

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 410
van **WARD KENNES**
datum: 7 maart 2017

aan **PHILIPPE MUYTERS**
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

Participatiemaatschappij Vlaanderen (PMV) - Klantentevredenheidsmeting

De verwachtingen van de mensen ten aanzien van de overheid zijn groot. Zij verwachten niets minder dan een onberispelijke en een snelle dienstverlening. Een vraag die vandaag gesteld wordt moet, liefst nog dezelfde dag, van een sluitend en duidelijk antwoord voorzien worden. Dit laatste is overigens een fenomeen dat sterk gevoed wordt door de alsmaar sneller evoluerende digitalisering. De uitdagingen waar de samenleving mee geconfronteerd wordt, worden alsmaar groter en van de overheid en van haar diensten wordt verwacht dat ze op al die uitdagingen inspeelt. Daartoe is een administratie nodig die flexibel en wendbaar is en die zich kan concentreren op haar kerntaken.

Uiterst belangrijk is dat de overheidsdiensten constant waken over de kwaliteit van hun dienstverlening naar de burger (en naar andere overheden) en daartoe ook de nodige klantentevredenheidsonderzoeken uitvoeren. Uit het recente rapport van het Rekenhof over de personeelsbesparingen bij de Vlaamse overheid blijkt onder meer dat - wat betreft de periode 2009-2014 betreft - door de budgettaire besparing en de beoogde vermindering van de personeelsaantallen bij de helft van de bevraagde entiteiten een negatieve impact op de kwaliteit van de dienstverlening ondervonden werd (het niet halen van termijnen, vertragingen, schrapping of uitstel van projecten, verlaagd niveau van dienstverlening). Dat zijn vaststellingen die tot nadenken stemmen en die absoluut vermeden dienen te worden.

Werd inmiddels reeds een klantentevredenheidsmeting uitgevoerd wat de werking en de dienstverlening van PMV betreft?

Zo ja, wat zijn daar de resultaten van? Op welke wijze zullen deze in de werking van PMV geïmplementeerd worden?

Zo neen, binnen welke tijdspanne zal dergelijke meting alsnog uitgevoerd worden?

ANTWOORD

op vraag nr. 410 van 7 maart 2017

van **WARD KENNES**

1. PMV tracht continu haar werking te verbeteren, maar gezien PMV's activiteiten is het niet direct evident om klantentevredenheid in zijn algemeenheid te meten. De klantentevredenheid kan niet alleen beoordeeld worden via de meting van de snelheid van behandeling van dossiers. Immers, een ondernemer die geen geld krijgt is over het algemeen ontevreden, ook al valt die beslissing al na 1 dag, en iemand die na een lange doorlooptijd wel een investering ontvangt, kan toch tevreden zijn. Voor PMV is vooral de professionaliteit waarmee de dossiers behandeld worden heel belangrijk, zowel voor de investeringsbeslissing als erna.

Er kan wel een onderscheid gemaakt worden tussen PMV en PMV/Z. Bij PMV/Z wordt er met standaardproducten gewerkt en zijn de responstijden kort. Hier worden de doorlooptijden van dossiers systematisch opgevolgd, vooral bij Participatiefonds Vlaanderen. Zo detecteerde het management eind 2015 en begin 2016, dat er een probleem optrad met betrekking tot de doorlooptijden, gezien de zeer sterke stijging van het aantal aangemelde dossiers. Er werd daarop consequent gereageerd, waardoor de behandelingstijd van dossiers teruggebracht werd tot een aanvaardbaar niveau.

Vanuit PMV/Z vindt er ook regelmatig overleg plaats met partners in de markt (banken, VLAIO, Unizo, FIT, VOKA e.a.) teneinde de samenwerking te evalueren. Zo zijn er jaarlijkse meetings met de grootste Belgische banken waarbij specifiek de werking van en de samenwerking met de Waarborgregeling en het Participatiefonds Vlaanderen wordt geëvalueerd.

Bij PMV, daarentegen, wordt er telkens maatwerk geleverd in over het algemeen meer complexe dossiers. Daardoor zijn de responstijden bij PMV zeer sterk variërend, worden er meerdere interacties met de klant voorzien en is het vooral van belang om tussen de verschillende stappen duidelijk te communiceren. In samenwerking met een externe consultant heeft PMV daarom in 2015 en 2016 een project geïmplementeerd dat leidde tot een consistentere kwaliteit van PMV's investeringsproces.

Tenslotte heeft PMV, in samenwerking met het communicatiebureau FAMOUS Relations, eind 2015 een evaluatie gemaakt van de perceptie van PMV in de markt. Om het imago van PMV te bepalen, werkte FAMOUS Relations aan de hand van eigen deskresearch, bestaande uit een media audit, een bevraging van key-journalisten en een analyse van vorige oefeningen die werden uitgevoerd door Think/BBDO in opdracht van PMV. Er werd ook een analyse gemaakt van alle artikels waarin PMV werd vermeld in de periode van 1 oktober 2014 tot en met 5 oktober 2015. In totaal werden er 287 artikels geanalyseerd die komen uit de persdatabase van GoPress. Vervolgens werden er ook enkele key-journalisten bevroegd door middel van telefonische interviews. Daarnaast werden door middel van kwalitatieve interviews ook externe stakeholders bevroegd.

2. Uit de analyse van FAMOUS Relations, kwamen vooreerst volgende sterktes van PMV naar boven:

- One-stop-shop
 - o Heel veel middelen.
 - o Advies en kapitaal
- De brug tussen publiek en privaat
- Maatschappelijke relevant
 - o Geduldig en niet puur op winst belust
- Goed genetwerkt
- Professioneel
 - o Heel veel expertise in huis.
- Oplossingsgericht

Daarnaast werden ook enkele kritieken genoteerd:

- Softe investeerder
- Log en traag
- Lage naamsbekendheid
- Weinig transparant
- Gejuridiseerd
 - o Perceptie van regelneven te zijn.
- Perceptie van duur te zijn
- Lage winstgevendheid
- Arrogant en bedreigend
 - o Soms te vernieuwende oplossingen.

PMV heeft inmiddels werk gemaakt van een adequaat antwoord op sommige van deze aandachtspunten. Zo werd getracht de transparantie te verhogen door een vereenvoudiging van het productaanbod door te voeren. Daarnaast wordt ook de groepsstructuur vereenvoudigd. Ik verwijs ook naar het hierboven vermelde project betreffende de verbetering van het investeringsproces van PMV. Tenslotte implementeert PMV een communicatieplan teneinde de naamsbekendheid te vergroten, zowel van PMV als van het in 2016 gecreëerde submerk PMV/z.

Zo wil PMV verder evolueren tot een professionele, geduldige investeerder die impact heeft en alle instrumenten (kapitaal, leningen, waarborgen) in huis heeft om het verschil te maken. PMV wil er zijn voor iedereen met een goed businessplan en kijkt zowel naar het financieel als het maatschappelijk rendement van dat plan. Daarnaast is PMV ook een innovatieve financier die steeds op zoek gaat naar nieuwe oplossingen.

3. NVT, gezien de doorgevoerde oefening door FAMOUS en de continue monitoring van doorlooptijden bij Participatiefonds Vlaanderen.