



# Zzp'ers: wie ze zijn, wat ze willen

Typologie, samenwerking, ambities en informatiebehoefte

# Colofon

**Door:**

Marijke van der Veen & Dian Smetsers

December 2015

Met speciale dank aan Prof. Dr. Leon Oerlemans,  
Tilburg University

© Kamer van Koophandel, Utrecht, december 2015.

Bronvermelding is verplicht. Verveelvoudiging voor eigen of  
intern gebruik is toegestaan.

Van der Veen., M. & Smetsers, D.J.A.M. (2015).

Zzp'ers: wie ze zijn, wat ze willen. Typologie,  
samenwerking, ambities en informatiebehoefte.  
Kamer van Koophandel.

[www.kvk.nl](http://www.kvk.nl)

# Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Managementsamenvatting</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Achtergrond en omschrijving van het onderzoek</b>	<b>7</b>
2.1	Achtergrond	7
2.2	Omschrijving onderzoek	7
2.3	Omschrijving steekproef en representativiteit	7
<b>3</b>	<b>Ondernemings- en ondernemerskenmerken van zzp'ers</b>	<b>10</b>
3.1	Kenmerken van de onderneming	10
3.1.1	Ondernemingsleeftijd, medewerkers en bedrijfsactiviteiten	10
3.1.2	Bron van inkomsten en tijdsbesteding	11
3.1.3	Omzet en omzetontwikkeling	12
3.2	Kenmerken van de ondernemer	14
3.2.1	Situatie voorafgaand aan zzp-schap	14
3.2.2	Ervaring met ondernemen	14
3.2.3	Ondernemende houding	15
3.2.4	Startmotieven	16
<b>4</b>	<b>Samenwerken en ambitie</b>	<b>18</b>
4.1	Samenwerken	18
4.2	Ambities	19
4.3	Drie typen ambitie	20
<b>5</b>	<b>Typering van zzp'ers</b>	<b>21</b>
<b>6</b>	<b>Informatiebehoefte</b>	<b>25</b>
6.1	Thema's	25
6.2	Bronnen	26
6.3	Kanalen	27
<b>7</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>28</b>
<b>8</b>	<b>Literatuurlijst</b>	<b>30</b>
<b>9</b>	<b>Bijlagen</b>	<b>32</b>



# 1. Managementsamenvatting

Het economische belang van zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers) is groot: Nederland telt er nu ruim 1,2 miljoen. Daarvan werken er bijna 900.000 fulltime. Zzp'ers zijn er in alle soorten en maten. 'De zzp'er bestaat niet', zo schrijft het kabinet dan ook op 2 oktober 2015 in een reactie op het Interdepartementale Beleidsonderzoek Zelfstandigen zonder personeel (IBO ZZZP, 2015).

Dat onderzoek leverde een schat aan informatie op. Voor de Kamer van Koophandel bleven enkele belangrijke vragen ter beantwoording over. Welke ambities koesteren zzp'ers? Werken ze samen met andere ondernemers? En: kunnen we in die grote groep zzp'ers toch bepaalde typen ondernemers onderscheiden? Wat zijn hun informatiebehoeften?

Met het antwoord op deze vragen kan de KvK haar dienstverlening aan zzp'ers verbeteren, verder ontwikkelen en afstemmen op de eventuele typen van ondernemers. Daarom deed de KvK aanvullend onderzoek. Daarvoor zijn 3778 zzp'ers – die lid zijn van het KvK Ondernemerspanel - uitgenodigd. 1736 respondenten vulden de vragenlijst in (46%).

## **Vooraf ervaren dienstverleners die zelf hun inkomen verdienen**

In dit onderzoek houdt 73% van de zzp'ers zich hoofdzakelijk bezig met het aanbieden van diensten en/of service in de vorm van arbeid, 12% verkoopt en/of maakt producten en 15% combineert producten met diensten. Gemiddeld heeft een zzp'er 11 jaar ervaring met ondernemen, al is bijna een derde korter dan 3 jaar ondernemer. Meestal was loondienst de situatie voorafgaand aan het ondernemerschap (79%), 9% had een uitkering en 4% kwam van school. De meerderheid heeft geen andere inkomstenbron (62%), 14% heeft een baan naast het ondernemerschap. Gemiddeld besteden zzp'ers 39,3 uren aan hun bedrijf, maar 20% steekt er meer dan 50 uur per week in.

## **Zzp'ers zijn met recht ondernemers**

Veruit de grootste groep zzp'ers start vanuit een positieve, intrinsieke motivatie als ondernemer. Zo wil 83% eigen baas zijn en zelf beslissingen kunnen nemen, 54% kan werk en privé beter combineren en 53% wil bijdragen aan de maatschappij. Veel zzp'ers hebben een sterk ondernemende houding en zijn proactief: 82% probeert situaties te verbeteren die hen niet aanstaan. Bovendien zijn ze innovatief: 74% komt met nieuwe ideeën en 65% doet dingen op een unieke manier. Aan lef ontbreekt het de zzp'er ook al niet: 61% neemt, ondanks de kans op falen, gecalculeerde risico's.

## **Verbeterende bedrijfsprestaties voeden ambities**

Zzp'ers presteren over het algemeen goed. In de afgelopen drie jaar steeg de omzet bij 38%, bij 42% bleef die gelijk, 21% zag krimp. Bij 10% steeg de omzet met meer dan 20%. Voor de komende 12 maanden willen ze vooral de omzet vergroten (68%), kennis verwerven (67%) en de naamsbekendheid vergroten (54%).

## **Bijdrage aan werkgelegenheid en innovatie**

Niet iedere zzp'er blijft alleen in de onderneming. Voor de komende 12 maanden heeft 12% plannen om personeel in te huren en 5% om personeel aan te nemen. Over vijf jaar verwacht 36% 1 of meer medewerkers in dienst te hebben, waarvan 12,5% meer dan 3 fte's. Op de langere termijn zijn zzp'ers dus ambitieuzer als het gaat om het aannemen van personeel dan op de korte termijn. Een belangrijk deel van de zzp'ers heeft plannen om nieuwe producten of diensten op de markt te brengen (36%) en 15% wil ook buitenlandse markten betreden.

## **Slim samenwerken**

Bij gebrek aan personeel is samenwerking voor zzp'ers een logische manier om aan kennis, vaardigheden en middelen te komen. In de groep zzp'ers werkt 60% beroepsmatig samen met partners uit het eigen professionele netwerk.

Belangrijkste redenen om samen te werken zijn: gebruikmaken van competenties en vaardigheden (82%), kennis delen (76%), opdrachten krijgen (64%) en een netwerk opbouwen (58%).

### Vijf typen zzp'ers

Verschillen in ambitie sturen de manier waarop zzp'ers met hun bedrijf omgaan en bijdragen aan de Nederlandse economie.

Op basis van een aantal belangrijke kenmerken kunnen we vijf typen zzp'ers onderscheiden:

- **ambitieuze zzp'ers** (34%): ambitieus over de hele linie, helft heeft stijgende omzet, willen personeel aannemen/inhuren, werken vaak samen, enige inkomstenbron, besteden veel tijd aan onderneming, jonge bedrijven;
- **ervaren zelfstandigen** (21%): streven naar continuïteit, werken vaak samen, advisering en ICT, enige inkomstenbron, wat oudere ondernemers;
- **parttime vernieuwers** (18%): redelijk ambitieus, maar vooral innovatief, deeltijdondernemers, werken samen, andere inkomstenbronnen, vaak gestart uit noodzaak, wat oudere bedrijven en ondernemers;
- **flexibele zzp'ers** (16%): vaak deeltijdondernemers, relatief lage ambities, werken zelfstandig, oudere ondernemers, twee derde heeft andere inkomstenbron;
- **potentiële mkb'ers** (10%): enige ambitie is om personeel aan te nemen/in te huren, werken zelfstandig, vaak gestart uit neutrale aanleiding, veel jonge bedrijven, relatief meer productaanbieders.

### Informatievoorziening: digitale kanalen favoriet

Zzp'ers hebben vooral behoefte aan informatie over wet- en regelgeving (26%), fiscale aspecten (24%) ondernemingsnetwerken (21%) en marketing en verkoop (21%). Ongeveer een derde zegt geen informatiebehoefte te hebben. De KvK is de favoriete informatiebron voor zzp'ers (50%), gevolgd door concurrenten/collega-ondernemers (45%), financieel adviseur,

accountant of boekhouder (36%). Zzp'ers ontvangen informatie het liefst via internet (63%), e-mail (52%) vakbladen (37%) en voorlichtingsbijeenkomsten (31%).

### Conclusie en vervolgstap

De KvK speelt momenteel in op de algemene behoeften van zzp'ers. Zo zijn er webinars rond netwerken, marketing en verkoop, wordt er gewerkt aan een videoreeks over actuele wet- en regelgeving en zijn er regionale events met voorlichting. De vijfledige typologie van zzp'ers biedt een beter inzicht in deze grote groep ondernemers. De KvK staat nu voor de uitdaging om de exacte behoeften per type zzp'er in kaart te brengen en de dienstverlening aan zzp'ers verder te verbeteren.

### Over het onderzoek

De KvK doet regelmatig onderzoek naar de behoefte van ondernemers via het KvK Ondernemerspanel met 6500 mkb-ondernemers. Voor dit onderzoek zijn 3778 zzp'ers uitgenodigd: 1736 vulden de vragenlijst in (46%). Door de grote omvang van de steekproef en het hoge responspercentage kunnen betrouwbare uitspraken worden gedaan over zzp'ers. Wel is er een bias in de steekproef voor hoger opgeleide, wat oudere mannen en is er een ondervertegenwoordiging van de sector bouw. Literatuur- en expertonderzoek vormden de basis voor de vragenlijst.

## 2. Achtergrond en omschrijving van het onderzoek

### 2.1 Achtergrond

**De zelfstandige zonder personeel (zzp'er) staat bij de Kamer van Koophandel ingeschreven met één werkzame persoon, en is economisch actief.** Deze definitie hanteren we in dit onderzoek voor dit type ondernemer. De zzp'er is bezig aan een opmars: Nederland kent er nu ruim 1,2 miljoen. Daarvan zijn er 877.000 fulltime ondernemer (KvK, november 2015). Van de zzp'ers die starten overleeft 59% de eerste vijf jaar. Bij zulke aantallen is het economisch belang van deze groep ondernemers groot.

Waarom groeit het aantal zzp'ers zo sterk? Volgens het Interdepartementale Beleidsonderzoek Zelfstandigen zonder personeel (IBO ZZP, 2015) spelen meerdere factoren een rol. "Veranderingen in de sectorstructuur, productiewijze en technologische ontwikkelingen leiden tot een beweging van productie in grote ondernemingen naar kleinschalige netwerken en een grotere behoefte aan flexibiliteit. Arbeidsmigratie leidt in een aantal sectoren tot druk op arbeidsvoorwaarden, waarvoor zzp'ers een oplossing bieden. Ook demografie speelt een rol: ouderen zijn relatief vaak zzp'er waarmee de vergrijzing een deel van de groei verklaart. Dit biedt echter op zichzelf geen verklaring voor de afwijkende trend in Nederland ten opzichte van vergelijkbare landen wat betreft het aandeel zzp'ers."

Zzp'ers zijn er in vele soorten en maten. "De zzp'er bestaat niet", concludeerde het kabinet dan ook op 2 oktober 2015 in een reactie op IBO ZZP. Die constatering roept direct de vraag op waarom zzp'ers tot nog toe in beleidsvorming en –vaststelling dan wel als een redelijk homogene groep ondernemers beschouwd zijn.

Voor de Kamer van Koophandel was het mede aanleiding om nader onderzoek te doen. Welke typen zzp'ers kunnen we onderscheiden, met welke achtergronden en persoons- en bedrijfskenmerken? Hoe ondernemend zijn zzp'ers eigenlijk, welke ambities en ondernemersstrategieën volgen ze? Aan welke informatie en dienstverlening hebben ze vooral behoefte?

De antwoorden op deze vragen zijn uiterst relevant voor de KvK. Ze wijzen ons de weg naar een verdere verbetering en meer klantgerichte dienstverlening aan zzp'ers.

### 2.2 Omschrijving onderzoek

Voorafgaand aan dit onderzoek vond een literatuuronderzoek plaats om te kunnen achterhalen welke kenmerken van belang zijn bij het categoriseren van zzp'ers, en bijbehorende ambities op het gebied van groei en innovatie in kaart te brengen. Die gegevens dienden als basis voor het samenstellen van de vragenlijst. Die lijst moest leiden tot beantwoording van de kernvraag: hoe verschillen zzp'ers van elkaar en zijn er verschillende typen zzp'ers te onderscheiden op basis van diverse achtergrondvariabelen en gedragskenmerken?

