ZZP'ERS EN HUN MARKTPOSITIE

Onderzoek naar de mate waarin zzp'ers investeren in en ondersteuning (kunnen) krijgen bij het behouden en vergroten van hun marktpositie

- eindrapport -

drs. N. van den Berg
dr. J.W.M. Mevissen
drs. N. Tijsmans

Amsterdam, oktober 2009
Regioplan publicatienr. 1811

Regioplan Beleidsonderzoek
Nieuwezijds Voorburgwal 35
1012 RD Amsterdam
Tel.: +31 (0)20 - 5315315
Fax : +31 (0)20 - 6265199

Onderzoek, uitgevoerd door Regioplan Beleidsonderzoek in opdracht van de Raad voor Werk en Inkomen.

INHOUD

1 INLEIDING 1
1.1 Doel van het onderzoek 1
1.2 Afbakening van de onderzoeksgroep 2
1.3 Onderzoeksopzet 3
1.4 Leeswijzer 4
2 OMVANG EN ACHTERGRONDEN ZZP 5
2.1 De omvang van het verschijnsel zzp 5
2.2 Wie zijn de zzp'ers? 6
2.3 Waarom wordt of is men zzp'er? 7
2.4 De tijdsbesteding van zzp'ers 9
2.5 Welke juridische vorm? 10
3 DE MARKTPOSITIE VAN DE ZZP'ER 13
3.1 Inleiding 13
3.2 Hoe komt de zzp'er aan opdrachten? 14
3.3 Aantal opdrachtgevers en hun spreiding 18
3.4 Marktsituatie en bedrijfsvoering 20
3.4.1 De situatie begin 2009 20
3.4.2 De situatie onder zzp'ers medio 2009 22
3.4.3 De situatie onder de (opnieuw) geïnterviewde zzp'ers medio 2009 25
3.4.4 De verwachtingen voor het komende jaar 26
3.5 Perioden van inactiviteit: wat dan? 27
3.6 Financiële buffers 28
4 INVESTEREN IN HET ZZP-SCHAP 31
4.1 Marktstrategieën 31
4.2 Samenwerken en netwerken 35
4.3 Scholing 39
4.3.1 Welk type scholing volgt men? 39
4.3.2 Hoeveel scholing per type volgt men? 42
4.3.3 Het belang van scholing 43
4.3.4 Waarom geen scholing gevolgd? 44
4.4 Voorkomen van uitval en arbeidsongeschiktheid 48
4.5 Gevolgen van ouder worden voor zzp-schap 51
4.6 Knelpunten van zzp'ers 52
5 ONDERSTEUNING: BEHOEFTE EN AANBOD 55
5.1 Het bestaande ondersteuningsaanbod in vogelvlucht 55
5.2 Ondersteuningsbehoeften van zzp'ers 58
5.3 Experts over ondersteuningsbehoeften van zzp'ers 62
6 SAMENVATTING 67
6.1 Het verschijnsel zzp'er in het kort 68
6.2 De Marktpositie van de zzp'er 68
6.3 Investeren in het zzp-schap 70
6.4 Mogelijke knelpunten 71
6.5 Ondersteuningsbehoeften? 72
LITERATUUR 75

BIJLAGE 1 79
Lijst van geïnterviewde deskundigen 79
BIJLAGE 2 81
Lijst van zzp'ers en hun kenmerken 81
BIJLAGE 3 83
Deelnemers aan de groepsgesprekken 83
BIJLAGE 4 85
Responsverantwoording Enquête 85
BIJLAGE 5 87
Tabellenoverzicht hoofdstuk 2 87
BIJLAGE 6 91
Tabellenoverzicht hoofdstuk 3 91
BIJLAGE 7 103
Tabellenoverzicht hoofdstuk 4 103

1 INLEIDING

De zelfstandige zonder personeel, ook wel zzp'er, freelancer of ondernemer zonder personeel genoemd, staat sterk in de belangstelling. Dit hangt samen met het feit dat het aantal zzp'ers al enige jaren zeer snel groeit.
Werken als zelfstandig ondernemer zonder personeel heeft een grote aantrekkingskracht vanwege de autonomie die men heeft: het in zekere mate zelf kunnen bepalen welk werk men doet, waar, wanneer en op welke wijze. Bovendien biedt het zzp-schap ook in financieel opzicht meer autonomie: men is niet verplicht verzekerd voor werkloosheid, ziekte en arbeidsongeschiktheid en men kan ook anders beslissen over het sparen voor de oudedags-voorziening, het verzekeren van aansprakelijkheid of het doen van investeringen. Kortom: men kan in hoge mate zelf bepalen wat men met het verdiende geld doet.
Tegelijkertijd kent het zzp-schap flinke uitdagingen, zoals de voortdurende noodzaak om nieuwe opdrachten te verwerven en de (financiële) onzekerheid als vervolgopdrachten enige tijd op zich laten wachten (zie ook Bartels/EIM, 2008).

Zzp-schap is een van de manieren om een inkomen te genereren op de arbeidsmarkt. Het pad van studie, werken (al dan niet in loondienst) en tussen je zestigste en 65^{e} stoppen met werken is niet meer vanzelfsprekend en kent vele varianten. Rolveranderingen tussen ondernemer, freelancer en werknemer worden in de toekomst steeds frequenter. Een deel van de professionals in de kenniseconomie zal in zijn/haar leven meerdere rollen vertolken en soms zelfs tegelijkertijd verschillende rollen bekleden (Van den Born, 2009). Deze constatering geldt niet alleen voor de hoog opgeleide kenniswerkers, maar bijvoorbeeld ook voor de lager geschoolden 'blue collar zzp'ers'.
Tegelijkertijd is het zzp-schap niet altijd even scherp te duiden. Ze zijn (formeel) zelfstandig ondernemer, maar vertonen soms ook overeenkomsten met werknemers (met name wanneer hun werkzaamheden ook in loondienst (kunnen) worden uitgevoerd). Dit komt ook tot uitdrukking in het feit dat zowel werkgevers- als werknemersorganisaties zzp'ers tot hun doelgroep voor belangenbehartiging rekenen. Tegelijkertijd verenigen zzp'ers zich ook in eigen belangenorganisaties.

1.1 Doel van het onderzoek

De RWI heeft Regioplan opdracht gegeven voor een onderzoek naar de marktpositie van zzp'ers. Met deze kennis wil de Raad voor Werk en Inkomen inzicht krijgen in het vermogen van zzp'ers om nu en in de toekomst opdrachten te verwerven en in de rol die scholing en netwerken spelen in hun inzetbaarheid.

Om inzichtelijk te maken op welke wijze zzp'ers bezig zijn met hun toekomstig vermogen om opdrachten te verwerven en welke inspanningen ze doen om hun marktpositie en inzetbaarheid te versterken, zijn de volgende twee centrale onderzoeksvragen geformuleerd:

1. Hoe is de marktpositie van zzp'ers te kenschetsen en in welke mate investeert de groeiende groep van zzp'ers in de eigen inzetbaarheid en scholing om zodoende hun werkzekerheid te vergroten en hun kans op werkloosheid of arbeidsongeschiktheid te verkleinen?
2. Op welke wijze kunnen zzp'ers hierin worden gestimuleerd en ondersteund door opdrachtgevers, bonden, beroepsverenigingen, branche- en sectororganisaties, opleidingsinstituten en de overheid?

Uit deze centrale vragen vloeien verschillende hoofdonderwerpen voort die aan de hand van de volgende thema's zijn ingedeeld:

- *Omvang en kenmerken van het verschijnsel zzp'er*, zoals achtergrondkenmerken van de zzp'ers (leeftijd, geslacht, opleiding, etniciteit, aantal jaren werkervaring, sector, juridische vorm) en aanleiding en reden van de keuze voor het zzp-schap.
- *De huidige marktpositie,* zoals hoe men aan opdrachten komt, heeft men voldoende opdrachten, spreiding van opdrachten over meer opdrachtgevers en branches en de invloed van de economische situatie op de marktpositie.
- *Investeren in de marktpositie op de langere termijn*: met aandacht voor acquisitie, netwerken, samenwerken en scholing.
- *Preventieve houding*: hoe voorkomen zzp'ers (de gevolgen van) uitval en arbeidsongeschiktheid en wat zijn de gevolgen van het ouder worden?
- *Beleidsbehoefte*: in hoeverre moeten of kunnen zzp'ers ondersteund of gestimuleerd worden tot bepaald gedrag? Welke rol kunnen of moeten belangenorganisaties hebben in het ondersteunen en het stimuleren van zzp'ers?

1.2 Afbakening van de onderzoeksgroep

Er is op dit moment geen eenduidige definitie van het begrip zelfstandig ondernemer zonder personeel. In de literatuur die in dit onderzoek wordt aangehaald, worden verschillende definities gehanteerd en ook (overheids)-instellingen gebruiken niet allemaal dezelfde definities. Op het moment van het uitvoeren van dit onderzoek beziet het kabinet of stroomlijning kan plaatsvinden in de (fiscale) definities die worden gehanteerd voor zelfstandigen.

Voor dit onderzoek is de volgende afbakening aangehouden. Een zzp'er:

- werkt voor eigen rekening en risico;
- heeft geen personeel in dienst;

- biedt vooral de eigen arbeid aan;
- werkt voor bedrijven (business tot business) en/of particulieren;
- besteedt aan de activiteiten een substantieel deel van de werkweek (minimaal 2-2,5 dag per week);
- heeft geen substantiële kapitaalgoederen (zoals binnenschippers; kleinere kapitaalgoederen, zoals een auto(busje) of kantoorruimte worden hier niet onder verstaan);

De rechtsvorm van de onderneming is niet relevant voor deze afbakening.

1.3 Onderzoeksopzet

Het onderzoek bestaat uit verschillende delen, te weten:

1. verkenning bestaande literatuur;
2. interviews met zzp'ers en experts;
3. enquête onder zzp'ers;
4. groepsgesprekken met experts.

Verkenning bestaande literatuur

De eerste stap in dit onderzoek bestond uit een verkenning van de beschikbare literatuur over zzp'ers. Op basis van de verzamelde literatuur kon een schets van de (arbeids)markt van zzp'ers gemaakt worden. Dit bood tevens inzicht in de thema's die in de interviews met zzp'ers en experts aan de orde gesteld moesten worden. In de literatuurlijst is een overzicht van de beschikbare literatuur gegeven.

Interviews met zzp'ers en experts

De tweede stap in dit onderzoek was het interviewen van experts die werken voor branche- en beroepsorganisaties, vakbonden, werkgeversorganisaties, de Kamer van Koophandel en specifieke belangenorganisaties voor zzp'ers. Vervolgens zijn er in totaal 34 zzp'ers geïnterviewd die werkzaam zijn in de bouw (stukadoors en elektriciens), zorg (fysiotherapeuten en verzorgenden) en zakelijke dienstverlening (adviseurs, fotografen/journalisten en interim managers). Zie voor de kenmerken van deze respondenten bijlage 1.
Bij de selectie van de beroepsgroepen hebben we een aantal zaken in acht genomen. We wilden een weerspiegeling van zowel blauwe als witte boorden beroepen en een aantal 'lichtblauwe' boorden (een tussengroep als het ware). Ook is er rekening gehouden met beroepen waarin scholing zeer noodzakelijk dan wel min of meer verplicht is (in verband met registraties, certificaties, et cetera) en beroepen waarin dit minder dringend is.
De zzp'ers zijn de eerste keer begin 2009 geïnterviewd. Omdat de crisis op de financiële markten in 2009 steeds duidelijker een economische crisis werd hebben wij in augustus besloten deze groep opnieuw naar de invloed van de economische situatie en om een beoordeling van hun marktpositie te vragen. Ruim de helft van deze groep bleek bereikbaar (in totaal 19 zzp'ers).
In bijlage 1 is een overzicht van te geïnterviewde experts weergegeven en in

bijlage 2 is een geanonimiseerd overzicht van de geïnterviewde zzp'ers opgenomen.

Enquête onder zzp'ers
Na afronding van het kwalitatieve onderzoek is gekozen voor een verbreding van enkele onderzoeksthema's door middel van een enquête. Hiertoe is een representatieve steekproef getrokken uit een aangekocht bestand van bedrijven met één werkzame persoon/zonder werknemers. In totaal 626 vooraf gescreende zzp'ers hebben een internetenquête ingevuld met vragen over hoe ze aan nieuwe opdrachten komen, hoe ze aantrekkelijk blijven voor (toekomstige) opdrachtgevers en welke uitdagingen, knelpunten en/of problemen ze daarbij tegenkomen.
In bijlage 4 is de aanpak en de responsverantwoording van de enquête beschreven. De bijlagen 5, 6 en 7 bevatten alle relevante tabellen. De representativiteit van de enquêtepopulatie is moeilijk te toetsen (vanwege de afwezigheid van een referentiebestand zzp'ers). Afgaand op een non-respons onderzoek lijken zzp'ers in de zakelijke dienstverlening en hoogopgeleide zzp'ers oververtegenwoordigd in de uiteindelijke enquêtepopulatie. Daarom zijn alle variabelen steeds bekeken op verschillen naar opleidingsniveau (maximaal mbo versus hbo en hoger). Tevens is steeds expliciet gekeken naar verschillen tussen sectoren.

Groepsgesprekken met experts
Als laatste zijn er twee groepsgesprekken met experts gehouden. Deze groepsgesprekken waren vooral bedoeld om de bevindingen uit het onderzoek door te spreken op hun eventuele implicaties voor beleid. Daarbij is op verzoek van de RWI een onderscheid gemaakt naar het niveau dan wel type werk van de zzp'ers. In één groepsgesprek lag de focus op de uitkomsten voor zzp'ers die werkzaam zijn in de meer traditionele beroepen/vakken, veelal op maximaal mbo-niveau. Dan gaat het bijvoorbeeld over zzp'ers in de bouw, de zorg, de taxibranche, de landbouw of de uiterlijke verzorging.
Het tweede groepsgesprek ging over de uitkomsten voor zzp'ers in het algemeen, met speciale aandacht voor de meer hoger opgeleide zzp'er (bijvoorbeeld in de zakelijke dienstverlening).
De deelnemers aan de beide groepsgesprekken zijn te vinden in bijlage 3.

1.4 Leeswijzer

De opbouw van het rapport volgt de hoofdthema's van het onderzoek.
In hoofdstuk 2 beschrijven we de omvang van het zzp-schap en de karakteristieken van zzp'ers. In hoofdstuk 3 beschrijven we de marktpositie van de zzp'ers en in hoofdstuk 4 geven we weer hoe zzp'ers investeren in hun toekomst en welke knelpunten zij daarbij ondervinden. Hoofdstuk 5 gaat in op de behoefte aan ondersteuning van zzp'ers en de verbetermogelijkheden daarin.

2 OMVANG EN ACHTERGRONDEN ZZP

2.1 De omvang van het verschijnsel zzp

De schattingen van het aantal zzp'ers in Nederland verschillen sterk van elkaar. Veel hangt af van de gebruikte databronnen, omdat die elk met andere definities werken en elk hun eigen beperkingen hebben. Is een detaillist of een binnenschipper die zonder personeel werkt nu een zzp'er? In hoeverre is de rechtsvorm bepalend: moeten ook DGA's meegeteld worden? Hoe om te gaan met zzp'ers die zich vanuit het buitenland aanbieden en al dan niet een Nederlandse rechtsvorm daarbij gebruiken? Hoe gaan we om met zzp'ers die een beperkt aantal uren per week werken?

In 2008 telde het CBS 641.000 zelfstandigen zonder personeel op een totale beroepsbevolking van 7.410.000 personen. Het aandeel zzp'ers in de beroepsbevolking is sinds 1996 met 67 procent gegroeid van 6 procent tot bijna 9 procent. Uit recente cijfers van het CBS blijkt echter dat in het tweede kwartaal van 2009 (vooralsnog) een eind gekomen is aan deze groei (CBS Webmagazine 2 september 2009). Of dat een tijdelijke stagnatie is of een meer structurele is nog moeilijk te zeggen.

De afgelopen jaren is het aandeel bedrijven met één werknemer gestegen van 17 procent (N= 169.300) in 1998 naar 21,4 procent (N= 325.400) in 2008 (Bron: KvK, berekening Regioplan). Die groei varieert in de tijd en tussen sectoren. In de periode 2002-2006 is de groei kleiner geweest dan in de daaraan voorafgaande periode en de erop volgende periode. Sectoren met een sterke groei waren onder andere: de zakelijke dienstverlening, de financiële sector, adviesdiensten en de bouwnijverheid. De meeste zzp'ers zijn actief in de sectoren zakelijke dienstverlening, de culturele sector en de sector overige dienstverlening. Daarbij kennen de sectoren waarin zzp'ers werkzaam zijn vaak een arbeidsintensief karakter, een relatief grote vraag naar arbeid, lage toetredingsdrempels en een sterke behoefte aan flexibiliteit in de personeelsinzet (o.a. Van den Born, 2009).

Verschillende schattingen

Afhankelijk van de gebruikte definities liepen de schattingen van het aantal zzp'ers in 2006 uiteen van 250.000 (Rabobank) tot 550.000 (FNV). In 2008 varieerden de schattingen van 250.000 (bandbreedte 200.000 tot 300.000; Vroonhof e.a., 2008) en ruim 300.000 (KvK) tot ruim een miljoen in 2009 (MKB-Nederland). Zelfs in de meest conservatieve schatting van de Kamers van Koophandel is het aandeel zelfstandigen zonder personeel gegroeid naar ruim een vijfde van alle ondernemingen in Nederland.

De meningen verschillen over het effect van de huidige economische crisis op het zelfstandig ondernemen zonder personeel. Er is sinds kort sprake van een daling van het aantal zzp'ers en de groei van het aantal zzp'ers blijkt in het laatste decennium vooral te zijn opgetreden in de economisch beste jaren. Het is daarom waarschijnlijk dat in 2009 en mogelijk ook de daaropvolgende jaren het aantal zzp'ers zal dalen. Niet alleen omdat het starten als zzp'er lijkt samen te gaan met economische voorspoed. Ook omdat het aantal bedrijfsbeëindigingen, waarschijnlijk ook onder zzp'ers, in de huidige recessie toeneemt.
Hoe dan ook lijkt het verschijnsel zzp vaste voet verworven te hebben op de arbeidsmarkt en in de economie.

2.2 Wie zijn de zzp'ers?

Kenmerken van zzp'ers:
Er zijn het afgelopen decennium verschillende onderzoeken naar zzp'ers uitgevoerd. Deze onderzoeken verschillen in gebruikte definities en afbakeningen[1] en geven daardoor op accenten verschillende beelden van de kenmerken van zzp'ers. Het overall-beeld komt echter in grote mate overeen tussen verschillende bronnen. Onderstaande gegevens over kenmerken van zzp'ers zijn gebaseerd op recente gegevens van het CBS (CBS, 2009):

- Zzp'ers zijn gemiddeld 44 jaar en daarmee ouder dan de gemiddelde werknemer. Dat komt onder andere omdat zzp'ers vaak starten na een (flinke) periode in loondienst. In dit gegeven is niet verdisconteerd dat doorwerken na de pensioenleeftijd bereikt te hebben onder zzp'ers meer voorkomt.[2] In de CBS populatie is 48 procent 45 jaar of ouder.
- Ongeveer tweederde van de zzp'ers is man (onder de werkzame beroepsbevolking is dit 57procent). Het aandeel mannelijke zzp'ers neemt af.
- Bijna één op de vijf zzp'ers is van allochtone herkomst. Deze verdeling is onder werknemers nagenoeg gelijk.
- Zzp'ers zijn over het algemeen hoger opgeleid dan de werkzame beroepsbevolking: 38 procent is hoogopgeleid tegen 33procent van de werkenden. Het aandeel hoger opgeleiden groeit onder zzp'ers ook sneller dan binnen de werkzame beroepsbevolking.
- Zzp'ers werken gemiddeld meer uren dan de doorsnee werkende (42 uur respectievelijk 35 uur per week).

Onderstaande kenmerken van zzp'ers zijn gebaseerd op onze eigen enquête, aangevuld met bevindingen uit het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008):

[1] Zo worden tussen sectoren verschillen in achtergrondkenmerken van zzp'ers geconstateerd. Deze verschillen hangen direct samen met de kenmerken van de sector.

[2] Ook starten zzp'ers vaak pas na hun pensionering.

- Het merendeel (ruim 70 procent van de zzp'ers) is vanuit loondienst gestart, 7 procent vanuit een uitkeringssituatie, 5 procent was schoolverlater en bijna 6 procent was ondernemer met personeel.
- In onze responsgroep combineert 13 procent het zzp-schap met
- werknemerschap. Voor bijna driekwart van de zzp'ers is de eigen onderneming de enige inkomstenbron. Naast de inkomsten als zzp'er heeft 12 procent ook inkomsten uit loondienst (Vroonhof e.a., 2008).
- Meer dan de helft van de zzp'ers heeft een netto maandinkomen onder modaal (Vroonhof e.a., 2008).
- Ongeveer tweederde van de zzp'ers geeft aan absoluut geen intentie te hebben om personeel aan te nemen. Eén op de drie respondenten sluit niet uit in de toekomst personeel aan te gaan nemen. Slechts 1,6 procent heeft concrete plannen daartoe. In het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) is dit 5 procent.

2.3 Waarom wordt of is men zzp'er?

In deze paragraaf willen we de vraag beantwoorden waarom zzp'ers ervoor kiezen om voor zichzelf te beginnen. Het antwoord op deze vraag bestaat uit twee elementen, zo bleek uit de interviews met zzp'ers. Enerzijds is er het motief van de zzp'er om voor zichzelf te beginnen en anderzijds is er de situatie die aanleiding gaf om de keuze te maken. Het is belangrijk beide van elkaar te onderscheiden.

Motief
Uit de interviews met de zzp'ers komt naar voren dat de belangrijkste reden (het motief) waarom zzp'ers kiezen voor een zelfstandig bestaan is, dat het hen in staat stelt om in zekere mate zelf te kunnen beslissen hoe hun werk uit te voeren en in te richten en hun kennis en vaardigheden verder te ontplooien. Dit vonden we ook terug in de literatuur (Rabobank, 2007, IJdens, 2004 en Vroonhof e.a., 2008).
Hiervan afgeleide motieven zijn: de flexibiliteit die het zzp-schap biedt in de tijdsbesteding en de variatiemogelijkheden in het werk.
Volgens Van den Born (2009) zijn de vijf belangrijkste motieven voor hoger opgeleide zzp'ers (in volgorde van belang):
- flexibiliteit in tijdsbesteding;
- variatie in uit te voeren werk;
- betere balans te realiseren tussen werk en privé;
- betere beloning;
- meer uitdaging.

Naarmate een motief sterker gevoeld wordt, zal de afweging om als zelfstandige verder te gaan eerder gemaakt gaan worden. Zo gaven twee zzp'ers in de bouw aan dat hun baas dusdanig veel geld verdiende aan hun arbeid, dat ze daar graag zelf de vruchten van wilden plukken. Vaak is echter

een aanleiding (bijvoorbeeld ruzie met die baas, een reorganisatie of faillissement van het bedrijf waar men werkt) nodig om de overstap daadwerkelijk te maken.
Naarmate de motieven sterker zijn, is ook de keuze een meer bewuste. Het grootste deel van de geïnterviewde zzp'ers gaf aan heel bewust voor het zzp-schap te hebben gekozen, vooral vanwege de voordelen die dit bood. Zo gaven twee vrouwelijke zzp'ers aan, na jaren niet gewerkt te hebben in verband met de zorg voor hun kinderen, bewust te hebben gekozen voor het zzp-schap (vanwege de vrijheid en ruimte om zorg en arbeid te combineren) in plaats van voor werknemerschap.
Het komt echter ook voor dat min of meer automatisch voor het zzp-schap wordt gekozen. Uit interviews met experts kwam naar voren dat het bij sommige beroepsgroepen vaker voorkomt dat direct na het afronden van de opleiding als zelfstandige wordt gestart. Dit geldt voor bijvoorbeeld fotografen en journalisten. Deze professionals rollen dan als het ware in hun zzp-schap en maken niet bewust een afweging tussen de voordelen en nadelen van zelfstandig ondernemen en een dienstbetrekking in loondienst.

Aanleiding
De aanleiding is een situatie die de zzp'er aanzet tot het nemen van de beslissing om als zelfstandige aan het werk te gaan. Deze situatie kan zich voordoen terwijl de zzp'er in loondienst werkt, een uitkering heeft of schoolverlater is.
We menen op basis van de verhalen van de respondenten een onderscheid te kunnen maken tussen pushfactoren (min of meer dwingende, negatieve, omstandigheden) en pullfactoren (kansrijke aanleidingen).
Soms is er ook gewoon een momentum, zonder dat de situatie als kansrijk of negatief kan worden aangeduid. Deze driedeling illustreren wij met door respondenten gegeven voorbeelden.

<u>Kansrijke aanleidingen</u>
- Twee zzp'ers in de bouw gaven aan dat ze het bedrijf van hun vader konden overnemen en dat dit de aanleiding was om voor zichzelf te beginnen.
- Een adviseur gaf aan de reorganisatie van zijn afdeling als aanleiding te zien om voor zichzelf te beginnen, waarbij de ontslagvergoeding die hij kreeg, goed van pas kwam.
- Een elektricien zag zijn werkgever failliet gaan en kreeg van de opdrachtgevers van zijn baas de vraag of hij 'freelance' voor hen wilde gaan werken.
- Een kansrijke aanleiding kan zich ook in de loop van de jaren opbouwen. In het voorgaande voorbeeld heeft de elektricien in de loop van de tijd een netwerk van opdrachtgevers opgebouwd. Iets vergelijkbaars lijkt zich meer structureel voor te doen bij interim-managers en adviseurs. Zij kiezen op latere leeftijd vaker voor het zzp-schap. Ze nemen niet alleen de kennis die ze tijdens hun dienstverband hebben opgedaan mee in hun ondernemerschap, maar ook de contacten die ze in die periode hebben opgedaan.

Dwingende en negatieve omstandigheden

- Twee verzorgenden waren het niet eens met de manier waarop hun werkgevers de zorg voor de patiënten inrichten. Zij vonden hierin een aanleiding om hun werk als zzp'er volgens eigen, 'hogere' normen te gaan doen. Door de geïnterviewde experts in de zorgsector werd aangegeven dat deze aanleiding onder zzp'ers in de zorg vaker voorkomt.
- Twee zzp'ers gaven aan geen werk in loondienst te kunnen vinden. Eén van deze twee was net afgestudeerd.
- Schattingen over het aantal zzp'ers dat min of meer gedwongen (m.n. door de voormalige werkgever) voor zichzelf is begonnen, lopen uiteen van 2 procent (Vroonhof e.a., 2008) tot circa 10 procent (Van den Born, 2009).

Het momentum gebruiken

- Een kwart van de geïnterviewden zag het naderende einde van het dienstverband als aanleiding om voor het zzp-schap te kiezen of om, zoals één respondent aangaf, 'een droom eindelijk eens te verwezenlijken en een eigen bedrijf te beginnen'.
- Voor één respondent was het niet verlengen van zijn jaarcontract de aanleiding om na te denken over zelfstandig ondernemerschap. Dat hij ten tijde van het starten van zijn bedrijf een uitkering had, wilde volgens hem niet zeggen dat hij uit (financiële) nood handelde.
- Een stukadoor die in de avonduren bijkluste, kreeg hierover een conflict met zijn werkgever en koos ervoor om zelf ontslag te nemen en bij ontslag te onderhandelen over een ontslagvergoeding. Deze kreeg volgens de respondent de vorm van negen maanden aan declarabele uren die hij voor zijn (ex-)werkgever kon gaan doen als zelfstandige.

Uit de interviews met zzp'ers blijkt dat ze gemiddeld genomen tevreden zijn met het feit dat ze als zzp'er werken en niet in loondienst werkzaam zijn. Dit beeld wordt bevestigd door beschikbaar kwantitatief onderzoek onder zzp'ers [3] Dit is ongeacht de aanleiding die hen tot zzp-schap bracht. De twee geïnterviewde zzp'ers die vanuit een uitkeringssituatie zelfstandig zijn geworden, gaven bijvoorbeeld aan dat het zzp-schap dusdanig goed beviel dat ze er voor hebben gekozen om deze vorm van werken te blijven voortzetten en niet terug te keren naar het werken in loondienst.

2.4 De tijdsbesteding van zzp'ers

De geënquêteerde zzp'ers werken gemiddeld 37 uur per week. Ruim dertig procent van de zzp'ers werkt meer dan veertig uur per week. Tot deze uren horen ook bijvoorbeeld uren voor administratie, het schrijven van offertes, het

[3] In de onderzoekspopulatie van Bartels/EIM (2008) is 75% van de respondenten positief tot zeer positief over het zzp-schap.

volgen van opleidingen, et cetera. Laag tot middelbaar opgeleiden maken gemiddeld meer uren per week dan hoogopgeleiden (zie tabel 2.1).

Tabel 2.1 Werkzame uren per week (n=624)[4]

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=328)	Totaal (n=624)
1 tot 10 uur	2%	2%	2%
11 tot 20 uur	15%	14%	15%
21 tot 30 uur	17%	13%	15%
31 tot 40 uur	30%	44%	37%
41 tot 50 uur	23%	16%	19%
51 tot 60 uur	10%	9%	10%
meer dan 60 uur	2%	2%	2%

Bron: Regioplan 2009

Ook tussen sectoren zijn verschillen te zien. Met name in de bouw worden lange werkweken gemaakt. Meer dan de helft (52%) van de respondenten in deze sector maakt werkweken langer dan veertig uur. Dit bleek ook al uit de gesprekken met zzp'ers. In de sector onderwijs en gezondheidszorg is sprake van relatief korte werkweken, bijna de helft (49%) werkt elf tot dertig uur per week (zie ook tabellenbijlage: tabel B2.3).

2.5 Welke juridische vorm?

Een zzp'er kan voor zijn of haar bedrijf uit verschillende rechtsvormen kiezen. Daarbij spelen onder andere fiscale aspecten, aansprakelijkheid en de behoefte aan vreemd vermogen een rol.
Uit de meest recente gegevens van de Kamer van Koophandel (augustus 2009) blijkt de verdeling van rechtsvormen onder ondernemingen met één werknemer als in onderstaande tabel 2.2 te zijn.

Tabel 2.2 Rechtsvormen van ondernemingen met minimaal en maximaal één werknemer

Rechtsvorm	Aantal	Percentage
Eenmanszaak	441.990	83%
Bv	76.602	14%
Vof	6.963	1%
Overig (stichting, maatschap etc.)	9.263	2%
Totaal	**534.818**	**100%**

Bron: Kamer van Koophandel, 2009

[4] In de screeningsvragen is de vraag gesteld 'Besteedt u gemiddeld minimaal twee dagen per week aan het uitvoeren van opdrachten, administratie, acquisitie van opdrachten etc.?'. Alleen wanneer respondenten beantwoorden met 'Ja' zijn zij uitgenodigd voor het invullen van de vragenlijst. Dit verklaart het geringe aantal respondenten dat minder dan 10 uur per week werkt.

Als men geen personeel in dienst heeft, wordt vaak gekozen voor een eenmanszaak, waarbij de aansprakelijkheid van het bedrijf volledig bij de zelfstandige ligt. In 2000 (Korver, 2003) was de eenmanszaak de meest gekozen ondernemingsvorm (59%), vooral bij vrouwen. Mannen kozen daarnaast ook vaak voor een bv (25%), hetgeen zou samenhangen met het feit dat mannen de meer kapitaalintensieve bedrijven hebben. De vof kwam bij mannen op de derde plaats en bij vrouwen op de tweede. Een maatschap, cv of nv kwam maar weinig voor.

Ook het merendeel van de geïnterviewde zzp'ers heeft een eenmanszaak. Een tweetal van hen was eerder betrokken bij een vof. Deze werd omgezet in een eenmanszaak bij het vertrek van de partner.
De vof is vaker bij de respondenten aangetroffen. Redenen om voor deze rechtsvorm te kiezen, lopen uiteen van het kunnen bundelen van de krachten en zo de concurrentie met grotere ondernemingen aan te kunnen tot het elkaar kunnen ondersteunen (in sociaal opzicht, maar ook via overleg en overnemen van werk).

Een aantal zzp'ers gaf aan dat een (belasting)adviseur of de accountant advies heeft gegeven over de fiscale vorm.

Opgemerkt dient te worden dat het aantal zzp'ers wat een bv heeft, mogelijk zal toenemen. Er staat een wetswijziging op stapel die het gemakkelijker gaat maken om een bv te starten. Startende ondernemers kunnen dan eerder een bv oprichten, omdat het verplichte minimumkapitaal van € 18.000,- en een aantal formaliteiten bij de oprichting (bankverklaring, accountantsverklaring) worden afgeschaft. De verwachte invoeringsdatum is 1 januari 2010.

