

UITKOMSTEN RAADPLEGING
ONDERNEMERS IN DE
HOVENIERSSECTOR OVER DE
TOEKOMSTVERKENNING VAN HET
PRODUKTSCHAP TUINBOUW

BIJeenKOMST 28 SEPTEMBER 2005

Utrecht, 7 oktober 2005

UITKOMSTEN RAADPLEGING
 ONDERNEMERS IN DE
 HOVENIERSSECTOR OVER DE
 TOEKOMSTVERKENNING VAN HET
 PRODUKTSCHAP TUINBOUW
 BIJEENKOMSTEN 29 AUGUSTUS EN
 1 SEPTEMBER 2005

INHOUD

Blz.

1.	INLEIDING.....	1
2.	VERANTWOORDING GEHANTEERDE METHODE	2
2.1	KWALITATIEF ONDERZOEK.....	2
2.2	SAMENSTELLING VAN DE GROEPEN	2
2.3	OPBOUW VRAAGSTELLING.....	3
2.4	VERIFIEERBAAR.....	3
2.5	BELANG VAN VOORLICHTING	4
2.6	ROL BERENSCHOT	4
3.	UITKOMSTEN VAN DE PANEELSESSIES.....	5
3.1	PATRONEN UIT DE STARTDISCUSSIE	5
3.2	DRAAGVLAK VOOR VERPLICHT GEFINANCIERDE COLLECTIEF ACTIVITEITEN	7
3.3	DRAAGVLAK VOOR DE FUNCTIES VAN HET SCHAP	8
3.4	UITKOMSTEN TAKEN PT	9
3.4.1	Markt en promotie.....	9
3.4.2	Belangenbehartiging.....	11
3.4.3	Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)	12
3.4.4	Kwaliteit.....	12
3.4.5	Arbeid	13
3.4.6	Totaalbeeld over alle taken.....	15
3.5	PRIORITEITEN IN HET TAKENPAKKET	16
3.6	ORGANISATIESTRUCTUUR EN WIJZE VAN BESTURING PT	16
4.	INTERPRETATIE EN BETEKENIS VAN DE UITKOMSTEN VAN DE SESSIES.....	19
4.1	DE ROL VAN BERENSCHOT	19
4.2	DE BEKENDHEID MET DE TAKEN VAN HET PT	19
4.3	DE ZICHTBAARHEID VAN ACTIVITEITEN	19
4.4	DE BEDRIJFSECONOMISCHE SITUATIE	19
4.5	WEERSTAND TEGEN REGELGEVING EN BUREAUCRATIE.....	19

4.6	DE POSITIE VAN DE BRANCHEORGANISATIES	20
4.7	VERSCHUIVING VAN COLLECTIEF NAAR INDIVIDUEEL BELANG	20
4.8	BASISHOUDING EN OVERTUIGING.....	20
4.9	BETEKENIS VAN DE UITKOMSTEN	20
5.	SAMENVATTING	21

1. INLEIDING

Minister De Geus van Sociale Zaken en Werkgelegenheid heeft in zijn brief van 17 november 2004 aan de Tweede Kamer, aangegeven dat alle productschappen en bedrijfsschappen een realistische toekomstverkenning moeten uitvoeren naar de in de eerstkomende jaren te verwachten en gewenste ontwikkelingen. In deze toekomstverkenning moet worden aangegeven welke taken het schap in de komende jaren wil gaan uitvoeren. Daarbij moet beargumenteerd worden wat de waarde is van deze activiteiten voor het sectorbelang en voor het algemeen belang en waarom deze activiteiten met collectief geld moeten worden gefinancierd.

Voor de minister is draagvlak voor de activiteiten van de schappen essentieel. Draagvlak bij de dragende organisaties en draagvlak bij de ondernemers in de sector die de heffingen moeten betalen. Ook hecht hij aan een goede besturing van de schappen (good governance).

Gedurende het traject van opstellen van de toekomstverkenning voor het Productschap Tuinbouw (PT) zijn de takenpakketten voor de verschillende sectoren besproken met de zes sectorcommissies binnen het PT. Voorts is de tuinbouwbrede toekomstverkenning door het bestuur in concept vastgesteld. In bestuur en commissies is draagvlak gebleken voor de voorgelegde voorstellen.

De volgende stap in het proces van draagvlaktoetsing zijn de bijeenkomsten waarbij de toekomstverkenning voorgelegd wordt aan de ondernemers die de heffing betalen. In deze rapportage worden de uitkomsten van deze bijeenkomsten beschreven. Hierbij wordt ingegaan op de uitkomsten per sessie, maar eveneens zal een overkoepelende conclusie worden gegeven.

2. VERANTWOORDING GEHANTEERDE METHODE

2.1 KWALITATIEF ONDERZOEK

De SER heeft een coördinerende rol bij het opstellen van de toekomstverkenningen door de schappen. Ook de methode van toetsing van de voorlopige toekomstverkenningen is in overleg met de SER vastgesteld. De aanpak is in het overleg platform met de SER en de schappen besproken, waarbij een duidelijk voorkeur is uitgesproken voor een kwalitatief onderzoek door middel van panels die zijn samengesteld uit ondernemers uit de sectoren.

De keuze voor kwalitatief onderzoek met panels is gemaakt omdat het mogelijkheden biedt om dieper door te vragen naar argumenten, meningen, suggesties en patronen.

Berenschot maakt daarbij gebruik van computers waardoor het mogelijk wordt alle input van de aanwezigen te registreren.

De sessies leveren ook kwantitatieve uitkomsten op. Gezien de omvang van de bijeenkomsten kan geen statistische zekerheid aan deze uitkomsten worden ontleend, wel geeft het een illustratief beeld van de meningen tijdens de sessies.

De SER heeft aangegeven dat het onderzoek zich moet beperken tot het betrouwbaar weergeven van de resultaten. Het is aan de schappen zelf om op basis van de uitkomsten van dit onderzoek en de meningen van de dragende organisaties te bepalen tot welke wijzigingen dit zal leiden in de voorlopige toekomstverkenning van de sector.

2.2 SAMENSTELLING VAN DE GROEPEN

Voor de sector hoveniers is één panel georganiseerd.

Voorafgaande aan het uitnodigen van deelnemers, zijn de gewenste samenstellingen van de groepen in de sessies vastgesteld. Per sessie is bepaald welke mix van deelnemers gewenst is waarbij gelet is op een passende mix naar omvang, type bedrijf en georganiseerd/ ongeorganiseerd.

