



SAMENVATTING

Hippe, succesvolle jonge mannen die met Silicon Valley als voorbeeld ervan dromen de wereld te veroveren met disruptieve producten. Als het gaat over jonge startende ondernemers is dat vaak het beeld dat naar voren komt. Maar klopt dat wel? Deze ETION-inspiratienota brengt een genuanceerder beeld van de jonge ondernemer op basis van een enquête in samenwerking met Acerta, Hogeschool Gent, Arteveldehogeschool en Gentrepreneur bij meer dan 1.100 jonge ondernemers en zelfstandigen.

Onze enquête ontkracht enkele stereotypen over jonge ondernemers. De grote meerderheid onder hen bestaat uit eenmanszaken (68%) in eerder traditionele sectoren zoals gezondheidszorg, de vrije beroepen en de bouwsector. Naast Elon Musk en andere helden uit Silicon Valley zijn lokale Belgische ondernemers, zoals Marc Coucke en Willy Naessens, evenzeer een rolmodel voor jonge ondernemers uit onze regio. Slechts 15% droomt er effectief van de wereld te veroveren met internationale groei. Bijdragen aan maatschappelijk welzijn is voor de meerderheid wel een belangrijke doelstelling. Een ambitieuze beeldenstormer is de gemiddelde jonge ondernemer niet, geëngageerd is hij wel.

De jonge ondernemer in beeld

Geen economie zonder ondernemerschap. Economische ontwikkeling vereist immers dat er mensen en bedrijven zijn die bereid zijn risico te nemen om met hun geïnvesteerde middelen meerwaarde te creëren voor zichzelf en hun omgeving. Dat noemen we ondernemerschap. Diverse onderzoeksinstellingen, zoals de Global Entrepreneurship Monitor, brengen de huidige trends en evoluties in het ondernemerslandschap in kaart. Maar hoe zit het met de toekomst van ondernemerschap in ons land?

In deze inspiratienota zoomen we aan de hand van een bevraging in op de jongste generatie ondernemers en hoe zij over ondernemerschap denken. Waarom ondernemen ze? Welke ambities delen ze? Welke visie hebben zij op ondernemen in ons land? Aan de hand van o.a. deze vragen willen we een beter beeld schetsen van de toekomst van ondernemend Vlaanderen en Brussel. Hiervoor bevroegen ETION en Acerta in samenwerking met Arteveldehogeschool, Hogeschool Gent en het Gentrepreneur-netwerk meer dan 1.100 jonge ondernemers en zelfstandigen tussen 18 en 35 jaar.¹ We bundelen in deze nota de belangrijkste resultaten rond drie onderzoeksvragen:

- Wie is die jonge ondernemer?
- Wat streven jonge ondernemers na?
- Welke visie delen zij op ondernemen in onze regio's?

1. Wie is de jonge ondernemer?

Alvorens een profiel op te maken van wie de jonge ondernemers juist zijn, moeten we een helder begrip hebben van wat we bedoelen met ondernemers. Geen eenvoudige taak. In de breedste omschrijving omvat het iedereen die zichzelf een inkomen verschaft

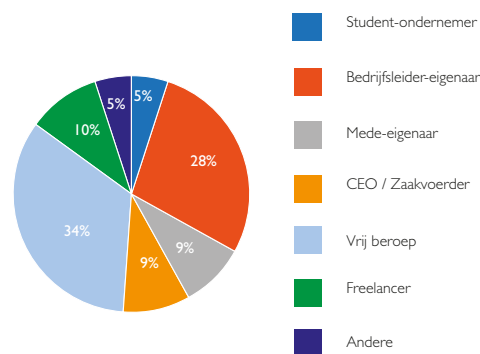
¹ De enquête werd ingevuld door 1.167 bedrijfsleiders-eigenaars, zelfstandigen en vrije beroepers in Vlaanderen en Brussel en liep van 28 februari tot 20 maart 2018.

Profielschets respondenten enquête jonge ondernemers

- 53% is jonger dan 30 jaar.
- Ruim 1/3 is bedrijfsleider-eigenaar of (mede)eigenaar van een zaak, een ander derde is vrije beroeper.
- De vrije beroeper/zelfstandige is overwegend vrouw (67%), de bedrijfsleider-eigenaar overwegend man (60%).
- 2/3 van de ondernemers werkt zonder personeel.
- Slechts 10% stelt meer dan 5 mensen tewerk.

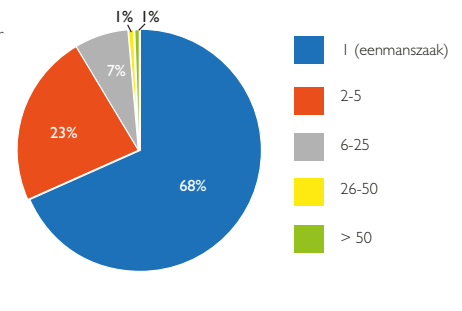
met een eigen zaak. Andere typeringen focussen meer op persoonskenmerken zoals risicobereidheid, opportuniteiten zien of creativiteit die mensen in hun activiteiten aan de dag leggen.

Gezien deze enquête werd beantwoord door zowel bedrijfsleiders-eigenaars met personeel als zelfstandigen en vrije beroepers (veelal zonder personeel) hanteren we hier de eerste bredere omschrijving: "iemand die als doel heeft zich een inkomen te verschaffen door met een combinatie van arbeid, kapitaal en kennis een bedrijf in stand te houden" (Brummelkamp 2011). Met 'ondernemers' bedoelen we dus de ruimere categorie van bedrijfsleiders, freelancers en vrije beroepers die op zelfstandige basis een bedrijfsactiviteit uitoefent. Uit onze analyse blijkt overigens dat deze groepen door de band genomen homogeen antwoorden op de bevroegde thema's. Waar relevant maken we wel de opsplitsing tussen bedrijfsleiders-eigenaars (meestal met personeel) enerzijds en zelfstandigen/vrije beroepers anderzijds. Binnen deze begripsomschrijving komen we tot volgende profielschets van de jonge ondernemer (zie figuur 1 en 2 en kaderstuk).



