewde ondernemers die de betrouwbaarheid beïnvloeden richten zich met name op het nakomen van de gemaakte betalingsafspraken. De categorieën van Baidens theorie van de 5 C's of Credit worden beïnvloed door de ondernemer waarbij het jaarcijfermateriaal de bevestiging geeft van hoe de zaken ervoor staan. Door meer eigen inbreng, door minder uit te geven dan dat er binnenkomt, door een hypothecaire inschrijving te geven op onroerend goed, wordt de betrouwbaarheid vergroot. Er wordt in de beleving van de ondernemers door financiers met name gekeken naar de historische cijfers en te weinig naar de ambities van de ondernemer. De bijdrage aan de vijf categorieën Character, Capacity, Capital, Collateral en Conditions beïnvloeden direct de betrouwbaarheid en hiermee de toegankelijkheid tot externe financiering. Indien er iets schort aan één van de 5 C's wordt het belang van de gedragingen die vertrouwen vergroten groter. Dit speelt bijvoorbeeld een nadrukkelijke rol bij startende bedrijven of bedrijven die in een scale-up fase zitten. Het trackrecord om de C. van Character hard te maken ontbreekt. Desondanks moet de ondernemer het vertrouwen winnen om de financier het weloverwogen risico te laten nemen om over te gaan tot financiering.

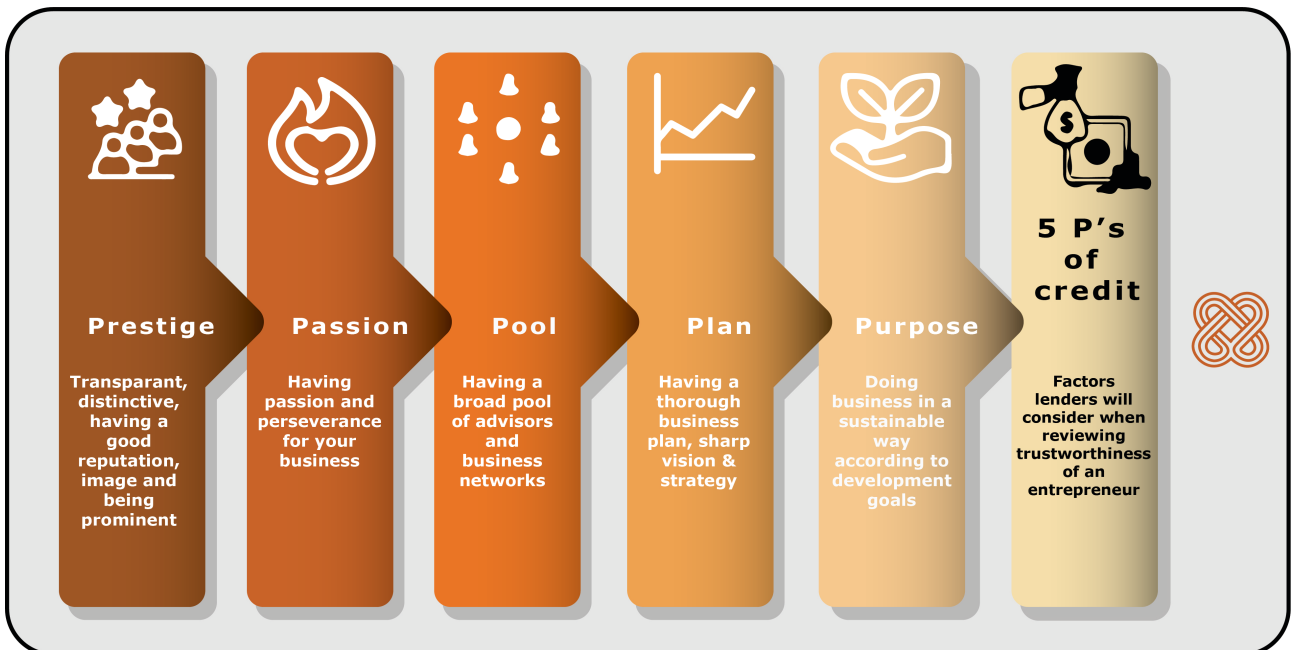
5.3 Gedragingen die vertrouwen beïnvloeden bij het verkrijgen van externe financiering

De gedragingen van een ondernemer die bijdragen aan vertrouwen zijn minder objectief te kwantificeren dan degenen die bijdragen aan betrouwbaarheid. Er is door de ondernemers niet een bewuste aanpak op de beïnvloeding anders dan het werken op een wijze die voldoet aan de voor henzelf geldende waarden en normen. Door de gedragingen met behulp van de axiale en selectieve codering te groeperen is een vijftal categorieën gekozen zoals deze bij de bevindingen 4.1.2 tot en met 4.1.6 zijn weergegeven. Deze categorieën zijn samengevat in onderstaand voorstel voor een nieuw model: de 5 P's of Credit. Deze 5 P's beïnvloeden in meer of mindere mate het door de financiers gepercipieerde vertrouwen waarmee de toegankelijkheid tot externe financiering vergroot kan worden.

De weging van de P's neemt toe als één van de 5 C's minder goed ingevuld is. Je zou ook kunnen beredeneren dat bij het niet kunnen voldoen aan de eisen van de 5 C's de reguliere banken op basis van hun computeranalyse niet over gaan tot verstrekking van het krediet. De alternatieve financiers die (daarna)



worden aangesproken (zoals CSP's of informal investors) zullen nadrukkelijker kijken naar onderstaande categorieën die bijdragen aan het verkrijgen van vertrouwen om een financiering te verstrekken.



Figuur 9. The 5 P's of Credit.

5.3.1 Prestige: Transparant handelen en goede reputatie

Ondernemers die zich transparant, open en eerlijk opstellen richting hun financier verwachten hiermee aan vertrouwen te kunnen winnen. Ze willen zich positief onderscheiden en hechten waarde aan een goede reputatie en een goed imago. Een goede reputatie kan zorgen voor vertrouwen en succes, terwijl een slechte reputatie kan leiden tot wantrouwen en falen. Het beeld dat klanten hebben van een bedrijf wordt onder andere beïnvloed door de wijze waarop de ondernemer omgaat met recensies of klachten. Door dit goed af te handelen streeft men ernaar om als vooraanstaand gezien te blijven worden. Een goed imago wordt met gedrag zorgvuldig opgebouwd over een langere periode. Er is besef dat indien de reputatie van de ondernemer niet deugt de kans gering is om in aanmerking te komen voor een financiering. Qua weging is deze P van Prestige een essentiële factor omdat een financier zich geen risico's zal permitteren bij een ondernemer waarvan de reputatie op voorhand slecht is.

5.3.2 Passion: Passie en doorzettingsvermogen

Door passie te hebben voor je vak en bij tegenvallers vast te houden aan je koers en door te zetten, kan het vertrouwen van de financier worden beïnvloed. Een financier kan door een ondernemer, die met passie over

zijn bedrijf spreekt, geënthousiasmeerd worden. Het demonstreren van inzet en betrokkenheid laat zien dat de ondernemer bereid is om hard te werken om het bedrijf tot een succes te maken. Ook als het een keer tegenzit. Passie, doorzettings- en aanpassingsvermogen zijn belangrijke eigenschappen voor ondernemers om in staat te zijn uitdagingen te overwinnen. Financiers zien graag dat een ondernemer in staat is om moeilijke situaties het hoofd te bieden en hebben hierdoor meer vertrouwen in de toekomstige prestaties van het bedrijf. Ondernemers met passie en doorzettingsvermogen hebben vaak een duidelijk beeld van hun langetermijndoelen. Dit kan de financier geruststellen, omdat het aantoont dat de ondernemer niet alleen gefocust is op kortetermijnwinsten, maar ook nadenkt over de toekomst van het bedrijf op de lange termijn. Een ondernemer met passie en doorzettingsvermogen is vaak bereid om te leren en te groeien. Dit kan de financier geruststellen, omdat het laat zien dat de ondernemer open staat voor feedback en bereid is om zichzelf en het bedrijf te verbeteren. De P. van Passion wordt qua weging gemiddeld essentieel ingeschat bij het verkrijgen van vertrouwen. Het kan ervoor zorgen dat de financier hiermee een hogere bereidheid heeft om tot verstrekking van krediet over te gaan.

