

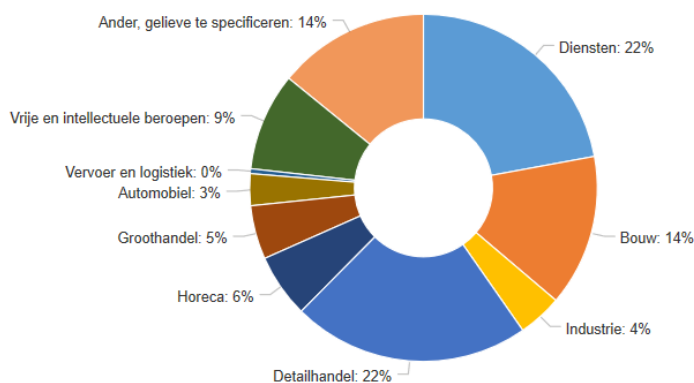
Veerkracht in tijden van corona

- ✓ 1 op 5 ondernemers twijfelt om te stoppen.
- ✓ Sinds de start van de coronacrisis heeft 1 op 3 ondernemers (31%) eigen middelen geïnvesteerd in de onderneming. 7% kon beroep doen op middelen van familie en/of vrienden.
- ✓ 58% heeft nieuwe inzichten opgedaan over de onderneming.
- ✓ 56% heeft een nieuw initiatief op poten gezet. Het meest voorkomende initiatief is de opstart van een nieuwe activiteit of het lanceren van een nieuw product/dienst: 1 op 5 van alle ondernemers heeft dat gerealiseerd.

Voor elke ondernemer en onderneming kwam de coronacrisis als een verrassing. De **impact** is **groot**. **Inkomsten** en **klanten** vallen terug. **Kosten** moeten opgevangen worden door creatieve initiatieven en steunmaatregelen van de overheid. Er is grote **onzekerheid**, bij bedrijfsleiders en bij werknemers, over wat de toekomst zal brengen op vlak van volksgezondheid en veiligheidsmaatregelen, alsook over de economische gevolgen die daarmee verbonden zijn.

Op 29 oktober stuurde UNIZO een ledenenquête via CheckMarket uit om meer inzicht te krijgen in hoe zelfstandigen en kmo's tot dusver zijn omgegaan met de crisis. Bij het afsluiten van de enquête op 12 november waren er **447 antwoorden**. De respondenten zijn actief in diverse Vlaamse provincies en in diverse sectoren (zie afbeelding). 36% heeft geen personeel in dienst en 36% heeft 1 tot 4 medewerkers. Nog eens 13% heeft 5 tot 9 medewerkers en 15% heeft er 10 of meer. 59% van de respondenten is man en 41% is vrouw. Iets minder dan de helft (45%) is langer dan 20 jaar actief als zelfstandige. 14% is maximaal 5 jaar actief, 14% is 6 tot 10 jaar actief en 27% is 11 tot 20 jaar actief.

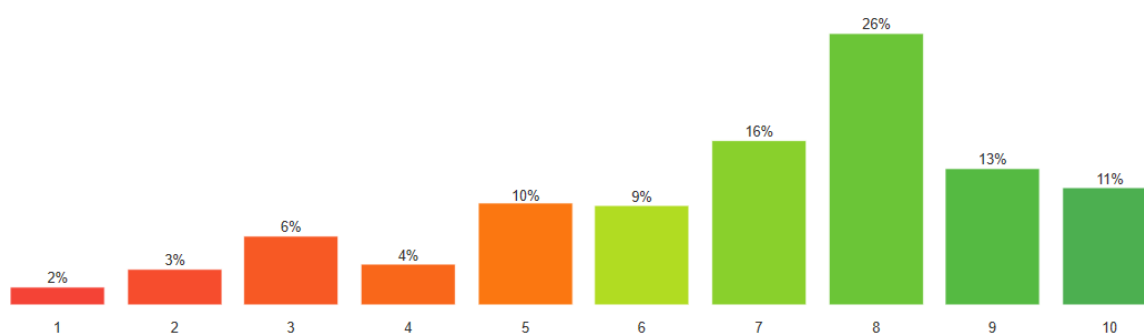
In welke sector bent u actief?