Figuur 1: Ondernemersprofiel jonge ondernemers 18-35 jaar

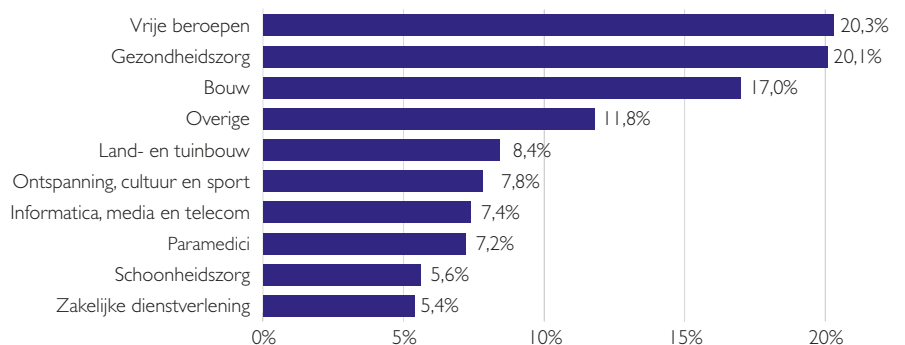
Bron: ETION & Acerta 2018



Figuur 2: Aantal personeelsleden in bedrijven van jonge ondernemers

Bron: ETION & Acerta 2018

Sectoren (top 10)



Figuur 3: Sectoren waarin jonge ondernemers actief zijn (top 10, meerdere antwoorden mogelijk)

Bron: ETION & Acerta 2018

In de publieke opinie associeert men jonge ondernemers al gauw met innovatieve groeiende bedrijven in de digitale economie. Maar zoals eerder onderzoek al aantoonde, bestaan de meeste opgerichte ondernemingen veeleer uit kleine zelfstandige zaken in eer-

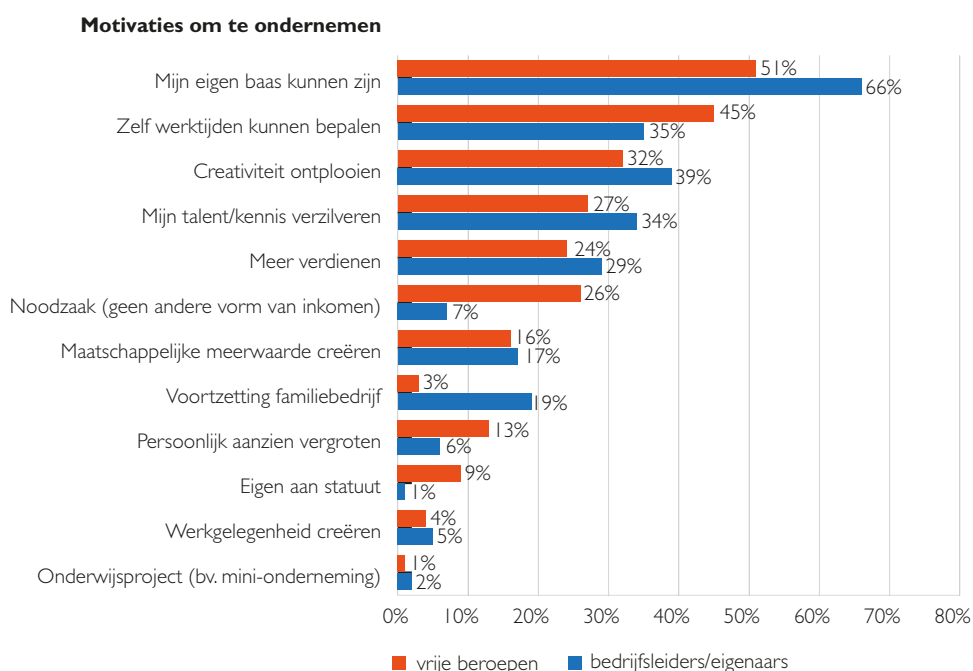
der klassieke sectoren: bakkers, bouwbedrijfjes, consultants, kinesisten, horecazaken enz. (Sels e.a. 2010). Onze enquête bevestigt dat. Een ruime meerderheid van 68% werkt in een eenmanszaak (figuur 2), wat overeenkomt met de Europese statistieken over ondernemerschap (Eurostat 2011). De meeste jonge ondernemers zijn actief als vrije beroeper of als zelfstandige in de zorg- en bouwsector (zie figuur 3). Niet dat men daarin niet vernieuwend kan zijn, maar het meest voorkomende ondernemersprofiel verschilt enigszins met het beeld dat we hebben van snelgroeïende 'start-ups' met disruptieve businessmodellen. Laat ons vanuit deze profielschets dieper inzoomen op de visie en overtuigingen die jonge ondernemers erop nahouden.

2. Waar dromen jonge ondernemers van?

Motivaties

Waarom wordt iemand ondernemer? Onze bevraging toont overduidelijk aan: om onafhankelijk van een baas te kunnen werken (figuur 4). Meer dan 65% van de bedrijfsleiders zet dit in zijn top 3 van belangrijkste motivaties, bij de vrije beroepers en zelfstandigen is dit de ruime helft (51%). De tweede meest aangehaalde motivatie raakt ook aan de behoefte aan onafhankelijkheid: zelf de eigen werktijden kunnen bepalen. De twee belangrijkste motivaties voor jonge ondernemers om te ondernemen gaan dus in de eerste plaats over het zelf in handen hebben van hun werk met controle over de work-life balans. Dit neemt echter niet weg dat ondanks die onafhankelijkheid een kwart van de ondernemers een te hoge werkdruk ervaart (26%, cf. figuur 10, p. 8).