Voor het uitnodigen van deelnemers is uitgegaan van de bestanden van het PT. Deze bestanden zijn door een gespecialiseerd bureau (Agridirect) overgenomen en vervolgens zijn “at random” de namen van ondernemingen geselecteerd door de computer. Deze ondernemingen zijn gebeld, met de vraag of ze zouden willen deelnemen. Vervolgens is gevraagd naar plaats in de keten, bedrijfsomvang en of de ondernemer al dan niet georganiseerd is. Er werd net zolang gebeld tot ieder van de categorieën in de gewenste omvang gevuld was.

In onderstaande tabel is aangegeven wat de gewenste samenstelling en wat de uiteindelijke samenstelling van de groepen is geweest. Die wijkt af, omdat genodigden, die zich hadden aangemeld, zich later afmelden of niet komen opdagen. Hierdoor is een lagere opkomst ontstaan.

Tabel 2.2 Uitnodigingen en uiteindelijke samenstelling.

Type ondernemer	Uitgenodigd en toegezegd	Aanwezig
Hovenier groot georganiseerd	10	3
Hovenier groot ongeorganiseerd	0	0
Hovenier klein georganiseerd	6	5
Hovenier klein ongeorganiseerd	5	3
Totaal	21	11

Uit deze tabel blijkt dat met name veel grote hoveniers die hadden toegezegd, de bijeenkomst niet hebben bijgewoond.

2.3 OPBOUW VRAAGSTELLING

In overleg met de SER en andere betrokken onderzoekbureaus is gekozen voor het hanteren van een mix van keuzevragen (vijfpuntsschaal), stellingen en open vragen. Deze laatste vorm geeft de mogelijkheid om antwoorden toe te lichten en suggesties naar voren te brengen.

De kenmerken van de deelnemers zijn vastgelegd om eveneens doorsneden te kunnen maken op type ondernemer, omvang, georganiseerd/ongeorganiseerd.

Als eerste stap in de draagvlakmeting zijn de deelnemers stellingen voorgelegd over het uitvoeren van verplicht collectief gefinancierde activiteiten in algemene zin. Vervolgens is de mening gepeild over het belang van de functies van het schap (volgens de omschrijving van de SER).

Daarna zijn de voorstellen uit de (door het bestuur en de sectorcommissie van PT vastgestelde) toekomstverkenning voorgelegd per taak. Daarbij is achtereenvolgens gevraagd naar het belang van de taak voor bedrijfsvoering; het belang van het verplicht collectief financieren van deze activiteit via het PT; alternatieve vormen van organiseren en financieren van de activiteiten en de hoogte van de voorgenomen uitgaven. Hierdoor is per taak een beeld verkregen van de mening van de deelnemers. Tenslotte zijn vragen gesteld over de voorgenomen governance-structuur.

2.4 VERIFIEERBAAR

Alle stemmingen en commentaren zijn in computerbestanden vastgelegd. Uit de antwoorden op de vragen zijn de rechte tellingen gemaakt en zijn grafische voorstellingen per sessie afgeleid. Op grond van deze basisgegevens is het mogelijk om de redenering van Berenschot - van rechte tellingen en directe commentaren naar patronen en conclusies - te volgen. De bevindingen in deze rapportage zijn terug te herleiden naar de 'ruwe' uitkomsten van de bijeenkomsten.

2.5 VOORLICHTING

De ondernemers zijn voorafgaande aan de bijeenkomst voorgelicht door middel van een folder waarin de belangrijkste elementen van de toekomstverkenning zijn beschreven, aangevuld met voorbeelden van activiteiten die het PT per taak uitvoert. Daarnaast is de mogelijkheid geboden om volledige rapport van de toekomstverkenning op te vragen.

Bovendien is de inhoud van de toekomstverkenning ook tijdens de bijeenkomst gepresenteerd.

2.6 ROL BERENSCHOT

De rol van Berenschot in dit onderzoek is volgens de richtlijnen van de SER aangegeven als objectief, neutraal en verifieerbaar. Het gaat om een onderzoeksopdracht, niet om een advies aan het PT of aan de SER. Berenschot geeft met deze rapportage geen oordeel, maar een samenvatting van de meningen die tijdens de sessies naar voren gekomen zijn.

3. UITKOMSTEN VAN DE PANELSESSIES

De deelnemers is gevraagd te scoren op een vijfpuntsschaal. Voor het rapporteren over de uitkomsten hebben wij de volgende indeling gehanteerd:

Gemiddelde	Benaming onderzoeksresultaat
>4,5	Zeer mee eens/ zeer belangrijk / veel te weinig
3,5 – 4,5	Mee eens / belangrijk/ te weinig
2,5 – 3,5	Neutraal/ voldoende
1,5 – 2,5	Mee oneens/ onbelangrijk/ te veel
< 1,5	Zeer mee oneens/ zeer onbelangrijk/ veel te veel

Een evenwicht van scores komt dus op 3, een per saldo neutrale uitkomst. Afwijkingen van deze score in de eerste decimaal achter de komma, lijken wellicht gering, maar de patronen die er achter liggen verschillen significant. Indien een uitkomst precies tussen twee categorieën valt, bepaalt het tweede cijfer achter de komma welke benaming de uitkomst krijgt. Bijvoorbeeld bij een uitkomst van 2,5 krijgt de uitkomst de benaming neutraal indien meer dan 2,50 en “onbelangrijk” indien minder dan 2,50.

De kanttekening blijft van kracht dat het in het onderzoek niet gaat om een kwantitatief, statistisch verantwoord onderzoek. De patronen zijn belangrijk door het kwalitatieve inzicht dat zij geven. Dit inzicht wordt versterkt door de opmerkingen die in het systeem zijn vastgelegd en de resultaten van de discussie over de onderwerpen.

3.1 PATRONEN UIT DE STARTDISCUSSIE

Als eerste programmaonderdeel is een voorstelronde gehouden, waarin de deelnemers kort aangeven wie ze zijn, wat ze doen en wat hun mening is over het Productschap Tuinbouw. Over de uitkomsten is kort gediscussieerd.

Uit de startdiscussie zijn de volgende patronen naar voren gekomen:

De meerderheid van de aanwezigen is van mening dat het PT geen belangrijke rol vervult voor de bedrijfsvoering van de hoveniers. De waarde voor de bedrijven en voor de sector wordt beperkt geacht. De hoveniers zien de sector als maar een klein onderdeel van het grote PT en derhalve heeft de hovenierssector binnen het PT een wat ondergeschoven rol.

