



PERSBERICHT

**PHILIPPE MUYTERS
VLAAMS MINISTER VAN ECONOMIE**

BRUSSEL – 23 mei 2016

Vlaanderen trekt 100 mio euro uit voor meer en ambitieuzer ondernemerschap

De komende 4 jaar investeert Vlaams minister van Economie Philippe Muyters 100 miljoen euro in een brede waaier aan projecten om ondernemerschap in Vlaanderen aan te zwengelen en meer ambitie in te pompen. Elf partners werden geselecteerd, in een vernieuwde vorm van resultaatgerichte samenwerking. Meer starters, meer blijvers en meer groeiers, is de doelstelling.

Vlaanderen mag best wat ambitieuzer zijn als het aankomt op ondernemerschap. We hebben nood aan meer starters, meer blijvers en meer groeiers. Vlaams minister Muyters: *“De overheid speelt al haar rol om het ondernemers zo gemakkelijk mogelijk te maken hun onderneming te starten of te runnen. Wij creëren een zo laagdrempelig en stabiel mogelijk speelveld. Maar daarnaast spelen nog een hele reeks andere factoren mee die het ondernemersklimaat mee bepalen. Denken we bijvoorbeeld aan de beeldvorming over ondernemerschap, het stigma op falen, of de begeleiding van jonge ondernemers of sterke groeiers. Dat zijn dingen die partnerorganisaties van de overheid vaak beter, creatiever of efficiënter kunnen aanpakken. Om die facetten te dekken, schreven we een overheidsopdracht uit, waar iedereen met een goed idee kon op intekenen.”*

De opdracht spitst zich de komende jaren toe op 3 domeinen:

1. Creëren van een cultuur van (ambitieuze) ondernemerschap in Vlaanderen
2. Begeleiding op maat van de levenscyclus van het bedrijf met focus op (pre)starters en met aandacht voor financiering en continuïteit
3. Hoge groeibedrijven/ambitieuze ondernemerschap

Voor het eerst worden in de contracten met de partnerorganisaties ook concrete engagementen, concrete resultaten en een jaarlijkse evaluatie vastgelegd, met een koppeling naar de financiering. Minister Muyters: *“We stappen af van de subsidiëring van organisaties. We hebben in een open competitie, via overheidsopdracht, de input van de markt gevraagd en de beste projecten geselecteerd. Die bundelen we nu in duidelijke partnerships op lange termijn waarbij we betalen voor concrete projecten op basis van hun gerealiseerde output, resultaat &*

impact. Dat is een duidelijk systeem, met precies toegewezen verantwoordelijkheden en breekt met de logica uit het verleden waarbij subsidies werden gegeven aan organisaties zonder dit te koppelen aan het behalen van targets.”

Het geheel vormt een mix van projecten, evenementen en acties, die gericht op de specifieke noden van (potentiële) ondernemers. Het Agentschap Innoveren en Ondernemen zal de hele operatie begeleiden en ondersteunen.

1. Creëren van een cultuur van (ambitieuze) ondernemerschap in Vlaanderen.

Ondernemen begint bij een juist beeld van ‘de ondernemer’ en nadenken over ondernemer worden. In vergelijking met het Europese gemiddelde hinkt Vlaanderen hier wat achterop. In Vlaanderen geeft bijvoorbeeld 30% aan de status van ondernemer te verkiezen boven deze van werknemer terwijl het Europees gemiddelde 37% is. Nog een voorbeeld: slechts 54% van de Vlamingen gelooft dat succesvolle ondernemers in Vlaanderen een hoge status en veel respect genieten. In onze buurlanden is dat 70%. Het beeld van de ondernemerschap in Vlaanderen moet opgekrikt worden. Ondernemerschap moet aantrekkelijk zijn voor iedereen. In dit onderdeel zitten inspirerende voorbeelden en sensibiliseringsacties zoals bijvoorbeeld de Dag van de Ondernemer of een nieuw te ontwikkelen televisieprogramma door Flanders DC.

“De dag van de ondernemer is ondertussen een gevestigde waarde en de jaarlijkse hoogdag voor elke ondernemer. De samenwerking met de overheid hierin is een waardering voor het ondernemerschap in Vlaanderen, én samen met de overheid kunnen we de toekomst beter voorbereiden en het ondernemerschap alle kansen geven.”

