

# **Starten vanuit huis: bittere noodzaak of verkozen lifestyle?**

*Een exploratief onderzoek in twee stadswijken*

Amanda Mackloet, Veronique Schutjens, Piet Korteweg

**Colofon**

ISBN(10 cijferig): 90-5405-074-8

ISBN(13 cijferig): 978-90-5405-074-2

Druk: A-D Druk BV, Zeist

Uitgave: juni 2006

Exemplaren van deze publicatie zijn verkrijgbaar bij:

NETHUR

Postbus 80115

3508 TC Utrecht

Tel: 0302532250

Fax: 0302532037

E-mail: [nethur@geo.uu.nl](mailto:nethur@geo.uu.nl)

Website: <http://www.nethur.nl>

Bij NETHUR is tevens meer informatie verkrijgbaar over het DGW/NETHUR partnership en zijn andere publicaties uit de reeks te bestellen. Via de website zijn veel van de publicaties ook te downloaden als PDF-bestand.

# Inhoudsopgave

Voorwoord	5
1 Inleiding	7
1.1 Steeds meer bedrijven worden gestart vanuit de woning	7
1.2 Te weinig kennis over achtergronden	8
1.3 Doelstelling, probleemstelling en onderzoeksvragen	9
1.4 Opzet van het onderzoek	9
1.5 Leeswijzer van dit rapport	10
2 Ontwikkelingen op het gebied van werken en wonen	13
2.1 Inleiding	13
2.2 Ontwikkelingen in werken en ondernemen	13
2.2.1 Meer werk, minder tijd	13
2.2.2 Flexibiliteit en autonomie	14
2.3 Van werknemer naar ondernemer	15
2.3.1 Plaats-, tijd- en baasonafhankelijkheid	16
2.4 De woning centraal	17
2.5 Conclusie	18
3 Ondernemerschap, starters en <i>home based business</i>	19
3.1 Inleiding	19
3.2 Het starten van een onderneming	19
3.2.1 Cijfers over starters	19
3.2.2 Waarom een onderneming starten?	20
3.2.3 Institutionele context	21
3.2.4 De ene starter is de andere niet	23
3.3 Levensloop van een onderneming	25
3.4 Startende ondernemers vanuit de woning: een internationale verkenning	27
3.5 Conclusie	31
4 De locatie van startende ondernemers	33
4.1 Inleiding	33
4.2 Startlocatie	33
4.3 Verplaatsingen en locatieafhankelijkheid	36
4.4 Individuele afwegingen om aan huis te starten	38
4.4.1 Controle over de eigen leefwijze	38
4.4.2 Efficiënte tijdsplanning	39
4.4.3 Combineren van werk en zorg	40
4.5 Conclusie	41
5 Functiemenging in wijk en woning	43
5.1 Inleiding	43
5.2 Functiemenging in de wijk	43
5.2.1 De opkomst van functiemenging	43
5.2.2 Wijkeconomie	45
5.3 Lokale initiatieven	47
5.3.1 Functiemenging in de praktijk	48
5.4 Functiemenging in de woning	49
5.5 Conclusie	50
6 Focus en opzet van het empirisch onderzoek	53
6.1 Inleiding	53

6.2	Evaluatie en focus: welke vragen staan na het literatuuronderzoek nog open?	53
6.3	Aanpak van het empirisch onderzoek	55
6.3.1	Selectie van wijken	58
6.3.2	Selectie van bedrijven	61
6.3.3	Selectie van ondernemers voor de interviews	61
6.4	Dataverzameling en non-respons	63
6.5	Implicaties voor de generaliseerbaarheid van de uitkomsten	66
7	Ondernemers aan huis: startlocatie, huidige situatie en ..... toekomstperspectief	69
7.1	Inleiding	69
7.2	Het gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten en de variatie daarin	69
7.3	Bedrijfs(re)locatiestrategie; verleden, heden, toekomst	74
7.3.1	Verplaatsing van het bedrijf sinds de start	74
7.3.2	Redenen voor locatiekeuzen in de bedrijfslevensloop; ondernemers aan het woord	75
7.3.3	Plannen voor bedrijfsverplaatsing: honkvast of niet?	77
7.4	Bedrijfsrelocatie en persoonlijke verhuizing: een interactie tussen levenslopen	81
7.5	Conclusie	82
8	Conclusie	85
8.1	Inleiding	85
8.2	Probleemstelling en onderzoeksvragen	85
8.3	Opvallende conclusies	87
8.3.1	Een mozaïek aan typen bedrijven vanuit huis	87
8.3.2	Starten en ondernemen vanuit de woning: van kostenminimalisatie naar nutsmaximalisatie	88
8.3.3	Ondernemen vanuit huis als lifestyle	88
8.3.4	De woning doet ertoe!	88
8.3.5	Doet de wijk ertoe?	89
8.4	".....zijn er nog vragen?"	89
	Literatuur	93
	Bijlage 1 Vragenlijst	101
	Bijlage 2 Itemlijst interviews	107
	Bijlage 3 Analyse non-response	109
	Tabel Bijlage 3.1	109
	Tabel Bijlage 3.2	109

## Voorwoord

Steeds meer mensen starten een eigen bedrijf vanuit hun woning. De woning is zeker in de beginfasen van het bedrijf een ideale vestigingslocatie: goedkoop, flexibel en geschikt om werk te combineren met andere taken. Vanuit economisch opzicht zullen deze bedrijven-aan-huis de bedrijvigheid en werkgelegenheid in een wijk stimuleren, ook al zijn en blijven ze vaak klein. Starten vanuit de eigen woning past bovendien ook goed bij het huidige ruimtelijk en woningbouwbeleid, waarin de aandacht voor levendiger wijken, multifunctioneel bouwen en meervoudig ruimtegebruik sterk toeneemt. Bovendien is het plausibel dat door veel ondernemerschap-aan-huis en *passant* de verblijfsduur in de woning en de wijk wordt vergroot. En met name dit laatste is interessant voor het volkshuisvestings- en woningbouwbeleid van de toekomst.

Dit rapport geeft inzicht in het gebruik van de woning als bedrijfslocatie van ondernemers, zowel in de startfase als daarna, en de verklaringen daarvan. Het onderzoek is uitgevoerd in het kader van het DGW/NETHUR Partnershipprogramma. Van de kant van DGW is de begeleiding verzorgd door de heren Matthé van Oostrom en Frank Bonnerman. We danken beiden voor hun enthousiaste reacties op het onderzoek en hun feedback op eerdere versies van het rapport.

Utrecht, juni 2006

Amanda Mackloet, Veronique Schutjens, Piet Korteweg



# 1 Inleiding

## 1.1 Steeds meer bedrijven worden gestart vanuit de woning

Het aantal startende bedrijven in Nederland ligt jaarlijks tussen de 55.000 en 65.000 (VVK 2005). Veel van deze nieuwe bedrijven zijn klein, en vele zullen ook klein blijven – als ze al overleven. Bedrijven zijn vooral in de eerste jaren kwetsbaar; het is immers nog onzeker of er voldoende markt is, voldoende omzet, winst of ondernemersgeest om te overleven. Niet voor niets worden de eerste drie jaren de 'valley of death' (Gibb 1990, in Littunen 2000) genoemd. Pas als bedrijven en hun ondernemers deze cruciale fase hebben overleefd, krijgen ze meer financiële armslag en ontstaan de eerste voorzichtige groeiplannen. Een gevolg van deze risicovolle eerste bedrijfslevensfase is dat de behoefte aan bedrijfsruimte voor veel nieuwe ondernemingen zeer beperkt is, al verschilt dit aanzienlijk tussen sectoren. Een groothandel zal snel veel ruimte nodig hebben, terwijl een accountant gemakkelijk jaren lang kan werken met een computer vanuit de studeerkamer. Maar in de regel starten bedrijven voorzichtig, met zo weinig mogelijk risico's en nog slechts geringe investeringen. En waar kan dit gemakkelijker en goedkoper dan vanuit de eigen woning?

Het starten van een bedrijf vanuit huis wint al enkele jaren aan populariteit vanwege een aantal tendensen. Zo is sinds de jaren '80 het aantal bedrijven in de zakelijke en commerciële dienstverlening en de ICT sterk gegroeid. Dit zijn juist de branches waarin niet direct een apart bedrijfspand noodzakelijk is. Een andere tendens is het combineren van een deeltijdbaan in loondienst of het uitvoeren van zorgtaken enerzijds en het starten van een eigen bedrijf voor slechts een klein aantal uur per week anderzijds; de zogenaamde 'hybride starter' (Visee & Zwinkels 1999). Dat velen vanuit hun woning hun (parttime) bedrijf kunnen laten functioneren is mede mogelijk gemaakt door de technologische ontwikkeling van informatie en communicatie: snel via de computer en email zaken doen. En een laatste ontwikkeling is dat ondernemers van startende bedrijven steeds vaker geen 'groeiscenario' hebben. Veel ondernemers willen wel zelfstandig bedrijfsactiviteiten uitvoeren, maar streven absoluut niet naar het inhuren van werknemers of het uitbreiden van de productie of dienstverlening waarvoor meer bedrijfsruimte nodig zou zijn. Deze survival of *satisfizer*-houding hangt ook samen met het type ondernemer dat een bedrijf start. Steeds vaker zijn dit ouderen of mensen die zorgtaken met een eigen bedrijf willen combineren, of voormalige werknemers die voor zichzelf beginnen: de zogenaamde ZZP-er (zelfstandige zonder personeel, zie Meijer & Vroonhof 2002).

Kortom; de woning biedt in veel gevallen een ideale plek voor een eigen bedrijf, goedkoop, flexibel en goed te combineren met andere taken. Voor de nationale overheid is het fenomeen van starten vanuit de eigen woning relevant. Vanuit economisch opzicht zullen starters de bedrijvigheid en werkgelegenheid stimuleren, ook al zijn ze klein. Woningen kunnen dus een broedplaats worden van innovatie en groeiende bedrijven (Schutjens & Wever 1999). Starten vanuit de eigen woning past bovendien goed in het ruimtelijk- en woningbouwbeleid, waarin de aandacht voor levendiger wijken, multifunctioneel bouwen en meervoudig ruimtegebruik sterk toeneemt (VROM 2000; Sas & Schouwenaars 2003; De Vries & Louw 2000). De

vestigingswet heeft zich hier al naar geschikt, en de regels versoepelt. Nu al is het mogelijk om een bedrijf thuis te beginnen als de onderneming niet meer dan ongeveer 30% van de woningoppervlakte in beslag neemt (KvK 2005). De combinatie van wonen en werken wordt soms gemakkelijk gemaakt door ruimten op de begane grond van woningen uit te voeren met een hoog plafond (Hoppenbrouwer & Louw 2003). Flexibel in te delen woningen, met (ook letterlijk) ruimte voor aanpassingen ten behoeve van een eigen bedrijf, bieden ondernemers in spé de mogelijkheid hun plannen te verwezenlijken. Het is heel plausibel dat *en passant* de verblijfsduur in en betrokkenheid bij de woning en de wijk kan worden vergroot. En met name deze laatste aspecten zijn interessant voor het volkshuisvestings- en woningbouwbeleid met een visie op de langere termijn.

## 1.2 Te weinig kennis over achtergronden

Hoeveel mensen starten een bedrijf vanuit hun woning, en welke factoren beïnvloeden deze stap? Tot dusver ontbreken landelijke gegevens over het aantal mensen dat thuis een nieuw bedrijf begint. Beschikbare landelijke gegevensbestanden concentreren zich ofwel op bedrijven en ondernemers, ofwel op woonkenmerken van huishoudens, maar niet op de combinatie van wonen en werken. De gegevens die wel voorhanden zijn blijken vaak grove schattingen of afkomstig uit kleinschalig onderzoek naar starters in geselecteerde wijken of specifieke sectoren (Van der Laan et al. 2001; Schutjens & Stam 2003). Daar komt bij dat in dit type onderzoek tot dusver niet gevraagd is naar het type woning waarbinnen de bedrijfsactiviteiten worden uitgevoerd. Dat is jammer, want niet alle woningen lenen zich goed voor het uitvoeren van bedrijfsactiviteiten.

Er kunnen drie factoren worden onderscheiden die de mogelijkheid tot het starten van een bedrijf vanuit de eigen woning bepalen. Starten vanuit huis is uiteraard sterk afhankelijk van het type starter en zijn of haar huishoudensituatie (een eerste factor) en het type bedrijf (een tweede factor); maar een derde cruciale factor is het type woning of type woonomgeving. Zijn de woningen flexibel in te richten en eventueel te verbouwen? Hoe groot is de woning, en is er een garage? In hoeverre mag en kan er iets aan de woning worden verbouwd om bedrijfsruimte te genereren? En hoe zit het met bestemmingsplannen; mag er eigenlijk wel in elke wijk, buurt, straat vanuit een woning een bedrijf worden gestart? Vanuit de ondernemer en het nieuwe bedrijf kan immers wel de wens bestaan om gewoon thuis te starten; misschien biedt de woning daarvoor geen mogelijkheden. Of omgekeerd: misschien is de woning wel zodanig geschikt, dat ze juist potentiële ondernemers aantrekt.

In deze drie factoren kan in korte tijd veel veranderen. Bedrijfsgroei kan leiden tot andere eisen aan de bedrijfsruimte. Daarnaast kunnen veranderingen in de huishoudensamenstelling leiden tot andere eisen aan de woning: wellicht moet de studeerkamer worden omgevormd tot babykamer. En nieuwe ondernemersstrategieën, mogelijkheden, beperkingen, marktkansen en economische problemen, kunnen de doelstellingen ten aanzien van het eigen bedrijf in korte tijd compleet veranderen. Het is tot dusver onbekend in hoeverre er voor de mensen die thuis een bedrijf starten een samenhang bestaat tussen de bedrijfsactiviteiten en het verblijfsduurperspectief in de woning of de verhuiskans. Enerzijds is het mogelijk dat door investeringen in de woning



ondernemers-aan-huis niet snel persoonlijk zullen verhuizen of hun bedrijf zullen 'uitplaatsen'. Anderzijds is het ook mogelijk dat juist voor hen de bedrijfsontwikkeling (zowel in positieve als negatieve zin) een extra 'trigger' is om de stap naar een nieuwe woning te zetten (Rosenbrand 2002). Over de rol van woning, bedrijfstype en ondernemer in de beslissing thuis te starten is dus nog niet veel bekend – laat staan over de ontwikkelingen daarin na verloop van tijd.

### **1.3 Doelstelling, probleemstelling en onderzoeksvragen**

Bovenstaande kennislacunes hebben ertoe geleid dat binnen het achtste DGW/NETHUR Partnershipprogramma een verkennend onderzoek naar het starten van een bedrijf vanuit de woning is uitgevoerd, waarvan onderhavig rapport verslag doet.

De doelstelling van dit onderzoek is inzicht te verkrijgen in het gebruik van de woning als bedrijfslocatie van een ondernemer, zowel in de startfase als daarna, en de verklaringen daarvan. Vanwege dat brede doel en de beperkte beschikbare informatie over het thema is gekozen voor een exploratief onderzoek. De probleemstelling van dit onderzoek luidt als volgt:

Wat zijn de achtergronden van het starten van een bedrijf uit de eigen woning en de duur van deze thuislocatie, en wat is de relatie met verhuisgeneigdheid?

Om deze probleemstelling te kunnen beantwoorden zijn drie onderzoeksvragen opgesteld:

In hoeverre gebruiken (nieuwe) ondernemers hun woonhuis als bedrijfslocatie en wat zijn daarvoor de verklaringen?

Wat zijn de achtergronden van bedrijfslocatiestrategieën en relocatieplannen na de start van het bedrijf?

Wat is de samenhang tussen (de ontwikkeling van) het bedrijf aan huis en de verhuisgeneigdheid van de ondernemer?