### 2.3 Omschrijving steekproef en representativiteit

Het onderzoek naar zzp'ers is uitgezet onder het KvK Ondernemerspanel. Dat telt ruim 6500 startende en ervaren zzp'ers en mkb-ondernemers die gemiddeld zes keer per jaar gevraagd worden een vragenlijst in te vullen. Voor deze vragenlijst nodigden we op 2 juli 2015 alle 3778 zzp-leden van het panel uit om de vragen online te beantwoorden. Na twee weken volgde een herinnering die verzonden werd aan de jongere (< 40 jaar) en vrouwelijke panelleden om de respons voor die segmenten te verhogen. De enquête sloot op 29 juli 2015. In totaal vulden 1736 deelnemers de lijst in, een respons van 46% (zie bijlage 1).

De vergelijking van de Nederlandse populatie (KvK, 2015) en de steekproef is in de volgende tabel weergegeven.

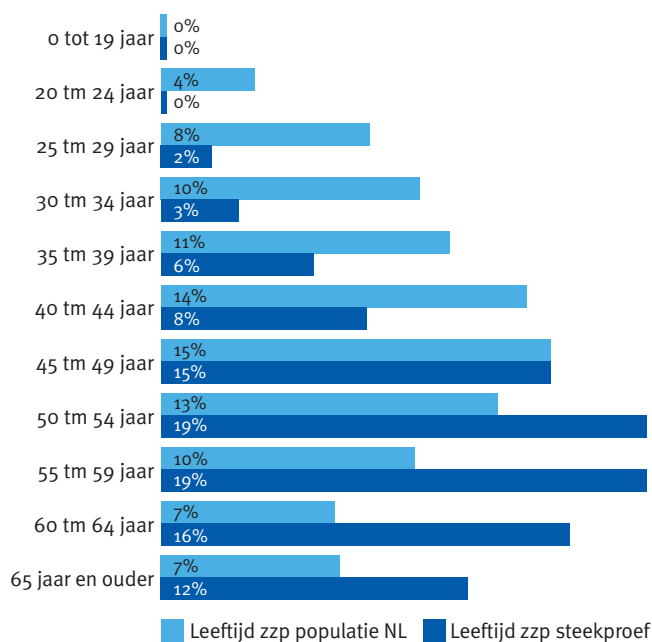
KvK-segment	Steekproef	Populatie NL*
	Aantal	Aantal
Zzp (1 wp)	1736	876.882

\*KvK, 2015, 1 wp fulltime, economisch actief en excl. wp onbekend

In bijlage 2 staan de belangrijkste achtergrondvariabelen om de representativiteit van de steekproef te kunnen beoordelen. Uit deze analyse blijkt dat het percentage vrouwen in de steekproef op 24% uitkomt en dus lager ligt dan de 34% in de Nederlandse zzp-populatie (KvK, 2015). De gemiddelde leeftijd in de steekproef

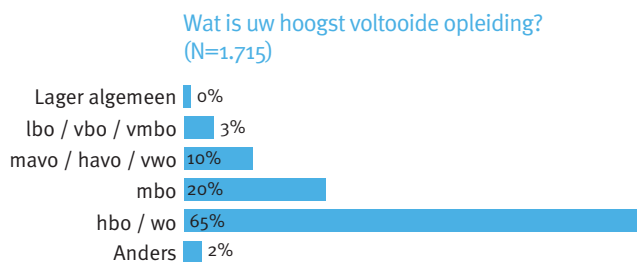
ligt op 53 jaar, terwijl die in de Nederlandse populatie 45 jaar is. De meeste zzp'ers (43%) zitten landelijk in de leeftijdscategorie van 40 t/m 54 jaar (KvK, 2015). In de steekproef van dit onderzoek is het aandeel 42%.

Leeftijdsopbouw zzp





Het percentage hoogopgeleiden in de steekproef (hbo-opleiding of universitaire opleiding) ligt met 65% ver boven het landelijk gemiddelde van 42% (IBO ZZP, 2015). 20% heeft een afgeronde mbo-opleiding en 10% een mavo-/havo-/vwo-opleiding.



Ruim de helft van de zzp'ers in de steekproef zegt te werken in dienstverlenende sectoren. Tussen de 5 en 10% ziet zichzelf werkzaam in informatie en communicatie, gezondheids- en welzijnzorg, bouwnijverheid, detailhandel en cultuur, sport en recreatie. In vergelijking met de Nederlandse populatie is de 'overige dienstverlening' oververtegenwoordigd in de steekproef en 'de bouw' juist ondervertegenwoordigd (zie bijlage 2).

Het percentage ondernemers dat voornamelijk arbeid aanbiedt, is met 13% oververtegenwoordigd in de steekproef in vergelijking met cijfers van CBS, CPB en EIM. Dit kan te maken hebben met de hogere gemiddelde leeftijd. Uit gegevens van het CBS (2014) blijkt namelijk dat van de zzp'ers die hoofdzakelijk arbeid aanbiedt meer dan de helft ouder is dan 45 jaar. Ook is bijna 45% hoger opgeleid.

**De analyse toont aan dat de steekproef een bias kent voor hoogopgeleide mannen van een wat oudere leeftijd. De resultaten van dit onderzoek zijn daarom minder representatief voor vrouwen, jonge zzp'ers en zzp'ers met een laag opleidingsniveau. Ook voor de sector 'bouw' zijn de resultaten van dit onderzoek minder representatief.**

De invloed van een gemiddeld hoger opleidingsniveau en een wat oudere leeftijd in de steekproef blijkt van invloed op het type en de mate van ambitie. Hoger opgeleiden hebben vaker een innovatieve ambitie, lager opgeleiden vaker een groeiambitie met personeel. Dit betekent een oververtegenwoordiging van ondernemers met een innovatieve ambitie en een ondervertegenwoordiging van ondernemers met groeiambitie in dit onderzoek. Daarnaast blijkt dat hoe jonger de ondernemer, hoe hoger de score op de diverse typen ambitie. Voor dit onderzoek betekent dit dat de mate van ambitie wat onderschat wordt.

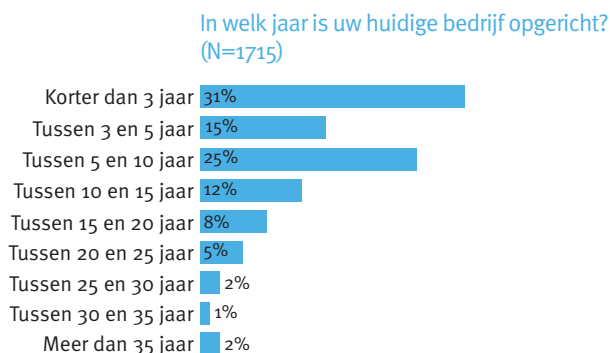
# 3. Ondernemings- en ondernemerskenmerken van zzp'ers

We kunnen zzp'ers karakteriseren aan de hand van kenmerken van de onderneming (3.1) en via kenmerken van de ondernemer zelf (3.2). Een belangrijke rol spelen de mate waarin ze samenwerken, het ambitieniveau en hun informatiebehoefte. Deze facetten komen in de hoofdstukken 4, 5 en 6 aan bod.

## 3.1 Kenmerken van de onderneming

### 3.1.1 Ondernemingsleeftijd, medewerkers en bedrijfsactiviteiten

De gemiddelde leeftijd van het zzp-bedrijf is 9 jaar zoals de onderstaande grafiek laat zien. Liefst een derde bestaat korter dan drie jaar.



### Medewerkers

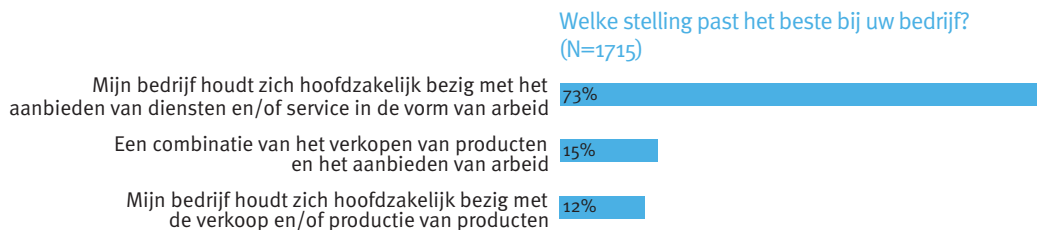
In dit onderzoek beschouwen we de zzp'er als een bedrijf zonder personeel. Toch maakt een klein deel van de zzp'ers wel degelijk gebruik van medewerkers, al zijn die niet in loondienst.



### Bedrijfsactiviteiten

Evers, Muijnck en Overweel (2002) zien een onderscheid tussen ‘traditionele’ en ‘nieuwe’ zzp’ers. Traditionele zzp’ers verkopen vooral producten. Ze zijn van oudsher actief in de detailhandel (zoals de bakker of de slager) maar ook in de groothandel, de horeca, de vrije beroepen en de agrarische sector. Nieuwe zzp’ers bieden vooral vaardigheden, arbeid en kennis aan in de zakelijke dienstverlening, de industrie, de bouwnijverheid en de transportsector. Ze zijn vooral in opkomst sinds het einde van de jaren negentig. Op grond van CBS-cijfers is 77% een ‘nieuwe’ zzp’er (IBO ZZP, 2015).

In de onderstaande grafiek zien we dat 73% van de respondenten in dit onderzoek zich hoofdzakelijk richt op het aanbieden van diensten en/of service in de vorm van arbeid. 12% is actief in verkoop en/of productie, 15% in een combinatie van arbeid en producten.



### 3.1.2 Bron van inkomsten en tijdsbesteding

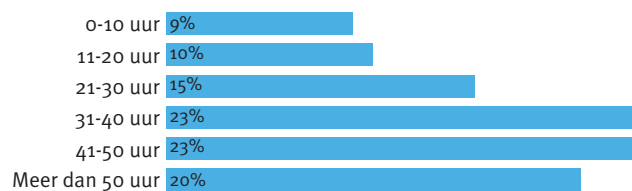
Voor 62% van de zzp’ers is de eigen onderneming de enige inkomstenbron. 14% heeft, naast het bedrijf, een baan of dienstbetrekking en is daarmee deeltijdondernemer.



### Tijdsbesteding

Gemiddeld werkt de zzp'ers 39,3 uur per week in zijn bedrijf. Een vijfde besteedt zelfs meer dan 50 uur per week aan de onderneming.

Hoeveel uur besteedt u gemiddeld per week aan uw bedrijf? (N=1.715)



### 3.1.3 Omzet en omzetontwikkeling

De omzet van zzp'ers loopt sterk uiteen. Ruim de helft van de respondenten heeft een omzet van minder dan 50.000 euro. Rond de 18% komt uit boven de 100.000 euro.

Omzet klasse in euro	Aantal	Procent
< 50.000	965	56,3%
50.000 - 100 000	443	25,8%
100.000 - 250.000	247	14,4%
250.000 - 500.000	30	1,7%
500.000 - 750.000	9	0,5%
750.000 - 1 miljoen	4	0,2%
1 miljoen - 1,5 miljoen	3	0,2%
1,5 miljoen - 2,5 miljoen	1	0,1%
2,5 miljoen - 4 miljoen	1	0,1%
4 miljoen - 8 miljoen	1	0,1%
> 32 miljoen	1	0,1%
<b>Totaal</b>	<b>1704</b>	<b>100,0%</b>

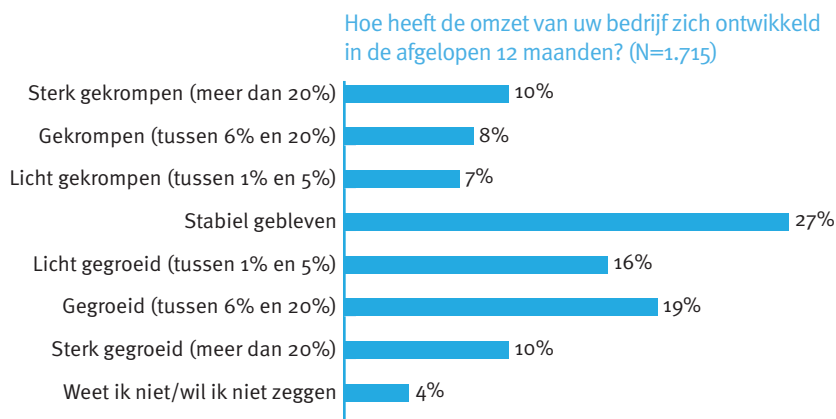
## Omzetontwikkeling

De financiële prestaties van zzp'ers meten we in dit onderzoek af aan de omzetontwikkeling. Bij zzp'ers zegt de omzet erg veel over de prestaties van de organisatie, mede omdat ze doorgaans diensten bieden en werken met een uurtarief. Kapitaalinvesteringen en andere kosten zien we veel minder. Daardoor is de omzet vaak gelijk aan de businesscase. De financiële prestaties van zzp'ers kunnen erg van elkaar verschillen.

