

# EIM Nieuws

EIM nieuwsbericht no.2 | juni 2007



## Beleidsmakers SZW krijgen college ondernemerschap

Het Ministerie is bezig met het (verder) internaliseren van de expertise op het terrein van ondernemerschap. Ondernemerschap moet op het netvlies van de beleidsmakers staan bij het ontwikkelen en evalueren van al het beleid. Daarvoor is een reeks van minicolleges gepland. EIM-expert Paul Vroonhof heeft één van deze minicolleges verzorgd.

Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid is de afgelopen jaren sterk in beweging waar het gaat om op ondernemerschap gericht beleid. Belangrijke redeneringen achter deze verandering zijn dat banencreatie voorafgaat aan werknemersbescherming, dat personen ook voor zichzelf werkgelegenheid kunnen creëren, en zelf (inkomens)risico's op waarde kunnen schatten. Dat leidde bijvoorbeeld tot verbeteringen bij de reïntegratie van werklozen richting ondernemerschap vanuit de WW.

In het minicollege is een overzicht gegeven van ontwikkelingen op twee terreinen in verschillende Europese landen: de invloed van sociale zekerheid op ondernemerschap en barrières op het pad naar werkgeverschap. Hierbij is ook uitgebreid aandacht besteed aan praktijkvoorbeelden uit deze landen. Het college werd druk bezocht, en de aanwezige SZW-ers droegen bij aan een zeer levendige discussie. Moeilijke onderwerpen zoals zwangerschapsverlof voor zelfstandigen en ontslagrecht werden daarbij niet uit de weg gegaan.

### Actuele branche-informatie online!

In opdracht van de Rabobank Nederland heeft EIM een gebruiksvriendelijk branche-informatiesysteem ontwikkeld. Dit bevat kwalitatieve en kwantitatieve informatie over 30 onderwerpen, zoals trends, kansen en bedreigingen, perspectief, vraag, aanbod, wet- en regelgeving, financiële analyse en bancaire onderwerpen. In het systeem is informatie over 50 tot 200 branches aanwezig.

De inhoud van het systeem wordt voortdurend actueel gehouden door de Rabobank en EIM (unit Datawarehousing). Hiertoe heeft de Rabobank de

beschikking over een door EIM ontwikkelde content-management-module, en werkt EIM met zelf ontwikkelde geautomatiseerde data-verwerkingsstraten. Geactualiseerde informatie wordt opgeslagen in een centrale MKB-database en kan zeer snel 'life' op het intranet worden gezet. Deze database wordt ook via twee (ook door EIM ontwikkelde) websites van de Rabobank ontsloten, namelijk 'Cijfers en Trends' en 'Kijk en Vergelijk (benchmarktool) online'. Hiermee kunnen de bedrijvenadviseurs van de Rabobank en hun relaties toegang krijgen tot (delen van) deze branche-informatie en worden ze voortdurend bediend met actuele en op maat gesneden informatie.



## Een nieuw meetinstrument voor inhoudelijke nalevingslasten

In navolging van het door EIM ontwikkelde en (inter)nationaal omarmde Meetinstrument Administratieve Lasten (MISTRAL) heeft EIM een instrument ontwikkeld om de kosten van inhoudelijke verplichtingen bij bedrijven te meten.

MISTRAL meet de kosten bij bedrijven en burgers als ze de overheid verplicht moeten informeren. Bijvoorbeeld: via de belastingaangifte, BTW-aangifte, etc. SIROCCO – Scanning Instrument on Regulations for Other Compliance COsts – meet de kosten bij bedrijven om te voldoen aan inhoudelijke wettelijke verplichtingen. Bijvoorbeeld: zorgen voor een gezonde en veilige werkplek. Het nieuwe instrument is nu getest voor de inhoudelijke nalevingslasten van zowel voorgenomen als bestaande regelgeving. In alle gevallen heeft SIROCCO de testen met glans doorstaan. Hiermee is het nu klaar voor het 'grote werk'.