Karel Van Eetvelt, gedelegeerd bestuurder – Unizo

“Het imago van de ondernemer kan alleen verbeterd worden als mensen het verhaal achter de ondernemer kennen. Dat willen wij tonen via een breed gamma aan acties: TV-programma, festival van de ondernemer, online campagne...”

Pascal Cools - General Manager Flanders District of Creativity vzw

Veel Vlamingen hebben nog nooit nagedacht over ondernemer worden. Elementen die hierop een invloed hebben zijn onder andere de algemene ondernemerschapscultuur in Vlaanderen en ondernemerschap in het onderwijs. In vergelijking met het Europees gemiddelde met een startersgraad van 12 à 13%, zijn er ook te weinig Vlamingen die stappen zetten in de richting van zelfstandig ondernemen (startersgraad Vlaanderen net boven 5% - cijfers 2008-2012) . Het zijn nochtans deze jonge bedrijven die het gros van de nieuwe banen creëren. Het is dus belangrijk om ook jongeren te bereiken via bijvoorbeeld de Ondernemersplanwedstrijd van Bizidee.

"We willen een grote groep inspireren en warm maken voor ondernemerschap. Ze worden gestimuleerd om hun idee kenbaar te maken, hun team te versterken door middel van matchmaking en een kwalitatief ondernemersplan te maken om zo de

hoofdprijs weg te kapen in de Bizidee Ondernemingsplanwedstrijd. We ondersteunen zo de deelnemers met een mooi startkapitaal om hun ondernemersdroom te realiseren. "

Sabine Eevers, Projectmanager Bizidee

We gaan ondernemerschap in Vlaanderen stimuleren door de optie 'ondernemer zijn' in veel meer hoofden te planten. Dit onderdeel van de overheidsopdracht bevat dan ook een aantal vernieuwende projecten die de beeldvorming over ondernemerschap bij het grote publiek aanzienlijk willen verbeteren.

De doelstelling is de perceptie over ondernemers en ondernemerschap positief te beïnvloeden, ondernemerschap te positioneren als een valabele carrièrekeuze en het stigma op falen weg te nemen via bijvoorbeeld de Fuckup Nights of Failing Forward van Startups.be.

"Angst voor falen werkt remmend voor ondernemers. We willen actief het taboe rond falen doorbreken. Met de steun van Agentschap Innoveren & Ondernemen kunnen we een platform creëren waarbij deze verlamme angsten voor falen kunnen helpen overwinnen."

Karen Boers, Managing Director - Startups.be

'Ondernemen in Vlaanderen' krijgt dit najaar een nieuwe jas aangemeten. Geen klassieke beursopstelling meer maar een bruisende ontmoetingsruimte waar advocaten, fiscalisten, sales-, digital- en e-commerce-experts, overheidsdiensten en marketeers klaarstaan om advies te geven waarmee je meteen aan de slag kan.'

Ann Debaere, Directeur Events, Fairs & Seminars - Roularta

2. Begeleiding op maat van de levenscyclus van het bedrijf met de focus op (pre)starters en met aandacht voor financiering en continuïteit.

De levenscyclus van een bedrijf omvat klassiek een aantal fases: van (pre)start over groei tot stopzetting of bedrijfsoverdracht. In elk van die levensfasen heeft een bedrijf andere en specifieke wensen en noden. Een bedrijf dat aan de vooravond staat van een stevige groeifase heeft een andere soort ondersteuning nodig dan een bedrijf dat nog aan de start moet verschijnen.

Een focus op (pre)starters is hierbij evident. Vlaanderen bekleedt vandaag in Europa de op 1 na laagste plaats inzake het aantal starters ten opzichte van het totaal aantal ondernemingen. De doelstelling is om dit te laten stijgen tot op het niveau van vergelijkbare kenniseconomieën zoals Denemarken en Finland. Bij deze initiatieven horen bijvoorbeeld de Startersroadshows thuis, de detectiescan of de Bryo-werking.

Door begeleiding bij de haalbaarheid van een zaak, of bij de eerste stappen als ondernemer en het bijsturen van een ondernemingsplan, wordt de starter in de goede richting

geleid. Inspiratiesessies en netwerkevents sporen mensen aan om hun idee om te zetten in een echte onderneming.