Uit onderstaande grafiek blijkt dat 38% van de zzp'ers in de laatste 3 jaar te maken had met een stijgende omzet. Bij 42% bleef de omzet stabiel, 21% zag krimp.



In de afgelopen 12 maanden waren de verschillen echter nog sterker. Meer ondernemers (45%) zagen de omzet stijgen, maar er waren ook meer zzp'ers met een dalende omzet (25%).

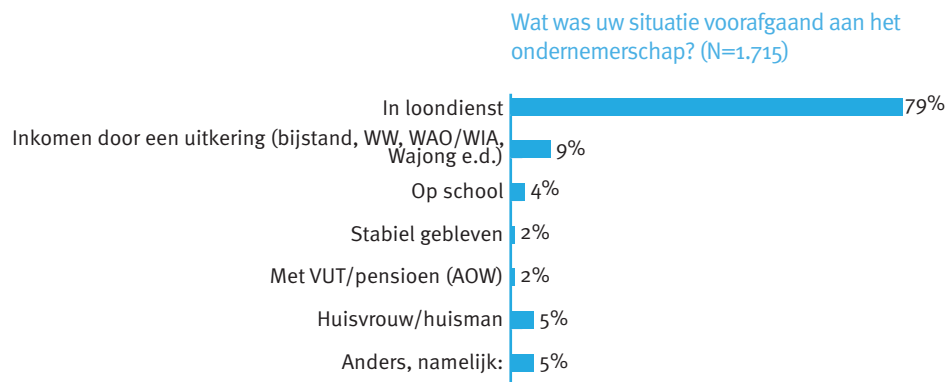


### 3.2 Kenmerken van de ondernemer

Sociodemografische kenmerken zijn belangrijk om typen ondernemers – en dus ook zzp'ers – van elkaar te onderscheiden (Verheul & Van Mil, 2011; Beaver & Jennings, 1995). Interessanter zijn misschien nog de persoonlijkheids- en gedragskenmerken die samenhangen met het ondernemerschap.

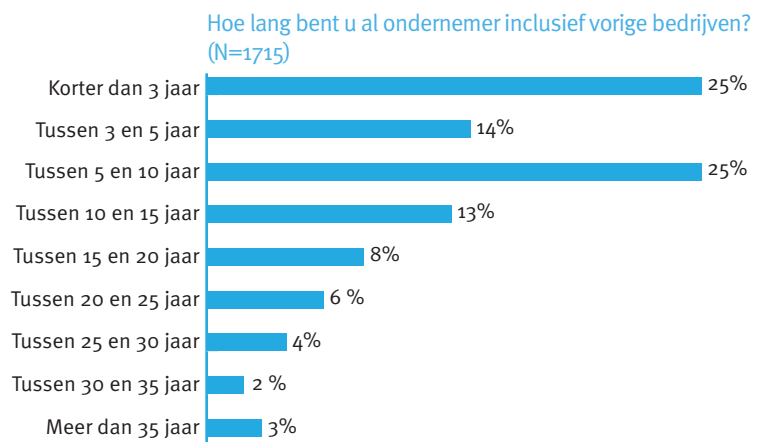
#### 3.2.1 Situatie voorafgaand aan zzp-schap

Zo kunnen we kijken naar de voorgeschiedenis van de zzp'er. Wat deed hij of zij voordat het ondernemerschap lonkte? Veruit de meesten waren in loondienst: 79%. Ongeveer een tiende startte vanuit een uitkeringssituatie.



#### 3.2.2 Ervaring met ondernemen

Hoe ervaren zijn zzp'ers? Gemiddeld zijn zij 11 jaar ondernemer. Opvallend is dat een kwart korter dan 3 jaar ondernemer is.

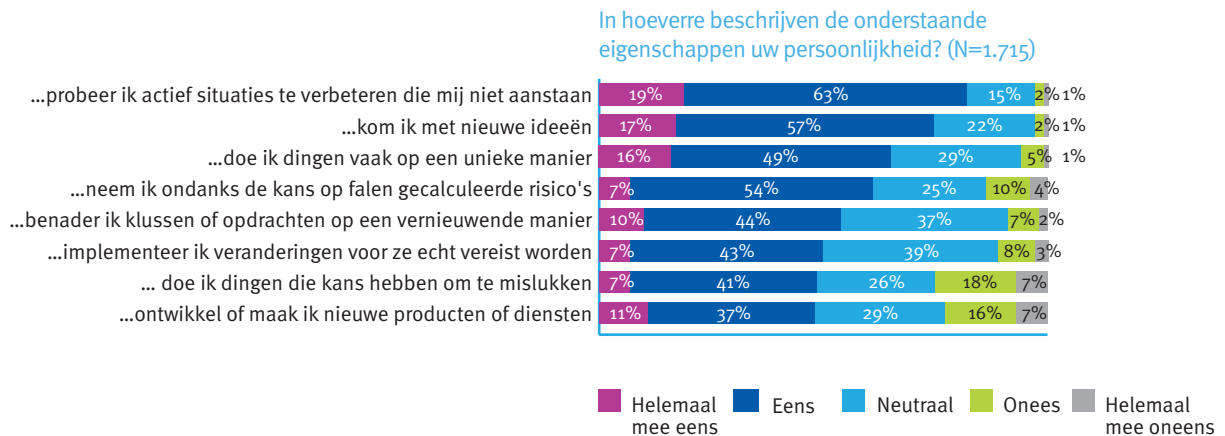


### 3.2.3 Ondernemende houding

Het herkennen én grijpen van kansen staat vrij centraal in het ondernemerschap, zo blijkt uit de literatuur. Persoonlijkheidskenmerken van de ondernemer zijn daarbij heel relevant (Crant, 1996; Gartner et. al., 1995). Bij een ondernemende houding op individueel niveau – een ‘entrepreneurial attitude’ (Wakkee e.a., 2010) - zien we:

- proactiviteit: inspelen op toekomstige behoeften, veranderingen en uitdagingen die kunnen leiden tot nieuwe kansen (Lumpkin and Dess, 1996);
- innovativiteit: activiteiten ondernemen die kunnen leiden tot nieuwe ideeën, processen, producten en diensten (Lyon et al., 2000);
- risico's nemen: het verkennen van onbekend terrein zonder te weten wat het resultaat daarvan zal zijn (Covin and Slevin, 1991).

Zzp'ers scoren goed op deze ondernemende houding. Zo toont 82% zich proactief door situaties te willen verbeteren die hen niet aanstaan. Verder komt 74% met nieuwe ideeën (innovativiteit) en doet 65% de dingen op een unieke manier. 61% van de respondenten neemt gecalculeerde risico's en accepteert de kans op falen.



### 3.2.4 Startmotieven

Startmotieven zijn belangrijke indicatoren voor de productiviteit van ondernemers (Fossen & Buttner, 2013; Block & Sandner, 2009). De redenen liggen vaak dicht bij huis. De wens om zelfstandig te zijn of het streven naar persoonlijke winst worden veelvuldig genoemd. Anderen voelen zich gedwongen het ondernemerschap op te zoeken bij gebrek aan andere opties (IBO ZZP, 2015; Locke & Baum, 2007).

Vanuit de literatuur komen grofweg twee typen ondernemers bovendrijven, samenhangend met positieve en negatieve motieven om te starten: 'opportunity'- en 'necessity'-ondernemers (Hessels & van Gelderen, 2008; Reynolds. et. al., 2002). 'Opportunity'-ondernemers starten vanuit een positieve grondhouding om unieke bedrijfskansen te exploiteren. Het streven naar autonomie, inkomen, welvaart, uitdaging, herkenning of status speelt hierbij een rol (Hessels & Van Gelderen, 2008). 'Necessity'-ondernemers beginnen vanuit de negatieve notie dat een bedrijf de best beschikbare oplossing is, bijvoorbeeld bij dreigend baanverlies. Zucht naar presteren of een streven naar macht zijn meer psychologische motieven die hierbij een rol kunnen spelen (Hessels & Van Gelderen, 2008). Eerder onderzoek onder zzp'ers laat zien dat vooral de aantrekkelijkheid van zelfstandig ondernemerschap een rol speelt, niet de financiële motieven (Vroonhof et al., 2008).

Al met al start ongeveer driekwart van de zzp'ers vanuit een positieve aanleiding, een tiende met een negatieve aanleiding en de rest vanuit neutrale motieven (Mevissen et al., 2013).

Een factoranalyse (zie bijlage 4) ondersteunt het gebruik van 'opportunity'- en 'necessity'-items als aparte schalen.

Bij 'opportunity' horen:

- ik kan werk en privé beter combineren als ondernemer;
- ik wil eigen baas zijn en mijn eigen beslissingen kunnen nemen;
- ik ken veel ondernemers in mijn netwerk;
- ik had een innovatief idee/zag een gat in de markt;
- ik wil bijdragen aan de maatschappij;
- ik kan meer verdienen als ondernemer dan als werknemer;
- ik heb mijn hobby in een carrière kunnen veranderen.

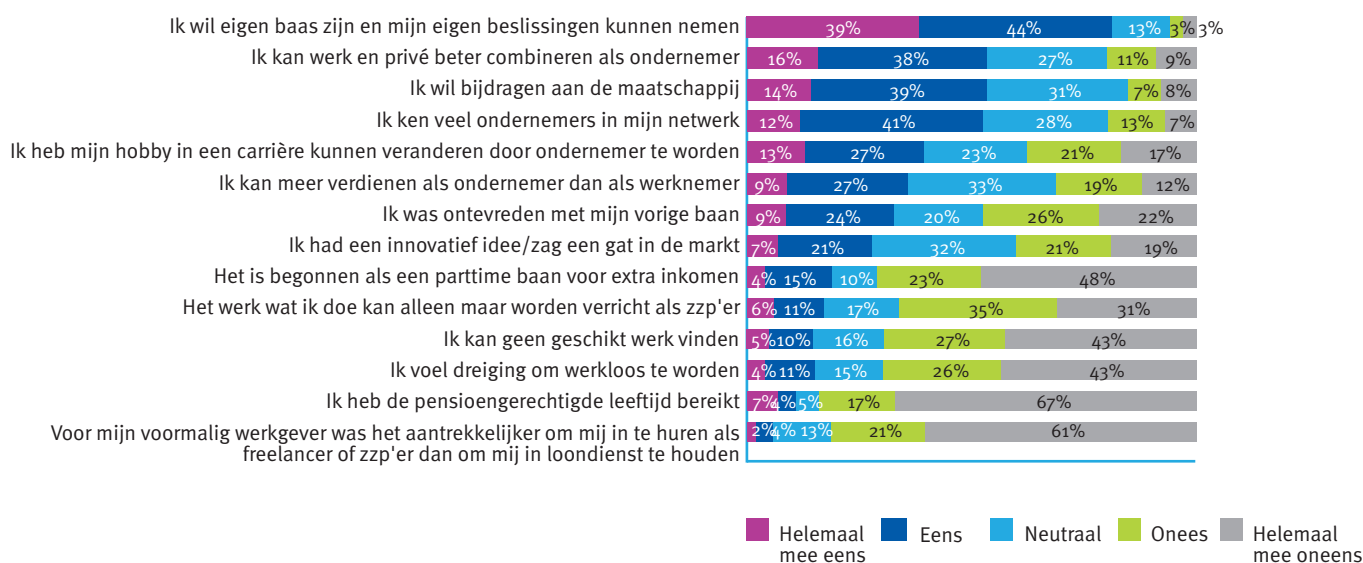
De volgende items zijn kenmerkend voor 'necessity':

- ik kan geen geschikt werk vinden;
- ik voel dreiging om werkloos te worden;
- voor mijn voormalige werkgever was het aantrekkelijker om mij in te huren als freelancer of zzp'er dan om mij in loondienst te houden; het is begonnen als een parttime baan voor extra inkomen;
- ik heb de pensioengerechtigde leeftijd bereikt;
- het werk wat ik doe kan alleen maar worden verricht als zzp'er.