5.3.3 Pool: Netwerken, inzet van adviseurs

Het inschakelen van adviseurs, op gebieden waar de ondernemer zelf tekortschiet, wordt gezien als een goede manier om het vertrouwen te vergroten. Gebruik maken van zowel de kennis als de kennisen uit het netwerk ook. Via netwerkrelaties kunnen de financiers referenties opvragen over de ondernemer. Ook kan een band opgebouwd worden zodat financier en ondernemer weten wat ze aan elkaar hebben. Ondernemers vinden het prettig om zich met behulp van het netwerk en beroepsgroepen scherp te laten houden en te leren van andere ondernemers. Het inschakelen van adviseurs helpt om potentiële financiers te identificeren en te benaderen. Met de adviezen uit de netwerken en van de adviseurs kunnen ondernemers hun financiële vooruitzichten beter onderbouwen. Door gebruik te maken van adviseurs en netwerken kunnen ondernemers ook hun risico verminderen, wat kan helpen om het vertrouwen van financiers te vergroten. Adviseurs kunnen bijvoorbeeld helpen bij het identificeren van mogelijke risico's en het opstellen van strategieën om deze risico's te verminderen. Netwerken kunnen ook helpen bij het verminderen van risico's door ondernemers in contact te brengen met potentiële partners en leveranciers die het bedrijf kunnen ondersteunen. Ondernemers die goed verbonden zijn en daarmee passend advies weten in te winnen, hebben een verhoogde geloofwaardigheid bij financiers. Dit komt doordat zij kunnen laten zien dat zij in staat zijn om een succesvol bedrijf te runnen en dat zij zich bewust zijn van de uitdagingen en risico's die gepaard gaan met het ondernemerschap. Door hun netwerk en advies kunnen zij ook aantonen dat zij de steun en begeleiding hebben (op onderdelen waar ze zelf niet goed in zijn) die nodig is om hun bedrijf tot een succes te maken. Vanuit de geïnterviewde ondernemers wordt veel waarde gehecht aan het



netwerk en de contacten met de adviseurs. Hiermee is deze P. van Pool ook een essentiële in de weging voor het verkrijgen van vertrouwen.

5.3.4 Plan: Bedrijfsplan en visie

Het hebben van een goed doordacht bedrijfsplan met een heldere visie en strategische afwegingen draagt bij aan het vertrouwen van de financier. Het hoeft niet per se aan het papier te zijn toevertrouwd alhoewel dat voor de eerste financiering doorgaans wel noodzakelijk is. Het hebben van een duidelijke visie en strategie zorgt ervoor dat de ondernemer focus houdt en bezig is om zijn doelen na te streven. In de interviews is aangegeven dat, door dit te doorleven, de ondernemer het ook makkelijker kan uitleggen aan de financier. Het geeft de financier het vertrouwen dat de ter beschikking gestelde middelen efficiënt worden ingezet. Een goed bedrijfsplan en visie getuigen van professionaliteit en serieuze toewijding aan het bedrijf. Dit kan bijdragen aan het gepercipieerde vertrouwen van financiers in de ondernemer en het bedrijf en kan bijdragen aan een positieve beoordeling van de kwaliteit van de ondernemer en het bedrijf. Het hebben van een bedrijfsplan, met daarin de visie en strategie verwoord, is voor het verkrijgen van toegang tot financiering een belangrijke vereiste. Hiermee is de P. van Plan ook een essentiële qua weging.

5.3.5 Purpose: Maatschappelijke opgaven

De geïnterviewde ondernemers zijn op meer gericht dan winst alleen. Zowel uit de theorie van de Entrepreneurial Success Criteria als uit de interviews blijkt dat de ondernemers nadrukkelijk bezig zijn met duurzaamheid en maatschappelijke opgaven. Dat varieert van verduurzaming van panden, tot gerichte sponsoring in de maatschappij, als het verminderen van verbruik, afval en nadenken over de wijze waarop een bijdrage geleverd kan worden aan de Sustainable Development Goals. Deze inzet op dit thema straalt volgens ondernemers niet alleen positief af op de financiers, maar bijvoorbeeld ook op de medewerkers en klanten. Het bedrijf wordt er sympathieker door gevonden en dat draagt direct bij aan het verkregen vertrouwen. Daarnaast kan een bijdrage aan maatschappelijke opgaven een bijdrage leveren aan de rentabiliteit. Bedrijven die zich inzetten voor maatschappelijke opgaven kunnen hiermee ook de relatie met hun stakeholders versterken. Denk bijvoorbeeld aan klanten die zich meer verbonden voelen met een bedrijf dat zich inzet voor duurzaamheid en maatschappelijke betrokkenheid. Dit kan bijdragen aan het gepercipieerde vertrouwen van financiers in het bedrijf, omdat het aantoont dat het bedrijf een sterke en betrokken relatie heeft met zijn belanghebbenden. De bijdrage aan de maatschappelijke opgave is in geringe mate meetbaar. De P. van Purpose is gemiddeld essentieel bij het verkrijgen van vertrouwen. Het kan ervoor zorgen dat de financier een hogere bereidheid heeft om tot verstrekking van krediet over te gaan.



5.4 Eindconclusie

Toegankelijkheid tot externe financiering is voor alle ondernemers van belang om een bijdrage te kunnen leveren aan het verdienvermogen van de Nederlandse economie. Voor micro- en klein-MKB bedrijven is de toegang tot externe financiering complexer dan voor grote bedrijven. Banken zijn tegenwoordig minder gretig op kleinere bedrijven, hebben geen toegewezen persoonlijke accountmanager voor deze bedrijven en kunnen relatief weinig aan deze bedrijven verdienen. Met het gemis van de schaalgrootte, die een controller of CFO rechtvaardigt, komt het er voor de ondernemers op aan om zich betrouwbaar te gedragen en het vertrouwen te winnen van hun financier zodat de toegankelijkheid ook voor micro- en klein-MKB optimaal blijft. Hoe meer betrouwbaarheid en gepercipieerd vertrouwen door de financier, hoe groter de toegang tot financiering.

Uit literatuurstudie en interviews is vastgesteld dat kredietverstrekking aan ondernemers door diverse aspecten wordt beïnvloed. De levensfase van het bedrijf, de volgorde van aanwenden van financiering, niet rationeel gedrag, succescriteria en de verhouding die de ondernemer heeft tot zijn financieel regisseur. De gedragingen van de ondernemers zelf beïnvloeden de factoren die de betrouwbaarheid bepalen. Dit is zowel uit de literatuurstudie als in het kwalitatieve onderzoek vastgesteld. Betrouwbaarheid is echter beperkt tot het systeem waar je in zit met de spelregels die je met elkaar hebt afgesproken. De input van de harde variabelen, weergegeven in het model van de 5 C's of credit, geeft een voorspelbare output. Het systeem biedt echter geen ruimte voor interpretaties, een computer kan de analyse doen.

Daarnaast is er een aantal gedragingen dat, indien ze gericht is op de vijf categorieën (de 5 P's), een bijdrage kan leveren aan het vergroten van vertrouwen. Werken aan imago, het uitbouwen en onderhouden van een netwerk, gebruik maken van de juiste adviseurs, passie en doorzettingsvermogen hebben voor de business, het hebben van een bedrijfsplan met een visie en strategie, werken aan maatschappelijke opgaven. Deze categorieën helpen bij het vergroten van het door de financier gepercipieerde vertrouwen. De weging van deze 5 P's tezamen neemt toe naarmate er één van de 5 C's minder sterk ingevuld is, de bankier op basis van zijn computeranalyse afhaakt en er alternatieve financiers gevonden moeten worden. Zie hiervoor ook het hypothetische stroomschema in bijlage 9 over hoe een kredietaanvraag zou kunnen verlopen.

Dit nieuwe inzicht, gebaseerd op de afgenomen interviews, laat zien dat ondernemers naast de cijfermatige kant van het spectrum ook zelf een bijdrage kunnen leveren met hun gedragingen aan de subjectieve kant van kredietverlening. De bewustwording van deze beïnvloeders op vertrouwen en betrouwbaarheid kan een bijdrage leveren aan het aanpassen van het gedrag, om te zorgen voor een grotere toegankelijkheid tot externe financiering.



5.5 Discussie

De onderzoeksresultaten hebben betrekking op het perspectief van de ondernemers. Hierbij zijn de eigen gedragingen zelf niet expliciet onderzocht, maar juist de visie van de ondernemers op hun gedrag en het gedrag van andere ondernemers. Het perspectief van de financier is niet expliciet behandeld. Dit perspectief is zeker interessant, temeer omdat er in de afgelopen jaren veel is veranderd op het gebied van toegang tot financieringen en hun aanbieders. Hiermee zijn er naast de traditionele banken nieuwe typen geldverstrekkingen ontstaan. Nieuwe vormen en combinaties van financieringen vragen ook om een andere benadering van de ondernemers. Je kunt dus niet meer spreken over de financier. De ervaringen of interpretaties over betrouwbaarheid en vertrouwen kunnen per type financier verschillen.

Verder is in dit onderzoek de intermediair als constante factor in de verhouding ondernemer, intermediair en financier verondersteld. Deze factor is benoemd als onderdeel van het netwerk, maar niet expliciet als factor van grote invloed. Het is zeker ook interessant om vanuit het perspectief van de intermediair te kijken naar zijn rol in de beïnvloeding van betrouwbaarheid en vertrouwen bij de toegankelijkheid van extern krediet.

Hoe zwaar wegen betrouwbaarheid en vertrouwen bij de kredietbeoordeling? Krijg je een financiering eerder als je betrouwbaar bent of eerder als je te vertrouwen bent? Hoe is deze weging en kan het één zonder het ander? Zijn beide een conditio sine qua non om een financiering te krijgen? En ook zeker interessant is hoe betrouwbaarheid en vertrouwen op elkaar inwerken, elkaar versterken.