Na autonomie is creativiteit een belangrijke waarde in de keuze voor ondernemerschap. Ruim een derde van de jonge ondernemers zet de stap naar ondernemerschap om zijn creativiteit te kunnen ontplooiën of zijn talent te verzilveren. Financiële beweegredenen volgen pas op de vijfde plaats en zijn slechts voor een kwart van de ondernemers leidend



Figuur 4: Waarom kiezen jongeren voor ondernemerschap? (meerdere antwoorden mogelijk)

Bron: ETION & Acerta 2018

in de keuze om een eigen zaak op te starten (respectievelijk 24% en 29%). De motivaties van bedrijfsleiders en vrije beroepers/zelfstandigen lopen grotendeels gelijk. De voornaamste verschillen liggen in ondernemerschap uit inkomensnoodzaak (geldt voor liefst een kwart van de vrije beroepers en zelfstandigen) en in motivaties die eerder eigen zijn aan de verschillende doelgroepen. Zoals de feitelijke realiteit dat veel vrije beroepen zoals advocaten, dokterspraktijken, kinesisten een zelfstandig statuut vereisen (9%). Of de realiteit dat een familiebedrijf voortzetten eerder eigen is aan bedrijfsleiders-eigenaars (19%). Dit betekent niet dat er in deze categorieën geen andere motivaties spelen, maar de juridische noodzakelijkheid speelt hier vanzelfsprekend wel een belangrijke rol.

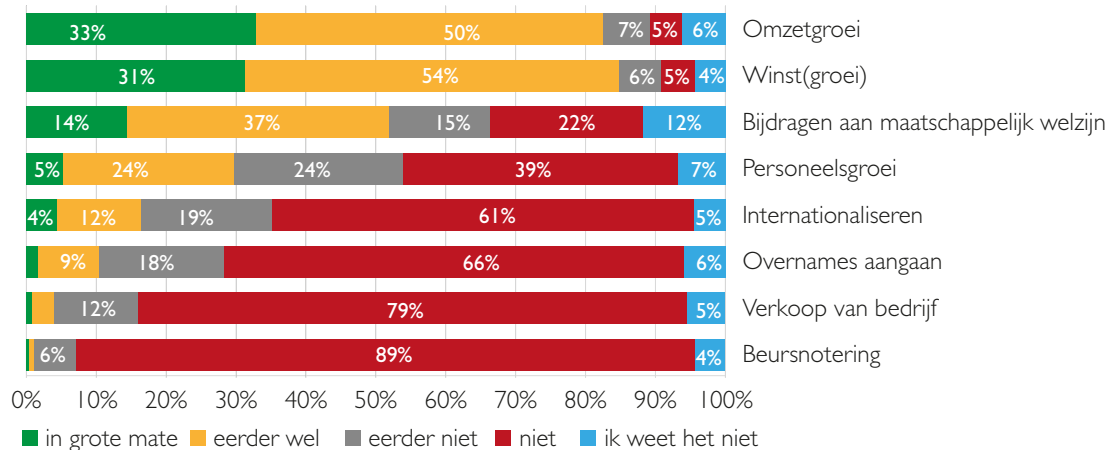
Doelen

Naast de beweegredenen van waaruit jongeren ondernemen, is het ook relevant te weten waar ze naartoe willen. In figuur 5 lezen we wat ze met hun onderneming nastreven. Daarbij zien we drie grote doelstellingen naar voren komen.

Voor 8 op de 10 is groei in omzet (83%) en winst (85%) in eerdere tot grote mate het doel. Economische doelstellingen primeren dus, wat niet wegneemt dat voor 5 op de 10 ook bijdragen aan maatschappelijk welzijn een expliciete doelstelling is (14% in grote mate, 37% eerder wel). Zeker in vergelijking tot andere doelstellingen – zoals personeelsgroei (respect. 5% en 24%), internationaliseren (4% en 12%) of de verkoop van het bedrijf (1% en 4%) – is dat een opvallend hoog resultaat. De maatschappelijke betrokkenheid van jonge ondernemers blijkt overigens ook verderop in hun mening over de maatschappelijke rol van ondernemerschap. Bijna 8 op de 10 jonge ondernemers onderschrijft dat bedrijven een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben (figuur 12, p. 10). We kunnen stellen dat maatschappelijk welzijn duidelijk hoog op de agenda van jonge ondernemers staat.

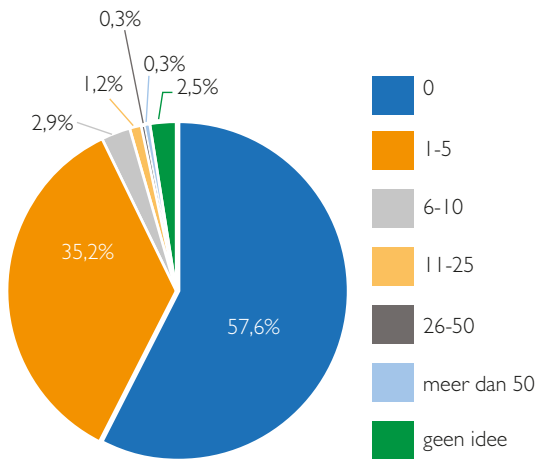
Jonge ondernemers dromen eerder voorzichtig. Slechts 16% streeft internationale groei na. Het spreekt voor zich dat er hier wel een verschil is tussen vrije beroepers/freelancers en andere ondernemers. Bij de eerste categorie heeft een kleine 12% internationale dromen. Bij de bedrijfsleiders-eigenaars is dat een goeie 20%. Al bij al ook redelijk beperkt dus. Die bescheidenheid toont zich ook in de verwachte personeelsaangroei: 57% geeft aan geen aanwervingen te verwachten in de komende 5 jaar (figuur 6), wat natuurlijk in de eerste plaats te verklaren is door de vele eenmanszaken zoals vrije beroepers. Toch zien we dat

Wat streven jonge ondernemers na?



