

Saxion Kenniscentrum Hospitality

Creatieve Fabriek, raakt, smaakt & vermaakt!

Een onderzoek en advies naar het verbeteren van het imago van de locatie Creatieve Fabriek.

Karlijn Ordelmans

Facility Management

30 juni 2010

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2010 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

saxion.nl



Creatieve Fabriek is een evenementen-, vergader- en congreslocatie gelegen in Hengelo. Als aanbieder van diverse soorten dienstverlening en als beginnende speler op de markt is Creatieve Fabriek op zoek naar manieren waarin zij haar imago en de kwaliteit van de dienstverlening kan verbeteren en daarnaast kan afstemmen op de vraag van de markt. Hierin bestaat ook een interesse naar de invoering van een certificering. Deze behoefte is te vertalen naar een beleidsvraag die als volgt wordt beschreven: 'Hoe kan Creatieve Fabriek als startende organisatie haar imago en dienstverlening verbeteren?'

Vanuit deze beleidsvraag is een informatiebehoefte ontstaan die zich heeft gevormd tot een literatuur en empirisch onderzoek. Het doel van het onderzoek is het ontwikkelen van een advies over het verbeteren het imago en de dienstverlening. In het onderzoek is tevens onderzocht of de invoering van een kwaliteitslabel een hulpmiddel is om het imago en de dienstverlening te verbeteren.

Met behulp van literatuuronderzoek is het theoretisch kader geformuleerd en zijn de hoofd- en deelvragen ontstaan. Met het theoretisch kader is een operationalisatie gemaakt van de thema's maatschappelijk verantwoord ondernemen, duurzaamheid, imago en identiteit. Daarnaast heeft het inzicht gegeven in de onderwerpen duurzaam inkopen door de overheid, certificering in het algemeen en kwaliteitslabels met betrekking tot MVO en kwaliteitsgaranties. Deze begrippen en onderwerpen hebben geleidt tot de ontwikkeling van het empirische onderzoek en tevens tot een heldere onderzoeksvraag die als volgt wordt omschreven: *'Welke stappen kan Creatieve Fabriek als startende organisatie nemen om haar dienstverlening optimaal aan te bieden aan de markt en tevens haar imago te verbeteren?'*

Het empirisch onderzoek heeft een kwantitatief en kwalitatief karakter. In het kwantitatieve onderzoek zijn potentiële opdrachtgevers uit de omgeving via een digitale enquête benaderd. Hierin is gevraagd naar hun mening over Creatieve Fabriek, de bepalende factoren in hun keuze voor een externe congres-, vergader- of evenementenlocatie en hun mening over de aanwezigheid van een Green Key Label en een Congres- en Vergaderclassificatie. In het kwalitatieve onderzoek zijn allereerst experts geïnterviewd om meer informatie boven water te halen over de verschillende kwaliteitslabels. Daarnaast zijn soortgelijke locaties als Creatieve Fabriek benaderd die al beschikken over een kwaliteitslabel. Door middel van een interview is informatie verzameld over onder andere de reden van invoering, het proces van invoering en de gevolgen daarvan. Het laatste onderdeel van het kwalitatieve onderzoek bestaat uit een interne analyse waarin de opdrachtgever is geïnterviewd over zijn invulling van de strategie en zijn beeld over het gewenste imago.

Uit het kwantitatief onderzoek, waarin 77 potentiële opdrachtgevers hun mening hebben gegeven, komt naar voren dat er maar weinig mensen bekend zijn met de locatie Creatieve Fabriek, het Green Key Label en de Congres- en Vergaderclassificatie. Tevens wijst het onderzoek uit dat MVO een belangrijke trend is in de markt. Met behulp van de uitkomsten van de enquête is, door middel van het imagoweb, het huidige imago in beeld gebracht. Het gewenste imago is in beeld gebracht aan de hand van de interne analyse. Daarnaast geven de resultaten inzicht in de strategie die de opdrachtgever voor ogen heeft en wijst het interview bijvoorbeeld uit dat MVO

voornamelijk interessant is voor de opdrachtgever zodra het commerciële voordelen oplevert.