### **1.4 Opzet van het onderzoek**

Zoals hierboven uitgelegd, kan het 'starten vanuit huis' vanuit verschillende invalshoeken worden benaderd. Een volledig overzicht en poging tot integratie van deze invalshoeken bestaan echter nog niet, noch conceptueel noch empirisch. Dit rapport beoogt de breedte van het onderzoeksveld te verkennen en is dan ook exploratief van karakter. Ten eerste wordt een breed overzicht gegeven van de (inter)nationale literatuur en de theorie over het uitoefenen van bedrijfsactiviteiten vanuit de woning, waarbij zoveel mogelijk wordt ingezoomd op het fenomeen starten aan huis. Op deze manier worden de conceptuele grenzen verkend van werken en starten vanuit de woning. Ten tweede is ook het empirisch onderzoek verkennend van aard; er is immers nog geen theorie die op haar waarde getoetst kan worden. Omdat er in Nederland geen gegevensbestand bestaat waarin informatie over *en* woningen, *en* startende ondernemers *en* nieuwe bedrijven wordt verzameld, is het noodzakelijk om zelf het veld in te gaan en primaire gegevens te verzamelen. De starters komen daarbij zèlf aan het woord. Een grootschalige schriftelijke enquête in twee stedelijke

woonwijken: Kattenbroek in Amersfoort en Nieuw-Sloten in Amsterdam, is daartoe gecombineerd met enkele diepte-interviews naar beweegredenen van ondernemers die vanuit de woning hun bedrijf zijn gestart. De opzet van dit onderzoek komt uitgebreid aan bod in hoofdstuk 6.

## 1.5 Leeswijzer van dit rapport

In de hoofdstukken 2 tot en met 5 wordt een literatuuroverzicht geboden van de achtergronden van het werken en starten vanuit de woning, volgens verschillende invalshoeken. Hoofdstuk 2 vormt een breed kader waarin de enigszins paradoxale maatschappelijke trends ten aanzien van het combineren van wonen en werken worden beschreven. Aan de ene kant zijn werknemers steeds flexibeler in het inrichten van hun werktijd en is er sprake van plaats- en tijdonafhankelijkheid. Aan de andere kant wordt de woning een steeds zwaarder anker in het leven van mensen, als middelpunt van verschillende typen netwerken, zowel privé, sociaal als professioneel. Het snel en flexibel combineren van meerdere taken in onze dynamische *footloose* informatiemaatschappij heeft nog altijd een vaste uitvalsbasis nodig. De invalshoek van de hoofdstukken 3 en 4 is specifiek de ondernemer en zijn bedrijf. Hoofdstuk 3 zet de toename van ondernemerschap en werken vanuit de woning centraal. Het aantal startende bedrijven in Nederland en de factoren die op de startbeslissing van invloed zijn, zowel persoonlijke als institutionele aspecten, komen aan de orde. Tevens wordt aandacht besteed aan de ontwikkelingspaden die een bedrijf na verloop van tijd kan inslaan. Het hoofdstuk besluit met een vergelijking van de internationale literatuur op het gebied van *home based business*, waaruit kan worden afgeleid dat er een aanzienlijke kennislacune is op het gebied van de woning als startlocatie. Dit is de reden dat hoofdstuk 4 zich specifiek richt op de bedrijfslocatiekeuze van nieuwe ondernemers. Voor het starten vanuit huis blijft de lage kostenpost van groot belang; deze neoklassieke economische factor blijft dus overeind. Maar ook vanuit sociologische en economische-geografische hoek komen relevante inzichten, zoals de grote rol van persoonlijke en professionele netwerken en de (ruimtelijke) nabijheid daarvan. Op meer individueel niveau neemt bovendien de behoefte toe aan vrijheid en een zelfstandige controle over de invulling van leefwijze en tijdsindeling, en het combineren van werk met andere taken. De invalshoek in hoofdstuk 5 verschuift van het microniveau van de ondernemer en startlocatie naar een hoger schaalniveau: dat van functiemenging en het ruimtelijk beleid op wijkniveau. De overgang van functiescheiding naar functiemenging in het beleid begint langzaam vorm te krijgen in de praktijk van ontwikkelingsplannen. Duidelijker zichtbaar zijn echter al de lokale initiatieven in de wijk economie, zoals ondersteunende diensten voor starters in de wijk, of nieuwe, vaak particuliere combinaties van werken en wonen in een pand, huizenblok of straat. Het voorkomen van verspreide lege ruimten of delen van panden in de wijk, flexibel in te delen, lijkt deze startersinitiatieven - en daarmee de wijk economie - van onderop te stimuleren. Tenslotte is er in het woningbouwbeleid steeds meer oog voor flexibel wonen en particulier opdrachtgeverschap: bij de bouw van hun woning kunnen nieuwe bewoners meteen hun specifieke huisvestingswensen kenbaar maken - en in vervulling laten gaan.

Hoofdstuk 6 heeft in dit rapport een scharnierfunctie tussen het literatuur- en het empirisch onderzoek. Het biedt allereerst een evaluatie van de inzichten uit hoofdstukken 2 tot en met 5 en een voorlopig antwoord op de onderzoeksvragen, waarbij duidelijk wordt welke informatie nog ontbreekt. Op grond hiervan is een conceptueel model opgesteld, dat als basis dient voor het empirisch onderzoek. Aangezien het een exploratief onderzoek is, worden ook in het empirisch onderzoek meerdere invalshoeken gekozen; zoals van de ondernemer, het bedrijf en de woning zelf. De aanpak van dit empirisch onderzoek wordt toegelicht, zoals de selectie van wijken en ondernemers en de items voor de schriftelijke enquête en interviews.

Hoofdstukken 7 en 8 geven de resultaten van de schriftelijke enquête en de interviews onder ondernemers in Kattenbroek en Nieuw-Sloten. Hoofdstuk 9 tenslotte is gewijd aan de conclusie en beantwoordt de onderzoeksvragen.



## **2 Ontwikkelingen op het gebied van werken en wonen**

### **2.1 Inleiding**

Om meer inzicht te geven in de context van de achtergronden van het starten van een bedrijf vanuit de woning wordt in dit hoofdstuk de verkenning van een aantal maatschappelijke trends met betrekking tot werken en wonen gepresenteerd. Er wordt steeds meer gewerkt, waardoor de tijdsdruk toeneemt. Ook wordt er steeds flexibeler gewerkt; vaste arbeidscontracten en vaste arbeidstijden behoren steeds vaker tot het verleden. De werknemer krijgt meer zeggenschap over zijn werk; de grenzen tussen loondienst en zelfstandig ondernemerschap vervagen dan ook steeds meer. Een groeiend aantal mensen start een onderneming naast hun baan in loondienst en tegelijkertijd is te zien dat bedrijven en instellingen zelf ondernemender gaan opereren. Naast flexibelere arbeidstijden en –contracten neemt ook de flexibiliteit van de plaats waar we werken toe; het werk wordt vaak meegenomen naar huis, of naar het vliegveld, of naar het telewerkcentrum... Samenhangend met deze ontwikkelingen in werken en ondernemen, die aan de orde komen in respectievelijk paragraaf 2.2 en 2.3, en die bijdragen aan een toenemende *placelessness*, is er voor de woning een steeds grotere rol weggelegd als centraal punt voor verschillende activiteiten (§ 2.4). Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie (§ 2.5).

### **2.2 Ontwikkelingen in werken en ondernemen**

#### **2.2.1 Meer werk, minder tijd**

Er wordt steeds meer gewerkt in Nederland. Niet alleen werken er meer mensen, ook werken we met z'n allen langer. Door de toegenomen arbeidsparticipatie van vrouwen is het aantal mensen dat deelneemt aan het arbeidsproces sterk gestegen. Volgens een studie van het RPB (2004) had in 1981 ongeveer 30 % van de vrouwen in de beroepsbevolking een baan, in 2002 was dit gestegen tot 54 %. Ook zijn er in die tijd meer mannen gaan werken (van 73 naar 77 %). Door deze ontwikkelingen is het aantal tweeverdieners van 1990 tot en met 2000 met 30 % toegenomen (RPB 2004). Daarnaast blijkt uit een onderzoek naar tijdsbesteding (TBO 2005) dat zowel mannen als vrouwen meer uren zijn gaan werken. In 1975 werkte men gemiddeld 14,8 uur per week, in 2000 is dat opgelopen tot 19,4 uur. Ondanks berichten in de media over 'de vrijetijdssamenleving' waarin we niet zouden weten wat we allemaal met onze vrije tijd zouden moeten doen, blijkt juist dat inwoners van Nederland minder uren vrije tijd hebben dan enkele decennia geleden (van 47,9 uur per week in 1975 tot 44,8 uur in 2000). De tijd die aan huishoudelijke- en zorgtaken worden besteed is in deze periode nagenoeg gelijk gebleven. Dit betekent dat de toegenomen werktijd ten koste is gegaan van met name vrije tijd, en in mindere mate onderwijs (TBO 2005). Mede door de opkomst van tweeverdieners lijkt de werktijd een sterke druk uit te oefenen op huishoudelijke- en zorgtaken, waar dus nog evenveel tijd aan besteed wordt. Om hier als moderne tweeverdiener mee om te gaan is geen makkelijke opgave. Termen als 'taakcombinerende tweeverdieners' en het 'spitsuurgezin' hebben hun intrede gedaan. Het is nu niet langer vanzelfsprekend dat de vrouw de huishoudelijke taken op zich

neemt, waardoor overleg en afstemming over 'wie doet wat' belangrijk wordt. Om het combineren van werk en zorg te vergemakkelijken zijn allerlei initiatieven in de wereld geroepen, variërend van gezinsafspraken maken ([www.wiedoetwat.nl](http://www.wiedoetwat.nl)) of de hulp inroepen van een gezinsmanager; dit is iemand die ondersteuning biedt bij het managen van het huishouden van gezinnen waarvan beide partners werken ([www.degezinsmanager.nl](http://www.degezinsmanager.nl)). Het nieuwste initiatief gaat binnenkort van start in de Utrechtse Vinex-wijk Leidsche Rijn; hier kunnen drukke tweeverdieners bij een 'tijdwisselkantoor' diensten inkopen, zoals bijvoorbeeld schoonmaakhulp. Dit tijdwisselkantoor fungeert als een ontmoetingsplaats in de wijk waar zowel aanbieders als afnemers van diensten elkaar kunnen ontmoeten (Zomerdijk 2005).

### **2.2.2 Flexibiliteit en autonomie**

Doordat er steeds langer gewerkt wordt ten koste van de vrije tijd, klinkt de roep om meer flexibiliteit en autonomie in het werk steeds luider. Flexibiliteit doet zich op verschillende terreinen voor:

Kortere arbeidscontracten;

Bepaalde periodes niet deelnemen aan de arbeidsmarkt;

Meer in deeltijd werken;

Combinaties van tweeverdieners;

Werken op andere tijden;

Meer autonomie;

Meer zelfstandigen.

Er wordt verwacht dat mensen vaker van functie zullen veranderen en een bepaalde periode niet aan het arbeidsproces deelnemen. Werknemers zullen steeds minder hun hele leven voor één baas werken. Daarentegen wordt steeds meer gewerkt met tijdelijke arbeidscontracten, uitzendkrachten, detacheringen en freelancers. Doordat bedrijven steeds vaker door aandeelhouders worden aangestuurd wordt er zakelijker met de factor arbeid omgesprongen; reorganisaties en massaontslagen kunnen hiervan het gevolg zijn. De loopbaan van de werknemer wordt daarmee een stuk onzekerder. Er kunnen zich onverwachte veranderingen en groeiende turbulentie voordoen op de arbeidsmarkt (WRR 2000). Maar toch blijkt het vaak zo'n vaart nog niet te lopen; het aandeel vaste banen ten opzichte van het totale aantal banen is de laatste decennia slechts mondjesmaat afgenomen. Werkgevers geven juist aan dat ze graag een stabiel werknemersbestand behouden omdat er veel tijd en geld in personeel geïnvesteerd moet worden (SCP 2004). Ook werknemers geven zelf aan het liefst een vast dienstverband te hebben (Fouarge e.a. 2004). Een andere uiting van flexibiliteit is dat mensen vaker een tijdje niet zullen werken. Dit kan zijn om er een jaar tussenuit te gaan (*sabbatical year*) of vanwege bijscholing. Op de huidige arbeidsmarkt worden hoge eisen gesteld aan kennis; deze kennis moet voortdurend worden bijgehouden; hier kan men niet meer het hele leven op teren. Ook wordt er steeds meer in deeltijd gewerkt; het aandeel voltijders dat na twee jaar korter werkt stijgt, terwijl het aantal deeltijders dat na tweejaar voltijds werkt, daalt. Door in deeltijd te gaan werken kan meer aandacht worden besteed aan zorg, vrije tijd en scholing. Niet alleen wordt er vaker in deeltijd gewerkt, ook wordt er vaker op andere tijden gewerkt. Het '9 tot 5'-ritme maakt vaker plaats voor werk in de avonduren en in het weekend. Omdat er steeds meer zelfstandigheid van de werknemer wordt verlangd, wordt deze zelf verantwoordelijk gesteld voor het op tijd af krijgen van opdrachten, ook als dit nachtwerk betekent.

Tegenwoordig wordt er vaker op zondag gewerkt dan twintig jaar geleden. Toch vindt het merendeel van de werkzaamheden nog altijd plaats op doordeweekse dagen. Het is zelfs zo dat er in de jaren '50 en '60 meer 's avonds en in het weekend werd gewerkt dan tegenwoordig. Dit heeft te maken met de opkomst van de zakelijke dienstverlening, waardoor meer werk op kantoor wordt uitgevoerd in plaats van op het land of in de fabriek (SCP 2004). Naast flexibiliteit krijgen werknemers steeds meer autonomie. De toegenomen werkdruk en de wispelturige arbeidsmarkt is tegelijkertijd gepaard gegaan met de individualisering van arbeidsverhoudingen, waardoor de autonomie van de werknemer is gegroeid. De werknemer heeft meer zeggenschap over hoe en wanneer hij werkt (Dagevos 2005). Op die manier zou de toegenomen werkdruk acceptabel worden gemaakt: "[Het lijkt] zeer aannemelijk dat de wijze van 'sturing' via autonomie dempend heeft gewerkt op de ervaren werkdruk en *burn-out*klachten. We werken hard, maar doen dat wel steeds vaker op onze eigen voorwaarden, en dat maakt het draaglijk" (Dagevos 2005, p. 18). Flexibiliteit en autonomie hebben duidelijk hun intrede gedaan in de samenleving; ontwikkelingen die zijn voortgekomen uit de behoefte om meer controle en zeggenschap te hebben over het eigen leven. Hierdoor wordt de overgang naar het zelfstandig ondernemerschap steeds kleiner.