Figuur 5: Nagestreefde ambities op middellange termijn

Bron: ETION & Acerta 2018



Figuur 6: Verwachte personeelsaan groei in komende 5 jaar

Bron: ETION & Acerta 2018

van diegenen die wel een personeelsuitbreiding verwachten, 35,2% een beperkte uitbreiding verwacht van 1 tot 5 medewerkers. Typisch Belgische bescheidenheid? Of de nuchtere kijk van een beginnende ondernemer?

Waarden

Bedrijven verschillen niet enkel in de producten of diensten die ze creëren of in de doelen die ze zich daarbij stellen. Een andere belangrijke factor waarmee bedrijven zich onderscheiden naar klanten of werknemers toe, zijn de waarden die ze nastreven. Bedrijfswaarden drukken de immateriële waarde uit die ze nastreven in hun werking en diensten. Datgene waarop klanten en andere stakeholders hen mogen afrekenen. Steeds meer bedrijven gaan daar bewust mee om, zo toonde eerder onderzoek van ETION aan (ETION-waardenrapport 2015). Daaruit bleek reeds dat 8 op 10 organisaties op zijn minst sporadisch met waarden aan de slag gaat. Vier op de tien doet dit door een set van waarden te expliciteren die de bedrijfscultuur in de verf zetten. In figuur 7 vergelijken we de top 10 van de bedrijfswaarden uit de studie uit 2015 met de huidige waarden top 10 van jonge ondernemers.

Studie 2015 (ondernemers alle leeftijden)		Studie 2018 (ondernemers t.e.m. 36j)	
1	respect	65	klantgerichtheid 172
2	klantgerichtheid	53	kwaliteit 160
3	eerlijkheid	47	eerlijkheid 151
4	kwaliteit	37	creativiteit 137
5	innovatie	36	doorzettingsvermogen 126
6	samenwerking	36	behulpzaamheid 80
7	integriteit	31	vertrouwen 76
8	duurzaamheid	29	empathie 68
9	verantwoordelijkheid	27	bekwaamheid 67
10	openheid	23	flexibiliteit 63

Figuur 7: Bedrijfswaarden nagestreefd door jonge ondernemers vs. doorsnee-ondernemers

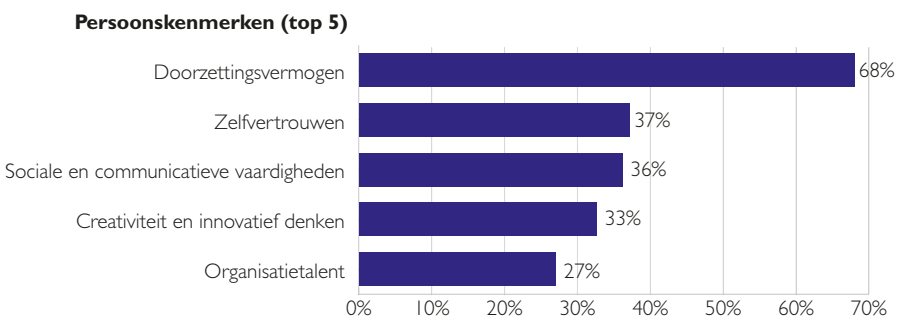
Bron: ETION-waardenenquête 2015 en ETION-Acerta jongeren-enquête 2018

De vergelijking van de waarden die jongere ondernemers vandaag vooropstellen met die van ondernemers en beslissingsnemers uit alle leeftijdsgroepen (studie 2015), leert dat er zowel gelijkenissen als verschillen zitten in het waardenprofiel van beide groepen.² De gelijkenis situeert zich bij de topwaarden waar we binnen de top 4 drie identieke waarden

² De waardenstudie uit 2015 werd afgenomen bij 161 ondernemers in Vlaanderen en Brussel bij overwegend middelgrote bedrijven: 70% > 50 medewerkers, 33% > 250 medewerkers. (ETION-waardenrapport 2015)

terugvinden: klantgerichtheid, kwaliteit en eerlijkheid, zij het in een licht andere volgorde. Klantgerichtheid is voor jonge ondernemers de topwaarde bij uitstek.

Een opvallend verschil is het ontbreken van de waarde 'respect' bij jonge ondernemers, waar die in de studie van 2015 helemaal bovenaan prijkt. Dit betekent niet dat respect niet van belang is voor jonge ondernemers — ze staat bij jongeren op de 11^{de} plaats op een lijst van 432 waarden — maar wel dat er andere waarden zijn die nóg meer aansluiten bij de ondernemers onder de 36 jaar. Zoals bijvoorbeeld creativiteit (topwaarde nr. 4) en het opvallend hoog scorende 'doorzettingsvermogen'. Mogelijk heeft dit te maken met de beginnende fase waarin jonge ondernemers actief zijn: 77% van de respondenten is 5 jaar of minder actief. Het lijkt erop dat voor jonge ondernemers doorzettingsvermogen in die fase extra belangrijk is. Meer nog, het blijkt voor hen veruit het belangrijkste persoonskenmerk van een goede ondernemer (zie figuur 8).



Figuur 8: Persoonskenmerken van een goede ondernemer volgens jonge ondernemers (top 5, meerdere antwoorden mogelijk)

Bron: ETION & Acerta 2018

Ondernemershelden

Een laatste indicatie van waar de jonge ondernemer van droomt, kunnen we vinden in de voorbeelden die hem of haar inspireren: ondernemers in binnen- en buitenland naar wie ze opkijken of die hen inspireren. In figuur 9 vindt men de lijst van de meest aangehaalde 'ondernemershelden', met in de rechterkolom een uifiltering van exclusief Belgische voorbeelden.

De vraag naar inspirerende voorbeelden leverde een lijst van meer dan 500 bekende en minder bekende ondernemers op. De top 10 bestaat bijna uitsluitend uit bedrijfsleiders van grote bedrijven van minstens +500 medewerkers, wat enigszins contrasteert met het feit dat slechts 28% van de jongeren zelf personeelsgroei nastreeft (figuur 5).