Met de resultaten van het onderzoek is het perspectief van de ondernemer in beeld gebracht. Uiteraard zijn bovenstaande discussiepunten van invloed op dit perspectief. Op onderdelen kan het interessant zijn om aanvullend onderzoek te doen om meer inzicht te krijgen.

5.6 Vervolgonderzoek

De geïnterviewde ondernemers uit het onderzoek zijn niet gespecificeerd naar leeftijd van de onderneming. Het zou interessant kunnen zijn om in een vervolgonderzoek een specificatie aan te brengen tussen startende ondernemers en ondernemers die al langer bestaan. Bij startende ondernemers ontbreekt bijvoorbeeld het trackrecord wat vastgelegd is in de C's van Character en Capacity. Hoe werkt dit dan door in de weging van de 5 P's van de kredietverlening en kunnen deze het gemis van de meetbare variabelen compenseren?



Omdat gekozen is voor het perspectief van de ondernemer is het interessant om, naast de met dit onderzoek opgehaalde kennis, te onderzoeken hoe de financier of de intermediair de begrippen betrouwbaarheid en vertrouwen ervaart en wat hun eigen rol is in de relatie met de ondernemer.

Banken zijn gevangen in een web van regelgeving waarbinnen ze moeten acteren. Is er bij de non-bancaire kredietverstrekkers meer ruimte om weging te geven aan het onderdeel vertrouwen en zijn er mogelijkheden om deze subjectieve ervaring te vangen in een meer objectief model?

Uit de interviews kwam een aantal keren de factor geluk ter sprake. Het is interessant om in een vervolgonderzoek te bekijken of dit bij de verstrekking van kredieten daadwerkelijk een rol speelt en in welke mate de ondernemer in staat is dit geluk zelf te beïnvloeden.

5.7 Aanbevelingen

Hoe mooi zou het zijn als alle goede plannen van MKB-ondernemers uitgevoerd zouden kunnen worden? Hiermee kunnen innovaties worden gedaan, kan een bijdrage geleverd worden aan de maatschappelijke opgaven, kan onze concurrentiekracht op peil blijven. Uiteindelijk kunnen hiermee het verdienvermogen en onze welvaart en welzijn bevorderd worden. Als we dat willen, dan mag het niet ontbreken aan betrouwbare input voor toegang tot financiering, maar ook niet aan het gepercipieerde vertrouwen door de financier. Afhankelijk van het gekozen perspectief volgt hieronder een aantal suggesties voor de verschillende doelgroepen om een bijdrage te leveren aan het vergroten van de toegankelijkheid tot externe financiering.

5.7.1 Financiers

Implementeer naast de computermodellen die de betrouwbaarheid beoordelen een systeem waarmee je een weging kunt geven aan het onderdeel vertrouwen. Geef de beoordelaars ruimte om ook hun subjectieve beoordeling mee te laten wegen in het eindoordeel om een krediet te verstrekken.

5.7.2 Intermediairs

Zorg voor bewustwording bij de ondernemer die wordt vertegenwoordigd. Zijn gedragingen beïnvloeden zowel de betrouwbaarheid als het door de financier gepercipieerde vertrouwen. Draag zorg voor een goede verslaglegging in de wetenschap welke vijf categorieën betrouwbaarheid en welke vijf categorieën vertrouwen beïnvloeden.



5.7.3 Stakeholders

Naast de ondernemer, de intermediair en de financier zijn er nog andere stakeholders. Denk hierbij aan accountants, beroepsorganisaties zoals MKB-Nederland, VNO-NCW en Stichting Erkend MKB Advies. Neem in opleidingsprogramma's, lezingen en seminars zowel de onderdelen betrouwbaarheid als vertrouwen met betrekking tot de toegankelijkheid van financieringen mee.

5.7.4 Ondernemers

Ondernemers kunnen veel leren van andere ondernemers. De tips die alleen al uit dit onderzoek kwamen zijn behulpzaam bij het vergroten van toegankelijkheid tot externe financiering. Zoals één van de ondernemers treffend zei: "Zorg dat je je eigen zaakjes voor elkaar hebt in plaats van als eerste naar de bankier te wijzen". Wissel ideeën uit bij netwerkgelegenheden, schakel adviseurs in op gebieden waar je zelf niet sterk in bent en breng je ideeën met enthousiasme over. Leg deze vast in een doordacht strategisch businessplan en behandel daarin je maatschappelijke bijdrage. Werk gestructureerd naast de 5 C's of Credit ook aan de 5 P's of Credit omdat deze doorwerken bij de toegankelijkheid van kredietfaciliteiten.

5.8 Epiloog

Ondernemingsplannen moeten bij gebrek aan een financiering niet op de plank blijven liggen maar worden uitgevoerd om het verdienvermogen van de Nederlandse economie te stimuleren. Dit geldt voor alle ondernemers, maar in belangrijke mate voor de micro- en klein-MKB ondernemers omdat zij het meest last hebben van de toegankelijkheidsparadox. De weging van het vertrouwen in de ondernemer bij het verstrekken van een krediet is hierbij een belangrijk onderdeel voor alle financiers. Juist in tijden van digitale transformatie kan de menselijke maat nog steeds het verschil maken. De kennisbijdrage van dit onderzoek over de wijze waarop de micro- en klein-MKB ondernemer zelf een bijdrage kan leveren aan het oplossen van de toegankelijkheidsparadox staat niet op zichzelf. Het is één van de radertjes waar we aan moeten draaien om het verdienvermogen van Nederland op peil te houden. Mijn persoonlijke bijdrage aan deze kennis heb ik met veel plezier geleverd. De gesprekken met de ondernemers waren zeer informatief en inspirerend. Ze hebben mijzelf ook weer nieuwe inzichten gegeven die ik kan toepassen in mijn dagelijkse praktijk. Wanneer deze master thesis uiteindelijk bijdraagt aan overdracht van de opgedane kennis aan ondernemers en andere betrokkenen waardoor er meer economisch potentieel ontsloten wordt, is deze thesis voor mij meer dan geslaagd.



Literatuurlijst

- AFM, A. F. (2021). *Europese crowdfunding dienstverleners voor bedrijven*. Amsterdam: Autoriteit Financiële Markten.
- AFM, A. F. (2022). *www.afm.nl*. Opgehaald van AFM: Kan ik ook beleggen door crowdfunding: <https://www.afm.nl/nl-nl/consumenten/themas/zelf-beleggen/crowdfunding>
- Alferink, T. (2022, december 19). *Regio Zwolle Influencers in Finance*. Opgehaald van Regio Zwolle: <https://regiozwolle.info/2022/12/19/influencers-in-finance-investeren-in-mkb-in-regio-zwolle/>
- Baarda, B., Fischer, T., Bakker, E., Julsing, M., Kostelijk, E., & Van Der Velden, T. (2021). Basisboek Kwalitatief Onderzoek. In B. E. Baarda B, *Basisboek Kwalitatief Onderzoek*. Groningen: Noordhoff.
- Baiden, J. E. (2011). *The 5 C's of Credit in the Lending Industry*. Ghana: Central University College.
- Barberis, N., & Thaler, R. (2002). *A survey of behavioural finance*. Cambridge: National bureau of economic research.
- BBO, B. v. (2022, februari 17). *Succesfactoren bedrijfsfinanciering*. Opgehaald van Financiering Bedrijf: <https://www.financiering-bedrijf.nl/succesfactoren-bedrijfsfinanciering/>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of banking & finance*, 613-673.
- Biesheuvel, H. (2022). *MKB wil investeren en zoekt mede-aandeelhouders*. Den Haag: Ondernemend Nederland en SMF.
- Bongers, F., Grond, A., Maltha, S., Roosenboom, P., & Smeitink, A. (2021). *Beleidsopties voor het MKB-financieringslandschap*. Utrecht: Ministerie van Economische Zaken en Klimaat.
- Campello, J. G., & Campbell, H. (2010). The real effects of financial constraints. *Journal of Financial Economics*, 470-487.
- Colquitt, J., Scott, B., & Le Pine, J. (2007). Trust, trustworthiness and trust propensity. *Journal of Applied Psychology*, 909-927.
- Conijn, F. (2022, Juli 5). Alternatieve financiering in opmars bij MKB. *Financieel Dagblad*, p. 1.
- Conijn, F. (2023, April 13). Mkb'er leent vaker buiten de bank om. *Financieel Dagblad*, p. 1.
- Conijn, F. (2023, April 11). Rentestijging treft vooral midden- en kleinbedrijf. *Financieel Dagblad*, p. 1.
- Consumentenvertrouwen. (2022, December 21). *FD en Stentor*, p. 1.
- Crowdfunding cijfers*. (2022, December 18). Opgehaald van www.crowdfundingcijfers.nl
- De Boer, M. (2023, Maart 28). Bancaire onrust maakt geld lenen lastiger en vooral duurder. *Financieel Dagblad*, p. 7.
- De Jong, F., & Oerlemans, A. (2018, Aflevering 2). De financieel regisseur als oplossing voor de maatschappelijke uitdaging van financiële redzaamheid. *Het Verzekerings-Archief*, pp. 92-101.
- De Vor, F. (2023). *Regio Zwolle Monitor 2022*. Zwolle: Economic Board Regio Zwolle.
- Dingemanse, K. (2021, oktober 26). *Stappenplan om kwantitatieve en kwalitatieve interviews te coderen*. Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/coderen-interview/>
- Directorate-General for Internal Market, I. E. (2021, Oktober 25). *SME-definitie*. Opgehaald van SME-definition: https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-definition_en
- Druckman, J. (2007). Framing Theory. *Annual review of political science*, 105.
- Economische Zaken, M. v. (2023). *Financieringsmonitor 2022*. Den Haag: Centraal bureau voor de Statistiek.
- EQonomie. (2022, December 12). *LinkedIn*. Opgehaald van poll financieringsadvies: <https://www.linkedin.com/company/eqonomie>
- Gorgievski, M. (2011). Small Business Owners' Success Criteria. *Journal of small business management*, 207-232.
- Grinblatt, M., & Keloharju, M. (2009). Sensation Seeking, Overconfidence, and Trading Activity. *Journal of Finance vol. 64*, pp. 549-578.