Kijken we naar de gemiddelde percentages dat de respondenten eens/helemaal eens hebben gescoord op de verschillende factoren, dan start 50% vanuit een positieve startmotivatie ('opportunity'), 17% vanuit een negatieve startmotivatie ('necessity') en de rest, 33%, vanuit neutrale motieven.

Als u kijkt naar de motivaties die een rol speelden bij uw beslissing om ondernemer te worden, in hoeverre bent u het dan eens met de volgende stellingen? (N=1.715)

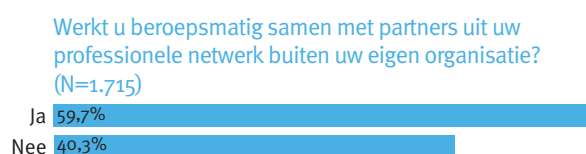


## 4. Samenwerken en ambitie

### 4.1 Samenwerken

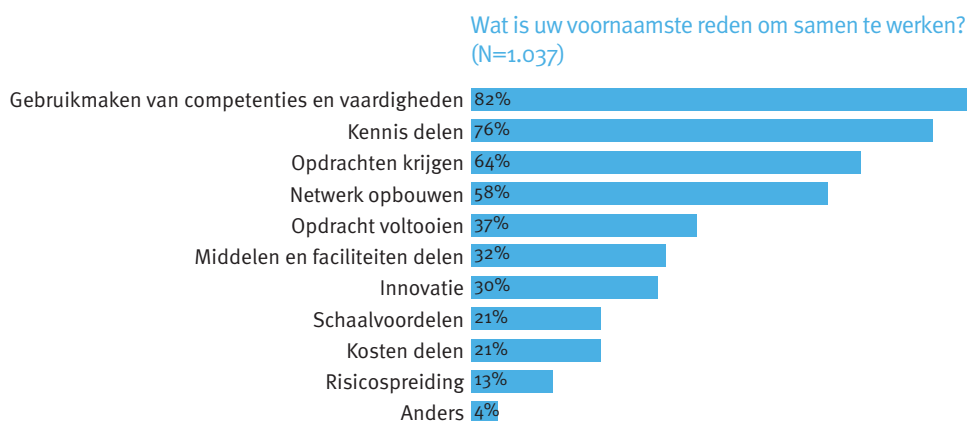
Bij gebrek aan personeel spreekt het voor veel ondernemers vanzelf om samen te werken. Het is de manier om aan kennis, vaardigheden en middelen te komen (o.a. Afuah, 2000; Gulati et al., 2000; Dyer & Singh, 1998). Voor zzp'ers zijn menselijk kapitaal en vaardigheden de belangrijkste bedrijfsmiddelen (Koster & De Vries, 2009).

'Samenwerken' definiëren we in dit onderzoek als: 'Het delen van doelen en risico's met een andere partij als een mogelijke manier om de mogelijkheden van uw bedrijf te vergroten (samenwerken met vrienden en familie telt hierbij niet mee)'. Samenwerking speelt zich dus af binnen het professionele netwerk van de zzp'er. Uit dit onderzoek blijkt dat 59,7% van de zzp'ers samenwerkt met een andere partij.



Analyses tonen aan dat wie samenwerkt, gemiddeld hogere ambities heeft in het ondernemerschap. Wie die samenwerking niet zoekt, scoort lager. In het volgende hoofdstuk verbinden we samenwerking aan drie ambitieniveaus.

Zzp'ers noemen diverse redenen om samen te werken: gebruikmaken van competenties en vaardigheden (82%), kennis delen (76%), opdrachten krijgen (64%) en een netwerk opbouwen (58%). Deze redenen draaien vooral om toegevoegde waarde voor de klant en toegang tot de markt. Redenen die samenhangen met kosten zoals schaalvoordelen, het delen van kosten en risicospreiding zijn minder belangrijke prikkels voor samenwerking.

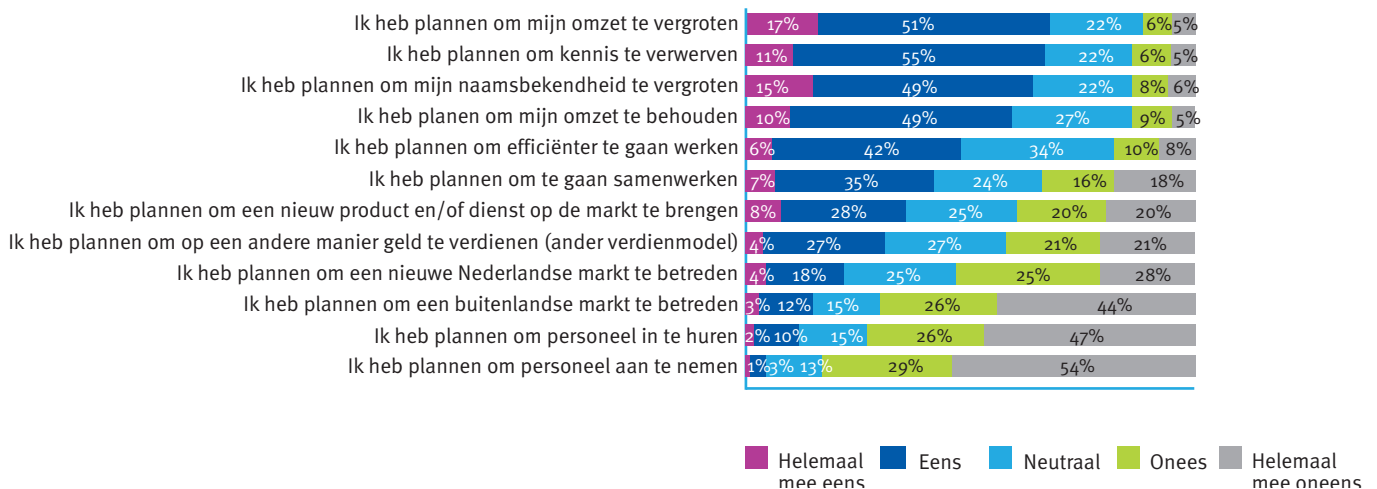


## 4.2 Ambities

Samenwerking lijkt ook van invloed te zijn op de ambities die ondernemers koesteren in het ondernemerschap, en vice versa. In dit onderzoek spreken we van ambitieus ondernemerschap als een ondernemende houding hand in hand gaat met het uitdrukkelijke streven naar (nieuwe) waardecreatie. Wie bijvoorbeeld nieuwe markten betreedt, innoveert, de grens overgaat en (als uitvloeisel daarvan) economische groei realiseert in de vorm van nieuwe omzet en werkgelegenheid, is een ambitieuze ondernemer (AWT, 2012). Zij zijn – inclusief starters van nieuwe bedrijven die willen groeien – cruciale spelers in het realiseren van duurzame economische groei. Zij vormen het kansrijke mkb.

Maar niet iedere ondernemer is ambitieus of heeft groeiwensen. Om inzicht te krijgen in de verschillende ambitieniveaus van zzp'ers, vroegen we hen in hoeverre ze de komende 12 maanden een aantal doelstellingen willen realiseren. Die doelstellingen leidden we af uit de literatuur (Hessels, Van Gelderen & Thurik, 2008), uit eerder onderzoek van de KvK (Wakkee et al., 2015) en uit een zzp-expertmeeting. De resultaten staan in onderstaande grafiek.

Wat zijn uw plannen voor de komende 12 maanden? (N=1.715)



### 4.3 Drie typen ambitie

Op basis van de lijst met mogelijke plannen voor het komende jaar, hebben we (aan de hand van factoranalyse) drie verschillende typen ondernemersambities benoemd.

- **Innovatieve ambitie**

Zzp'ers met een innovatieve ambitie betreden vooral nieuwe Nederlandse of buitenlandse markten, ze brengen een nieuw product en/of dienst op de markt, hanteren een ander verdienmodel en werken samen.

- **Continuïteitsambitie**

Dit type ambitie draait om – in ieder geval – behoud van omzet, maar ook omzetgroei, kennisverwerving, efficiënter werken en een grotere naamsbekendheid.

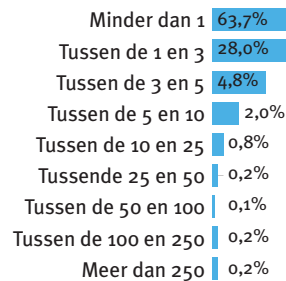
- **Groeiambitie**

We spreken van een groeiambitie als zzp'ers streven naar groei door personeel in dienst te nemen of in te huren.

Plannen die echt nieuwe waarde creëren, leiden tot een sterkere (omzet)groei (Wakkee et al., 2015). Maar het is een minderheid van de zzp'ers die zulke plannen heeft: nieuwe producten of diensten op de markt brengen (36%), een nieuwe Nederlandse markt aanboren (23%), internationaliseren (15%), inhuren van personeel (12%) en het aannemen van personeel (5%).

Ten aanzien van de inzet van personeel merken we nog op dat er nogal wat verschillen zijn tussen de groeiambities van zzp'ers op de korte en op de langere termijn. We zagen al dat die ambities voor de periode van één jaar niet hoog zijn. Daarentegen mikt 36% van de zzp'ers over 5 jaar op meer dan 1 fte in dienst, en 8% op meer dan 3 fte's.

Hoeveel fte's verwacht u dat er werkzaam zijn voor uw bedrijf, uzelf niet meegeteld, over vijf jaar? (N=1.715)



Op de langere termijn zijn zzp'ers dus een stuk ambitieuzer als het gaat om het aannemen van personeel. Dat is van belang voor de economie. Uit literatuuronderzoek blijkt dat ondernemers die willen groeien, dat ook vaak doen, met betere kansen op een hogere omzetgroei, rendement op activa, winstmarges en personeelsgroei, in vergelijking met ondernemers die geen plannen hebben om te groeien (Carland & Carland 2003; Gibson & Casser 2005).

# 5. Typering van zzp'ers

Zzp'ers vormen dus een grote, heterogene groep ondernemers met veel verschillende kenmerken, zowel van de onderneming als van de ondernemer zelf. Dat het palet zo breed wordt, komt door de uiteenlopende mate waarin ondernemers ambities hebben en geneigd zijn tot samenwerking.

Is het mogelijk om binnen die heterogene groep toch bepaalde typen van zzp'ers te herkennen? Die vraag is voor de KvK heel relevant. Een verdeling in typen van ondernemers kan ons wellicht in staat stellen de dienstverlening aan zzp'ers klantgerichter te maken: de juiste informatie bij de juiste groep zzp'ers. Meer maatwerk dus.

Via een latente clusteranalyse (zie bijlage 5) kwamen we inderdaad tot een model waarin we vijf clusters van zzp'ers kunnen onderscheiden. Uit de literatuur zijn veel verschillende kenmerken naar voren gekomen waarop zzp'ers van elkaar verschillen. Door middel van de latente clusteranalyse is er gekeken welke kenmerken relevant zijn om zzp'ers van elkaar te onderscheiden. Dit zijn: type ambitie, startmotief, samenwerken, tijdsbesteding aan het bedrijf, inkomstenbron, leeftijd ondernemer en leeftijd onderneming.

Uitgangspunt in deze analyse is het al besproken ambitieniveau van de ondernemers. Verschillende ondernemers dragen verschillend bij aan de economische groei en ambitie speelt daarin een belangrijke rol (Wennekers et al., 2010). Ondernemers die uit zijn op groei, dragen ook daadwerkelijk meer bij aan de economische groei dan zzp'ers die 'slechts' willen overleven in de markt (Wiklund & Shepherd, 2003). De drie factoren die het ambitieniveau onderscheiden – de innovatieve ambitie, de continuïteitsambitie en de groeiambitie – zijn meegenomen in de latente clusteranalyse, samen met de onderliggende kenmerken (bijlage 6). Het leidt dus tot vijf typen (clusters) van zzp'ers:

## Cluster 1: Ambitieuze zzp'ers 34%

Deze ondernemers zijn erg ambitieus op verschillende aspecten, maar ze willen vooral personeel aannemen/inhuren. De helft kent een stijgende omzet in de afgelopen drie jaar. Zij startten vanuit een positieve motivatie en werden ondernemer om persoonlijke doelen te bereiken (zoals autonomie, combineren van werk en privé) of kansen te grijpen (maatschappelijke bijdrage leveren, van hobby naar werk, gat in de markt). Ze werken veel samen en steken veel tijd in de onderneming: 72% werkt meer dan 40 uur per week in het bedrijf dat bijna altijd de enige inkomstenbron is.