3 DE MARKTPOSITIE VAN DE ZZP'ER

De geïnterviewde zzp'ers zijn over het algemeen vooral bezig met de huidige opdracht en met de mogelijke opdracht van morgen. De meeste zzp'ers kijken, voor wat betreft hun opdrachtenportefeuille en marktpositie, niet ver vooruit. De zzp'ers geven aan weinig met hun marktpositie bezig te zijn. In meerdere en mindere mate besteden ze desondanks aandacht aan acquisitie, samenwerken, netwerken, productontwikkeling, et cetera. Het lijkt eerder een semantische kwestie te zijn: de woorden marktpositie en concurrentiepositie liggen buiten het gebruikelijke vocabulaire van de meeste zzp'ers. De kennis en vaardigheden die zzp'ers zelf niet in huis hebben om hun bedrijf te kunnen voeren of opdrachten te kunnen uitvoeren, vullen ze voornamelijk aan door samen te werken met andere zzp'ers.

3.1 Inleiding

Zzp'ers werken voor eigen rekening en risico en moeten daarbij oog hebben voor hun marktpositie en de kans op leegloop en arbeidsongeschiktheid. Niet investeren (in hulpmiddelen of in de eigen kennis en vaardigheden) of meer in algemene zin geen aandacht hebben voor behoud of verbetering van de concurrentiepositie kan, zoals voor elke onderneming geldt, effect hebben op resultaten in de toekomst.
We hebben zzp'ers gevraagd hoe ze aan hun opdrachten komen, of ze voldoende opdrachten hebben, hoe ze perioden van inactiviteit invullen en in hoeverre ze de effecten van de crisis in hun bedrijfsvoering voelen. Vragen die heel concreet in kaart brengen op welke manier de zzp'er met zijn *huidige* marktpositie bezig is.
In dit hoofdstuk beschrijven we de mate waarin zzp'ers met hun huidige marktpositie bezig zijn. In het volgende hoofdstuk beschrijven we wat zzp'ers doen om hun marktpositie op de langere termijn te verstevigen.

De informatie in dit hoofdstuk is afkomstig uit de diepte-interviews die begin 2009 zijn afgenomen, de enquête van medio 2009[5] en een kort telefonisch vervolginterview in augustus 2009.[6]

[5] Alleen significante uitkomsten zijn in de tekst verwerkt. Zie ook de tabellenbijlage.

[6] De zzp'ers zijn begin 2009 uitgebreid geïnterviewd. Men gaf bij die gelegenheid doorgaans aan nog geen of nauwelijks effect te ondervinden van de crisis. Omdat het onderzoek werd uitgebreid met een kwantitatieve analyse en daardoor de oplevering van het rapport over de zomer heen werd getild, drong zich de vraag op of de economische crisis inmiddels wel zijn uitwerking had op de geïnterviewde zzp'ers. Om dit na te gaan zijn de eerder geïnterviewde zzp'ers opnieuw benaderd. Ongeveer twee derde van de respondenten is opnieuw bereikt en bevraagd. In de periode van deze nabelactie (augustus) was een derde van de respondenten onbereikbaar, ondanks verschillende bel- en e-mailpogingen.

3.2 Hoe komt de zzp'er aan opdrachten?

Veruit het grootste deel (63%) van de ondervraagde zzp'ers komt aan zijn opdrachten via een zakelijk netwerk: (oud-)collega's, (oud-)opdrachtgevers en of (oud-)klanten.
Ook zzp'ers in de interviews geven regelmatig aan dat veel opdrachten via mond-tot-mondreclame naar ze toekomen. Dat neemt niet weg dat ze ook zelf via de genoemde kanalen actief achter opdrachten aangaan.
Andere belangrijke kanalen om aan opdrachten te komen zijn:

- door zelf actief potentiële opdrachtgevers te benaderen (45%);
- samenwerking met collega-zzp'ers of netwerkorganisaties (37%);
- via contacten in de privé-sfeer (37%) en
- door te adverteren (27%).

Hoogopgeleiden maken in vergelijking met laag tot middelbaar opgeleiden vaker gebruik van een zakelijk netwerk en collega-zzp'ers. Ook benaderen hoogopgeleiden vaker zelf opdrachtgevers.
Laag tot middelbaar opgeleiden maken vaker gebruik van hun privé-netwerk. Verder adverteren laag tot middelbaar opgeleiden relatief vaak en maken met name hoogopgeleiden gebruik van bemiddelingsbureaus.

Tabel 3.1 Gebruikte wervingskanalen

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)	Totaal
Via een zakelijk netwerk zoals bijvoorbeeld een oud-collega, (oud-)opdrachtgever en/of (oud-)klanten	51%	74%	63%
Door zelf actief potentiële opdrachtgevers te benaderen	39%	50%	45%
Via samenwerking met collega-zzp'ers of netwerkorganisaties van zzp'ers	28%	45%	37%
Via familie, vrienden en kennissen (contacten in de privé-sfeer)	42%	32%	37%
Door te adverteren (online, bladen)	32%	23%	27%
Via een bemiddelingsbureau	7%	21%	14%
Mond-tot-mondreclame, via klantenkring (naamsbekendheid)[7]	15%	6%	10%
Een database	4%	8%	6%
Anders	2%	2%	2%

Bron: Regioplan 2009

[7] Deze categorie was in de enquête geen vaste antwoordcategorie. De weergegeven percentages betreffen respondenten die dit als open antwoord onder de anders-categorie hebben aangegeven. Daarom is de omvang van deze categorie mogelijk kleiner dan wanneer het een vaste antwoordcategorie was geweest. Deze categorie overlapt met de verwerving van opdrachten via zakelijke netwerken en contacten in de privé-sfeer.

Het zakelijke netwerk is voor zzp'ers in vrijwel alle sectoren het belangrijkste kanaal om opdrachten te werven. Zo wordt in de sector zorg en onderwijs relatief vaak geadverteerd (Zie bijlage B6.6).
Uit de interviews is bekend dat de meeste ondernemers acquisitie niet leuk vinden: ze zijn liever bezig met het uitoefenen van hun vak.
Een groot deel van de geïnterviewde zzp'ers geeft aan niet bewust met acquisitie bezig te zijn: het werk komt als het ware naar hen toe via hun netwerken.

De basis voor mond-tot-mondreclame is het afleveren van kwalitatief goed werk, want "goed werk vertelt zich voort", zoals een respondent het verwoordde. Hierbij dient te worden opgemerkt dat de afgelopen jaren de economische situatie zeer gunstig was en mond-tot-mondreclame voldoende was om toekomstige opdrachten te genereren. In de huidige economische situatie moeten zzp'ers er gemiddeld harder aan trekken (zie ook paragraaf 3.3) om werk binnen te krijgen.

Een aantal geïnterviewde zzp'ers geeft aan actief reclame te maken voor zijn onderneming. Hiervoor hebben ze verschillende kanalen. De geïnterviewde stukadoors en verzorgenden lijken de meeste media hiervoor te gebruiken. Ze adverteren in vakbladen en (woon)tijdschriften, via marktplaats of op speciale sites zoals pgbzorg.nl. Ook advertenties in het telefoonboek en de Gouden Gids en het achterlaten van visitekaartjes bij supermarkten zijn door deze beroepsgroepen genoemd. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat beide beroepsgeroepen zoeken naar particulieren als klant en dat de wervings-kanalen daarvan anders en minder specifiek zijn dan die voor zakelijke klanten. Bij zakelijke klanten gaat het meer om wie-kent-wie of specifieke vakbladen. Mailings versturen of advertenties plaatsen, wordt bijvoorbeeld maar door weinig zelfstandige journalisten gedaan.
Opvallend is dat ook actief adverterende zzp'ers naar hun eigen mening weinig aan acquisitie doen. De vraag is in hoeverre een zzp'er zicht heeft op de wijze waarop zijn klant tot hem is gekomen, dat wil zeggen vraagt of het op basis van een advertentie of verwijzing van een eerdere klant is.

Uit de enquête blijkt dat bemiddelingsbureaus, over het geheel genomen, betrekkelijk weinig gebruikt worden voor het verwerven van opdrachten. Onder hoger opgeleiden wordt er relatief veel gebruik van gemaakt (22% tegenover 14% gemiddeld). Bemiddelingsbureaus zijn ook een sectorgebonden verschijnsel. Zij zijn met name als wervingskanaal genoemd in de zakelijke dienstverlening (22%). Ook in de onderwijssector wordt relatief veel (10%) gebruik gemaakt van bemiddelingsbureaus. In de Industrie, Handel en Horeca lijken zij geen rol te spelen.
Een aantal geïnterviewde zzp'ers maakt gebruik van de diensten van bemiddelingsbureaus. De exacte invulling van de rol van de bemiddelaar loopt in de praktijk sterk uiteen. Het kan zijn dat zij een actieve rol hebben in de verwerving van opdrachten en het selecteren en plaatsen van opdrachtnemers (zie onderstaande box). Voor fotografen zijn er bemiddelingsbureaus (zoge-

naamde stockbureaus), die foto's in hun database opnemen waarin opdrachtgevers kunnen grasduinen. Op gezette tijden krijgen de fotografen een opgave van het aantal foto's dat is opgevraagd en de daarbij behorende gage.

Voorbeeld van een bemiddelingsbureau in de bouw

Dit bemiddelingsbureau werft zowel opdrachten als zzp'ers: ze doen in feite aan aan- en doorlevering. De bemiddelaar krijgt een factuur van de zzp'ers met een dagloon (acht keer een vooraf afgesproken uurtarief), betaalt de zzp'er dit en stuurt vervolgens zelf een factuur naar de aannemer. De aannemer krijgt per uur een aantal euro meer in rekening gebracht: dat is de marge voor de bemiddelaar. De bemiddelaar kiest er bewust voor niet meer diensten aan de zzp'ers te bieden: "het zijn ondernemers, ze moeten hun eigen broek ophouden." Bovendien zou het aanbieden van extra diensten schijnzelfstandigheid in de hand werken en daar wil de organisatie zich verre van houden. "Zzp'ers werken graag via deze constructie", aldus de directeur van de bemiddelingsorganisatie, "omdat het gemakkelijk is. Ze hoeven geen acquisitie te plegen en hebben zekerheid dat er altijd werk is. De vraag naar zzp'ers in de bouw is groot en het aanbod kan de vraag niet altijd dekken."

Bron: Berg, van den et al. (2008)

In de zorg zijn er bemiddelingsorganisaties die nog een stap verder gaan en zzp'ers een constructie aanbieden waarmee ze feitelijk werknemers binnen hun eigen zzp bv zijn en daardoor vallen onder de sociale zekerheid. Andere bemiddelingsorganisaties in de zorg richten zich puur op het bij elkaar brengen van vraag en aanbod. Aanvullende diensten van deze bureaus kunnen zijn: het ondersteunen met professionaliseringsavonden of trainingen en het bieden van hulp bij administratieve en financiële zaken.

De markt voor verzorgenden ligt bij particulieren. Volgens de interviews met experts doen verzorgenden gemiddeld genomen weinig aan acquisitie, omdat de vraag naar hun diensten groot is en de opdrachten vanzelf naar hen toe komen (zoals in het geval van verpleegkundigen) en men klanten krijgt via doorverwijzing van bijvoorbeeld huisartsen (zoals bij fysiotherapeuten). Voor met name verzorgenden zijn bemiddelingsbureaus belangrijke wervingskanalen om in contact te komen met particulieren die hulp aan huis nodig hebben. De geïnterviewde verzorgenden werkten via bemiddelingsbureaus en/of op basis van een persoonsgebonden budget voor particulieren. Deze situatie is ontstaan uit beleidswijzigingen rond de financiering van de zorg (zie ook de onderstaande box).

Zelfstandige verzorgende inhuren

Een zelfstandige verzorgende kan niet rechtstreeks voor ‘ zorg in natura’ (rekeningen voor door de AWBZ vergoede zorg gaan direct naar de verzekering)betaald krijgen. Zorgverzekeraars hebben regels opgesteld waar zorginstellingen aan moeten voldoen, willen ze rechtstreeks declaraties uit de AWBZ kunnen doen: zzp’ers voldoen niet aan deze eisen. Er zijn verschillende manieren waarop een cliënt een vergoeding voor verzorging door een zelfstandige verzorgende kan krijgen en dat is als deze werkt via een thuiszorginstelling of via een bemiddelingsbureau. Daarnaast kan een cliënt een pgb aanvragen bij zijn zorgverzekeraar en dan zelf iemand zoeken die hem of haar zorg kan bieden. De cliënt – in deze vaak budgethouder genoemd – koopt dan zelf de zorg in en sluit met de verzorgende een arbeidsovereenkomst.

Acquisitie heeft voor elke beroepsgroep of sector zijn eigen kenmerken, afhankelijk van onder andere het type klanten en de marktsituatie. Daarbij kunnen zeer specifieke omstandigheden aan de orde zijn, die het voor een beroepsgroep moeilijker maken om nieuwe opdrachten (zelfstandig) te verwerven. Uit onze interviews kwam dit naar voren voor de zorgsector en voor interim-managers.

Uit de interviews blijkt dat interim-managers het probleem hebben dat oude en nieuwe projecten moeilijk op elkaar zijn aan te sluiten. Ze hebben over het algemeen een (groot) project waarvan de looptijd op voorhand niet altijd duidelijk is. Als de einddatum van een klus wel duidelijk is, dan is het nog lastig om ‘vooruit’ te acquireren omdat een opdrachtgever vaak wil dat een interim-manager direct begint en dat kan niet als de lopende klus nog niet is afgerond. Enkele weken voor het aflopen van een klus heeft het vaak pas zin om op zoek te gaan naar een nieuwe opdracht. Dit is ook de reden waarom interim managers gebruik maken van bemiddelingsbureaus, zo bleek uit een van de groepsgesprekken.

Verder is nog het volgende naar voren gekomen uit de interviews:

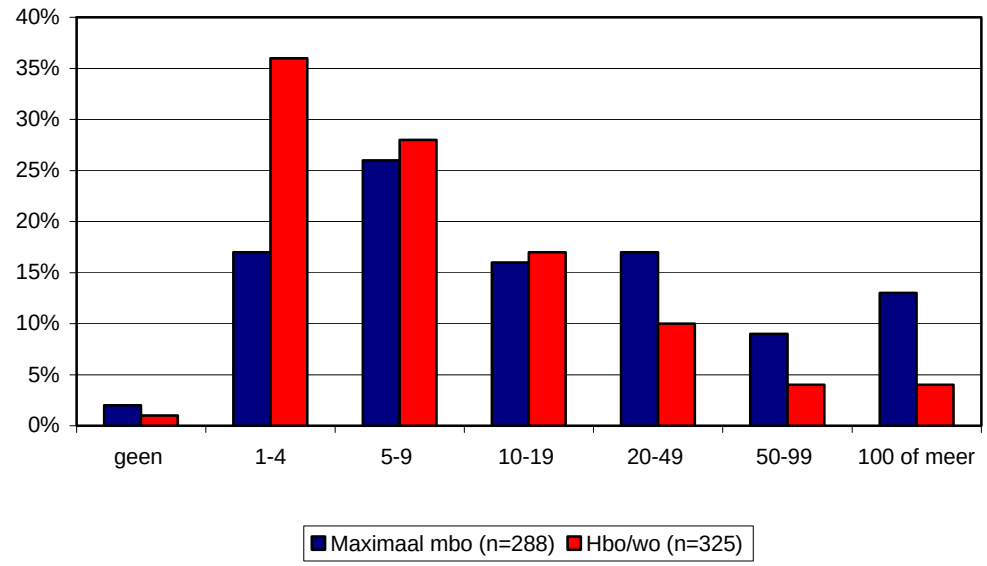
- voor alle respondenten in de bouw was mond-tot-mondreclame de belangrijkste bron van nieuwe opdrachten;
- fysiotherapeuten zijn gemiddeld genomen weinig met acquisitie bezig, omdat ze de meeste cliënten middels verwijzing van huisartsen of specialisten of via via krijgen.
- adviseurs en journalisten acquireren vooral door goede contacten met hun netwerk te onderhouden. Deze bevinding voor journalisten wordt onderstreept door eerder onderzoek onder deze beroepsgroep (IJdens, 2004). Uit dit onderzoek blijkt eveneens dat zelf voorstellen doen voor het schrijven van een artikel ook een veel ingezet acquisitiemiddel is.

3.3 Aantal opdrachtgevers en hun spreiding

Het aantal opdrachtgevers

Ongeveer de helft van de ondervraagde zzp'ers richt zich op een beperkte groep opdrachtgevers (minder dan 10 opdrachtgevers op jaarbasis). Bijna een derde heeft een klantenkring van 10 tot 49 opdrachtgevers in het afgelopen jaar. 14 procent had meer dan 50 opdrachtgevers.
Laag tot middelbaar opgeleiden blijken meer opdrachtgevers te hebben. Hun markt ligt vooral bij particulieren.

Figuur 3.1 Aantal opdrachtgevers in 2008 naar opleidingsniveau



Bron: Regioplan 2009

In de sector reparatie consumentenartikelen, handel en horeca hebben zzp'ers ten opzichte van andere sectoren relatief veel opdrachtgevers (39% heeft meer dan honderd opdrachtgevers). In de financiële en zakelijke dienstverlening zijn de groepen opdrachtgevers vaak het kleinst (38% heeft één tot vier opdrachtgevers). Hoewel het hier om kleine aantallen respondenten gaat zijn de beschreven verbanden significant (zie tabellenboek: tabel B6.28).

De meeste zzp'ers zijn zich ervan bewust dat het niet verstandig is om van één grote opdrachtgever afhankelijk te zijn en proberen hun omzet bij verschillende opdrachtgevers te halen. Het aantal opdrachtgevers dat een zzp'er heeft, is sterk afhankelijk van het type klant dat ze hebben. Zzp'ers die vooral werken voor particulieren, zoals in de bouw en de zorg, hebben vaak veel kleinere opdrachten van verschillende opdrachtgevers tegelijkertijd. Ze doen klussen variërend van enkele dagen of weken tot maanden en soms meerdere klussen tegelijkertijd.

Opdrachtgevers in de Zorg

In de verzorging is de hulpvraag van de cliënt vrij constant: een cliënt zal iedere dag of week weer een bepaald type zorg nodig hebben, zoals bijvoorbeeld het wisselen van een infuus of hulp bij wassen en aankleden. Sommige cliënten hebben 24 uurszorg nodig en daar werken verschillende zelfstandige verzorgenden samen met elkaar om de zorg te geven. Andere cliënten hebben juist maar een paar uur zorg per dag nodig en van dergelijke cliënten kan een zzp'er er meer per dag doen.
Een fysiotherapeut heeft per week zo'n 25 tot 30 afspraken met cliënten. Sommige cliënten komen maar een paar keer en zijn van hun klacht verholpen: anderen met meer chronische klachten komen een keer per week gedurende het hele jaar.

Zzp'ers die werken voor bedrijven hebben vaak één klus tegelijkertijd en een beperkt aantal opdrachtgevers. Interim-managers zijn onder de geïnterviewden de groep met de minste opdrachtgevers. Zij hebben gemiddeld genomen één opdracht tegelijkertijd die hun hele werkweek beslaat. Hoeveel opdrachtgevers ze per jaar hebben, is afhankelijk van de lengte van de klus. Een respondent gaf aan momenteel op een klus van anderhalf jaar te zitten, maar voorheen ook wel eens klussen van enkele maanden te hebben gedaan. Een van de geïnterviewden verricht naast haar interim werk op jaarbasis een aantal kleinere adviesklussen.

De geïnterviewde adviseurs hebben vaak meerdere kleinere projecten tegelijkertijd of een grote of een paar kleine. Sommige projecten vragen per week maar een kleine inspanning en duren meerdere maanden, andere projecten vragen in korte tijd een groot deel van de invulling van de werkweek van de adviseur. Hetzelfde beeld geldt voor journalisten en fotografen.

Spreiding van opdrachtgevers over branches
Bijna de helft van de zzp'ers is actief in meerdere branches. Met name hoogopgeleiden zijn actief in meer branches. De financiële en zakelijke dienstverlening is de sector waar het meest wordt gewerkt in verschillende branches. In de reparatie consumentenartikelen, handel en horeca en gezondheidszorg en onderwijs richt men zich het vaakst op één branche (zie tabellenbijlage: tabel B6.28).

Tabel 3.2 Verricht u werkzaamheden in meerdere branches?

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=324)	Totaal (n=623)
In één branche actief	60%	37%	52%
In meer branches actief	40%	63%	48%

Bron: Regioplan 2009

De geïnterviewde zzp'ers in de zorg werken alleen voor particulieren. Volgens de geïnterviewde experts is er maar een kleine groep fysiotherapeuten en verzorgenden die als zzp'er werkt voor bedrijven zoals ziekenhuizen, verpleeghuizen of arbodiensten.[8]
De geïnterviewden in de bouw werken voornamelijk voor particulieren (75-80% van het werk) en in beperkte mate voor bedrijven.

3.4 Marktsituatie en bedrijfsvoering

Marktfactoren, zoals vraag-aanbod verhoudingen en de sectorstructuur, zijn door ondernemers niet te beïnvloeden. Volgens Van den Born (2009) wordt de omzet van (hoogopgeleide) zzp'ers echter voornamelijk verklaard door marktfactoren (44,6%). Motivatie (5,2%) en bedrijfsstrategie (2,8%) leveren slechts een beperkte bijdrage aan de omzet. De marktsituatie, sinds de tweede helft van 2008 een economische depressie, moet dus van invloed geacht worden op de zzp'ers.

3.4.1 De situatie begin 2009

Begin 2009 was het effect van de crisis, afgaande op wat de geïnterviewden daarover te berde brachten, nog niet in alle sectoren merkbaar. De zzp'ers in de bouw en de zorg hadden op dat moment voldoende en soms zelfs teveel werk. De zzp'ers in de zakelijke dienstverlening gaven een diffuser beeld. Een aantal zzp'ers zat zonder werk, anderen hadden voldoende werk en sommigen zouden wel meer werk kunnen gebruiken.

Slechts een beperkt effect van de crisis in de zorg
De fysiotherapeuten gaven aan geen directe gevolgen van de crisis te merken. De impact van een wijziging in de vergoedingen voor fysiotherapie zou groter zijn voor de werkvoorraad. Ook de jaarcyclus in het vergoedingensysteem leidt tot fluctuaties: tegen het einde van het jaar wachten cliënten tot ze in het nieuwe jaar een nieuwe 'voorraad' (vergoede) behandelingen krijgen toebedeeld. Het zou kunnen dat de zorgverzekeraars als gevolg van de crisis besluiten de vergoedingen voor fysiotherapie te reduceren en dat zou dan een flink effect op het werk voor de fysiotherapeuten kunnen hebben, maar dat was begin 2009 nog niet het geval.

De verzorgenden hadden gemiddeld genomen genoeg werk: er was veel vraag naar zorg en die vraag zou alleen nog maar toenemen, zo was de verwachting. Steeds meer mensen kiezen er namelijk voor om thuis via een

[8] Uit onderzoek onder verpleegkundigen (Houkes, 2009) blijkt dat er maar weinig zelfstandige verpleegkundigen voor ziekenhuizen werken. SEO schat dat er 90 zelfstandige verpleegkundigen en 430 commercieel gedetacheerde verpleegkundigen werkzaam zijn in ziekenhuizen. Dit is minder dan één procent van het totaal aantal geraamde verpleegkundigen werkzaam in ziekenhuizen (ongeveer 66.700, LEVV, 2009).

pgb zorg op maat te ontvangen, in plaats van deze bij een instelling (ziekenhuis, verzorgtehuis) af te nemen.

Crisis in zakelijke dienstverlening voelbaar

De zzp'ers in de zakelijke dienstverlening merkten begin 2009 de effecten van de crisis wel. Zij moesten harder werken om opdrachten binnen te halen. Daarom waren ze gemiddeld genomen al minder kritisch geworden bij het aannemen van opdrachten. In het algemeen hadden ze nog een groot vertrouwen in de toekomst van hun bedrijf en in het herstel van de economische situatie.

Zelfs binnen één beroepsgroep is het beeld niet eenduidig. Eén adviseur zei de crisis niet te voelen, omdat zijn cliënten subsidies konden aanvragen voor zijn diensten. Een andere had een grote opdrachtgever die voor een continue stroom aan inkomsten zorgde. Tegelijkertijd zag deze persoon ook het gevaar dat als deze opdrachtgever weg zou vallen, er financiële problemen ontstonden. Zzp'ers met te weinig werk probeerden nieuwe producten en diensten te ontwikkelen.

Bedrijfsfotografen en -journalisten merkten dat er minder vraag is naar hun diensten. Ook uitgevers hadden inmiddels kleinere budgetten te besteden: "Tijdschriften zijn dunner en dus is er minder behoefte aan artikelen en foto's," aldus een fotograaf. Er was ook al meer concurrentie bijgekomen van 'ontslagen' werknemers die hun diensten als zelfstandige zijn gaan aanbieden. Hierdoor is ook de prijs voor hun diensten onder druk komen te staan. Beide beroepsbeoefenaars moesten steeds creatiever worden om hun producten en diensten aan de man te brengen.

Bij interim-managers was er enerzijds meer werk omdat er als gevolg van de crisis meer reorganisaties plaatsvonden en men tijdelijk ondersteuning hierbij nodig had. Anderzijds ontslaan organisaties hun tijdelijke krachten als eerst bij een economische teruggang en dat gold ook voor interim-managers. Twee respondenten hadden sinds de zomer van 2008 geen opdracht meer gehad, ondanks grote acquisitie-inspanningen.

"De klap komt na de bouwvak"

De geïnterviewde stukadoors en elektriciens merkten begin 2009 geen van allen een effect van de crisis. Er waren wel geluiden dat de 'klap' in de bouw na de bouwvak zou komen, al verwachtten de meeste geïnterviewden dit niet. Volgens de geïnterviewde experts in de bouw hadden stukadoors die zich richtten op particulieren en/of op restauratie en verbouwing minder last van de crisis. Vooral aannemers in de nieuwbouw hadden het begin 2009 moeilijk omdat meer mensen kozen voor verbouwen in plaats van verhuizen. Dat creëerde een extra vraag naar onder andere stukadoors. Diverse respondenten maakten wel melding van betalingsachterstanden bij hun debiteurs en tragere besluitvorming bij opdrachtgevers, als ook minder toezeggingen voor de langere termijn.

3.4.2 De situatie onder zzp'ers medio 2009

Effecten van de economische crisis

In onze enquête is met een aantal vragen aandacht besteed aan mogelijke effecten van de economische crisis. Deze paragraaf is gebaseerd op de enquête.

Ruim veertig procent van de geënquêteerde zzp'ers ziet juni 2009 niet of nauwelijks effecten van de economische crisis voor het verkrijgen van opdrachten. Een derde deel van de respondenten ondervindt voornamelijk negatieve effecten. Slechts een heel klein aantal (ruim 3%) van de zzp'ers ondervindt positieve effecten als gevolg van de economische crisis. Rond de twintig procent van de respondenten ondervindt zowel positieve als negatieve effecten.

Tabel 3.3 Ondervindt u effecten van de economische crisis voor het verkrijgen van opdrachten? (n=622)

	Maximaal mbo (n=293)	Hbo/wo (n=329)
Ja, voornamelijk positieve effecten	3%	4%
Ja, voornamelijk negatieve effecten	30%	36%
Ja, in gelijke mate positieve en negatieve effecten	22%	19%
Nee, niet of nauwelijks	45%	41%

In deze tabel getoonde verschillen zijn niet significant (p=.38).
Bron: Regioplan 2009

Alle respondenten kregen tien stellingen voorgelegd over de economische crisis.[9] Uit de antwoorden op deze stellingen is op te maken dat de markt voor zzp'ers wel verkleint, maar dat er voor het grootste deel van de zzp'ers nog wel opdrachten te vinden zijn. Ongeveer dertig procent (range 30-35%) van de respondenten ziet door de economische crisis de frequentie, de omvang en de duur van opdrachten afnemen. Ook geeft bijna de helft van de respondenten aan dat opdrachtgevers langer nadenken voordat ze beslissen wie een opdracht krijgt.

De druk op de markt voor zzp'ers komt tot uiting in het feit dat ruim één op de tien zzp'ers (12%) het hoofd amper boven water kan houden.

[9] We bespreken hier alleen de opvallendste resultaten, een overzicht van alle antwoorden op de stellingen is te vinden in het tabellenbijlage tabel B6.20.

De groep zzp'ers met problemen nader bezien

Om een duidelijker beeld te krijgen van de 12% zzp'ers die het hoofd amper boven water kunnen houden, is een aantal aanvullende analyses uitgevoerd.[10] Hieruit komt naar voren dat er geen specifieke groep te onderscheiden is die deze effecten van de crisis ondervindt; iedereen kan getroffen worden door de economische crisis. Er zijn geen significante verschillen vastgesteld op basis van de variabelen sector, opleidingsniveau, wijze waarop men aan opdrachten komt, aantal opdrachtgevers, omvang van de werkweek, volgen van scholing, het hebben van een specialisatie of lid zijn van een brancheorganisatie.

Ook de analyse op omzet(verwachting) en orderportefeuille voor deze groep levert geen opmerkelijke uitkomsten op. De groep respondenten die amper het hoofd boven water kunnen houden:
Hebben in sterkere mate te maken met dalende omzetcijfers.
Zijn somberder over omzetverwachtingen voor het komend jaar.
Zijn minder tevreden met de omvang van hun orderportefeuille.
Beschikken veelal niet over financiële reserves.
Ondervinden voornamelijk negatieve effecten van de economische crisis.

Voor een vergelijking van de omzet(ontwikkeling en -verwachtingen) van zzp'ers die wel het hoofd boven water kunnen houden t.o.v. zzp'ers die amper het hoofd boven water kunnen houden (zie tabel B6.16)

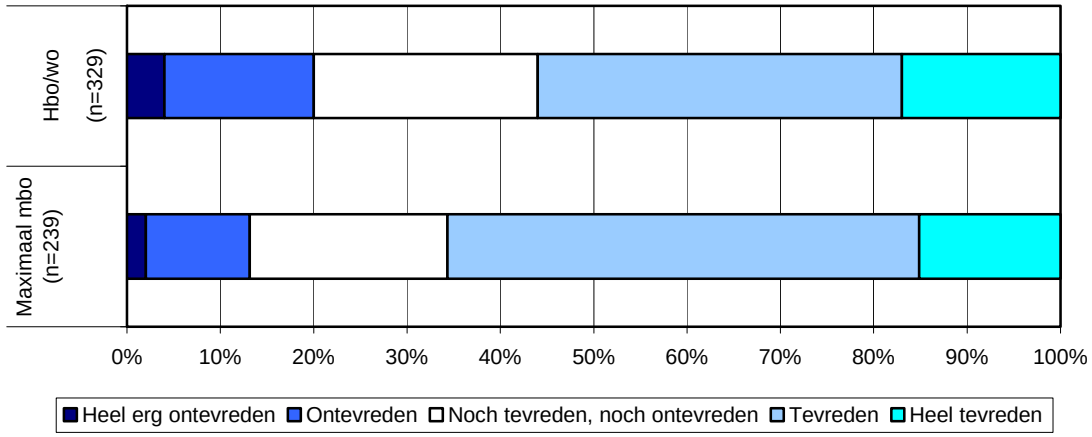
Binnen sectoren is er geen eenduidig beeld wat betreft de effecten van de economische crisis. Binnen elke sector is er altijd een groep die geen effect (of zelfs positieve effecten) ondervindt. In de financiële en zakelijke dienst zeggen de zzp'ers het vaakst voornamelijk negatieve effecten te ondervinden (40%) (zie bijlage B6.: tabel B6.19).

Tevredenheid over orderportefeuille

Ruim de helft (60%) van de ondervraagde zzp'ers is op het moment van de enquête (juni 2009) (heel) tevreden over de omvang van hun orderportefeuille. Hoogopgeleiden lijken iets minder tevreden te zijn over de omvang van hun orderportefeuille dan laag tot middelbaar opgeleiden.

[10] Bij het lezen van deze resultaten moet in gedachten worden gehouden dat het hier om een beperkte groep respondenten gaat (n=71).