- Gulin, D., Hladika, M., & Valenta, I. (2019). Digitalization and the Challenges for the Accounting Profession. *Entrenova*, 434.
- Hiel, van, A., & Mervielde, I. (2004, Juni 18). Openness to Experience and Boundaries in the Mind: Relationships with Cultural and Economic Conservative Beliefs. *Journal Of Personality*, pp. 659-686.
- Hordijk, M. (2022, Oktober 18). MKB gaat onnodig failliet. *Algemeen Dagblad*.
- Juran, J., De Feo, J., & Godfrey, A. (2016). *Juran's quality handbook, the complete guide to performance excellence*. McGraw Hill.
- Könings, M., & Balk, R. (2021). *De Investeringsparadox, financiering MKB-bedrijven in Overijssel*. Zwolle: Lysias Advies.
- Kahneman, D. (2002, December 8). Maps of bounded reality: Psychology for Behavioral Economics. *The American Economic Review*, pp. 1449-1475.
- Kooten van M., J. d. (2019, September 1). Financieel gezond MKB vereist een integrale en multidisciplinaire adviesbenadering. *Het Verzekeringsarchief, tijdschrift voor verzekeringswetenschap*, p. 4.
- Kruize, M. (2022, December 21). Vastgoedfinanciering: van bank naar financieringsmix. *Financieel Dagblad*, p. 27.
- Kumar, S., & Rao, P. (2015). A conceptual framework for identifying financing preferences of SMEs. *Small Enterprise Research*, 1-14.
- Law, M., Wong, Y., & Lau, T. (2005). *The Role of Trust in Customer Relationship Management: An Example to Financial Services Industry*. Hong Kong: Asia Pacific Management Review.
- Lawton, K., & Marom, D. (2012). The Crowdfunding Revolution: How to Raise Venture Capital Using Social Media. In *The Crowdfunding Revolution: How to Raise Venture Capital Using Social Media* (p. 256). New York: McGraw-Hill.
- Maister, D. H. (2021). The Trusted Advisor. In D. Maister, *The Trusted Advisor* (p. 336). New York: Simon & Schuster.
- Mayer, R., Davis, J., & Schoorman, F. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 709-734.
- Miles, M. B., Huberman, M. A., & Saldana, J. (2013). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook. In *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (p. 408). London: Sage Publications.
- MKB Nederland. (2022). Dag van de ondernemer. *Dit is ondernemen in Nederland* (p. 1). Zwolle: MKB Nederland.
- Mulder E. (2022, november). *MKBservicedesk.nl*. Opgehaald van MKB Servicedesk: <https://www.mkb servicedesk.nl/sales-marketing/marktonderzoek/informatie-over-het-mkb-midden-en-kleinbedrijf-in-nederland>
- Mulder, E. (2020, oktober 14). *Informatie over het MKB in Nederland*. Opgehaald van MKB Servicedesk: <https://www.mkb servicedesk.nl/sales-marketing/marktonderzoek/informatie-over-het-mkb-midden-en-kleinbedrijf-in-nederland>
- Myers, S. C. (1984). The Capital Structure Puzzle. *The Journal of Finance*, 575-592.
- NLIinvesteert. (2022, November). *NLI investeert Regio Zwolle*. Opgehaald van NLIinvesteert: <https://www.nlinvesteert.nl/regio/zwolle>
- Nooteboom, B. (2017). Vertrouwen, opening naar een veranderende wereld. In B. Nooteboom, *Vertrouwen, opening naar een veranderende wereld*. Utrecht: Klement.
- Odean, T. (1998, Oktober). Are Investors Reluctant to Realize Their Losses? *The Journal of Finance vol. 53*, pp. 1775-1798.
- Prekaj, M. (2017). *Overmoed & Business Banking*.
- Rauwerda, K. &. (2019). *Roadmap voor de financieel MKB-adviseur*. Utrecht: ResearchGate.
- Rauwerda, K., Van Teeffelen, L., & De Graaf, F. J. (2016). Naar MKB-advies over gestapeld financieren. *Management Control & Accounting*, 24-30.
- Roosenboom, P. (2021). Het veranderende financieringslandschap van het MKB. *Maandblad voor accountancy en bedrijfseconomie*, 283-285.
- Rotter, J. (1980). Interpersonal trust, trustworthiness and gullibility. *American Psychologist* 35, 1-7.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998, Vol. 23). *Academy of management review*, pp. 393-404.

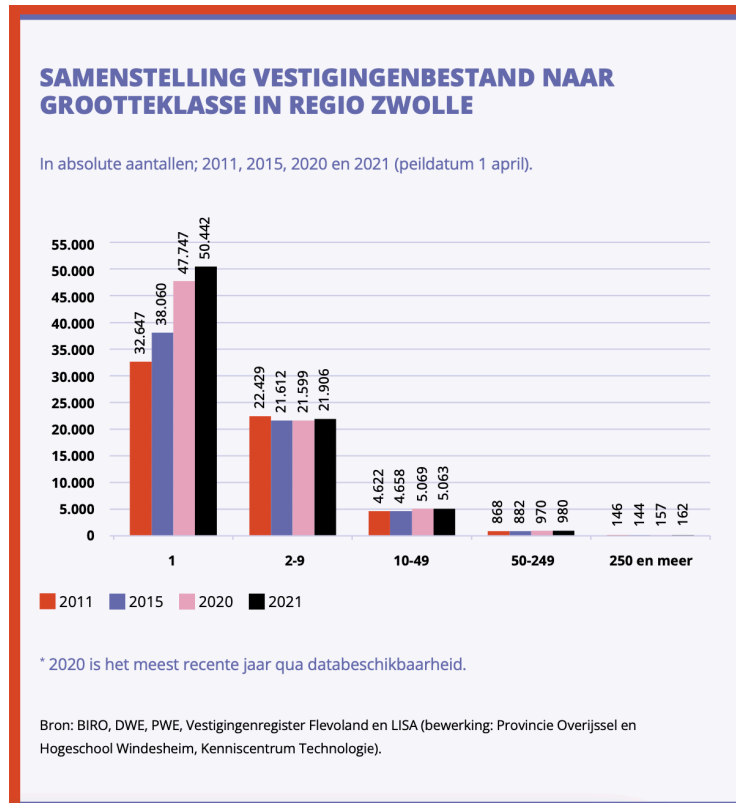


- Scholte, S. (2010). *HollandBank, het veld boven de wind*. Windesheim, MBA, Zwolle.
- Scholte, S. (2021). *HollandBank 2.0 Vooruitgang is: Van twee oplossingen de andere kiezen*. AOG, Strategy & Leadership, Groningen.
- Smit, R. (2022, december 2). Vermogend private equity in opmars als koper van mkb-bedrijven. *Financieel Dagblad*, p. 1.
- Smits, L. (2023, Februari 28). *Hoe transcribeer je een interview*. Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/interview-transcriberen/>
- Snijders, P. (2023). *Jaarverslag 2022 Regio Zwolle*. Zwolle.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2015). Basics of qualitative research. In A. Strauss, & J. Corbin, *Basics of qualitative research* (p. 435). London: Sages publications Inc.
- Tempelaar, F. (2006). Bellen blazen. *Maandblad voor accountancy en bedrijfseconomie*, 184.
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of behariol decision making*, 183-206.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1986). Rational Choice and the Framing of Decisions. *The Journal Of Business vol. 59*, pp. 251-278.
- Van den Broek, J. (2022). *Ondernemen in het ondertussen. Naar een routekaart voor het MKB*. Den Haag: Jaarbericht De Staat van het MKB.
- Van der Vat, S., & Keijser, C. (2009). Drijfveren in de praktijk. In C. K. Stephan van der Vat, *Drijfveren in de praktijk* (p. 320). Zeist: Pearson Benelux.
- Van Oirschot, R. (2023, Januari 13). *Hypotheek Rentetarieven*. Opgehaald van Verwachting Huizenmarkt: <https://www.hypotheek-rentetarieven.nl/nieuws/verwachting-huizenmarkt-huizenprijzen-in-2023>
- Van Teeffelen, L., Udo, R., De Graaf, F.-J., Rauwerda, K., & Kleverlaan, R. (2019). *Optimalisering financieel advies aan mkb-ondernemers*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.
- Van Teeffelen, L., Van der Veen, M., Lentz, M., & Ibrahimovic, A. (2015). *MKB financiering: Behoeftonderzoek en analyse*. Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Zwoferink, H. (2023, Januari 18). Directeur MKB over Toegankelijkheid financieringen MKB. (S. Scholte, Interviewer)