Uit de interviews met de expert en de soortgelijke locaties die beschikken over een Green Key Label blijkt dat; het invoeren van het label een strategische keuze is, persoonlijke gedrevenheid nodig is om het succesvol in te voeren, het label commerciële voordelen kan opleveren en het invoeren, behouden en bewaken redelijk wat tijd en geld kost. De interviews over de Congres- en Vergaderclassificatie wijzen uit dat; deze classificatie veel minder effect heeft op de organisatie, het weinig commerciële voordelen oplevert en het in verhouding met het Green Key Label veel minder tijd en geld kost om het in te voeren, te bewaken en te behouden.

Vanuit deze resultaten zijn een aantal belangrijke conclusies te constateren. Zo blijkt er een 'gat' te zitten tussen het gewenste en huidige imago bij de kernwaarden flexibel, betrouwbaar en goede kwaliteit. Daarnaast blijkt dat de invoering van een Congres- en Vergaderclassificatie niet zorgt voor een imagoverbetering en het behalen van commerciële voordelen. Dit in tegenstelling tot het Green Key Label. De invoering hiervan kan juist zorgen voor commerciële voordelen en een imagoverbetering. Daarnaast laten de bevindingen zien dat het voor Creatieve Fabriek van belang is om meer bekendheid te creëren en aan de markt te laten zien wat zij te bieden hebben, omdat in de markt nog veel onduidelijkheid heerst over wat Creatieve Fabriek is en wat zij de markt kunnen bieden.

De conclusies zijn te vertalen in aanbevelingen die antwoord geven op de beleidsvraag. Deze aanbevelingen worden in het project onderverdeeld in vier onderwerpen. Zo wordt Creatieve Fabriek op basis van het 'gat' tussen het gewenste en het huidige imago geadviseerd flexibiliteit te creëren en uit te stralen door zich hierbij te richten op de flexibiliteit van de dienstverlening. Daarnaast wordt geadviseerd vertrouwen uit te stralen en goede kwaliteit te garanderen, door hier in het voortraject al op in te spelen. In het tweede gedeelte wordt Creatieve Fabriek aanbevolen niet over te gaan tot invoering van de Congres- en Vergaderclassificatie, omdat de classificatie niet zorgt voor een imagoverbetering en daarnaast niet genoeg commerciële voordelen oplevert. In het advies over het Green Key Label wordt Creatieve Fabriek juist wel geadviseerd het label in te voeren, omdat het noodzakelijk is gezien de te verwachten groei van de trend MVO, het label zorgt voor een imagoverbetering en het daarnaast commerciële voordelen kan opleveren. Over het laatste onderwerp wordt Creatieve Fabriek met betrekking tot het laten afstemmen van de vraag op het aanbod, geadviseerd meer bekendheid te creëren en de omgeving inzichtelijk te maken wat de locatie te bieden heeft, door veelal gebruik te maken van verschillende communicatiemiddelen.

Het onderzoek heeft inzicht gegeven in de trend, ontwikkelingen en onderwerpen die van belang zijn voor Creatieve Fabriek. Daarnaast heeft het de locatie inzichtelijk gemaakt wat de mening van de directe omgeving is over de locatie en wat de bepalende factoren zijn in hun keuze. Via benchmarking heeft Creatieve Fabriek kunnen profiteren van de ervaringen van soortgelijke locaties en zijn alle bevindingen van het onderzoek voor Creatieve Fabriek vertaald naar heldere en implementeerbare adviezen. Via dit project heeft Creatieve Fabriek een antwoord gekregen op de beleidsvraag en kan de locatie vervolgstappen zetten in het opvolgen van het advies en/of het starten van nieuw onderzoek.