Figuur 3.2 Tevredenheid over orderportefeuille naar opleidingsniveau



Bron: Regioplan 2009

De tevredenheid van zzp'ers over de orderportefeuille blijkt tussen sectoren te verschillen. In de gezondheidszorg en de horeca zijn de zzp'ers het meest tevreden over hun orderportefeuille; 74 procent is (heel erg) tevreden. In de zakelijke en financiële dienstverlening zijn de zzp'ers het minst tevreden; 53 procent is (heel) erg tevreden over de omvang van hun orderportefeuille (zie tabel B6.12).

Wanneer de geënquêteerde zzp'ers gevraagd wordt naar een vergelijking van de omzetontwikkeling in het eerste kwartaal van 2009 met de omzet in hetzelfde kwartaal een jaar eerder, meldt bijna veertig procent van de respondenten een gelijkblijvende omzet en dertig procent een omzetstijging. Ook dertig procent heeft te maken met een omzetdaling. Een op de tien zzp'ers heeft zelfs te maken gehad met een sterke omzetdaling (zie onderstaande tabel).
Laag tot middelbaar opgeleiden melden vaker een gelijkblijvende omzet; hoog opgeleiden ondervinden iets meer fluctuaties (zowel stijgingen als dalingen).

Tabel 3.4 Omzetontwikkeling eerste kwartaal 2009 tov eerste kwartaal 2008

	Maximaal mbo (n=239)	Hbo/wo (n=329)	Totaal (n=622)
Sterk gestegen	1%	7%	4%
Gestegen	28%	25%	26%
Gelijk gebleven	42%	35%	38%
Gedaald	21%	21%	21%
Sterk Gedaald	8%	12%	10%

Bron: Regioplan 2009

In de gezondheidszorg en de technische sectoren (bouwnijverheid, handel en reparatie) hebben de zzp'ers het minst te maken met omzetdalingen (respectievelijk 23% en 26%).

3.4.3 De situatie onder de (opnieuw) geïnterviewde zzp'ers medio 2009

Om na te gaan in hoeverre de economische crisis nu effect heeft op de eerder geïnterviewde zzp'ers, zijn deze opnieuw benaderd. Iets meer dan de helft van de respondenten (19) is opnieuw bereikt en bevraagd.[11]
Het beeld onder deze groep is vergelijkbaar met de uitkomsten van de enquête, in die zin dat de effecten van de crisis niet eenduidig zijn per sector.

Slechts een klein deel van de bereikte zzp'ers is in de vier weken voor juni/juli minder gaan werken. Er is geen sector die er op dit punt uitspringt, behalve dat in de zorg de recessie helemaal niet gevoeld lijkt te worden.
Vijf respondenten werkten in de afgelopen tijd minder dan voorheen. Eén respondent is minder gaan werken vanwege zijn pensioenleeftijd en één is in loondienst gaan werken. De andere drie respondenten (journalist, adviseur en interim-manager) geven aan dat de terugval in het aantal uren te wijten is aan een combinatie van de crisis en een 'natuurlijke' zomerdip.
Vergeleken met een half jaar geleden is voor zeven van de bereikte zzp'ers het gemiddeld aantal uur per week gelijk gebleven. De andere zeven zzp'ers zijn (veel) meer uren gaan werken. Het betreft een fysiotherapeut en een verpleegkundige, een fotograaf, een stukadoor, twee adviseurs en een interim-manager.

Meer dan de helft (n=11) van de geïnterviewde zzp'ers zegt geen last te hebben van de crisis. De reden die hiervoor wordt aangedragen, is dat de sector waar men in werkt (restauratie in de bouw, verzorging) niet conjunctuurgevoelig is of dat men meer is gaan acquireren toen het rustig leek te gaan worden.
De geïnterviewden die wel last hebben van de crisis zijn met name de interim managers en de zzp'ers in de journalistiek. Zij geven als redenen op: een opdrachtgever die failliet gaat, late betalingen, minder opdrachten, lang nadenkende opdrachtgevers.

De helft van de zzp'ers heeft de bedrijfsvoering niet aangepast omdat ze gen last van de crisis hebben. Degenen die last hebben van de crisis hebben dat wel gedaan. Een interim manager heeft inmiddels een baan in loondienst geaccepteerd, omdat er te weinig klussen waren en intensieve acquisitie daarin geen verandering bracht. Verder passen de andere zzp'ers zich op verschillende manieren aan de omstandigheden aan. In het algemeen viel in de gesprekken op dat men creatief met de situatie probeert om te gaan en dat men zich niet beperkt tot één maatregel.

[11] Alleen deze subparagraaf heeft betrekking op de 19 respondenten die een tweede keer geïnterviewd zijn. Alle overige paragrafen van dit hoofdstuk hebben betrekking op ofwel de enquêtepopulatie ofwel de groep van 35 geïnterviewde zzp'ers.

Door respondenten ondernomen aanpassingen zijn:
- het rekenen of accepteren van een lager tarief;
- niet zozeer minder aantrekkelijke, maar wel meer diverse opdrachten aannemen;
- nu ook opdrachten accepteren die meer reistijd vergen;
- meer gaan samenwerken;
- meer acquisitie plegen;
- bezuinigen op uitgaven;
- eerder vragen om aanbetalingen, om het risico van wanbetaling te verminderen.

Daarmee wordt het beeld uit de enquête bevestigd en aangevuld.

De crisis leidt nog beperkt tot meer behoefte aan ondersteuning. Slechts drie zzp'ers hebben door de crisis behoefte aan ondersteuning. Een journalist heeft bij een faillissement van een opdrachtgever steun gekregen van de beroepsvereniging …'en dat was wel prettig'. Een elektrotechnisch installateur zou graag financiële steun van een bank ontvangen bij achterstallige betalingen van opdrachtgevers. Eén interim-manager zonder opdrachten klopte bij de gemeente aan voor financiële bijstand.

3.4.4 De verwachtingen voor het komende jaar

Het merendeel van de geënquêteerde zzp'ers verwacht dat het komende jaar hun omzet gelijk blijft (38%). De groep zzp'ers die een omzetdaling verwachten is net zo groot als de groep zzp'ers die een omzetstijging verwacht (29%). Een klein deel van de ondervraagden (5%) weet niet hoe de omzet zich het komende jaar zal ontwikkelen.

Tabel 3.5 Verwachting omzet voor komend jaar (n=624)

	Aantal	Percentage
Sterke stijging ten opzichte van vorig jaar	16	3%
Stijging ten opzichte van vorig jaar	159	25%
Gelijk ten opzichte van vorig jaar	235	38%
Daling ten opzichte van vorig jaar	131	21%
Sterke daling ten opzichte van vorig jaar	51	8%
Geen idee	32	5%

Bron: Regioplan 2009

Er is een sterke positieve correlatie tussen de verwachtingen die de zzp'ers hebben voor het komend jaar en de omzetontwikkeling van het afgelopen jaar (wanneer het afgelopen jaar sprake was van een stijging verwacht men komend jaar weer een stijging).
Er zijn geen significante verschillen tussen sectoren en opleidingsniveau waar te nemen wat betreft de omzetontwikkeling voor het komende jaar.

Uit een aanvullend uitgevoerde variantie-analyse blijkt dat de objectieve marktpositie (gebaseerd op de omzetontwikkeling in het afgelopen jaar en de

omzetverwachting in het komende jaar) het slechtst is voor zakelijke en financiële dienstverlening en het best voor de verzorgende sector. Een plausibele verklaring hiervoor is dat de zakelijke en financiële dienstverlening conjunctuurgevoeliger zijn dan de zorgsector.

De zzp'ers is gevraagd hoe groot ze hun kans op vervolgopdrachten zien. De respons hierop was divers. Een deel zegt dat de kans op vervolgopdrachten groot is en een ander deel vindt het lastig om daar een uitspraak over te doen ('de toekomst is per definitie onzeker'). Geen van de geïnterviewde zzp'ers zegt dat de kans op vervolgopdrachten klein is. Alle geïnterviewde zzp'ers zijn zodanig positief over de toekomst van hun onderneming, ook al hebben ze op het moment van interviewen misschien niet voldoende of zelfs geen betaalde opdrachten.
Het is onduidelijk hoe open de geïnterviewde zzp'ers zijn geweest over hun toekomstverwachtingen, of zoals een van de interim-managers zei: "Tegen familie en vrienden kun je wel zeggen dat je twijfelt over de toekomst, maar naar opdrachtgevers en collega zzp'ers wil je krachtig overkomen, dus stel je je niet te kwetsbaar op."
De crisis lijkt vooralsnog minder effect op de kans op vervolgopdrachten voor de zzp'ers in de zorg te hebben.

3.5 Perioden van inactiviteit: wat dan?

Een zzp'er is altijd bezig, ook al heeft hij geen opdracht of is hij ziek, zo blijkt uit de interviews met zzp'ers. Zzp'ers die enige tijd zonder werk zitten, ondernemen allerlei activiteiten om hun marktpositie te verstevigen: ze zijn druk doende met het verwerven van opdrachten en het onderhouden van contacten ten behoeve hiervan. Ook zien we dat een enkele zzp'er deze tijd benut om een nieuwe dienst of product te ontwikkelen of hierover na te denken. Verder zien we enkele verschillen tussen beroepsgroepen in de manier waarop zzp'ers perioden van inactiviteit invullen. Deze beschrijven we hieronder.

De geïnterviewde interim-managers, adviseurs, fotografen en journalisten geven aan dat als ze even geen klus hebben, ze druk bezig zijn met netwerken, acquisitie plegen en achterstallig werk. Voor een fotograaf betekent dit bijvoorbeeld het posten van zijn foto's bij een stockbureau. Een interim-manager gaf aan "eindelijk weer eens tijd te hebben om naar een congres te gaan".

Alle geïnterviewde verzorgenden gaven aan een periode van inactiviteit op zijn tijd op prijs te stellen om dan wat extra tijd aan familie en vrienden te kunnen besteden.

De geïnterviewde stukadoors en elektriciens hebben weinig tot geen perioden van weinig werk gekend als zzp'er. Ook begin 2009 is er genoeg werk. Soms zijn er wel pieken en dalen in hun werk, maar de dalen duren niet langer dan één of twee weken. "Dat is prettig, dan kun je een keer je spullen opruimen", aldus een electromonteur. Een stukadoor heeft in de jaren tachtig een periode van minder werk meegemaakt: "Wat kun je doen als het slecht gaat? Je kunt het niet echt beïnvloeden. Meer acquireren? Dat doen anderen ook."

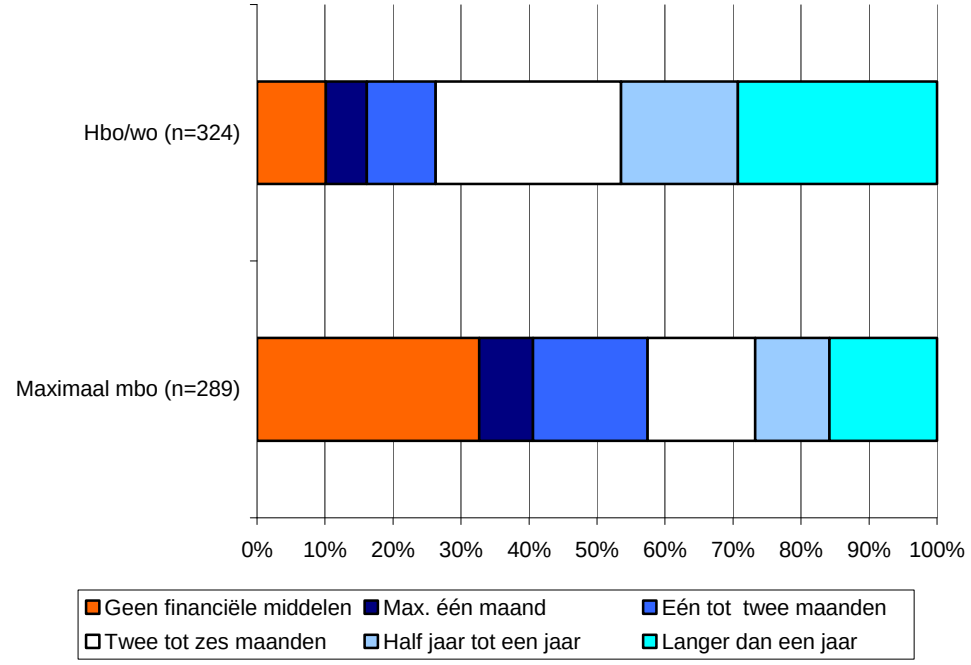
Geen van de zzp'ers, ook niet degenen met minder of geen werk, volgt meer scholing vanwege de crisis. Twee zijn wel bezig met scholing maar dat is niet direct vanwege de crisis, als wel om de inzetbaarheid te vergroten in het algemeen. Vier zzp'ers overwegen scholing te gaan volgen als opdrachten langere tijd op zich laten wachten.

In loondienst gaan werken wordt nog niet als aantrekkelijk alternatief gezien door degenen met minder of geen werk.
Eén zzp'er heeft nu een loondienstbetrekking. Vrijwel geen van de rest van de zzp'ers zou nu weer in loondienst willen werken. Er zijn er twee die het mogelijk in de toekomst overwegen (journalist, elektrotechnicus), maar dan moet, in hun woorden, 'het aanbod wel heel goed' zijn.

3.6 Financiële buffers

Ondanks de inspanningen die zzp'ers doen om een continue stroom van werk te genereren, kan het voorkomen dat er zich een periode van weinig werk en leegloop voordoet. De vraag is in hoeverre zzp'ers over een voldoende financiële buffer beschikken om die tijd te overbruggen zonder hun bestedingspatroon al te veel aan te passen.
Eén op de vijf zzp'ers heeft geen reserves om een (langdurige) periode zonder werk op te vangen. Daarentegen heeft bijna een kwart van de zzp'ers zoveel reserves dat zij een jaar lang zonder werk kunnen. De samenhang tussen de omvang van de financiële buffers en opleidingsniveau is significant. Hoogopgeleiden hebben vaker en grotere reserves dan laag tot middelbaar opgeleiden.

Figuur 3.3 Financiële middelen om periode zonder werk op te vangen



Bron: Regioplan 2009

Sector

Binnen de sectoren blijken er verschillen te zijn in de mate waarin zzp'ers financiële middelen hebben om periodes zonder werk op te vangen.
In de winning delfstoffen en industrie, reparatie consumentenartikelen, handel en horeca en onderwijs en gezondheidszorg heeft ongeveer een derde van de zzp'ers geen financiële reserves. Daartegenover heeft meer dan een kwart van de zzp'ers in vervoer, opslag en communicatie en de financiële zakelijke dienstverlening, financiële middelen om langer dan een jaar zonder werk te kunnen (ondanks de kleine aantallen respondenten per sector gaat het hier om significante uitkomsten; zie tabellenboek: tabel B6.19).

Ook de meeste geïnterviewde zzp'ers leggen geld opzij als buffer voor perioden dat ze zonder werk zitten. De omvang van de buffer verschilt. Een aantal zzp'ers geeft aan dat ze een paar maanden zonder opdracht kunnen, maar langer dan een half jaar wordt voor deze groep problematisch.
Een zzp'er in de bouw die kostwinner is, geeft aan dat enkele weken zonder inkomsten voor hem al een probleem oplevert en dat hij 'gelukkig voldoende werk heeft'.

Zelf een financiële buffer opbouwen is niet altijd nodig als er een tweede huishoudinkomen is. Dit geldt bijvoorbeeld voor drie zzp'ers, waarvan de partner voldoende inkomen inbrengt om het gezin 'draaiende' te houden.
Ook een tweede inkomensbron (bijvoorbeeld een parttime baan) kan een financiële buffer vormen voor slechtere tijden.

Het gebruikmaken van inkomensondersteuning door de gemeente is zelden als optie genoemd ter overbrugging van een periode waarin zelfstandigen geen inkomsten hebben. Eén van de interim-managers die al sinds de zomer geen opdracht meer heeft, is bij het Bureau Zelfstandigen van haar woongemeente geweest. Ze kreeg te horen dat ze zich uit het KvK moet uitschrijven alvorens (gewone) bijstand te kunnen krijgen. Dat betekent dat ze haar onderneming moet opgeven. Het is haar angst in een Catch-22-situatie te belanden, waarin ze straks bij een re-integratiebureau terecht komt dat haar aanraadt voor zichzelf te beginnen omdat ze gezien haar leeftijd een kleine kans op een baan in loondienst heeft.[12]

Bijstand op basis van WWB of Bbz?

De bijstandsmogelijkheden voor zelfstandigen zijn geregeld in het Besluit bijstandverlening zelfstandigen 2004 (Bbz).
In het Bbz zijn regelingen opgenomen voor:
- startende ondernemers;
- zelfstandigen met tijdelijke financiële problemen;
- oudere zelfstandigen;
- zelfstandigen die stoppen met hun bedrijf.

Het Bbz biedt ondersteuning in de vorm van twee varianten:
Een periodieke uitkering die aanvult tot bijstandsniveau (maximaal 12 maanden, met de mogelijkheid van verlenging met 24 maanden). In principe is deze uitkering een renteloze lening. De gemeente bekijkt of de lening moet worden terugbetaald.
Bedrijfskapitaal, tot een maximumbedrag van € 178.019. Dit is een rentedragende lening, die binnen 10 jaar moet worden terugbetaald. Voor mensen met lage inkomsten kan het bedrijfskapitaal als uitkering worden verstrekt.
Bij verkrijgen van financiële ondersteuning uit hoofde van de Bbz hoeft men, zoals wel het geval is bij de WWB, de eigen onderneming niet op te geven.

Voorwaarden om voor ondersteuning uit het Bbz in aanmerking te komen zijn:
Het bedrijf moet na de bijstandsverlening levensvatbaar zijn. Dat wil zeggen dat het inkomen uit het bedrijf, eventueel aangevuld met andere inkomsten, (uiteindelijk weer) voldoende oplevert voor de zelfstandige en de instandhouding van het bedrijf;
De zelfstandige moet minimaal 1225 uur per jaar werkzaam zijn in het bedrijf;
Hulp via een bank of borgstellingsfonds is niet meer mogelijk.

Bron: www.kenniskring.nl en www.minszw.nl

[12] Doordat deze persoon geen werk heeft, voldoet ze niet aan het urencriterium en komt daardoor niet in aanmerking voor Bijstand Zelfstandigen (Bbz) en zal derhalve onder de Wet werk en bijstand (WWB) vallen.

4 INVESTEREN IN HET ZZP-SCHAP

Regeren is vooruitzien, dat geldt ook voor goed ondernemerschap en dus ook voor zzp'ers. In het vorige hoofdstuk bleek echter dat de meeste zzp'ers slechts beperkt vooruitkijken en meer bezig zijn met de opdrachten van vandaag en morgen.

Toch passen zzp'ers, net als ondernemingen met personeel, marktstrategieën toe om hun marktpositie te behouden of te verbeteren. Eén zo'n strategie is specialisatie, maar ook het ontwikkelingen van nieuwe producten en/of diensten en diversificieren van hun producten- of dienstenaanbod kan door zzp'ers worden ingezet als manier om te werken aan hun toekomstige marktpositie. Als eerste bespreken wij de marktstrategieën van zzp'ers.

Vervolgens gaan wij nader in op twee activiteiten, netwerken en samenwerken en het vergroten van de naamsbekendheid. Met name deze activiteiten zijn volgens zzp'ers belangrijk voor de continuïteit van hun zzp-schap.

Ten derde besteden we in dit hoofdstuk ook aandacht aan het investeren in de zzp'er zelf: via scholing. Ook bespreken we in dit verband twee andere aspecten die van invloed kunnen zijn op de toekomstige inzetbaarheid, namelijk: wat doen zzp'ers om arbeidsongeschiktheid te voorkomen en in hoeverre zijn ze bezig met het effect van ouder worden op hun arbeidsvermogen?

Uit de interviews bleek dat zzp'ers activiteiten als netwerken, specialisatie of het volgen van scholing soms nauwelijks bewust als een 'investering in hun toekomst' zien. Dat betekent echter niet dat ze er niet aan kunnen bijdragen.

4.1 Marktstrategieën

Zzp'ers hebben in principe dezelfde mogelijkheden als ondernemingen met personeel om hun positie op de afzetmarkt te behouden of te verbeteren. Het groeimodel van Ansoff biedt een houvast voor het onderscheiden van de belangrijkste strategieën, manieren van opereren op een markt (zie figuur 4.1. op de volgende bladzijde).

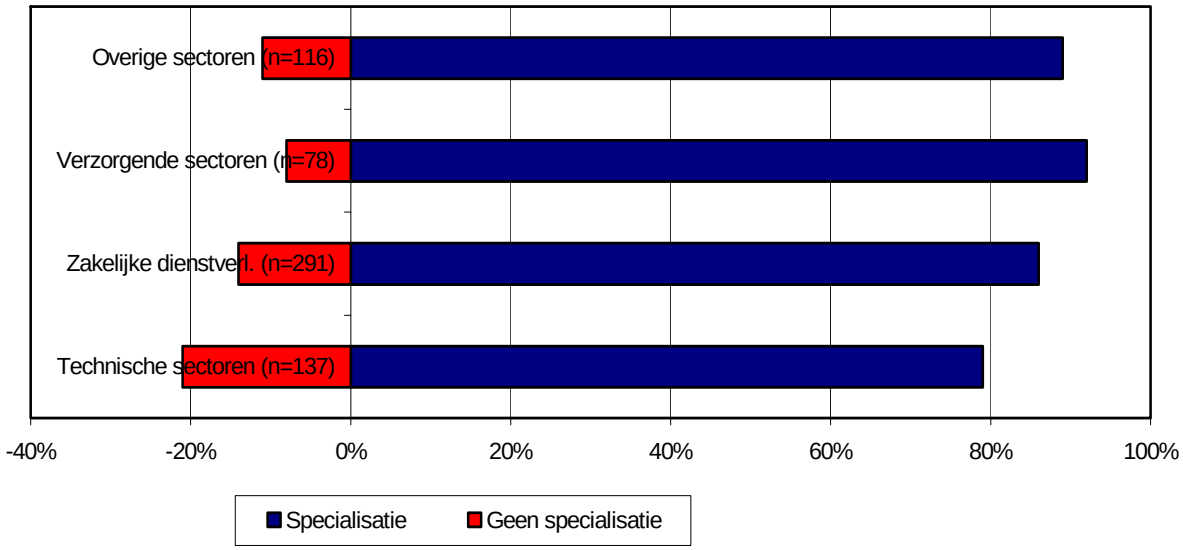
Voor bedrijven met personeel geldt dat de meeste een strategie binnen de bestaande markt kiezen en daarbinnen weer vooral voor strategieën rond het bestaande product. Dat wil zeggen dat men vanuit het product dat men verkoopt of de dienst die men levert zoekt naar nieuwe klanten, bijvoorbeeld door als specialist te opereren. Dit is, zo valt uit ons onderzoek af te leiden, voor zzp'ers niet anders.

Tabel 4.1 Marktstrategieën volgens Ansoff [13]

	Bestaand product	Nieuw product
Bestaande markt	Verbreding Specialisatie	Innovatie
Nieuwe markt	Marktontwikkeling	Diversificatie

Verbreding wordt door zzp'ers vooral nagestreefd door het vergroten van informele en zakelijke netwerken. Ook concurrentie op prijs (ten opzichte van bedrijven met personeel) komt voor als strategie om de afzetmarkt te vergroten.
Het merendeel van de zzp'ers (85%) heeft zich gespecialiseerd in een bepaald type werk. De technische sectoren zijn met 79 procent de sector waarin de zzp'ers zich het minst specialiseren in een bepaald type werk. In de verzorgende sectoren specialiseert men zich het meest.

Figuur 4.1 Specialisatie naar sector



Bron: Regioplan 2009

Het opleidingsniveau van de zzp'er blijkt niet van invloed te zijn op het al dan niet specialiseren.

[13] Verbreding is het vergroten van de klantenkring binnen dezelfde markt c.q. type dienstverlening. Dit kan bijvoorbeeld via concurrentie op prijs, het combineren van typen diensten of actieve acquisitie. Specialisatie gebeurt door het aanbieden van een dienstverlening of product op een hoog niveau waardoor men zich kan verzekeren van een vaste klantenkring of een sterke positie in een nichemarkt.
Innovatie heeft betrekking op het ontwikkelen van een geheel nieuw product of een nieuw type dienstverlening. Door het feit dat men daarmee de enige aanbieder is kan men een (nieuwe) markt voor zichzelf creëren. In dat geval is sprake van diversificatie.
Een nieuwe markt kan ook gecreëerd worden door met een bestaand product of dienst op zoek te gaan naar een nieuw type afnemer. Bijvoorbeeld door de grens over te steken.

Professionals in de zakelijke dienstverlening hebben doorgaans alleen zakelijke opdrachtgevers (geen particulieren) en kiezen vaak voor een specialisme. De aard van dat specialisme is erop van invloed of ze in één of meer branches werken. Een boekhouder hoeft zich bijvoorbeeld niet te beperken tot de financiële sector of de overheid.
Fotografen kiezen bijvoorbeeld voor portretfotografie (in de particuliere sector) of juist voor reclame- of bedrijfsfotografie (met opdrachtgevers in vele sectoren). Interim-managers en adviseurs zijn gespecialiseerd in bijvoorbeeld P&O of marketing en communicatie en kunnen hun vaardigheden in allerlei branches inzetten, maar zij werken vaak in één branche doordat ze daarbinnen de meeste contacten hebben opgedaan en op basis van hun ervaring en netwerk opdrachten binnen krijgen in hetzelfde werkveld.

De innovatiestrategie, het ontwikkelen van nieuwe activiteiten dan wel nieuwe producten en diensten, komt in de praktijk bij zzp'ers betrekkelijk weinig voor. Het zoeken van nieuwe mogelijkheden via innovatie zijn we in de interviews onder andere wel tegengekomen in de zorg (zie de tekstbox hieronder).
Soms kiezen zzp'ers echter ook voor diversificatie: het oppakken van nieuwe activiteiten in nieuwe markten: bijvoorbeeld een interim manager die cursussen gaat geven voor ontslagen werknemers die hij werft via advertenties. Diversificatie wordt overigens, naast verbreding, door zzp'ers niet alleen nagestreefd ten behoeve van behoud of vergroting van de omzet, maar ook uit de behoefte aan afwisseling.[14]
Het ontwikkelen van nieuwe markten zijn wij als strategie niet tegengekomen bij de geïnterviewde zzp'ers.
Het volgen van een specifieke marktstrategie hoeft overigens niet te betekenen dat niet ook een andere nog wordt toegepast. Een zzp'er die zich in iets gespecialiseerd heeft, kan – bijvoorbeeld voor de afwisseling, maar ook omdat de markt voor die specialisatie krimpt – tegelijkertijd een nieuwe dienstverlening ernaast gaan aanbieden.

Volgens Van den Born (2009, p.22) levert de focusstrategie (specialisatie) voor hoger opgeleide zzp'ers een omzetverhoging op.
Het merendeel (64%) van de zzp'ers in ons onderzoek is van mening dat hun specialisatie geen effect heeft op hun weerbaarheid tijdens de huidige economische crisis. Een kleine groep (6%) denkt dat hun specialisme nadelig is in het huidige economische klimaat. Bijna een derde van de gespecialiseerde zzp'ers (30%) denkt dat ze door hun specialisatie de beste kansen hebben op opdrachten. Dit geldt met name voor de hoogopgeleiden (zie tabellenboek: tabel B6.26). Er zijn geen significante verschillen tussen sectoren.
Op basis van de interviews hebben wij de indruk dat de strategie die een zzp'er kiest over het algemeen niet uitmaakt voor het succes van zijn

[14] Uit het onderzoek onder hoogopgeleide zzp'ers van Van den Born blijkt dat zzp'ers met een breed diensten-/productenpalet meer tevreden zijn over hun carrière.

onderneming: sommige zzp'ers zijn succesvol als specialist, anderen als generalist. Wellicht heeft dit ermee te maken dat, afgaande op de interviews, zzp'ers niet zo heel bewust met hun positie op de markt.
In onderstaande box zijn voorbeelden van marktstrategieën per sector beschreven.

Voorbeelden van vernieuwing en diversificatie

Zakelijke dienstverlening
In de zakelijke dienstverlening is de stap van journalist naar communicatie-adviseur, evenals de stap van adviseur of interim-manager naar trainer of coach snel gemaakt. De professionals beschikken over allerlei vaardigheden die op verschillende manieren kunnen worden ingezet. Een adviseur vertelde dat hij sinds kort trainingen in slecht nieuws gesprekken geeft: "Dat zijn vaardigheden die managers willen leren in deze economische situatie." Een fotograaf gaf aan ook wel eens een stukje te schrijven bij zijn foto's en dat hij zodoende journalistieke vaardigheden heeft ontwikkeld en aanbiedt. Een adviseur zet in eigen tijd een festival op, dat publiek en privaat wordt gefinancierd. Het motief hierachter is een combinatie van idealisme en de wens hier in de toekomst ook een boterham mee te kunnen verdienen.

Zorg
In de zorgsector zijn enige voorbeelden aangetroffen van het ontwikkelen van nieuwe producten of diensten. Twee fysiotherapeuten proberen nieuwe therapievormen te ontwikkelen en één verzorgende had ideeën over het zelf gaan inzetten van een taxibus voor het vervoer van cliënten.

Bouw
Ook in de bouw is niet zozeer sprake van vernieuwing als wel van diversificatie. Er zijn zowel professionals die kiezen voor een specialisatie, als zzp'ers die ervoor kiezen om meer generalistisch te werken en verschillende producten en diensten aan te bieden. Beide kiezen bewust voor hun strategie.
Diversificatie leidt er in deze sector toe dat beroepen naar elkaar toegroeien en aan te duiden zijn onder de verzamelnaam klusjesman.

Helaas voor de zzp'er lukt het niet altijd om het initiatief (innovatie of diversificatie) goed van de grond te krijgen. Een eensluidende verklaring is hiervoor niet te geven, behalve dat dit inherent is aan het nemen van risico's door nieuwe zaken te ontwikkelen of nieuwe markten uit te proberen. Mogelijk speelt hierbij ook een rol dat een zzp'er er in de regel alleen voor staat en door drukte beperkt wordt in zijn mogelijkheden. Het lijkt in ieder geval niet aan de inzet van de zzp'er te liggen, want degenen die 'iets nieuws' hadden geprobeerd, vertelden hierover nog steeds met enthousiasme.

4.2 Samenwerken en netwerken

Zoals in hoofdstuk 3 beschreven, zijn netwerken een belangrijke bron voor opdrachten. Veruit het grootste deel (63%) van de ondervraagde zzp'ers verwerft opdrachten via een zakelijk netwerk (oud-collega's, (oud-)opdrachtgevers en of (oud)klanten) (zie ook tabellenbijlage: tabel B6.4, B6.5 en B6.6). Maar ook het meer informele netwerk van (ex-)collega's en familie en vrienden is voor bepaalde groepen zzp'ers (met name die welke in de particuliere sector werkzaam zijn) van belang voor opdrachten (bijvoorbeeld in de bouw en de zorg). Dat hoeft overigens niet te betekenen dat een zakelijk netwerk voor deze groep minder belangrijk is. Beide typen netwerken bestaan naast elkaar.

Het netwerk en naamsbekendheid leiden weliswaar niet direct tot nieuwe opdrachten, maar het indirecte effect ervan is groot op de toekomstige werkvoorraad. Daar is de zzp'er zich terdege bewust van. Uit de enquête blijkt dat meer dan de helft van de zzp'ers het (zeer of enigszins) belangrijk vindt om een zakelijk netwerk te onderhouden voor het verwerven van opdrachten. Een groot deel van de laag tot middelbaar opgeleiden (40%) maakt geen gebruik van een netwerkorganisatie of zakelijk netwerk om aan opdrachten te komen.[15] Bij hoogopgeleiden komt dit wat minder vaak voor (zie ook tabellenbijlage: tabel B6.7, B6.8 en B6.9).

Tabel 4.2 In hoeverre is het samenwerken met collega-zzp'ers (al dan niet in netwerkorganisaties) en het onderhouden van een zakelijk netwerk voor u belangrijk voor het verwerven van opdrachten?

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)	Totaal (n=626)
Zeer belangrijk	16%	35%	26%
Enigszins belangrijk	27%	29%	28%
Nauwelijks belangrijk	9%	12%	10%
Niet belangrijk (ik kom op een andere manier aan mijn opdrachten)	8%	6%	7%
Maakt geen gebruik van netwerkorganisaties of een zakelijk netwerk	40%	18%	28%

Bron: Regioplan 2009

Uit onderzoek (Van den Born, 2009) blijkt dat, in elk geval voor hoogopgeleide zzp'ers, actief netwerken van positieve invloed is op de hoogte van de omzet, maar dat er geen effect uitgaat van de omvang van het netwerk en lidmaatschap van ondernemersverenigingen. Blijkbaar is het *actief* onderhouden van een netwerk en daarmee ook de omvang van het netwerk, aan grenzen gebonden.