“Dankzij dit partnership met Agentschap Innoveren & Ondernemen nemen we drempels voor het inwinnen van advies van topexperten weg en staan we (startende) ondernemers bij met praktisch advies. Met EYnovation bieden we start-ups en scale-ups een professioneel klankbord en een onderbouwde groeistrategie.”

Wouter Desmet – vennoot EY

Eens bedrijven hun kinderschoenen ontgroeid zijn, komen ze terecht in een fase van groei. Ook voor bestaande ondernemers moeten initiatieven ontwikkeld worden die hun groei veel meer ondersteunen. Dat kan via individuele begeleiding of collectieve begeleiding. Maar evengoed zijn netwerking en ervaringsuitwisseling enorm belangrijk. Hierop wordt ingespeeld door selectieve netwerken & communities voor ambitieuze en/of innovatieve ondernemers te organiseren.

“We houden ondernemers in eerste instantie een spiegel voor met de detectiescan. Vaak zijn die héél druk bezig met hun ‘core business’ maar riskeren zo in de problemen te komen of kansen te missen.”

Christine Mattheeuws, Voorzitter - NSZ (Neutraal Syndicaat voor Zelfstandigen)

We bieden een goede mix van netwerkingsmogelijkheden voor zowel startende als gevestigde ondernemers aan, waarbij ook aandacht geschonken wordt aan de toegang tot financiering (investor readiness) en continuïteit (financiële geletterdheid, ondersteuning bedrijven in moeilijkheden, doorstart/herstart gefailleerden, opvolging & overname).

3. Hoge groeibedrijven/ambitieuze ondernemerschap.

Om competitief te blijven, volstaat het niet dat Vlaanderen focust op ‘meer starters’ alleen. Snelle groeiers -nochtans een klein deel van het totaal aantal ondernemingen- dragen het meest bij tot de netto jobcreatie en innovatie. Gemeten naar groei in tewerkstelling bedraagt hun aandeel in de meeste economieën tussen de 3,5 en 6%. Vlaanderen telt vandaag 1,2% snel groeiende productiebedrijven en 2,8% snel groeiende dienstverleners. In 2020 wil Vlaanderen in de Europese top 5 staan. Daarvoor moet het aandeel snelle groeiers verdubbelen ten opzichte van 2010.

“Er is nood aan specifieke begeleiding voor ambitieuze digitale bedrijven die met een groeispurt bezig zijn. Groei in de software industrie vereist een aangepaste benadering omdat het anders verloopt dan in de ‘niet digitale’ sectoren. Ze staan hier voor een dubbele uitdaging, het realiseren van externe groei én interne groei”

Omar Mohout - Sirris | Carine Lucas – Agoria

Groei is in elke levensfase van een bedrijf van belang, maar bedrijven met een hoog groeipotentieel hebben toch gespecialiseerde programma's nodig. Die moeten hen helpen hun groei pijnen te overwinnen en hun innovaties sneller naar de markt te brengen. We bieden hen selectieve netwerken aan om kruisbestuivingen bij onze hoge groeibedrijven te stimuleren.

“Één van de zaken waarop we kunnen focussen is of alle aspecten om duurzaam te kunnen groeien aanwezig zijn. Is de management structuur aangepast? Is er voldoende financiering? Is de bedrijfscultuur geschikt voor duurzame snelle groei?”

Hans Maertens, gedelegeerd bestuurder - Voka

“We kunnen een oplossing bieden voor groei pijnen en internationalisering. We helpen starters groeien zodat ze ook een gevestigde waarde kunnen worden op internationaal niveau.”

Gert Gijbels – Afgevaardigd Bestuurder - Netwerk Ondernemen

Monitoring en evaluatiecyclus van de uitbestede dienstverlening

Dit partnerschap kwam via een overheidsopdracht tot stand, en niet via een klassieke projectoproep, waar gewerkt wordt met subsidies. De financiering is voortaan volledig resultaatgebonden. Er hoort dan ook een nieuwe evaluatievorm bij, waarbij jaarlijks gekeken wordt naar de prestaties op de afgesproken KPI's. Een aparte cel binnen het Agentschap Innoveren en Ondernemen zal de impact van het ondernemersbeleid meten over de jaren heen om gericht te kunnen bijsturen.

Ontdek alle ondersteunde projecten op de website van Agentschap Innoveren & Ondernemen: www.vlaio.be/ambitieusondernemerschap.