Enkele deelnemers stellen een toekomstige plaats voor hoveniers in het PT ter discussie. Hoveniers verkopen geen producten maar dienstverlening, in tegenstelling tot de rest van het PT. Hiernaast stelt een aantal deelnemers het bestaansrecht van PT ter discussie; kan de brancheorganisatie de taken van het PT niet op zich nemen? De meerderheid ziet wel bestaansrecht voor iets collectiefs als het PT, maar indien het minder verplichtend is dan nu het geval is. Ook wordt aangegeven dat de efficiëntie van het PT moet worden vergroot; de prioritaire taken uitvoeren met zo weinig mogelijk middelen. De aanwezige hoveniers geven aan dat het PT zich op een klein pakket kerntaken moet richten.

De kerntaken moeten dan liggen op terreinen waar bedrijven het echt zelf niet kunnen regelen of organiseren, waarbij de voorbeelden genoemd worden van onderwijs, sectoroverschrijdende afspraken en milieuzaken. Daar zou het PT meer dan nu het geval is aan moeten doen.

Uit de discussieronde blijkt dat de aanwezige hoveniers geen helder beeld hebben van de taken van het PT. Bovendien, als de taak al duidelijk is bijvoorbeeld op het gebied van promotie, dan zijn de effecten vaak onduidelijk en moeilijk meetbaar. Ook blijkt dat de besteding van middelen aan de verschillende taken niet duidelijk is.

Het verplichte karakter van het PT wordt door de meerderheid als knellend ervaren. Uit de groep komt naar voren dat ze zichzelf goed in staat achten hun eigen zaken te regelen. "Zelf kiezen om aan te sluiten en vrijheid voor mezelf". Bovendien kan de branchevereniging VHG, zo wordt verondersteld, een aantal gezamenlijke taken oppakken.

Uit de discussie blijken verschillen in de perceptie van de waarde van promotie en PR. Men ziet overwegend een positief effect, vooral de PR via pers en TV wordt goed gewaardeerd.

Groenkeur blijkt omstreden. Enkele grotere bedrijven zien de waarde en hebben Groenkeur ook nodig omdat in bestekken van overheidsinstanties dat expliciet gevraagd wordt. De grote meerderheid heeft reserves over Groenkeur. De niet deelnemers worden gediskwalificeerd, er is maar een kleine groep die er gebruik van maakt en die moet dat dan ook zelf maar betalen, dat is de hoofdlijn uit de discussie.

Een deelnemer geeft aan innovatie te missen. Dat vinden we wel bij de andere sectoren binnen het PT, maar de hovenierssector blijft daarin achter.

Samengevat ontstaat het beeld dat de stemming redelijk neutraal is met betrekking tot het bestaansrecht van het PT. De discussie wordt op gematigde en zakelijke toon gevoerd. De meerderheid ziet een sector hoveniers binnen het PT voor zich met een smal takenpakket, alleen die taken die echt niet anders dan collectief kunnen worden aangepakt kunnen door het PT worden uitgevoerd. Voor taken als promotie en kwaliteit ziet men zichzelf als bedrijf verantwoordelijk, en zonodig kunnen die taken in andere samenwerkingsverbanden worden opgepakt.

3.2 DRAAGVLAK VOOR VERPLICHT GEFINANCIERDE COLLECTIEF ACTIVITEITEN

Het draagvlak voor het uitvoeren van 'verplicht collectief gefinancierde activiteiten' is in kaart gebracht door de deelnemers van de sessies drie stellingen voor te leggen. De onderstaande tabel geeft de uitkomsten op deze drie stellingen weer. Een toelichting op de resultaten staat vermeld onder de tabel.

W

STELLING	
Alle ondernemingen in een sector moeten verplicht meebetalen aan zaken die voor de gehele sector van belang zijn.	Mee oneens (2,3)
Er moet een organisatie zijn die alle bedrijven kan verplichten om aan bepaalde activiteiten mee te doen of zich aan regels te houden om te voorkomen dat enkele individuele bedrijven de sector schaden.	Neutraal (2,8)
Overheden en andere instanties zijn vaak bereid om geld te investeren in een sector, als de sector zelf ook meebetaalt. Alle bedrijven in de sector moeten meebetalen aan deze eigen bijdrage vanuit de sector	Neutraal (2,9)

STELLING 1: ALLE BEDRIJVEN MOETEN VERPLICHT MEEBETALEN

Uit de score, maar vooral uit de discussie blijkt dat de aanwezige hoveniers zich minder aangesproken voelen door een verplichte heffing die besteed wordt voor collectieve doelen. Ongeveer de helft van de aanwezigen spreekt reserves uit over het gedwongen bijdragen aan collectieve activiteiten. Vrijheid om zelf te kiezen wordt hoog in het vaandel gehouden. Krachten en middelen bundelen om sectorbelang en collectief belang te behartigen is niet vanzelfsprekend meer volgens enkele aanwezigen. Daarin speelt mee dat het niet echt helder is voor de hoveniers wat het PT nu eigenlijk doet en wat de effecten daarvan zijn.

STELLING 2: VERPLICHTEN TOT NAVOLGEN VAN REGELS

De score is hier neutraal met een licht negatieve tendens. Uit de discussie blijkt dat in de sector geen sprake is van een zware regelgeving. De meningen tonen een sterke spreiding. De score neutraal wordt weinig gegeven, de score zeer mee oneens wordt enkele malen gegeven, een uiting van enige weerstand tegen regelgeving, ook al is die op lange termijn in het belang van de sector.

STELLING 3: ALS ANDEREN WILLEN BIJDRAGEN IS EIGEN BIJDRAGE VAN DE SECTOR NOODZAKELIJK

Per saldo is de score neutraal, maar ook hier vallen negatieve scores op. In de discussie blijkt dat de urgentie van vele collectieve activiteiten niet sterk beleefd wordt en dat activiteiten voor het collectief niet hoog scoren. Ook als er bijdragen van andere partijen komen, blijkt het niet te leiden toe een positieve beleving.

PATROON UIT DE DRIE STELLINGEN

De drie stellingen gaan over de kern van de toegevoegde waarde van het productschap. Moeten alle sectorgenoten betalen? Moet een schap dwingend verordeningen kunnen opleggen? Moet een schap fondsen bijeenbrengen waarmee bepaalde activiteiten in samenwerking met andere instanties kunnen worden gefinancierd?