Bijlagen

Bijlage 1: Aantal bedrijven regio Zwolle

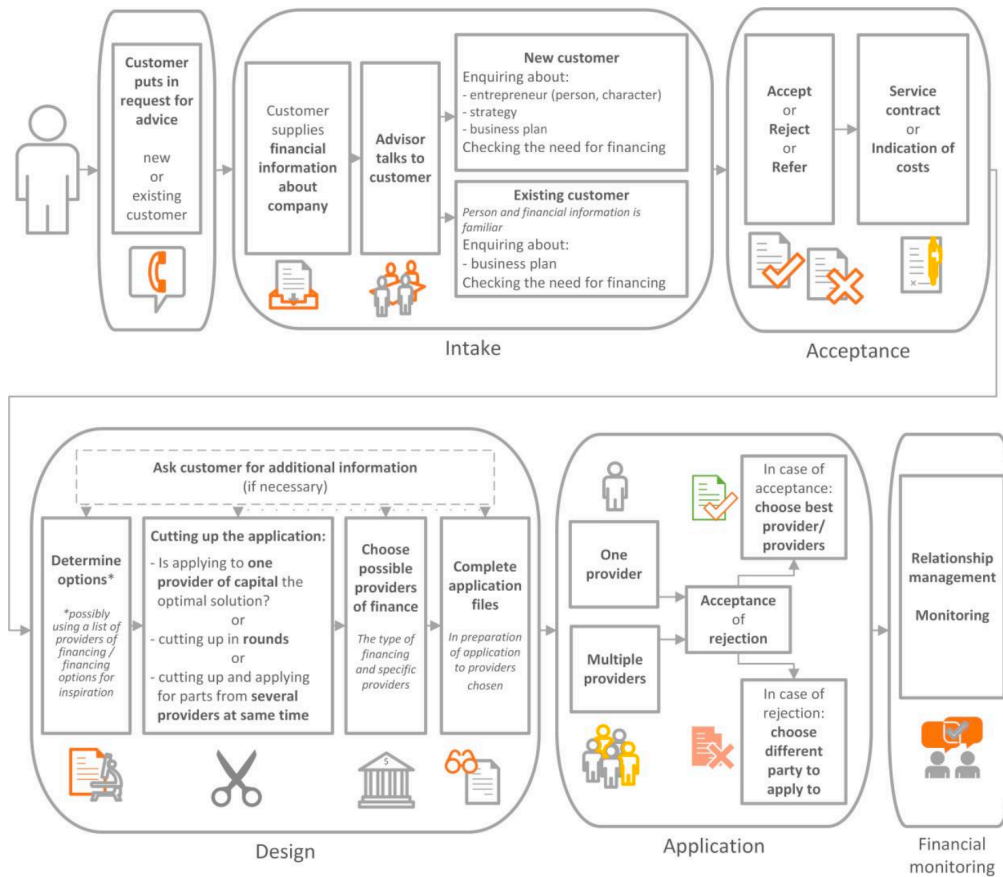


Bijlage 2: Kaart regio Zwolle (Snijders, 2023)

De 22 aan het samenwerkingsverband Regio Zwolle deelnemende gemeenten zijn Dalfsen, De Wolden, Dronten, Elburg, Hardenberg, Hattem, Heerde, Hoogeveen, Kampen, Meppel, Noordoostpolder, Nunspeet, Oldebroek, Olst-Wijhe, Ommen, Raalte, Staphorst, Steenwijkerland, Urk, Westerveld, Zwartewaterland en Zwolle.



Bijlage 3: Het financieringsaanvraag proces (Van Teeffelen, Udo, De Graaf, Rauwerda, & Kleverlaan, 2019)



Bijlage 4: Waar gaat een ondernemer naar toe voor advies over een financiering? (EQonomie, 2022).



Bijlage 5: E-mail uitnodiging interview

“De Toegankelijkheidsparadox bij kredietverlening”.

Beste ondernemer,

Voor mijn Masterstudie Strategy & Leadership via de AOG in Groningen ben ik bezig met een onderzoek naar de toegankelijkheid van financieringen voor het MKB. Om dit te kunnen onderzoeken interview ik een aantal ondernemers om vast te stellen wat hun rol is bij het verkrijgen van een financiering om de plannen te kunnen verwezenlijken. Op deze wijze onderbouw ik, met de kwalitatieve informatie die voortvloeit uit de interviews, constatering die een bijdrage kunnen leveren aan het verbeteren van de toegankelijkheid tot financieringen.

De informatie zal ik, uit hoofde van privacy, met niemand delen anders dan de geanonimiseerde verwerking van jouw inbreng in het onderzoek. Na afronding van mijn Masterdiploma krijg je vanzelfsprekend een exemplaar van het rapport waar jouw bijdrage in is verwerkt.

Bijgaand treft je de vragenlijst aan waarvan de algemene vragen en de vragen met betrekking tot gedrag in ieder geval worden behandeld. Deze kun je desgewenst lezen om van tevoren even na te denken over het te onderzoeken thema. Het interview duurt ongeveer 1 uur. Ik kom daarvoor graag de komende weken even langs, maar telefonisch of per teams sessie mag ook.

Ik wil je bij voorbaat hartelijk danken voor de genomen moeite.

Met vriendelijke groeten,

Sjoerd Scholte MBA

Rhijnvis Feithlaan 19

8021 AK Zwolle

06-10952062

info@economie.nl



Bijlage 6: Vragenlijst interviews

Vragenlijst onderzoek: toegankelijkheid kredietverlening MKB-ondernemers.

MSc. Strategy & Leadership, AOG/University of Groningen.

S.W. Scholte MBA.

Leeswijzer: Eerst zal ik twee begrippen toelichten. Vervolgens stel ik onder 1 een aantal algemene vragen ter verificatie of je voldoet aan de te onderzoeken doelgroep, vervolgens stel ik onder 2 vragen over het te onderzoeken onderwerp. Afhankelijk van jouw antwoorden stel ik vervolgvragen zoals die onder 3 en 4 zijn verwoord. Ten slotte is er nog ruimte voor zaken die eventueel niet aan de orde zijn gekomen, maar in jouw ogen wel moet worden gememoreerd.

Begripsduiding: Vertrouwen en betrouwbaarheid zijn nauw met elkaar verbonden, maar zijn toch verschillende concepten.

Betrouwbaarheid verwijst naar de mate waarin van iets of iemand kan worden verwacht om een bepaalde taak uit te voeren of om aan bepaalde normen te voldoen. Betrouwbaarheid wordt hierbij gedefinieerd als de mate waarin een persoon, organisatie, systeem of proces consistent, nauwkeurig, voorspelbaar en betrouwbaar is.

Vertrouwen is gericht op de subjectieve ervaring van geloof of zekerheid in iemand of iets. Vertrouwen kan worden omschreven als de bereidheid van een partij om afhankelijk te zijn van de daden van een andere partij. Vertrouwen is de neiging om een persoon of organisatie te beoordelen op basis van bepaalde overtuigingen of percepties.

In het licht van dit onderzoek gaat het over hoe ondernemers invloed kunnen uitoefenen op de mate waarin financiers de ondernemer **vertrouwen en betrouwbaar** vinden.

1	Algemene vragen
1.1	Hoelang bent u ondernemer?
1.2	In welke branche bent u werkzaam?
1.3	Hoeveel mensen werken in uw bedrijf?
1.4	Hoe groot is uw balanstotaal?
1.5	Hoelang bestaat uw bedrijf?



1.6	Heeft u een kredietfaciliteit voor uw bedrijfsvoering?
1.7	Welke vorm(en) van krediet heeft u?
1.8	Wat is de hoogte van het bedrag dat u heeft geleend?
1.9	Hoe vaak heeft u een krediet aangevraagd?
1.10	Welke financiers hebben uw krediet verstrekt?
1.11	Wat zijn uw ervaringen bij het verkrijgen van een krediet?

2	Vragen met betrekking tot gedrag in relatie tot het verkrijgen van vertrouwen en betrouwbaarheid ten behoeve van het verkrijgen van een financiering
2.1	Welke gedragingen van een MKB-ondernemer <i>beïnvloeden</i> het vertrouwen bij het verkrijgen van een externe financiering?
2.2	Welke gedragingen van een MKB-ondernemer <i>beïnvloeden</i> de betrouwbaarheid bij het verkrijgen van een externe financiering?