---EINDE---

Testimonials van ondernemers die al een traject doorliepen:

Larmuseau: herleving van eeuwenoude Gentse sneeuwballen

De 24-jarige Tanguy Serraes nam in 2013 jaar geleden voedingsbedrijfje [Larmuseau](#) over. Deze confiserie maakt al eeuwenlang slechts één product: Gentse sneeuwballen. Deze ambachtelijke lekkernij kreeg in 2009 het keurmerk van erkend streekproduct van de [VLAM](#), het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing.

Met de overname werd het concept, de werkwijze en het 104-jaar oude recept vernieuwd, waardoor de confiserie herleefde en voor het eerst bekendheid verwierf buiten Gent. De jonge KMO is nu binnen België verder aan het uitbreiden en hoopt in de toekomst haar producten ook in Europese steden te kunnen verkopen.

Leerrijke contacten via Bryo-traject

Tanguy Serraes leerde [VOKA](#) kennen op de schoolbanken en woonde daarna de Bryo Roadshow Oost-Vlaanderen bij. [Bryo](#) staat voor 'Bright & Young' en begeleidt starters via in gezamenlijk sessies in hun ondernemersdroom.

Dit lerend netwerk heeft voor Larmuseau verschillende deuren geopend naar inspirerende bedrijven en experts. Sommigen daarvan hebben zeer specifieke steun kunnen geven:

"Via iemand van het Bryo-traject ben ik met iemand in contact gekomen die ons geholpen heeft met onze productontwikkeling. Als je een product op punt aan het stellen bent, en je leert dan iemand kennen met kennis van zaken om bepaalde zaken te doorlopen, ja, dan is dat wel een enorme 'win'." Tanguy Serraes, zaakvoerder Larmuseau

Groei door product diversificatie

Gentse sneeuwballen zijn een typisch winterproduct, waardoor de KMO vorig jaar een kleine ijsjeszaak met één vestiging heeft overgenomen. Op enkele maanden tijd heeft ondernemer Tanguy Serraes hier al twee nieuwe vestigingen en verschillende afhaalpunten aan toegevoegd.

"Sneeuwballen zijn een echt winterproduct en ijsjes typisch voor de zomer. Op deze manier vullen we onze 'gap' op." Tanguy Serraes, zaakvoerder Larmuseau

Stimulering van ondernemerschap via onderwijs

In Gent ontstaan steeds meer initiatieven om ondernemerschap bij studenten te bevorderen. Maar de jonge ondernemer roept op tot een sterkere integratie van een ondernemende attitudes en vaardigheden in het onderwijs, en hoopt dat de overheid, samen met haar lokale partners, hier verdere initiatieven rond uitbouwt.

"Ondernemers zijn straaljagers: die kunnen van links naar rechts gaan en als je iets kan raken, ga je dat gewoon doen. Onderwijs is dan eerder een logge tank die met moeite kan bewegen. Dit moet anders." Tanguy Serraes, zaakvoerder Larmuseau

NNOF Vilvoorde: stijlvol en duurzaam kantoormeubilair

[Nearly New Office Facilities](#), kortweg NNOF, is een spin-off van kantoorverhuisbedrijf 'Your Mover-Vandergoten' maar maakte een switch naar nieuwe dienstverlening: de kmo uit Vilvoorde maakt nu van uw bestaand kantoormeubilair nieuwe werkposten. Zo helpt het bedrijf andere bedrijven om duurzamer om te springen met hun bestaande grondstoffen, die tot 70% gerecupereerd worden. Dat gaat van het herstellen van stoelen tot het volledig ombouwen van bestaande kantoelopstellingen tot nieuwe hedendaagse kantoorinrichtingen.

600 ton CO2 uitgespaard

Onder andere gasleverancier Eneco, Kruispunt Migratie-Integratie, Athlon car lease en Unilever Brussel deden al beroep op NNOF om hun kantoren op duurzame wijze te vernieuwen. Voor elk van deze projecten worden de CO2-emissies in kaart gebracht, zodat

de klant met dit aspect rekening kan houden bij de keuze van nieuw bedrijfsmeubilair. In totaal werd momenteel al 600 ton CO2 uitgespaard door te 'nnofen'!