[15] Uit tabel 3.1. (hoofdstuk 3) was af te leiden dat het zakelijk netwerk voor middelbaar opgeleiden, net als voor hoog opgeleiden, het belangrijkste wervingskanaal is (maar wel in mindere mate belangrijk dan hoog opgeleiden). Verder gebruiken ze voornamelijk contacten uit de privé-sfeer en benaderen ze zelf potentiële opdrachtgevers.

Hoe worden netwerken onderhouden?
In netwerken is het volgens respondenten op de eerste plaats van belang om een goede naam te hebben door ‘goed werk af te leveren’ en het woord hierover te laten verspreiden door (ex-)klanten, (ex-)collega’s, (ex-)opdrachtgevers en familie en vrienden. Ook het onderhouden van het zakelijke en persoonlijke netwerk is van essentieel belang. Hierin investeert men tijd door bezoekjes te brengen, te bellen, et cetera. Het gaat er niet alleen om anderen te informeren over jezelf, maar ook om op de hoogte te zijn van wat bij anderen leeft en gebeurt.
Ten derde gaven verschillende zzp’ers aan dat wederkerigheid in relaties erg belangrijk is: laat zien dat je welwillend bent om iets voor een ander te doen, dan doet de ander in de toekomst misschien ook wel iets voor jou.
Uit de interviews, enquête en groepsgesprekken kwam een aantal knelpunten rond netwerken naar voren:
- netwerken is (te) tijdsintensief (interviews en enquête);
- werving via intermediaire organisaties als bemiddelings- of stockbureaus levert soms weinig op (interviews);
- werving via intermediaire organisaties als bemiddelings- of stockbureaus kunnen ook belemmerend werken, bijvoorbeeld omdat zij eisen dat niet buiten hen om geacquireerd mag worden tot een bepaalde tijd na een opdracht (groepsgesprek);
- netwerken veranderen en men moet ze dus blijven onderhouden (interviews);
- niet weten hoe het netwerk in te zetten (niet weten wie of hoe te benaderen)(enquête).

Veel zzp’ers hebben volgens de experts in de groepsgesprekken moeite met het opbouwen en onderhouden van hun zakelijk netwerk. Dat kan liggen aan hun communicatieve vaardigheden, hun eenzijdige gerichtheid op de markt (zich met een beperkt pakket aanbieden) of hun vaardigheden als ondernemer. De vraag wordt gesteld in hoeverre zzp’ers wel in staat zijn om effectief te netwerken.

In het directe verlengde van netwerken ligt samenwerken. Zzp’ers onderhouden contacten en zoeken elkaars samenwerking. Niet alleen voor het kunnen inschakelen van hulp indien nodig, maar ook om hun eigen organisatie van nieuwe kennis en contacten te voorzien. De samenwerking betreft veelal het gezamenlijk binnenhalen en uitvoeren van opdrachten en ontwikkeling van nieuwe producten en diensten.
Belangrijke redenen om samen te werken zijn volgens de geïnterviewden:
- de mogelijkheid van uitwisseling van opdrachten te benutten;
- de concurrentiekracht te vergroten;
- het kunnen voldoen eisen van derden;
- het aanbod van diensten te vergroten;
- te kunnen klankborden en sparren;
- de mogelijkheid tot waarneming bij ziekte te creëren.

Bovengenoemde redenen worden in de hierna geïllustreerd.

Redenen voor samenwerking

Uitwisseling van opdrachten

Het meest opvallende uit de interviews is dat bijna alle zzp'ers aangeven dat er uitwisseling van opdrachten met concullega's plaatsvindt. Als een professional het te druk heeft, dan sluist hij een klus door naar een ander. De wederkerigheid van deze uitwisseling lijkt op gespannen voet te staan met het feit dat de zzp'ers feitelijk elkaars concurrenten zijn. In de praktijk lijkt dit dus binnen netwerken erg mee te vallen.

Concurrentiekracht vergroten

Verder is het solo voor zzp'ers soms lastig om de concurrentie met grotere bedrijven aan te gaan en door samen te werken met concullega's staan ze sterker. Ook kan het zijn dat een bepaalde opdracht dusdanige menskracht vereist, dat samenwerking nodig is omdat de zzp'er de klus niet in zijn eentje kan klaren. Een adviseur was bijvoorbeeld gevraagd een bepaalde training te geven, maar ze was van mening dat een collega inhoudelijk op bepaalde punten sterker was. Ze besloten om samen de training te geven.

Eisen van derden

Onder fysiotherapeuten wordt samenwerking soms in de hand gewerkt door de eisen die sommige zorgverzekeraars stellen aan de praktijk van de fysiotherapeut. Voor een alleen werkend fysiotherapeut is het niet altijd rendabel om bijvoorbeeld een eigen oefenruimte te hebben, maar als ze in een groepspraktijk werken, kunnen de kosten ervan gedeeld worden.

Aanbod van diensten vergroten

Door samen te werken kunnen zzp'ers hun dienstenaanbod vergroten. Een verzorgende gaf aan samen met zes collega's 24-uurszorg aan een zieke aan te bieden. Zonder samenwerking is het voor zzp'ers niet mogelijk om deze vorm van zorg te kunnen bieden. Journalisten en fotografen geven aan vaak met elkaar samen te werken op een opdracht. Bij een interview wordt vaak een foto gemaakt en daarvoor gaan ze dan samen op pad.

Klankborden en sparren

Meerdere experts en zzp'ers hebben aangegeven dat het zzp-schap een eenzaam beroep is. Als je in loondienst werkt, dan heb je collega's om een praatje mee te maken en om mee te klankborden en sparren. Twee zzp'ers zijn bewust niet alleen, maar werken samen met een firmant. Een stukadoor zei: "Na twee jaar alleen gewerkt te hebben, ben ik op zoek gegaan naar een partner. Ik miste de gezelligheid en de mogelijkheid om samen met een collega te kunnen overleggen."

Waarneming bij ziekte

Zzp'ers werken ook samen om elkaar te kunnen waarnemen bij ziekte. De geïnterviewde verzorgenden gaven aan dat ze in hun netwerk een aantal concullega's hebben die hen kunnen waarnemen. Bij ziekte van de verzorgende blijft de zorgvraag van de cliënt immers bestaan.

Totstandkoming van samenwerkingsverbanden
De basis voor het totstandkomen van samenwerkingsverbanden is het netwerk aan contacten dat een zzp'er opbouwt. Netwerken kunnen op verschillende manieren tot stand komen, onder andere via professionaliseringsavonden van bemiddelingsbureaus of belangenorganisaties, professionele netwerkclubs of op trainingen, congressen en vakbeurzen. Daar ontmoeten zzp'ers concullega's die interesse in dezelfde thematiek hebben. Ook doen zzp'ers nieuwe contacten op door de opdrachten die ze doen en onderhouden ze vaak contacten met oud-collega's uit de tijd dat ze in loondienst werkten. In de zakelijke dienstverlening blijkt het internet netwerk LinkedIn erg populair. Via een sneeuwbalmethode breidt dit netwerk sterk uit en kunnen gebruikers ervan gebruikmaken van elkaars contacten.

Omvang en karakter van het netwerk
Veel netwerken van zzp'ers zijn informeel en hebben een behoorlijke dynamiek. Ze zijn niet stabiel. Zo lang ze informeel blijven is er vaak geen probleem, het wordt lastiger als er een meer formele vorm gewenst is: om mee te doen bij grote aanbestedingen, om de concurrentie met grote aanbieders aan te gaan, om samen iets te ontwikkelen (innovatieve zelfstandigen). Dan komen zaken aan de orde als: hoe kleedt je het juridisch in, hoe geef je de besluitvorming vorm, hoe verdeel je de inkomsten/opdrachten?

De omvang van het netwerk verschilt per beroepsgroep en sector. De geïnterviewden in de zakelijke dienstverlening geven aan dat ze over een groot netwerk beschikken (zo'n 100-1000 contacten). "Ik netwerk me een slag in de rondte", aldus een gedreven adviseur. Dit zal in zijn aard een ander, losser, netwerk zijn dan dat van een van de geïnterviewden, die aangaf iemand tot zijn netwerk te rekenen als hij weet dat hij een beroep op hem of haar kan doen.
De geïnterviewden in de zorg geven aan dat hun netwerk uit zo'n vijf à vijftien mensen bestaat. Dit zijn vrij hechte netwerken waarbinnen men een beroep op elkaar kan doen of die men nodig heeft om een dienstverleningsketen te creëren voor cliënten of een combinatie van diensten. Zo hebben fysiotherapeuten meestal enkele concullega's (o.a. oud-studiegenoten), huisartsen en specialisten in hun netwerken. Verzorgenden kennen vaak enkele andere verzorgenden, maar ook andere (para)medici die ze veelal thuis bij hun cliënten hebben leren kennen. De geïnterviewde stukadoors en elektriciens hebben meestal een of twee beroepsgenoten in hun netwerken en verder vooral veel bouwprofessionals die andere kennis en vaardigheden hebben dan zij zelf.
De netwerken die wij in de interviews zijn tegengekomen, zijn vooral niet-formele netwerken. Het benutten van de mogelijkheden van formele samenwerkingsverbanden zoals een vof, een BV of een maatschap, en dergelijke is door een viertal respondenten genoemd. Dit betrof naast een BV in de bouw drie maal een vof: in de bouw, in de zorg (ten behoeve van het delen van praktijkruimte door fysiotherapeuten) en in de zakelijke dienstverlening.

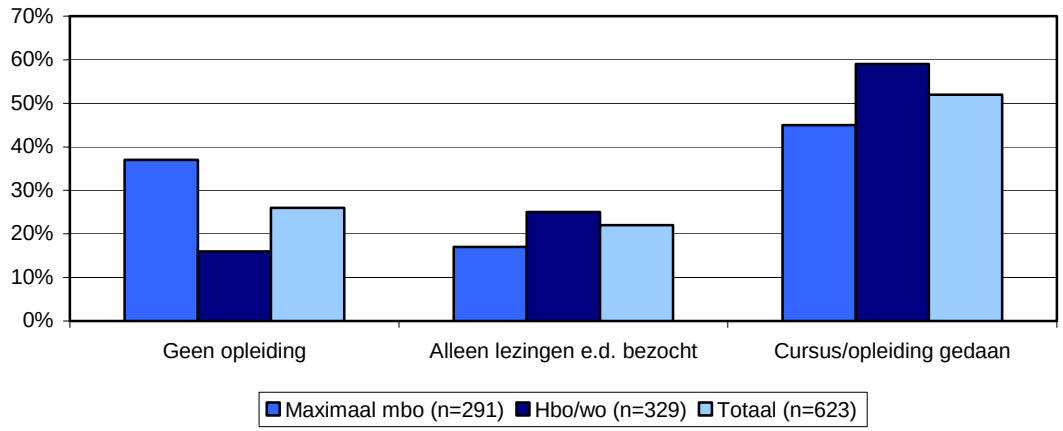
In de groepsgesprekken is ook melding gemaakt van het aangaan door zzp'ers van formele samenwerking om daarmee de mogelijkheid te creëren om mee te kunnen doen in grote aanbestedingen, om samen een product of dienst te kunnen ontwikkelen of om grotere klussen te kunnen aannemen. Verder zijn er binnen diverse sectoren/beroepsgroepen grotere formele netwerken actief die zich richten op belangenbehartiging voor en professionalisering van de aangesloten zzp'ers. Voorbeelden zijn gevonden in de landbouw, bij tekstschrijvers, interim managers en ict'ers.

4.3 Scholing

4.3.1 Welk type scholing volgt men?

Bijna driekwart van de zzp'ers heeft het afgelopen jaar op de een of andere manier zijn kennis en vaardigheden vergroot. Ruim de helft heeft opleidingen, trainingen, cursussen en workshops gevolgd. Bijna een kwart (22%) van de zzp'ers volgde geen scholing, maar bezocht wel congressen, symposia, seminars, fabriekbezoeken, leveranciersbijeenkomsten en/of vakbeurzen. Ongeveer een op de vier zzp'ers (26%) heeft het afgelopen dus geen activiteiten verricht om kennis en vaardigheden op peil te houden of te vergroten (zie ook tabellenbijlage B7.6 en verder). Hoger opgeleiden hebben relatief vaker scholing gevolgd.

Figuur 4.2 Scholing door zzp'ers in afgelopen jaar naar opleidingsniveau



Bron: Regioplan 2009

We onderscheiden scholing gericht op ondernemersvaardigheden en vakinhoudelijke scholing.

Vakinhoudelijke scholing betreft naast het op de hoogte gehouden worden van ontwikkelingen in een vakgebied ook bijvoorbeeld:

- Opleidingen om te specialiseren in een nieuw gedachtegoed om dit te kunnen koppelen aan bestaande diensten om zo een nieuw product op de markt te zetten.
- Opleidingen om een licentie te behalen om een bepaalde vorm van dienstverlening te kunnen aanbieden (zie 4.4.2).
- Intervisie (fysiotherapeuten en mediators (adviseurs) kunnen hiervoor studiepunten krijgen die ze nodig hebben voor hun certificering).

Ruim een derde (38%) van de ondervraagde zzp'ers heeft het afgelopen jaar vakinhoudelijke scholing gevolgd. Het grootste deel (62%) van de zpp-ers heeft dus het afgelopen jaar geen vakinhoudelijke scholing gevolgd. Wanneer zzp'ers wel vakinhoudelijke scholing hebben gevolgd, is dit veelal 'niet-verplichte' scholing (26%). Dit geldt met name voor hoogopgeleiden.

Tabel 4.3 Mate waarin zzp'ers vakinhoudelijke scholing volgen

	Maximaal mbo (n=289)	Hbo/wo (n=326)	Totaal (n=618)
Geen vakinhoudelijke scholing gevolgd	67%	57%	62%
Wel vakinhoudelijke scholing - niet verplicht	19%	31%	26%
Wel vakinhoudelijke scholing - wel verplicht	13%	11%	12%

Bron: Regioplan 2009

Per sector zijn er ook verschillen. Met name in de zakelijke en financiële dienstverlening het onderwijs en gezondheidszorg is het percentage respondenten dat alleen 'niet verplichte' scholing heeft gevolgd hoger dan het percentage dat 'verplichte' scholing heeft gevolgd. In de sector vervoer, opslag en communicatie heeft men voornamelijk 'verplichte' scholing gevolgd (zie ook tabellenbijlage: tabel B7.11 t/m 7.13).

Bijscholing formeel vereist?

Uit de interviews is nadere informatie over het verplichte karakter van scholing naar voren gekomen.
Voor fysiotherapeuten is bijscholing verplicht. Fysiotherapeuten dienen ingeschreven te zijn in het BIG-register alvorens ze hun beroep mogen uitoefenen. Sinds 1 januari 2009 zijn de regels omtrent verlenging van de inschrijving gebonden aan het behalen van een minimum aantal punten bijscholing. Het Koninklijk Nederlands Genootschap voor Fysiotherapeuten (KNGF) hanteerde reeds een scholingscriterium voor inschrijving in zijn register, dit wordt nu overgenomen voor verlenging van de BIG-registratie. Inschrijving in het register van KNGF is overigens niet verplicht, maar wordt wel door veel verzekeraars als verplicht gesteld, wil men in aanmerking komen voor zorgvergoedingen. De norm van bijscholing is minimaal 120 scholingsuren per vijf jaar. Dit kan worden ingevuld met bijscholing bij hogescholen maar ook bij particuliere opleidingsinstellingen. Deelnemen aan intervisie telt ook mee.
Een professional die mediation wil aanbieden aan zijn klanten, is eveneens verplicht tot bijscholing om ingeschreven te blijven in het register van het Nederlands Mediation Instituut (NMI).
Eén adviseur gaf aan dat een opdrachtgever een cursus voor hem heeft betaald. Deze cursus had hij nodig om de opdracht uit te voeren.

Bron: Interviews met experts en zzp'ers

Congressen, beurzen, presentaties, symposia, vakdagen en dergelijke zijn er om op de hoogte te blijven van actuele ontwikkelingen in een vakgebied. Dit geldt voor alle sectoren.
Volgens onze enquête heeft 22 procent van de zzp'ers symposia, congressen, vakbeurzen en dergelijke gevolgd. Uit de interviews met zzp'ers bleek dat ze dergelijke bijeenkomsten zien als een middel om te worden bijgeschoold over recente ontwikkelingen op hun vakgebied. Daarnaast dienen congressen en vakbeurzen ook als netwerkaangelegenheden om concullega's te ontmoeten. Een van de geïnterviewde adviseurs gaf aan dat congressen, vakbeurzen en symposia goed zijn om te netwerken met collega's maar niet om potentiële opdrachtgevers te ontmoeten: "Je bent er met veel concullega's en je vist allemaal in dezelfde vijver."
Een aantal geïnterviewde zzp'ers in de zakelijke dienstverlening gaf aan dat de toegangsprijzen voor congressen veelal hoog zijn omdat ze door commerciële bureaus zijn georganiseerd, wat maakt dat ze deze minder vaak bezoeken dan gewild. Vakbeurzen en dergelijke zijn onder zzp'ers gemiddeld genomen populairder en ze zijn veelal minder duur dan symposia en congressen. Enkele geïnterviewde fotografen en verzorgenden gaven aan dat vakbeurzen voor hen interessant zijn omdat er nieuwe producten en technologische ontwikkelingen worden getoond. Zzp'ers in de bouw bezoeken naast vakbeurzen ook regelmatig productdemonstraties of bijeenkomsten bij leveranciers van nieuwe apparaten. Vooral voor elektromonteurs is dit een belangrijke manier om zich bij te scholen.

Scholing op ondernemersvaardigheden gebeurt veel minder. Dertien procent van de zzp'ers heeft het afgelopen jaar (ook) scholing gevolgd op het gebied van ondernemersvaardigheden; dus bijna negen op de tien niet. Hoogopgeleiden volgden vaker scholing op het gebied van ondernemers-vaardigheden dan middelbaar en laag opgeleiden (respectievelijk 16% en 9%). Zzp'ers in de zakelijke en financiële dienstverlening hebben, in vergelijking met zzp'ers in andere sectoren, het vaakst scholing op het gebied van ondernemersvaardigheden gevolgd (zie ook tabellenbijlage: tabel B7.15 tot en met 7.18).

Scholing op ondernemersvaardigheden betreft meestal scholing op het gebied van belastingen, administratieve en juridische zaken, acquisitie en netwerken et cetera (zie tabel 4.4). Hoogopgeleiden volgen wat vaker scholing op het gebied van netwerken en acquisitie. Laag tot middelbaar opgeleiden volgen vaker scholing op het gebied van belastingen, administratieve en juridische zaken en op PR en promotie.

Tabel 4.4 Soort scholing op het gebied van ondernemersvaardigheden (n=81, meerdere antwoorden mogelijk).

	Maximaal mbo (n=27)	Hbo/wo (n=54)	Totaal (n=81)
Belastingen/administratieve/ juridische zaken	60%	46%	51%
Netwerken	41%	50%	47%
Acquisitie	22%	37%	32%
PR/promotie/website bouwen	30%	20%	24%
Opstellen bedrijfsplan	19%	13%	15%
Anders	26%	9%	15%
Mogelijkheden om krediet te krijgen	19%	4%	9%

Bron: Regioplan 2009

4.3.2 Hoeveel scholing per type volgt men?

Niet alleen volgen zzp'ers vaker vakinhoudelijke scholing dan scholing gericht op ondernemersvaardigheden, aan vakinhoudelijke scholing wordt ook meer tijd besteed (zie tabel 4.5). Vakinhoudelijke scholing neemt gemiddeld 3,5 dag in beslag (hierbij gaat het alleen om cursussen, opleidingen en/of trainingen). Het aantal dagen scholing dat men het afgelopen jaar heeft gevolgd varieert naar opleidingsniveau. Hoogopgeleiden hebben gemiddeld 4,4 dagen vakinhoudelijke scholing gevolgd, laag tot middelbaar opgeleiden volgden gemiddeld 2,5 dagen vakinhoudelijke scholing. Er zijn geen significante verschillen naar sector (zie ook tabellenbijlage: tabel B7.9 en B7.10). Aan scholing op ondernemersvaardigheden werd gemiddeld een halve dag besteed (door de degenen die dit soort scholing volgden).

Tabel 4.5 Aantal dagen vakinhoudelijke scholing en scholing op het gebied van ondernemersvaardigheden.

Dagenscholing	Vakinhoudelijk			Ondernemersvaardigheden		
	Max. mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)	**Totaal (n=382)**	Max. mbo (n=293)	Hbo/wo (n=329)	**Totaal (n=622)**
Geen scholing	66%	57%	**61%**	91%	84%	**87%**
1 tot 2 dagen	11%	7%	**9%**	4%	11%	**8%**
3 tot 5 dagen	13%	14%	**13%**	3%	3%	**3%**
6 tot 10 dagen	5%	11%	**8%**	1%	1%	**1%**
Meer dan 10 dgn	5%	11%	**9%**	1%	1%	**1%**

Bron: Regioplan 2009

Het merendeel (61%) van de ondervraagde zzp'ers is tevreden met het aantal dagen scholing dat zij het afgelopen jaar hebben gevolgd (zie tabel 4.6). De zzp'ers die graag meer scholing hadden willen volgen, hadden met name meer vakinhoudelijke scholing willen volgen (al dan niet in combinatie met ondernemersvaardigheden).

Tabel 4.6 Had u het afgelopen jaar meer scholing willen volgen? [16]

	Maximaal mbo (n=110)	Hbo/wo (n=155)	Totaal (n=266)
Ja, meer vakinhoudelijk	13%	20%	17%
Ja, meer ondernemersvaardigheden	5%	5%	5%
Ja, beiden	11%	12%	11%
Nee	65%	59%	61%
Weet niet	6%	5%	6%

Bron: Regioplan 2009

Opleiding en sector blijken niet significant van invloed te zijn op de wens meer scholing te volgen.
De belangrijkste redenen waarom zzp'ers minder scholing hebben gevolgd dan ze hadden gewild zijn: 'niet meer tijd, te druk met werken' en 'reeds voldoende geld gespendeerd aan scholing' (zie ook tabellenbijlage: tabel B7.20). Er zijn op dit punt geen significante verschillen naar opleidingsniveau en sectoren.

4.3.3 Het belang van scholing

In de interviews geven zzp'ers aan vooral scholing te volgen uit persoonlijke interesse of voor de persoonlijke ontwikkeling. De marktpositie is vaak niet het eerste argument om scholing te gaan volgen. Dit neemt niet weg dat zzp'ers het belang op dit punt wel inzien. Bijna twee derde van de zzp'ers (64%) uit de

[16] Het gaat hier alleen om respondenten die het afgelopen jaar reeds scholing hebben gevolgd.

enquête die vakinhoudelijke scholing hebben gevolgd vindt vakinhoudelijke scholing (enigszins) belangrijk voor het verkrijgen van nieuwe opdrachten.[17]

Tabel 4.7 In hoeverre was/is deze vakinhoudelijke scholing belangrijk bij het verkrijgen van nieuwe opdrachten? (n=75)

	Aantal	Percentage
Zeer belangrijk	21	28%
Enigszins belangrijk	27	36%
Niet belangrijk, maar heeft wel geholpen	15	20%
Niet belangrijk	12	16%

Bron: Regioplan 2009

Scholing kan om uiteenlopende redenen van belang zijn voor zzp'ers. De geïnterviewden in de zorg zijn zich erg bewust van het belang van (bij)scholing; niet alleen voor henzelf, maar ook voor de cliënt. Als er iets misgaat in de verzorging kan dit immers grote gevolgen voor de cliënt hebben en ook voor de verzorgende omdat deze hoofdelijk aansprakelijk is. Onder de geïnterviewde verzorgenden leeft het credo 'bevoegdheid is nog geen bekwaamheid' dan ook sterk. Zij gaven aan in 2008 een of meer dagdelen 'verpleegtechnische' bijscholing[18] te hebben gevolgd, veelal via het bemiddelingsbureau waarvoor ze werkten. Een van de verzorgenden gaf aan goede contacten met een ziekenhuis te hebben en daar af en toe een dagdeel mee te mogen lopen ter professionaliteitbevordering.

Dat investeren in scholing van belang is voor de marktpositie van de zzp'er blijkt uit het feit dat twaalf procent van de respondenten uit de enquête die het afgelopen jaar geen scholing hebben gevolgd (n=162), aangeeft dat men opdrachten misloopt of zal gaan lopen door gebrek aan scholing. Als gevolg van een tekort aan specifieke kennis is 28 procent van alle 626 respondenten al opdrachten misgelopen. Voor respondenten met een hoog opleidingsniveau is het belang van kennis groter, want voor deze groep ligt dit percentage op 36 tegenover 19 procent voor de lager en middelbaar opgeleiden.

4.3.4 Waarom geen scholing gevolgd?

Ongeveer een op de vier zzp'ers heeft het afgelopen jaar geen enkele vorm van scholing gevolgd. Een groot deel van deze groep zzp'ers vindt het niet nodig om scholing te volgen, omdat zij door hun eigen werkzaamheden genoeg leren[19]; een derde deel van de zzp'ers die het afgelopen jaar geen scholing hebben gevolgd, geeft aan dat dit de belangrijkste reden is.

[17] Er zijn op dit punt geen significante verschillen voor opleiding, dit heeft waarschijnlijk te maken met de lage n(=75).

[18] Denk aan verschonen van stoma's en infusen en de werking van insulinepompen.

[19] Zo hebben de meeste journalisten en fotografen volgens geïnterviewde experts naast hun initiële scholing weinig bijscholing gevolgd. Ze geven er volgens hen de voorkeur aan de nieuwe technologische ontwikkelingen zelf aan te leren.

Verder zijn ‘gebrek aan tijd’ en ‘reeds voldoende scholing te hebben gevolgd’ belangrijke reden om geen scholing te volgen.

Tabel 4.8 Wat is de belangrijkste reden dat u het afgelopen jaar geen scholing heeft gevolgd? (n=162)

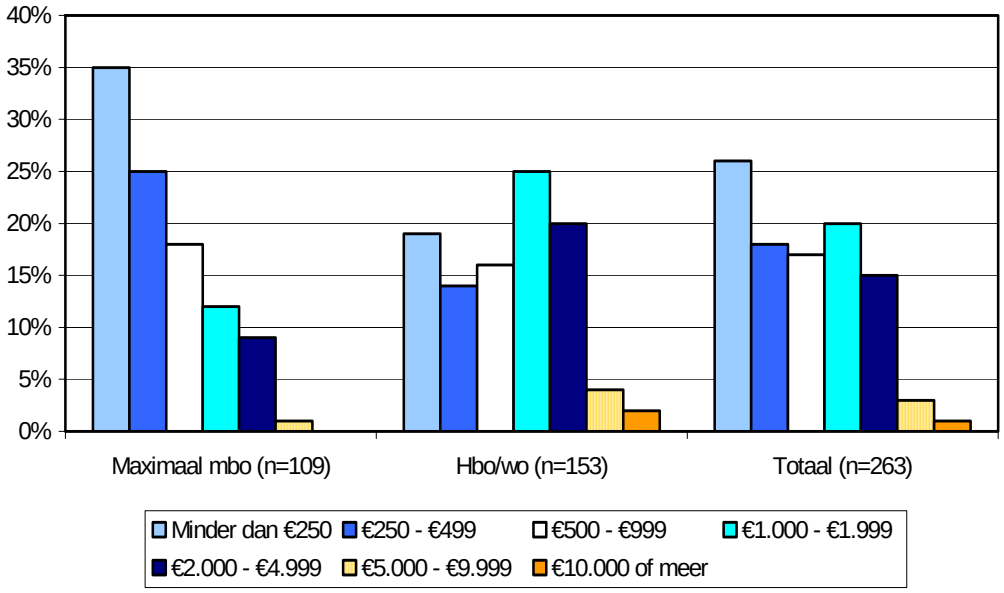
	Maximaal mbo (n=107)	Hbo/ wo (n=54)	Totaal (n=162)
Ik leer 'on the job' / bij in mijn opdrachten	32%	35%	33%
Geen tijd, te druk met werken	21%	15%	19%
Ik heb afgelopen jaren al genoeg scholing gevolgd	12%	11%	12%
Er was geen scholing die me aansprak	7%	9%	7%
Geen tijd, liever tijd besteden aan familie/vrienden	7%	6%	6%
Ik zie het nut van scholing niet in	6%	2%	5%
Ik weet niet zo goed wat voor scholing er voor mij is	5%	4%	4%
De scholing sluit niet aan qua tijd en locatie	1%	7%	3%
Door deelname aan scholing derf ik inkomen	1%	2%	1%
De scholing was te duur	1%	0%	1%

Bron: Regioplan 2009

De geïnterviewde zzp’ers die aangaven in het afgelopen jaar niet aan scholing te hebben gedaan, wijken in hun motieven een beetje af van deze enquête-uitkomsten. Zij gaven relatief vaak als reden de opleiding te duur vinden. Ook volgens de deelnemers aan de groepsgesprekken is dit een belangrijke reden waarom geen scholing wordt gevolgd. Daarbij wordt ook gewezen op de gederfde inkomsten die deelname aan scholing met zich meebrengt.

Wat in opleidingsland als duur wordt ervaren, verschilt uiteraard per persoon. Daarom is gevraagd naar de feitelijke uitgaven aan scholing.
Als zzp’ers scholing volgen zijn dit doorgaans geen dure cursussen. Bij meer dan de helft (61%) blijft het cursusbedrag onder de €1000,- (zie figuur 4.3). Hoogopgeleiden hebben meer geld uitgegeven aan scholing dan laagopgeleiden. In de zakelijke en financiële dienstverlening werd het meeste geld uitgegeven aan scholing, een kwart van de zzp’ers in deze sector heeft meer dan €2.000,- uitgegeven aan scholing. In de technische sectoren (zoals bouwnijverheid en handel en reparatie) gaf ruim de helft van de zzp’ers minder dan €250,- uit.

Figuur 4.3 Uitgaven aan scholing in afgelopen jaar naar opleidingsniveau



Bron: Regioplan 2009

Slechts negen procent van de zzp'ers die scholing heeft gevolgd, heeft hiervoor een tegemoetkoming in de kosten gehad (bijvoorbeeld kortingsregeling of subsidie). In de verzorgende sectoren en de zakelijke dienstverlening wordt iets minder gebruik gemaakt van tegemoetkomingen in de scholingskosten dan in andere sectoren.

De helft van de zzp'ers heeft gebruikgemaakt van fiscale aftrekmogelijkheden voor scholing, maar bijna een op de vijf was niet op de hoogte van deze mogelijkheid (zie tabel 4.9). Een klein deel van de zzp'ers kon geen gebruik maken van de fiscale regeling, omdat hun scholingskosten onder de drempelwaarde lagen. In de technische sectoren werd het minst gebruik gemaakt van de mogelijkheden voor fiscale aftrek, slechts 28 procent maakte hier gebruik van. Een belangrijke reden hiervoor was dat de gemaakte kosten onder de drempelwaarde lagen.

Tabel 4.9 Heeft u gebruikgemaakt van fiscale aftrekmogelijkheden? [20]

	Maximaal mbo (n=107)	Hbo/wo (n=154)	Totaal (n=261)
Ja	48%	51%	50%
Nee, ik was niet op de hoogte van deze mogelijkheid	19%	18%	18%
Nee, ik zat onder de drempelwaarde	15%	14%	15%
Nee, andere reden	19%	17%	18%

Bron: Regioplan 2009

Scholingsaftrek

De scholingsaftrek via de inkomstenbelasting is voor alle werkenden gelijk. Dat betekent dat werkenden een bedrag van tussen de €500,- en €15.000,- mogen aftrekken van hun inkomstenbelasting. Volgens de Regiegroep Regeldruk is er een hardnekkig misverstand onder zelfstandigen over scholingsaftrek en wordt verwezen naar een drempelbedrag van €4200,-, maar dat is voor seminars en reizen en daarin wordt een drempel voorzien voor privé uitgaven. De geïnterviewde zzp'ers gaven aan niet bekend te zijn met de regels omtrent scholingaftrek en 'gewoon de bonnetjes naar de accountant te sturen' die de belastingaangifte regelt.