### **2.3 Van werknemer naar ondernemer**

Er wordt verwacht dat het zelfstandig ondernemerschap de komende jaren sterk zal toenemen. Dit houdt verband met het uitbesteden van bedrijfsactiviteiten, maar ook met de individualisering en autonomie van werknemers. Voor werknemers die grotendeels zelfstandig werken en op zichzelf zijn aangewezen, is de overgang naar een eigen onderneming niet meer zo groot (SCP 2004). Gegevens van de Kamer van Koophandel tonen aan dat een onderneming starten steeds populairder wordt (VVK 2005; zie ook § 3.1). Ook is het steeds makkelijker geworden om voor jezelf te beginnen, omdat de wetten en regels zijn versoepeld. Werken in loondienst en zelfstandig ondernemen raken steeds meer met elkaar verweven. Mensen vullen vaker hun loopbaan flexibel in en kiezen er voor om een tijdje zelfstandig te werken. De klassieke, levenslange ondernemer die met een gouden idee hoge winsten verwacht maakt steeds vaker plaats voor de 'hybride starter' die ondernemerschap met een baan in loondienst combineert. Dertig procent van de ondernemers bevindt zich in deze groep. Het merendeel van de hybride starters verwacht hun baan in loondienst na verloop van tijd op te geven. Twintig procent van deze hybride starters is echter van plan hun baan te behouden (Visee & Zwinkels 1999). Starten als een hybride ondernemer verlaagt de drempel naar het ondernemerschap, omdat de ondernemer verzekerd is van een vast inkomen en in geval van faillissement zich weer gemakkelijk volledig op de arbeidsmarkt kan begeven. Op deze manier kan het toenemende belang van flexibiliteit en autonomie gecombineerd worden met de zekerheid van een vast inkomen. De verwevenheid van werk en zelfstandigheid toont zich tevens in het fenomeen van de 'schijnzelfstandige'. Het gaat hierbij om personen die juridisch gezien niet in loondienst zijn, maar wel afhankelijk zijn van één opdrachtgever. Dit kan bijvoorbeeld een voormalige werkgever zijn, maar ook een rij-instructeur die zelfstandig werkt maar wel onder de vlag van één rijsschool rijdt en als een soort *franchise* opereert. Uit het oogpunt van kostenoverwegingen, flexibilisering of uitbesteding kan een werkgever besluiten bepaalde taken door een semi-zelfstandige ondernemer te laten uitvoeren. Die

zelfstandige is afhankelijk van één opdrachtgever, die betaalt daarvoor geen belastingen en premies en de betrokkene kan daardoor toch als zelfstandig ondernemer worden aangemerkt (Smulders & Evers 2000). Net zo zelfstandig, hoewel niet juridisch, is de gedetacheerde, die door een detachingsbureau bij verschillende bedrijven wordt ingezet en daardoor een zekere autonomie verwerft. Een andere categorie betreft de freelancer, die ook juridisch zelfstandig is en afhankelijk is van verschillende opdrachtgevers. Een fenomeen dat steeds meer in opmars raakt is *intrapreneurship*. In dit geval richten één of enkele werknemers een eigen bedrijf op, met behulp van de middelen van het bestaande bedrijf. Onderzoek van het Ministerie van Economische Zaken (EZ 2000) toont aan dat 14 % van de bedrijven met meer dan duizend werknemers betrokken is bij *intrapreneurship*, en er wordt verwacht dat dit aantal in de toekomst toe zal nemen. Werknemers die zelfstandig met een vernieuwend idee aan de slag gaan, kunnen een impuls geven aan het innovatieve vermogen van het moederbedrijf. In de meeste gevallen wordt de nieuwe ondernemer redelijk vrij gelaten en worden meestal alleen afspraken gemaakt over werk- en omzetgarantie. Een groot deel van de nieuwe ondernemingen maakt zelfs helemaal geen afspraken met het moederbedrijf. Het komt maar zelden voor dat er financiële overeenkomsten worden aangegaan. Het moederbedrijf kan profiteren van het nieuw aangeboorde afzetgebied en de vernieuwende, efficiënte werkwijze van het nieuwe bedrijf (EZ 2000). Ook op een ander niveau raken werk en ondernemerschap steeds meer verweven; steeds vaker is te zien dat publieke instellingen slagvaardiger gaan werken en onder het credo van ondernemerschap meer inspelen op de wensen van klanten, meer risico nemen en een efficiëntere bedrijfsvoering nastreven. Bij ziekenhuizen is deze ontwikkeling al te zien, welke is voortgekomen uit het streven om de toegenomen concurrentie het hoofd te bieden (Noordegraaf 2005). Niet alleen het management zal hierdoor ondernemender te werk gaan, dit zal ook van het personeel gevraagd worden. Ondernemerschap heeft daarmee duidelijk zijn intrede gedaan op de werkvloer. Gedurende de levensloop van mensen verandert hun visie ten aanzien van de arbeidsmarkt. In de fase van jonge volwassenheid zijn mensen zich voortdurend aan het oriënteren op de arbeidsmarkt en wisselen daarbij regelmatig van functie. In de fase die daarop volgt (rond het 30<sup>e</sup> en 40<sup>e</sup> levensjaar) vindt een zekere stabilisering plaats en neemt voor een bepaalde groep het werk een minder centrale plaats in ten opzichte van zorgtaken, sociale contacten en vrije tijd. Vooral in de latere levensfasen wordt de oriëntatie op werk steeds minder. Dit leidt tot een groeiende wens om zelfstandig te ondernemen, zoals blijkt uit een toename van het aantal ouderen dat voor zichzelf begint (Dirks e.a. 2003). Ondernemerschap groeit in allerlei vormen, al is die groei niet steeds precies kwantitatief aan te geven.

### **2.3.1 Plaats-, tijd- en baasonafhankelijkheid**

Uit de wens om onafhankelijk van werktijden te zijn komt ook de wens voort om zelf te bepalen waar gewerkt wordt. De groei van het aantal telewerkers en thuiswerkers laat zien dat er steeds meer sprake is van plaats- en tijdonafhankelijk werken. Technologische ontwikkelingen en een groeiende dienstensector hebben dit mogelijk gemaakt. Voor veel beroepen in de zakelijke dienstverlening is in principe niet veel meer dan een computer nodig. En door internet en mobiele telefonie is het mogelijk overal bereikbaar te zijn en in contact met zakenrelaties te zijn. Met name de groei van draadloos internet kan leiden tot veranderingen in de manier waarop mensen wonen, werken en contact met elkaar hebben (De Guzman Vos 2004). Hierbij verandert ook de



actieradius van mensen; de rol van de lokale omgeving is verminderd ten opzichte van netwerken van vrienden, familie en collega's. Dit netwerk staat los van de regionale context en kan zich dan ook over de hele wereld verspreiden. Een nieuw soort samenleving ontstaat hierdoor, met 'stedelijke nomaden' die onafhankelijk van hun lokale omgeving werken:

"Hun thuisbasis ligt niet noodzakelijk in het land waarmee ze zich het meest verbonden voelen, terwijl hun sociale en professionele netwerken zich mogelijk aan de andere kant van de wereld bevinden. De nomadische zelfstandige identificeert zich niet primair met eigen stad of land, maar met de groep van nomaden die hun werk eveneens verrichten op basis van draadloze netwerken. Als plaatselijke voorwaarden, zoals criminaliteit of belastingklimaat, verslechteren, pakken ze gewoon hun biezen en trekken ze naar elders. Voor deze individuen fungeert niet het café om de hoek als openbare ontmoetingsplaats, maar het internet en de op breedband gebaseerde communicatieapplicaties: e-mail, *instant messaging* en audio- en videovergaderingen. Hun contacten ontleen zij hoofdzakelijk aan mensen buiten hun directe omgeving" (De Guzman Vos 2004).

Door deze netwerkontwikkeling zijn hiërarchische structuren steeds minder vanzelfsprekend en wordt de nadruk steeds meer op het individu gelegd (Stijnenbosch 2004). De toegenomen flexibiliteit en autonomie komt hier wederom naar voren: de moderne mens werkt steeds meer plaats-, tijd- en *baasonafhankelijk*.

## 2.4 De woning centraal

Een ander gevolg van de netwerksamenleving is dat de eigen woning en woonomgeving een centrumfunctie gaan vervullen. Vanuit de woning worden allerlei activiteiten ondernomen; hetzij werken, sporten, recreëren of sociale activiteiten. De woning vormt het startpunt voor een hele reeks activiteiten, maar fungeert tevens als uitvalsbasis. Thuiswerken of een onderneming aan huis is één van de manieren waardoor de woning steeds meer een centrale functie vervult. Maar ook winkelen, studeren en ontspannen gebeurt steeds vaker vanuit huis. Denk bijvoorbeeld aan webwinkelen, *e-learning* of het spelen van computerspelletjes, al dan niet *online*, met een tegenspeler aan de andere kant van de wereld, of juist de buurjongen. In de woning wordt een groot deel van de vrije tijd doorgebracht, meer nog dan buitenshuis. Waar de woning vroeger werd gezien als 'woonmachine' met enkel ontspanning na het werk, staat hier nu individuele ontplooiing en keuzevrijheid centraal (Kooijman 2004).

Ten tijde van de Industriële Revolutie verdween het werk uit de woning, waardoor de woning nog slechts fungeerde als plaats om te eten en te slapen. Door thuiswerken en de opkomst van internet neemt de woning weer een steeds centralere plaats in. Venkatesh et al. (2003) zien de woning als een organisch geheel, opgebouwd uit verschillende 'centra':

*Activity center*: hier gaat het voornamelijk om huishoudelijke taken, zoals schoonmaken, koken en wassen;

*Entertainment center*: computerspelletjes, tv kijken etc.;

*Work center*: thuiswerken, telewerken, onderneming aan huis;

*Communication center*: telefoon, e-mail etc.;

*Shopping / financial center*: webwinkelen, telebankieren etc.;

*Family interaction center*: samenkomst van gezinsleden;

*Information center*: het verkrijgen van informatie via diverse media;

*Learning center*: niet alleen het verkrijgen van informatie, maar dit ook gebruiken en bestuderen voor onderwijs.

Volgens Venkatesh et al. (2003) wordt de woning het centrale punt door de verandering van sociale isolatie naar sociale verbintenis (*connectivity*). Een woning is daardoor niet alleen een schuilplaats, maar een onderdeel van een netwerk. Venkatesh et al. (2003) noemen dit *the networked home*, waarmee zowel een intern netwerk van familie en vrienden wordt bedoeld, als een extern netwerk dat de woning verbindt met instituties van buitenaf, zoals scholen, winkels en het werk of kantoor. Sommigen verwachten dat in de toekomst eenderde van de beroepsbevolking vanuit huis zal werken, in veel gevallen zelfs als freelancers en dus als zelfstandige ondernemers (De Ridder 2005, 58). Dit zal met name in de koopsector leiden tot een grote vraag naar woningen die thuiswerken mogelijk maken (Louw & De Vries 2002).

Doordat steeds meer activiteiten met elkaar verweven raken, vervagen ook de grenzen tussen werk en privé, een ontwikkeling waar veel thuiswerkers/ondernemers mee te maken hebben.

## 2.5 Conclusie

Ondanks berichten over de ontstane beleveniseconomie en de vrijetijdssamenleving, wordt er steeds meer en steeds langer gewerkt. En daar komt ook vaak nog de gedeelde zorg voor kinderen en het huishouden bij, waardoor veel mensen zich voortdurend in het spitsuur bevinden. Daar staat tegenover dat het voor veel mensen makkelijker is geworden om de werktijd zelf in te delen, alsook de plaats waar de werkzaamheden plaatsvinden. Hard werken, maar dan wel op je eigen manier, is de overlevingsstrategie van de moderne tweeverdiener. Door deze individualisering en autonomie is de werknemer eigenlijk nog maar een paar stappen verwijderd van het zelfstandig ondernemerschap. Een aanzienlijk aantal zelfstandigen combineert het *runnen* van het bedrijf met een vaste baan. Maar ook is te zien dat ondernemerschap duidelijk zijn intrede heeft gedaan op de werkvloer, zoals blijkt uit het fenomeen 'schijnzelfstandigen', gedetacheerden en publieke instellingen die slagvaardiger gaan opereren. Ook het zelfstandig ondernemerschap wordt steeds populairder. Een groot deel van de starters begint vanuit een zolderkamer of studeerkamer, waardoor de woning een steeds belangrijkere plaats inneemt. Door de opkomst van de zakelijke dienstverlening en internet kan er overal gewerkt worden. Juist die ontwikkeling leidt tot een *home bias*, omdat de woning daarmee gaat fungeren als centraal punt en uitvalsbasis in een wereld van netwerken. Niet alleen vrije tijd en studie, maar ook werk krijgt een stevigere basis in de woning. De woning is dan ook lang niet meer alleen een dak boven het hoofd. Aspecten van de hierboven genoemde trends, de relatie tussen ondernemerschap en woning, de locatie van de onderneming en de toenemende menging van functies in woonwijken worden in de volgende drie hoofdstukken uitgediept.

### 3 Ondernemerschap, starters en *home based business*

#### 3.1 Inleiding

De ondernemer die start vanuit de woning vormt het centrale onderwerp van deze studie. In dit hoofdstuk staan de startende ondernemer, de processen die spelen bij het ondernemerschap en de rol van de woning daarbij centraal. Het starten van een onderneming staan centraal in paragraaf 3.2. De levensloop van ondernemingen komt aan de orde (§ 3.3), omdat in dit onderzoek ook de rol van de woning in het vervolg van de start wordt behandeld. De beschikbare literatuur over de kern van het thema van dit onderzoek, de koppeling van startende ondernemers en de woning, komt aan de orde in paragraaf 3.4. Het hoofdstuk wordt afgesloten met enkele conclusies (§ 3.5).

#### 3.2 Het starten van een onderneming

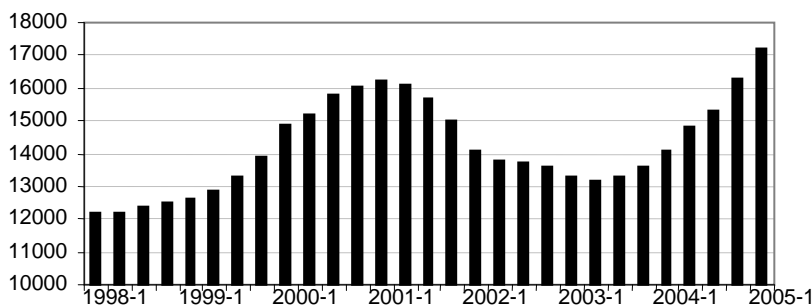
Achtereenvolgens wordt aandacht besteed aan de omvang van het fenomeen starten in de Nederlandse economie, de achtergronden van het starten van een onderneming en de relevantie van de institutionele context en de verschillende typen starters die kunnen worden onderscheiden.

##### 3.2.1 Cijfers over starters

In 2004 is een recordaantal van 65.000 nieuwe ondernemingen opgericht (tabel 3.1).

##### ***Figuur 3.1***

*Aantal startende ondernemingen, 1998-2005, 4-kwartaals voortschrijdend gemiddelde.*



Bron: VVK, 2005

Dit zijn er ruim 11.000 meer dan in 2003. Met name klusbedrijven - onderdeel van de sector bouwnijverheid - zijn veelvuldig opgericht in 2004, ook postorderbedrijven - onderdeel van vervoer en communicatie - zijn sterk in aantal gestegen. In de zakelijke dienstverlening worden nog altijd de meeste ondernemingen gestart. Dit is ook de meest laagdrempelige sector om actief in te worden omdat er weinig investeringen voor nodig zijn. Deze nieuwe ondernemingen zijn goed voor 62.000 nieuwe arbeidsplaatsen. Dat dit aantal lager ligt dan het aantal ondernemingen komt doordat veel ondernemers er tevens een baan in loondienst op na houden of vanuit een uitkeringssituatie een bedrijf starten. Naast startende ondernemingen zijn er ook overige

**Tabel 3.1**

Aantal starters naar 9 SBI-secties per 1 januari 2004, absoluut en procentueel.

SBI-secties	Aantal starters Absoluut	Aantal starters Procentueel	Aantal starters % van totaal sectie	Groeisaldo 2003-2004 Procentueel
Landbouw en visserij	1.542	2,4	4,9	3,4
Industrie	2.718	4,2	4,0	2,1
Bouwnijverheid	7.851	12,0	8,2	4,9
Handel en reparatie	16.632	25,5	6,3	3,4
Horeca	2.423	3,7	4,7	1,9
Vervoer en communicatie	2.508	3,8	5,4	2,7
Financiële instellingen	701	1,1	0,3	3,3
Zakelijke diensten	19.575	30,0	6,4	5,4
Overig	11.389	17,4	10,0	7,1
Geen codering	14	0,0	2,7	4,1
<b>Totaal</b>	<b>65.353</b>	<b>100,0</b>	<b>5,2</b>	<b>4,2</b>

Bron: VVK, 2005, eigen bewerking.