Onder de meest genoemde voorbeelden is Elon Musk veruit het populairst bij jonge ondernemers. De oprichter van PayPal en huidige eigenaar van innovatieve bedrijven zoals Tesla en SpaceX spreekt duidelijk tot de verbeelding. Het strookt met het beeld van de ondernemer als creatieve en innovatieve kracht voor wie — in het geval van Musk en zijn droom om naar Mars te reizen — zelfs de sky de limit niet is. Iets wat hij deelt met andere technologieondernemers zoals wijlen Steve Jobs (nr. 5) en Mark Zuckerberg (nr. 10).

Toch kunnen we niet stellen dat de ondernemende jeugd louter naar Silicon Valley kijkt als voorbeeld. De nummers twee en drie op de algemene ranking — Marc Coucke en Willy Naessens — zijn lokale ondernemers die zich voornamelijk onderscheiden als suc-

cesvolle verkopers van producten die bezwaarlijk disruptief kunnen genoemd worden: shampoo, medicijnen, zwembaden... 'Klassieke' ondernemers en voorbeelden uit de eigen regio zijn voor jongeren minstens zo belangrijk als innovatieve techondernemers. Iets wat ook blijkt uit de hoge scores van ondernemers uit de eigen familie (nr. 6 in algemene ranking) en uit de eigen sector (nr. 8).

Een andere vaststelling is de afwezigheid van vrouwelijke rolmodellen. Enkel Conny Vandendriessche, medeoprichter van Accent Jobs, behaalt als vrouw de lijst van meest inspirerende ondernemers uit eigen land (nr. 9, algemene ranking plaats 17). Uiteraard bevinden er zich ook wel vrouwen onder de rubriek 'familie' en 'collega-ondernemers'. Toch bevestigt onze enquête het gebrek aan zichtbare vrouwelijke rolmodellen in de ondernemerswereld. Dat Vandendriessche recent extra bekendheid opdeed als enig vrouwelijk jurylid in het televisieprogramma *Leeuwenkuil* (VIER), waarin startende ondernemers investeerders zoeken, is allicht niet toevallig. De meeste Belgische voorbeeldondernemers zijn ook bekend vanuit de media zoals Marc Coucke (nr. 1 onder de Belgische voorbeelden), Gert Verhulst (nr. 3) of Wouter Torfs (nr. 5). Het doet besluiten dat meer vrouwelijke ondernemers ook tot meer vrouwelijke rolmodellen in de bedrijfswereld kunnen leiden.

Voorbeeldondernemers algemeen		Voorbeeldondernemers (enkel Belgisch)		
1	Elon Musk	84	Marc Coucke	66
2	Marc Coucke	66	Willy Naessens	46
3	Willy Naessens	46	Gert Verhulst	33
4	Steve Jobs	38	Eigen familie	32
5	Gert Verhulst	33	Wouter Torfs	25
6	Eigen familie	32	Collega-ondernemers uit eigen sector	24
7	Wouter Torfs	25	Jef Colruyt	8
8	Collega-ondernemers uit sector	24	Bart Verhaeghe	8
9	Richard Branson	16	Conny Vandendriessche	8
10	Mark Zuckerberg	13	Jan De Nul & Hans Bourlon	6

Figuur 9: Naar welke ondernemers kijken jonge ondernemers op? (meerdere antwoorden mogelijk)

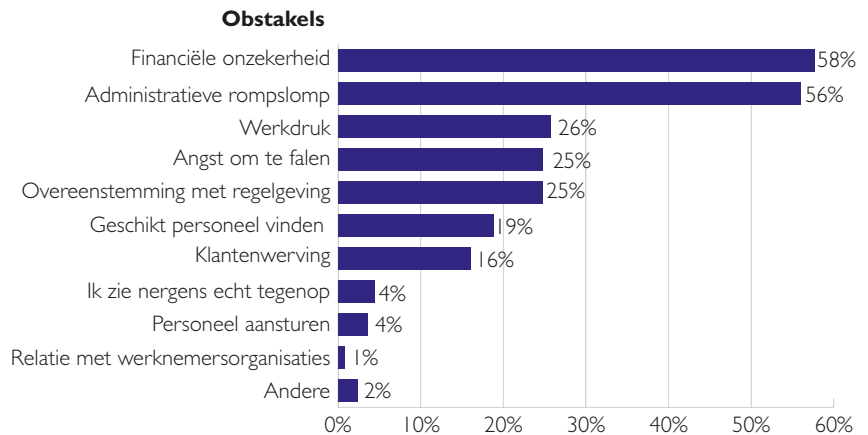
Bron: ETION & Acerta 2018

Tussen droom en daad

Ondernemen is geen *walk in the park*. Het vergt lef, risicobereidheid en vooral doorzettingsvermogen, zoals de jonge ondernemers zelf aangeven, om een ondernemersdroom waar te maken (figuur 8). Gevraagd naar waar ondernemers vooral tegenop zien, tekenen zich twee grote uitdagingen af. De financiële onzekerheid die eigen is aan zelfstandigheid en de administratieve rompslomp (figuur 10, pag. 8). Meer dan de helft van de respondenten geeft aan hier moeite mee te hebben. De positieve kant van de zaak is dat de overheid met een vereenvoudigd administratief kader een belangrijke hinderpaal kan wegnemen in het stimuleren van ondernemerschap. De financiële onzekerheid is evident eigen aan de job, al kan er ook hier gedacht worden aan ondersteunende maatregelen die het risico verkleinen. Denken we bijvoorbeeld aan een overheid die als *venture capitalist* ondernemingen met een reëel groeipotentieel identificeert en ondersteunt (Sels e.a., 2010) en ondersteunende initiatieven van andere incubatoren.