Literatuurlijst

Agentschap NL (2010). *Duurzaam inkopen door overheden*. Gevonden in maart 2010 op het internet: http://www.senternovem.nl/duurzaaminkopen/wat_is_duurzaam_inkopen/index.asp

Agentschap NL, in opdracht van Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening & Milieubeheer (2010). *Criteria voor duurzaam inkopen van Externe vergader- en verblijffaciliteiten, versie 1.3*. Gevonden in maart 2010 op het internet: http://www.senternovem.nl/mmfiles/Criteriadocument%20Externe%20vergader-%20en%20verblijffaciliteiten%20v1.3_tcm24-306711.pdf

Baarda, D.B., De Goede, M.P.M. & Teunissen, J. (2005). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek, handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek* (2^{de} geheel herziende druk). Groningen/ Houten: Wolters-Noordhoff bv

Baggerman, H. (2010). *Interview Van Nelle Ontwerpfabriek, Green Key Label*. Afgenomen in april 2010. Rotterdam: Van Nelle Ontwerpfabriek

BECO Nederland & Inogen (2010). *Duurzaam ondernemen: van theorie naar praktijk*. Gevonden in februari 2010 op het internet: <http://www.duurzaamondernemen.nl/>

Binnenlands Bestuur (2010). *Gemeenten winnen zaak over duurzame koffie*. Gevonden in mei 2010 op het internet: <http://www.binnenlandsbestuur.nl/Home/all/gemeenten-winnen-zaak-over-duurzame-koffie.153025.lynkx>

Binnenland Bestuur (2010). *Douwe Egberts draagt gemeente om eerlijke koffie*. Gevonden in mei 2010 op het internet: <http://www.binnenlandsbestuur.nl/Home/all/douwe-egberts-daagt-gemeente-om-eerlijke-koffie.151198.lynkx>

Boer, R. (2007). *Brand Design, voor beleid in merkidentiteit* (3^{de} editie, 1^{ste} druk). Amsterdam: Pearson Education Benelux bv

Bommel van, H. (2010). *Interview MVO kwaliteitslabels*. Afgenomen in april 2010. Deventer: Saxion Hogescholen

Boomsma, S. & Borrendam van, A. (2006). *Kwaliteit van dienstverlening; de integratie van dienstenmarketing, kwaliteit en management*. Deventer: Kluwer bv

Creatieve Fabriek (2010). *Dé broedplaats voor creatieve ondernemers*. Gevonden in februari 2010 op het internet: [http://www.creativefabriek.nl/paginas/view/454#De Aanleiding](http://www.creativefabriek.nl/paginas/view/454#De_Aanleiding)

Det Norske Veritas (2010). *MVO Prestatieladder (certificering)*. Gevonden in april 2010 op het internet: <http://www.dnv.nl/onzediensten/certificatie/managementsystemen/MVO/index.asp>

Doens, W. (2010). *Interview Aristo Eindhoven, Green Key Label*. Afgenomen in mei 2010. Hengelo: Creatieve Fabriek

Dop van, J. (2010). *Interview Hotel Schortinghuis, Congres- en Vergaderclassificatie*. Afgenomen in april 2010. Spier: Hotel Schortinghuis

FMN, Twynstra Gudde Adviseurs en Managers (2008). *Nederlands Facility Management Marktonderzoek 2008*. Gevonden in maart 2010 op het internet: <http://www.twynstragudde.nl/PDF/Artikelen/Facilitymanagementmarktonderzoek2008.pdf.pdf>

FZ Events Trends (2010). *De top vijf van trends in de eventbranche*. Gevonden in februari 2010 op het internet: <http://www.fz.nl/nieuws/de-top-vijf-van-trends-in-de-eventbranche-id3692.html>

ISO, International Organization for Standardization (2010). *ISO-14000, milieumanagementsystemen*. Gevonden in maart op het internet: <http://www.iso14000.nl/index.html>

Johnson, G., Scholes, K. & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy, text and cases* (8^{ste} druk). Engeland: Pearson Education Limited.

Kamp, W. (2010). *Interview WTC Leeuwarden, Congres- en Vergaderclassificatie*. Afgenomen in mei 2010. Hengelo: Creatieve Fabriek

Kleisen, S. (2010). *Interview Congres- en Vergaderclassificatie*. Afgenomen in april 2010. Hengelo: Creatieve Fabriek

Kouijzer, R. De Aanleiding (2010). *Intern verkregen beleidsinformatie over De Aanleiding*. (februari – maart 2010)

Kralingen van, R. (2002). *Brand World, Rethinking Branding* (1^{ste} druk). Deventer: Kluwer bv

Langeveld, C. (2010). *Congres- en Vergaderclassificatie, eisen 1-5 hamers*. Gevonden in februari 2010 op het internet: <http://www.vergaderhamer.be/images/marketingtools/fiches-eisen-accommodatiehouders.pdf>