Emotionele impact

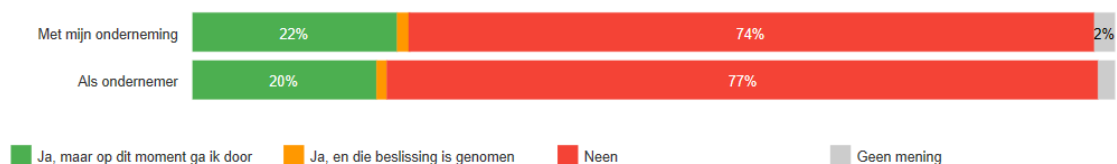
De coronacrisis zorgt niet alleen voor financiële impact, ook de emotionele impact is groot. Op de vraag in welke mate de crisis de **veerkracht op de proef stelt**, antwoordt 50% in grote mate (scores 8, 9 en 10). In de horecasector loopt dit aandeel zelfs op tot 69%. Er is geen verschil afhankelijk van hoe lang men actief is als zelfstandige, hoeveel medewerkers er in dienst zijn, of tussen mannen en vrouwen.

Veerkrachtig zijn betekent dat je de omstandigheden waarop je geen vat hebt, (h)erkent en accepteert, en oplossingen bedenkt voor datgene wat je wel kan beïnvloeden. Het gaat om het vermogen om overeind te krabbelen na tegenslagen, om schokken op te vangen zonder er aan ten onder te gaan. Op een schaal van 1 (niet) tot 10 (heel erg), in welke mate stelt de COVID-19-crisis uw veerkracht op de proef?



Op de vraag of men **twijfelt om te stoppen**, antwoordt 20% “ja, als ondernemer” en 22% “ja, met mijn onderneming”. Voor een kleine minderheid (telkens 1%) is die beslissing ook effectief genomen¹. Dat betekent dat de overgrote meerderheid voorlopig doorzet, ondanks de moeilijke omstandigheden. Tussen de ja-antwoorden is er veel overlap: slechts 4% twijfelt om te stoppen met de onderneming, maar niet als ondernemer. Omgekeerd is dit 1%. Er zijn geen verschillen naargelang het aantal jaren dat men actief is als zelfstandige, het aantal medewerkers of geslacht.

Twijfelt u om te stoppen als ondernemer en/of met uw onderneming?



Financiële impact

Er bestaan (en bestonden) heel wat **steunmaatregelen** voor ondernemingen en zelfstandigen in de vorm van premies, leningen, overheidsgaranties en uit- en afstellen van sociale bijdragen en andere belastingverplichtingen. Wat tot hiertoe echter onderbelicht bleef, is het gegeven dat ondernemers

¹ Mogelijks bereikte de enquête de groep van ondernemers die stoppen onvoldoende om te kunnen spreken van een representatief beeld.

ook met eigen middelen op de proppen kunnen komen, om op die manier de liquiditeit en/of de solvabiliteit van de onderneming te ondersteunen.

Op de vraag “heeft u door de COVID-19-crisis **eigen middelen** geïnvesteerd in uw onderneming” geeft **1 op 3 (31%)** ondernemers aan van wel. Men kon ook aangeven waarom: om de liquiditeit te verbeteren (19%), om de solvabiliteit te ondersteunen (1%) of allebei (11%). Dezelfde vraag stelden we ook in verband met **financiële middelen** van **familie** en/of **vrienden**. 7% van de ondernemers heeft daar beroep op kunnen doen. Daarnaast vroegen we ook om een bedrag te plakken op de investering van eigen middelen. 66 respondenten deden dat. De **mediaan** bedraagt **20.000 euro**.