3. De mening van de jonge ondernemer

Het derde luik van de ETION-Acerta bevraging over jong ondernemerschap belicht de ruimere ondernemingscontext waarin men onderneemt. Elke organisatie is medeaafhan-



Figuur 10: Waar kijken jonge ondernemers tegenop? (meerdere antwoorden mogelijk)

Bron: ETION & Acerta 2018

kelijk van externe factoren zoals de economische context, technologische ontwikkelingen en het regelgevend kader. We belichten eerst de externe ontwikkelingen die voor jonge ondernemers relevant zijn. Vervolgens kijken we naar hun mening over de ruimere rol van hun onderneming in de samenleving en hun visie op het overheidsbeleid.

Toptrends voor jonge ondernemers

In figuur 11 lezen we de trends die jonge ondernemers het meest relevant achten voor de toekomst van hun organisatie. De lichtere balk geeft de vergelijking weer met de ETION-trendstudie uit 2016 waarin precies dezelfde vraag werd voorgelegd aan ondernemers uit alle leeftijdscategorieën.³

Een eerste vaststelling bij de trends is dat wijzigende regelgeving voor een derde van jonge ondernemers hoogst relevant is. Ook in het trendonderzoek uit 2016 bij ondernemers en beslissingsnemers van alle leeftijden en van diverse groottes (hier verder doorsnee-ondernemers genoemd) kwam wijzigende regelgeving als meest relevante omgevingsfactor naar voren, zij het toen nog meer uitgesproken (41%).

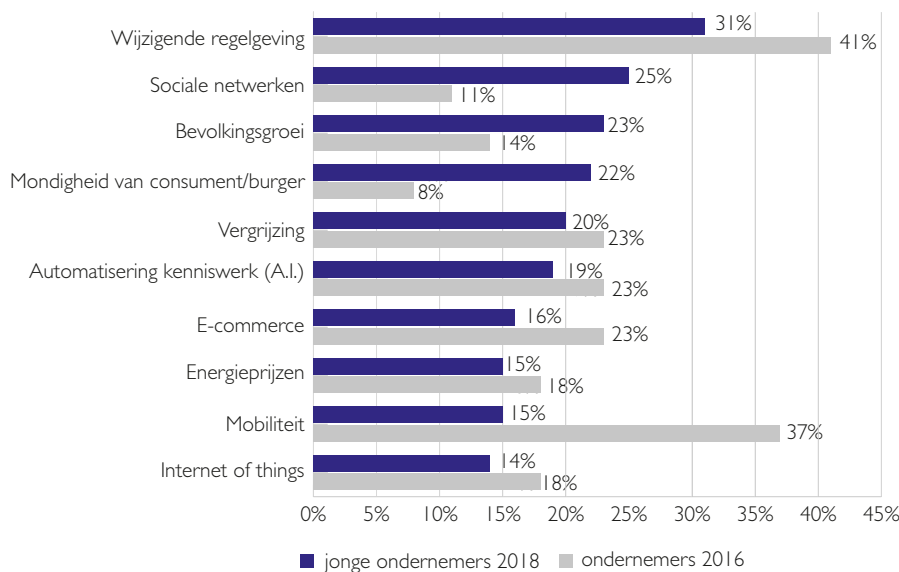
Een tweede vaststelling is de opmerkelijk hoge score van sociale netwerken en de mondigheid van burgers en consumenten bij de jongeren. De digitale connectie met klanten en consumenten is voor jonge ondernemers duidelijk van primair belang. Een kwart van de jonge ondernemers vindt ze zeer relevant. Opvallend is dat deze trend niet voorkwam in de lijst van toptrends bij de doorsnee-ondernemers in 2016. Jonge ondernemers ervaren de buitenwereld duidelijk als zeer nabij, wat allicht mede verklaart waarom klantgerichtheid de topwaarde is voor jonge ondernemers (figuur 7). Ook opmerkelijk is dat 'bevolkingsgroei' de derde meest relevante trend is voor jonge ondernemers. Dit is verrassend te noemen, zeker omdat de meerderheid van de jonge ondernemers lokaal actief is.

Het belangrijkste verschil met de trendstudie bij doorsnee-ondernemers uit 2016 is de verschillende houding ten opzichte van mobiliteit. Mobiliteit is zowel voor jonge als ervaren ondernemers een belangrijke trend, maar scoort in verhouding tot andere trends toch meer dan de helft lager bij jonge ondernemers (15% t.o.v. 37%). Mogelijk spelen andere factoren, zoals bedrijfsgrootte, hier een rol. Voor grotere bedrijven met meer werknemers en transport is mobiliteit logischerwijze een grotere uitdaging dan voor lokale bedrijven. Gezien mobiliteit ook op lokaal niveau uitdagingen schept — denk aan middenstanders

³ Enquête afgenomen door ETION-denktank in de loop van maart 2016 bij 274 bedrijfsleiders en beslissingsnemers uit organisaties in Vlaanderen en Brussel (Eynikel, 2016).

in steeds bevolkingsdichtere steden — lijkt de enquête er toch op te wijzen dat jongeren daarnaast ook anders naar mobiliteit kijken dan de doorsnee-ondernemer. Andere trends zoals digitale technologie (sociale netwerken, AI, e-commerce) en een vergrijzende bevolking, blijken voor hen in ieder geval nóg belangrijker.

Relevante trends voor (jonge) ondernemers



Figuur 11: Meest bepalende trends en omgevingsfactoren voor de toekomst van (jonge) ondernemingen (top 10, meerdere antwoorden mogelijk)

Bron: ETION & Acerta 2018

De visie van de jonge ondernemer

Wat de rol van ondernemingen in de samenleving betreft, werden de jonge ondernemers bevraagd naar hun mening over tien stellingen. Figuur 12 geeft de visie van jonge ondernemers over deze stellingen weer volgens de mate waarin ze er al dan niet mee akkoord gaan.