"Wij geloven dat ons concept het nieuwe nieuw zal zijn – exploitanten zullen in de toekomst steeds vaker een recuperatielijn willen hebben... Hier hebben we al een grote pioniersrol gespeeld, maar dit zal in de toekomst de standaard worden." Anne Lenaerts, Business Unit Manager NNOF Vilvoorde

Handmade in Belgium

Deze switch in dienstverlening richting circulaire, duurzame economie kreeg al snel erkenning: In 2014 werd NNOF door MiK, het milieu-infopunt voor de KMO, bekroond als '[Klimaatambassadeur 2014](#)'. Datzelfde jaar werden ze door zelfstandigenorganisatie UNIZO verkozen tot '[Beloftevolle KMO Vlaams-Brabant & Brussel 2014-2015](#)'. En in 2015 kreeg NNOF het '[Handmade in Belgium](#)'-label, een erkenning van UNIZO voor bedrijven die veel belang hechten aan lokale, kwalitatieve en authentieke producten.

Groei door toenemende vraag en export

Naar de toekomst toe hoop NNOF Vilvoorde verder te groeien door het toenemend belang van duurzame producten:

"Het concept circulaire economie komt alsmaar meer in the picture, dus wij geloven dat er ook steeds meer vraag zal komen naar onze dienstverlening. Hier zien wij groei mogelijk, om een groter marktaandeel te benemen." Anne Lenaerts, Business Unit Manager NNOF Vilvoorde

Een andere groeipool is internationalisering. NNOF wil haar producten exporteren en een eerste samenwerking met een lokale partner in Nederland is een feit.

Nood aan steun voor lokale, duurzame producten

NNOF Vilvoorde ijvert bij belangenorganisaties voor een bevoordeling van lokale, circulaire bedrijven ten opzichte van import van goedkopere maar vervuilende goederen die niet volgens bepaalde duurzaamheidsprincipes gefabriceerd worden. Steun aan lokale, duurzame producten zou een verdere groei van dit bedrijf sterk aanmoedigen:

"Wij komen met ons lokaal gefabriceerd, duurzaam meubilair geregeld in concurrentie met geïmporteerd meubilair dat een pak goedkoper is." Anne Lenaerts, Business Unit Manager NNOF Vilvoorde

Voorts wil het kantoorbedrijf snellere, eenvoudigere dienstverlening van de overheid omdat zij als KMO vaak niet de middelen hebben om trajecten van A tot Z te doorlopen.

Dombrecht Group

Dombrecht Group uit Zele is gespecialiseerd in de distributie van mechanische, mechatronische en elektronische veiligheidsartikelen. Dit familiebedrijf werd in 1984 opgericht door Rony Dombrecht en bestaat vandaag uit 4 bedrijven met 33 werknemers.

De kern van de activiteiten ligt bij het oorspronkelijke agentuurbedrijf Dombrecht Agent en groothandel [Dombrecht Distribution](#) die een ruim assortiment sloten, kluizen en sleutels verhandelen.

Door overnames zijn de bedrijfsactiviteiten de laatste 5 jaar gegroeid: Sinds 2008 verkoopt en installeert [Euroblok Deuren](#) inbraak- en brandwerende veiligheidsdeuren. Met een vierde activiteit, [Security Design](#), specialiseert Dombrecht Group zich in elektronische beveiliging en automatisatie.

Leren via uitwisselingsplatformen

Via VOKA neemt Dombrecht Group deel aan verschillende [PLATO](#)'s. Dit zijn lerende netwerken waarbij zaakvoerders worden samengebracht rond een bepaald thema. Voor elke sessie worden sprekers uitgenodigd die dit thema toelichten vanuit hun expertise en/of vanuit praktijkervaring. Zo wordt een forum gecreëerd waar ervaringen worden uitgewisseld en oplossingen worden gezocht voor vraagstukken waarmee meerdere ondernemers worden geconfronteerd:

“Je bent dagelijks bezig met je eigen business. Dan is het echt verhelderend om met een groep ondernemers uit andere sectoren samen te kunnen zitten. Iedereen staat ongeveer voor dezelfde uitdagingen. En iedereen lost deze naar eigen goeddunken met vallen en opstaan op, de ene keer al met een positievere uitslag dan de andere keer. Dus je kan echt leren van elkaar en van de spreker.” Jeroen Dombrecht, zaakvoerder Dombrecht Group

Zo heeft de familie een specifieke PLATO groep rond Familiale Opvolging gevolgd. Dankzij deze sessies werden een aantal zaken bespreekbaar en kon het bedrijf stapsgewijs een mooi traject doorlopen, waardoor de familiale overdracht eind 2015 was afgerond.