Bron: Interviews met experts en zzp'ers

Aandacht voor ondernemerschap en zzp'ers in het onderwijs

- In het reguliere onderwijs krijgt ondernemerschap steeds meer aandacht. Zowel roc's als hogescholen en universiteiten bieden in toenemende mate modules ondernemerschap aan. Uit een gesprek met een hogeschool die een master ondernemerschap aanbiedt, bleek dat deze opleiding voornamelijk door studenten wordt gevolgd.
- Het Centrum voor Ondernemerschap (CO) aan één van de Hogescholen richt zich op studenten, maar heeft ook enkele initiatieven voor ondernemers gehad. Zo was er een pilot-training X SMART START Gelderland waar ondernemers tot vijf jaar na de start voor coaching en training terecht konden. Samen met een particulier bureau is een soort POP van de ondernemer gemaakt. De opleiding vond plaats in groepsvorm, ten behoeve van wederzijdse stimulans.
  Het CO gaat samen met een vakbond na of het mogelijk is om een opleiding voor zzp'ers te creëren. Het zijn nog eerste ideeën.
- De Stichting Certificaat Ondernemerschap is een samenwerking van acht hogescholen en een universiteit. Het certificaat is erkend door VNO/NCW, de Kamers van Koophandel, de Rabobank en het MKB. Een stimulans voor het starten van een eigen onderneming door het vergroten van kennis en ondernemersvaardigheden, is het uitgangspunt.

Bron: Interviews met experts en Internetsearch

[20] Het gaat hier alleen om respondenten die het afgelopen jaar scholing hebben gevolgd.

4.4 Voorkomen van uitval en arbeidsongeschiktheid

In de vorige paragraaf is weergegeven in hoeverre zzp'ers bezig zijn met het creëren van continuïteit in hun bedrijf. Ziekte en arbeidsongeschiktheid zijn eveneens een bedreiging voor de continuïteit van het bedrijf. Hieronder wordt beschreven in hoeverre zzp'ers bezig zijn met preventieve maatregelen omtrent ziekte en arbeidsongeschiktheid en in hoeverre ze zich hebben verzekerd tegen inkomensverlies als gevolg hiervan.

Een zzp'er die als gevolg van ziekte niet kan werken, kan geen inkomen verwerven. Er is in de literatuur weinig bekend over de wijze waarop zzp'ers de continuïteit van hun bedrijf proberen te borgen en arbeidsuitval en arbeidsongeschiktheid zo veel mogelijk proberen te voorkomen.

"Goed voor mezelf zorgen," is de eerste reactie van vrijwel alle voor dit onderzoek geïnterviewde zzp'ers, op de vraag wat ze doen om uitval en arbeidsongeschiktheid te voorkomen. Een zzp'er is zich ervan bewust de enige productiefactor van zijn bedrijf te zijn en dat, als hij of zij uitvalt, de bedrijfsvoering niet doorloopt en er geen geld binnenkomt.
Overdracht van werk bij teveel werk is in alle beroepsgroepen geregeld binnen netwerken. Over vervanging bij ziekte is door de geïnterviewden meestal niet in het bijzonder gesproken. De enige uitzondering hierop vormen de zzp'ers in de zorg, waarschijnlijk omdat vervanging bij ziekte van verzorgenden van meer dringende aard is, omdat de cliënt van een verzorgende niet zonder de noodzakelijke verzorging of verpleging kan.
Overdracht van werk bij ziekte betekent echter dat er geen inkomen is.

Arbeidsomstandigheden en arbeidsrisico's
Volgens onderzoek van EIM (Hessels, 2003) komt werkdruk op de eerste plaats van arborisico's voor zelfstandigen en komt het in alle branches in ongeveer gelijke mate voor. Andere arborisico's die relatief vaak worden genoemd, zijn dat het werk lichamelijk zwaar is en dat er sprake is van gezondheidsrisico's (lawaai, stof en andere belastende arbeidsomstandigheden). Werk dat lichamelijk zwaar is, komt duidelijk vaker voor in de bouw, in de horeca en in de agrarische sector. Gezondheidsrisico's worden vaker gemeld door zelfstandigen in de industrie, de bouw en de agrarische sector. Iets meer dan een kwart geeft aan dat het werk emotioneel zwaar is, bijvoorbeeld omdat men heeft te maken met agressief gedrag van klanten of eentonig werk doet. Een minderheid van de zelfstandigen loopt gezondheidsrisico's omdat men werkt met chemische stoffen.
Hoewel zzp'ers arborisico's onderkennen, lijkt het er op basis van dit onderzoek op dat zelfstandigen pragmatisch omgaan met hun arbeidsomstandigheden. Zelfstandigen in sectoren waar veel arborisico's voorkomen, nemen sneller maatregelen.

Uit de interviews blijkt dat veel zzp'ers wel te maken hebben met hoge werkdruk en veel uren, maar ze klagen hier niet over. Vrijwel alle zzp'ers doen dit werk omdat ze het leuk vinden, het maakt dan volgens hen niet uit dat ze er veel tijd aan kwijt zijn. Het zijn harde werkers die liever niet stil zitten.
Een aantal geïnterviewde zzp'ers heeft gemerkt dat het werk een te hoge tol ging eisen, zij hebben een stapje terug gedaan en hebben naar eigen zeggen nu een goede balans gevonden.
Slechts voor een kleine minderheid van de zelfstandigen geldt dat de werkbelasting hen zorgen baart. De zzp'ers zijn zich wel bewust van de (psychische en fysieke) risico's van hard werken en plannen daarom regelmatig een (extra) vakantie om rust te zoeken.

Aandacht voor en naleving van arbo
Aandacht voor goede arbeidsomstandigheden is een manier om uitval als gevolg van arbeidsongeschiktheid te voorkomen.
Alle geïnterviewde zzp'ers zijn naar eigen zeggen goed op de hoogte van arborisico's in hun vak. Fysiotherapeuten zijn vanuit hun professie bewust bezig met arbo en hebben voor henzelf een verantwoorde werkplek georganiseerd met bijvoorbeeld een verstelbare werkbank. Verzorgenden verwachten van hun cliëntèle in principe dat ze de benodigde hulpmiddelen, zoals tilliften en glijzeilen via Thuiszorgwinkels in huis halen.
De geïnterviewde beroepsbeoefenaars in de zakelijke dienstverlening geven aan een verantwoorde bureaustoel en tafel te hebben. Een interim-manager gaf aan een goede auto te hebben gekocht, omdat ze wel erg veel kilometers op jaarbasis rijdt.
Met het voorkomen of verminderen van werkstress zijn de geïnterviewden niet concreet bezig. Mogelijk reguleren zij dat via perioden van inactiviteit tussen twee opdrachten.

Volgens onderzoek van TNO (Korver, 2003, pag. 29) leven veel zzp'ers de regelingen van de Arbeidsomstandighedenwet niet of slechts beperkt na, meestal omdat ze de kennis niet hebben, niet paraat hebben, niet nodig denken te hebben of niet weten toe te passen. In de detailhandel leeft volgens dit onderzoek 23 procent langs de regels en voorschriften heen; in de zakelijke dienstverlening 16 procent, de zorg 15 procent en de industrie 14 procent. Alleen in de bouw is men zich gemiddeld genomen sterk bewust van het belang van het naleven van arboregels. Bovendien is in de bouw (dus niet bij opdrachten voor particulieren) de opdrachtgever op de werkplaats verantwoordelijk voor de arbeidsomstandigheden en -veiligheid. Het niet opvolgen van de arboregels in de bouw is in veel sterkere mate dan elders door kosten- en concurrentieoverwegingen bepaald.

Ook uit de interviews blijkt, net als uit het TNO onderzoek dat arboregels niet altijd nageleefd worden, dan wel dat men te weinig aandacht geeft aan de eigen arbeidsomstandigheden. Redenen hiervoor zijn bijvoorbeeld dat de werksituatie dit niet toelaat (een patiënt moet geholpen worden ondanks dat er op dat moment (nog) geen geschikte hulpmiddelen voorhanden zijn of omdat

een oplossing niet zo snel te bedenken is (het vervoer van zware camera's in het veld).

Inkomensvoorzieningen
Werknemers zijn in Nederland verplicht verzekerd voor werknemers-verzekeringen zoals WW, ZW, WIA en WAZO. Als zzp'er kun je je vrijwillig bij UWV of bij een particuliere verzekeraar laten verzekeren voor de inkomens-gevolgen van ziekte en arbeidsongeschiktheid.

Minder dan de helft van de geïnterviewde zzp'ers heeft een arbeids-ongeschiktheidsverzekering. De belangrijkste redenen waarom men deze niet heeft, is dat men deze te duur vindt en dat sommige zzp'ers geen dekking konden krijgen vanwege hun medisch verleden. "Met mijn klachten ben ik voor de verzekeraar een zinkend schip", aldus een van de zzp'ers. Een van de fysiotherapeuten gaf aan in 2000 wel een AO-verzekering te hebben gehad en er ook gebruik van te hebben gemaakt. De uitkering ervan verliep vlot. Op dit moment heeft hij geen arbeidsongeschiktheidsverzekering omdat de premie nu te hoog is en er voldoende buffer is, mocht hij uitvallen.
Uit het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) blijkt dat bijna de helft heeft geen verzekering voor ziekte/arbeidsongeschiktheid heeft. Bij zzp'ers met lagere inkomens uit hun onderneming, is gemiddeld genomen vaker niets geregeld voor pensioen en ziekte. Ook uit oudere onderzoeken (Hessels[21], 2003 en Korver, 2003) blijkt dat de meerderheid van de zzp'ers zich niet aanvullend verzekerd had tegen de inkomensgevolgen van ziekte en arbeids-ongeschiktheid.
Dit is overwegend het geval vanwege de hoge kosten van een dergelijke verzekering. Andere redenen om zich niet te verzekeren zijn (Korver, 2003; Hessels 2003):
- het zelf beschikken over reserves;
- de inkomens- en zekerheidspositie van partner en familie biedt reserves;
- de waarde van het bedrijfspand;
- de waarde van het bedrijf;
- de aanwezigheid van spaargelden.

Er is ook een (negatieve) samenhang tussen verzekeringsgraad en het ook hebben van werk in loondienst (omdat men dan daarop terug kan vallen)[22] (Hessels, 2003 en Korver, 2003, Vroonhof, 2008). Een van de geïnterviewde zzp'ers gaf aan bewust geen arbeidsongeschiktheidsverzekering te hebben omdat als hij ziek wordt, zijn 'ziekengeld' uit dienstverband voldoende is als financiële buffer.

In de door ons onderzochte populatie zzp'ers beschikt weliswaar vier op de vijf over financiële reserves om een periode zonder werk op te vangen, maar vaak

[21] Dit onderzoek heeft betrekking op ondernemers in de bouwnijverheid en zakelijke dienstverlening.

[22] Onbekend is de causaliteit hiervan: is men ondernemer geworden naast het dienstverband of is

niet voor langere tijd. De omvang van de financiële buffers waarover men beschikt kan behoorlijk verschillen: ze kunnen een tot enkele maanden dekken, maar ook langer. Ruim een op de vijf respondenten gaf aan langer dan een jaar zonder werk te kunnen.
Er is, zoals in hoofdstuk 3 aangegeven, een significante samenhang tussen opleidingsniveau (en waarschijnlijk dus ook inkomensniveau) en de lengte van de periode van inactiviteit die men zegt te kunnen opvangen.

Samenvattend: het beeld uit eerdere onderzoeken dat ongeveer de helft van de zzp'ers zich niet tegen gevolgen van arbeidsongeschiktheid heeft verzekerd, zien we bevestigd in ons onderzoek. Met een toename van het aantal zzp'ers in Nederland zou dit tot gevolg kunnen hebben dat een steeds groter deel van de Nederlandse bevolking onverzekerd is voor arbeidsongeschiktheid.

4.5 Gevolgen van ouder worden voor zzp-schap

Doorwerken of stoppen?
Uit onderzoek van Ecorys (Cuelenaere, 2008) blijkt dat gezondheidsredenen en de behoefte aan meer vrije tijd voor werknemers de belangrijkste redenen zijn om met (vervroegd) pensioen te gaan. Het feit dat de partner met pensioen is of gaat, is ook een veelgenoemde reden.
Zzp'ers lijken op dit punt te verschillen van werknemers. Zij zijn gemiddeld bereid elf maanden langer door te werken dan werkenden in loondienst, namelijk tot 63 jaar en 1 maand. Zij oriënteren zich minder op de mogelijkheden van vervroegd pensioen dan andere werkenden. De zzp'ers lijken hiermee een groeiende groep werkenden die hun eigen werk inrichten en voor wie langer doorwerken geen groot bezwaar lijkt of noodzaak is.
Langer doorwerken kan echter ook gepaard gaan met minder uren werken. Uit onderzoek onder hoogopgeleide zzp'ers (Van den Born, 2009) blijkt dat mannelijke freelancers vanaf een jaar of 55 minder gaan werken. Veel van deze freelancers hebben tegen deze tijd een voldoende grote financiële buffer om minder te gaan werken. Vrouwelijke freelancers daarentegen gaan juist rond hun 45e meer werken als de kinderen minder zorg nodig hebben en denken veelal op hun 55e nog niet aan stoppen met werken.[23]

Uit de interviews met zzp'ers weten we dat de jongere zzp'er (tot 45 jaar) nog niet bezig is met ouder worden en de gevolgen hiervan voor het zzp-schap. De meeste oudere zzp'ers hebben er wel eens over nagedacht. De oudere zzp'ers zien zichzelf nog een 'hele tijd' doorwerken, soms zelfs tot na hun 65e. Het motief hiervoor is niet alleen financieel, maar ook omdat ze hun werk leuk vinden en zolang het fysiek gaat, dit willen blijven doen.

---

men in dienstverband gaan werken naast het ondernemerschap als extra inkomenszekerheid?
[23] Er is in het huidige onderzoek geen significant verband vastgesteld tussen leeftijd en het aantal uren dat men per week als zzp'er werkzaam is.

Het al dan niet hebben van een goede inkomensvoorziening is bepalend voor de overweging eerder te stoppen met werken of minder te gaan werken.

Inkomensvoorzieningen
Een groot deel van de werknemers in Nederland bouwt in aanvulling op de AOW-uitkering waarop men doorgaans recht heeft bij het bereiken van de leeftijd van 65, een aanvullend pensioen op. Voor een zzp'er is deze opbouw vrijwillig.

Zo'n twee derde van de geraadpleegde zzp'ers uit recent onderzoek (Vroonhof e.a., 2008) heeft een pensioenvoorziening; een op de drie blijkt niets te hebben geregeld. Zzp'ers met lagere inkomens hebben vaker niets geregeld voor een aanvullend pensioen dan zzp'ers met hogere inkomens. Er bestaat volgens een ander onderzoek (Hessels, 2003) ook een positief verband tussen de behaalde omzet en het treffen van een pensioenvoorziening. Naarmate de omzet hoger is, wordt er eerder een pensioenregeling getroffen. Een private aanvulling als oudedagsvoorziening bestaat in 85 procent van de gevallen uit een verzekering, belegging of spaarregeling. Eveneens blijkt dat als men uitsluitend uit het zzp-schap inkomen haalt, er vaker pensioen is geregeld.

Meer dan de helft van de geïnterviewde zzp'ers heeft als zelfstandige voor zijn oude dag weinig geregeld: dit betreft voor een deel zzp'ers die gedurende hun werkzame leven een groot deel in dienstverband hebben gewerkt en daardoor reeds een pensioenaanspraak opgebouwd hebben. Een aantal zzp'ers heeft zelf een oudedagsvoorziening georganiseerd in de vorm van sparen, beleggen of in vastgoed (bijvoorbeeld eigen praktijkruimte die kan worden verkocht). Maar weinigen hebben een echte pensioenvoorziening of fiscale oudedagsregeling (FOR) afgesloten. De belangrijkste reden voor zzp'ers om geen pensioenvoorziening te hebben, is dat het als te duur wordt beschouwd.

In ons onderzoek is niet nagegaan in hoeverre de opgebouwde reserves of aanspraken bij derden voldoende zijn om inkomensverlies of een inkomensvermindering, bijvoorbeeld door ziekte, op te vangen.

4.6 Knelpunten van zzp'ers

Zzp'ers lijken gemiddeld genomen voldoende in staat om te werken aan hun marktpositie. Alle geïnterviewde zzp'ers hebben uit vrije wil gekozen voor het ondernemerschap en beschikken over het algemeen over een pro actieve houding en ondernemende persoonlijkheid. Dit is ons inziens een basis-voorwaarde om het als zelfstandig ondernemer (zonder personeel) te redden. Toch is er in de voorgaande hoofdstukken een aantal mogelijke knelpunten naar voren gekomen. Hieronder een overzicht.

Niet bewust bezig met ondernemen
Zzp'ers ervaren gemiddeld genomen geen knelpunten bij het werken aan hun marktpositie. Ze weten welke stappen ze moeten zetten om in hun werk/branche aan klanten te komen. Als het werk zich altijd vanzelf aandient, kan het zijn dat in een periode van recessie de noodzaak van actieve acquisitie groter wordt, maar een zzp'er niet weet welke stappen hij moet zetten om extra werk te genereren. Uit de interviews en groepsgesprekken komen bijvoorbeeld de nodige knelpunten rond het effectief aanboren van netwerken naar voren. Ook lijken zzp'ers vaak geen bewuste marktanalyse voor de wat langere termijn te maken: hoe sta ik er over twee tot drie jaar voor? Haal ik dan nog voldoende opdrachten uit mijn huidige netwerk? Hoe ontwikkelt de concurrentie zich? Als een ondernemer zich pas als de opdrachten opdrogen realiseert dat hij niet beschikt over de benodigde ondernemersvaardigheden, dan is dat een groot afbreukrisico voor de continuïteit van zijn onderneming.

Hoge werkdruk
Zzp'ers werken veel en maken lange dagen. Naast veertig uur werken aan opdrachten wordt er veelal in de avonduren nog aan acquisitie, administratie en/of netwerkactiviteiten gedaan. Vooral zzp'ers in de bouw werken naast hun declarabele uren vaak nog zo'n tien à twintig uur in de avonden en weekenden om hun administratie en acquisitie te doen. Denk hierbij aan het bezoeken van klanten om hun vraag in kaart te brengen en deze daarna uit te werken in een offerte. In de huidige economische crisis moeten zzp'ers er ook nog eens harder aan trekken om aan opdrachten te komen dan voorheen en dat betekent veelal dat ze ook meer uren besteden aan acquisitie en netwerken. De geïnterviewden zelf zien het vele werken niet als een probleem: 'dat hoort bij het werk en dat wist je van tevoren'. Uit eerdere onderzoeken naar werkdruk onder werknemers in verschillende branches is overigens bekend dat hoge werkdruk en veel uren werken geen probleem hoeft te zijn als men het werk met plezier doet en een zekere regelautonomie heeft (de eigen tijd indelen, zelf bepalen wanneer men vakantie neemt, et cetera). Dit laatste geldt voor zzp'ers, wat betekent dat de vele uren die ze werken niet noodzakelijkerwijze 'slecht' zijn voor de gezondheid van de ondernemer en dat daarmee de continuïteit van het zzp-schap in gevaar wordt gebracht. Wel belemmert een grote werkdruk de zzp'er waarschijnlijk om actief tijd te steken in de toekomst van de onderneming en concreet met de toekomstige marktpositie aan de slag te gaan (via scholing, het ontwikkelen van nieuwe diensten, aanboren van nieuwe netwerken, etc.)

Beperkte financiële buffer
Verder is het vanwege de financiële onzekerheid van ondernemerschap voor zzp'ers belangrijk een buffer te hebben. De buffer is gemiddeld genomen goed om een kortere periode (enkele weken tot maanden) in het oude bestedingspatroon te leven als de zzp'er kostwinner is. De aard van deze buffer kan verschillen, bijvoorbeeld van loon uit werk via spaargeld tot de

bedrijfshuisvesting. De financiële veerkracht van laag en middelbaar opgeleiden is kleiner dan van hoger opgeleiden.
De geïnterviewde zzp'ers geven aan zich heel bewust te zijn van dit risico van ondernemerschap en zetten iedere maand wel een beetje geld op zij als appeltje voor de dorst. Naast het spaargeld, is het inkomen van de partner ook een belangrijke buffer. Verder zijn er zzp'ers die een eigen huis of een eigen praktijkruimte achter de hand hebben, maar dat is echt voor noodgevallen. Ook zijn er zzp'ers voor wie werken vanwege een of meerdere financiële buffers niet zozeer een must is en dat als ze niet werken, ze ook nog rond kunnen komen.
Als een zzp'er gedurende langere periode minder werk heeft, dan raakt de spaarpot leeg en neemt de onrust bij de zzp'er toe. Als er dan toch weer werk komt, dan is de zzp'er niet meteen weer 'veilig', want het aanvullen van de buffer zal enige tijd in beslag nemen. Een beperkte financiële buffer kan zodoende een groot knelpunt voor de continuïteit van de onderneming van de zzp'er zijn.

Weinig bijscholing op ondernemersvaardigheden
Zzp'ers leren op verschillende manieren vaardigheden en de kunst afkijken van iemand anders of zelfstudie kan ook heel goed werken. Zij zien het belang van vakinhoudelijke scholing in voor de kwaliteit van het werk nu en werkzekerheid in de toekomst. Zzp'ers zijn veel minder bezig met scholing betreffende het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden. Dit kan een probleem opleveren, bijvoorbeeld als de marktsituatie waarin de zzp'er werkt verslechtert en men strategieën moet vinden om de omzet veilig te stellen. Uit de groepsgesprekken bleek dat de aandacht onder zzp'ers nog niet of veel te weinig uitgaat naar hun employability: hun algemene inzetbaarheid op de langere termijn. Ook dit kan in geval van een langduriger verslechterde marktsituatie problemen opleveren, bijvoorbeeld als een zzp'er gedwongen is (ook) weer werk in loondienst te gaan zoeken.

Geen arbeidsongeschiktheidsverzekering
De helft van de geïnterviewde zzp'ers geeft aan geen arbeidsongeschiktheids-verzekering te hebben. Voor een deel van deze zzp'ers is dat geen probleem omdat ze voldoende financiële middelen hebben om ziekte en arbeids-ongeschiktheid op te vangen. Voor de zzp'ers die geen grote buffer hebben, is dit een probleem. Dit betreft met name de laag- en middelbaar opgeleiden. Een van de redenen dat men zich niet verzekert, is dat men de kosten ervan te hoog vindt. Er zijn op dit moment verschillende verzekeraars die tezamen met belangenorganisaties voor zzp'ers arbeidsongeschiktheidsverzekeringen hebben ontwikkeld die volgens hun advertenties voor iedereen betaalbaar is. Het lijkt alsof een betaalbare arbeidsongeschiktheidsverzekering nog niet leeft bij de zzp'er.

5 ONDERSTEUNING: BEHOEFTE EN AANBOD

Aan ondernemerschap zijn risico's verbonden en een goede voorbereiding op het ondernemerschap is dan ook belangrijk. Ondernemerschap stelt ook eisen aan de persoon van de ondernemer en aan de kennis, ervaring en vaardigheden waarover hij of zij beschikt. De zzp'er moet de zakelijke kant en de vakinhoudelijke kant zelf behartigen. Er moet een administratie worden gevoerd en belasting worden betaald. De zelfstandige moet overwegen welke verzekeringen gewenst zijn, zoals die voor aansprakelijkheid, derving van inkomsten bij ziekte en arbeidsongeschiktheid en pensioen. De zzp'er moet zelf contracten sluiten met opdrachtgevers en zorgdragen voor de continue kwaliteit van de dienstverlening en het onderhouden van de klantrelaties.

Uit het vorige hoofdstuk is naar voren gekomen dat zzp'ers gemiddeld genomen voldoende in staat lijken te zijn om aan hun marktpositie te werken, maar dat zij daarbij wel een aantal knelpunten kunnen ondervinden. Ook is uit de enquête gebleken dat ruim één op de tien zzp'ers moeite heeft het hoofd boven water te houden. Dit zijn indicaties dat er in elk geval op specifieke onderwerpen en bij een deel van de zzp'ers een zekere behoefte aan ondersteuning kan bestaan.
Wat houdt ondersteuning in? Te onderscheiden zijn: voorlichting (algemeen) en advies (maatwerk), opleiding (algemeen) en coaching (maatwerk), facilitering/ondersteuning (financieel en materieel) en risico-dekking (via verzekeringen). Daarnaast is ook belangenbehartiging als meer algemene ondersteuning op te vatten.
Op verzoek van de RWI zijn juridische en administratieve ondersteuning en sociale zekerheidsregelingen in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten, omdat dit onderzoek focust op de marktpositie van de zzp'er en de factoren die daarop van invloed (kunnen) zijn. Wij wijzen er echter op dat juist deze vormen van ondersteuning vaak door zzp'ers zijn genoemd.

5.1 Het bestaande ondersteuningsaanbod in vogelvlucht

Om een globale indruk te krijgen van het ondersteuningsaanbod vanuit stakeholders is door Regioplan een korte inventarisatie uitgevoerd, voornamelijk op basis van internet-search en literatuurstudie.
Het onderstaande pretendeert niet volledig te zijn.

Uit de interviews met experts komt naar voren dat belangenorganisaties zoals beroepsorganisaties, sectororganisaties en vakbonden in toenemende mate bezig zijn met het ontwikkelen van dienstverlening c.q. ondersteuning voor zzp'ers. Een paar jaar geleden hadden sommige van deze organisaties problemen om de dienstverlening aan zzp'ers op een juiste wijze in hun organisatie te incorporeren. De belangenorganisaties onderkennen (nu) de

betekenis van de zzp'er voor de branche, de sector en de economie als geheel en hebben vaak een plaats voor hen binnen de bestaande dienstverlening kunnen vinden. Men hoeft niet voor alle dienstverlening ook aangesloten te zijn bij de desbetreffende organisatie. Wel worden soms (andere) tarieven in rekening gebracht, met name voor meer individueel advies of cursussen.

Vakbonden staan zzp’ers bij met advies en informatie, voorlichting, juridische diensten, verzekeringspaketten en kortdurende cursussen. Specifieke bonden voor zelfstandigen (FNV Zelfstandigen, FNV Zbo, CNV Zelfstandigen) bieden op maat gemaakte diensten aan, zoals: voorlichting voor zelfstandigen, juridische diensten, hulp bij incassoproblemen, gratis workshops voor starters, een startercoach, trainingen over financiën en wanbetalers, collectieve verzekeringen, collectieve belangenbehartiging, et cetera. Specifieke scholing betreft: websites bouwen, cursus administratie inrichten, VCA (Veiligheid, Gezondheid en Milieu Checklist Aannemers), materiaal leer (bouw), onderhandelen, presenteren, acquisitie, portfolio op website zetten, et cetera. Daarnaast zijn er binnen vakbonden aparte afdelingen voor zelfstandige vakmensen. Zij ondersteunen deze specifieke groep met toegespitste producten zoals bijvoorbeeld een handboek voor zelfstandige vakmensen.

Brancheorganisaties lijken zich over het algemeen in hun ondersteunings-aanbod niet direct te richten op zzp’ers. Dit neemt natuurlijk niet weg dat zzp’ers via deze organisaties op de hoogte kunnen blijven van vakinhoudelijke ontwikkelingen, dienovereenkomstige opleidingen kunnen volgen en toegang kunnen hebben tot andere diensten en informatie (zoals bijvoorbeeld over arbobeleid of initiatieven voor starters).

Beroepsverenigingen lijken eveneens niet specifieke ondersteuning te bieden aan zzp’ers, tenzij het een vereniging betreft die de belangen behartigt van een beroepsgroep die (ook) zelfstandig opereert. Voorbeelden hiervan zijn de belangenorganisatie voor zelfstandige parketvloerenleggersbedrijven (VPVB), de organisatie voor agrarische ondernemers LTO Nederland, de Orde van Nederlandse Register Managers (ORM), Tekstnet (voor tekstschrijvers), de FreeLancers Associatie (FLA) en IT United (voor ICT’ers). Zij bieden, wisselend per organisatie, zowel individuele dienstverlening (startershulp) als groepsgerichte activiteiten (informatiebijeenkomsten) en informatievoorziening via brochures over het ondernemerschap.

Organisaties, specifiek voor zelfstandige ondernemers in het algemeen
Voorbeelden hiervan zijn: Platform Zelfstandige Ondernemers (PZO), de Vereniging van Zelfstandigen Zonder Personeel (VZZP) en ZZP Nederland. Zij bieden (wisselend per organisatie), uiteenlopende ondersteuning als juridische helpdesk, voorlichting, thema-avonden en workshops, incassodiensten, kortingen op producten (bijvoorbeeld verzekeringen) en diensten, en dergelijke. PZO en VZZP zijn, vergelijkbaar met specifieke bonden voor

zelfstandigen, verenigingen die zich ook richten op collectieve en politieke belangenbehartiging.

O&O fondsen kunnen verschillende rollen aannemen. Ze kunnen slechts het fonds beheren, maar bijvoorbeeld ook actief bemiddelen bij scholing of subsidieaanvragen. Het komt, voor zover wij konden nagaan, bij O&O fondsen niet of nauwelijks voor dat ondersteuning wordt geboden aan projecten voor zzp'ers.
Bij 3 procent van de 65 fondsen bestaan mogelijkheden tot het volgen van een beroepsopleiding voor zzp'ers. (Bron: Ecorys, maart 2008: Hoe werken sectorfondsen? RWI: Den Haag). Dit kleine percentage wordt waarschijnlijk veroorzaakt door het feit dat zzp'ers niet bijdragen aan de fondsen. Toch lijken zzp'ers in sommige branches wel gebruik te maken van de scholingsmiddelen, bijvoorbeeld bij ESF-projecten waarin O&O-fondsen voor co-financiering zorgen. Voorbeelden daarvan zijn gevonden in de taxibranche, bij de rijschoolhouders (Bovag) en in de afbouw en schildersbranche (Savantis). Ook zelfstandigen kunnen in deze sectoren gebruik maken van het scholingsaanbod, wat niet altijd gewaardeerd wordt (zie kader).

Toegankelijkheid van het ondersteuningsaanbod?

Niet gewaardeerde toegankelijkheid: " Ondernemers die werkzaam zijn in de branche, maar geen bijdrage leveren aan de collectieve fondsen, kunnen gebruikmaken van tal van diensten die vanuit die middelen gefinancierd worden, zoals scholing en activiteiten gericht op arbeidsomstandigheden. Dit "freerider"- gedrag vormt - met name op de langere termijn - een bedreiging voor de hele branche en voor de Nederlandse samenleving."
Bron: Toekomstverkenning Hoofdbedrijfschap Afbouw en Onderhoud (oktober 2005).

Een voorbeeld van een wél bewust voor zzp'ers toegankelijk fonds is Woonwerk. Dit fonds in de wonenbranche ondersteunt activiteiten gericht op zelfstandig ondernemerschap. Zo kunnen mensen zzp'er worden en deels blijven werken voor de oorspronkelijke werkgever.

Uit de interviews met zzp'ers blijkt dat de **Kamers van koophandel** vooral gezien worden als de organisatie waar men zich moet inschrijven als zelfstandige. Een andere belangrijke taak van de Kamer van Koophandel is het voorlichting geven aan ondernemers. Een belangrijk deel van de voorlichting richt zich op startende bedrijven, bijvoorbeeld via startersdagen of cursussen bedrijfsadministratie voor starters. Er zijn ook speciale seminars over starten als zelfstandige en intervisiebijeenkomsten. Daarnaast geeft de KvK voorlichting over onder meer wet- en regelgeving, internationaal ondernemen, bedrijfsoverdrachten, veilig ondernemen en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook is (in bepaalde regio's) individuele begeleiding door een KvK-adviseur mogelijk. Een groot deel van de informatie wordt

aangeboden op de site van de KvK. Ook is het zakelijke netwerk ‘Hallo! De zakelijke community voor onderwijs’ beschikbaar[24].
Een aantal zzp’ers zegt wel eens een ondernemersdag van de KvK te hebben bezocht, maar dat deze te veel op starters is gericht en te weinig op ervaren ondernemers. Dat de KvK betrokken is bij initiatieven ten behoeve van coaching en begeleiding van zzp’ers is niet bekend onder de geïnterviewde zzp’ers.
In 2008 hebben de KvK’s op basis van een behoefteonderzoek hun dienstverlening en informatievoorziening aan zzp’ers uitgebreid en aangepast.