Nieuwe inzichten en initiatieven

“Don’t let a good crisis go to waste” horen we vaak in de media. De coronacrisis schept inderdaad een unieke context om in te werken en ondernemen. Dit kan aanleiding geven tot nieuwe inzichten en/of het opzetten van nieuwe initiatieven, al dan niet uit noodzaak.

Op de vraag “Heeft de COVID-19-crisis u **nieuwe inzichten** gegeven over uw onderneming” antwoordt **58% ja**, 33% neen en 9% geen mening. We zien geen verschil naargelang hoe lang men actief als zelfstandige. Ook ervaren ondernemers hebben dus nieuwe zaken leren kennen. Wel is er een verschil naargelang de grootte van de onderneming. Van de zelfstandigen zonder personeel antwoordt 49% ja, tegenover 61% van de ondernemingen met 1 tot 9 medewerkers en 71% van de ondernemingen met 10 medewerkers of meer. Het hebben van personeel op zich is een belangrijke verklaring (bijv. regelingen rond telewerk).

Over welke inzichten gaat het precies? Meerdere antwoorden mogelijk.

Over welke inzichten gaat het precies? Meerdere antwoorden mogelijk.	% van de antwoorden	%
Klanten (gedrag, doelgroep, ...)		58%
Activiteit(en)		48%
Kosten (vaste kosten, variabele kosten, ...)		46%
Inkomsten (verkoop van producten/diensten, ...)		44%
Verkoopkanalen (online, bestelling, afhalen, ...)		40%
Personeel (afwezigheid, thuiswerk, overheidsmaatregelen, ...)		37%
Liquiditeit (cash flow, betaaltermijnen, ...)		28%
Productie- of dienstverleningsproces (efficiëntie, ...)		23%
Voorraadbeheer		22%
Leveranciers (levertermijnen, ...)		21%
Betalingsmogelijkheden (elektronisch, QR-code, ...)		16%
Concurrenten		16%
Solvabiliteit (leningen, afbetalingen, vreemd en eigen vermogen, ...)		14%
Doelstellingen en performantie-indicatoren van de onderneming		11%
Ander, gelieve te specificeren		9%

De nieuwe inzichten hebben vooral betrekking op **klanten** (58%), de **ondernemingsactiviteiten** (48%) en de **kosten** en **inkomsten** (46% en 44%). Ook de **verkoopkanalen** zijn niet onbelangrijk (40%).

Naast nieuwe inzichten vroegen we ook welke **nieuwe initiatieven** werden **opgezet** sinds de start van de coronacrisis. Ongeveer 40% geeft aan ‘geen enkele’ en 4% vinkt de optie ‘geen mening’ aan. Dat betekent dat **56%** daadwerkelijk met iets creatiefs en/of innovatiefs op de proppen is gekomen. De opstart van een nieuwe activiteit of het lanceren van een nieuw product/dienst komt het meest voor. Ten opzicht van alle ondernemers heeft 21% ofwel 1 op 5 dat gedaan. De omslag maken naar het digitale werken (15%) staat op plaats twee. De top vijf wordt vervolledigd door starten met online verkoop (12%), nieuwe beleveringswijzen (11%) en nieuwe klantendoelgroepen (10%).

Heeft de COVID-19-crisis u nieuwe initiatieven doen opzetten? Meerdere antwoorden mogelijk.

Heeft de COVID-19-crisis u nieuwe initiatieven doen opzetten? Meerdere antwoorden mogelijk.	% van de antwoorden	%
Neen		40%
Ja, opstart nieuwe activiteit(en), product(en) en/of dienst(en)		21%
Ja, omslag gemaakt naar het digitale werken (bijv. telewerk, online meetings)		15%
Ja, gestart met online verkoop (bijv. via webshop)		12%
Ja, nieuwe beleveringswijzen (bijv. thuislevering)		11%
Ja, nieuwe klantendoelgroepen (bijv. naast particulieren ook bedrijven)		10%
Ja, andere, gelieve te specificeren		9%
Ja, gestart met afhaalbaarheid (bijv. maaltijd)		6%
Geen mening		4%
Ja, werken met freelancers		4%