3	Optionele vervolgvragen betrouwbaarheid
3.1	Op welke wijze kan een ondernemer zorgen voor een positieve krediet historie?
3.2	Op welke wijze kan een ondernemer zorgen voor voldoende terugbetalingscapaciteit?
3.3	Op welke wijze kan een ondernemer zorgen voor voldoende zekerheid (verpanding assets, hypotheek, borgtocht etc.)?
3.4	Op welke wijze kan een ondernemer zorgen voor voldoende eigen commitment?
3.5	Op welke wijze kan een ondernemer zorgen voor aantrekkelijke voorwaarden om een financiering te krijgen?
4	Optionele vervolgvragen vertrouwen
4.1	Op welke wijze beïnvloedt een ondernemer zijn reputatie richting financiers?
4.2	Hoe zorgt een ondernemer ervoor dat zijn bedrijf wordt gezien als vooraanstaand en onderscheidend?
4.3	Hoe voorkomt een ondernemer negatieve publiciteit en reputatieschade?
4.4	Hoe heeft uzelf in het verleden vertrouwen opgebouwd bij financiers?
4.5	Hoe communiceert u met financiers over de financiële gezondheid van uw bedrijf en welke informatie deelt u met hen?
4.6	In hoeverre spelen persoonlijkheid en karakter van een ondernemer een rol bij het door de financiers gepercipieerde vertrouwen?
4.7	Hoe gaat u om met tegenslagen en veranderende marktomstandigheden in uw bedrijf?



4.8	Op welke wijze presenteert u uw dienst of product bij uw financiers en in welke mate heeft dit impact op het gepercipieerde vertrouwen?
4.9	Bij wie heeft u advies gevraagd voor financiering?
4.10	Van welke andere adviseurs maakt u gebruik in relatie tot het verkrijgen van een financiering?
4.11	In welke mate dragen (zakelijke) netwerken bij aan het verkrijgen van financieringen?
4.12	Hoe bereidt u zich voor op het aanvragen van externe financiering?
4.13	Heeft u een businessplan/beleidsplan en op welke wijze heeft u deze gebruikt voor uw financiering?
4.14	Welke aspecten in een businessplan bepalen de aantrekkelijkheid voor potentiële investeerders of financiers?
4.15	Heeft u een uitgewerkte visie en strategie voor uw bedrijf?
4.16	Hoe zorgt u ervoor dat uw bedrijf voldoet aan de geldende regelgeving?
4.17	Hoe gaat u om met duurzaamheid in uw bedrijf?
4.18	Op welke wijze beïnvloeden maatschappelijke opgaven het door de financier gepercipieerde vertrouwen in uw onderneming?
5	Afrondende vraag
5.1	Is er iets dat u wilt meegeven als tip voor ondernemers als het gaat over vertrouwen of betrouwbaar zijn in relatie tot toegang tot financiering?

Bijlage 7: Tabel verificatie onderzoeksdoelgroep

Verificatie onderzoeksdoelgroep	Ondernemer						Criteria
Vraag	1	2	3	4	5	6	Doelgroep
1.1	22 jaar	19 jaar	23 jaar	25 jaar	25 jaar	16 jaar	=
1.2	Groothandel wijn	Orthodontie	Vastgoed	Tandheelkunde	Fysiotherapie	Detailhandel luxe artikelen	=
1.3	3	9	6	14	5	2	<50
1.4	500.000	1.8 miljoen	3.000.000	9.000.000	550.000	750.000	<10 mio
1.5	22 jaar	13 jaar	12 jaar	21 jaar	18 jaar	16 jaar	=
1.6	ja	ja	ja	ja	ja	ja	= ja
1.7	r.c. krediet, lening	r.c. krediet	r.c. krediet, lening	r.c. krediet, lening	hypothecaire lening	hypothecaire lening	= RC of lening
1.8	200.000	300.000	300.000 tot 3 miljoen	1.000.000	150.000	400.000	<10 mio
1.9	3 keer	2 keer	10 keer	1 keer	2 keer	5 keer	=
1.10	Bancair, verkoper, informel	Bancair	Bancair	Bancair, AMEV verzekeraar	Bancair	Bancair, pravelening DGA	=
Welke regio actief	Zwolle	Zwolle	Zwolle	Zwolle	Zwolle	Zwolle	= Zwolle
Voldoet aan alle criteria?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	
Namen van ondernemers in verband met privacy niet vermeld maar op verzoek beschikbaar							



Bijlage 8: Codering interviews

	MKB-er 1			
Vraag	Tekstfragment	Open codering	Axiaal codering	Selectieve codering
1.11	puur op basis van cashflow	cashflow	cashflow	Capacity
	mooie fintech oplossing	fintech	alternatieve financiering	overig
	zijn hartstikke kritisch	kritisch	toegankelijkheid	overig
	ben blij met adviseurs	adviseurs	intermediairs	overig
2.1	zachte componenten	contact bank	subjectieve variabelen	Pool
	eerlijk en transparant zijn	eerlijk	waarden en normen	Prestige
2.2	aanbrengen materiaal en van cijfers	cijfers	cijfers	Capacity
	aanleveren betrouwbare informatie door administrateur	cijfers	cijfers	Capacity
Vervolgvr. nummer				
3.1	Zwakkere elementen in je balans, samen verder groeien	contact bank	krediethistorie	Capital
3.2	B2C om liquiditeit snel binnen te halen	liquiditeit	cashflow	Capacity
	debiteuren niet te hoog laten oploen	liquiditeit	cashflow	Capacity
3.3	borgstaan hoort gewoon bij ondernemen	zekerheden	zekerheden	Collateral
3.4	heb je eigenlijk extra kapitaal nodig	kapitaal	eigen inbreng	Capital
3.5	goed contact met je financier is dan wel handig	omstandigheden	voorwaarden	Conditions
	goeie rente betalen, de prijs van het geld	tarieven	tarieven	Conditions
4.1	trackrecord opbouwen	zakelijk vertrouwen	krediethistorie	Character
4.2				
4.3	Zaken voor elkaar krijgen? Zorgen dat je zelf je zaakjes voor elkaar hebt	afpraak is afspraak	krediethistorie	Character
4.4				
4.5	cijfers insturen, alles aanleveren	contact bank	communicatie	Prestige
	puur op vertrouwen, notariële akte	zakelijk vertrouwen	goede afspraken	Conditions
4.6	wel degelijk en betrouwbaar	degelijkheid	reputatie	Prestige
	ik wil mijn beloften kunnen nakomen en open en eerlijk communiceren	degelijkheid	reputatie	Prestige
	ik heb veel drive maar met zuivere intenties	passie	passie en doorzettingsvermogen	Passion
4.7	bedrijf inrichten op marktomstandigheden	volharden en aanpassen	anticiperen	Passion
4.8	sta voor wat je predikt en breng met enthousiasme	passie	passie en doorzettingsvermogen	Passion
4.9				
4.10	je moet een coach hebben	bedrijfsadviseur	netwerken, adviseurs	Pool
	ik verzamel goeie mensen om me heen	bedrijfsadviseur	netwerken, adviseurs	Pool
4.11	aantal vriendengroep netwerken	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
4.12				
4.13	plan niet echt nuttig	niet nuttig	bedrijfsplan, visie	Plan
4.14				
4.15	wel een strategische beslissing	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
	gedachten structureren	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
4.16				
4.17	opschuiven naar biologische certificatie	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
4.18	het is een hot topic en zal uitstralen	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
Eindvraag				
5.1	focus op 1 ding en doe dat goed	volharden en aanpassen	anticiperen	Passion
	bij bepaalde stappen in het proces zijn ze gelukkig uitgevallen	volharden en aanpassen	passie en doorzettingsvermogen	Passion



MKB-er 2			
Tekstfragment	Open codering	Axiaal codering	Selectieve codering
ze kijken niet hoever je kunt springen	cashflow	krediethistorie	Capacity
historische gegevens en niet naar ambitie	cashflow	krediethistorie	Capacity
kop in de strop en nieuw spelregels	contact bank	Voorwaarden	Conditions
wat de winstmarge is en dat het risico nihil is	cijfers	cijfers	Capacity
alle informatie geven die voorhanden is	eerlijk zijn	waarden en normen	Prestige
volharden in je koers	volharden	volharden	Passion
eerst met de billen bloot	eerlijk zijn	waarden en normen	Prestige
grote factor is samenloop van omstandigheden	geluk	volharden en aanpassen	overig
je uitgavepatroon moet substantieel lager liggen dan je winst	trackrecord	krediethistorie	Character
je moet leven op basis van je winst en niet je uitgavepatroon	liquiditeit	cashflow	Capacity
rekening houden met wat voor uitgaven je moet doen	liquiditeit	cashflow	Capacity
ik steek genoeg tijd en geld in mijn praktijk	commitment	eigen inbreng	Capital
vet op de botten door gewoon niks uit te geven	cijfers	omstandigheden	Conditions
	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige
zeg wat je doet en doe wat je zegt	eerlijk zijn	waarden en normen	Prestige
dat ik mijn stinkende best doe om resultaat te halen	enthousiasme	passie en doorzettingsvermogen	Passion
ik heb liever respect en een goed imago	imago	reputatie	Prestige
of je een klik met een bankier hebt	contact bank	subjectieve variabelen	overig
zij weten alle cijfers al, zo helder mogelijk communiceren	contact bank	communicatie	Prestige
rustig blijven en spek op de botten, bedrijfsvoering aanpassen	volharden en aanpassen	anticiperen	Passion
het is gewoon een kwestie van gezonde realiteitszin	volharden en aanpassen	anticiperen	Passion
met enthousiasme over mijn werk vertellen	enthousiasme	passie en doorzettingsvermogen	Passion
als ik zelf mijn aanvraag doe, dan lukt het niet	bedrijfsadviseur	netwerken, adviseurs	Pool
met de hulp van de adviseur deden we gewoon een r.c.	bedrijfsadviseur	netwerken, adviseurs	Pool
alleen nog maar een accountant	bedrijfsadviseur	netwerken, adviseurs	Pool
beroepsvereniging, ronde tafel, sociaal netwerk	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
dan leer je over de getepaadjes en van anderen	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
ik reken uit wat ik nodig heb en of dat reëel is	voorbereiding	bedrijfsplan, visie	Plan
nee alleen in het begin, voor jezelf bekijken wat je omzet moet zijn	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
financiers kijken naar wat afgelopen 2 jaar gedaan hebt	contact bank	krediethistorie	Capacity
ik zit op een hele mooie koers	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
ik probeer het zo duurzaam mogelijk te doen	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
mijn personeel vindt het steeds belangrijker, zonder personeel geen winst	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
de bankier kan het niet meten, maar heeft er wel een bepaald gevoel bij	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
Ik heb gebruik gemaakt van het netwerk waar ik in woonde	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
Mensen die je kennen en bevestigen wie en hoe je bent	imago	reputatie	Prestige
het maakt iemand traceerbaar betrouwbaar, de familie zijn geen rare mensen	imago	reputatie	Prestige