De uitkomsten van dergelijke lastenmetingen zijn – net als bij de administratieve lasten – een goede basis voor maatregelen om verplichtingen te vereenvoudigen en lasten voor bedrijven te verminderen.

## Nieuw ondernemerschap in de lift

Het ondernemerschap onder de meeste allochtone groepen neemt toe, meer dan onder de autochtone bevolking. Het allochtone ondernemerschap concentreert zich vooral in de grote steden.

Uit EIM's monitor 'Nieuw Ondernemerschap (2007)' blijkt dat inmiddels bijna 13% van alle ondernemers allochtoon is. 40% van de niet-westers allochtone ondernemers is in één van de vier grote steden gevestigd, tegen 9% voor de autochtone ondernemers. Daarnaast is er geleidelijk sprake van meer diversiteit in de branchekeuze: zeker de allochtone ondernemers van de tweede generatie kiezen nagenoeg uit dezelfde sectoren als de autochtone ondernemers. Een goed ondernemersklimaat en nieuw ondernemerschap zijn belangrijk voor de leefbaarheid van wijken en buurten in steden. Georganiseerde mondige ondernemers hebben vaak positieve invloeden op de veiligheid en saamhorigheid, zij zorgen voor meer en betere sociale contacten en betere contacten met de lokale overheden. Op dit punt is nog een slag te maken: het lidmaatschap van buurt- en ondernemersverenigingen in de grote steden is onder de allochtone ondernemers nog beperkt, vooral onder de eerste generatie. Gezien het belang van de vele allochtone ondernemers in steden zouden juist zij, via bijvoorbeeld een lidmaatschap, meer betrokken moeten worden bij de ontwikkeling en verbetering van de wijk en de wijkeconomie.

---

## De maatschappelijke én economische meerwaarde van callcenters

Jaarlijks kopen consumenten via callcenters voor meer dan € 5 miljard aan producten en diensten, zoals verzekeringen, telefonie-abonnementen, levering van energie, loterijproducten, ondersteuning van goede doelen, etc. De economische impact die hiervan uitgaat is daarmee zeer omvangrijk, zowel voor de callcenters zelf als voor hun opdrachtgevers. Dit blijkt uit onderzoek van EIM in opdracht van de brancheorganisaties VCN en WGCC.

In totaal zijn er nu circa 1.600 callcenters, die werk bieden aan 100.000 personen. Het onderzoek laat zien dat callcenters een belangrijke functie vervullen bij het verstrekken van informatie, en het aanbieden van commerciële en ideële producten en diensten, aan consumenten en het bedrijfsleven. Het contact geschiedt overigens niet alleen op initiatief van het callcenters zelf, maar veelvuldig ook op initiatief van de consument. Van alle 450 miljoen telefonische contacten tussen consument en callcenter vindt niet minder dan 75% plaats op initiatief van de consument.

## Sportzaken raken nooit uitgespeeld

Mede als gevolg van de vergrijzing, verkleuring en verdikking neemt de populariteit van individuele sporten zoals fitness, hardlopen en fietsen toe. Door de vergrijzing worden ook sporten als Nordic Walking en golf steeds geliefder.

Deze trends en ontwikkelingen op de markt voor sportartikelen worden geschetst in het door EIM uitgevoerde onderzoek 'Sportzaken raken nooit uitgespeeld'. Dit onderzoek is op 14 mei gepresenteerd tijdens de Sportfocus 2007, een bijeenkomst onder leiding van dagvoorzitter Dolf Jansen voor de Nederlandse sportondernemers. Het onderzoek geeft sportondernemers niet alleen inzicht in de belangrijkste trends en ontwikkelingen, en welke sporten straks hot zijn en welke niet. Het maakt ook duidelijk welk type sportzaak (het onderzoek onderscheidt er vijf) op welke locaties het beste gedijen en wat de randvoorwaarden voor succes zijn. Hiermee biedt het onderzoek de ondernemer concrete instrumenten om keuzes te maken bij de invulling van de winkelformule, de samenwerking met collega's en leveranciers, en het gebruik van ICT. Dit kan sportondernemers helpen bij het kiezen van de juiste strategie, zodat ze een sterke positie kunnen innemen temidden van de collega's.