Samengevat:

- zeer ambitieus op alle drie de factoren (innovatief, continuïteit en vooral groei d.m.v. personeel);
- bijna de helft zag de omzet stijgen in de afgelopen drie jaar;
- hebben vaak een positief startmotief;
- werken veel samen met partners;
- besteden veel tijd aan het bedrijf, 72% meer dan 40 uur;
- de onderneming is vrijwel altijd de enige inkomstenbron;
- het zijn jonge bedrijven (gemiddeld 8 jaar), waarvan de helft <5 jaar.

## Cluster 2: Ervaren zelfstandigen 21%

Deze zzp'ers zijn alleen ambitieus op de continuïteitsfactor. Ze zijn absoluut niet van plan om personeel aan te nemen. Werken meestal in de advisering en ICT. Ervaren zelfstandigen zijn gestart vanuit positieve motieven en werken vaak samen. Ze besteden een gemiddeld aantal uren in het bedrijf, hoofdzakelijk tussen de 20 en 60 uur. De onderneming is vaak de enige inkomstenbron. De ondernemers zijn gemiddeld wat ouder (51 jaar) maar hun bedrijf is gemiddeld relatief jong (10 jaar).

Samengevat:

- enkel ambitieus op de continuïteitsfactor;
- vaak actief in de advisering en ICT;
- willen absoluut geen personeel in dienst nemen;
- hadden meestal een positief startmotief;
- werken vaak samen;
- de onderneming is de enige inkomstenbron;
- wat oudere ondernemers (gemiddeld 51 jaar).

### **Cluster 3: Parttime vernieuwers 18%**

Deze groep zzp'ers heeft redelijk hoge ambities, met name op de innovatieve ambitie. Vaak gestart uit noodzaak, met soms ook positieve startmotieven. Ze werken vaak in deeltijd (tussen de 10 en 40 uur) en twee derde werkt samen.

De onderneming is niet de enige inkomstenbron, vaak hebben zij een baan naast het eigen bedrijf. Een derde verkoopt producten of een combinatie van producten en diensten. Een derde kende de afgelopen drie jaar een dalende omzet. Gemiddeld zijn dit wat oudere bedrijven (13 jaar) en ervaren ondernemers (63 jaar).

Samengevat:

- redelijk ambitieus en vooral innovatief;
- vaak gestart vanuit noodzaak, soms in combinatie met enkele positieve startmotieven;
- werken in deeltijd;
- twee derde werkt samen;
- een derde kent een dalende omzet;
- hebben andere inkomstenbronnen;
- gemiddeld wat oudere bedrijven (13 jaar) en ervaren ondernemers (63 jaar).

### **Cluster 4: Flexibele zzp'ers 16%**

Een relatief lage ambitie op alle drie de factoren is kenmerkend voor dit cluster. Deze zzp'ers startten meestal omdat dat de best haalbare optie voor hen is: extra inkomen

nodig, geen geschikt werk kunnen vinden of mogelijke werkloosheid. Ze werken vaak in deeltijd en ongeveer twee derde heeft een andere inkomstenbron. De ondernemer is gemiddeld wat ouder (57 jaar).

Samengevat:

- relatief lage ambities op alle drie de ambitiesfactoren;
- vaak gestart uit noodzaak;
- werken meestal zelfstandig;
- zijn vaak deeltijdondernemer;
- de onderneming zorgt voor ongeveer een derde van het inkomen;
- wat oudere ondernemers (57 jaar).

### **Cluster 5: Potentiële mkb'ers 10%**

Potentiële mkb'ers (zelfstandigen met personeel) hebben slechts de ambitie om te groeien door middel van het aannemen of inhuren van personeel. Op de andere ambitiesfactoren scoren zij laag. Deze ondernemers startten zowel vanuit negatieve als positieve motivaties. Ze werken meestal zelfstandig. Gemiddeld steken ze tussen de 20 en 60 uur in het bedrijf. Voor twee derde is dat de enige inkomstenbron. Het zijn jonge bedrijven van gemiddeld 6 jaar, waarvan 62% jonger dan 5 jaar, en relatief vaak productaanbieders.

Samengevat:

- enige ambitie is groei via het aannemen/inhuren van personeel;
- gemengde startmotivaties;
- werken meestal zelfstandig;
- besteden tussen de 20 en 60 uur aan het bedrijf;
- de onderneming is voor twee derde de enige inkomstenbron;
- verkopen relatief vaak producten;
- veel jonge bedrijven (gem. 6 jaar).

## Voorbeelden

### Cluster 1: Ambitieuze zzp'ers

#### **Anneloes van Bladel, Apura Cleaning**

“Ik ben Anneloes van Bladel, 23 jaar en heb sinds drie jaar een milieuvriendelijk schoonmaakbedrijf Apura. Ik was bezig met mijn mbo-opleiding evenementen en organisatie, maar greep de kans om in de schoonmaakbranche voor mijzelf te beginnen. Voordat ik afgestudeerd was had ik hiermee fulltime werk. Ik werk samen met glazenwassers en dat levert aanbevelingen, naamsbekendheid en opdrachten op. Ik ben begonnen met sponsoring om mijn naamsbekendheid te verhogen. Verder ben ik bezig met een groothandel om mijn eigen lijn schoonmaakproducten, Apura Clean Green, te gaan verkopen. Ook het buitenland lokt; ik ben in gesprek om ook op Curaçao een vestiging op te richten. Maar er is nu te veel werk en wil me meer richten op het ondernemen en ik overleg daarom nu met mijn accountant hoe ik het beste personeel kan aannemen.”

### Cluster 2: Ervaren zelfstandigen

#### **Sander Krijnen, ZOIEZO grafisch werk**

“Ik ben Sander Krijnen, 39 jaar, grafisch ontwerper en webdesigner. Tien jaar geleden ben ik gestart met mijn bedrijf, ZOIEZO grafisch werk. Na het afronden van de opleiding grafische vormgeving heb ik een paar jaar ervaring opgedaan bij verschillende bedrijven om vervolgens voor mezelf te beginnen. Ik werk samen met programmeurs als dat nodig is om websites te bouwen. Mijn partners zijn erg wisselend: ik zoek programmeurs die beschikbaar zijn en aansluiting hebben met het project. Ik ben aan het nadenken over een vast product, totaalpakketten van websites die verkocht gaan worden. Om dit te gaan realiseren moet ik vast gaan samenwerken met meerdere partners. Ik zou nooit personeel aannemen maar eerder samenwerkingen opzoeken.”

### Cluster 3: Parttime vernieuwers

#### **Alex van Oeveren, Fisconta**

“Ik ben Alex van Oeveren, 43 jaar. Ik heb altijd in de financiële sector gewerkt in zowel vast dienstverband als op interimbasis. Anderhalf jaar geleden ben ik begonnen met een parttime interimopdracht naast het runnen van een administratie- en belastingadvieskantoor (Fisconta). Ik ben nu bezig met het digitaliseren van het werkproces binnen het kantoor. De volgende stap is om klanten te adviseren over de gehele financiële keten - van geboorte tot testament - zo gezegd. Om mij hierin te bekwamen en te kunnen onderscheiden, volg ik de opleiding FFP 2.o. Momenteel zijn mijn klanten zzp'ers en kleine BV's en zie ik een groei in het aantal klanten. Als deze trend doorzet, heb ik ook plannen om personeel aan te nemen in de komende vijf jaar.”

### Cluster 4: Flexibele zzp'ers

#### **Josta Krijnen**

“Ik ben Josta, 39 jaar en ik geef sport- en danslessen op sportscholen en bij verenigingen. Vanuit de dansacademie ben ik met een vast contract gaan werken voor verschillende sportscholen. De sportscholen gingen over op een systeem waarbij alleen zzp'ers lesgeven dus ben ik 6 jaar geleden als zzp'er begonnen. Ik heb geen plannen om ander werk te gaan doen of om het werk wat ik nu doe op een andere manier te gaan doen. Als ik straks niet meer kan dansen dan zal ik wel iets anders moeten verzinnen. Gelukkig zijn hiervoor genoeg mogelijkheden zoals bewegen met ouderen. Ik kan dan doorwerken maar op een fysiek lager pitje. Verder heb ik geen ambities, ik wil vooral voorzien in mijn eigen inkomen.”

#### Cluster 5: Potentiële mkb'ers

### Marleen Hendriks, Divana Damesmode

“Ik ben Marleen, 53 jaar oud en ik heb een damesmodezaak voor grote maten. Mijn partner is zonder werk komen zitten en dat is voor mij de doorslaggevende factor geweest om vijf jaar geleden mijn eigen winkel te openen. Ik vond dat er geen leuke kleding te krijgen was voor grote maten dus heb ik hiervoor gekozen. Ik ga in mei naar een andere locatie verhuizen en ik wil graag personeel aannemen om mij te ondersteunen op mijn nieuwe plek. Dit moet dan financieel gezien wel mogelijk zijn. Ik werk eigenlijk niet erg veel samen. Drie dames helpen mij met modeshows en in ruil hiervoor neem ik ze mee uit eten of laat ik ze iets uitzoeken in mijn winkel. Dit is echter een informele samenwerking.”



# 6. Informatiebehoefte

## 6.1 Thema's

Het is voor de dienstverlening van de KvK belangrijk om te weten over welke onderwerpen zzp'ers vooral meer willen weten. De informatiebehoefte ligt met name op het gebied van wet- en regelgeving, fiscale aspecten, ondernemingsnetwerken en marketing en verkoop. Zzp'ers hebben weinig behoefte aan informatie over personeelsvraagstukken, huisvesting en overdracht en overname. Een derde zegt helemaal geen behoefte aan informatie te hebben.



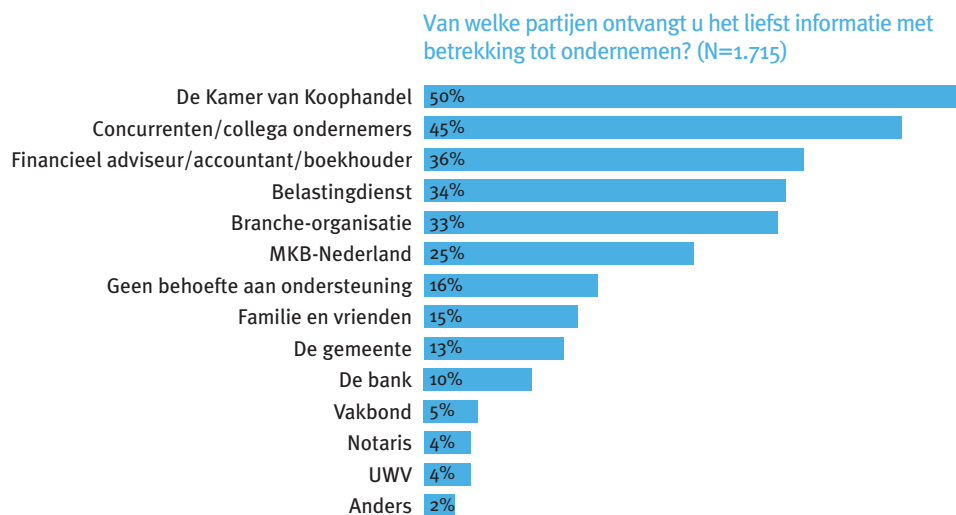
### Enkele citaten uit interviews ter verdieping op deze informatie:

“In het begin loop je nog wel tegen een aantal dingen aan maar inmiddels loopt alles gewoon op rolletjes dus ik heb nu eigenlijk geen informatie meer nodig.”

“Voor mij is het allemaal nog nieuw en van dingen zoals boekhouding en belastingzaken heb ik niet zo veel verstand. Ook van een VAR-verklaring had ik nog nooit gehoord.”

## 6.2 Bronnen

Van welke partijen ontvangen ondernemers het liefst informatie over ondernemen? Voor de helft van de zzp'ers is dat de KvK, gevolgd door concurrenten/collega-ondernemers. Ook bij 'Anders' wordt aangegeven dat de respondenten graag informatie krijgen vanuit het eigen netwerk. Voor een derde van de ondernemers spelen de financieel adviseur/accountant/boekhouder, de Belastingdienst of brancheorganisaties een rol. We zien dus dat zzp'ers de informatie bij voorkeur halen bij officiële instanties of professionals. Het UWV, de notaris en de vakbond scoren echter niet hoog. Voor 16% is er helemaal geen behoefte aan informatie van welke partij dan ook.



### Enkele citaten uit interviews ter verdieping op deze informatie:

“Ik zie de KvK als een betrouwbare bron, als autoriteit.”