<sup>1</sup> Het aantal vestigingen wijkt af van de cijfers van het CBS (2005), vanwege verschil in definities. De VVK neemt marginaal actieve ondernemingen wel mee in de berekening.

oprichtingen, zoals dochterbedrijven en nevenvestigingen. In 2004 waren zij verantwoordelijk voor 37.000 oprichtingen (VVK 2005). Het aantal starters vertoont een sterk conjunctureel verloop (figuur 3.1). Van 1998 tot halverwege 2001 is er sprake van een sterke stijging van het aantal starters. In de tweede helft van 2001 volgt dan een forse daling, die in de navolgende jaren – zij het in mindere mate - doorzet. De economische recessie in Nederland is mogelijk van invloed geweest op deze daling. Al vanaf eind 2003 is er wederom een stijging van het aantal starters waar te nemen. In het eerste kwartaal van 2005 is er een recordaantal starters geregistreerd.

### 3.2.2 Waarom een onderneming starten?

De keuze om een eigen bedrijf te starten is niet zo vanzelfsprekend. Verschillende maatschappelijke factoren liggen hieraan ten grondslag, maar ook psychologische, sociologische en economische factoren bepalen wie uiteindelijk start, en wie niet. Eén van de maatschappelijke ontwikkelingen die een aanzet tot ondernemerschap kan geven is de economische conjunctuur. Op welke manier de conjunctuur ondernemerschap stimuleert is echter niet eenduidig vast te stellen. Aan de ene kant kan een dalend vertrouwen in de economie, in tijden van laagconjunctuur, de neiging tot het starten van een bedrijf verminderen. In tijden van hoogconjunctuur is de kans op succes wellicht groter. Aan de andere kant leidt laagconjunctuur tot meer werkloosheid en baanonzekerheid, waardoor het zelfstandig ondernemerschap een aantrekkelijk alternatief wordt. Andere maatschappelijke factoren, zoals de ondernemerscultuur in een land, regelgeving en technologische en demografische ontwikkelingen kunnen ook van invloed zijn op het aantal startende ondernemers. Technologische innovaties maken het bijvoorbeeld mogelijk voor startende ondernemers om een geheel nieuw product op de markt te brengen (Dirks e.a. 2003). Visser en Zwinkels (1999) geven een uitgebreid literatuuroverzicht van de individuele afwegingen vanuit de psychologie, sociologie en economie om een onderneming te starten. Vanuit de psychologie kan worden

beredeneerd dat startende ondernemers vinden dat zij zelf verantwoordelijk zijn voor hun acties en de doelen die ze willen bereiken. Zij zien gebeurtenissen als het gevolg van hun eigen handelen en menen daar zelf invloed op te kunnen uitoefenen (*locus of control*). Verder wordt aangenomen dat ondernemers bereid zijn meer risico's te nemen dan werknemers. De sociologische benadering veronderstelt dat er verschillende keuzemomenten zijn die leiden tot het besluit een onderneming te starten. Dit kan een negatieve gebeurtenis zijn, zoals werkloosheid, maar ook een positieve, bijvoorbeeld familie of vrienden die iemand stimuleren voor zichzelf te beginnen. Het kan ook voorkomen dat iemand *between things* is, en na een opleiding of tijdelijke baan op zoek is naar iets nieuws. Naast deze gebeurtenissen speelt perceptie van de omgeving een grote rol: hoe kijkt de omgeving tegen ondernemerschap aan en lijkt deze stap een haalbare kaart? De economische benadering richt zich met name op de financiële aspecten: inkomen, belastingen en startkapitaal. Ook hier geldt dat men bereid moet zijn financiële risico's te dragen (Visee & Zwinkels 1999).

### **Figuur 3.2**

#### *Eigenschappen van de ondernemer.*

Volgens de Kamer van Koophandel is een aantal karaktereigenschappen belangrijk voor een ondernemer:

- Realiteitszin;
- Zelfdiscipline;
- Besluitvaardigheid;
- Netwerken, sociale vaardigheden;
- Overtuigingskracht;
- Organisatietalent;
- Marktkennis;
- Vakkennis;
- Financieel inzicht;
- Doorzettingsvermogen.

De KvK adviseert om de ideeën voor een onderneming eerst voor te leggen aan familie en vrienden. De ondernemer kan dan oefenen met presenteren en zijn plannen concreter maken. Ook benadrukt de KvK dat het maken van een ondernemingsplan en een marketingplan onmisbaar is.

Bron: KvK, 2005

Uit het onderzoek van Dirks e.a. (2003) blijkt dat starters voornamelijk een eigen bedrijf oprichten vanwege de vrijheid om eigen baas te kunnen zijn. Financiële redenen, zoals 'meer verdienen dan in loondienst' en 'een gat in de markt zien' werden maar weinig genoemd (Dirks e.a. 2003). Onderzoek van Walker en Brown (2004) bevestigt dit beeld: zij geven aan dat eigenaren van kleine bedrijven voornamelijk belang hechten aan tevredenheid over het werk, persoonlijke prestaties en een flexibele leefstijl. De onderzoekers geven wel duidelijk aan dat financiële doelen altijd meespelen; persoonlijke motieven zijn niet zozeer vervangend, maar wel complementair aan financiële motieven (Walker & Brown 2004). Voor een ondernemer zijn allerlei eigenschappen van belang (figuur 3.2).

### **3.2.3 Institutionele context**

Ondernemerschap ontstaat niet zomaar uit het niets, maar is vaak gedreven door een institutionele context: wetten en regelgeving kunnen al dan niet een stimulans zijn om zelfstandig ondernemer te worden. Zo moet een ondernemer een lange waslijst aan zaken regelen voordat de onderneming van start kan gaan: financiering, verzekeringen, vergunningen enzovoorts (figuur 3.3).

Een bedrijf starten wordt de ondernemer dan ook in feite vrij lastig gemaakt. Wanneer hier vanaf een internationaal perspectief naar gekeken wordt blijkt dit beeld inderdaad te kloppen; het ondernemerschap is in Nederland niet populair. De Global Entrepreneurship Monitor (Bosma & Wennekens 2004) bekijkt jaarlijks de ontwikkeling van het ondernemerschap in ruim dertig landen door middel van een index gebaseerd

### **Figuur 3.3**

#### *Regelgeving rond het starten van een onderneming*

Een blik op de website van de Kamer van Koophandel (2005) maakt duidelijk dat er heel wat komt kijken bij het starten van een onderneming. Een korte opsomming:

- Huisvesting: de ondernemer krijgt te maken met huurcontracten, bestemmingsplannen en, afhankelijk van het type activiteit, een vestigingsvergunning;
- Financiering: banken kunnen een starterskrediet verlenen op basis van een goed ondernemingsplan;
- Verzekeringen: aansprakelijkheid, bedrijfsverzekeringen;
- Belastingen: inkomstenbelasting, BTW/omzetbelasting, vennootschapsbelasting. De hoogte van het BTW tarief hangt af van de bedrijfsactiviteit. Jonge bedrijven kunnen in sommige gevallen gebruik maken van de 'kleine ondernemersregeling' waardoor ze minder BTW hoeven af te dragen;
- Inschrijving in het handelsregister Kamer van Koophandel: dit is voor bijna alle ondernemingen verplicht en vereist een jaarlijkse bijdrage;
- Registreren van auteursrechten, merken en uitvindingen;
- Vergunningen aanvragen: vestigingsvergunning, marktvergunning, bouwvergunning, milieuvergunning, horecavergunning.

En dit is slechts voor de ondernemer zelf. Mocht een ondernemer personeel aannemen dan komt er nog veel meer bij kijken. Het personeel moet aangemeld worden bij de belastingdienst, UWV en de Arbo-dienst. En de ondernemer betaalt loonheffing en verzekeringspremies voor de werknemer (KvK, 2005).

Voor het starten van een bedrijf aan huis zijn ook bepaalde regels opgesteld. Voor een ondernemer met een vrij beroep (advocaat, tandarts, architect etc.) geldt in principe alleen de regel dat niet meer dan 33 procent van de woning in beslag genomen mag worden door de bedrijfsactiviteit.

Bedrijfsmatige activiteiten zijn in principe strijdig met de woonbestemming uit het bestemmingsplan. Hiervoor kan vrijstelling worden gekregen als aan de volgende voorwaarden wordt voldaan:

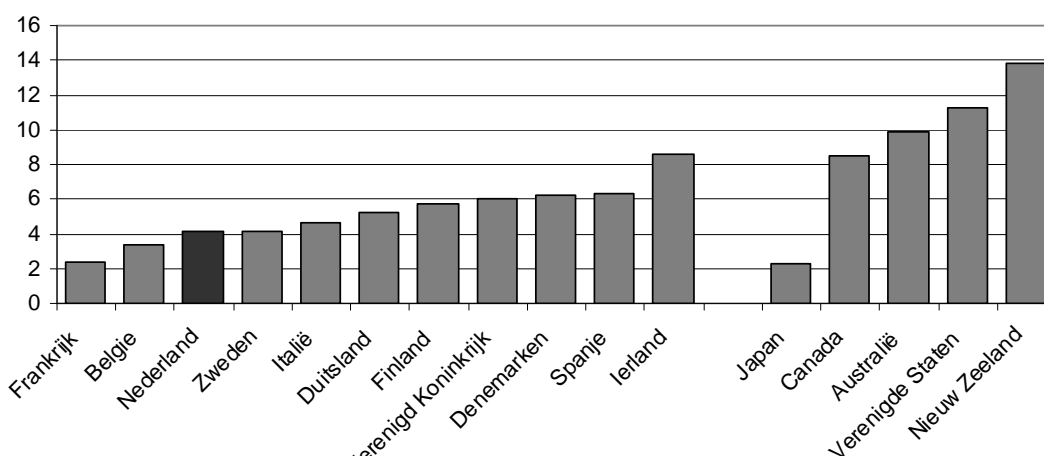
- Maximaal gebruik van 30 procent van de woning;
- Handhaven woonkarakter van de woning;
- Geen afbreuk aan het woon- en leefmilieu in de omgeving;
- Geen bedrijfsmatige opslag in de open lucht;
- Geen reclame-uitingen;
- Geen sprake van onevenredige verkeersoverlast/parkeren;
- De activiteit mag niet vallen onder de wet Milieubeheer;
- De bedrijfsuitoefening is alleen toegestaan door de bewoner van de woning;
- Detailhandel wordt altijd expliciet uitgesloten.

Als de ondernemer zonder toestemming een bedrijfsmatige activiteit aan huis begint, kan dit leiden tot het stilleggen van het bedrijf.

op het aantal mensen dat bezig is met het opzetten van een onderneming, en ondernemers die actief zijn in hun eigen, jonge bedrijf (figuur 3.4). In de figuur is te zien dat Nederland betrekkelijk laag scoort. Nederland kan dus niet echt als een ondernemersland worden aangemerkt. De oorzaak hiervan zit deels in de institutionele context die hierboven is geschetst. Het blijkt in Nederland namelijk moeilijk te zijn om startkapitaal te krijgen en er gaan veel administratieve kosten gepaard met een bedrijf opzetten of personeel in dienst nemen. Een andere oorzaak voor de lage score van Nederland op de index is de houding ten opzichte van het ondernemerschap; vooral jongeren kijken vaak negatief aan tegen het ondernemerschap. Wel is de mededinging en de formele kapitaalmarkt goed ontwikkeld, mede door toedoen van de Nederlandse overheid (Bosma & Wennekers 2004). Overigens is in de figuur ook te zien dat bijna alle Europese landen slechter scoren dan de Angelsaksische landen.

**Figuur 3.4**

Index voor nieuw ondernemerschap<sup>1</sup>, gemiddelden voor 2002-2003



Bron: Bosma & Wennekers, 2004

<sup>1</sup> Deze index is gebaseerd op het percentage van de bevolking tussen 18 en 65 jaar dat óf bezig is met het opzetten van een eigen onderneming, óf ondernemer is in een jong eigen bedrijf (jonger dan 42 maanden).

### 3.2.4 De ene starter is de andere niet

Hoewel in de literatuur allerlei typologieën van starters worden gepresenteerd (Verhoeven 1994, Schutjens & Wever 1996), wordt hier volstaan met het noemen van één typologie, die van Dirks e.a. (2003) waarin zeven typen starters worden onderscheiden (tabel 3.2). Deze typologie is actueel en houdt rekening met recente ontwikkelingen. Ook komt erin een aantal groepen starters naar voren die goed in een

**Tabel 3.2**

*Typen starters.*

<i>Startvorm</i>	<i>Definitie</i>
Klassieke starters	De ondernemer als innovator, eigenaar, manager en iemand die risico neemt
Hybride starters	Starters die het ondernemerschap combineren met andere (economische) activiteiten (loondienst, zorg en/of scholing).
Hybride tweeverdienerschap	Starters van wie de partner in loondienst werkt.
Starters vanuit uitkering	Starters die vanuit een uitkerings situatie starten.
Vrouwelijke starters	Vrouwen die een onderneming starten.
Zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers)	Ondernemers die geen personeel in dienst hebben, geen eigen ondernemingsruimte hebben en niet werkzaam zijn in de detailhandel.
Oudere starters	Starters van 50 jaar en ouder.

Bron: Dirks e.a., 2003.

woning geacommodeerd kunnen worden, zoals de zzp'er en de hybride tweeverdiener. De typen 'hybride tweeverdienerschap' en 'oudere starters' zijn in de typologie opgenomen omdat de onderzoekers een sterke toename van deze groepen verwachten. De categorieën kunnen elkaar overlappen, aangezien een oudere starter uiteraard ook een vrouw kan zijn.

De klassieke starter is de ondernemer zoals men die zich doorgaans voorstelt: iemand met een mooi idee, een hoge winstverwachting en bereid veel te investeren en veel risico te nemen. Dit type ondernemer is vaak een man met een relatief lage opleiding. Hij heeft vaker personeel in dienst en het bedrijf heeft een relatief hoge overlevingskans. Hybride starters hebben naast hun eigen bedrijf nog een baan in loondienst, volgen een opleiding of nemen zorgtaken voor hun rekening. Deze vorm van ondernemerschap is sterk in opkomst. Hybride starters zijn vaak minder bereid risico's te nemen dan de klassieke starter en hebben een bescheidener winstoogmerk. Een soort tussenvorm is de hybride tweeverdiener. In dit geval is de ondernemer wel volledig op het bedrijf gericht, maar heeft een partner die in loondienst werkt. Deze starter zal minder financieel afhankelijk zijn van zijn bedrijf dan de klassieke starter en zal waarschijnlijk ook minder op winst gericht zijn. Een hele andere categorie starters betreft de ondernemer die start vanuit een uitkerings situatie; ongeveer 10 % van de starters in 2004 (Van Velden e.a. 2006). Deze ondernemer start niet omdat hij nu eenmaal graag ondernemer wil worden, maar omdat hij geen andere keus heeft; hij kan hiermee werkloosheid ontlopen. Deze vorm van ondernemerschap wordt door de overheid gestimuleerd middels de regelingen Besluit bijstandverlening zelfstandigen (Bbz) en Besluit starterskrediet arbeidsgehandicapten (Bsa). Na de beoordeling van het ondernemersplan kan de uitkeringsgerechtigde starter een startkrediet ontvangen, dat grotendeels door het Rijk betaald wordt. Veel uitkeringsgerechtigden blijken onbemiddelbaar voor een baan in loondienst, omdat ze bijvoorbeeld moeite hebben met gezag. Dan kan het zelfstandig ondernemerschap een aardig alternatief zijn. Het blijkt alleen niet makkelijk om een startkrediet te krijgen, omdat het reïntegratietraject voornamelijk gericht is op het werknemerschap. Uitkeringsinstanties kunnen het traject naar het zelfstandig ondernemerschap begeleiden, maar zij staan vooralsnog niet te springen om het ondernemerschap te stimuleren. Bovendien is de kans op falen van een nieuwe onderneming vrij groot (Den Blijker 2004, Lucassen 2004). De vrouwelijke starter kan ook als een aparte categorie worden aangeduid. De beweegredenen van vrouwen om een onderneming te starten zijn vaak anders dan die van de klassieke starter. Vrouwen noemen zelden financiële motieven om te starten, maar wel de mogelijkheid om tevens zorgtaken uit te kunnen blijven oefenen. Vrouwen starten hun onderneming bovendien vaker parttime dan mannen. Ook een groep op zich vormen de zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers). Deze ondernemer houdt er vaak een baan in loondienst bij en is soms meer werknemer dan ondernemer: de zzp'er laat zich inhuren door grote bedrijven om opdrachten uit te voeren, met als verschil dat de zzp'er meer vrijheid en autonomie heeft in vergelijking met werknemers. Zzp'ers zijn in veel verschillende branches actief, maar kenmerken zich door een relatief hoog opleidingsniveau en een beperkte focus op winst. Ten slotte kan de groep oudere starters onderscheiden worden. Dit is een categorie die sterk in opkomst is; in 2003 zijn 12.000 45-plussers een eigen bedrijf begonnen, een vijfde van het totale aantal inschrijvingen bij de Kamer van Koophandel. Ze blijken ook vrij succesvol te zijn. Zo komt het steeds vaker voor dat werknemers bij een afvloeiingsregeling hun klantrelaties mee kunnen nemen of dat ze een gouden handdruk krijgen die als startkapitaal kan fungeren. Bovendien hebben ouderen meer ervaring en een groter netwerk waar ze op kunnen steunen. Ook kunnen ze makkelijker een huis of levensverzekering als onderpand inzetten. Voor ouderen geldt, evenals voor uitkeringsgerechtigden, dat de start vaak uit nood geboren is door ontslag of onvrede met de huidige baan (Van den Berg 2005).