## Mogelijk grotere krapte op de arbeidsmarkt voor de watersector

Uitgaande van de ambities van het 'Innovatieprogramma Waternet' en de voorziene instroom van arbeidskrachten op bèta- en technisch gebied, komt EIM tot de voorspelling dat er grote discrepanties tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt in de watersector zullen gaan ontstaan.

Deze voorspelling is te vinden in een door EIM uitgevoerde studie in het kader van de 'Human Capital Roadmap Water'. Van de bedrijven uit de technische zakelijke dienstverlening in de waternettechnologie die knelpunten rond personeel ervaren geeft nu al 20% tot 25% aan problemen rond de kwaliteit van het huidige personeel (beta's en technici) te hebben. Door de schaarste aan beta's en technici kunnen de doelstellingen en ambities van het innovatieprogramma – ontwikkeling van een technologische toppositie en verbetering van de exportmogelijkheden voor de Nederlandse waternettechnologie – in gevaar komen. De urgentie voor de overheid, het bedrijfsleven en het onderwijs is daarom zeer groot om op het gebied van arbeidsmarkt en HRM samen de schouders er onder te zetten.

### Column

#### Bedrijfsopvolgers



De tijd dat ondernemingen bijna stilzwijgend binnen de familie van eigenaar wisselden is voorbij. Kinderen van ondernemers slaan hun eigen weg in en maken niet meer vanzelfsprekend de keuze om het bedrijf van pa of ma over te nemen. Dat is een probleem omdat bijna een kwart van de bedrijven in Nederland (circa 180.000) momenteel in handen is van een ondernemer die ouder is dan 55 jaar. Deze ondernemers zijn dus binnen afzienbare tijd op zoek naar een bedrijfsopvolger. Geen probleem zou je zeggen want het ondernemerschap in Nederland bloeit volop, we hebben circa 60.000 startende bedrijven per jaar. Theoretisch zou het bedrijfsopvolgingsprobleem dus in drie jaar opgelost kunnen zijn.

Helaas zal dat niet het geval zijn want niet iedere starter wil de ondernemersarena betreden door een bedrijf over te nemen, maar wil zijn eigen bedrijf starten. Sterker nog de meeste starters overwegen niet eens om een bestaand bedrijf over te nemen. De gemiddelde starter is midden dertig, heeft ervaring in de branche, wil onafhankelijk zijn en zoekt een nieuwe uitdaging. Prima eigenschappen om een bedrijf over te nemen.

Economisch gezien winnen we ook, want bedrijven die overgenomen zijn doen het beter dan nieuwe bedrijven. De overlevingskans is groter en de werkgelegenheidsgroei is twee keer zo groot. Kortom, laten we alle mensen die overwegen een bedrijf te starten bewust maken van de mogelijkheid een bestaand bedrijf over te nemen. Er valt namelijk nog veel te winnen!