Bij de hoveniers in de sessie blijkt bij een deel dat de basisfuncties van het schap wel als nuttig worden gezien, maar dat kritisch gekeken wordt naar de omvang en toegevoegde waarde van de activiteiten. Anderen in de groep zijn kritischer, zij zien het nut van de VHG en zijn daar ook vrijwillig lid van omdat ze belangenbehartiging nuttig achten, maar het verplichte karakter van het PT spreekt ze niet aan.

Naar ons inzicht gaat het hier om de vraag in hoeverre collectieve belangenbehartiging en het collectief uitvoeren van nuttige taken, nog op steun kan rekenen. Deze steun blijkt niet breed aanwezig.

3.3 DRAAGVLAK VOOR DE FUNCTIES VAN HET SCHAP

De ondernemers zijn ook bevraagd op het belang dat zij hechten aan de vier hoofdfuncties van het productschap. Het gaat hier om de vier functies die de SER onderscheidt:

- *Overlegplatform*: schappen zijn in hun sectoren de enige sectorbrede overlegtafel waar dragende organisaties en overige stakeholders via overleg en consensus (niet bindende) afspraken kunnen maken.
- *Dienstverlening aan de sector*: schappen ontwikkelen onder eigen verantwoordelijkheid activiteiten ten behoeve van bedrijven in de sector. Zij verlenen producten, diensten en adviezen en geven voorlichting onder andere op het terrein van kennis, product- en marktonderzoek, sectorpromotie, innovatie en bedrijfsvoering.
- *Belangenbehartiging*: schappen zijn voor sectorbrede en maatschappelijke vraagstukken tegelijk aanspreekpunt, onderhandelaar en lobbyist.
- *Regelgeving*: schappen hebben de bevoegdheid om materiële regelgeving of tewel extern bindende afspraken uit te vaardigen en te handhaven. Daarnaast kunnen zij niet bindende sectorbrede beleidsafspraken maken.

Functie	
Overlegplatform	Neutraal (2,6)
Dienstverlener	Neutraal (3,0)
Belangenbehartiger	Neutraal (3,4)
Regelgever	Onbelangrijk (2,3)

HOOFDFUNCTIE OVERLEGPLATFORM

Voor de hoofdfunctie overlegplatform zien wij een neutrale score met een tendens naar het negatieve. De hoogste score ligt op “onbelangrijk”, zoals ook uit het gemiddelde blijkt. Hier kan een verband liggen met het geringe gevoel van verwantschap met de ander partijen in het PT: “Wij zijn dienstverleners, geen productleveranciers”, is de stelling. Hoveniers zien zich niet zozeer in ketens met ander partijen opereren, waardoor het belang van afstemming en overleg minder groot is.

HOOFDFUNCTIE DIENSTVERLENING

Het gaat hier om de dienstverlenende taken die betrekking hebben op promotie en onderzoek. De score is hier neutraal, evenveel onbelangrijk als belangrijk. De meningen zijn verdeeld, ook in de discussie. Waar een groep de waarde ziet van collectieve activiteiten, twijfelt een andere groep aan de effecten en toegevoegde waarde. In de scores op de verschillende taken, later in de vragenlijst komen deze patronen weer naar voren.

HOOFDFUNCTIE BELANGENBEHARTIGING

Deze hoofdfunctie wordt neutraal gescoord, maar met een positieve meerderheid. Hier ziet men samenwerking met de VHG als belangrijk uitgangspunt. De afbakening van taken in belangenbehartiging tussen PT en VHG is niet duidelijk.

HOOFDFUNCTIE BEVOEGDHEID TOT VERORDENINGEN

De hoofdfunctie “verordeningen” wordt van de vier hoofdfuncties het meest negatief beoordeeld. De hoveniers zien weinig toegevoegde waarde van de verordeningen, waarbij uit de discussie blijkt dat het aantal verordeningen voor hoveniers beperkt is. Ook wanneer ziekten en plagen aan de orde gesteld worden, wordt weinig nut aan verordeningen ontleend. Daarbij moeten wij opmerken dat voor de hovenierssector geen verordeningen van het PT van kracht zijn. De score van de deelnemers heeft betrekking op de mogelijkheid, niet zozeer op eigen ervaringen.

ALGEMEEN BEELD VAN DE HOOFDFUNCTIES

Belangenbehartiging komt het meest positief uit de scores, het besef dat dit belangrijk is, is breed aanwezig. Men noemt daarbij ook de rol de het PT kan hebben naar overheden in de bevordering van goede groenvoorzieningen.

Regelgeving ligt negatief bij de geraadpleegde hoveniers. Het nut van regelgeving wordt niet echt beleefd.

De twee andere functies, overlegplatform en dienstverlener scoren neutraal.

3.4 UITKOMSTEN TAKEN PT

3.4.1 Markt en promotie

	Generieke Promotie	Marktonderzoek	Imagoprojecten
Belang	Neutraal (3,0)	Neutraal (2,8)	Belangrijk (3,7)
Door PT?	Neutraal (2,8)	Niet belangrijk (2,4)	Niet belangrijk (2,2)

Kosten	Neutraal (2,7)
--------	----------------

PATROON HORIZONTAAL

Belang

De score voor de verschillende taken in het pakket “markt en promotie” toont een sterke spreiding en komt voor generieke promotie en marktonderzoek uit op neutraal en voor imagoprojecten op belangrijk. Een lichte meerderheid van de deelnemers scoort het belang van de taken als “belangrijk” of “zeer belangrijk”.

Imagoprojecten worden als belangrijk beoordeeld. Verbeteren van het imago wordt kennelijk als een belangrijk element gezien. Uit de discussie kwam, ondanks enige twijfel over de effectiviteit van promotie, toch wel steun voor generieke promotie, met name waar het gaat om publiciteit en TV programma’s. Enkele hoveniers zien hun individuele eigen promotie als veel effectiever. Anderen wijzen op het geringe percentage van de omzet voor generieke promotie.

Uitvoering / Financiering door het PT?

De scores voor de verschillende taken vertonen spreiding, maar de meerderheid van de scores bevindt zich duidelijk aan de kant van “onbelangrijk” en “zeer onbelangrijk”. Dat wil zeggen dat de meeste deelnemers van mening zijn dat deze taken beter niet door het PT kunnen worden uitgevoerd. Generieke promotie scoort hier wel beter dan de andere activiteiten. Opvallend is het contrast bij imagoactiviteiten. Het belang wordt hoog ingeschat, maar men ziet hier niet het zwaartepunt bij het PT liggen. Uit de toelichtingen blijkt dat men het imago als zeer bedrijfsgebonden ziet, de goede naam van het bedrijf. Werken aan het collectieve imago heeft ook door de beperkte omvang van bedrijven en de concentratie op de nabije omgeving, weinig meerwaarde. Eigen websites en borden in de tuinen zijn belangrijker voor het imago.