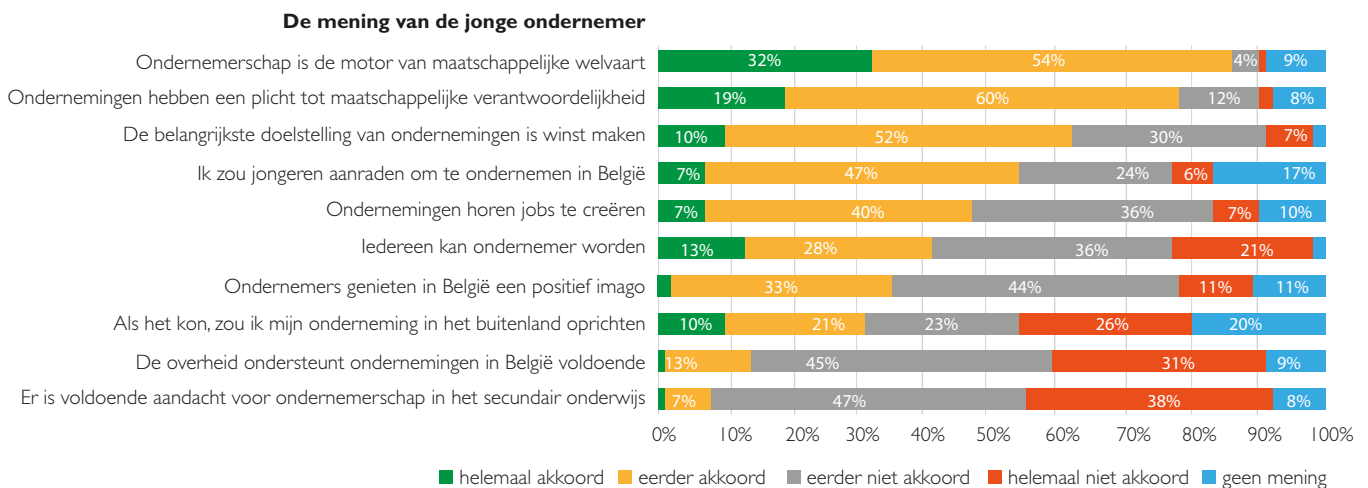
Zo zien we dat er twee stellingen zijn waar een ruime meerderheid van 8 op 10 respondenten zich achter schaaft (eerder tot in grote mate akkoord). Namelijk dat ondernemerschap de motor is van welvaart én dat ondernemingen een plicht tot maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben. Het eerste valt weinig verrassend te noemen gezien we ervan mogen uitgaan dat ondernemers hun aandeel in welvaartscreatie allicht niet zullen minimaliseren. 32% deelt deze overtuiging in grote mate. Bedrijfsleiders delen die stelling overigens aanzienlijk sterker dan vrije beroepers (40% vs. 22%, opdeling niet in grafiek).

De hoge score voor de tweede stelling is daarentegen wel verrassend te noemen. Zoals we reeds aanstipten bij de motivaties (figuur 4), is maatschappelijk verantwoord ondernemen een belangrijk item voor jonge ondernemers. Bijna dubbel zoveel jongere ondernemers gaan helemaal akkoord (19%) met de stelling over de maatschappelijke verantwoordelijkheid van ondernemingen dan zij die in grote mate de overtuiging delen dat ondernemingen vooral winst moeten maken (10%).

Aan de negatieve kant van de meningen (eerder tot helemaal niet akkoord) stellen we vast dat het beleid ten aanzien van ondernemers zeer kritisch wordt benaderd. Minder dan

10% vindt dat er voldoende aandacht is voor ondernemerschap in het secundair onderwijs. Nauwelijks 15% vindt dat de overheid ondernemingen voldoende ondersteunt. Meer dan de helft van de ondernemers vindt niet dat ondernemers een positief imago genieten in België. Eén op drie zou andere jongeren niet aanraden om in België te ondernemen, wat overeenkomt met het aandeel dat zijn onderneming in het buitenland zou oprichten mocht het enigszins mogelijk zijn. Deze harde cijfers tonen aan dat volgens jonge ondernemers ons land beter kan in het creëren van een positief ondernemersklimaat.

De stelling waar het minst eensgezindheid over bestaat, is of iedereen ondernemer kan worden. Een goede 41% vindt van wel (eerder tot in grote mate akkoord), een kleine meerderheid (eerder) niet. Nader onderzoek leert dat bedrijfsleiders het hierover even oneens zijn dan vrije beroepers en zelfstandigen. Het verschil situeert zich dus meer in individuele opvattingen over ondernemerschap.



Figuur 12: Jonge ondernemers over ondernemerschap in België

Bron: ETION & Acerta 2018

Aanbevelingen

Uit de stellingen blijkt dat jonge ondernemers kritisch zijn over het beleid ten opzichte van ondernemingen. Gevraagd naar hun eigen beleidsaanbevelingen horen we vier grote verzuchtingen.

- 1. Verlaag de opstartkosten.** Zeer veel jonge ondernemers klagen de hoge opstartkosten aan. Zowel het betalen van sociale bijdragen in de beginfase, wanneer er nog weinig of geen inkomsten zijn, als administratieve kosten zijn velen een doorn in het oog. Velen vragen een meer rechtvaardige taxering voor startende ondernemers (in vergelijking tot grote bedrijven). Sommigen maken gewag van een basisinkomen voor startende ondernemers om de financiële risico's bij de opstart te verzachten.
- 2. Vereenvoudig de regels.** We verwezen er reeds naar in de toptrends voor jonge ondernemers en de obstakels: regelgeving houdt ondernemers wakker. Niet zelden als een nachtmerrie. Voor een eenvoudig en werkbaar kader kijken jonge ondernemers naar digitalisering van administratie en een klantgerichte overheid die hen beter informeert over wetgeving, ondersteuningsmechanismen en financieringsmogelijkheden.

- 3. Meer ondersteuning.** Een beter sociaal vangnet bij ziekte of tegenslag, een betere pensioenregeling voor zelfstandigen, een fiscaal gunstiger klimaat. De jonge ondernemer verwacht meer ondersteuning voor de risico's die hij neemt.
- 4. Verbeter het imago van ondernemers.** Bijzonder veel jonge ondernemers voelen zich te weinig gerespecteerd in hun werk. 55% vindt niet dat ondernemers een positief imago hebben (figuur 12). Ook in de beleidsaanbevelingen is het verbeteren van het imago van ondernemers een vaak terugkerende aanbeveling. Te beginnen in het onderwijs, waar al in het secundair meer aandacht mag zijn voor ondernemerschap.