“Als ik tegen problemen aanloop, ga ik als eerste mijn netwerk raadplegen. Vaak heb je wel iemand in je netwerk die ook tegen deze problemen is aangelopen.”

“Ik heb geluk met vrienden en familie. In mijn netwerk zitten een aantal accountants en die hebben geholpen met de boekhouding.”

## 6.3 Kanalen

Digitale informatiekkanalen zijn favoriet bij zzp'ers. Ze ontvangen graag informatie via internet, e-mail en sociale media. Maar ook vakbladen en voorlichtingsbijeenkomsten, de meer traditionele kanalen dus, zijn nog steeds populair. Opvallend is dat slechts 15% van de zzp'ers zegt graag informatie te ontvangen via het informatiekantoor van de KvK. Ook de loketten van de gemeente, het kantoor van de bank en telefonisch contact worden weinig genoemd door de respondenten.



### Enkele citaten uit interviews ter verdieping op deze informatie:

“Voor nieuwsbrieven zou ik openstaan maar de informatie in deze nieuwsbrief moet wel specifiek voor mijn branche zijn. Ik wil echt informatie krijgen waar ik zelf wat aan heb.”

“Ik kwam er achter dat op fora vaak starters zitten met soortgelijke vragen en daar kon ik niet zo veel mee.”

“De basis is voor mij internet maar het is wel belangrijk dat er een mogelijkheid is om te bellen, chatten of langs te gaan. Dat kan elkaar alleen maar versterken.”

“Hoe meer digitaal hoe beter.”

“Als ik vragen heb google ik rechtstreeks die vraag.”

# 7. Conclusies en aanbevelingen

De Kamer van Koophandel wil de dienstverlening aan de grote groep zzp'ers in Nederland verbeteren. Dit onderzoek levert ons een goed inzicht op in de diversiteit van deze groep zelfstandige ondernemers. Het resultaat is een typologie waarin we vijf soorten zzp'ers onderscheiden. De indeling is niet in steen gehouwen maar levert de KvK wel zeer nuttige denkrichtingen en handreikingen op. Die kan ze goed gebruiken bij verder onderzoek naar verfijning van haar dienstverlening aan zzp'ers.

Zzp'ers besteden over het algemeen veel tijd aan hun onderneming en voor de ruime meerderheid is het de enige inkomstenbron. De meeste zelfstandigen zijn gestart vanuit een positieve motivatie, die vooral draait om onafhankelijkheid en uitdaging. Slechts een gedeelte begint door een negatieve aanleiding zoals dreigende werkloosheid of druk vanuit de werkgever. De meeste ondernemers werken in de dienstverlening (73%) en alleen (92,7%), maar een klein deel huurt personeel in of werkt met familieleden. In de afgelopen drie jaar steeg de omzet bij 38%, bij 42% bleef die gelijk en 21% zag krimp.

## Ondernemend en ambitieus

Zzp'ers blijken ondernemend van karakter: gemiddeld 60% is proactief in het grijpen van kansen, doet graag nieuwe dingen en durft risico's te nemen. Dit zien we terug in de plannen die ondernemers hebben voor het komende jaar. De meeste ondernemers willen hun omzet vergroten (68%), kennis verwerven (66%) en naamsbekendheid vergroten (64%). Een nadere analyse van de plannen laat zien dat er drie typen ambitieniveaus zijn:

- **innovatieve ambitie;**
- **continuïteitsambitie;**
- **groeiambitie.**

Verschillen in ambitie bepalen op welke manier zzp'ers met hun bedrijf omgaan en bijdragen aan de Nederlandse economie. Daarom namen we ambitie als uitgangspunt bij het bepalen van – uiteindelijk – vijf typen zzp'ers. Ook de neiging tot samenwerking

en een aantal ondernemings- en ondernemerskenmerken werden hierin meegenomen. We kwamen tot de volgende indeling:

- **Ambitieuze zzp'ers** (34%): ambitieus over de hele linie, heeft stijgende omzet, willen personeel aannemen/inhuren, werken vaak samen, enige inkomstenbron, besteden veel tijd aan onderneming, jonge bedrijven;
- **Ervaren zelfstandigen** (21%): streven naar continuïteit, werken vaak samen, advisering en ICT, enige inkomstenbron, wat oudere ondernemers;
- **Parttime vernieuwers** (18%): redelijk ambitieus, maar vooral innovatief, deeltijdondernemers, werken samen, andere inkomstenbronnen, vaak gestart uit noodzaak, wat oudere bedrijven en ondernemers;
- **Flexibele zzp'ers** (16%): vaak deeltijdondernemers, lage ambities, werken zelfstandig, oudere ondernemers, tweede heeft andere inkomstenbron;
- **Potentiële mkb'ers** (10%): enige ambitie is om personeel aan te nemen/in te huren, werken zelfstandig, vaak gestart uit neutrale aanleiding, veel jonge bedrijven, relatief meer productaanbieders.

## Zelfstandig, maar niet alleen

Om hun plannen te realiseren kunnen zzp'ers kiezen voor het inhuren of aannemen van personeel, voor samenwerking of voor een solotraject. De minderheid, meestal flexibele zzp'ers of parttime vernieuwers, kiest ervoor de uitdaging alleen aan te gaan. Voor het komende jaar heeft 12% plannen om personeel in te huren en 5% om personeel aan te nemen. Dit betreft vooral ondernemers uit de groepen ambitieuze zzp'ers en potentiële mkb'ers. Op de langere termijn neemt de groeiambitie toe: 36% wil over vijf jaar met meer dan één fte zijn.

Maar voor de meeste zzp'ers (60%) is samenwerking een goede optie om ambities waar te maken. Opvallend is dat de grootste subgroepen – de ambitieuze zzp'ers en ervaren zelfstandigen (samen 55%), waarvoor de onderneming vaak de enige bron van

inkomsten is – vaak samenwerken met partners uit het eigen professionele netwerk. Ze zien het als een manier om gebruik te maken van competenties en vaardigheden (82%), kennis te delen (77%), opdrachten te krijgen (65%) en een netwerk op te bouwen (58%). Daarmee is samenwerking uiterst belangrijk bij het realiseren van verschillende typen ambities. Zeker voor ondernemers die geen personeel willen aannemen of inhuren, is samenwerking een middel om aan kennis, vaardigheden en capaciteit te komen.

### **Informatiebehoefte en -voorziening**

De meerderheid van de zzp'ers heeft behoefte aan informatie over wet- en regelgeving (26%), fiscale aspecten (24%), ondernemingsnetwerken (21%) en marketing en verkoop (21%). Ze krijgen die informatie het liefst van de KvK (50%), maar ook van partners uit de eigen netwerken: concurrenten/collega-ondernemers (45%) en financieel adviseur/accountant/boekhouder (36%). Ook Belastingdienst (34%) en brancheorganisatie (33%) zijn van belang. Digitale kanalen zijn favoriet bij ondernemers maar ook traditionele vakbladen en voorlichtingsbijeenkomsten blijven populair.

### **Aanbevelingen**

Op dit moment worden er door de Kamer van Koophandel al webinars ontwikkeld en aangeboden, die inspelen op de onderwerpen netwerken en marketing en verkoop. In oktober 2015 is een start gemaakt met een reeks regionale events voor zzp'ers, waar voorlichting wordt gegeven over het brede palet aan basisinformatie. Op het gebied van wet- en regelgeving wordt er gewerkt aan een videoreeks, waarin zzp'ers in korte filmpjes worden bijgepraat over de actualiteiten.

In dit onderzoek komt duidelijk naar voren dat zzp'ers uiteenlopende ambities hebben en verschillend met hun bedrijf omgaan. Het ligt voor de hand dat de behoefte aan informatie en de ondersteuning bij het verwezenlijken van ambities, zal

verschillen tussen de vijf typen zzp'ers. Het variëren van dienstverlening over de verschillende typen zal bijdragen aan de relevantie ervan voor de ondernemer.

De verschillen in behoeften komen vooral voort uit verschillen in type ambitie, de mate van samenwerken en ervaring. Ambitieuze zzp'ers en parttime vernieuwers zijn continu op zoek naar mogelijkheden om hun bedrijf te vernieuwen. Of het nu gaat om nieuwe markten, nieuwe producten of diensten, of een ander businessmodel. Informatie over strategie, innovatie en internationale handel zijn voor deze groep met name interessant. Ambitieuze ondernemers maar zeker ook potentiële mkb'ers zijn vooral jonge bedrijven met een behoefte aan basisinformatie als bijvoorbeeld wet- en regelgeving, fiscale aspecten en rechtsvormen. Netwerken en het vinden van betrouwbare, passende samenwerkingspartners is essentieel voor de groep ambitieuze zzp'ers.

Ervaren zelfstandigen zijn ondernemers met ervaring en hebben mogelijk minder behoefte aan basisinformatie over ondernemen. Omdat zij vooral hun bedrijf goed draaiende willen houden, zijn ze waarschijnlijk meer geïnteresseerd in informatie rondom marketing en verkoop, netwerken en informatie over andere ondernemers als mogelijke samenwerkingspartners, maar wellicht ook fiscale informatie als het gaat om pensioenvoorziening, e.d. Ondernemers die graag personeel willen aannemen, zoals ambitieuze zzp'ers en potentiële mkb'ers, zullen interesse hebben in informatie rondom het vinden van goede medewerkers, organisatie en een mogelijke verandering van rechtsvorm, maar ook rondom bedrijfsovername.

De Kamer van Koophandel staat nu voor de uitdaging om de exacte behoeften per type zzp'er in kaart te brengen en de dienstverlening klantgericht te maken.

# 8. Literatuurlijst

Afuah, A., & Tucci, C. L. (2000). *Internet business models and strategies: Text and cases*. McGraw-Hill, Higher Education.

AWT (2012). *Ambitious entrepreneurship*, Den Haag: AWT.

Beaver, G & Jennings, P. (1995). 'Picking Winners: The Art Of Identifying Successful Small Firms', in DE Hussey (ed.), *Rethinking Strategic Management*, John Wiley and Sons Ltd, pp. 91-106.

Block, J., & Sandner, P. (2009). Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 9(2), 117-137.

Carland, J.C. & Carland, J.W. (2003). 'A Model of Entrepreneurial Planning and its Effect on Performance', paper presented at the ASBE Annual Conference - Building Bridges to the Future, Houston, Texas.

CBS (2014). *Achtergrondkenmerken en ontwikkelingen van zzp'ers in Nederland*. Den Haag.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical perspectives on business and management*, 3.

Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, July 1996, pp.42-49.

Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of management review*, 23(4), 660-679.

Evers, G. E., Muijnck, J., & Overweel, M. (2002). *Zzp'ers in de tijd gevolgd*. EIM, Onderzoek voor Bedrijf.

Fossen, F. M., & Büttner, T. J. (2013). The returns to education for opportunity entrepreneurs, necessity entrepreneurs, and paid employees. *Economics of Education Review*, 37, 66-84.

Gibson, B. & Casser, G. (2005), 'Longitudinal Analysis of Relationships between Planning and Performance in Small Firms', *Small Business Economics*, 25 (3), 207- 222.

Gulati, R., Nohria, N. & Akbar, Z. (2000). 'Guest editors' introduction to the special issue: Strategic Networks'. *Strategic Management Journal*, 21, 3, 203-15.

Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.

IBO ZZP (2015). *IBO Zelfstandigen zonder personeel*. Den Haag: Ministerie van Financiën.

Kamer van Koophandel (2015). *Jaaroverzicht Ondernemend Nederland; Bedrijfsleven 2014*, Utrecht.

Koster, S., & de Vries, N. (2009). The networks of the solo self-employed and their success. *Self*, 7(20), 08.

Locke, E. A., & Baum, J. R. (2007). Entrepreneurial motivation. *The psychology of entrepreneurship*, 93-112.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.

Lyon, D. W., Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2000). Enhancing entrepreneurial orientation research: Operationalizing and measuring a key strategic decision making process. *Journal of management*, 26(5), 1055-1085.

Mevissen, J., Heuts, L., Leenden H. van, & N. van den Berg (2013). *Grote dynamiek in kleinschalig ondernemerschap. De kansen van zzp-schap, in het bijzonder voor doelgroepen met afstand tot de arbeidsmarkt*. Amsterdam: Regioplan.

Nylund, K. L., Asparouhov, T., & Muthén, B. O. (2007). Deciding on the number of classes in latent class analysis and growth mixture modeling: A Monte Carlo simulation study. *Structural equation modeling*, 14(4), 535-569.

Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2002). Global entrepreneurship monitor gem 2001 summary report. London Business School and Babson College.

Verheul, I., & Van Mil, L. (2011). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), 183-207.

Vermunt, J. K. (2004). Toepassingen van latente klasse analyse in sociaalwetenschappelijk onderzoek. *Sociale Wetenschappen*, 47(1), 2-14.

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

Wakkee, I., Elfring, T., & Monaghan, S. (2010). Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1-21.

Wakkee, I., Van Der Veen, M., & Eurlings, W. (2015). Effective Growth Paths for SMEs. *Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 169-185.

Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2010). The Relationship between Entrepreneurship and Economic Development: is it U-shaped? Now Publishers Inc.

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of management studies*, 40(8), 1919-1941.

# 9. Bijlagen

## Bijlage 1: Belangrijkste vragen uit de vragenlijst

### 1. Welke stelling past het beste bij uw bedrijf?

- Mijn bedrijf houdt zich hoofdzakelijk bezig met de verkoop en/of productie van producten
- Mijn bedrijf houdt zich hoofdzakelijk bezig met het aanbieden van diensten en/of service in de vorm van arbeid
- Een combinatie van het verkopen van producten en het aanbieden van arbeid

### 2. Wie is er op dit moment werkzaam voor uw bedrijf?

U kunt meerdere antwoorden geven.

- Alleen ik, de eigenaar (**ga door naar vraag 4**)
- Ik heb personeel in loondienst
- Ik huur personeel in (**ga door naar vraag 4**)
- Familieleden werken mee maar niet in loondienst (**ga door naar vraag 4**)
- Anders, namelijk...

### 3. Hoeveel fte's zijn er op dit moment werkzaam voor uw bedrijf, uzelf niet meegeteld?

Open vraag



**4. Als u kijkt naar de motivaties die een rol speelden bij uw beslissing om ondernemer te worden, in hoeverre bent u het dan eens met de volgende stellingen?**

	Helemaal mee oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal mee eens
<input type="checkbox"/> Ik kan meer verdienen als ondernemer dan als werknemer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik kan werk en privé beter combineren als ondernemer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik wil eigen baas zijn en mijn eigen beslissingen kunnen nemen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik ken veel ondernemers in mijn netwerk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik kan geen geschikt werk vinden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik wil bijdragen aan de maatschappij	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik voel dreiging om werkloos te worden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb mijn hobby in een carrière kunnen veranderen door ondernemer te worden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Voor mijn voormalig werkgever was het aantrekkelijker om mij in te huren als freelancer of zzp'er dan om mij in loondienst te houden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Het werk wat ik doe kan alleen maar worden verricht als zzp'er	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Het is begonnen als een parttime baan voor extra inkomen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb de pensioengerechtigde leeftijd bereikt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik had een innovatief idee / zag een gat in de markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik was ontevreden met mijn vorige baan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Anders, namelijk...					

**5. In hoeverre beschrijven de onderstaande eigenschappen uw persoonlijkheid? In mijn werk...**

	Helemaal mee oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal mee eens
<input type="checkbox"/> doe ik dingen die kans hebben om te mislukken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> neem ik ondanks de kans op falen gecalculerde risico's	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> probeer ik actief situaties te verbeteren die mij niet aanstaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> kom ik met nieuwe ideeën	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ontwikkel of maak ik nieuwe producten of diensten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> benader ik klussen of opdrachten op een vernieuwende manier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> doe ik dingen vaak op een unieke manier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> implementeer ik veranderingen voor ze echt vereist worden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Hoe heeft de omzet van uw bedrijf zich ontwikkeld in de afgelopen 12 maanden?**

- Sterk gekrompen (meer dan 20%)
- Gekrompen (tussen 6% en 20%)
- Licht gekrompen (tussen 1% en 5%)
- Stabiel gebleven
- Licht gegroeid (tussen 1% en 5%)
- Gegroeid (tussen 6% en 20%)
- Sterk gegroeid (meer dan 20%)
- Weet ik niet/wil ik niet zeggen

7. Wat zijn nu uw plannen voor de komende 12 maanden? Geef aan in hoeverre u het met de volgende stellingen eens bent.

	Helemaal mee oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal mee eens
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om nieuw personeel aan te nemen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om personeel in te huren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om een nieuwe Nederlandse markt te betreden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om een buitenlandse markt te betreden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om een nieuw product en/of dienst op de markt te brengen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om mijn omzet te behouden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om mijn omzet te vergroten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om kennis te verwerven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om op een andere manier geld te verdienen (ander verdienmodel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om te gaan samenwerken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om efficiënter te gaan werken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ik heb plannen om mijn naamsbekendheid te vergroten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Anders, namelijk...					

**8. Hoeveel fte's verwacht u dat er werkzaam zijn voor uw bedrijf, uzelf niet meegeteld, over vijf jaar?**

Open vraag

**9. Werkt u beroepsmatig samen met partners uit uw professionele netwerk buiten uw eigen organisatie?** Samenwerken is het delen van doelen en risico's met een andere partij en kan een manier zijn om de mogelijkheden van uw bedrijf te vergroten (samenwerken met vrienden en familie telt hierbij niet mee).

- Ja
- Nee (**ga door naar vraag 10**)

**10. Wat is uw voornaamste reden om samen te werken? U kunt meerdere antwoorden geven.**

- Kennis delen
- Innovatie
- Opdrachten krijgen
- Opdracht voltooien
- Netwerk opbouwen
- Schaalvoordelen
- Gebruikmaken van elkaars competenties en vaardigheden
- Risicospreiding
- Middelen en faciliteiten delen
- Kosten delen
- Anders, namelijk...

**11. Over welke onderwerpen rondom ondernemen heeft u behoefte aan informatie? U kunt meerdere antwoorden geven.**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Financiën en administratie                     | <input type="checkbox"/> Fiscale aspecten            |
| <input type="checkbox"/> Ondernemingsnetwerken                          | <input type="checkbox"/> Marketing en verkoop        |
| <input type="checkbox"/> Verzekeringen en aansprakelijkheid             | <input type="checkbox"/> Wet- en regelgeving         |
| <input type="checkbox"/> Strategie                                      | <input type="checkbox"/> Contracten                  |
| <input type="checkbox"/> Innovatie                                      | <input type="checkbox"/> Informatie over ondernemers |
| <input type="checkbox"/> Internationale handel                          | <input type="checkbox"/> Ondernemersklimaat          |
| <input type="checkbox"/> Ondernemingsvorm/rechtsvorm                    | <input type="checkbox"/> Duurzaamheid                |
| <input type="checkbox"/> Huisvesting                                    | <input type="checkbox"/> Vergunningen                |
| <input type="checkbox"/> Personeelsvraagstukken                         | <input type="checkbox"/> Overdracht en overname      |
| <input type="checkbox"/> Ik heb geen behoefte aan dergelijke informatie | <input type="checkbox"/> Anders, namelijk...         |

**12. Van welke partijen ontvangt u het liefst informatie met betrekking tot het ondernemen? U kunt meerdere antwoorden geven.**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Concurrenten/ collega-ondernemers           | <input type="checkbox"/> Brancheorganisatie      |
| <input type="checkbox"/> Belastingdienst                             | <input type="checkbox"/> De Kamer van Koophandel |
| <input type="checkbox"/> Financieel adviseur/ accountant/ boekhouder | <input type="checkbox"/> MKB-Nederland           |
| <input type="checkbox"/> UWV   | <input type="checkbox"/> Familie en vrienden     |
| <input type="checkbox"/> De bank                                     | <input type="checkbox"/> De gemeente             |
| <input type="checkbox"/> Vakbond                                     | <input type="checkbox"/> Notaris                 |
| <input type="checkbox"/> Ik heb geen behoefte aan ondersteuning      | <input type="checkbox"/> Anders, namelijk...     |

**13. Via welke kanalen ontvangt u bij voorkeur informatie omtrent ondernemen? U kunt meerdere antwoorden geven.**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Internet (websites)                  | <input type="checkbox"/> Internetfora/weblogs                           |
| <input type="checkbox"/> Sociale media                        | <input type="checkbox"/> Vakbladen                                      |
| <input type="checkbox"/> Media (dagbladen, radio, tv)         | <input type="checkbox"/> Voorlichtingsbijeenkomsten                     |
| <input type="checkbox"/> Bij een informatiekantoor van de KvK | <input type="checkbox"/> E-mail   |
| <input type="checkbox"/> Tijdschriften                        | <input type="checkbox"/> Folders/brochures                              |
| <input type="checkbox"/> Telefonisch                          | <input type="checkbox"/> Bij een kantoor van mijn bank                  |
| <input type="checkbox"/> Bij een loket van de gemeente        | <input type="checkbox"/> Ik heb geen behoefte aan dergelijke informatie |
| <input type="checkbox"/> Anders, namelijk...                  |   |

**14. Wat is de rechtsvorm van uw onderneming?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="radio"/> Eenmanszaak           | <input type="radio"/> Besloten Vennootschap      |
| <input type="radio"/> Naamloze Vennootschap | <input type="radio"/> Commanditaire Vennootschap |
| <input type="radio"/> Maatschap             | <input type="radio"/> Vennootschap onder Firma   |
| <input type="radio"/> Stichting             | <input type="radio"/> Vereniging                 |
| <input type="radio"/> Coöperatie            |  |

**15. Wat was uw situatie voorafgaand aan het ondernemerschap?**

- In loondienst
- Inkomen door een uitkering (bijstand, WW, WAO/WIA, Wajong e.d.)
- Met VUT/pensioen (AOW)
- Op school
- Huisvrouw/huisman
- Anders, namelijk...

**16. Hebt u naast uw eigen onderneming nog een andere inkomstenbron?**

- Nee, mijn onderneming is mijn enige inkomstenbron
- Naast mijn onderneming heb ik een baan/dienstbetrekking
- Naast mijn onderneming heb ik een pensioen- / VUT-uitkering
- Naast mijn onderneming heb ik een uitkering (WW, WAO/WIA, Wajong, etc.)
- Anders, namelijk ...

**17. Hoe lang bent u al ondernemer, inclusief vorige bedrijven?**

Open vraag

**18. In welk jaar is uw huidige bedrijf opgericht?**

Open vraag

**19. Hoeveel uur besteedt u gemiddeld per week aan uw bedrijf?**

Open vraag

## Bijlage 2: Kenmerken van de steekproef

In de volgende tabellen wordt de representativiteit van de steekproef weergegeven in vergelijking met de Nederlandse populatie (KvK, 2015).

Geslacht	Steekproef		Populatie NL*	
	Aantal	Procent	Aantal	Procent
Man	1306	76%	452.979	66%
Vrouw	409	24%	272.879	34%
<b>Totaal</b>	<b>1715</b>	<b>100%</b>	<b>725.858</b>	<b>100%</b>

\*KvK, 2015, economisch actief en excl. wp onbekend

### Leeftijd

De leeftijd in de steekproef ligt op 53 jaar, terwijl landelijk de gemiddelde leeftijd van de zzp'er op 45 jaar ligt.

Leeftijd	Steekproef		Populatie NL*	
	Aantal	Procent	Aantal	Procent
0 tot 19 jaar	0	0%	2295	0%
20 tm 24 jaar	4	0%	32.331	4%
25 tm 29 jaar	31	2%	71.485	8%
30 tm 34 jaar	47	3%	88.955	10%
35 tm 39 jaar	106	6%	98.575	11%
40 tm 44 jaar	144	8%	125.422	14%
45 tm 49 jaar	264	15%	133.355	15%
50 tm 54 jaar	318	19%	115.526	13%
55 tm 59 jaar	333	19%	87.365	10%
60 tm 64 jaar	266	16%	59.929	7%
65 jaar en ouder	202	12%	61.634	7%
<b>Totaal</b>	<b>1.715</b>	<b>100%</b>	<b>876.882</b>	<b>100%</b>

\*KvK, 2015, economisch actief en excl. wp onbekend

## Sector

In welke sector valt uw eigen bedrijf?