Een specifieke vorm van, soms commerciële, ondersteuning wordt geleverd door **intermediaire organisaties**. Deze organisaties bemiddelen tussen opdrachtnemers en opdrachtgevers. De exacte invulling van de rol van de bemiddelaar loopt in de praktijk sterk uiteen. Het komt voor dat zij zich richten op administratieve en/of financiële werkzaamheden, zoals bijvoorbeeld in het geval van administratiekantoren. Het kan echter ook zo zijn dat zij een actieve rol hebben in de verwerving van opdrachten en het selecteren en plaatsen van opdrachtnemers. Ook zijn er organisaties die nog een stap verder gaan en zzp’ers een constructie aanbieden waarmee ze feitelijk werknemers binnen hun eigen zzp-bv zijn en daardoor vallen onder de sociale zekerheid. Deze organisaties faciliteren daarnaast professionaliseringsavonden en cursussen over vakinhoudelijke thema’s en ondernemersaangelegenheden. De geïnterviewde interim-managers en verzorgenden geven aan regelmatig gebruik te maken van de professionaliseringsavonden, die volgens hen echter vaker gericht zijn op vakinhoudelijke ontwikkeling en in mindere mate op het aanscherpen van ondernemersvaardigheden.

5.2 Ondersteuningsbehoeften van zzp’ers

Zzp’ers zijn ondernemers en als zodanig gewend om in veel zaken zelf oplossingen te (moeten) zoeken en knopen door te hakken. Hieruit valt misschien te verklaren dat uit de interviews met zzp’ers naar voren komt dat de meeste van hen naar eigen zeggen geen ‘openstaande’ behoefte aan ondersteuning hebben.[25] De geïnterviewde zzp’ers geven aan dat als ze iets tegenkomen waar ze ondersteuning bij nodig hebben, ze deze direct gaan

[24] Binnen de Kamers van Koophandel is er een voorlopig plan om een startprogramma op te stellen waarbinnen startende ondernemers in de eerste periode worden gecoached bij het starten van hun bedrijf door een soort accountmanagers die proactief naar de klant gaan. Dit staat allemaal nog in de kinderschoenen.
Er is een aantal regionale initiatieven waar de Kamer een rol in heeft gespeeld, te weten: www.ikstartsmart.nl, www.coachpool.nl, www.pino.nl, www.starterspas.nl en in Rotterdam een initiatief genaamd Mental Coaching.

[25] Uit de literatuur is weinig bekend over de ondersteuningsbehoefte van zzp’ers.
Volgens deelnemers aan de groepsgesprekken zullen zzp’ers niet zo snel toegeven dat zij hulp nodig hebben of bepaalde informatie, kennis of ondersteuning missen.

zoeken. Hiervoor wordt vaak geput uit of te rade gegaan bij het netwerk van ‘concullega’ zzp’ers.
Wordt wat men zoekt niet in eigen kring gevonden, kan men eventueel terugvallen op het ondersteuningsaanbod van andere organisaties.

De organisatiegraad van zzp’ers

Van de ondernemers met personeel is, afhankelijk van de branche, 40 tot 50 procent lid van een brancheorganisatie. Bij zzp’ers ligt dit percentage lager.
Volgens onderzoek van het EIM in 2003 was toen minder dan 1 op de 3 zzp’ers lid van een branchevereniging. Volgens onderzoek van de Rabobank uit 2007 was 25 tot 30% van de zzp’ers in dat jaar lid van circa 15 organisaties.

Het aantal zzp’ers dat zich aansluit bij een belangenorganisatie is volgens door ons geïnterviewde experts groeiende.

Van de respondenten in onze enquête (2009) zijn er 4 op de 10 aangesloten bij één of meer belangenorganisaties[26].
Het gaat hierbij om:

- Beroepsorganisaties (zoals ORM, KNGF, V&VN)[27]	16%
- Branche-organisaties (zoals UNETO/VNI of HBD en HBA	11%
- Werknemersorganisaties (FNV en CNV en hun zzp-org’s, NU’91, etc.)	11%
- Specifieke zzp-organisaties (zoals PZO, ZZP Nederland)	7%
- Werkgeversorganisaties (zoals MKB Nederland en VNO-NCW)	2%

Volgens verschillende deelnemers aan de twee groepsgesprekken is dit aandeel hoger dan hun eigen schattingen van de organisatiegraad, die uitkomen op ongeveer tien procent van de zzp’ers. Het percentage bij een specifieke zzp-organisatie aangesloten ondernemers in onze populatie schatten wij, er rekening mee houdend dat men ook van twee zzp-organisaties lid kan zijn, iets boven de 10 procent.

Van de geïnterviewde zzp’ers is het merendeel lid van één of meer branche-organisaties, beroepsorganisaties en vakbonden. De meesten zijn lid van een dergelijke organisatie om op de hoogte te blijven van recente ontwikkelingen in het beroep of in de branche en/of voor de professionaliseringsavonden die ze organiseren. Een aantal zzp’ers is louter lid geworden van een belangen-organisatie omdat deze een gunstige beroepsaansprakelijkheid- of arbeids-ongeschiktheidsverzekering aanbiedt aan haar leden.
Het ondersteuningsaanbod van dergelijke organisaties wordt in wisselende

[26] Zzp’ers die hun ondernemerschap combineren met werk in loondienst blijken niet significant vaker aangesloten te zijn bij een belangenorganisatie.

[27] Sommige beroepen hebben een meer of minder beschermde titel (mediators, psychologen, fysiotherapeuten); voor de zzp’ers in deze beroepen is het noodzakelijk om aangesloten te zijn bij de desbetreffende beroepsvereniging.

mate gebruikt[28] (zie tabel 5.1). De nadruk lijkt hierbij te liggen op het vergaren van vakkennis, via congressen en vakbeurzen of concrete cursussen.

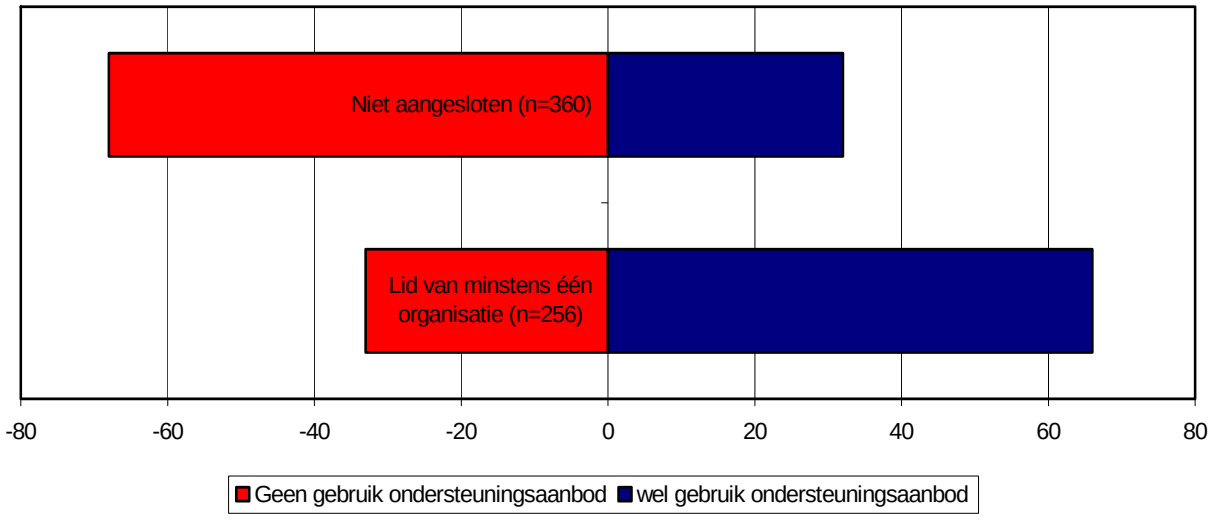
Tabel 5.1 Gebruik van ondersteuningsaanbod door zzp'ers

Type ondersteuning	Mate van gebruik	(n)
Congressen, vakbeurzen, seminars, e.d.	36%	(622)
Scholing/cursusssen op vakgebied	22%	(621)
Ondernemersscholing en –cursussen	15%	(616)
Ondersteuning bij opbouw van zakelijk netwerk	10%	(615)
Korting/subsidie voor het volgen van cursussen	6%	(614)
Bemiddeling bij opdrachten	4%	(611)

Bron: Regioplan 2009

Er is een significante relatie tussen het lid zijn van minstens één belangen-organisatie en het gebruik maken van het geboden ondersteuningsaanbod (zie figuur 5.1). Zzp'ers die lid zijn van beroeps- en brancheorganisaties, vakbonden c.q. werknemersorganisaties, specifieke organisaties voor zzp'ers, werkgeversorganisaties en/of andere organisaties[29] maken meer gebruik van het geboden ondersteuningsaanbod dan zzp'ers die van geen belangen-organisatie lid zijn. Van de zzp'ers die bij geen organisatie is aangesloten weet nog een op de drie ondersteuningsaanbod te vinden. Van de 'georganiseerde' zzp'ers is dit twee op de drie.

Figuur 5.1 Relatie lidmaatschap en gebruik ondersteuning



Bron: Regioplan 2009

[28] Niet in alle gevallen hoeft men voor elke vorm van ondersteuning noodzakelijkerwijze ook aangesloten te zijn bij een organisatie. Sommige organisaties bieden sommige diensten aan iedereen aan. Soms worden diensten aan niet-leden tegen een (hogere) vergoeding aangeboden.

[29] Onder 'andere organisatie' vallen: lokale en collegiale netwerken, gebruikersgroepen, ondernemersverenigingen, Kamer van Koophandel, , e.d. De respondenten in de groep '(ook) lid bij een andere organisatie' kunnen ook lid zijn van de organisaties.

In hoeverre men meer ondersteuning van organisaties op prijs zou stellen is deels af te leiden uit tabel 5.2(zie ook tabel B7.32 en B7.33). Deze tabel geeft het percentage respondenten weer dat minimaal één keer gebruik gemaakt heeft van een bepaald ondersteuningsaanbod én meer aanbod van dit type op prijs stelt.

Zo geeft bijvoorbeeld 54 procent van degenen die vakinhoudelijke opleidingen hebben gevolgd aan meer aanbod van dit soort opleidingen/cursussen op prijs te stellen.

Tabel 5.2 Zou meer aanbod van dit soort ondersteuning op prijs worden gesteld (de groep die gebruik maakt van ondersteuning)

Type ondersteuning	Mate van behoefte	(N)
Korting/subsidie voor het volgen van cursussen	82%	(38)
Ondersteuning bij opbouw van zakelijk netwerk	74%	(62)
Bemiddeling bij opdrachten	74%	(27)
Ondernemersscholing en –cursussen	66%	(94)
Congressen, vakbeurzen, seminars, e.d.	61%	(233)
Scholing/cursussen op vakgebied	54%	(138)

Bron: Regioplan 2009

Hieruit valt af te leiden dat zzp'ers die gebruik maken van ondersteuning vaak meer van dit soort activiteiten op prijs zouden stellen. Aan degenen die geen gebruik maken van ondersteuning is hierop niet verder doorgevraagd.

Ondersteuningsbehoeften en leeftijd van de onderneming

Uit verschillende onderzoeken onder startende ondernemers – zowel zzp'ers als ondernemers met personeel - blijkt dat de meeste starters goed voorbereid willen beginnen en daartoe advies vragen aan bijvoorbeeld de Kamer van Koophandel, een accountant/boekhouder, de bank, aan familie, vrienden en kennissen en aan collega-ondernemers. Startende zzp'ers zoeken met name juridisch fiscale ondersteuning (belastingen, algemene voorwaarden, etc.), zo blijkt uit de interviews, maar ook uit onderzoek onder startende ondernemers (ETIN, 2007). Ook uit de interviews blijkt dat ondersteuningsvraag van zzp'ers afhankelijk is van de leeftijd van de onderneming of de fase waarin de onderneming zich bevindt.

Startende zzp'ers hebben andere vragen dan 'gevorderde' zzp'ers. Gevorderde zzp'ers geven aan meer behoefte te hebben aan ondersteuning op het terrein van netwerken en acquisitie. Te denken valt hierbij aan een cursus (koude) 'acquisitie voor gevorderden' om ingang te vinden bij nieuwe contacten/organisaties of een coach om te kunnen brainstormen over problemen of nieuwe ideeën.
Ter illustratie: één zzp'er gaf aan dat zijn netwerk 'net als ik vergrijst'. Dat wil zeggen dat hij alleen leeftijdgenoten in zijn netwerk heeft. Daarom zou hij zijn netwerk graag willen verbreden met meer 'jonge' concullega's. Hij heeft echter

geen idee hoe dit aan te pakken en hij zou hierbij ondersteuning kunnen gebruiken.

5.3 Experts over ondersteuningsbehoeften van zzp'ers

Zzp'ers zeggen geen 'openstaande' ondersteuningsbehoefte te hebben. Wanneer ze met een probleem zitten, weten ze doorgaans goed hoe ze dit moeten oplossen en waar ondersteuning is te vinden. Ze weten ook aardig het ondersteuningsaanbod te vinden, bleek in de vorige paragraaf. Tegelijkertijd geeft een behoorlijke groep aan meer aanbod op prijs te stellen.

Volgens de deelnemers aan de groepsgesprekken zouden veel zzp'ers wel wat meer ondersteuning op het gebied van ondernemersvaardigheden kunnen gebruiken. Dan gaat het niet zozeer om fiscaal juridische aspecten van het ondernemerschap, maar meer om zaken die te maken hebben met de marktpositie. Een deel van de zzp'ers is namelijk niet actief bezig met een marktstrategie of marktanalyse voor de wat langere termijn. Ze zijn liever bezig met hun vak en komen er – als ze het wel zouden willen – ook onvoldoende aan toe. Ook zou ondersteuning op het terrein van acquisitie of netwerken kunnen helpen bij een meer effectieve marktbenadering. Deelnemers aan de groepsgesprekken geven aan dat bewustwording hierin een belangrijke rol zou kunnen vervullen.

In de groepsgesprekken is erop gewezen dat veel zzp'ers, met name de lager geschoolden, niet het besef hebben dat ze met ondersteuning (op het terrein van scholing of marktbewerking) hun marktpositie kunnen verstevigen of zelfs verbeteren. Dit hangt samen met het feit dat een deel van de zzp'ers min of meer in het zzp-schap is gerold. Ze zijn bijvoorbeeld ooit aan een klus begonnen die zich aandiende en rolden dan, door de gunstige marktsituatie, door naar volgende opdrachten. Ook behoren tot deze groep personen die door niet zelf gekozen omstandigheden in het zzp-schap terecht zijn gekomen. Dit zijn bijvoorbeeld werknemers die in overleg met hun werkgever ontslag hebben genomen en daarbij een klus meegekregen hebben om als zzp'er aan de slag te kunnen. Deze zzp'ers oriënteerden zich voor de 'start' niet of beperkt op de markt, de vereisten voor het ondernemerschap, en dergelijke. Deze groep verschilt van de zzp'ers die heel bewust een eigen onderneming willen starten en zich daarop voorbereiden alvorens daadwerkelijk aan de slag te gaan.
Het zou volgens experts voor zzp'ers beter zijn om meer aandacht te besteden aan de voorwaarden voor succesvol ondernemen. Er zou daarom meer aandacht moeten komen voor vereiste ondernemersvaardigheden bij het starten van een eigen bedrijf. Gezien het feit dat een steeds groter deel van de beroepsbevolking voor korte of langere tijd zelfstandig ondernemer wordt, is dit volgens hen van belang. Mensen moet de gelegenheid worden gegeven goed na te denken over de keuze zelf een bedrijf te starten en over de

consequenties die dit kan hebben.[30] Bij veel opleidingen, onder andere in het Hoger Onderwijs, wordt al aandacht besteed aan aspecten van het ondernemerschap.

Waar door experts wordt gepleit voor extra aandacht voor scholing in ondernemersvaardigheden, lijkt men het bevorderen van het volgen van vakgerichte, inhoudelijke opleidingen door zzp'ers minder nodig te vinden. De aandacht voor vakinhoudelijke scholing is onder zzp'ers dan ook redelijk groot (zie paragraaf 4.3.1). Bovendien geldt voor sommige beroepsgroepen een verplichting om regelmatig bij te scholen. Die verplichting wordt meestal opgelegd door beroepsorganisaties. Dit is het geval voor bijvoorbeeld fysiotherapeuten. In andere sectoren, zoals de Zorg, zijn netwerkorganisaties of intermediaire organisaties actief die vakinhoudelijke opleidingen te stimuleren.

Algemeen is in beide groepsgesprekken vastgesteld dat de *toegankelijkheid* van scholingsmogelijkheden in het algemeen een beperkende factor is voor zzp'ers. De beperkte toegankelijkheid heeft op de eerste plaats te maken met een gebrekkige transparantie van het aanbod. Voor zzp'ers is het volgens deelnemers aan de groepsgesprekken moeilijk de juiste ondersteuning of opleidingen te vinden, nog los van het ontbreken van de mogelijkheid tot beoordeling van het aanbod op kwaliteit.
Op de tweede plaats kunnen de kosten van opleidingen een probleem zijn. Niet zozeer de opleidingskosten zelf als wel de gederfde omzet lijkt een probleem te zijn. Specifiek voor de zorg is als probleem geopperd dat aan beroepsopleidingen langdurige onbetaalde stages verbonden zijn.

Een specifiek aandachtspunt, dat in beginsel los staat van scholing op ondernemersvaardigheden of vakinhoud, is volgens experts de inzetbaarheid of concurrentiepositie van de zzp'er op de langere termijn. Dat hoeft niet noodzakelijkerwijze de inzetbaarheid binnen de huidige markt/activiteiten te zijn. Het gaat meer om aandacht voor de employability van de persoon in kwestie, zoals dat ook van belang is voor werknemers. In sommige sectoren is hiervoor al een beleidsinstrumentarium ontwikkeld, bijvoorbeeld via loopbaantrajecten zoals in de Bouw met succes toegepast. Gesuggereerd is dat dergelijke loopbaantrajecten ook toegankelijk gemaakt zouden kunnen worden voor zzp'ers.

Voorgaande mogelijke ondersteuningsbehoeften van zzp'ers hebben betrekking op scholing, op ondernemerschap, op vakinhoud of op inzetbaarheid in het algemeen. Een ondersteuningsmogelijkheid lijkt er ook te zijn op het vlak van netwerken. Volgens experts in de groepsgesprekken hebben veel zzp'ers moeite met het opbouwen en onderhouden van hun zakelijke (opdrachtgevers)netwerk. Dat kan liggen aan hun communicatieve vaardigheden, het

[30] Herinvoering van het middenstandsdiploma zou in dit verband niet positief ontvangen worden. Deze opleiding zou volgens deelnemers aan een van de groepsgesprekken te lang zijn geweest en een te hoge drempel hebben gevormd voor het ondernemerschap.

specifieke marktsegment waarop zij actief zijn of hun vaardigheden als ondernemer, maar het kan ook te maken hebben met het type werk dat men doet. Hoe langer opdrachten duren of hoe meer het is vereist op stel en sprong beschikbaar te zijn, hoe moeilijker het is om zakelijke netwerken zodanig te gebruiken dat men altijd van werk is verzekerd. In sommige deelmarkten (ICT, interim management, zorg) wordt dit 'gat' opgevangen door bemiddelingsbureaus. In andere sectoren of deelmarkten is dat (nog) niet het geval en wordt wel via samenwerking geprobeerd dit probleem te ondervangen: men geeft dan bijvoorbeeld opdrachten aan elkaar door. Deze inzet van netwerken wordt overigens ook aangetroffen in deelmarkten waarin ook bemiddelingsbureaus actief zijn (zoals in de zorg en het interim management).
In het verlengde van het voorgaande punt zou volgens deelnemers aan een van de groepsgesprekken ook het zicht vergroot moeten worden op de toegevoegde waarde en betrouwbaarheid van bemiddelingsbureaus. Er lijken goede en betrouwbare te zijn, maar er zouden er ook zijn die amper toegevoegde waarde hebben. Aangegeven is dat belangenorganisaties van zzp'ers reeds een begin hebben gemaakt met het inzichtelijk maken van de diensten van bemiddelingsbureaus.
Verder is gesuggereerd dat ook ondersteuning gegeven kan worden aan (het aangaan van) collegiale netwerken door informatieverschaffing over samenwerkingsvormen in het geval samenwerkende zzp'ers een meer formele vorm van samenwerking willen aangaan, of het creëren cq. ondersteunen van netwerken door bedrijfsverzamelgebouwen voor zzp'ers of flexwerkplekken op bijvoorbeeld stations in te richten, zoals in sommige gemeenten al schijnt te gebeuren .

Mogelijke aandachtsgroepen voor beleid
Uit de interviews en groepsgesprekken komen voor specifieke ondersteuning de volgende 'aandachtsgroepen' naar voren:
- Ongeorganiseerde zzp'ers, omdat die niet ongevraagd informatie en aanbiedingen voor ondersteuning aangeboden krijgen;
- Laag opgeleide zzp'ers die beperkt inzetbaar zijn en/of een te smalle markt bedienen omdat ze weinig mogelijkheden hebben om hun dienstenpakket aan te passen aan de markt of aan veranderende omstandigheden;
- Oudere en gedeeltelijk arbeidsgeschikte zzp'ers, omdat zij zich (vanwege de hogere kosten en uitsluitingen) moeilijker kunnen verzekeren tegen ondernemers- en arbeidsrisico's;[31]
- Oudere zzp'ers waarvan de netwerken opdrogen of te eenzijdig worden;
- Zzp'ers zonder andere inkomstenbronnen, al dan niet in het huishouden, en (mogelijk mede daardoor) zonder financiële buffer tegen omzetdaling;

[31] In de groepsgesprekken kwam naar voren dat verzekeraars wel steeds meer gaan inspelen op deze markt door meer maatwerk in verzekeringen aan te bieden.
Formeel gesproken zijn er geen onverzekerbare zzp'ers vanwege de wettelijke verplichte vangnetverzekering.

- Aankomende en startende zzp’ers om hen bewuste keuzes te laten maken en daardoor minder risico te laten lopen op ongewenste bedrijfsbeëindiging en de gevolgen daarvan;
- Zzp’ers in fysiek belastende beroepen, omdat zij net als werknemers in deze beroepen het risico van vervroegde uitval door arbeidsongeschiktheid lopen;
- De 12% zzp’ers die zeggen het hoofd niet boven water te kunnen houden.

Naast de genoemde groepen zzp’ers, zijn er in specifieke sectoren (genoemd zijn de bouw, de zorg en het vervoer) zzp’ers, die als aandachtsgroep aangemerkt kunnen worden omdat hun positie onduidelijk is ten opzichte van hun opdrachtgever(s). Zij zijn vaak aan het werk via intermediaire organisaties als administratiekantoren en bemiddelingsbureaus. Daarbij is hun gezagsverhouding ten opzichte van de opdrachtgever onduidelijk (bijvoorbeeld tot uiting komend in het niet zelf kunnen indelen van de werktijd en geen contract vooraf krijgen) en hebben zij volgens experts ook problemen met het verkrijgen van een VAR. Er is in een groepsgesprek geopperd dat dit ertoe kan leiden dat zzp’ers in het informele circuit verdwijnen.

6 SAMENVATTING

Doel

Het onderzoek heeft tot doel gehad, vast te stellen of en hoe zzp'ers investeren in hun toekomstige werkzekerheid door het versterken van hun marktpositie en inzetbaarheid. Achterliggende vraag was voor de Raad voor Werk en Inkomen in hoeverre zzp'ers een behoefte aan ondersteuning[32] op dit punt zouden kunnen hebben.

Afbakening

De voor dit onderzoek gebruikte afbakening van het begrip zzp'er is:

- werkt voor eigen rekening en risico;
- heeft geen personeel in dienst;
- biedt vooral de eigen arbeid aan;
- werkt voor bedrijven (business tot business) en/of particulieren;
- besteedt aan de activiteiten een substantieel deel van de werkweek (minimaal 2 tot 2,5 dag per week);
- heeft geen substantiële kapitaalgoederen (zoals binnenschippers; kleinere kapitaalgoederen, zoals een auto(busje) of kantoorruimte worden hier niet onder verstaan);

De rechtsvorm van de onderneming is niet relevant voor deze afbakening.

Opzet

Regioplan Beleidsonderzoek heeft een onderzoek onder zzp'ers uitgevoerd waarin informatie is verzameld over:

- de huidige marktpositie van zzp'ers en de veranderingen die daarin optreden als gevolg van de economische laagconjunctuur;
- de mate waarin en manier waarop zzp'ers investeren in zichzelf en dus hun zzp-schap;
- ondersteuningsbehoeften volgens stakeholders en de zzp'ers zelf;
- achtergrondkenmerken van zzp'ers.

Daartoe zijn de volgende activiteiten uitgevoerd:

- Gesprekken met 27 experts op het terrein van zelfstandig ondernemerschap;
- Literatuuranalyse;
- Diepte-interviews met 35 zzp'ers, verdeeld over 7 beroepsgroepen in de sectoren: Zorg, Bouw en Zakelijke Dienstverlening;
- Een (telefonisch) herhalingsinterview met 19 zzp'ers;
- Een telefonische enquête onder (netto) 626 zzp'ers (geselecteerd op basis van 2500 screeningsgesprekken);
- Twee groepsgesprekken met experts.

Hierna vatten wij de belangrijkste bevindingen samen.

[32] Op verzoek van de RWI zijn juridische en administratieve ondersteuning en sociale zekerheidsregelingen in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten.

6.1 Het verschijnsel zzp’er in het kort

Omvang

Het aandeel zelfstandigen zonder personeel in de beroepsbevolking is sinds 1996 met 67 procent gegroeid van 6 procent tot bijna 9 procent in 2008. Naar schatting maken ondernemingen zonder personeel ongeveer een vijfde deel van alle ondernemingen in Nederland uit. In absolute aantallen gaat het om ruim 640.000 personen.

Kenmerken

Enige kenmerken van zzp’ers (deels op basis van ons eigen onderzoek):

- Zzp’ers zijn gemiddeld ouder dan de gemiddelde werknemer.
- Ongeveer twee derde van de zzp’ers is man, maar het aandeel vrouwelijke zzp’ers neemt toe.
- Het aandeel hoger opgeleiden groeit onder zzp’ers sneller en is hoger dan binnen de werkzame beroepsbevolking.
- Zzp’ers werken gemiddeld meer uren dan de doorsnee werkende (42 uur respectievelijk 35 uur per week).
- Gemiddeld hebben de respondenten 22 jaar werkervaring (zowel als zzp’er als werknemer).
- Het merendeel (ruim 70% van de zzp’ers) is vanuit loondienst gestart.
- In de responsgroep combineert 13% het zzp-schap met werknemerschap.
- Een deel van de zzp’ers sluit niet uit in de toekomst personeel aan te gaan nemen; tweederde van de zzp’ers heeft absoluut niet de intentie om personeel aan te nemen.

Motief

De belangrijkste reden (het motief) waarom zzp’ers kiezen voor een bestaan als zelfstandige is, dat het hen in staat stelt om in zekere mate zelf te kunnen beslissen hoe hun werk uit te voeren en in te richten (inclusief de flexibiliteit in werktijden en werkplek) en hun kennis en vaardigheden verder te ontplooien. De geïnterviewde zzp’ers blijken gemiddeld genomen tevreden te zijn met het feit dat ze als zzp’er werken en niet in loondienst werkzaam zijn, ongeacht de aanleiding die hen tot zzp-schap bracht.

6.2 De Marktpositie van de zzp’er

Acquisitie

Zzp’ers geven in de interviews aan weinig met hun marktpositie bezig te zijn. In meerdere en mindere mate besteden ze desondanks aandacht aan acquisitie, samenwerken, netwerken, productontwikkeling, et cetera. Het lijkt eerder een semantische kwestie te zijn: de woorden marktpositie en concurrentiepositie liggen buiten het gebruikelijke vocabulaire van de meeste zzp’ers. Zij zijn op uiteenlopende manieren bezig met het versterken van hun marktpositie zonder dat ze dat als zodanig benoemen.
Uit de enquête en interviews met zzp’ers kunnen we het volgende opmaken over het acquisitiegedrag van zzp‘ers:

- Veruit het grootste deel van de ondervraagde zzp’ers komt aan opdrachten via een zakelijk netwerk: (oud-)collega’s, (oud-)opdrachtgevers en/of (oud-)

klanten. Lager opgeleide zzp'ers gebruiken vaker ook het privé-netwerk.
- De wijze van acquireren verschilt per beroepsgroep of sector, afhankelijk van onder andere het type dienstverlening, de klanten en de marktsituatie.
- Ongeveer de helft van de ondervraagde zzp'ers richt zich op een beperkte groep opdrachtgevers (minder dan tien opdrachtgevers op jaarbasis). Hoger opgeleiden hebben over het algemeen minder opdrachtgevers dan lager opgeleiden. Zij zijn daardoor afhankelijker van hun opdrachtgever(s).Zij zijn vaker in de financiële en zakelijke dienstverlening werkzaam zijn.
- Het merendeel van de zzp'ers heeft zich gespecialiseerd in een bepaald type werk. Deze specialisatie kán in meer sectoren worden aangeboden. Bijna de helft van de zzp'ers is actief in meer dan een sector.

Uit de interviews is gebleken dat de meeste zzp'ers acquisitie niet leuk vinden: ze zijn liever bezig met het uitoefenen van hun vak. Men is dan ook vaak niet bewust met acquisitie bezig. Dat kan omdat het werk via hun netwerken naar hen toe komt.

Omzet & crisis

De economische crisis lijkt het merendeel van de zzp'ers tot op heden nog (redelijk) ongemoeid te raken. Tussen de dertig en vijfendertig procent van de respondenten ziet door de economische crisis de frequentie, de omvang en de duur van opdrachten afnemen. Hoogopgeleiden lijken iets minder tevreden te zijn over hun orderportefeuille dan laag tot middelbaar opgeleiden. Zzp'ers in de financiële en zakelijke dienst ondervinden het meest vaak negatieve effecten van de crisis.
Het merendeel van de geënquêteerde zzp'ers verwacht in juni dat het hun omzet de komende twaalf maanden gelijk blijft of groeit; 29 procent verwacht een daling. Ruim één op de tien zzp'ers heeft aangegeven het hoofd maar moeilijk boven water te kunnen houden.
Eén op de vijf zzp'ers heeft geen reserves om een (langdurige) periode zonder werk op te vangen. Daarentegen heeft bijna een kwart van de zzp'ers zoveel reserves dat zij een jaar lang zonder werk kunnen. Er is een positief significant verband tussen omvang van de financiële reserves en opleidingsniveau.

Concluderend Hoger opgeleiden, met name in de financiële en zakelijke diensten, lijken iets meer last te hebben van de crisis. Mogelijk hangt dit samen met hun grotere afhankelijkheid van een beperkt aantal opdrachtgevers, in een sector die bovendien relatief conjunctuurgevoelig is. Hoger opgeleiden hebben gemiddeld genomen echter ook de grootste buffers voor een periode zonder inkomsten. Lager opgeleiden hebben (nog) relatief weinig last van de crisis, maar hebben ook beperktere financiële buffers.

6.3 Investeren in het zzp-schap

Markt-strategieën

Zzp'ers hebben in principe dezelfde mogelijkheden als ondernemingen met personeel om hun positie op de afzetmarkt te behouden of te verbeteren. De meest gebruikte strategieën zijn verbreding (meer klanten) en specialisatie. Innovatie en diversificatie komen veel minder voor. Op basis van de interviews hebben wij de indruk dat veel zzp'ers vooral bezig zijn met hun vak en minder met hun marktstrategie.

Netwerken

Voor ruim de helft van de zzp'ers is het belangrijk om een zakelijk netwerk te onderhouden voor het verwerven van opdrachten cq. samen te werken met andere zzp'ers.
In netwerken is het volgens respondenten op de eerste plaats van belang om een goede naam te hebben door 'goed werk af te leveren' en zo een reputatie op te bouwen onder (ex-)klanten, (ex-)collega's, (ex-) opdrachtgevers en familie en vrienden. In het verlengde hiervan is het onderhouden van de contacten belangrijk. Ten derde is wederkerigheid belangrijk: het iets voor elkaar kunnen betekenen. Netwerken zijn dan ook vaak de basis voor samenwerkingsrelaties. Zzp'ers ervaren knelpunten rond netwerken, onder andere doordat het onderhouden ervan (te) tijdsintensief is, men niet altijd weet hoe het netwerk in te zetten en doordat netwerken veranderen en men ze moet blijven onderhouden.

Samenwerken

Redenen om samen te werken met andere zzp'ers zijn:

- de mogelijkheid van uitwisseling van opdrachten te benutten;
- de concurrentiekracht te vergroten;
- het kunnen voldoen aan eisen van derden;
- het aanbod van diensten te vergroten;
- te kunnen klankborden en sparren;
- de mogelijkheid tot waarneming bij ziekte te creëren.