MKB-er 3				
Vraag	Tekstfragment	Open codering	Axiaal codering	Selectieve codering
1.11	De getallen moeten kloppen	cijfers	cijfers	Capacity
2.1	het is ook veel op de persoon	contact bank	subjectieve variabelen	Pool
	wat daarbij een rol speelt is een goed netwerk	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
2.2	gevoel hebben dat ik mijn portemonnee aan die financier kon geven	wederzijds vertrouwen	reputatie	Prestige
	met mijn inbreng voelde ik daar een soort samen optrekken	wederzijds vertrouwen	reputatie	Prestige
Vervolgvr. nummer				
3.1	betrouwbaarheid gaat er over dat je gewoon je afspraken nakomt	trackrecord	krediethistorie	Character
3.2	niet dat je een half jaar na verstrekking de aflossing wil opschorten	liquiditeit	cashflow	Capacity
3.3	ze moeten niet zeuren, het is in meeste gevallen 100% gedekt	hypotheek	zekerheden	Collateral
3.4	per financiering breng ik zelf een bedrag eigen geld in	commitment	eigen inbreng	Capital
3.5	dus de condities dat je gewoon je rente en aflossing betaalt	rente en aflossing	omstandigheden	Conditions
	door gestegen rente moeilijker om gefinancierd te krijgen	rente en aflossing	omstandigheden	Conditions
4.1	gewoon altijd prima zolang je helder blijft communiceren	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige
4.2	als ik slecht onderhandel, ben ik ook geen goede vastgoedjongen	imago	reputatie	Prestige
4.3	uiteindelijk moet je boven op de bal zitten	imago	reputatie	Prestige
4.4	dat ik mensen in mijn netwerk van harte aanbeveel aan de financier	contact bank	netwerken, adviseurs	Pool
	vertrouwen is bij ons vooral niet failliet gaan, in Amerika zijn ze er trots op	trackrecord	krediethistorie	Character
4.5	wij bellen nog over onderwerpen, korte klappen over korte lijnen	contact bank	communicatie	Passion
	kon commitment niet helemaal waarmaken omdat ik te ambitieus was	contact bank	communicatie	Passion
4.6				
4.7	doorzettingsvermogen dus ook bij een faillissement van een huurder	volharden en aanpassen	anticiperen	Passion
4.8	uiteindelijk met enthousiasme je verhaal vertellen	persoonlijkheid	communicatie	Passion
4.9	veel intermediairs die in het netwerk lopen, ook in je bevriende netwerk	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
4.10				
4.11	VNO-NCW, businessclub PEC Zwolle, golfclub	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
	financiers lopen in een netwerk rond, daarmee bouw je een vertrouwensband	netwerken	Netwerken, adviseurs	Pool
	je kent elkaars relaties en de financier kan referenties opvragen bij relaties	imago	reputatie	Prestige
	als je je netwerk niet goed onderhoudt of niet investeert dan boer je terug	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
4.12				
4.13				
4.14				
4.15	ik heb gekozen voor veel spreiding, dat is heel defensief	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
	we hebben een soort ambitieniveau van 1000 objecten in de verhuur	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
4.16				
4.17	omdat ik hier al mee bezig was, merk ik dat de bankier hier wel blij van wordt	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
	ik ga tegenwoordig voor duurzame panden, dat waardeert de bank ook	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
	extra investering in duurzaamheid zorgt voor aantrekkelijke verhuurportefeuille	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
4.18				
Eindvraag				
5.1	transparantie helpt absoluut, draagt bij aan vergroten van vertrouwen	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige
	Ik zou willen pleiten voor meer transparantie	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige



MKB-er 4				
Vraag	Tekstfragment	Open codering	Axiaal codering	Selectieve codering
1.11	ik kan makkelijk krediet krijgen omdat ik in een bepaalde beroepsgroep zit	cijfers	cijfers	Capacity
2.1	een goede beroepsgroep met een goede rating heeft goed vertrouwen	cijfers	cijfers	Capacity
	als je een heel hoog uitgavenpatroon hebt helpt dat niet	trackrecord	cijfers	Capacity
2.2	als je veel schulden hebt krijg je uiteindelijk minder krediet	trackrecord	Krediethistorie	Character
Vervolgvr. nummer				
3.1	onze trackrecord als beroepsgroep is gewoon heel erg goed	trackrecord	krediethistorie	Character
	zolang we in de min stonden zuinig leven	trackrecord	Krediethistorie	Character
3.2	opletten op je uitgaven, alleen maar werken, werken, werken en weinig op vakantie	liquiditeit	cashflow	Capacity
3.3				
3.4	passie hebben voor wat je doet	persoonlijkheid en karakter	communicatie	Passion
	hard werken en uren maken en eigen geld inbrengen	commitment	eigen inbreng	Capital
	als ik zelf geen risico loop waarom zou een financierder dat wel doen	commitment	eigen inbreng	Capital
3.5	veel geld zelf meenemen en je aan de voorwaarden houden	omstandigheden	voorwaarden	Conditions
	vergelijken van financierders binnen je eigen netwerk om voorwaarden te vergelijken	omstandigheden	voorwaarden	Conditions
4.1	ij hebt een krediet nodig, maar je rijdt wel een Ferrari	imago	reputatie	Prestige
	een financierder kijkt denk ik ook wel naar je recensies	imago	reputatie	Prestige
4.2	dat ze een actief beleid qua duurzaamheid er op na houden	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
	door maatschappelijk betrokken te zijn bv door sponsoring	maatschappelijk	duurzaamheid	Purpose
4.3	probeer klachten direct en metn persoonlijke benadering op te lossen	imago	reputatie	Prestige
4.4				
4.5				
4.6	doen wat we leuk vinden en dat dragen we uit, dat geeft veel dynamiek een soort vliegwiel	persoonlijkheid en karakter	communicatie	Passion
4.7				
4.8	voor een moderne praktijk krijg je eerder financieringen	wijze van presenteren	communicatie	Passion
	als je doet wat je leuk vindt geeft dit meer kracht om door te gaan	wijze van presenteren	communicatie	Passion
4.9	dat heeft een tussenpersoon voor ons gedaan	adviseur	netwerken, adviseurs	Pool
4.10	ik vind het prettig om mijn visie door externen te laten toetsen	adviseur	netwerken, adviseurs	Pool
	het scheelt als je met een goede adviseur optrekt, die kennen de financierders ook weer	adviseur	netwerken, adviseurs	Pool
4.11	vakkenis opdoen binnen een beroepsgroep	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
	je komt meer in de picture vanwege je kwaliteiten en je wilt bij zijn met de ontwikkelingen	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
		kwaliteit	ontwikkeling	overig
4.12				
4.13				
4.14	specialisatie helpt ook om een financierder te overtuigen	onderscheidend vermogen	bedrijfsplan, visie	Plan
	door digitalisering en innovatie krijgen we meer en beter betalende patiënten	onderscheidend vermogen	bedrijfsplan, visie	Plan
	als je je technisch onderscheidt heb je een voorsprong op je concurrenten	onderscheidend vermogen	bedrijfsplan, visie	Plan
4.15	wij willen groeien op het gebied van esthetische behandelingen	onderscheidend vermogen	Bedrijfsplan, visie	Plan
4.16	je vergunningen voor elkaar hebben	regelgeving	bedrijfsplan, visie	Plan
4.17	afval scheiden, zonnepanelen en dergelijke	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
4.18				
Eindvraag				
5.1	ga iets doen wat je leuk vindt, dan krijg je passie en makkelijker krediet	persoonlijkheid en karakter	communicatie	Passion
	als je dat uitstraalt komt de rest vanzelf wel, je gaat er voor	persoonlijkheid en karakter	communicatie	Passion



