

Raad voor Werk en Inkomen

De Raad voor Werk en Inkomen is het overlegorgaan en expertisecentrum van werkgevers, werknemers en gemeenten. De RWI doet voorstellen aan de regering en andere partijen over het brede terrein van werk en inkomen. Doel van deze voorstellen is een goed functionerende arbeidsmarkt te bevorderen. Het vergroten van de transparantie van en het verbeteren van de kwaliteit op de re-integratiemarkt behoren eveneens tot de kerntaken van de RWI. Kijk voor meer informatie op www.rwi.nl.



Raad voor
Werk en
Inkomen

Onderzoek naar de marktpositie van zzp'ers

Hoe zit het met de zzp'er in de crisis?

Het aantal zelfstandigen zonder personeel is de afgelopen 10 jaar fors toegenomen. Veel mensen maken de overstap naar het zzp-schap in economisch gunstige tijden. Maar hoe vergaat het ze in de huidige economische crisis? Dit artikel beschrijft de uitkomsten van een recent onderzoek van de Raad voor Werk en Inkomen.

De Raad voor Werk en Inkomen (RWI) heeft Regioplan onderzoek laten doen naar de marktpositie van zzp'ers. Uit het onderzoek komt ten eerste een grote diversiteit naar voren: de zzp'er bestaat dus niet. Zo zijn er de meer traditionele freelancers, die vaak al vanaf de opleiding als zelfstandige werkzaam zijn (bijvoorbeeld fotografen, journalisten en tolken). Een andere groep die vrij makkelijk in het oog springt zijn de interim-managers, trainers en adviseurs; mensen die vaak op latere leeftijd een overstappen van het werknemerschap naar het zelfstandig ondernemerschap. Maar ook in de persoonlijke dienstverlening (kappers), de zorg (helpenden en verzorgenden), de bouw (metselaars, stukadoors, electriciërs) zijn in toenemende mate mensen als zzp'er werkzaam. Met de groei van het aantal zzp'ers neemt ook het aantal verschijningsvormen toe.

Marktpositie van zzp'ers

De meerderheid van de zzp'ers blijkt ook in de crisis (vooralsnog) goed in staat om de orderportefeuille op peil te houden. Ongeveer tweederde geeft in een enquête (uitgevoerd in juni 2009) aan geen negatieve effecten van de crisis te ondervinden. Bijna een derde ziet wel

negatieve effecten en verwacht dat de omzet het komend jaar zal dalen. Een kleinere groep (12%) heeft het echt moeilijk en kan door de crisis het hoofd amper nog boven water houden. Er is geen specifieke groep zzp'ers aan te wijzen die deze effecten van de crisis ondervindt. Opvallend is wel dat hoger opgeleide zzp'ers minder vaak tevreden zijn over de orderportefeuille, dan laag en middelbaar opgeleiden. Daar staat tegenover dat de hoger opgeleide zzp'ers een duidelijk grotere financiële buffer hebben om het een tijd uit te zingen.

Zzp'ers geven over het algemeen aan voldoende in staat te zijn om te werken aan hun marktpositie. Zzp'ers die voor particulieren werken (bijvoorbeeld klusbedrijven, kappers en verzorgenden) gebruiken deels andere wervingskanalen dan zzp'ers die zich op de zakelijke markt bewegen (zoals adviseurs of interim-managers). Voor alle zzp'ers is het zakelijk netwerk belangrijk. Op de particulierenmarkt adverteren zzp'ers daarnaast in telefoonboek of gouden gids, vakbladen, (woon)tijdschriften, via marktplaats of op speciale websites of op prikboards bij supermarkten. Zzp'ers die bedrijven en organisaties bedienen zijn vooral bezig om te netwerken en op deze manier oude en misschien wat lauwe contacten warm te houden. Deze groep benadert ook vaker potentiële opdrachtgevers.

Grotere aandacht ondernemerschap

Hoewel het tot nu toe gemiddeld genomen (redelijk) goed gaat met meeste zzp'ers, maakt het onderzoek duidelijk dat de marktpositie van veel zzp'ers kwetsbaar is: zo lang het goed gaat is er niks aan de hand, maar wat als de huidige opdrachten-

stroom opdroogt? Zzp'ers zijn zelfstandige ondernemers en hebben daarmee gekozen voor de risico's van het ondernemerschap. Hun sterke kant ligt echter vaak vooral in het vakmanschap en hun inhoudelijke drive, veel minder in hun ondernemersvaardigheden. Zzp'ers zijn vaak niet bewust bezig met hun marktpositie op langere termijn en investeren in geringe mate in het ontwikkelen van hun ondernemersvaardigheden (zoals netwerken of acquisitie). Een echte marktstrategie ontbreekt vaak. Ze hebben het vaak ook te druk met het uitvoeren van opdrachten. Dit is in tijden van hoogconjunctuur niet zo'n probleem, maar in tijden van recessie maakt het zzp'ers kwetsbaar. Dit kan een deel van de zzp'ers gaan opbreken.

Verder onderzoek

Zzp'ers die het hoofd niet boven water kunnen houden kunnen een beroep doen op ondersteuning van het Bijstandbesluit Zelfstandigen bij gemeenten. De RWI gaat de komende tijd verder onderzoek laten doen naar deze zzp'ers die een beroep doen op ondersteuning door gemeenten. Daarin zal worden gekeken of het om specifieke groepen gaat en waaruit hun ondersteuningsbehoefte vooral bestaat. Ook komt aan de orde of gemeenten knelpunten ondervinden bij het ondersteunen van deze zzp'ers. De resultaten worden in de loop van 2010 verwacht.

Mechelien van der Aalst
Adviseur Beleid bij de RWI

Op het moment van het schrijven van dit artikel is het onderzoeksrapport nog niet openbaar. Na publicatie is het RWI-rapport 'Zzp'ers en hun marktpositie' te vinden op de website www.rwi.nl.