### 3.3 Levensloop van een onderneming

Het is duidelijk dat er ondernemers in allerlei soorten en maten bestaan. Dit geldt ook voor de onderneming zelf. Een onderneming kan niet worden gezien als een *black box*, want er zijn veel verschillende ontwikkelingsscenario's mogelijk. Een bedrijf doorloopt tijdens de levensloop meerdere fasen. Deze fasen zijn vaak niet eenvoudig als dusdanig te onderscheiden, maar kennen een gradueel verloop. Ook kan het tijdens de levensloop nog alle kanten opgaan; van groei naar krimp en van stabilisatie naar bedrijfsbeëindiging. In onderstaand model (figuur 3.5) zijn de fasen in de bedrijfsontwikkeling vereenvoudigd weergegeven. De ontwikkeling loopt van *start-up*

#### **Figuur 3.5**

*Fasen in de bedrijfsontwikkeling en de daaraan gerelateerde rol van de ondernemer*

<b>Business stage</b>	<b>Related role</b>
Start-up	Entrepreneur
Survival	↓
Growth	Manager
Expansion	↓
Maturity	Leader

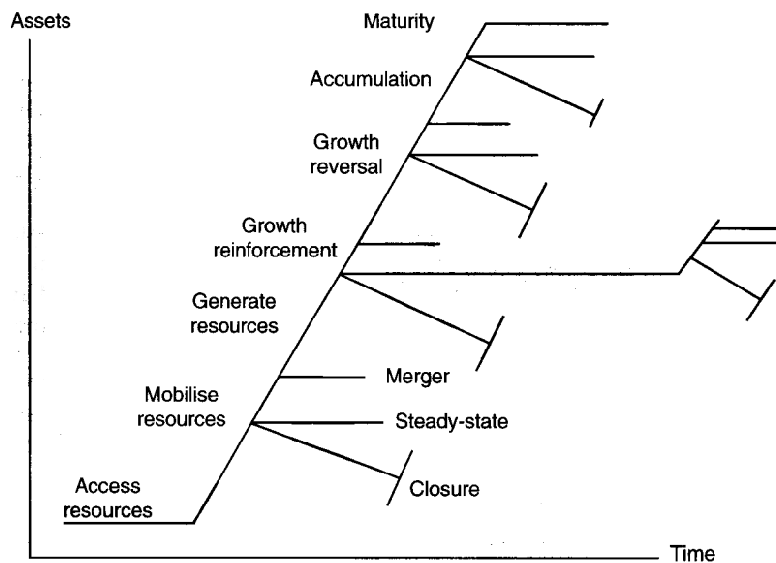
Bron: Bridge et al. (2003), eigen bewerking.

tot volwassenheid. Om volwassenheid te bereiken is in eerste instantie overleving noodzakelijk. Het bedrijf richt zich dan nog voornamelijk op prestaties op de korte termijn. Hierna volgt de fase van groei, waarbij er sprake is van een toename van de omzet, de winst, het personeel en vaak ook de productielijn of dienstenaanbod. In de volgende fase, expansie, is er sprake van een toename van het marktaandeel en een nog grotere groei van het aantal personeelsleden. In de fase van volwassenheid is de groei nog maar beperkt. Dit kan onder meer veroorzaakt worden doordat de markt niet meer groei toelaat of doordat de eigenaar geen verdere groeiambities heeft (Bridge et al. 2003). Figuur 3.5 laat tevens zien hoe de rol van de ondernemer door de tijd verandert. In eerste instantie is de ondernemer nog voornamelijk bezig met de ontwikkeling en implementatie van zijn idee of product en het opbouwen van een relatienetwerk. Op het moment dat het product stevig in de markt staat, er een hechte klantenkring is opgebouwd en er uitbreiding van het personeel heeft plaatsgevonden, verandert de rol van de ondernemer. Hij wordt dan een manager die zijn personeel moet aansturen en taken moet delegeren. Alleen de meest belangrijke beslissingen worden door de ondernemer genomen. Op het moment dat de ondernemer vervolgens 'leider' wordt, gaat hij zich nog enkel bezig houden met beslissingen op een hoog strategisch niveau. Het hierboven gepresenteerde model geeft een vrij eenzijdig beeld van de ontwikkeling van een onderneming, omdat er maar één mogelijke ontwikkeling wordt aangegeven, namelijk die van start-up naar groei en volwassenheid. In de praktijk blijken veel ondernemingen al deze fasen niet zo lineair te doorlopen. Er kan sprake zijn van een stabiele ontwikkeling, dus nauwelijks groei, maar ook geen beëindiging. Ook is het mogelijk dat, na een lange stabiele periode, er alsnog groei ontstaat. Figuur 3.6 laat het model van Garnsey (1996) zien, waarin meer variatie in het aantal mogelijkheden is opgenomen, zoals een stabiele fase (*steady state*). Het merendeel van de kleine- en middelgrote bedrijven bevindt zich in deze fase. In het model van Garnsey is het in elke fase mogelijk dat er een fusie is, een stabiele ontwikkeling of een beëindiging van de bedrijfsactiviteiten. Een andere relevante ontwikkeling, die echter niet in het model is

opgenomen, is een negatieve bedrijfsontwikkeling. In dit geval is er sprake van een dalend marktaandeel en een afnemende winst. Dit kan veroorzaakt zijn door de economische conjunctuur, maar het kan ook het gevolg zijn van gebrekkige capaciteiten van het management of de ondernemer. Een afname van de bedrijfsresultaten hoeft niet per definitie het einde van een onderneming te betekenen. Er kunnen zelfs weer nieuwe fasen van groei volgen. Kortom, de ontwikkeling van een onderneming vertoont in ieder geval niet altijd een lineair stijgende lijn.

### **Figuur 3.6**

*De verschillende ontwikkelingsmogelijkheden van een onderneming*



Bron: Garnsey, 1996

Samenhangend met de levensloop van een onderneming, is de besluitvorming over de huisvesting. In de opstartfase ligt een thuislocatie vanwege de lage kosten en beperkte risico's meer voor de hand dan tijdens de fasen van groei en expansie, omdat er dan in veel gevallen ruimtegebrek ontstaat. In de latere fasen zal veelal een bedrijfsverhuizing een belangrijk element in de ontwikkeling van een bedrijf zijn. In eerste instantie is een bedrijfsverhuizing vaak het gevolg van bedrijfsinterne ontwikkelingen, zoals groeiende productie, reorganisatie of efficiency-overwegingen. Hierdoor kan ontevredenheid ontstaan over het huidige pand; de kwaliteit is niet meer toereikend, het pand is te klein of er zijn niet genoeg parkeerplaatsen. Ruimtegebrek wordt het vaakst als argument voor een verplaatsing aangedragen, maar is veelal de uitkomst van een verandering in de organisatie van de onderneming (Pen 2002, Pellenbarg 2005). In hoofdstuk 4 zal dieper ingegaan worden op het verhuisgedrag van (startende) ondernemers. De rol van de woning bij ondernemingen in het algemeen en bij startende ondernemers in het bijzonder komt aan de orde in de volgende paragraaf.

### 3.4 Startende ondernemers vanuit de woning: een internationale verkenning

Na de behandeling van ondernemers in het algemeen en van starters in het bijzonder, volgt in deze paragraaf het hoofdthema van deze studie, namelijk de startende ondernemer vanuit de woning. Er wordt een overzicht gegeven van de beschikbare literatuur. Er is nog maar weinig empirisch onderzoek verricht naar startende ondernemers die vanuit huis werken. Landelijke gegevens over het aantal starters vanuit de woning zijn onbekend. Slechts twee regionale studies werpen licht op de huisvesting van de startende ondernemer. Zo blijkt uit een onderzoek van Kampkuiper e.a. (2000) dat de helft van de starters in Amsterdam, Rotterdam en Groningen vanuit huis begint. Schutjens en Stam (2003) vinden een nog hoger aandeel: uit hun onderzoek blijkt dat 87 % van de starters aan huis start. In dit geval gaat het om ondernemers in de industrie en zakelijke dienstverlening in Groningen, Twente en Amsterdam. Zij ontdekten tevens

**Tabel 3.3**

*Overzicht studies op het gebied van home based business, in volgorde van vermelding in de tekst*

Auteur(s)	Jaar	Onderwerp	Doelgroep	Regio
Kampkuiper e.a.	2000	Huisvestingswensen	Startende ondernemers	Amsterdam, Rotterdam, Groningen
Schutjens & Stam	2003	Locatiedynamiek	(Startende) ondernemers	Groningen, Twente, Amsterdam
Mensen & Van Rijt-Veltman	2005	Aard en kwaliteit van bedrijfslocaties	MKB-ondernemingen	Nederland
Louw & Hoppenbrouwer	2002	Huisvestingswensen, tevredenheid woonomgeving	Kleinschalige ondernemers	Oostelijk Havengebied Amsterdam
Van den Tillaart e.a.	2005	Vraag- en aanbod kleinschalige bedrijfshuisvesting	Ondernemers	Westflank Utrecht
Pratt	1999	Exploratief onderzoek naar kenmerken ondernemers aan huis	Ondernemers aan huis	Verenigde Staten
Phillips	2002	E-commerce en kleinschalige bedrijvigheid	Ondernemers aan huis	Verenigde Staten
Masuo et al.	1992	Eigenschappen van <i>home based workers</i>	Thuiswerkers: in loondienst en eigen baas	Negen staten in de Verenigde Staten, excl. grote steden
Rowe et al.	1999	Bijdrage van ondernemers aan huis aan de rurale economie	Ondernemers aan huis	Negen staten in de Verenigde Staten
Walker & Brown	2004	Succesfactoren voor kleine ondernemers	Kleine ondernemers, ondernemers aan huis	West Australië
Thorns et al.	2004	Het afstemmen van werk en privé	Huishoudens, ondernemers aan huis	Nieuw-Zeeland

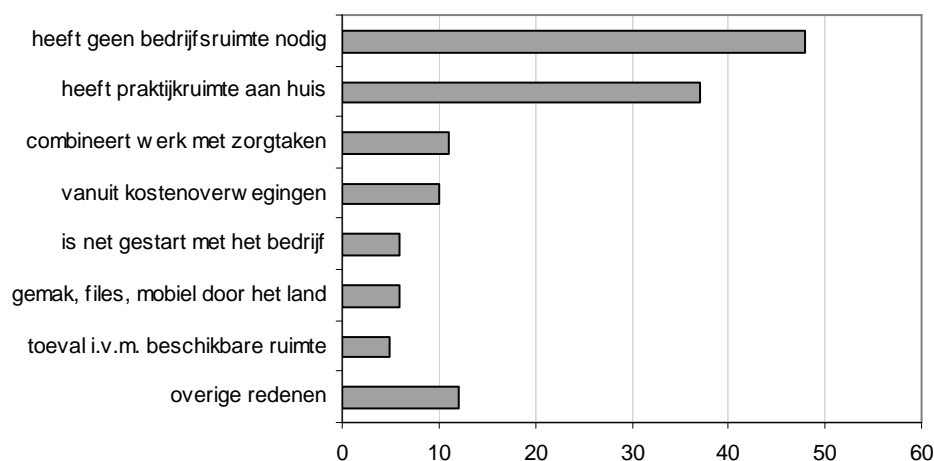
dat 63 % van deze groep na vijf jaar nog steeds in de woning is gevestigd. Voor een zeer grote groep doet de woning dus dienst als bedrijfslocatie. Het is daarom

verwonderlijk dat er zo weinig empirisch onderzoek is verricht naar de huisvesting van startende ondernemers. Dit geldt niet alleen voor Nederlandse maar ook voor internationale studies. Veel internationale literatuur gaat in op *home based businesses* (HBBs) in specifieke sectoren: de informele sector in ontwikkelingslanden (Tipple 2005), traditionele handenarbeid in bijvoorbeeld de textielsector (Soldressen & Fiorito 1998) of vrouwelijke thuisondernemers (Oberhauser 1995, Edwards & Field-Hendrey 2002), met als voorbeeld *homemaker entrepreneurs*; over vrouwen die een eigen huishoudbedrijfje beginnen (Singh & Lucas, 2005). Vanwege het specifieke karakter van deze studies zal hier niet verder op in worden gegaan. Vele ondernemingen aan huis gaan echter verder dan *kitchen table CEOs*; een substantieel deel bestaat uit zakelijke dienstverleners die, ingegeven door moderne ICT-ontwikkelingen, nu eenmaal niet de noodzaak hebben om een eigen bedrijfspand te hebben. Het feit dat het bedrijf aan huis gevestigd is hoeft niets te zeggen over de professionaliteit of geloofwaardigheid. Wel is het zo dat ondernemers aan huis vaker persoonlijke motieven noemen om een eigen onderneming te starten dan ondernemers in een bedrijfspand. Financiële overwegingen komen meestal op het tweede plan. Een overzicht van de studies op het gebied van de huisvesting van ondernemers is te zien in tabel 3.3. Hieronder zullen deze studies kort behandeld worden.