Kosten

Over de omvang van de kosten is het oordeel neutraal. Het bedrag dat per bedrijf voor deze activiteit wordt besteed, achten de ondernemers laag, veel lager dan wat ze zelf besteden.

PATROON VERTICAAL (PER TAAKGEBIED)

Generieke promotie

Het belang van deze taak wordt neutraal beoordeeld. Ook uitvoering door het PT scoort neutraal. Er is echter een grote spreiding in meningen, de score op neutraal wordt niet gebruikt. In de discussie blijken de meningen verdeeld, de ene groep ziet het nut omdat kleine bedrijven zelf maar weinig kunnen doen. Een andere groep gelooft niet in collectieve promotie en wil daar ook liever niet voor betalen. In de discussie komt ook herhaaldelijk de vraag van de effectiviteit aan de orde. Worden de gelden wel effectief besteed, levert het wel een positief effect op voor de sector? De meningen houden zich daar in evenwicht.

Marktonderzoek

Het belang wordt neutraal gescoord. Het PT als financieringsmodel wordt door de meerderheid beoordeeld als “onbelangrijk” of “zeer onbelangrijk”. De ontwikkelingen in de totale markt spreken niet zo aan voor een plaatselijk opererende ondernemer. Micro is belangrijker dan macro. De rol van het PT wordt als niet belangrijk gezien.

Imagoprojecten

Deze taak wordt qua belang hoog gescoord. Uitvoering door of via het PT scoort negatief. Imago, de goede naam, blijkt voor de ondernemers belangrijk. Het gaat vooral om het eigen imago en niet om het imago van de hoveniersbranche. In dit kader worden ook opmerkingen gemaakt over Groenkeur, enkele deelnemers zijn van mening dat door het introduceren van Groenkeur alle andere ondernemers in een verkeerd daglicht worden gesteld.

TOTAALBEELD MARKT EN PROMOTIE

Het belang van collectieve activiteiten voor markt en promotie wordt qua belang neutraal ingeschat, met een lichte tendens naar een positief belang. Imago is een uitschieter in belang, maar dat wordt vooral op het eigen bedrijf gericht. Voor generieke promotie zien we een neutraal beeld, zowel qua belang als qua rol voor het PT.

3.4.2 Belangenbehartiging

	Belangenbehartiging
Belang	Neutraal (3,2)
Door PT?	Onbelangrijk (2,4)
Kosten	Neutraal (2,6)

PATROON

Belang

Belangenbehartiging wordt als een neutrale taak gezien, met een licht positieve tendens.

Uitvoering / Financiering door het PT?

De score geeft aan dat de aanwezige ondernemers de functie van belangenbehartiging niet primair bij het PT zien liggen. In de ingevoerde commentaren blijkt dat voor belangenbehartiging eerst gerekend wordt op de brancheorganisatie VHG.

Kosten

De kosten zijn bescheiden en de mening van de aanwezigen is neutraal met een licht negatieve tendens. Het gaat meer om de opinie over de taakverdeling tussen PT en de VHG. Het primaat van de belangenbehartiging ziet men bij VHG en over kosten van PT zijn er reserves.

3.4.3 Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)

	Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen
Belang	Neutraal (3,1)
Door PT?	Neutraal (2,6)
Kosten	Neutraal (2,6)

PATROON

Belang

Het belang van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen wordt per saldo neutraal ingeschat. In de commentaren en discussies blijkt dat de ondernemers van mening zijn dat het niet veel voorstelt en dat ar al voldoende regel zijn van de overheid.

Uitvoering / Financiering door het PT?

Het PT wordt lager dan neutraal beoordeeld waar het de rol in MVO betreft. De rol kan ook ingevuld worden door de VHG, zo blijkt uit de commentaren.

Kosten

De kosten zijn bescheiden en de mening van de aanwezigen is neutraal met een wat negatieve tendens. MVO leeft niet echt en elke bijdrage in kosten krijgt het nadeel van de twijfel.

3.4.4 Kwaliteit

	Borging kwaliteit, Groenkeur	Bedrijfsadviesdienst
Belang	Neutraal (2,7)	Belangrijk (2,8)
Door PT?	Onbelangrijk(1,9)	Onbelangrijk (1,9)
Kosten	Te hoog (2,4)	

PATROON HORIZONTAAL

Belang

Het belang van de taken. Kwaliteit wordt neutraal gescoord en uit de discussie blijkt dat men kwaliteitsborging meer ziet als de directe, eigen verantwoordelijkheid van de ondernemer.

Uitvoering / Financiering door het PT?

Voor beide taken geven de deelnemers aan dat dit niet een taak voor het PT is. Als het dan een collectieve taak is, dan eerder voor de VHG. Nu is het een te klein deel van de bedrijven die Groenkeur voert en het komt dus ook niet ten goede aan de collectiviteit. De ondernemers die mee willen doen moeten het zelf betalen.

Kosten

Hier herhaalt zich het beeld dat de kosten te hoog geacht worden. Hier blijkt in mee te spelen dat, wanneer heffingen betaald moeten worden, deze dan ook aan alle bedrijven ten goede moeten komen. Voor Groenkeur komt het geld terecht bij een te kleine groep.

PATROON PER TAAKGEBIED

Borging kwaliteit, Groenkeur

Groenkeur blijkt een onderwerp waarover de meningen sterk verdeeld zijn. De meeste ondernemers zijn van mening dat Groenkeur weinig toegevoegde waarde heeft en dat, wanneer bedrijven dit label willen voeren, dat ook door die bedrijven zelf moet worden gefinancierd. Bedrijven die voor de overheid werken zien steeds meer dat Groenkeur verplicht wordt gesteld. In deze markt heeft het label meerwaarde, maar andere ondernemers voelen zich juist ten onrechte buitengesloten. Ook wordt opgemerkt dat het label de niet-deelnemers diskwalificeert. Groenkeur brengt verdeeldheid in de sector en degenen die niet positief zijn, wenen er ook niet aan bij te dragen.