Sector	Steekproef zzp		NL populatie zzp*	
Landbouw, bosbouw en visserij	33	1,9%	33.374	3,8%
Winning van delfstoffen	2	0,1%	216	0,0%
Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht	1	0,1%	291	0,0%
Winning en distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering	2	0,1%	744	0,1%
Industrie	31	1,8%	30.725	3,5%
Bouwnijverheid	106	6,1%	112.261	12,8%
Detailhandel	96	5,5%	59.089	6,7%
Groothandel	39	2,2%	43.335	4,9%
Vervoer en opslag	21	1,2%	20.834	2,4%
Logies-, maaltijd- en drankverstrekking	18	1,0%	19.472	2,2%
Informatie en communicatie	152	8,8%	50.310	5,7%
Cultuur, sport en recreatie	93	5,4%	58.664	6,7%
Gezondheids- en welzijnszorg	121	7,0%	78.055	8,9%
Financiële instellingen	31	1,8%	9.344	1,1%
Verhuur van en handel in onroerend goed	14	0,8%	5.929	0,7%
Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening	439	25,3%	205.162	23,4%
Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening	15	0,9%	40.034	4,6%
Handel, reparatie van auto's, motoren etc.	16	0,9%	17.272	2,0%
Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen	6	0,3%	82	0,0%
Onderwijs	34	2,0%	40.126	4,6%
Overige dienstverlening	466	26,8%	51.563	5,9%
	<b>1715</b>	<b>100,0%</b>	<b>876.882</b>	<b>100,0%</b>



Rechtsvorm	Aantal	Procent
Eenmanszaak	1550	89,7%
Besloten Vennootschap	127	7,8%
Naamloze Vennootschap	1	0,1%
Commanditaire Vennootschap	3	0,2%
Maatschap	4	0,2%
Vennootschap onder Firma	26	1,7%
Stichting	2	0,1%
Coöperatie	2	0,1%
Totaal	1715	100,0%

### Bijlage 3: Factoranalyse startmotieven

De 14 uitgevraagde startmotieven zijn onderworpen aan een Principal Components Analysis (PCA) en resulteerde in een twee-componenten oplossing. Het item: ik was ontevreden met mijn vorige baan, laadde op beide componenten en is daarom verder weggelaten. Nadat de analyse opnieuw is gedraaid zonder het item: ik was ontevreden met mijn vorige baan, verklaren de twee componenten 33% van de variantie waarvan 18% door component 1 en 15% door component 2.

De interpretatie van deze resultaten komt overeen met eerder onderzoek naar de concepten “necessity” en “opportunity” ondernemers (Reynolds. et. al., 2002; Hessels & van Gelderen, 2008). De kenmerken van een “opportunity” ondernemer laden sterk op component 1 en de kenmerken van een “necessity” ondernemer laden sterk op component 2. Er is een zwakke positieve relatie tussen de twee factoren ( $r=.072$ ). De resultaten van de analyse ondersteunen daarom het gebruik van “necessity” en “opportunity” items als aparte schalen.

Pattern Matrix	Component	
	1	2
Ik kan werk en privé beter combineren als ondernemer	0,611	
Ik wil eigen baas zijn en mijn eigen beslissingen kunnen nemen	0,606	-0,367
Ik ken veel ondernemers in mijn netwerk	0,565	
Ik had een innovatief idee / zag een gat in de markt	0,561	
Ik wil bijdragen aan de maatschappij	0,541	
Ik kan meer verdienen als ondernemer dan als werknemer	0,502	
Ik heb mijn hobby in een carrière kunnen veranderen door ondernemer te worden	0,472	
Ik kan geen geschikt werk vinden		0,675
Ik voel dreiging om werkloos te worden		0,651
Voor mijn voormalig werkgever was het aantrekkelijker om mij in te huren als freelancer of zzp'er dan om mij in loondienst te houden		0,554
Het is begonnen als een parttime baan voor extra inkomen		0,531
Ik heb de pensioengerechtigde leeftijd bereikt		0,355
Het werk wat ik doe kan alleen maar worden verricht als zzp'er	0,323	0,334

## Bijlage 4: Factoranalyse ambitie

De 12 items, die zijn gebruikt om groeiambitie te meten, zijn onderworpen aan een Principal Components Analysis (PCA). Deze factoranalyse onthulde de aanwezigheid van drie componenten met een eigenwaarde van boven de 1, deze componenten verklaren 30%, 23% en 10% van de variantie. De drie-componenten oplossing verklaart 52,9% van de variantie.

De interpretatie van het eerste component laat zien dat alle items die sterk laden op dit component, gerelateerd zijn tot groei in de vorm van grote veranderingen zoals een ander verdienmodel, innovatie of een nieuwe markt betreden. Het eerste component wordt daarom de innovatieve ambitiefactor genoemd. Het tweede component bestaat uit items die focussen op de volgende ambities: het behouden of verhogen van de omzet, naamsbekendheid verhogen, meer kennis verwerven en efficiënter werken. Het tweede component wordt daarom de continuïteitambitie factor genoemd. Het derde component betreft de ambitie om te groeien door middel van het aannemen of inhuren van personeel. Dit component wordt daarom de groeiambitiefactor genoemd.

Pattern Matrix	Component		
	1	2	3
Ik heb plannen om nieuw personeel aan te nemen			0,895
Ik heb plannen om personeel in te huren			0,891
Ik heb plannen om een nieuwe Nederlandse markt te betreden	0,808		
Ik heb plannen om een buitenlandse markt te betreden	0,585		
Ik heb plannen om een nieuw product en/of dienst op de markt te brengen	0,809		
Ik heb plannen om mijn omzet te behouden	-0,326	0,63	
Ik heb plannen om mijn omzet te vergroten		0,693	
Ik heb plannen om kennis te verwerven		0,59	
Ik heb plannen om op een andere manier geld te verdienen (ander verdienmodel)	0,679		
Ik heb plannen om te gaan samenwerken	0,490		
Ik heb plannen om efficiënter te gaan werken		0,683	
Ik heb plannen om mijn naamsbekendheid te vergroten		0,725	

## **Bijlage 5: Latente Clusteranalyse**

Latente clusteranalyse is 'een systematische manier om mensen of objecten van onderzoek in te delen in homogene groepen' (Vermunt, 2004). Het gaat hierbij vaak om kenmerken die niet direct waar te nemen zijn: latente typen, en niet om observeerbare typen. In dit onderzoek is gekozen voor een model op basis van de BIC aangezien dat uit de literatuur naar voren komt als de beste indicator (Nylund, Asparouhov & Muthén, 2007). Voor de analyse is Latent GOLD® software gebruikt.

Indicator	Cluster1 Ambitieu- ze zzp'ers	Cluster2 Ervaren zelfstan- digen	Cluster3 Parttime vernieu- wers	Cluster4 Flexibele zzp'ers	Cluster5 Potentiële mkb'ers
<b>Score ambitie</b>					
Score innovatie-ambitie	0,3761	0,0035	0,5262	-1,1375	-0,3824
Score continuïteit ambitie	0,2837	0,2656	0,1646	-0,8011	-0,5163
Score groei ambitie	0,7488	-0,9335	0,2497	-0,8217	0,2794
<b>Startmotief: opportunity of necessity ondernemer</b>					
Score factor opportunity	0,1195	0,1269	0,1397	-0,4555	-0,1821
Score factor necessity	-0,2175	-0,3357	0,6068	0,1092	0,349
<b>Samenwerken</b>					
Ja ik werk samen	73%	66%	60%	36%	40%
Nee ik werk niet samen	27%	34%	40%	64%	60%
<b>Hoeveel uur besteed aan bedrijf</b>					
<10 uur	0%	0%	2%	22%	9%
10,1 – 20 uur	0%	3%	28%	23%	5%
20,1 – 30 uur	5%	11%	29%	19%	21%
30,1 – 40 uur	22%	34%	16%	16%	32%
40,1 – 50 uur	38%	30%	1%	12%	17%
50,1 – 60 uur	24%	16%	2%	5%	12%
>60 uur	10%	6%	2%	2%	6%
<b>Inkomstenbron</b>					
Mijn onderneming is mijn enige inkomstenbron	87%	88%	9%	35%	64%
Naast mijn onderneming heb ik een baan	2%	2%	45%	22%	12%
Naast mijn onderneming heb ik een pensioen- / VUT-uitkering	3%	1%	25%	28%	19%
Naast mijn onderneming heb ik een uitkering	2%	4%	15%	7%	2%
Anders	7%	6%	6%	8%	3%
<b>Leeftijd van de ondernemer</b>					
<47 jaar	39%	28%	60%	36%	40%
>48 jaar	61%	72%	40%	64%	60%
<b>Leeftijd van het bedrijf</b>					
< 10 jaar	68%	60%	68%	60%	54%
>10,1 jaar	32%	40%	32%	40%	46%

## **Bijlage 6: Overige kenmerken van de clusters**

Kenmerk	Cluster1 Ambitieu- ze zzp'ers	Cluster2 Ervaren zelfstan- digen	Cluster3 Parttime vernieu- wers	Cluster4 Flexibele zzp'ers	Cluster5 Potentiële mkb'ers
<b>Leeftijd van de ondernemer</b>					
Gemiddeld	49	51	63	57	49
16 – 25 jaar	1%	0%	0%	0%	1%
26 – 35 jaar	7%	5%	0%	5%	10%
36 – 45 jaar	26%	16%	0%	6%	20%
46 – 55 jaar	40%	42%	15%	29%	43%
56 – 65 jaar	26%	36%	46%	37%	27%
66 – 75 jaar	1%	1%	37%	22%	0%
76 – 85 jaar	0%	0%	22%	1%	0%
>85 jaar	0%	0%	1%	0%	0%
<b>Leeftijd van het bedrijf</b>					
Gemiddeld	8	10	13	10	6
< 5 jaar	48%	39%	35%	44%	62%
6 – 15 jaar	39%	41%	34%	36%	29%
16 – 25 jaar	8%	16%	22%	14%	8%
26 – 35 jaar	3%	4%	6%	4%	1%
36 – 45 jaar	1%	1%	2%	0%	1%
> 46 jaar	1%	0%	1%	2%	0%
<b>Opleidingsniveau</b>					
Laag	8%	5%	5%	11%	7%
Middel	28%	24%	20%	23%	31%
Hoog	63%	69%	74%	65%	61%
Anders	1%	2%	1%	2%	1%
<b>Geslacht</b>					
Man	76%	69%	86%	77%	77%
Vrouw	24%	31%	14%	23%	23%
<b>Activiteit</b>					
Verkoop en/of productie van producten	9%	11%	15%	11%	20%
Het aanbieden van diensten en/of service in de vorm van arbeid	72%	75%	70%	83%	61%
Een combinatie van het verkopen van producten en het aanbieden van arbeid	19%	14%	15%	6%	19%

Kenmerk	Cluster1 Ambitieu- ze zzp'ers	Cluster2 Ervaren zelfstan- digen	Cluster3 Parttime vernieu- wers	Cluster4 Flexibele zzp'ers	Cluster5 Potentiële mkb'ers
<b>Omzetontwikkeling laatste 3 jaar</b>					
Gestegen	48%	37%	26%	30%	38%
Ongeveer gelijk gebleven	40%	37%	44%	53%	39%
Gedaald	13%	26%	30%	18%	23%
<b>Sector</b>					
Landbouw, bosbouw en visserij	2,20%	0,80%	3,80%	1,90%	0%
Winning van delfstoffen	0,20%	0%	0%	0,40%	0%
Winning en distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering	0,30%	0%	0%	0%	0%
Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht	0%	0%	0%	0,40%	0%
Industrie	2,70%	0,80%	2,70%	0,80%	1,40%
Bouwnijverheid	10,20%	4,30%	5,30%	5,10%	0,50%
Detailhandel	3,90%	4,80%	4,60%	3,90%	14,50%
Groothandel	2,50%	1,50%	3,00%	1,60%	2,70%
Vervoer en opslag	1,50%	1,00%	0,80%	1,20%	1,40%
Logies-, maaltijd- en drankverstrekking	0,70%	1,00%	0%	1,60%	2,70%
Informatie en communicatie	9,10%	11,00%	6,10%	8,90%	6,80%
Cultuur, sport en recreatie	3,20%	8,30%	5,70%	3,10%	8,20%
Gezondheids- en welzijnszorg	5,90%	7,20%	6,10%	7,80%	9,50%
Financiële instellingen	2,00%	1,00%	1,90%	3,50%	0,50%
Verhuur van en handel in onroerend goed	1,30%	0,30%	1,10%	0,40%	0,50%
Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening	26,70%	28,70%	27,40%	23,70%	14,50%
Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening	0,80%	0,80%	0,80%	0%	2,30%
Handel, reparatie van auto's, motoren etc.	1,50%	0,80%	0,80%	0%	0,90%
Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen	0,50%	0,50%	0,40%	0%	0%
Onderwijs	1,20%	1,00%	3,40%	2,70%	3,20%
Overige dienstverlening	23,70%	26,50%	26,20%	33,10%	29,50%