Het EIM (Mensen & Van Rijt-Veltman 2005) heeft een studie uitgevoerd naar de huisvesting van kleine- en middelgrote bedrijven (MKB-bedrijven), waarbij een panel van 1.800 MKB-ondernemers is ondervraagd. Uit deze studie blijkt dat een kwart van de MKB-ondernemingen in of aan een woonhuis is gevestigd. Dit zijn overwegend jonge bedrijven. Maar ook een aanzienlijk aandeel oudere bedrijven is in de woning gevestigd (een kwart van de ondernemingen tussen de 16 en 20 jaar). Slechts één procent van de MKB-ondernemingen heeft meer dan tien personen werkzaam in, vanuit of bij de woning. De onderzoekers hebben deze ondernemers ook gevraagd waarom zij in of aan

### **Figuur 3.7**

*Redenen voor bedrijfsruimte in/aan het woonhuis, % van de MKB-ondernemers dat deze reden noemt*



Bron: Mensen & Van Rijt-Veltman 2005

huis zijn gevestigd (figuur 3.7). Het merendeel gaf hierbij aan geen behoefte te hebben aan een bedrijfsruimte, omdat een groot deel van de bedrijfsactiviteiten op locatie plaatsvindt. Ook hebben veel ondernemers een praktijkgedeelte aan huis. Dit zijn

meestal de zogenaamde vrije beroepsbeoefenaren, zoals tandartsen, huisartsen, architecten enzovoorts. Een opvallende uitkomst van het onderzoek is dat slechts zeven procent van de aan huis werkende ondernemers aangaf binnen vijf jaar te willen verhuizen naar een zelfstandig bedrijfspand of bedrijfsverzamelgebouw (Mensen & Van Rijt-Veltman 2005). Voor veel ondernemers is de bedrijfsvoering aan huis blijkbaar een optimale situatie. Louw en Hoppenbrouwer (2002) richten zich op kleinschalige ondernemers in de woongebieden (dus zonder bedrijventerreinen, winkelcentra en bedrijfsverzamelgebouwen) van het Oostelijk Havengebied in Amsterdam. Uit hun onderzoek komt naar voren dat bijna driekwart van deze ondernemers in een woning is gevestigd. Een belangrijke conclusie uit hun onderzoek is dat ondernemers gevestigd in woningen vaker woonmotieven als verhuisredenen opgaven dan ondernemers in bedrijfsgebouwen. Het merendeel van de ondernemers geeft aan dat de combinatie wonen en werken niet hinderlijk is voor het bedrijf. Opvallend is ook dat de ondernemers aan huis weinig eisen aan huisvesting stellen. De grootte van de werkruimte wordt het vaakst genoemd; in het Oostelijk Havengebied hebben ondernemers aan huis een werkruimte van gemiddeld 31 m<sup>2</sup>. Van de ondernemers in de Westflank van Utrecht, bestaande uit de wijken Kanaleneiland, Zuilen, Ondiep, Pijlsweerd en Overvecht, heeft 30 % een bedrijf aan huis. De gemiddelde oppervlakte werkruimte is hier met 40 m<sup>2</sup> overigens een stuk groter (Van den Tillaart e.a. 2005).

Eén van de weinige uitgebreide internationale studies naar *homebased business* (HBBs) is die van Pratt (1999) in opdracht van de Amerikaanse Small Business Administration. Uit dit onderzoek blijkt dat er in de Verenigde Staten zo'n 10 tot 12 miljoen HBBs zijn, oftewel meer dan de helft van het totale aantal bedrijven (exclusief landbouw). Samen dragen deze HBBs 314 miljard dollar (11 %) bij aan de economie. Wel verdienen HBBs gemiddeld minder dan hun uithuizige collega's, hoewel er wel een aantal uitschieters naar boven zijn. Uit het onderzoek van Pratt bleek ook dat de meeste starters aan huis bouwondernemingen zijn. Uit tabel 3.1 bleek dat ook in Nederland het aantal bouwondernemingen fors is toegenomen. Wellicht spelen in de Verenigde Staten dezelfde motieven een rol, namelijk dat veel voormalige werknemers voor zichzelf zijn begonnen en een eenmansbouwbedrijf hebben opgericht. In het onderzoek komen ook de persoonlijke karakteristieken van thuisondernemers aan bod. Zij geven aan dat ze met name ondernemer zijn geworden vanwege de mogelijkheid om 'eigen baas' te zijn. Inkomen is van minder belang. Het is zelfs zo dat de HBB vaak fungeert als tweede inkomen. Ook hebben eigenaren van HBBs vaak minder personeel dan hun uithuizige collega's en werken ze gemiddeld minder uren. Uit het onderzoek blijkt tevens dat thuisondernemers vaker vrouw zijn, getrouwd, geboren in de Verenigde Staten, hoger opgeleid en jonger dan ondernemers in een bedrijfspand. Er is geen verschil gevonden tussen ondernemers die wel of niet een onderneming in de familie hebben, of eerdere ervaring hebben met een familiebedrijf of managementervaring. Vaak wordt juist gesuggereerd dat deze omstandigheden ondernemerschap stimuleren (Pratt, 1999). Onderzoek van Phillips (2002) bevestigt de meeste bevindingen van Pratt en richt zich tevens op het belang van internet voor HBBs. Hij verwacht dat HBBs zich vooral richten op *business-to-business e-commerce* (B2B) en *business-to-consumer e-commerce* (B2C) overlaten aan de 'grote jongens'. Bij B2B *e-commerce* gaat het enkel om levering van producten of diensten via internet aan bedrijven en niet aan de markt. Verder verwacht Phillips dat de woning voor veel thuisondernemers als 'experimenteerruimte' wordt gezien. Velen beginnen met een zeer bescheiden startkapitaal, vaak geleend van

familie of vrienden, en hebben daarnaast nog een ander inkomen (Phillips 2002). Een andere belangrijke bevinding van Phillips is dat de grootste concentraties van HBBs voornamelijk in rurale gebieden voorkomen. Deze ondernemers zijn het onderwerp van het onderzoek van Masuo et al. (1992). Zij hebben in rurale gebieden in negen Amerikaanse staten onderzoek gedaan naar twee verschillende typen *home based workers*: degenen die thuis werken, maar wel in loondienst (werknemers), en degenen die thuis een onderneming hebben (ondernemers). Een opvallende uitkomst is dat de ondernemers een stuk minder inkomsten hebben dan de werknemers; een verschil van gemiddeld 9.000 dollar. Ook zijn de ondernemers vaker ouder, wonen langer in een bepaalde plaats en bezitten vaker een eigen huis dan de werknemers. Tevens hebben de ondernemers vaker seizoensgebonden werk en werken ze meer in deeltijd. Bovendien zijn de ondernemers minder actief in marketing en verkoop, maar zijn daarentegen vaker onderhoudsmonteur, vrachtwagenchauffeur of schoonmaker; beroepen die veel weg hebben van de Nederlandse zzp'er. Ook is het aandeel ondernemers in de landbouwsector vrij fors. Aangezien het onderzoek zich richt op plattelandsgebieden zijn de resultaten niet te generaliseren. Het grote aandeel ondernemers in de landbouwsector en seizoensgebonden werk geeft duidelijk aan dat er een *rural bias* is. Deze grote concentratie HBBs op het platteland kan natuurlijk verklaard worden door het aantal boerenbedrijven met een woning op het erf. Maar er zijn ook nog andere verklaringen, zoals het gebrek aan voorzieningen op het platteland, waar HBBs op in kunnen spelen. Het overgrote deel (88 %) van de thuisondernemers op het platteland verkocht zijn producten binnen de eigen staat (Rowe et al., 1999). De komst van HBBs naar het platteland kan helpen om het gebied te verlevendigen; op deze manier blijft geld lokaal circuleren en bovendien kunnen HBBs werkgelegenheid opleveren. Op het moment dat een HBB lokaal materialen inkoopt en zijn producten buiten de regio verkoopt wordt er geld in het gebied ingebracht, waardoor het positieve effect van HBBs voor de lokale economie maximaal is (Rowe et al., 1999). Op de positieve effecten van HBBs op de lokale economie wordt in hoofdstuk 5 verder ingegaan. Onderzoek van Walker en Brown (2004) vermeldt dat in Australië 58 % van de bedrijven aan huis is gevestigd. Gezien het agrarische karakter van Australië is dit overigens niet erg verwonderlijk. De onderzoekers bepleiten dat HBBs serieuzer genomen moeten worden; het zijn zeker niet altijd eenmanszaken, in de traditionele ambachten, in deeltijd gerund door vrouwen.

In de studie van Thorns et al. (2004) komt een heel andere dimensie van de koppeling van werkplek en woning aan de orde: de gevolgen van werken aan huis (waaronder ondernemen aan huis) voor het gezinsleven. Hiervoor hebben zij een kwalitatieve studie uitgevoerd onder huishoudens in Nieuw-Zeeland. Zij beargumenteren dat werk steeds vaker thuis uitgevoerd wordt, waardoor de grenzen tussen werk en thuis steeds meer vervagen. Gezinnen moeten dan ook nieuwe afspraken maken over de taakverdeling. Aan de hand van citaten uit interviews wordt duidelijk welke problemen werken in huis kan opleveren; zo is er een gezin dat per se op vakantie moet gaan om vakantie te hebben, omdat hun klanten ook hun vrienden zijn en verwachten dat ze aan het werk zijn als ze thuis zijn. Een ander voorbeeld is een gezin dat de afspraak heeft gemaakt dat één dag per week, ongeacht welke dag, de computer verplicht uitblijft. Door het werken aan huis is het namelijk erg verleidelijk om elke dag even wat te werken. Eén van de oplossingen die de onderzoekers aandragen is het bouwen van een aparte ruimte voor de werkzaamheden, zodat werk en privé toch fysiek gescheiden zijn.

### 3.5 Conclusie

Hoewel Nederland niet bepaald een ondernemerscultuur heeft is een onderneming starten erg populair. In 2004 is het aantal starters zelfs naar een recordhoogte gestegen. Dit neemt niet weg dat het starten van een onderneming niet vanzelf gaat; de vele regels kunnen ontmoedigend werken. Toch wagen velen de sprong, waaronder steeds vaker ouderen, uitkeringsgerechtigden en hybride starters die er een baan in loondienst bij hebben. Veel van deze ondernemers hebben maar een beperkt winstoogmerk en zijn al tevreden met een stabiele ontwikkeling. De groei van ondernemer naar manager en uiteindelijk leider zal niet elke ondernemer willen maken, en vaak ook niet kunnen maken. De meeste kleine- en middelgrote bedrijven bevinden zich in deze stabiele fase en hebben daar vrede mee. Voor een aanzienlijk deel van deze ondernemers zal de woning een goede bedrijfslocatie zijn én blijven. Maar er zijn ook steeds meer groeiende ondernemers in de zakelijke dienstverlening die ervoor kiezen aan huis te blijven en met virtuele toepassingen professioneel en representatief genoeg overkomen, waardoor de fysieke ruimte van ondergeschikt belang wordt. De vraag is dan ook in hoeverre ondernemers na verloop van tijd hun woning 'ontgroeien'. Vreemd genoeg is er weinig empirisch materiaal beschikbaar over starters vanuit de woning. Wat uit de beschikbare studies wel duidelijk wordt is dat een aanzienlijk aantal ondernemers aan huis start en dat velen daar blijven. Uit de meer algemene studies naar *homebased businesses* blijkt dat de thuisondernemer minder voor zijn inkomen afhankelijk is van het bedrijf, dat persoonlijke motieven een grote rol spelen en dat de thuisondernemer vaker in deeltijd werkt dan de ondernemer in een bedrijfspand. *Homebased businesses* zijn in grote aantallen aanwezig en dragen aanzienlijk bij aan de economie, waardoor deze groep bedrijven zeker serieus genomen moet worden. Gezien de kennislacune wat betreft het gebruik van de woning als startlocatie is empirisch onderzoek dan ook meer dan gerechtvaardigd. De eisen die door ondernemers aan de startlocatie worden gesteld worden in het volgende hoofdstuk behandeld.





## 4 De locatie van startende ondernemers

### 4.1 Inleiding

Waar start een ondernemer zijn bedrijf? Natuurlijk hangt hier een veelvoud aan factoren mee samen, maar toch kunnen er in algemene zin wel uitspraken over worden gedaan. In de economische geografie en aanverwante disciplines bestaat een lange onderzoekstraditie naar het 'waar en waarom' van locatiekeuzes van bedrijven. Verschillende visies op dit fenomeen komen in paragraaf 4.2 aan bod. Daarnaast wordt ook gekeken naar de verhuisgeneigdheid van ondernemers en de locatieafhankelijkheid die veel ondernemers ervan weerhoudt hun heil elders te zoeken (§ 4.3). Ook de sociologische literatuur biedt inzicht in de binding van een ondernemer als individu met zijn thuisomgeving (§ 4.4). Het hoofdstuk wordt afgesloten met conclusies (§ 4.5).

### 4.2 Startlocatie

De neoklassieke economische theorie gaat ervan uit dat de startende ondernemer een locatie zoekt waar de kosten voor arbeid, grond en kapitaal zo laag mogelijk zijn, en waar de markt binnen bereik is. In deze visie wordt de ondernemer voorgesteld als een *homo economicus*; een rationeel denkende ondernemer met slechts een tweeledig doel: kostenminimalisatie en winstmaximalisatie. De ondernemer heeft in deze optiek volledig inzicht in de productiekosten en marktomstandigheden van locaties (volledige mededinging), zodat hij rationeel kan beslissen waar hij zich moet vestigen (Atzema e.a. 2002). Deze theorie kan een aardig uitgangspunt zijn voor economische modellen, maar staat ver van de werkelijkheid af. In werkelijkheid neemt een ondernemer niet altijd rationele beslissingen en bovendien is er geen sprake van volledige mededinging. Een ondernemer weet vaak niet waar de productiekosten het laagst liggen, maar bovendien hoeft dat niet eens de belangrijkste afweging te zijn. Vaak zijn de ambities en motieven van ondernemers minstens zo belangrijk. Deze staan centraal in de behaviorale theorie. In deze visie wordt de ondernemer gezien als een *homo psychologicus*, waarbij de keuzes die hij maakt maar deels rationeel zijn. Daarnaast spelen sociale contacten en familie ook een rol. De ondernemer is in dit geval eerder een *satisficer* dan een *maximizer*; hij zal met minder winst ook genoeg nemen (Atzema e.a. 2002). Voor veel ondernemers die starten vanuit huis zal dit ook gelden. Eén van de redenen waarom zij hun bedrijf aan huis willen hebben kan zijn dat ze dan werk met zorgtaken kunnen combineren. Dit kan een belangrijkere motivatie zijn dan financiële overwegingen. Ondernemers, en zeker starters vanuit huis, zijn niet per definitie op zoek naar gouden bergen, maar kunnen ook andere motivaties hebben. Welke dat zijn, zal verderop in dit hoofdstuk nog uitgebreid aan bod komen. Dit neemt niet weg dat economische motieven in de meeste gevallen het hoofdmotief zullen vormen. Maar om hier alleen de nadruk op te leggen maakt het beeld te eenzijdig.

In het licht van deze visie is het niet verwonderlijk dat veel ondernemers kiezen voor een eerste vestiging van hun bedrijf in hun eigen woonplaats. Dit is nu eenmaal bekend terrein. Bovendien hebben mensen vaak een gekleurd beeld van plaatsen. Vaak wordt de thuisregio of dichtbij gelegen regio's positiever beoordeeld dan verder weg gelegen

regio's, het zogenaamde *neighborhood effect*. Figueiredo & Guimaraes (1999) noemen de afkomst van de ondernemer zelfs de meest belangrijke factor bij een locatiebeslissing. Uit meerdere onderzoeken in Noord-Amerika en het Verenigd Koninkrijk blijkt dat respectievelijk 68 % en 90 % van de starters in de eigen regio begint (Hayter 1997). Ook vanuit het oogpunt van – wederom - kostenoverwegingen is een thuislocatie te prefereren boven andere locaties. Het zoeken naar een alternatieve locatie, in onbekend gebied, brengt ook kosten met zich mee. Deze informatiekosten, of zoekkosten, kunnen een starter ervan weerhouden elders een vestiging op te zetten, ook als dit betekent dat daar de kosten voor arbeid en bijvoorbeeld huurprijs lager liggen (Figueiredo et al. 2002). Omdat de ondernemer al over informatie beschikt over zijn eigen regio, en de juiste ingangen weet om bijvoorbeeld starterssubsidie aan te vragen, bespaart hij hiermee ook aanzienlijk in zoekkosten. Op deze manier wordt toch nog enigszins aangesloten bij de neoklassieke economische nadruk op kosten, met als verschil dat niet zozeer productie-, arbeid- of loonkosten een hoofdrol spelen, als wel de kosten die gepaard gaan met het zoeken naar de optimale locatie. Uit de empirische studie van Figueiredo et al. (2002) blijkt zelfs dat ondernemers gevestigd in de thuisregio bereid zijn tot meer dan drie keer zoveel loon te betalen voordat ze een alternatieve locatie overwegen. Door te kiezen voor bekend terrein wordt een deel van de onzekerheid van de ondernemer weggenomen. De thuisbasis fungeert als het ware als een *seedbed*, een voedingsbodem rijk gevuld met hulpbronnen die de starter kent en waarvan hij gebruik kan maken (Hayter 1997).