Bedrijfsadviesdienst

Het belang wordt licht onder neutraal gewaardeerd, maar ook hier blijkt dat collectieve financiering via het PT niet positief wordt beoordeeld. Naar de mening van de groep zou hier het profijtbeginsel moeten gelden, wie van de diensten gebruik maakt, moet daar voor betalen. Financiering kan wellicht ook via de branchevereniging.

TOTAALBEELD KWALITEIT

Het belang van beide onderwerpen wordt als neutraal gezien. De ondernemers zien het leveren van kwaliteit als hun eigen verantwoordelijkheid. Groenkeur verdeelt de gelederen. Er is een te kleine groep die er aan meedoet en de anderen voelen zich enigszins gediskwalificeerd. Deze groep wil ook niet meebetalen. Kwaliteit is de primaire verantwoordelijkheid van de ondernemer en als ondernemers een keurmerk willen of ondersteuning, dan moet het profijtbeginsel gelden.

3.4.5 Arbeid

	Arbeidsmarkt monitor	Arbeidsmarkt communicatie	CAO voorlichting	Onderwijsprojecten
Belang	Onbelangrijk (2,3)	Onbelangrijk (2,5)	Neutraal (3,1)	(Zeer) belangrijk (4,4)
Door PT?	Onbelangrijk (2,4)	Onbelangrijk (2,5)	Neutraal (3,1)	Neutraal (3,3)

Kosten	Te weinig (3,7)
--------	-----------------

PATROON HORIZONTAAL

Belang

Het belang van het takenpakket “arbeidsmarktmonitor, arbeidsmarktcommunicatie en CAO voorlichting” wordt door ondernemers neutraal beoordeeld. “Onderwijs” scoort uitgesproken hoog qua belang, de hoogste score uit de gehele sessie.

Uitvoering / Financiering door PT?

De rol en bijdrage van het PT wordt bij “CAO voorlichting” en “onderwijs” neutraal beoordeeld. De andere activiteiten worden als “onbelangrijk” beoordeeld. Het patroon voor uitvoering via PT toont bij CAO voorlichting en Onderwijsprojecten een meerderheid van de scores aan de positieve kant.

Kosten

Het oordeel over de kosten geeft het beeld dat de kosten op dit gebied best hoger mogen, vooral voor onderwijs.

PATROON PER TAAKGEBIED

Arbeidsmarktmonitor

De toegevoegde waarde van dit instrument wordt door de individuele ondernemer laag ingeschat, tijdens de discussie en toelichting bleek dat men deze gegevens niet van belang acht en ook niet raadpleegt.

Arbeidsmarktcommunicatie

Ook het belang van arbeidsmarktcommunicatie scoort onbelangrijk. Ook hier zien de ondernemers nauwelijks een rol voor het PT.

CAO voorlichting

Het belang wordt hier hoger beoordeeld, de totaal score ligt rond neutraal. In de ingebrachte commentaren en uit de discussie blijkt dat de CAO voorlichting op bepaalde meningen wel op prijs stelt, met name wanneer er concrete vragen zijn.

Onderwijs

Hier zien we opvallend hoge scores, die worden bevestigd in de discussie. De sector heeft behoefte aan goed opgeleide medewerkers en de bestaande opleiding bieden te weinig. Uit onvrede met de bestaande opleiding heeft een ondernemers uit de groep in samenwerking met andere hoveniers een eigen opleiding opgezet. Ook wordt opgemerkt dat dit nu en van de taken is die voor de gehele sector van belang zijn en waarvoor iedereen ook zou moeten meebetalen. De gedachte om meer te besteden aan onderwijs vond ruime bijval in de discussie. Enkele aanwezigen zagen onderwijs toch meer als een verantwoordelijkheid van de overheid.

TOTAALBEELD ARBEID

Het cluster “arbeid” scoort relatief hoog. Vooral onderwijs wordt naar voren gebracht als een gebied van groot belang voor de sector en de bedrijven. Ook zit men

hier een duidelijk collectief belang. De ondernemers zien onderwijs als een zeer belangrijk onderwerp en willen daar ook tijd, geld en energie in steken.

De andere taken scoren lager of veel lager.

3.4.6 Totaalbeeld over alle taken

Als we kijken naar de scores van het belang en de uitvoering / financiering door het PT dan valt op dat veel scores rondom neutraal uitkomen, maar met een zekere spreiding en relatief weinig daadwerkelijke neutraal scores.

In positieve zin springen imago en vooral onderwijs er uit. Voor imago zoekt men het vooral in het eigen bedrijfsimago in de eigen werkomgeving. Maar aan onderwijs wordt een zeer groot belang toegekend en men ziet daar ook het belang van de collectieve financiering via het PT.

In negatieve zin valt Groenkeur op. De meningen over het belang zijn verdeeld, maar een grote groep wenst er niet aan me te betalen, omdat de waarde slechts voor enkele ondernemingen geldt. Afbouw van de financiële steun aan Groenkeur aan naar verwachting op draagvlak rekenen van de sector.

3.5 PRIORITEITEN IN HET TAKENPAKKET

Aan de deelnemende ondernemers is gevraagd een oordeel te geven over de prioriteiten in het pakket van het PT voor de hoveniers.

Op een schaal van **1 tot 10 (rapportcijfers)** ontstaat dan het volgende patroon.

Takenpakket	Prioriteit
Markt en promotie	4,9
Belangenbehartiging en MVO	4,8
Kwaliteit	4,1
Arbeid en onderwijs	6,7

Het aantal ondernemers dat wij hebben gesproken is klein, en daarmee moeten de uitkomsten ook hier met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd.

In de score voor markt en promotie valt een sterke spreiding op. De scores concentreren zich op zeer lage cijfers voor een aantal respondenten en enkele redelijke cijfers. De middencategorie is vrijwel leeg. De beleving van prioriteit en waarde blijkt sterk te verschillen, maar de gemiddelde score is een rapportcijfer waarmee men niet tevreden kan zijn.

Voor belangenbehartiging geldt hetzelfde. Ook daar een sterk gespreide score op de onderkant en ronde de 5 en 6, met een enkele uitschieter.

Op het pakket kwaliteit zijn de scores zichtbaar negatiever. Veel scores op de cijfers 1 tot en met 4 en enkele in de krappe voldoende. Met één 10 als uitschieter. Het pakket kwaliteit scoort het laagst, waarbij met name Groenkeur voor de negatieve waardering zorgt.