Maas, G.W.A. & Pleunis, J.W. (2006). *Facility Management, strategie en bedrijfsvoering van de facilitaire organisatie* (2^{de} herziende druk). Alphen aan den Rijn: Kluwer bv

Meeting Magazine (2009). *Vergaderhamers voor kwaliteit*. Gevonden in april 2010 op het internet: <http://www.vergaderhamer.nl/images/stories/pers-meeting.pdf>

Megens, T. (2010). *Interview De Fabrique, Green Key Label*. Afgenomen in april 2010. Utrecht: De Fabrique

Ministerie VROM (2007). *Duurzaam inkopen, informatie/ voorlichtingsfilmpje*. Gevonden in maart 2010 op het internet: <http://www.youtube.com/watch?v=yZQNGW6MZ0Q>

Ministerie VROM (2010). Marktplaats Duurzaam Inkopen. Gevonden in maart 2010 op het internet: <http://www.marktplaatsduurzaaminkopen.nl/modules/search/index>

Mulders, M. (2007). *75 managementmodellen* (1^{ste} druk). Groningen: Wolters-Noordhoff bv

MVO Nederland (2010). *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen*. Gevonden in februari 2010 op het internet: <http://www.mvonederland.nl/>

MVO Nederland (2010). *MVO is een harde economische eis geworden*. Gevonden in april 2010 op het internet: <http://www.profnews.nl/931505/mvo-is-een-harde-economische-eis-geworden>

Naus, M. (2009). *Het Stedelijk Interieur Duurzaam Inkopen Onderzoek 2009*. Gevonden in mei 2010 op het internet: <http://www.stedelijkinterieur.com/pdf/Duurzaamheid.pdf>

Nieuw Amsterdams Klimaat (2009). *Procedure Green Key*. Gevonden in mei 2010 op het internet: http://www.nieuwamsterdamsklimaat.nl/bouwen_en_wonen/duurzame_hotels/green_key/procedure_green_key

Reed Business, FZ & oplocatie.nl (2009). *MVO in de genen*. FZ Event Trends, trendmagazine over bedrijfsevenementen, oktober 2009 nummer 2

Riel van, C.B.M. (2003). *Identiteit en Imago: Recente inzichten in corporate communication, theorie en praktijk* (3^{de} druk). Den Haag: SDU Uitgevers bv

Right Marktonderzoek (2010). *Kwalitatief onderzoek*. Gevonden in maart 2010 op internet: <http://www.rightmarktonderzoek.nl/Methoden-onderzoek/Kwalitatief-onderzoek.aspx>

Saris, J., Van Dommelen, S. & Metze, T., De Stad bv (2007). *Nieuwe ideeën voor oude gebouwen, creatieve economie en stedelijke herontwikkeling*. Rotterdam: NAI Uitgevers

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2006). *Methoden en Technieken van Onderzoek* (3^{de} druk). Amsterdam: Pearson Education Benlux bv

Schmand, M. (2010). *Interview Hotel Drienerburgt, Congres- en Vergaderclassificatie*. Afnomen in april 2010. Enschede: Hotel Drienerburgt

Schreuder Peters, R.P.I.J. (2005). *Methoden & Technieken van Onderzoek, Principes en Praktijk* (3^{de} druk). Den Haag: SDU Uitgevers bv

Straaten van, G. (2007). *Walas Concepts, Creatieve Fabriek Hengelo*. Gevonden in maart 2010 op het internet: http://www.walasconcepts.com/index.php?option=com_content&task=view&id=85&Itemid=103&limit=1&limitstart=1



Vernhout, A. (2009). *Strategisch Management*. Gevonden in april 2010 op het internet:
<http://www.competentiedenken.nl/PDF/Strategisch%20Management.pdf>

Verstand, D. & Dijk van, E. (2009). *Handleiding Green Key, congreslocaties 2009–2010*. Gevonden
in februari 2010 op het internet:
http://www.kmvk.nl/cmslib/www.kmvk.nl/greenkey/files/Handleiding_Congreslocaties_Green_Key_2009–2010.pdf