**Yvonne Prince**  
algemeen directeur van EIM

### Zeven ondernemingen die tegendraads succes oogsten

Eens in de zoveel tijd weten jonge bedrijven de gevestigde orde binnen een branche flink op te schudden. Een onderzoek naar zeven succesvolle ondernemingen laat zien wat hen bindt. Hoe kan een kledingwinkel in Arnhem binnen twaalf jaar tijd uitgroeien tot een kledinglabel dat nu in 28 landen in de winkels ligt? En wat is het geheim van Route Mobiel, dat binnen een jaar en met een handvol vast personeel een bewezen alternatief in pechhulpverlening wist op te tuigen en zo de marktverhoudingen fundamenteel deed kantelen? De opkomst en het succes van snelgegroeide bedrijven als Gsus en Route Mobiel, maar ook QPark, Rituals, Alex, MarketXS en Makelaarsland.nl is veelvuldig beschreven. Nog niet eerder is gekeken naar de succesfactor die deze bedrijven bindt. 'Er is al heel veel geschreven over de succesfactoren bij ondernemers', zegt Guido Brummelkamp, onderzoeker bij onderzoeksinstituut EIM. 'Het gaat dan vaak om kwantitatieve studies. Wij wilden nu eens kijken naar succesvolle, sterk groeiende bedrijven die de spelregels in een branche hebben veranderd.' lichtte hij zeven succesvolle bedrijven door. Resultaat is een case-studie die laat zien wat zeven succesvolle ondernemers bindt, ongeacht de branche waarin ze actief zijn.

Het Financieele Dagblad – Joost Schmets, 20 april 2007

## EIM onderzoek

een selectie uit lopend onderzoek:

### De economische en innovatieve kracht van het bedrijfsleven:

in regio Vlietstreek-Zoetermeer

Opdrachtgever: Rabobank Vlietstreek-Zoetermeer en Kamer van Koophandel Haaglanden

### Alloctoon ondernemerschap vanuit een uitkering:

belemmeringen en oplossingsrichtingen

Opdrachtgever: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid

### De rol van risicokapitaal bij innovatie in het agrocluster

Opdrachtgever: Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselveiligheid

### Recent patterns in Dutch Entrepreneurship and Innovation

Opdrachtgever: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid

### Leeftijdsbewust personeelsbeleid in CAO's:

in het primair en voortgezet onderwijs

Opdrachtgever: Sectorbestuur Onderwijsarbeidsmarkt (SBO)

### Full Color 2007,

Alloctoon onderwijspersoneel in het primair en voortgezet onderwijs

Opdrachtgever: Sectorbestuur Onderwijsarbeidsmarkt (SBO)

### Monitor buitenschoolse opvang

Opdrachtgever: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen

### Verkenning domein Confederatie Gespecialiseerde aannemers (CONGA)

Opdrachtgever: CONGA

### Economische kansen van etnische diversiteit

Opdrachtgever: Netherlands Institute for City Innovation Studies (Nicis Institute)

### Monitoring Reach

(Europese herziening van het stoffenregelgeving)

Opdrachtgever: Ministerie van VROM

### De watersector in Zuid-Holland

Opdrachtgever: Netherlands Water Partnership (NWP)

### Evaluatie NIOF-regeling

(Noordelijke Innovatie Ondersteuningsfaciliteit)

Opdrachtgever: Samenwerkingsverband Noord-Nederland (SNN)

### Meting toezichtlasten Centraal Fonds voor Volkshuisvesting

Opdrachtgever: Centraal Fonds voor Volkshuisvesting



EIM voert sociaal en economisch beleidsonderzoek uit voor overheden, beleidsinstanties en branche- en koepelorganisaties. Hiermee creëert EIM kennis over het bedrijfsleven en bedrijfsprocessen ten behoeve van beleidsbeslissingen. Opdrachtgevers zijn regionale, nationale en internationale partijen en instellingen. Verder is EIM oprichter en 'leading partner' van het European Network for Social and Economic Research (ENSR). Bij dit netwerk zijn 31 onderzoeksbureaus in evenzoveel landen betrokken. Ter versterking van het internationale netwerk en voor de contacten met de Europese Commissie heeft EIM een vestiging in Brussel. EIM maakt deel uit van Panteia, een groep van ondernemingen die full service bieden in beleidsonderzoek, beleidsadvisering en marktonderzoek.

### COLOFON

Deze nieuwsbrief is een uitgave van EIM en verschijnt driemaal per jaar.

EIM B.V., Italielaan 33, Postbus 2001, 2701 AA Zoetermeer  
T 079 343 02 00, F 079 343 02 02, E info@eim.nl, W www.eim.nl