De laatste in het takenpakket toont de hoogste score, met een opmerkelijk spreidingspatroon. Veel scores op 8,9 en 10 en scores op 1 en 2. De middencategorieën zijn niet gevuld. In vergelijking met de ander sectoren is hier sprake van een zeer hoge score, die wordt bepaald door de component onderwijs. Men ziet hier duidelijk een collectieve taak die heel goed door het PT kan worden vormgegeven.

3.6 ORGANISATIESTRUCTUUR EN WIJZE VAN BESTURING PT

Tenslotte is aan de ondernemers een aantal stellingen voorgelegd over de toekomstige organisatiestructuur en de wijze van besturing van het PT. In de onderstaande tabel staan de scores weergegeven.

Nr.	Stelling	Score
1.	De sectorcommissies bepalen de activiteiten die het PT uitvoert en de uitgaven die hiermee ge-	Mee eens (3,3)

	moeid zijn. Het bestuur van het PT stelt de verordeningen vast en treedt meer op als toezicht-houder	
2.	Een lid van een sectorcommissie mag geen lid zijn van het PT bestuur.	(zeer) Mee eens (4,5)
3.	Een lid van het bestuur of sectorcommissie mag geen functie hebben in een door het PT gefinancierde organisatie.	Zeer mee eens (4,6)
4.	Een reken kamer houdt toezicht op het functioneren van het PT en de bestedingen van het geld.	Mee eens (4,4)
5.	Vergaderingen van sectorcommissies zijn openbaar. Journalisten en andere belangstellenden kunnen er bij aanwezig zijn.	Zeer mee eens (4,6)
6.	Naast georganiseerde ondernemers moeten ook ongeorganiseerde ondernemers invloed kunnen uitoefenen op de keuze van activiteiten en projecten.	Mee eens (4,4)
7.	Het Productschap Tuinbouw blijft zelfstandig en zal niet fuseren met andere productschappen.	Neutraal (3,1)

Stelling 1: de sectorcommissies zijn bepalend

Een meerderheid van de ondernemers is het met deze stelling eens. Dit betekent dat ondernemers voorstanders zijn van een sterkere rol voor sectorcommissies en meer afstand tussen bestuur en sectorcommissies.

Stelling 2: een lid van een sectorcommissie mag geen lid zijn van het bestuur

Een overgrote meerderheid van de ondernemers is het met deze stelling eens. De score is uitgesproken hoog. Dit betekent dat de ondernemers tegen dubbelfuncties zijn en voorstanders zijn van een striktere scheiding.

Stelling 3: een lid van het bestuur of sectorcommissie mag geen functie hebben in een door het PT gefinancierde organisatie.

Ook deze stelling kan rekenen op een grote steun van de ondernemers. De antwoorden "mee eens" en "zeer mee eens" zijn sterk in de meerderheid.

Stelling 4: Een reken kamer houdt toezicht

Ook met deze stelling is een grote meerderheid het eens. De ondernemers zijn voor onafhankelijk toezicht en controle.

Stelling 5: Vergaderingen van sectorcommissies zijn openbaar

Met deze stelling is de grootste meerderheid het eens. De ondernemers zijn voor meer transparantie en geven hier hun steun voor de voorgestelde wijzigingen.

Stelling 6: Ook ongeorganiseerde ondernemers moeten invloed kunnen uitoefenen

Ook met deze stelling is een grote meerderheid het eens. In de discussie blijkt dat de aanwezigen er aan hechten dat iedereen die betaalt ook een stem krijgt. Uit de ingebrachte commentaren blijkt dat één aanwezige het meefinancieren van de brancheorganisatie als minimale voorwaarde ziet voor het uitoefenen van inspraak.

Stelling 7: PT blijft zelfstandig en zal niet fuseren

Deze stelling scoort neutraal. De spreiding in scores is groot, op neutraal wordt niet gescoord. Uit de discussie en de commentaren in de computer blijkt dat een aantal ondernemers de rol van de hoveniers binnen PT nu al als minimaal beschouwd en dat een fusie nauwelijks iets verandert.

4. INTERPRETATIE EN BETEKENIS VAN DE UITKOMSTEN VAN DE SESSIES

4.1 DE ROL VAN BERENSCHOT

De rol van Berenschot in dit onderzoek is, om de meningen van de participanten objectief en onvervormd weer te geven. Tijdens de sessie blijkt dat de meningsvorming voortkomt uit zowel de zaken die direct binnen de kaders van het PT liggen, maar ook door de omgeving en de situatie van de betrokkenen. De meningen die uiteindelijk over het takenpakket en de waarde van het PT worden gegeven worden gekleurd door andere overwegingen. Overwegingen overigens die volstrekt passen in het kader van de meningsvorming over het toekomstige takenpakket van het PT.

Deze overwegingen van de deelnemers hebben wij opgetekend tijdens de discussies en geven wij hieronder in beknopte vorm weer.

4.2 DE BEKENDHEID MET DE TAKEN VAN HET PT

Ondanks de gedegen voorlichting, blijkt tijdens de sessies dat de parate kennis over taken en activiteiten van het PT niet groot is. Dat maakt het de deelnemers moeilijk om een afgewogen oordeel te vormen over de taken en activiteiten. Algemene beelden van het PT bepalen mede de reacties op de meer gedetailleerde vragen.

4.3 DE ZICHTBAARHEID VAN ACTIVITEITEN

Ondanks alle pogingen die worden gedaan om de ondernemers voor te lichten, blijkt toch dat de zichtbaarheid van de activiteiten van het PT beperkt is. Folders en uitleg helpen, maar kunnen toch niet alle zaken helder maken. En wat niet duidelijk zichtbaar is, heeft ook weinig waarde in de ogen van de aanwezigen. Voor de hoveniers speelt mee dat de sector ten opzichte van de andere sectoren en buitenlandje wordt geacht. Hoveniers verlenen diensten en verkopen geen producten. Hoveniers opereren niet in ketens. Hoveniers hebben in vergelijking met de andere sectoren een klein budget.

4.4 DE BEDRIJFSECONOMISCHE SITUATIE

De situatie in de sector is relatief gunstig. De vraag neemt toe en er zijn voldoende mogelijkheden voor bedrijven om zich te onderscheiden van de concurrenten. In relatie tot de omzet zijn de heffingen gering en de uitgaven die bedrijven zelf doen voor de taken zijn gewoonlijk hoger dan de collectieve uitgaven.