Focus op groei door overname

Het familiebedrijf richt zich nu op het duurzaam uitbouwen van haar vier ondernemingen. De lange-termijn groeistrategie focust zich enerzijds op organische groei en anderzijds op groei via overname en acquisitie gebeuren. Voor bijstand bij overnames kreeg de kmo al begeleiding via het Pecunia project (VOKA). Ook hier wordt gewerkt met een nauwkeurig samengesteld groepje van bedrijven dat elkaar helpt om bepaalde problemen op te lossen.

Naar de toekomst toe hoopt Dombrecht Group verder gebruik te maken van deze uitwisselingsplatformen en zo te leren uit de kennis van adviseurs en de ervaringen van andere ondernemers:

“Wij hopen veel beroep op VOKA te kunnen blijven doen als tussenkanaal omdat zo de overheid op een betaalbare manier tot bij de kmo komt. Zonder deze instanties zouden we ons rechtstreeks moeten wenden tot prijzige consultants.” Jeroen Dombrecht, zaakvoerder Dombrecht Group

Cashforce: grenzeloze software

[Cashforce](#) uit Herentals werd in 2013 opgericht door Nicolas Christiaen en Bart Claes. Dit ICT bedrijf ontwikkelt cloudsoftware om bedrijven te helpen met kapitaal- en cashflowmanagement. Hierdoor wordt heel wat manueel werk overbodig zodat werknemers en consultants meer tijd en energie kunnen toewijden aan het uitbouwen van hun individuele knowhow en de groei van hun bedrijf:

“Onze visie is: hoe minder bedrijven bezig zijn met continu Excel tabellen en rapporteringen aan te maken, hoe meer ze kunnen focussen op de essentie van het bedrijf.” Nicolas Christiaen, CEO Cashforce

Fase 1: Snel verbeteren

Als starter wou Cashflow zo snel mogelijk hun product verbeteren op basis van marktanalyses. Via [Sirris](#) werden de jonge ondernemers via workshops begeleid in hun zoektocht naar slimme manieren om snel veel klantenfeedback te genereren:

“Heel concreet heeft Sirris ons aangeraden een adviesraad te creëren, waarbij we ons lieten omringen door een mix van de juiste mensen met verschillende skills; enkele toppers zowel op gebied van finance als business.” Nicolas Christiaen, CEO Cashforce

Fase 2: Scale-up en internationalisering

In 2015 kon het bedrijf de eerste tevreden klanten voorleggen en belandde Cashforce in de ‘scale-up’ fase en ging het bedrijf op zoek naar kapitaal:

“We moeten nu de stap zetten om ons verhaal groter te maken en overal gaan schalen en moeten dit efficiënt doen want anders kost dit teveel geld. Hiervoor gingen we ook op zoek naar extra kapitaal.” Nicolas Christiaen, CEO Cashforce

Cashforce werd gekozen voor de fintech-accelerator van Barclays in New York. Het haalde recent 1 miljoen euro op bij durfkapitaalfonds Volta Ventures en investeringsvehikel Pamica.

Na de kapitaalronde kan het jonge bedrijf zich volledig toeleggen op klantentevredenheid om vanuit die basis verder te groeien. Daarnaast wil het bedrijf op een zo efficiënt mogelijke manier zoveel mogelijk nieuwe klanten aantrekken, met een sterke focus op export:

“Als wij relevant willen zijn, moeten we echt heel snel het buitenland opzoeken. En dat ligt ook in de natuur van ons product: we doen echt cash- en capital management voor grote bedrijven; die een omzet van meer dan 200 mio euro draaien. Dit type bedrijven is natuurlijk heel internationaal uitgebouwd.” Nicolas Christiaen, CEO Cashforce

Verdere groei: juiste contacten

Voor Cashforce is het kunnen delen van kennis en contacten kunnen leggen via co-working spaces, conferenties en middenveldorganisaties als Sirris essentieel. Het is aan de overheid om deze platformen te faciliteren en zo jonge kmo's te steunen in hun groei:

“Het belangrijkste is nog altijd om in contact te komen met de juiste mensen. Je moet toch nog steeds de juiste persoon op de juiste plaats weten te vinden en dan kun je business doen.” Nicolas Christiaen, CEO Cashforce.