Scholing

Meer dan de helft van de zzp'ers heeft het afgelopen jaar een of andere vorm van scholing gevolgd (opleidingen, trainingen, cursussen en workshops). Ongeveer een op de vijf hield de kennis op peil via congressen, vakdagen, beurzen, en dergelijke.
Scholing wordt door zzp'ers niet altijd bewust gezien als een middel om hun marktpositie te verstevigen. Ze volgen naar eigen zeggen scholing ook voor de persoonlijke ontwikkeling. Mede daarom kiezen zzp'ers voornamelijk voor vak-inhoudelijke scholing. Scholing op het gebied van ondernemersvaardigheden gebeurt veel minder.
Zzp'ers investeren doorgaans niet in kostbare en langdurige scholing. Bij meer dan de helft (61%) blijft het cursusbedrag onder de €1000,- . Het merendeel van de ondervraagde zzp'ers is tevreden met het aantal dagen scholing dat zij het afgelopen jaar heeft gevolgd.
Veel zzp'ers maken gebruik van de fiscale aftrekmogelijkheden voor scholing,

maar er is ook nog een grote groep zzp'ers niet op de hoogte van deze mogelijkheid.
Redenen om geen of minder dan gewenst scholing te volgen zijn: zzp'ers leren door hun eigen werkzaamheden genoeg; gebrek aan tijd en reeds voldoende scholing gevolgd.
Bijna twee op de drie geënquêteerde zzp'ers die vakinhoudelijke scholing hebben gevolgd vinden deze van (enig) belang voor het verkrijgen van nieuwe opdrachten.

Voorkomen van uitval

Ziekte en arbeidsongeschiktheid zijn een bedreiging voor de continuïteit van het zzp-schap.
Een zzp'er is zich ervan bewust de enige productiefactor van zijn/haar bedrijf te zijn en dat, als hij of zij uitvalt, de bedrijfsvoering niet doorloopt en er geen geld binnenkomt. Toch blijkt uit de interviews dat arbo-regels niet altijd nageleefd worden, dan wel dat men te weinig aandacht geeft aan arbeids-omstandigheden.
De aandacht voor fysieke aspecten van arbeidsomstandigheden (goede stoel, tillift, etc.) is groter dan voor zoiets als werkdruk. Veel zzp'ers hebben te maken met hoge werkdruk en veel uren, maar ze klagen hier niet over. Vrijwel alle zzp'ers doen dit werk omdat ze het leuk vinden, het maakt dan volgens hen niet uit dat ze er veel tijd aan kwijt zijn.

De dekking van arbeidsrisico's via verzekeringen is niet optimaal:
- Het beeld uit eerdere onderzoeken dat de meerderheid van zzp'ers zich niet tegen de gevolgen van arbeidsongeschiktheid heeft verzekerd, zien we bevestigd in ons onderzoek.
- Meer dan de helft van de geïnterviewde zzp'ers heeft als zelfstandige voor zijn oude dag weinig geregeld (in ander recent onderzoek ligt dit aandeel op ongeveer eenderde).Dit betreft voor een deel zzp'ers die gedurende hun werkzame leven een groot deel in dienstverband hebben gewerkt en daardoor reeds een pensioenaanspraak opgebouwd hebben.
- De belangrijkste redenen waarom men geen verzekering tegen arbeids-ongeschiktheid heeft is onder de geïnterviewden dat men deze te duur vindt, dat sommige zzp'ers geen dekking konden krijgen vanwege hun medisch verleden of omdat men voor arbeidsongeschiktheid verzekerd is via een baan in loondienst. De belangrijkste redenen voor zzp'ers om geen pensioenvoorziening te hebben, zijn dat het als te duur wordt beschouwd of dat men via loondienst een pensioen heeft opgebouwd.

6.4 Mogelijke knelpunten

Zzp'ers lijken gemiddeld genomen voldoende in staat om te werken aan hun marktpositie. Toch is een aantal knelpunten naar voren gekomen:
- *Zzp'ers zijn niet bewust bezig met ondernemen.* Dat ze niet bewust bezig zijn met hun marktpositie, kan een knelpunt zijn. Als het werk zich altijd

vanzelf aandient, kan het zijn dat in een periode van recessie de noodzaak van actieve acquisitie groter wordt, maar dat een zzp'er niet weet welke stappen hij moet zetten om extra werk te genereren.

- *Hoge werkdruk.* Zzp'ers werken veel en maken lange dagen. Dit kan gezondheidsrisico's met zich meebrengen. Zzp'ers zelf zien het vele werken niet als een probleem, omdat ze een zekere autonomie in het regelen van hun werk hebben. De indruk is wel dat het hen belet om voldoende tijd en aandacht te besteden aan professionalisering van hun ondernemerschap.
- *Beperkte financiële buffer.* Als een zzp'er gedurende langere periode minder werk heeft, zal dit moeten worden opgevangen met eigen middelen. Het hebben van een financiële buffer is daarom belangrijk. Ook als er dan toch weer werk komt, dan is de zzp'er niet meteen weer 'veilig', want het aanvullen van de buffer zal enige tijd in beslag nemen. Een beperkte financiële buffer kan zodoende een risico vormen voor de continuïteit van het zzp-schap. Dit geldt met name voor de lager en middelbaar opgeleide zzp'ers.
- *Weinig bijscholing op ondernemersvaardigheden.* Zzp'ers zijn niet bezig met scholing betreffende het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden. Dit kan een probleem opleveren.

6.5 Ondersteuningsbehoeften?

Ondersteuningsaanbod

Vier op de tien respondenten uit ons onderzoek zijn aangesloten bij een of meer belangenorganisaties (zoals vakbonden, specifieke organisaties voor zzp'ers, beroeps- werkgeversorganisaties, etc.). Geschat wordt dat het aandeel bij een specifieke zzp-organisatie aangesloten ondernemers iets boven de tien procent ligt.

Belangenorganisaties als specifieke zzp-organisaties, beroepsorganisaties, brancheorganisaties, vakbonden en werkgeversorganisaties ontwikkelen in toenemende mate ondersteunende diensten voor zzp'ers. Ook KvK's en intermediaire organisaties bieden advies en hulp bij uiteenlopende hulpvragen.

Zzp'ers die lid zijn van beroeps- en brancheorganisaties, vakbonden c.q. werknemersorganisaties, specifieke organisaties voor zzp'ers of werkgeversorganisaties en/of van lokale en collegiale netwerken, KvK, gebruikersgroepen, e.d. maken meer gebruik van het geboden ondersteuningsaanbod dan zzp'ers die van geen belangenorganisatie lid zijn). Een op de drie niet-georganiseerden maakt wel gebruik van bestaande ondersteuning tegenover twee op de drie georganiseerden.

Behoefte?

Naar eigen zeggen hebben de zzp'ers geen 'openstaande' ondersteuningsbehoeften. Voor hulp gaat men te rade bij dienstverleners, concullega's of

ondersteunende organisaties. Over het algemeen wordt daarmee blijkbaar het probleem dat men heeft opgelost.

Volgens deelnemers aan de groepsgesprekken[33] zouden veel zzp'ers wel wat meer ondersteuning op het gebied van het ondernemersschap kunnen gebruiken. Zzp'ers zijn namelijk vooral bezig met hun vak en ze zouden zich vaak niet voldoende bewust zijn van het belang om ook na te denken over hun marktpositie in de nabije toekomst.

Welke behoeften?

De ondersteuningsvragen van zzp'ers verschillen al naar gelang de leeftijd van de onderneming. Startende zzp'ers hebben vooral behoefte aan fiscale en juridische ondersteuning. Gevorderde zzp'ers geven aan meer behoefte te hebben aan ondersteuning op het terrein van netwerken en acquisitie.

Volgens experts zou het voor veel zzp'ers beter zijn om meer aandacht te besteden aan de voorwaarden voor succesvol ondernemen en om zich meer bewust te zijn op de risico's die men als ondernemer kan lopen. Daarbij gaat het om zaken als marktstrategie en marktanalyse voor de langere termijn, maar ook om praktische ondernemersvaardigheden als effectief acquireren en netwerken. Daarbij zou de zzp'er ook meer aandacht moeten hebben voor eigen inzetbaarheid en concurrentiepositie op langere termijn: hou ik dit werk nog lang vol, zijn mijn vaardigheden over een paar jaar niet verouderd, etc. (employability)? Ze achten bewustwording op deze punten onder zzp'ers zeer belangrijk, om te voorkomen dat de zzp'er die geconfronteerd wordt met een terugval in opdrachten het hoofd niet boven water kan houden.

Andere aandachtspunten voor de ondersteuning van zzp'ers zijn volgens deelnemers aan de groepsgesprekken:

- De transparantie van het ondersteuningsaanbod is onvoldoende. Met andere woorden: zzp'ers kunnen niet altijd het voor hen juiste aanbod vinden. Ook het voor zzp'ers relevante scholingsaanbod is volgens stakeholders niet transparant genoeg.
- Er is te weinig maatwerk in de ondersteuning. Veel zzp'ers hebben het eigenlijk te druk om te scholen of cursussen te volgen. Dat betekent dat zij behoefte hebben aan compacte cursussen, die idealiter op maat moeten aansluiten op hun behoeften en kennisniveau. Dit lijkt nog niet altijd het geval.
- De kosten van opleidingen kunnen een probleem zijn. Niet zozeer de opleidingskosten zelf als wel de kosten in de hoedanigheid van gederfde omzet.
- De toegevoegde waarde en kwaliteit van de vele initiatieven die zich richten op zzp'ers (commercieel en non-profit; bijvoorbeeld: netwerkorganisaties, bemiddelingsbureaus) is voor zzp'ers moeilijk te beoordelen.

[33] Zie voor een overzicht van de deelnemers aan de groepsgesprekken bijlage 3.

LITERATUUR

Beek, H.M. ter, L.F. Heuts en J. Stouten (2009). *De kracht van de kleine ondernemer. Segmentering, waardering en stimulering*. Amsterdam: Regioplan Beleidsonderzoek.

Beer, de P (2009). *Vergeten recepten voor een arbeidsmarkt in crisis*. S&D, jaargang 66, nr 5 p. 8-13.

Berg, N. van den en C. van Rij (2008). *Aanpassingsvermogen van organisaties aan veranderende marktomstandigheden. De rol van dispensatie en andere aanpassingsmogelijkheden.* Amsterdam: Regioplan Beleidsonderzoek.

Berg, N. van den, M. Brukman en C. van Rij (2008). *Europese Grenzen Verlegd: evaluatie flankerend beleid vrij verkeer van werknemers uit MOE-landen.* Amsterdam: Regioplan Beleidsonderzoek.

Born, J.A. van den (2009). *The drivers of career success of the job-hopping professional in the new networked economy - The challenges of being an entrepreneur and an employee.* Amsterdam: Born To Grow.

Broek, M. van den en L. Withagen (2007). *Zzp'ers en interim werken. Een onderzoek onder zzp'ers die werkzaam zijn als interimmer*. Rotterdam: Intelligence Group.

CBS (2009). Sterke groei zelfstandigen zonder personeel. In: Sociaaleconomische trends, 3e kwartaal 2009, p. 7 – p. 10.

Commissie Arbeidsparticipatie (2008). *Naar een toekomst die werkt. Hoofdlijnen Advies.*

Cuelenaere, B. en M. Chotkowski (2008). *Werkt grijs door? Beroepsbevolking en werkgevers over langer doorwerken*, *2005-2007*. Rotterdam: ECORYS

ETIN Adviseurs (2007). *Startersinfrastructuur Flevoland*. 's Hertogenbosch.

FNV (2007). De Dynamische Driehoek: zzp'ers en de FNV. Bron: www.rwi.nl.

FNV (2009). *Reactie FNV op onderzoek naar motieven van zelfstandig ondernemerschap en de Kabinetsreactie daarop* (brief aan de Tweede Kamer), Amsterdam.

Hessels, S.J.A. en P.J.M. Vroonhof (2003). *Zelden Zo Populair: het ZZP-schap.* Zoetermeer: EIM.

Houkes, A. en M. Aerts (2009). *Inzet zelfstandigen in ziekenhuizen.* Amsterdam: SEO.

IJdens, T. en H. van der Werf (2004). *Een ongewis bestaan. De beroepspraktijk van schrijvende freelance journalisten in Nederland.* Tilburg: IVA.

Jansen, C, P. Sleegers en J. van der Veen (2008). *Motieven van de zzp'er.* Artikel Zeggenschap december 2008.

Kamer van Koophandel (2007). *Freelance ondernemen. Bent u als freelancer wel zelfstandig genoeg?* Brochure.

Kamer van Koophandel Gooi- en Eemland Amersfoort (2007). *Regiohartslag. Ontwikkelingen conjunctuur 3e kwartaal 2007. Thema ´ZZP en samenwerken´.*

Kamer van Koophandel (2009). *Startersprofiel 2008*. Den Haag/Woerden: Kamer van Koophandel Nederland.

Klaveren, C. van en A. Heyma (2008). *Employability naar bedrijfsomvang.* Amsterdam: SEO.

Korver, A., S. Lagerveld en J. Minderhoud (2003). *Zelfstandigheid komt met de jaren*. Hoofddorp: TNO Arbeid.

LEVV (2008). *Feiten & cijfers 2008*. http://www.levv.nl/nl/infoportaal/veelgestelde-vragen/feiten-cijfers-2008/

Lopes, N (2007). *Zelfstandig en zonder personeel. Een verkennend onderzoek naar de achtergrond van de toename van het aantal zzp'ers in de bouwnijverheid en de gezondheidszorg*. Amsterdam: Regioplan.

Meijer, P. (2001). *De ZZP'er: de ondernemer van de toekomst?.* RZO.

Pleijster, F. en P. van der Valk (2007). *Van onbemind tot onmisbaar. De economische betekenis van ZZP'er s nu* en in de toekomst. Zoetermeer: EIM.

Poel, P., N. Tijsmans, P. Wit en C. van Rij (2008). *Effecten van marktwerking op arbeidsvoorwaarden in twaalf sectoren.* Amsterdam: Regioplan.

Rabobank(2007). *ZZP'ers aanwinst voor het MKB*. Themabericht 2007/17.

Regiegroep Regeldruk (2009). *Zelfstandigen Zonder Personeel en Zonder Hinderlijke Regels*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.

Tweede Kamer (2008). *Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (XV) voor het jaar 2008.* Vergaderjaar 2008-2009, 31200 XV nr. 72.

Tweede Kamer (2008). *Zelfstandig ondernemerschap*. Brief van de minister en staatssecretaris van Economische Zaken. Vergaderjaar 2008-2009, 31311 nr. 21.

Tweede Kamer (2008). *Aanhangsel van de Handelingen*. Vergaderjaar 2008-2009, 33751 Aanhangsel.

USP Marketing Consultancy (2008). *Nederlandse zzp'ers steeds minder bang voor buitenlandse zzp'er.* Persbericht n.a.v. ZZP & Klusmonitor 2008.

Van der Made, A. et. Al. (2006). Haalbaarheidonderzoek ZZP'ers. Utrecht: Prismant.

Vroonhof, P.J.M., M.J. Overweel en J.A. de Muijnck (2001). Zelfstandigen Zonder Personeel. Waarheden en Mythes. Zoetermeer: EIM.

Vroonhof, P., H. Tissing, M. Swaters, A. Bruins en E. Davelaar (2008). Zelfstandigen zonder personeel. Zoetermeer: EIM en Bureau Bartels.

BIJLAGE 1

Lijst van geïnterviewde deskundigen

Organisatie	Naam respondent
Aannemersfederatie	Mevr. T. Remkes
Bouwend Nederland	Dhr. G. Werkhoven
Branchebelang Thuiszorg Nederland	Mevr. D. van Langerak
CNV Hout en Bouw	Dhr. M. Post
CNV Zelfstandigen	Dhr. E.J. Slootweg
COLO	Dhr. R. Baarda
FNV Vakcentrale	Dhr. R. van der Krogt
FNV ZBO	Dhr. R. Otten
Fotofederatie	Dhr. A. Krijger
FreeLancers Associatie (FLA)	Dhr. P. Spaninks
HAN Centrum voor Ondernemerschap/Stichting Certificaat Ondernemerschap	Mevr. A. van Zuilen
KNGF	Dhr. M. Schrama
KvK	Dhr. R. van der Beek
Ministerie EZ	Dhr. J. Geelhoed
MKB Nederland	Dhr. J. Warmerdam
NOA	Dhr. G. van der Meulen
NU'91	Dhr. S. de Graaf
Orde van Nederlandse Register Managers (ORM)	Dhr. J. Collette
PZO	Mevr. M. van Westing
Regiegroep Regeldruk	Dhr. H. Vreeswijk
UNETO	Dhr. P. Ewalds
Vereniging voor Zelfstandigen	Dhr. N. Schouten
Verpleegkundigen & Verzorgenden Nederland	Dhr. R. van der Peet
VLOK	Dhr. K. Huisman
VNO-NCW	Mevr. G. Dolsma
Zelfstandige Bondgenoten	Mevr. L. Gonggrijp
ZZP Nederland	Dhr. J. Marrink

BIJLAGE 2

Lijst van zzp'ers en hun kenmerken

	Sector	Beroep	Leeftijd	Geslacht	Aantal jaar zzp'er	Aantal uur p/w	Hybride	Opleiding
1.	Bouw	Stukadoor	64	M	39	60-70	Nee	Vmbo
2.		Stukadoor	47	M	13	60	Nee	Havo
3.		Stukadoor	35	M	3	90	Nee	Lts
4.		Stukadoor	44	M	10	45	Nee	Havo
5.		Stukadoor	34	M	15	40	Nee	Lbo
6.		Elektrotechnisch installateur	36	M	3	50	Nee	Mbo
7.		Elektrotechnisch installateur	44	M	4	60-70	Nee	Mbo
8.		Elektrotechnisch installateur	41	M	5	70	Nee	Lts
9.		Elektrotechnisch Installateur	42	M	15	55-60	Nee	Mbo
10	Zorg	Fysiotherapeut	41	M	15	24-40	Nee	Hbo
11		Fysiotherapeut	57	V	23	30-32	Nee	Hbo
12		Fysiotherapeut	49	M	25	20	Ja	Hbo
13		Fysiotherapeut	53	V	5	32	Nee	Hbo
14		Verpleegkundige			5	50	Nee	Hbo
15		Verzorgende	54	M	1	40	Nee	Mbo
16		Verzorgende	33	V	3	20-25	Nee	Mbo
17		Verzorgende	44	V	4	20	Nee	Mbo
18		Verzorgende	56	V	5	36	Nee	Mbo
19		Verzorgende	39	V	7	25	Nee	Mbo
20	Zakelijke	Adviseur	57	M	10	65	Nee	Wo
21	dienst-	Adviseur	40	V	5	20-35	Nee	Hbo
22	verlening	Adviseur	57	M	4	40	Nee	post-hbo
23		Adviseur	55	V	10	-	Nee	post-hbo
24		Adviseur	50	M	5	40	Nee	Wo
25		Interim-manager	39	V	2	-	Nee	Wo
26		Interim-manager	49	V	5	40	Nee	Wo
27		Interim-manager	62	M	5	-	Nee	Wo
28		Interim-manager	52	M	2	34	Nee	Hbo
29		Interim-manager	55	V	15	40	Nee	Wo
30		Fotograaf	42	M	42	40	Nee	Hbo
31		Journalist	50	M	50	32	Nee	Hbo
32		Journalist	51	M	51	40	Nee	Hbo
33		Fotograaf	39	M	39	40	Nee	Hbo
34		Journalist	45	M	45	20-50	Nee	Vwo

BIJLAGE 3

Deelnemers aan de groepsgesprekken

Organisatie	Naam
PZO	Mevr. M. van Westing
Advies en Bemiddeling Thuiszorg	Mevr. T. Stuut
LTO	Dhr. P. Steyn
FNV Zelfstandigen	Mevr. L. Gongrijp
Ministerie van SZW	Mevr. B. Tukus
CNV Bouw	Dhr. M. Post
UWV	Mevr. J. Terkens
Tekstnet	Dhr. M. van den Akker
KvK Amsterdam	Mevr. A. Velers
Ministerie van EZ	Mevr. M. Aerts
FNV	Dhr. R. van der Krogt
FSW-VU	Mevr. I. Wakkee
Just Connecting	Dhr. V. Smit
ORM	Dhr. P. Linklaan-Ariëns
Taskforce Innovatie	Dhr. B. van Beek
VZZP	Dhr. H. Verveen
IT United	Dhr. J. de Laet
RWI	Mevr. M. van der Aalst
RWI	Mevr. J. Roosblad

BIJLAGE 4

Responsverantwoording Enquête

Methode van onderzoek
Voor de bruto steekproef is een extern bestand aangekocht (n=6000) van bedrijven met één werkzame persoon/zonder werknemers. In de eerste fase van het onderzoek hebben al deze bedrijven een aankondigingsbrief voor het onderzoek ontvangen. Vervolgens werden 2500 screeningsenquêtes uitgevoerd. In deze enquête kregen respondenten een korte vragenlijst voorgelegd om vast te stellen of zij tot de doelgroep van het onderzoek behoorden. Voor het bepalen van de doelgroep hanteerden we dezelfde criteria als voor de interviews, dat wil zeggen:

Afbakening zzp'er:

- werkt voor eigen rekening en risico;
- heeft geen personeel in dienst;
- biedt vooral de eigen arbeid aan;
- werkt zowel voor bedrijven (business-to-business) als voor particulieren;
- besteedt aan de activiteiten een substantieel deel van de werkweek aan (2-2,5 dag per week);
- heeft geen substantiële kapitaalgoederen (zoals binnenschippers).
  Kleinere kapitaalgoederen, zoals een auto(busje) of kantoorruimte worden hier niet onder verstaan.

Wanneer de zzp'ers tot de doelgroep behoorden, werd om hun medewerking aan het onderzoek gevraagd. Ze kregen per e-mail een link toegestuurd naar de website waarop ze de enquête konden invullen. Een deel van de respondenten die niet wilden meewerken aan het onderzoek, kreeg drie korte vragen voorgelegd (zogenaamd non-responsonderzoek).

Het veldwerk heeft plaatsgevonden in de maanden juni en juli 2009.

Respons

In tabel B4.1 is het resultaat van de screeningsenquêtes weergegeven.

Tabel B4.1 Resultaat screeningsenquête

Resultaat	Aantal	Percentage
Wil meewerken, mail verstuurd	1.133	46%
Non-responsonderzoek	126	5%
Voldeed niet aan de criteria	1.223	49%
Totaal	**2.482**	**100%**

Er zijn 1133 e-mail berichten verstuurd met een link naar het onderzoek. Uiteindelijk hebben er 626 zzp'ers meegedaan aan het onderzoek. Dit komt neer op een respons van 55 procent. In tabel B4.2 is de respons naar sectorindeling weergegeven.

Tabel B4.2 Populatie en responsgroep naar sectorindeling

Sector	Bruto populatie	% Populatie	Respons	% Respons
Landbouw, jacht, bosbouw en visserij	4.268	2%	9	1%
Winning delfstoffen en Industrie	14.091	7%	31	5%
Bouwnijverheid	35.077	16%	77	12%
Reparatie consumentenartikelen en handel en horeca	17.315	8%	23	4%
Vervoer, opslag en communicatie	11.355	5%	35	6%
Financiële instellingen en zakelijke dienstverlening	86.524	40%	302	48%
Onderwijs en gezondheidszorg	45.847	21%	149	24%
Totaal	**214.575**	**100%**	**626**	**100%**

Voor het uitvoeren van de analyses is nagegaan of het nodig was om de respons te wegen naar de sectorverdeling van de werkelijke populatie. Hiervoor is op drie centrale vragen uit de enquête nagegaan welk effect een eventuele wegingsfactor had op de uitkomsten. Uit deze analyse bleek dat een wegingsfactor een verwaarloosbare invloed had op de resultaten en niet tot wezenlijk andere conclusies leidde. Er is daarom besloten géén wegingsfactor toe te passen.

De representativiteit van de responsgroep op andere kenmerken, zoals opleidingsniveau of leeftijd, is moeilijk te toetsen vanwege het ontbreken van een referentiebestand zzp'ers. Afgaand op het non-respons onderzoek lijken zzp'ers in de zakelijke dienstverlening en hoog opgeleide zzp'ers oververtegenwoordigd.

BIJLAGE 5

Tabellenoverzicht hoofdstuk 2

In deze en de volgende twee bijlagen worden de belangrijkste uitkomsten van de enquête getoond.

Om de resultaten voor verschillende sectoren beter te kunnen interpreteren is er in sommige gevallen ook gerapporteerd met behulp van een vereenvoudigde sectorindeling. Deze indeling is weergegeven in tabel B6.3.

Bij iedere vraag is nagegaan of de verschillen tussen opleidingsniveau en sectoren significant waren. Alleen wanneer de verschillen tussen opleidingsniveau of sectoren significant waren, zijn de kruistabellen opgenomen. De verdeling over deze twee variabelen is als volgt:

Achtergrondkenmerken respondenten

Tabel B5.1 Geslacht (n=619)

	Aantal	Percentage
Man	426	69%
Vrouw	193	31%

Tabel B5.2 Leeftijdsopbouw van de respondenten (n=614)

	Aantal	Percentage
15 tot 25 jaar	14	2%
26 tot 35 jaar	91	15%
36 tot 45 jaar	202	33%
46 tot 55 jaar	188	31%
56 tot 65 jaar	104	17%
Ouder dan 65 jaar	15	2%

Tabel B5.3 Hoogst afgeronde opleiding (n=624)

	Aantal	Percentage
Basisonderwijs	5	1%
Mavo / mulo / ulo / vmbo-T	61	10%
Vbo / vmbo	15	2%
Havo / vwo / hbs	54	9%
Mbo	143	23%
Hbo	210	34%
Universitair	106	17%
Anders	30	5%

Tabel B5.4 Tot welke bevolkingsgroep rekent u zichzelf? (n=624)

	Aantal	Percentage
Nederlands	596	95%
Turks	5	1%
Antilliaans	2	0%
Surinaams	4	1%
Anders	11	2%
Wil niet zeggen	6	1%

Tabel B5.5 Aantal jaren werkervaring (n=624)

	Aantal	Percentage
0 tot 10 jaar	102	16%
11 tot 20 jaar	194	31%
21 tot 30 jaar	186	30%
31 tot 40 jaar	106	17%
41 tot 50 jaar	35	6%
Meer dan 50 jaar	1	0%

Tabel B5.6 Voordat u zzp'er werd, welke situatie was toen het meeste op u van toepassing: (n=626)

	Aantal	Percentage
Schoolverlater/ik was net klaar met mijn opleiding	34	5%
Ik werkte in loondienst (geen bijbaantje naast studie)	464	74%
Ik had een uitkering	45	7%
Ik werkte (een periode) niet buitenshuis vanwege zorgtaken	14	2%
Ik was ondernemer met personeel	35	6%
Anders	36	6%

Tabel B5.7 Combineert u op dit moment uw zzp-schap met werknemerschap? (n=625)

	Aantal	Percentage
Ja	83	13%
Nee	542	87%

Tabel B5.8 Heeft u de intentie om personeel aan te nemen? (n=625)

	Aantal	Percentage
Ja, concrete plannen op korte termijn	10	2%
Zou kunnen in de toekomst, nog geen concrete verwachting	208	33%
Nee, absoluut niet	407	65%

Tabel B5.9 Werkzame uren per week (n=624)

	Aantal	Percentage
1 tot 9 uur	13	2%
10 tot 19 uur	92	15%
20 tot 29 uur	95	15%
30 tot 39 uur	233	37%
40 tot 49 uur	121	19%
50 tot 59 uur	60	10%
meer dan 60 uur	10	2%

Tabel B5.10 Opleiding x Werkzame uren per week (n=622)

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=328)
1 tot 10 uur	2%	2%
11 tot 20 uur	15%	14%
21 tot 30 uur	17%	13%
31 tot 40 uur	30%	44%
41 tot 50 uur	23%	16%
51 tot 60 uur	10%	9%
meer dan 60 uur	2%	2%

Tabel B5.11 Sector x Werkzame uren per week (n=624)

	Land-bouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=77)	Handel & horeca (n=22)	Logistiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienstverl. (n=301)	Onderwijs & zorg (n=148)
1 tot 10 uur	0%	0%	3%	4%	3%	3%	3%
11 tot 20 uur	0%	13%	5%	9%	17%	17%	27%
21 tot 30 uur	0%	13%	8%	26%	14%	14%	22%
31 tot 40 uur	22%	19%	32%	13%	26%	26%	30%
41 tot 50 uur	33%	42%	35%	30%	17%	17%	11%
51 tot 60 uur	44%	10%	14%	17%	20%	20%	7%
meer dan 60 uur	0%	3%	3%	0%	3%	3%	1%

BIJLAGE 6

Tabellenoverzicht hoofdstuk 3

Tabel B6.1 Opleidingsniveau

Opleidingsniveau[34]	n
Maximaal mbo	294
Hbo/wo	329
Totaal	**623**

Tabel B6.2 Sectorindeling

Sector	Afkorting in tabellen	n	%
Landbouw, jacht, bosbouw en visserij	Landbouw	9	1%
Winning delfstoffen en industrie	Industrie	31	5%
Bouwnijverheid	Bouw	77	12%
Reparatie consumentenartikelen en handel en horeca	Handel & horeca	23	4%
Vervoer, opslag en communicatie	Logistiek & comm.	35	6%
Financiële instellingen en zakelijke dienstverlening	Zakelijke dienstverl.	302	48%
Onderwijs en gezondheidszorg	Onderwijs & zorg	149	24%
Totaal		**626**	**100%**

Tabel B6.3 Vereenvoudigde sectorindeling

Vereenvoudigde sector	Bestaat uit	n[35]	%
Technische sector	- Winning delfstoffen en industrie - Bouwnijverheid - Reparatie consumentenartikelen en handel	137	22%
Financiële dienstverlening	- Financiële instellingen en zakelijke dienstverlening	292	47%
Verzorgende sectoren	- Horeca - Gezondheidszorg	78	13%
Overige sectoren	- Vervoer, opslag en communicatie - Onderwijs - Landbouw, jacht, bosbouw en visserij	116	19%

[34] Van drie respondenten is het opleidingsniveau onbekend.

[35] Van drie respondenten kon hun plaats in de vereenvoudigde sectorindeling niet worden bepaald.

Hoe worden opdrachten verworven?