De beleidsaanbevelingen van jonge ondernemers drukken een paradox uit. Enerzijds is er vraag naar meer ondersteuning vanuit de overheid en het herwaarderen van het imago van ondernemers. Anderzijds vraagt men minder overheidsbemoeienis, zoals inzake regelgeving, fiscale lasten en administratie. De behoefte aan financiële ondersteunende maatregelen roept ook de vraag op of bestaande dergelijke initiatieven voor startende ondernemingen wel voldoende gekend zijn bij het doelpubliek.⁴ Zo werd de minimum kwartaalbijdrage voor starters recent per 1 april 2018 verlaagd.

Ook moeten we vaststellen dat sommige aanbevelingen, waaronder een betere sociale bescherming en risicobescherming, enigszins botsen met het principe van zelfstandig ondernemerschap. Risico is inherent onderdeel van ondernemerschap, net als het instaan voor de eigen vangnetten. Als onafhankelijkheid veruit de voornaamste motivatie is om ondernemer te worden, dient men te beseffen dat dit ook gepaard gaat met zelfvoorziening in inkomen en verzekering. Dit neemt niet weg dat een te grote afroaming van winsten en een tijdrovend administratief kader het voor (kleine) ondernemers moeilijk maakt die voorzieningen ook aan te leggen.

4. Conclusies

De bevraging van jonge ondernemers laat toe een beter beeld te scheppen van jonge ondernemers, waar zij van dromen en hoe zij denken over ondernemerschap. Ter samenvatting onze tien belangrijkste conclusies:

1. De jonge ondernemer kiest voor ondernemerschap om onafhankelijk te zijn (6 op 10 ondernemers) en hecht veel belang aan de balans tussen werk en privé (4 op de 10).
2. De jonge ondernemer is geëngageerd: 8 op 10 jonge ondernemers vindt dat zijn bedrijf een maatschappelijke verantwoordelijkheid heeft. 5 op de 10 streeft maatschappelijk welzijn ook expliciet na.
3. De jonge ondernemer droomt voorzichtig. Overleven primeert. Een zeer kleine minderheid droomt van internationalisering, personeelsgroei of beursgang.
4. Niet alleen Silicon Valley inspireert jonge ondernemers. Lokale succesondernemers inspireren jonge ondernemers bijna evenveel als de bekende technologie-reuzen.
5. Er is een gebrek aan vrouwelijke rolmodellen in de Belgische ondernemerswereld.

⁴ Een goede bundeling van initiatieven die (startende) ondernemingen ondersteunen, is bijvoorbeeld te vinden in de Subsidiedatabank van het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen.

6. Klantgerichtheid primeert voor jonge ondernemers. De rol van sociale media en mondige burgers waarlangs die klant zijn mening geeft, gelden daarin als zeer relevante omgevingsfactoren.
7. Meer dan de helft van de jonge ondernemers ligt wakker van financiële onzekerheid. Een aanzienlijke groep pleit voor meer financiële, fiscale en praktische ondersteuning bij de opstart.
8. België kent geen positief ondernemersklimaat volgens jonge ondernemers. 80% vindt dat de overheid ondernemingen te weinig ondersteunt. Minder dan 10% vindt dat er voldoende aandacht is voor ondernemerschap in het onderwijs.
9. Jonge ondernemers verschillen niet altijd van doorsnee-ondernemers. Wijzigende regelgeving zijn voor beiden cruciale omgevingsfactoren, administratieve rompslomp zijn voor beiden een hard zeer. Eerlijkheid, klantgerichtheid en kwaliteit zijn dan weer voor jong en oud leidende principes.
10. 2/3 van de jonge ondernemers werkt zonder personeel. 1/3 van de bedrijfsleiders is vrouw, 1/3 van de zelfstandigen en vrije beroepers is man.

Bovenstaande conclusies scheppen een genuanceerder beeld over de jonge ondernemer dan dat van de hippe, succesvolle starter die ervan droomt de wereld te veroveren. Een kleine minderheid droomt er effectief van om internationaal actief te zijn en lokale ondernemers inspireren bijna evenveel als de grote techreuzen en Silicon Valley. Bijdragen aan maatschappelijk welzijn is voor een meerderheid een belangrijke doelstelling. Een ambitieuze beeldenstormer is de gemiddelde jonge ondernemer niet. Geëngageerd is hij grotendeels wel.

Referenties

BRUMMELKAMP, G. (2011), Startende ondernemers: ontwikkelingen, betekenis en beleid, EIM: Zoetermeer, www.ondernemerschap.nl

EUROSTAT (2011), European Labour Force Survey, www.ec.europa.eu/eurostat

ETION-waardenrapport (2015), www.etion.be

EYNIKEL, J. (2016), Hoe vooruitziend is ondernemend Vlaanderen?, ETION-inspiratienota 89, ETION: Wilrijk, www.etion.be

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2017), Global Report 2016-2017, London Business School, www.gemconsortium.com

SELS, L., DE WINNE, S. & VAN BEVEREN, I. (2010). Ondernemerschap, een motor voor jobcreatie?, WSE report, vol. 92010., www.steunpuntwerk.be

VAN GOMPEL, J. (2013), België ondernemersland?, Economische Berichten nr.2, 14 februari 2013, KBC Group, www.kbceconomics.be



Jochanan Eynikel
(ETION, businessfilosoof)

Auteur: Jochanan Eynikel
Eindredactie: Isabelle Verlinden
Vormgeving: Lieve Swiggers
Foto: iStockphoto.com
E-mail: jochanan.eynikel@etion.be
Twitter: @JochananTweets
Website: www.etion.be
V.U.: ETION Ledenwerking vzw