MKB-er 5				
Vraag		Open codering	Axiaal codering	Selectieve codering
1.11	na het inleveren van de cijfers zijn we er destijds easy doorheen gefietst	cijfers	cijfers	Capacity
2.1				
2.2	gewoon, de jaarcijfers waren er, de omzet was meer dan gemiddeld	cijfers	cijfers	Capacity
	ik had gewoon mooie keurige cijfers	cijfers	cijfers	Capacity
Vervolgvr. nummer				
3.1	achter de schermen heb je natuurlijk al lang gekeken of ik ergens kredieten heb	trackrecord	krediethistorie	Character
	als ik 1 heb kan ik geen 2 uitgeven,	liquiditeit	cashflow	Capacity
3.2	niet op te grote voet leven waardoor je altijd aan je financiële verplichtingen kunt voldoen	liquiditeit	cashflow	Capacity
3.3	als je schulden hoog genoeg zijn heb je zelf ook commitment	verantwoordelijkheid	commitment	Collateral
3.4	ik denk dat wij hard moeten werken, je moet altijd een stap vooruit denken	commitment	eigen inbreng	Character
	als je eigen woonhuis erachter zit en het gaat mis ben je alles kwijt	zekerheden	commitment	Collateral
3.5		tarieven	voorwaarden	Conditions
4.1	wij kenden de bankier al en hij wist dat ik niks raars deed, althans dat soort informatie	imago	reputatie	Prestige
	als je empathisch overkomt richting de bankier dan heb je een betere connectie	connectie maken	reputatie	Prestige
4.2	doen wat je zegt en afspraken nakomen	eerlijk zijn	afspraken nakomen	Prestige
	helderheid en transparantie	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige
4.3				
4.4				
4.5	gewoon helder duidelijk over zijn, dan kun je daar geen buil aan vallen	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige
4.6	het zal ook wel de persoon zelf zijn, een persoonlijke klik is dan ook wel erg belangrijk	contact bank	communicatie	Prestige
	het is de toon die de muziek maakt, persoonlijkheid speelt sterk mee	persoonlijkheid	doorzettingsvermogen	Passion
4.7	beschikken over veel doorzettingsvermogen, trekken alle registers open	tegenslag	doorzettingsvermogen	Passion
4.8	hij was al een paar keer op bezoek geweest dat speel erg mee in de mate van vertrouwen	contact bank	communicatie	Prestige
	ik denk dat wij heel empathisch zijn, we geloven erin, als wij er niet in geloven waarom een bank wel	presentatie	communicatie	Passion
4.9				
4.10	intermediairs en andere adviseurs kijken op de achtergrond mee	adviseurs	netwerken, adviseurs	Pool
4.11	vanuit het netwerk heb ik de bankier leren kennen en ik denk dat hij mij een fijne vent vond	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
	beroepsvereniging als vraagbaak en netwerk voor nieuwe patiënten	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
	als we met een bepaald netwerk bij elkaar zitten, dan kun je natuurlijk wel van anderen leren	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
4.12				
4.13	ja die passen we ook 1 keer per jaar aan om te kijken of die nog up-to-date is	businessplan	bedrijfsplan, visie	Plan
4.14	de harde cijfers, de groei en je kan verklaren waarom er een dip in de groei zit	businessplan	bedrijfsplan, visie	Plan
4.15	een duidelijke visie naar buiten treden, dit kunnen wij, maar ook dit kunnen we niet	visie	bedrijfsplan, visie	Plan
	waar staan we nu en waar willen we heen	visie	bedrijfsplan, visie	Plan
4.16	we zijn begonnen aan een kwaliteitskeurmerk	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
4.17	we doen het omdat het goed is voor milieu maar ook gewoon ja voor de portemonnee	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
4.18	positief doorwerken op hoe een bank naar je kijkt als partij die daar bewust mee bezig is	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
Eindvraag				
5.1	gezonde realiteitszin, enthousiast presenteren	contact bank	communicatie	Passion
	openheid en eerlijkheid en transparantie scheppen vertrouwen	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige
	stel je een beetje nederig en dankbaar op, zeker als je cijfers in een grijs gebied zitten	contact bank	communicatie	Prestige



MKB-er 6				
Vraag	Tekstfragment	Open codering	Axiaal codering	Selectieve codering
1.11	ik heb ze in het verleden gebruikt omdat ik ze nodig had	contact met de bank	transparant handelen	Prestige
	en daar zat voor mij een beetje schaamte op, dat je niet rijk bent	karakter	reputatie	Prestige
	papieren invullen is niet mijn sterkste punt	businessplan	bedrijfsplan, visie	Plan
2.1	ik denk dat vertrouwen niet zoveel terzake doet	vertrouwen	subjectieve variabelen	overig
	het alleen maar de cijfertjes waar de bank naar kijkt	trackrecord	krediethistorie	Character
2.2	je moet er heel wat aan doen om gebrek aan betrouwbaarheid te compenseren	trackrecord	krediethistorie	Character
Vervolgvr. nummer				
3.1	ik kom uit bed, werk en kom mijn betalingsafspraken na	trackrecord	krediethistorie	Character
	ik heb geen achterstanden bij de namk	trackrecord	krediethistorie	Character
3.2	tijdje minder goed gedraaid, dat levert een hoop gedoe op	liquiditeit	cashflow	Capacity
	ik probeer het niet op kunnen hoesten van verplichtingen koste wat het kost te voorkomen	liquiditeit	cashflow	Capacity
3.3	als ik failliet ga dan zit hier meerwaarde op dit pand, dus dan hou ik wel een stuk over	hypotheek	zekerheden	Collateral
	een bank doet aan onzekerheidsreductie	zekerheden	zekerheden	Collateral
3.4	dat is ook eigenlijk inbreng in geld	commitment	eigen inbreng	Capital
3.5		tarieven	voorwaarden	Conditions
4.1	als je allemaal kruisjes achter je naam hebt staan dat is voor een nieuwe financiering niet fijn	eerlijk zijn	transparant handelen	Prestige
4.2	ik heb een sympathieke club	imago	reputatie	Prestige
4.3	negatieve publiciteit is ook publiciteit, bij een negatieve review bel is persoonlijk na	imago	reputatie	Prestige
4.4	als ik die meneer van de Rabo bel, dan neemt ie wel de telefoon op	contact met de bank	communicatie	Prestige
	liever heb ik een relatie met de bank, maar ik spreek ze niet wekelijks	contact met de bank	communicatie	Prestige
4.5		duurzaamheid	maatschappelijke opgave	Purpose
4.6				
4.7	bij een beetje tegenwind moet je wel volharden en geloof in jezelf houden	tegenslag	doorzettingsvermogen	Passion
4.8	een sympathieke club, ik ben zelf nog steeds superenthousiast, nou dat vindt ook iedereen leuk	presentatie	communicatie	Passion
	in de bancaire wereld zie je daar ook wel de lol van in	presentatie	communicatie	Passion
4.9				
4.10	ik droom van een adviseur die zegt van hoe dat gaat met solvabiliteit en rentabiliteit	adviseurs	netwerken, adviseurs	Pool
	als ik geld genoeg heb, besteed ik daar meer geld aan	adviseurs	netwerken, adviseurs	Pool
4.11	ik denk dat ik als persoon veel vertrouwen heb zowel in het netwerk als daarbuiten	netwerken	netwerken, adviseurs	Pool
	het is zeer belangrijk om expertise tot je beschikking te hebben waar jezelf niet zo goed in bent	adviseurs	netwerken, adviseurs	Pool
4.12	ik bel iemand uit mijn netwerk, voorbereiden is dat stukje van vertrouwen	adviseurs	netwerken, adviseurs	Pool
	voor de onderdelen van de betrouwbaarheid, heb ik gewoon te weinig financiële kennis	adviseurs	netwerken, adviseurs	Pool
4.13	voor een financieringsaanvraag wel gebruikt.	businessplan	bedrijfsplan, visie	Plan
4.14	toekomstplannen scherp formuleren, oefening voor de bespreking met de bank	visie	bedrijfsplan, visie	Plan
4.15	ik ga naar de bank met mijn historie en leg uit waarom we om die en die reden gaan opschalen	visie	bedrijfsplan, visie	Plan
4.16	ik vind regeldruk vervelend, maar ik maak mijn zaakjes gewoon voor mekaar	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
	ik wil ook niet meer dat gedoe ervan hebben, ik doe het gewoon	strategie	bedrijfsplan, visie	Plan
4.17	ik ben natuurlijk een wat meer ideologisch mens	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
	ik plak 17 SDG's op een vlak en kleur ze in in de loop van de tijd	duurzaamheid	d	Purpose
4.18	een financier zou minder vertrouwen in een bedrijf moeten hebben als men niet duurzaam bezig is	duurzaamheid	duurzaamheid	Purpose
Eindvraag				
5.1	stel je niet op als Don Quichot	contact bank	communicatie	Passion
	wat je zelf niet in huis hebt, huur iemand in die het wel kan	adviseurs	netwerken, adviseurs	Pool



Bijlage 9: Stroomschema financieringsverzoek