4.5 WEERSTAND TEGEN REGELGEVING EN BUREAUCRATIE

De ondernemers in de sessies klagen over de grote hoeveelheid regelgeving en bureaucratie. De gedachte is dat ook het PT één van de motoren achter de toegenomen en strengere regelgeving is. Het is de ondernemers niet duidelijk dat het PT in

opzet een bijdrage levert aan het werkbaar houden van regelgeving: zij zien het PT als één van de bronnen van overheidsbureaucratie. Een deelnemer, die onweersproken bleef door de groep, zag het PT ook als overheid.

4.6 DE POSITIE VAN DE BRANCHEORGANISATIES

Tijdens de sessie bleek dat volgens de aanwezigen, taken van het PT ook of beter ondergebracht zouden kunnen worden bij de VHG. Daarbij beseft men terdege dat het financieren van die taken dan ook moeizamer wordt. Ook is het besef aanwezig, dat zonder steun van het PT de brancheorganisatie verzwakt wordt.

4.7 VERSCHUIVING VAN COLLECTIEF NAAR INDIVIDUEEL BELANG

Het is niet meer vanzelfsprekend, dat ondernemers sterk staan voor het collectief belang. Het directe eigenbelang van de eigen onderneming komt steeds sterker op de voorgrond. Wat aan het collectief wordt afgedragen, moet duidelijke positieve effecten hebben op de eigen bedrijfsvoering. Het “samen sterk” principe is niet meer vanzelfsprekend. Enkele ondernemers hebben in samenwerking met collega's bijvoorbeeld opleidingen opgezet.

4.8 BASISHOUDING EN OVERTUIGING

Een minderheid van de aanwezigen uit zich in algemene termen over de schappen en het PT in het bijzonder. Deze ondernemers willen af van de verplichte heffingen

4.9 BETEKENIS VAN DE UITKOMSTEN

De aanpak is er op gericht geweest een onderbouwd beeld te krijgen van de meningen die leven onder ondernemers. De uitkomsten geven nadrukkelijk geen statistische betrouwbaarheid, zeker niet bij de kleine groep die wij gesproken hebben, maar geven wel duidelijke patronen. Ondanks alle overwegingen die hiervoor zijn vermeld moeten de meningen, in onze opvatting, serieus genomen worden. Het overgrote deel van de deelnemers onderbouwt zijn/haar mening met argumenten en komt met suggesties voor verbeteringen en alternatieven.

De sectorcommissie Hoveniers en het bestuur van het PT, hebben de taak en de verantwoordelijkheid om de signalen uit beide richtingen te wegen en op grond daarvan te komen tot een mogelijke bijstelling van de toekomstverkenning. De signalen uit het onderzoek zijn krachtig en op enkele punten confronterend. De meningen die naar voren komen zijn niet de individuele uitschieters, het zijn signalen dat ondernemers een bijstelling van het takenpakket aanbevelen.

5. SAMENVATTING

Het bestaansrecht van het PT wordt door de meerderheid niet ter discussie gesteld, maar alle deelnemers zien een slank takenpakket van het PT voor zich. Alleen de kerntaken die niet anders dan collectief kunnen, moeten via het PT collectief worden gefinancierd. Andere taken kunnen op ander wijze en door ander samenwerkingsverbanden geregeld worden. Daarbij denkt men aan taken als milieuzorg, onderwijs en sectoroverschrijdende afspraken. De aanwezige hoveniers zijn in meerderheid van mening dat het PT geen belangrijke rol vervult voor hun bedrijven en de sector.

Het verplicht bijdragen aan het voorgestelde brede takenpakket stuit bij de meerderheid op reserves. Het profijtbeginsel zou sterker moeten werken (bijvoorbeeld bij Groenkeur) en zaken als promotie kunnen naar de mening van de meerderheid beter op bedrijfsniveau geregeld worden. De scores die gegeven worden op de stelling dat alle bedrijven verplicht moeten meebetalen geven aan, dat men is het niet eens is met de verplichte heffingen.

Van de hoofdfuncties van het schap (overlegplatform, dienstverlener, belangenbehartiger en regelgever) wordt de rol als belangenbehartiger positief gewaardeerd. De rol als regelgever wordt onbelangrijk gevonden, hetgeen ook in de rede ligt omdat voor de hovenierssector geen verordeningen van kracht zijn.

Op het terrein van markt en promotie beoordelen de deelnemers generieke promotie en de rol van PT daarin neutraal. Dat geldt ook voor de kosten. Het belang van imago wordt hoog gewaardeerd, maar dat zien ondernemers primair al het imago van hun eigen bedrijf en zien daarin slechts een beperkte rol voor het PT.

Belangenbehartiging wordt neutraal beoordeeld, maar de rol van het PT acht men onbelangrijk. De score komt hier wat lager uit dan bij de vraag naar de hoofdfuncties.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen scoort op alle aspecten neutraal, de meeste deelnemers zien wel een rol voor het PT, maar die rol is niet zo belangrijk.

Het thema kwaliteit houdt de gemoederen bezig. Groenkeur blijkt omstreden, omdat slechts weinigen er gebruik van maken en allen moeten betalen. De meerderheid van de deelnemers wil hier naar het profijtbeginsel. De rol van het PT wordt onbelangrijk gevonden, de VHG en de bedrijven zelf zouden de zaak moeten organiseren en de lasten dragen.

In het pakket arbeid scoren de arbeidsmarktmonitor en arbeidsmarktcommunicatie als onbelangrijk. Dat geldt ook voor de rol van het PT. CAO voorlichting scoort neutraal.

Onderwijsprojecten scoren opvallend hoog, de hoogste score van alle onderwerpen. Er is grote behoefte aan goed opgeleide hoveniers en het huidige onderwijssysteem kan die niet leveren. De deelnemers zijn van overwegend van mening, dat het PT hier een rol kan spelen omdat het een collectieve voorziening is.

Uit de vraag naar prioriteiten worden de beelden bevestigd. Alleen arbeid scoort voldoende hoog, de ander onderwerpen scoren lager dan 5.

Uit de score en de discussie blijkt verder dat er sterke steun is voor de voorstellen om de besturing van het PT anders in te richten. Over de zelfstandigheid van het PT is de score neutraal.

Samenvattend: de aanwezige ondernemers zien in meerderheid wel rollen en taken voor het PT, maar dan met een takenpakket dat zich beperkt tot de kerntaken. Alleen die taken die niet anders dan collectief kunnen. Andere taken moeten door andere organisaties of door de bedrijven zelf worden opgepakt in vrijwillige samenwerkingsverbanden.