Naast deze puur economische benadering vanuit het individu is het ook mogelijk naar de locatie van starters te kijken vanuit geografisch oogpunt. Deze benadering is meer gericht op het aanbod van hulpbronnen op macro niveau, in plaats van de individuele vraag van ondernemers. Vooral voor jonge ondernemers geldt dat informatie, diensten en andere hulpbronnen van groot belang zijn om de eerste levensjaren door te komen. Zo wordt er wel gesuggereerd dat met name binnensteden veel startende ondernemers weten aan te trekken, vanwege de daar aanwezige hulpbronnen. Bedrijfsruimte, arbeid en materialen zijn daar, vanwege de hoge dichtheid van mensen en bedrijven, in ruime mate aanwezig. Volgens deze *incubatietheorie*, oorspronkelijk bedacht door Hoover en Vernon (1962), is de binnenstad een broedplaats voor nieuwe economische activiteiten. Deze jonge bedrijven hebben vooral in de beginfase behoefte aan informatie en hulpbronnen van buitenaf, omdat de ondernemer hier vaak zelf nog niet over beschikt. Deze studie van Hoover en Vernon had betrekking op New York in het midden van de 20<sup>e</sup> eeuw; een totaal andere plaats en tijd. Maar de kern van hun betoog, namelijk dat starters sterk afhankelijk zijn van externe hulpbronnen in hun eerste levensfase, blijft nog steeds overeind. Als een bedrijf echter groter wordt zou het echter beter zelfstandig kunnen opereren en is een locatie in de binnenstad niet meer noodzakelijk. Dit is althans het geval volgens de complexe hypothese, geformuleerd door Leone en Struyck (1976). Zij stellen dat succesvolle, volwassen bedrijven na enige jaren verhuizen naar de stadsrand. Zij zijn dan minder afhankelijk van de aangeboden diensten in de binnenstad en bovendien kan er behoefte zijn aan een grotere ruimte. Deze opvatting gaat er vanuit dat bedrijven na verloop van tijd niet meer noodzakelijk elkaars nabijheid wensen. Als een *lonesome cowboy* zou de ondernemer zich onafhankelijk op het economische speelveld bewegen. Hoe kan dan worden verklaard dat veel ondernemers dan toch bij elkaar gevestigd zijn? Er zijn namelijk veel *sticky places* waar clusters van economische activiteiten ontstaan en zich verder ontwikkelen (Markusen 1996), zoals

het mediacluster in Hilversum of het beroemde high-techcluster in Silicon Valley in Californië. Deze ondernemers profiteren van 'agglomeratievoordelen'; door de vestiging in elkaars nabijheid kan men bijvoorbeeld gebruik maken van dezelfde toeleveranciers of personeel uitwisselen (Marshall 1920). Dit leidt tot schaalvoordelen; door het bijvoorbeeld gezamenlijk inkopen van grondstoffen kunnen kosten worden bespaard. Ook wordt het makkelijker om kennis met elkaar te delen; *face-to-face* is dit nog altijd makkelijker dan op afstand. Alfred Marshall was de eerste die al in 1890 de voordelen van agglomeratie beschreef; in de economische literatuur heeft dit nog veel navolging gekregen, zoals in de begrippen *industrial districts* (ook van Marshall) en Michael Porters bekende *cluster*-benadering (Porter 1990). *Lonesome cowboy* of niet, de studie van Leone & Struyk (1976) toont in ieder geval aan dat locatievoorkeuren gedurende de levensloop van een onderneming veranderen. Dit is ook bevestigd door een onderzoek van Holl (2004) naar industriële bedrijven in Portugal. Zij toont aan dat starters bij hun zoektocht meer oog hebben voor een gevarieerde lokale markt en arbeidskosten dan volwassen bedrijven. Bij bedrijfsverplaatsingen spelen de nationale markt, aanbod van diensten, de grootte van de aanwezige industrie en aanwezigheid van interregionale snelwegen een rol. Dit duidt erop dat de geografische *scope* van een bedrijf naar verloop van tijd wordt vergroot en daarmee het afzetgebied van het bedrijf (Holl 2004). Tegenover deze studies naar de startlocatie van ondernemingen stelt Pellenbarg dat vestigingsplaatsfactoren eigenlijk pas een rol gaan spelen bij een bedrijfsverplaatsing:

"Bij de start van een nieuw bedrijf bekommert de ondernemer zich meestal niet al te veel over de vraag waar hij of zij het nieuwe bedrijf zal vestigen. Andere vragen zijn in de startfase immers veel belangrijker voor de slaagkans van het nieuwe bedrijf: vragen over de financiering, het product, de mogelijke afzet, regels en vergunningen, het eventuele personeel. Het probleem van de bedrijfsbehuizing komt in de startfase echt op het tweede plan. Maar al te vaak wordt de huisvesting vanzelfsprekend gevonden in de woonplaats en niet zelden ook het woonhuis van de starter. (...) Voor al bestaande bedrijven die gaan verplaatsen is het belang van de locatiekeuze veel groter. Bedrijven die de startfase overleven gaan vroeger of later groeien en uit hun groei komt voorspelbaar ruimtegebrek voort, wat om verhuizing naar een ander, groter of beter pand op een andere plek vraagt. In zo'n situatie staat de locatiekeuze niet langer op het tweede plan maar wordt juist een beslissing van cruciale betekenis voor het voortbestaan van het bedrijf!" (Pellenbarg 2005, p. 104).

Tegelijkertijd dient het belang van 'locatie' niet overschat te worden; in het locatiekeuzeproces moeten veelal concessies worden gedaan. Huisvesting van ondernemers na de startfase is vaak meer afhankelijk van de beschikbaarheid van geschikte bedrijfspanden dan van de specifieke eisen betreffende de locatie van het pand. Het blijkt dat ondernemers een locatie toch niet simpelweg voor het kiezen hebben. Aangezien regionale verschillen in regelgeving en grond- en huurprijzen in Nederland zo goed als verdwenen zijn, gaan andere factoren een rol spelen in het locatiebeslissingsproces, zoals het aanbod van geschikte huisvesting (Louw & Olden 1996).

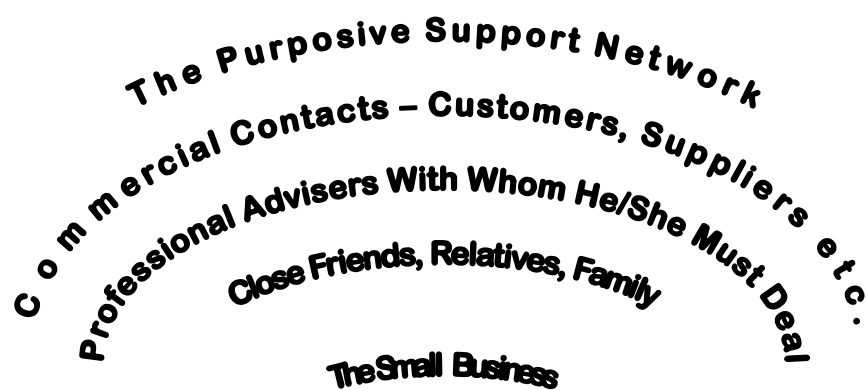
### 4.3 Verplaatsingen en locatieafhankelijkheid

De praktijk wijst uit dat een groot deel van de ondernemers start vanuit de woning. Doordat starten vanuit de woning laagdrempelig is (financieel aantrekkelijk, weinig aanpassingen nodig) kan iemand vrij spontaan een onderneming beginnen. Volgens een artikel in de Volkskrant over senior ondernemers is er niet meer nodig dan een BTW-nummer: "BTW-nummer regelen en voilà, de senior is een bedrijf" (Van den Berg 2005). Starten vanuit de woning is dan ook veel vanzelfsprekender dan algemeen wordt aangenomen. Maar waar zit de ondernemer na een aantal jaren? Ook dan blijft de eigen woning een populaire locatie. Uit empirisch onderzoek van Schutjens en Stam (2003), waarin starters in de industriële sector en zakelijke dienstverlening vijf jaar lang zijn gevolgd, blijkt dat na vijf jaar 63 % van de ondervraagde bedrijven nog steeds aan huis is gevestigd. Het is echter niet eenduidig aan te geven wat de optimale huisvesting voor een bedrijf is. Volgens Fraser (1999) is een bedrijf dat écht wil groeien beter af in een bedrijfspand dan thuis. Dit komt de geloofwaardigheid ten goede en biedt tevens mogelijkheden om nieuw personeel aan te nemen waardoor de productielijn of de diensten kunnen worden uitgebreid. Ruimtegebrek wordt vaak als belangrijkste reden genoemd voor een bedrijf om te verplaatsen (Louw & Olden 1996). Vanuit neoklassiek economisch oogpunt zal een bedrijf altijd de stap zetten naar zelfstandige huisvesting als hierdoor de kosten dalen en er meer winst gemaakt kan worden. Maar, zoals hierboven al aan bod kwam, de ondernemer 'is ook maar een mens'; een *satisficer* die belang hecht aan sociale netwerken, familie en een vertrouwde omgeving. Hierdoor zal hij niet per definitie de meest optimale, rationele keuze maken. Zeker voor jonge ondernemers geldt dat sociale contacten van groot belang zijn. Deze persoonlijke contacten hebben een grotere invloed dan zakelijke contacten (figuur 4.1). Een positief advies van een gemeenteambtenaar zal voor een startende ondernemer niet altijd opwegen tegen een negatief advies van een goede vriend.

Vrienden en familieleden hebben de meeste invloed op de jonge ondernemer, maar ook het opbouwen van persoonlijk contact met zakenrelaties wordt als een belangrijke *keep-factor* gezien. Veel ondernemers zijn 'ingebod' in een netwerk van persoonlijke zakencontacten, waarmee kennis en ervaring wordt gedeeld en op basis van vertrouwen en loyaliteit wordt samengewerkt. Op deze manier kan opportunistisch gedrag worden verminderd en wordt het opstellen van tijdrovende contracten, waarin alle afspraken formeel zijn vastgelegd, overbodig. Ondernemers zijn daardoor een stuk flexibeler in de uit te zetten koers. Bovendien kan door het delen van kennis het collectieve leerproces worden gestimuleerd (Granovetter 1985). Deze *embeddedness*-benadering zoals Granovetter (1985) die beschreef, gaat uit van een netwerk, zonder specifieke ruimtelijke context. Toch ontstaan *embedded* relaties vaak op lokaal niveau, omdat het belangrijk is regelmatig met elkaar rond de tafel te zitten om persoonlijk betrokken te raken. Deze relaties kunnen worden gezien als een vorm van locatiespecifiek kapitaal. Hiermee worden alle zaken van waarde bedoeld die niet eenvoudig 'mee te nemen' zijn (*intangible assets*). Een ondernemer moet veel tijd en geld investeren om dit lokale kapitaal op te bouwen, waardoor een bedrijfsverplaatsing als een risico kan worden gezien.

#### **Figuur 4.1**

De verschillende lagen in het netwerk van een jong bedrijf.



Bron: Bridge et al, 2003

Er wordt verondersteld vooral jonge ondernemers sterk afhankelijk zijn van hun omgeving. Zij zijn ingebed in de omgeving door het lokale kapitaal waarvan ze afhankelijk zijn, en ze zijn nog niet genoeg gegroeid om zich hiervan los te kunnen maken. Pas als een bedrijf een doorstart heeft kunnen maken zouden persoonlijke overwegingen en locatieafhankelijkheid minder belangrijk worden. Het bedrijf ontstijgt dan het lokale niveau en wordt steeds meer *footloose* en onafhankelijk van lokale contacten. *Embeddedness* zou er dan niet meer toe doen (Schutjens & Stam 2003). Maar het is nog maar de vraag of dit persoonlijke netwerk na verloop van tijd inderdaad aan belang inboet. Het is namelijk ook plausibel dat jonge bedrijven eerder geneigd zijn te verhuizen omdat zij makkelijker verplaatsbaar zijn, in tegenstelling tot oudere, grotere bedrijven die te maken hebben met hoge verzonken kosten (*sunk costs*) (Townroe, 1991). Verzonken kosten waar een starter aan huis mee te maken heeft zijn bijvoorbeeld de investeringen in de werkplaats, zoals het maken van een uitbouw aan huis, of enkele eenvoudige aanpassingen in de werkkamer. Dit zijn maar zeer beperkte investeringen in vergelijking met een groter bedrijf, dat te maken heeft met bijvoorbeeld huurcontracten en personeel.

Het is dus nog onduidelijk of een onderneming zich na verloop van tijd uit zijn lokale omgeving kan losweken. Het is wel evident dat er verschillende persoonlijke en financiële overwegingen zijn die de ondernemer lang op z'n plaats houden. Hoewel een bedrijf aan huis lang populair blijft, blijkt uit onderzoek van Van der Laan e.a. (2001) dat thuisgevestigde starters minder tevreden zijn over hun huisvesting dan hun zelfstandige collega's. Met name het gebrek aan een scheiding tussen werk en privé en uitbreidingsmogelijkheden worden als een groot manco gezien. Doordat de startende ondernemer nog geen sterke financiële basis heeft blijkt de stap naar een eigen pand toch moeilijk te zetten. Beginnen vanuit huis is laagdrempelig en goedkoop en kan worden gecombineerd met zorg of ander werk, maar heeft ook een aantal handicaps die de geloofwaardigheid, groei en imago van professionaliteit van het bedrijf in de weg kunnen staan (Louw & De Vries 2002). In de volgende paragraaf zal dit verder

toegelicht worden; hier zal blijken dat thuis ondernemen ook zijn weerslag op het privé-leven kan hebben.

#### **4.4 Individuele afwegingen om aan huis te starten**

Thuiswerken kan worden gezien als eerste stap in het herintroduceren van werk in de thuisomgeving. Vóór de Industriële Revolutie was het werken in huis nog heel vanzelfsprekend. Sindsdien zijn werk en huis sterk uit elkaar gegroeid. Met de opkomst van thuiswerken lijkt die trend te worden omgebogen. Het opzetten van een eigen bedrijf aan huis is nog een stap verder, maar neemt ook in populariteit toe. Velen zullen deze stap echter niet snel zetten, omdat dit bepaalde (financiële) risico's met zich meebrengt. Toch kunnen de ontwikkelingen die aanzetten tot thuiswerken onderzoekers ook veel vertellen over de beweegredenen om een bedrijf aan huis te starten. Naast kostenbesparingen zijn er namelijk ook indirecte, persoonlijke afwegingen die een rol kunnen spelen bij de beslissing aan huis te starten. Thuiswerken of –ondernemen kan worden gezien als een strategie om meer controle over de eigen leefwijze te hebben, om efficiënter met de tijd om te gaan en om werk met (zorg)taken te combineren.