Tabel B6.4 Hoe komt u aan uw opdrachten?[36] (n=626)

	Aantal keer genoemd	Percentage
Via samenwerking met collega-zzp'ers of netwerkorganisaties van zzp'ers	231	37%
Via een zakelijk netwerk zoals bijvoorbeeld een oud-collega, (oud-)opdrachtgever en/of (oud-)klanten	397	63%
Via een bemiddelingsbureau	90	14%
Door te adverteren (online, bladen)	170	27%
Door zelf actief potentiële opdrachtgevers te benaderen	281	45%
Via familie, vrienden en kennissen (contacten in de privé-sfeer)	229	37%
Een database	39	6%
Mond-tot-mondreclame, via klantenkring (naamsbekendheid)	64	10%
Anders	12	2%

Tabel B6.5 Opleiding x Hoe komt u aan uw opdrachten?[37] (n=623)

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)
Via samenwerking met collega-zzp'ers of netwerkorganisaties van zzp'ers	28%	45%
Via een zakelijk netwerk zoals bijvoorbeeld een oud-collega, (oud-)opdrachtgever en/of (oud-)klanten	51%	74%
Via een bemiddelingsbureau	7%	21%
Door te adverteren (online, bladen)	32%	23%
Door zelf actief potentiële opdrachtgevers te benaderen	39%	50%
Via familie, vrienden en kennissen (contacten in de privésfeer)	42%	32%
Een database	4%	8%
Mond-tot-mondreclame, via klantenkring (naamsbekendheid)	15%	6%
Anders	2%	2%

[36] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

[37] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

Tabel B6.6 Sector x Hoe komt u aan uw opdrachten?[38] (n=626)

	Landbouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=77)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & communicatie (n=35)	Zakelijke dienstverl. (n=302)	Onderwijs & zorg (n=149)
Via samenwerking met collega-zzp'ers of netwerkorganisaties van zzp'ers	22%	6%	48%	13%	54%	42%	27%
Via een zakelijk netwerk zoals bijvoorbeeld een oud-collega, (oud-)opdrachtgever en/of (oud-)klanten	67%	71%	65%	39%	69%	71%	48%
Via een bemiddelingsbureau	11%	0%	8%	0%	9%	22%	10%
Door te adverteren (online, bladen)	11%	35%	25%	43%	26%	19%	42%
Door zelf actief potentiële opdrachtgevers te benaderen	11%	45%	43%	30%	54%	53%	32%
Via familie, vrienden en kennissen (contacten in de privé-sfeer)	33%	32%	48%	39%	57%	29%	42%
Een database	0%	0%	4%	9%	5%	9%	4%
Mond-tot-mondreclame, via klantenkring (naamsbekendheid)	0%	6%	14%	34,8%	3%	4%	19%
Anders	0%	3%	0%	4%	3%	1%	3%

[38] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

Belang van het netwerk

Tabel B6.7 In hoeverre is het samenwerken met collega-zzp'ers (al dan niet in netwerkorganisaties) en het onderhouden van een zakelijk netwerk voor u belangrijk voor het verwerven van opdrachten? (n=626)

	Aantal	Percentage
Zeer belangrijk	164	26%
Enigszins belangrijk	177	28%
Nauwelijks belangrijk	64	10%
Niet belangrijk (ik kom op andere manieren aan mijn opdrachten)	43	7%
Maakt geen gebruik van netwerkorganisaties of een zakelijk netwerk	178	28%

Tabel B6.8 Opleiding x In hoeverre is het samenwerken met collega-zzp'ers en het onderhouden van een zakelijk netwerk voor u belangrijk voor het verwerven van opdrachten? (n=623)

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)
Zeer belangrijk	16%	35%
Enigszins belangrijk	27%	29%
Nauwelijks belangrijk	9%	12%
Niet belangrijk (ik kom op andere manieren aan mijn opdracht	8%	6%
Maakt geen gebruik van netwerkorganisaties of een zakelijk netwerk	40%	18%

Tabel B6.9 Sector x In hoeverre is het samenwerken met collega-zzp'ers (al dan niet in netwerkorganisaties) en het onderhouden van een zakelijk netwerk voor u belangrijk voor het verwerven van opdrachten? (n=626)

	Land-bouw (n=9)	Indus-trie (n=31)	Bouw (n=77)	Handel & horeca (n=23)	Logis-tiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienst-verl. (n=302)	Onder-wijs & zorg (n=149)
Zeer belangrijk	11%	16%	26%	13%	46%	30%	20%
Enigszins belangrijk	22%	32%	35%	17%	31%	32%	17%
Nauwelijks belangrijk	11%	13%	9%	4%	3%	11%	11%
Niet belangrijk (ik kom op andere manieren aan mijn opdrachten)	11%	10%	6%	9%	6%	7%	5%
Maakt geen gebruik van netwerkorganisaties of een zakelijk netwerk	44%	29%	23%	57%	14%	20%	46%

Orderportefeuille

Tabel B6.10 Hoe tevreden bent op dit moment over de omvang van uw orderportefeuille? (n=625)

	Aantal	Percentage
Heel tevreden	101	16%
Tevreden	275	44%
Noch tevreden noch ontevreden	141	22%
Ontevreden	86	13%
Heel erg ontevreden	22	4%

Tabel B6.11 Tevredenheid over orderportefeuille x Opleiding

	Maximaal mbo (n=239)	Hbo/wo (n=329)	Totaal (n=622)
Heel tevreden	15%	17%	16%
Tevreden	50%	39%	44%
Noch tevreden, noch ontevreden	21%	24%	23%
Ontevreden	11%	16%	14%
Heel erg ontevreden	2%	4%	4%

Bron: Regioplan 2009

Tabel B6.12 Sector x Hoe tevreden bent op dit moment over de omvang van uw orderportefeuille? (n=622)

	Technische sectoren (n=136)	Zakelijke dienstverl. (n=292)	Verzorgende sectoren (n=78)	Overige sectoren (n=116)
Heel tevreden	15%	14%	23%	17%
Tevreden	49%	39%	51%	45%
Noch tevreden noch ontevreden	18%	25%	17%	28%
Ontevreden	15%	18%	8%	7%
Heel erg ontevreden	3%	4%	1%	3%

Tabel B6.13 Als u uw omzet in het eerste kwartaal van 2008 met het eerste kwartaal van 2009 vergelijkt, is uw omzet dan: (n=620)

	Aantal	Percentage
Sterk gestegen	26	4%
Gestegen	162	26%
Gelijk gebleven	238	38%
Gedaald	131	21%
Sterk gedaald	63	10%

Tabel B6.14 Opleiding x Als u uw omzet in het eerste kwartaal van 2008 met het eerste kwartaal van 2009 vergelijkt, is uw omzet dan: (n=617)

	Maximaal mbo (n=291)	Hbo/wo (n=326)
Sterk gestegen	1%	7%
Gestegen	28%	25%
Gelijk gebleven	42%	35%
Gedaald	21%	21%
Sterk gedaald	8%	12%

Tabel B6.15 Omzet eerste kwartaal 2008 in vergelijking met eerste kwartaal 2009 naar sector (n=617)

	Technische sectoren (n=135)	Zakelijke dienstverl. (n=289)	Verzorgende sectoren (n=78)	Overige sectoren (n=115)
Sterk gestegen	1%	5%	9%	2%
Gestegen	24%	24%	23%	36%
Gelijk gebleven	47%	35%	45%	33%
Gedaald	19%	24%	19%	18%
Sterk gedaald	7%	12%	4%	11%

Tabel B6.16 Omzet(verwachtingen) van zzp'ers die wel het hoofd boven water kunnen houden (geen crisis) t.o.v. zzp'ers die amper het hoofd boven water kunnen houden (wel crisis)

	Omzet 1e kwartaal 2009 t.o.v. 2008		Omzetverwachting komende jaar	
	Geen crisis (n=549)	Wel crisis (n=71)	Geen crisis (n=553)	Wel crisis (n=71)
Sterke stijging	5%	0%	3%	0%
Stijging	29%	7%	27%	13%
Gelijk	42%	14%	41%	10%
Daling	19%	38%	19%	37%
Sterke daling	6%	41%	5%	31%
Geen idee	-	-	5%	10%

Effecten economische crisis

Tabel B6.17 Ondervindt u effecten van de economische crisis voor het verkrijgen van opdrachten? (n=625)

	Aantal	Percentage
Ja, voornamelijk positieve effecten	20	3%
Ja, voornamelijk negatieve effecten	209	33%
Ja, in gelijke mate positieve en negatieve effecten	125	20%
Nee, niet of nauwelijks	271	43%

Tabel B6.18 Ondervindt u effecten van de economische crisis voor het verkrijgen van opdrachten? (n=622)

	Maximaal mbo (n=293)	Hbo/wo (n=329)
Ja, voornamelijk positieve effecten	3%	4%
Ja, voornamelijk negatieve effecten	30%	36%
Ja, in gelijke mate positieve en negatieve effecten	22%	19%
Nee, niet of nauwelijks	45%	41%

In deze tabel getoonde verschillen zijn niet significant (p=38).

Tabel B6.19 Sector x Ondervindt u effecten van de economische crisis voor het verkrijgen van opdrachten? (n=625)

	Land-bouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=76)	Handel & horeca (n=23)	Logis-tiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienst-verlening (n=302)	Onder-wijs & zorg (n=149)
Ja, voornamelijk positieve effecten	0%	0%	3%	0%	6%	4%	2%
Ja, voornamelijk negatieve effecten	11%	35%	25%	26%	40%	40%	26%
Ja, in gelijke mate positieve en negatieve effecten	22%	19%	32%	22%	26%	19%	15%
Nee, niet of nauwelijks	67%	45%	41%	52%	29%	37%	58%

Tabel B6.20 Stellingen: Door de economische crisis… (n=626)

	Sterk mee eens	Mee eens	Noch mee eens, noch mee oneens	Mee oneens	Sterk mee oneens	Weet niet	(n)
Heb ik minder opdrachten	11%	25%	21%	28%	12%	2%	(622)
Heb ik minder grote opdrachten	10%	25%	21%	29%	11%	5%	(618)
Heb ik minder langlopende opdrachten	8%	22%	25%	26%	11%	7%	(616)
Moet ik lagere tarieven hanteren	6%	22%	15%	38%	17%	2%	(621)
Moet ik minder aantrekkelijke opdrachten aannemen die ik anders misschien zou weigeren	5%	21%	17%	39%	15%	2%	(618)
Denken opdrachtgevers langer na voordat ze beslissen om met je in zee te gaan	11%	38%	18%	22%	6%	4%	(621)
Betalen opdrachtgevers later dan eerst	9%	25%	21%	33%	10%	2%	(621)
Heb ik meer opdrachten	2%	9%	27%	42%	17%	3%	(620)
Probeer ik andere producten/diensten aan te bieden	3%	26%	19%	36%	14%	1%	(621)
Kan ik amper nog het hoofd boven water houden	4%	8%	18%	41%	29%	1%	(622)

Tabel B6.21 Heeft u de financiële middelen om een (langdurige) periode zonder werk op te vangen? (n=616)

	Aantal	Percentage
Nee, daarvoor heb ik geen financiële middelen	130	21%
Ja, ik kan maximaal een maand zonder werk	43	7%
Ja, ik kan een tot twee maanden zonder werk	83	13%
Ja, ik kan twee tot zes maanden zonder werk	134	21%
Ja, ik kan een half jaar tot een jaar zonder werk	87	14%
Ja, ik kan langer dan een jaar zonder werk	139	23%

Tabel B6.22 Opleiding x Heeft u de financiële middelen om een (langdurige) periode zonder werk op te vangen? (n=613)

	Maximaal mbo (n=289)	Hbo/wo (n=324)	Totaal (n=613)
Ik heb geen financiële middelen	33%	10%	21%
Ik kan maximaal één maand zonder werk	8%	6%	7%
Ik kan één tot twee maanden zonder werk	17%	10%	14%
Ik kan twee tot zes maanden zonder werk	16%	27%	22%
Ik kan een half jaar tot een jaar zonder werk	11%	17%	14%
Ik kan langer dan een jaar zonder werk	16%	29%	23%

Tabel B6.23 Sector x Heeft u de financiële middelen om een (langdurige) periode zonder werk op te vangen? (n=616)

	Land-bouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=76)	Handel & horeca (n=23)	Logis-tiek & comm (n=35)	Zakelijke dienst-verl. (n=298)	Onder-wijs & zorg (n=144)
Nee, daarvoor heb ik geen financiële middelen	11%	32%	26%	39%	11%	12%	35%
Ja, ik kan maximaal een maand zonder werk	22%	6%	11%	13%	6%	5%	7%
Ja, ik kan een tot twee maanden zonder werk	33%	13%	22%	17%	23%	10%	12%
Ja, ik kan twee tot zes maanden zonder werk	33%	29%	17%	22%	11%	24%	19%
Ja, ik kan een half jaar tot een jaar zonder werk	0%	3%	13%	4%	23%	18%	10%
Ja, ik kan langer dan een jaar zonder werk	0%	16%	11%	4%	26%	30%	18%

Tabel B6.24 U heeft aangegeven dat u zich gespecialiseerd heeft qua werkzaamheden en/of branche? In hoeverre beïnvloedt dit uw kans op opdrachten in de huidige economische crisis? (n=556)

	Aantal	Percentage
Door specialisatie heb ik nu de beste kans op opdrachten	168	30%
Door specialisatie heb ik nu minder kans op opdrachten	33	6%
Ik denk niet dat ik nu meer of minder kans op opdrachten maak	355	64%

Tabel B6.25 Opleiding x U heeft aangegeven dat u zich gespecialiseerd heeft qua werkzaamheden en/of branche. In hoeverre beïnvloedt dit uw kans op opdrachten in de huidige economische crisis? (n=553)

	Maximaal mbo (n=260)	Hbo/wo (n=293)
Door specialisatie heb ik nu de beste kans op opdrachten	23%	37%
Door specialisatie heb ik nu minder kans op opdrachten	6%	6%
Ik denk niet dat ik nu meer of minder kans op opdrachten maak	70%	58%

Tabel B6.26 Hoeveel verschillende opdrachtgevers had u in 2008? (n=616)

	Aantal	Percentage
0 opdrachtgevers	10	2%
1 - 4 opdrachtgevers	166	27%
5 - 9 opdrachtgevers	167	27%
10 - 19 opdrachtgevers	103	17%
20 - 49 opdrachtgevers	83	13%
50 - 99 opdrachtgevers	38	6%
100 of meer opdrachtgevers	49	8%

Tabel B6.27 Opleiding x Hoeveel verschillende opdrachtgevers had u in 2008? (n=613)

	Maximaal mbo (n=288)	Hbo/wo (n=325)	Totaal (n=613)
geen opdrachtgevers	2%	1%	2%
1-4 opdrachtgevers	17%	36%	27%
5-9 opdrachtgevers	26%	28%	27%
10-19 opdrachtgevers	16%	17%	17%
20-49 opdrachtgevers	17%	10%	14%
50-99 opdrachtgevers	9%	4%	6%
100 of meer opdrachtgevers	13%	4%	8%

Tabel B6.28 Sector x Hoeveel verschillende opdrachtgevers had u in 2008? (n=616)

	Land-bouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=77)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienstverl. (n=298)	Onder-wijs & zorg (n=143)
0 opdrachtgevers	0%	0%	0%	0%	0%	1%	4%
1 - 4 opdrachtgevers	11%	19%	19%	13%	23%	38%	13%
5 - 9 opdrachtgevers	33%	19%	30%	4%	43%	28%	26%
10 - 19 opdrachtgevers	0%	19%	22%	17%	17%	16%	15%
20 - 49 opdrachtgevers	22%	29%	18%	9%	14%	11%	13%
50 - 99 opdrachtgevers	22%	6%	5%	17%	3%	2%	13%
100 of meer opdrachtgevers	11%	6%	5%	39%	0%	4%	15%

Aangesloten bij organisaties

Tabel B6.29 Bent u aangesloten bij één of meerdere van de volgende organisaties? [39] (n=618)

	Aantal keer genoemd	Percentage
Beroepsorganisatie: organisaties die specifiek voor uw beroepsgroep zijn, bijvoorbeeld Fotografenfederatie, Orde voor Register Managers (ORM), KNGF, V&VN etc.	97	16%
Brancheorganisatie: organisaties die voor de branche waarin u werkt zijn (dus voor meer dan alleen uw beroepsgroep), zoals bijvoorbeeld Bouwend Nederland, UNETO/VNI etc.	65	11%
Vakbond/werknemersorganisatie: zoals bijvoorbeeld, FNV Zelfstandigen, NVJ, CNV, andere FNV, NU'91 etc.	65	11%
Specifieke organisatie voor zzp'ers: zoals bijvoorbeeld Platform Zelfstandig Ondernemers (PZO) of ZZP Nederland, Vereniging voor Zelfstandigen etc.	44	7%
Werkgeversorganisaties zoals VNO-NCW en MKB Nederland	11	2%
Bij geen van bovenstaande organisaties aangesloten	370	60%
Anders, namelijk:	42	7%

[39] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

Tabel B6.30 Opleiding x Bent u aangesloten bij één of meerdere van de volgende organisaties?[40] (n=615)

	Maximaal mbo (n=288)	Hbo/wo (n=327)
Beroepsorganisatie: organisaties die specifiek voor uw beroepsgroep zijn, bijvoorbeeld Fotografenfederatie, Orde voor Register Managers (ORM), KNGF, V&VN etc.	8%	22%
Brancheorganisatie: organisaties die voor de branche waarin u werkt zijn (dus voor meer dan alleen uw beroepsgroep), zoals bijvoorbeeld Bouwend Nederland, UNETO/VNI etc.	11%	10%
Vakbond/werknemersorganisatie: zoals bijvoorbeeld, FNV Zelfstandigen, NVJ, CNV, andere FNV, NU'91 etc.	11%	10%
Specifieke organisatie voor zzp'ers: zoals bijvoorbeeld Platform Zelfstandig Ondernemers (PZO) of ZZP Nederland, Vereniging voor Zelfstandigen etc.	4%	10%
Werkgeversorganisaties zoals VNO-NCW en MKB Nederland	2%	1%
Bij geen van bovenstaande organisaties aangesloten	65%	55%
Anders, namelijk:	5%	8%

[40] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

Tabel B6.31 Sector x Bent u aangesloten bij één of meerdere van de volgende organisaties?[41] (n=618)

	Landbouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=75)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & comm. (n=34)	Zakelijke dienstverl. (n=299)	Onderwijs & zorg (n=147)
Beroepsorganisatie: organisaties die specifiek voor uw beroepsgroep zijn, zoals bijvoorbeeld Fotografenfederatie, Orde voor Register Managers (ORM), KNGF, V&VN etc.	11%	13%	1%	0%	9%	17%	24%
Brancheorganisatie: organisaties die voor de branche waarin u werkt zijn (dus voor meer dan alleen uw beroepsgroep), zoals bijvoorbeeld Bouwend Nederland, UNETO/VNI etc.	11%	26%	5%	4%	9%	5%	23%
Vakbond/werknemersorganisatie: zoals bijvoorbeeld, FNV Zelfstandigen, NVJ, CNV, andere FNV, NU'91 etc.	33%	6%	20%	0%	6%	9%	11%
Specifieke organisatie voor zzp'ers: zoals bijvoorbeeld Platform Zelfstandig Ondernemers (PZO) of ZZP Nederland, Vereniging voor Zelfstandigen etc.	11%	3%	8%	0%	9%	9%	5%
Werkgeversorganisaties zoals VNO-NCW en MKB Nederland	0%	0%	4%	0%	3%	1%	3%
Bij geen van bovenstaande organisaties aangesloten	56%	65%	68%	91%	74%	61%	44%
Anders, namelijk:	11%	3%	3%	4%	3%	7%	9%

[41] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

BIJLAGE 7

Tabellenoverzicht hoofdstuk 4

Specialisatie of diversificatie?

Tabel B7.1 Heeft u zich gespecialiseerd in een bepaald type werkzaamheden (n=625)

	Aantal	Percentage
Ja	534	85%
Nee	91	15%

Tabel B7.2 Sector x Heeft u zich gespecialiseerd in een bepaald type werkzaamheden? (n=625)

	Land-bouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=77)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienstverl. (n=301)	Onder-wijs & zorg (n=149)
Ja	78%	100%	65%	91%	77%	86%	93%
Nee	22%	0%	35%	9%	23%	14%	7%

Tabel B7.3 Verricht u uw werkzaamheden in meerdere branches? (n=626)

	Aantal	Percentage
Ja	325	52%
Nee	301	48%

Tabel B7.4 Opleiding x Verricht u uw werkzaamheden in meerdere branches? (n=623)

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)
Ja	40%	63%
Nee	60%	37%

Tabel B7.5 Sector x Verricht u uw werkzaamheden in meerdere branches? (n=626)

	Land-bouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=77)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienstverl. (n=302)	Onderwijs & zorg (n=149)
Ja	56%	45%	45%	30%	54%	63%	38%
Nee	44%	55%	55%	70%	46%	37%	62%

Ontwikkeling kennis en vaardigheden

Tabel B7.6 Heeft u het afgelopen jaar op één van de volgende manieren getracht uw kennis of vaardigheden te ontwikkelen? (n=623)

	Aantal	Percentage
Geen opleiding	162	26%
Alleen lezingen e.d. bezocht	136	22%
Cursus/opleiding gedaan	325	52%

Tabel B7.7 Opleiding x Heeft u het afgelopen jaar op één van de volgende manieren getracht uw kennis of vaardigheden te ontwikkelen?[42] (n=620)

	Maximaal mbo (n=291)	Hbo/wo (n=329)
Vakbeurs	30%	29%
Cursus	27%	28%
Workshop	18%	29%
Training	16%	25%
Congres	9%	28%
Seminar	8%	26%
Opleiding	12%	17%
Leveranciersbijeenkomsten	13%	9%
Fabriekbezoeken	7%	9%
Anders namelijk:	9%	19%
Geen activiteiten verricht om kennis en vaardigheden te ontwikkelen	37%	16%

[42] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

Tabel B7.8 Sector x Heeft u het afgelopen jaar op één van de volgende manieren getracht uw kennis of vaardigheden te ontwikkelen?[43] (n=623)

	Landbouw (n=9)	Industrie (n=30)	Bouw (n=76)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & comm. (n=34)	Zakelijke dienstverl. (n=302)	Onderwijs & zorg (n=149)
Opleiding	11%	7%	9%	0%	32%	15%	17%
Training	11%	7%	11%	4%	18%	23%	30%
Cursus	44%	23%	25%	13%	29%	24%	38%
Congres	11%	10%	5%	9%	15%	24%	19%
Seminar	22%	17%	1%	13%	21%	24%	15%
Vakbeurs	56%	33%	36%	13%	24%	26%	34%
Workshop	11%	23%	16%	9%	9%	24%	34%
Fabriekbezoeken	22%	17%	13%	17%	6%	8%	2%
Leveranciersbijeenkomsten	56%	7%	22%	17%	6%	8%	10%
Anders namelijk:	0%	13%	7%	9%	26%	16%	13%
Geen activiteiten verricht om kennis en vaardigheden te ontwikkelen	22%	33%	42%	52%	21%	21%	24%

[43] Bij deze vraag mochten respondenten meerdere antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan honderd procent.

Vakinhoudelijke scholing en ondernemersvaardigheden

Tabel B7.9 Hoeveel dagen vakinhoudelijke scholing heeft u het afgelopen jaar gevolgd om verder te ontwikkelen c.q. bij te blijven in uw vakgebied? (n=626)

	Aantal	Percentage
0 dagen	384	61%
1 tot 2 dagen	54	9%
3 tot 5 dagen	83	13%
6 tot 10 dagen	52	8%
Meer dan 10 dagen	53	8%

Tabel B7.10 Opleiding x Hoeveel dagen vakinhoudelijke scholing heeft u het afgelopen jaar gevolgd om verder te ontwikkelen cq bij te blijven in uw vakgebied? (n=623)

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)
0 dagen	66%	57%
1 tot 2 dagen	11%	8%
3 tot 5 dagen	13%	14%
6 tot 10 dagen	15%	37%
Meer dan 10 dagen	16%	37%

Tabel B7.11 Mate waarin de vakinhoudelijke scholing verplicht was (n=618)

	Aantal	Percentage
Geen vakinhoudelijke scholing gevolgd	384	62%
Wel vakinhoudelijke scholing - niet verplicht	158	26%
Wel vakinhoudelijke scholing - wel verplicht	76	12%

Tabel B7.12 Opleiding x Mate waarin de vakinhoudelijke scholing verplicht was (n=618)

	Maximaal mbo (n=289)	Hbo/wo (n=326)
Geen vakinhoudelijke scholing gevolgd	67%	57%
Wel vakinhoudelijke scholing - niet verplicht	19%	31%
Wel vakinhoudelijke scholing - wel verplicht	13%	11%

Tabel B7.13 Sector x Mate waarin de vakinhoudelijke scholing verplicht was (n=618)

	Land-bouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=76)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienstverl. (n=297)	Onderwijs & zorg (n=147)
Geen vakinhoudelijke scholing	78%	77%	78%	87%	57%	62%	48%
Wel vakinhoudelijke scholing - niet verplicht	0%	13%	12%	13%	9%	30%	34%
Wel vakinhoudelijke scholing - wel verplicht	22%	10%	10%	0%	34%	8%	18%

Tabel B7.14 In hoeverre was/is deze vakinhoudelijke scholing belangrijk bij het verkrijgen van nieuwe opdrachten? (n=75)

	Aantal	Percentage
Zeer belangrijk	21	28%
Enigszins belangrijk	27	36%
Niet belangrijk, maar heeft wel geholpen	15	20%
Niet belangrijk	12	16%

Tabel B7.15 Mate waarin men scholing heeft gevolgd voor ondernemersvaardigheden (n=626)

	Aantal	Percentage
Geen scholing voor ondernemersvaardigheden	545	87%
Wel scholing voor ondernemersvaardigheden	81	13%
Totaal	**626**	**100%**

Tabel B7.16 Opleiding x Mate waarin men scholing heeft gevolgd voor ondernemersvaardigheden (n=623)

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)
Geen scholing voor ondernemersvaardigheden	91%	84%
Wel scholing voor ondernemersvaardigheden	9%	16%

Tabel B7.17 Sector x Mate waarin men scholing heeft gevolgd voor ondernemersvaardigheden (n=623)

	Technische sectoren (n=137)	Zakelijke dienstverl. (n=292)	Verzorgende sectoren (n=78)	Overige sectoren (n=116)
Geen scholing voor ondernemersvaardigheden	93%	84%	90%	86%
Wel scholing voor ondernemersvaardigheden	7%	16%	10%	14%

Tabel B7.18 Soort scholing op het gebied van ondernemersvaardigheden (n=81)44

	Maximaal mbo (n=27)	Hbo/wo (n=54)	Totaal (n=81)
Belastingen/administratieve/ juridische zaken	60%	46%	51%
Netwerken	41%	50%	47%
Acquisitie	22%	37%	32%
PR/promotie/website bouwen	30%	20%	24%
Opstellen bedrijfsplan	19%	13%	15%
Anders	26%	9%	15%
Mogelijkheden om krediet te krijgen	19%	4%	9%

Scholingsbehoefte en -financiering

Tabel B7.19 U heeft aangegeven in totaal zo'n # # dagen scholing te hebben gevolgd (verplicht, vakinhoudelijk of gericht op ondernemers-vaardigheden in totaal). Had u het afgelopen jaar meer scholing willen volgen? (n=266)

	Aantal	Percentage
Ja, meer vakinhoudelijk	45	17%
Ja, meer ondernemersvaardigheden	13	5%
Ja, beiden	30	11%
Nee	163	61%
Weet niet	15	6%

Tabel B7.20 Waardoor heeft u niet meer scholing kunnen volgen? (n=86)

	Aantal	Percentage
Niet meer tijd, te druk met werken	23	27%
Al voldoende geld gespendeerd aan scholing / het geld wat ik	21	24%
Ik heb de afgelopen jaren al genoeg scholing gevolgd	10	12%
Er was niet meer scholing die op mijn wensen qua tijd, locatie, rooster aansloot	9	11%
Anders	8	9%
Er was niet meer scholing die me aansprak	7	8%
Niet meer tijd, liever vrije tijd besteden aan familie, vrienden, hobby's	4	5%
Door deelname aan scholing derf ik inkomen	4	5%

[44] Respondenten mochten meer antwoorden geven, het totaal telt dus op tot meer dan 100%.

Tabel B7.21 Hoeveel heeft u het afgelopen jaar aan scholing uitgegeven? (n=263)

	Maximaal mbo (n=109)	Hbo/wo (n=153)	Totaal (n=163)
Minder dan €250	35%	19%	26%
€250 - €499	25%	14%	18%
€500 - €999	18%	16%	17%
€1.000 - €1.999	12%	25%	20%
€2.000 - €4.999	9%	20%	15%
€5.000 - €9.999	1%	4%	3%
€10.000 of meer	0%	2%	1%

Tabel B7.22 Hoeveel heeft u het afgelopen jaar aan scholing uitgegeven? (n=261)

	Technische sectoren (n=33)	Zakelijke dienstverl. (n=129)	Verzorgende sectoren (n=44)	Overige sectoren (n=55)
Minder dan €250	58%	19%	25%	24%
€250 - €499	9%	18%	27%	18%
€500 - €999	9%	18%	23%	16%
€1.000 - €1.999	9%	19%	14%	29%
€2.000 - €4.999	15%	20%	11%	9%
€5.000 - €9.999	0%	4%	0%	4%
€10.000 of meer	0%	2%	0%	0%

Tabel B7.23 Heeft u voor de scholing die u gevolgd heeft een tegemoetkoming in de kosten gehad, bijvoorbeeld een kortingsregeling of een subsidie? (n=264)

	Aantal	Percentage
Ja	23	9%
Nee	241	91%

Tabel B7.24 Sector x Heeft u voor de scholing die u gevolgd heeft een tegemoetkoming in de kosten gehad, bijvoorbeeld een kortingsregeling of een subsidie? (n=262)

	Technische sectoren (n=34)	Zakelijke dienstverl. (n=129)	Verzorgende sectoren (n=44)	Overige sectoren (n=55)
Ja	18%	5%	5%	15%
Nee	82%	95%	95%	85%

Tabel B7.25 Heeft u gebruikgemaakt van de fiscale aftrekmogelijkheden voor scholing? (n=262)

	Aantal	Percentage
Ja	131	50%
Nee, ik was niet op de hoogte van deze mogelijkheid	47	18%
Nee, ik zat onder het drempelbedrag	38	15%
Nee, andere reden	46	18%

Tabel B7.26 Sector x Heeft u gebruikgemaakt van de fiscale aftrekmogelijkheden voor scholing? (n=260)

	Technische sectoren (n=34)	Zakelijke dienstverl. (n=129)	Verzorgende sectoren (n=44)	Overige sectoren (n=55)
Ja	28%	54%	59%	46%
Nee, ik was niet op de hoogte van deze mogelijkheid	19%	15%	16%	25%
Nee, ik zat onder het drempelbedrag	28%	13%	16%	9%
Nee, andere reden	25%	18%	9%	20%

Tabel B7.27 Denkt u dat u opdrachten misloopt omdat u geen scholing heeft gevolgd? (n=162)

	Aantal	Percentage
Ja, ik loop hierdoor nu opdrachten mis	4	2%
Ja, ik loop hierdoor in de toekomst opdrachten mis	7	4%
Ja, ik loop hierdoor zowel nu als in de toekomst opdrachten mis	9	6%
Nee	142	88%

Tabel B7.28 Wat is de belangrijkste reden dat u het afgelopen jaar geen scholing heeft gevolgd? (n=162)

	Aantal	Percentage
Ik leer 'on the job' / ik leer genoeg bij in mijn opdrachten	53	33%
Geen tijd, te druk met werken	30	19%
Ik heb de afgelopen jaren al genoeg scholing gevolgd	19	12%
Anders namelijk	15	9%
Er was geen scholing die me aansprak	12	7%
Geen tijd, liever vrije tijd besteden aan familie, vrienden,	10	6%
Ik zie het nut van scholing niet in	8	5%
Ik weet niet zo goed wat voor scholing er voor mij is	7	4%
De scholing sluit niet aan op mijn wensen qua tijd, locatie,	5	3%
Door deelname aan scholing derf ik inkomen	2	1%
De scholing was te duur	1	1%

Ondersteuningsbehoefte

Tabel B7.29 Bent u wel eens een opdracht misgelopen omdat u niet alle specifieke kennis in huis had? (n=626)

	Aantal	Percentage
Ja	174	28%
Nee	307	49%
Weet ik niet	145	23%

Tabel B7.30 Opleiding x Bent u wel eens een opdracht misgelopen omdat u niet alle specifieke kennis in huis had? (n=623)

	Maximaal mbo (n=294)	Hbo/wo (n=329)
Ja	19%	36%
Nee	54%	45%
Weet ik niet	27%	20%

Tabel B7.31 Sector x Bent u wel eens een opdracht misgelopen omdat u niet alle specifieke kennis in huis had? (n=626)

	Landbouw (n=9)	Industrie (n=31)	Bouw (n=77)	Handel & horeca (n=23)	Logistiek & comm. (n=35)	Zakelijke dienstverl. (n=302)	Onderwijs & zorg (n=149)
Ja	0%	23%	25%	13%	26%	34%	21%
Nee	44%	55%	48%	43%	57%	44%	57%
Weet ik niet	56%	23%	27%	43%	17%	21%	21%

Tabel B7.32 Branche- en beroepsorganisaties, werkgeversorganisaties, vakbonden, Kamer van Koophandel een zzp-organisaties bieden allerlei vormen van ondersteuning aan hun leden. Heeft u via één van deze organisaties wel eens gebruikgemaakt van:

	Ja	Nee	(n)
Congressen, vakbeurzen, seminars, professionaliseringsbijeenkomsten	36%	64%	(622)
Scholing/cursussen op mijn vakgebied	22%	78%	(621)
Scholing/cursussen voor het voeren van onderneming	15%	85%	(616)
Ondersteuning bij het opbouwen van een zakelijk netwerk	10%	90%	(615)
Korting/subsidies voor het volgen van cursussen	6%	94%	(614)
Bemiddeling bij opdrachten	4%	96%	(611)

Tabel B7.33 Zou u het op prijs stellen als, Kamer van Koophandel, branche- en beroepsorganisaties, werkgeversorganisaties, vakbonden en zzp-belangenorganisaties meer van genoemde activiteiten aanbieden:

	Ja	Nee	(n)
Korting/subsidies voor het volgen van cursussen	82%	18%	(38)
Ondersteuning bij het opbouwen van een zakelijk netwerk	74%	26%	(62)
Bemiddeling bij opdrachten	74%	26%	(27)
Scholing/cursussen voor het voeren van onderneming	66%	34%	(94)
Congressen, vakbeurzen, seminars, professionaliseringsbijeenkomsten	61%	39%	(233)
Scholing/cursussen op mijn vakgebied	54%	46%	(138)