##### **4.4.1 Controle over de eigen leefwijze**

Door te werken in loondienst verplicht de werknemer zich ertoe bepaalde vrijheden op te geven; zo is doorgaans gewenst dat hij of zij zich op een vastgesteld aantal uren op een vastgestelde plaats bevindt. En hij is niet de enige die zo'n sterk *commitment* aangaat. Nog altijd werken de meeste mensen in het vaste '9 tot 5'-patroon, wat tijdens spitsuren aanzienlijke drukte op de wegen veroorzaakt. Het op dezelfde tijd en op dezelfde plaats samenkomen van grote groepen mensen levert zo de nodige spanning op. Sommige mensen ervaren deze vaste patronen als frustrerend; zij hebben hierdoor het gevoel geen controle over hun eigen leven te hebben. Door thuis te werken kunnen ze deze controle vergroten en zijn ze meer tevreden met hun leven doordat ze geen filestress en reistijd ervaren. In plaats daarvan kunnen ze zelf bepalen op welke tijden ze willen reizen en waarheen. In dat geval hoeft deze strategie niet per sé de afgelegde afstanden te verminderen, en kan ze zelfs vermeederen, met als verschil dat deze persoon zelf de vrijheid heeft om te bepalen wanneer hij waarheen wil (Cao & Mokhtarian 2003). Clay en Mokhtarian (2004) hebben onderzocht welke persoonskenmerken van invloed zouden kunnen zijn op het wijzigen van mobiliteitsstrategieën. Het starten van een bedrijf aan huis kan worden gezien als een mobiliteitsstrategie, om zo bijvoorbeeld files te ontlopen. Andere strategieën, die wellicht meer voor de hand liggen, zijn verhuizen, werk dichterbij zoeken of op andere tijden werken. In het onderzoek is gekeken naar drie verschillende persoonskenmerken: attitude (houding) ten opzichte van reizen, persoonlijkheid en leefwijze. Er is gekeken welk effect deze persoonskenmerken hebben op thuis starten. Wat betreft attitude, blijkt dat personen die reisevrijheid sterk waarderen eerder een bedrijf aan huis beginnen dan mensen die hier minder waarde aan hechten. Personen met een karakter getypeerd als *adventure seeker* blijken vaker een bedrijf aan huis te starten. Deze personen hebben behoefte om flexibel te kunnen reizen en tevens andere activiteiten te kunnen ontplooiën. Zij willen zich niet schikken naar vastgelegde arbeidstijden en andere werkgerelateerde conventies. Starters vanuit de woning zijn vaker *workaholics*; zij

hebben meer ambities dan bijvoorbeeld personen met een *family/community-oriented lifestyle* die het belang van de familie of gemeenschap vooropstellen in plaats van de carrière (Clay & Mokhtarian 2004). Samenvattend kan worden gesteld dat de starter vanuit huis wellicht eigenwijzer en meer vrijgevochten is dan zijn in loondienst werkende medemens: vrijheid en controle over het eigen leven blijkt voor de starter een groot goed. Blijkbaar hoeft dit professionele ambities niet in de weg te staan.

#### 4.4.2 Efficiënte tijdsplanning

Meer controle over het eigen leven betekent ook de vrijheid om zelf de tijd in te delen. Tijd is schaars in de hedendaagse samenleving en er is dan ook een sterke 'concurrentie' om de tijd. Verschillende activiteiten, zoals werken, sporten en kinderen naar school brengen bevechten elkaar om een plaats op de agenda van de tweeverdiener. Doordat de mens nu eenmaal niet op twee plaatsen tegelijk kan zijn moet hij afwegingen maken hoe hij zijn tijd indeelt. Daarbij krijgt hij te maken met allerlei beperkingen (*constraints*). De Zweedse geograaf Torsten Hägerstrand (1970) onderscheidt drie typen beperkingen die het handelen van mensen in ruimte en tijd tegenwerken:

*Capability constraints*: de onmogelijkheid van de mens om zich om meerdere plekken tegelijk te begeven, maar ook fysieke en biologische beperkingen, zoals de noodzaak van het menselijk lichaam om te eten en te slapen.

*Coupling constraints*: Sociale beperkingen die bijvoorbeeld worden opgelegd door de werkgever die de werknemer verplicht op bepaalde uren aanwezig te zijn, maar ook kinderen die tussen de middag van school moeten worden opgehaald.

*Authority constraints*: Plaatsen die slechts voor een specifieke doelgroep toegankelijk zijn, zoals een pretpark maar bijvoorbeeld ook de lokale woningmarkt waar alleen lokale inwoners toegang toe hebben (Hägerstrand, 1970).

Het eerste en het laatste type beperkingen kunnen worden gezien als een gegeven, waar een individu weinig invloed op kan uitoefenen. Wat betreft *coupling constraints* is de strijd om tijd en ruimte het beste zichtbaar. Het combineren van werk, zorg voor kinderen en ook nog willen ontspannen is dan ook een hele kunst, en kan de nodige spanningen opleveren in huishoudens (zie de volgende subparagraaf). Ook in de huidige samenleving, waarin mensen steeds vrijer en flexibeler zijn in hun keuzes, blijken *coupling constraints* nog altijd een grote invloed uit te oefenen. Zo blijkt dat arbeidstijden vaak niet zo aan te passen zijn als werknemers zouden willen. Uit onderzoek van Fouarge en Baaijens (2003) is gebleken dat een kwart van de werknemers minder zou willen gaan werken, maar dat van deze wens in de praktijk weinig terecht komt. Blijkbaar zijn mensen nog altijd sterk aan tijd gebonden. In de jaren zestig was door futurologen voorspeld dat we door de stijging van de arbeidsproductiviteit en technologie in een vrijetijdssamenleving terecht zouden komen. Hedentendage ervaren veel mensen hun leven echter als druk, jachtig en gestrest. Volgens Glebbeek en Van der Lippe (2004) die onderzoek doen naar tijdconcurrentie, komt dit onder andere doordat mensen steeds vaker persoonlijk verantwoordelijk worden gesteld voor het behalen van resultaten; er worden *targets* en *deadlines* gesteld, en het is aan de werknemer zelf om zijn tijd in te delen, als het maar op tijd af is. In de meeste organisaties is de prikklok al lang verleden tijd; daar staat tegenover dat deze flexibele tijdsindeling de vrijheid echter eerder beperkt dan vergroot; waar de werknemer vroeger om vijf uur de deur achter zich dicht trok, ziet hij zich nu soms tot 's avonds laat thuis gebogen over werk dat de volgende dag af moet. Daarmee begeeft

werk zich ook steeds meer op het privé-terrein en raken werk en privé steeds meer met elkaar verweven. Ongeveer een derde deel van de ondervraagde werknemers uit het onderzoek van Glebbeek en Van der Lippe (2004) geeft aan problemen te ondervinden bij het afstemmen van werk en privé. Een andere oorzaak waarom mensen hun tijd zo druk bezetten is omdat dit hen het gevoel geeft 'er bij te horen'. Steeds harder werken om meer te verdienen dan de ander kan worden gezien als een statussymbool. En natuurlijk zijn het ook de materiële voordelen die mensen dwingen hard te blijven werken, omdat dit hen veel geld en materiële goederen oplevert (Glebbeek & Van der Lippe 2004). Thuis een onderneming starten maakt het mogelijk de tijd naar de eigen hand te zetten en los te komen van het '9 tot 5'-regime. Maar, zoals reeds eerder aangegeven, ervaren veel starters het werken thuis als obstakel voor hun privé-leven. Juist omdat de ondernemer op deze manier niet gebonden is aan een vast timeslot, is het verleidelijk om 's avonds en in het weekend door te werken, hetgeen van invloed op het privé-leven kan zijn. Vaak is er dan behoefte om hier harde afspraken over te maken, bijvoorbeeld verplicht één dag in de week de computer uit te laten. Een andere oplossing kan zijn om werk en privé fysiek proberen te scheiden, door bijvoorbeeld het werk in een apart bijgebouw te concentreren (Thorns et al. 2004). Uit een studie naar telewerken en zelfstandige ondernemers vanuit huis concludeert Gurstein zelfs: "...to be successful working at home, workers have to have an organised workspace with clear boundaries between work and Household spaces..." (Gurstein 1996, p. 218).

#### 4.4.3 Combineren van werk en zorg

Een derde strategie die mensen er toe aan kan zetten vanuit huis te werken is het combineren van werk met zorgtaken. Dit kan de zorg voor de kinderen zijn, maar ook huishoudelijk werk. De grenzen tussen werk en thuis vervagen daarmee steeds verder, met als voordeel dat het makkelijker is om zorgtaken naast het werk uit te oefenen, maar het kan ook de nodige conflicten in een gezinssituatie opleveren. De door Hägerstrand (1970) genoemde *coupling constraints* komen hier weer naar boven. Nu dat werk steeds dieper geïnfiltreerd raakt in het gezinsleven is het zaak opnieuw te onderhandelen over 'wie doet wat' in het huishouden. Dit is zeker het geval als beide partners werkzaam zijn en er geen traditionele rol meer voor de vrouw is als huishoudster. Huishoudelijke- en zorgtaken kunnen worden gezien als een *contested terrain* waarover goede afspraken moeten worden gemaakt zodat conflicten worden vermeden (Thorns et al. 2004). Naast de aanwezigheid van kinderen kan werk een sterke invloed hebben op het ontstaan van conflicten binnen het gezin. Wanneer iemand lange dagen maakt op het werk, en bijvoorbeeld ook nog eens 's avonds of in het weekend moet werken, is hij minder beschikbaar voor familie-activiteiten. In meerdere studies is zelfs een direct verband aangetoond tussen het aantal arbeidsuren en familieconflicten. Ook stress op het werk kan zijn neerslag hebben op het gezinsleven (Voydanoff 1988). Hoe dit wordt opgelost kan sterk verschillen per gezin. *Globaal gezien kunnen twee typen families worden onderscheiden: trade off families en rigid families.* Bij *rigid families* zijn de rollen traditioneel verdeeld en is daar ook geen onderhandeling over mogelijk. Bij *trade off families* wordt er wel onderhandeld over de taken, waarbij ook rekening wordt gehouden met elkaars werkrooster en minder met traditionele rolpatronen (Gill 1998). Ondanks dat thuiswerken het combineren met zorg vergemakkelijkt, wordt daar in de praktijk toch weinig gebruik van gemaakt. Het blijkt zelfs dat mensen met flexibele banen en thuiswerkers eerder zorg uitbesteden, door



bijvoorbeeld een huishoudster aan te nemen. Volgens de onderzoekers De Ruijter en Van der Lippe (2004) komt dit omdat mensen met flexibele banen vaker drukke en veeleisende banen hebben: "Omdat werknemers met meer autonomie ook meer onder druk staan tijdens het werk, willen ze in de tijd dat ze thuis zijn zo weinig mogelijk huishoudelijke verplichtingen hebben". Wel constateerden de onderzoekers daarin een groot verschil tussen mannen en vrouwen: "Dat er geen effect is gevonden van thuiswerken door vrouwen kan ermee te maken hebben dat vrouwen zich vaak ongemakkelijk voelen als een hulp schoonmaakt terwijl zij thuis zijn (...) en het daarom ook minder nodig vinden. Mannen lijken daar weinig problemen mee te hebben" (De Ruijter & Van der Lippe 2004). Autonomie over werktijden blijkt dus vaak niet tot meer zorgtaken te leiden.

#### **4.5 Conclusie**

De zoektocht van een startende ondernemer naar de ideale locatie blijkt vaak maar zeer beperkt; het merendeel van de ondernemers start in de eigen regio, waarvan een aanzienlijk deel vanuit de woning. Ook als dit hogere kosten met zich meebrengt, is een ondernemer, onder invloed van sociale contacten, toch vaak bereid voor een locatie nabij de woning te kiezen. Eén van de geografische visies is dat het voornamelijk de binnensteden zijn die jonge ondernemers weten aan te trekken. Zij kunnen hier profiteren van de aangeboden diensten en zouden later naar de stadsranden vertrekken. Maar toch blijkt dat veel ondernemers bij elkaar blijven zitten om van agglomeratievoordelen te profiteren. Vaak is het ook simpelweg het aanbod van een geschikt bedrijfspand dat de locatie van een onderneming bepaalt. Voor veel startende ondernemers blijkt de vraag 'waar vestig ik mijn bedrijf?' echter nauwelijks een rol te spelen. Andere zaken zoals financiering zijn in dit stadium voor een starter veel belangrijker. Of kenmerken van de ondernemer of de woning er daarbij nog toe doen blijft echter een intrigerende vraag. Om de onderneming te laten groeien is het belangrijk te verhuizen naar een zelfstandig pand. Toch wagen veel starters deze sprong nog niet; persoonlijke relaties, locatiespecifiek kapitaal en verzonken kosten staan deze stap vaak in de weg. Bedrijfsverplaatsingen zijn dan ook minder vanzelfsprekend dan vaak wordt aangenomen. Vooral van jonge bedrijven wordt verondersteld dat ze niet *footloose* zijn maar juist ingebed in hun omgeving. Al met al blijken kosten nog altijd een grote rol te spelen; sociale netwerken kunnen een ondernemer aan de thuislocatie binden, maar vaak zullen de kosten die bespaard worden door geen pand te huren toch de doorslag geven om thuis te starten. Andere, meer sociologische factoren, zullen niet de hoofdredenering achter een besluit zijn, maar kunnen wel een rol spelen. Zo biedt thuiswerken of –ondernemen de ondernemer de mogelijkheid om meer controle over zijn leven en zijn tijd te hebben. Ook kan op die manier de zorg voor het huishouden en kinderen worden gecombineerd, al blijkt dit in de praktijk vaak lastig. Thuiswerkers kunnen juist vaak als harde werkers worden beschouwd, die door hun onreguliere werktijden conflicten in de privé-sfeer kunnen veroorzaken. Ondanks de vrijheid die thuiswerken hen geeft zijn de gevolgen voor het privé-leven aanzienlijk en is de stap naar een eigen pand vanuit het oogpunt van de scheiding werk-privé, groei en professionaliteit uiteindelijk gerechtvaardigd. De combinatie van woning en bedrijf blijkt afhankelijk te zijn van allerlei factoren op het niveau van huishouden en onderneming. Deze menging van functies zowel op het niveau van de woning als van

de wijk is echter ook niet vanzelfsprekend vanuit de optieken van de ruimtelijke ordening en het aanbod van accommodaties. Functiemenging is daarom het thema van het volgende hoofdstuk.

## 5 Functiemenging in wijk en woning

### 5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de ondernemer niet meer centraal, maar zijn omgeving. Het gaat daarbij met name om de randvoorwaarden die er vanuit de omgeving zijn voor de combinatie van woning en bedrijf. Het centrale begrip is functiemenging. Er zal worden ingegaan op de mogelijkheden voor functiemenging in wijken en op de vraag wat ondernemerschap kan bijdragen aan de vitaliteit van woonwijken (§ 5.2). De initiatieven van onderop worden behandeld in paragraaf 5.3. De planologische en marktcondities voor functiemenging in de woning zelf komen aan de orde in paragraaf 5.4. In de conclusies van dit hoofdstuk (§ 5.5) worden de besproken ontwikkelingen teruggekoppeld naar de starter vanuit de woning.

### 5.2 Functiemenging in de wijk

Functiemenging in woonwijken is enige tijd uit de gratie geweest, maar trekt de laatste tijd weer meer belangstelling. Achtereenvolgens wordt een verkenning gepresenteerd van de mogelijkheden voor functiemenging in woon- en andere wijken en de bijdrage die bedrijven kunnen leveren aan woonwijken.

#### 5.2.1 De opkomst van functiemenging

In hoofdstuk 2 is al stilgestaan bij de opkomende netwerksamenleving en de digitale revolutie die zich aan het voltrekken is. Mensen zijn steeds mobieler geworden en leggen langere afstanden af. Activiteiten zoals werk, sociale of zakelijke afspraken of ontspanning, kunnen zich over een groot gebied verspreiden, oftewel de 'actieradius' van mensen is toegenomen. Doordat bijna alles overal mogelijk is, hebben mensen minder binding met een bepaalde locatie. Werken kan, door draadloos internet, mobiele telefonie of *videoconferencing* in principe overal. De behoefte om mobiel te zijn is enorm. Toch blijft de 'vaste' woning voor de meeste mensen nog altijd de uitvalsbasis. 'Thuis' is de enige locatie waaraan men écht gebonden is. Dit heeft gevolgen voor de ruimtelijke structuur van gebieden. De scheiding van activiteiten, die jarenlang het gangbare ordeningsprincipe is geweest, komt onder druk te staan doordat mensen meer activiteiten met elkaar willen combineren. Op bepaalde locaties waar veel verkeer is, ontstaan clusters van functies, zoals scholen, supermarkten en werkplekken (Stijnenbosch 2004). Mensen kunnen het ophalen van de kinderen dan meteen met werk of boodschappen combineren. Met andere woorden: functiemenging is (weer) in opkomst in de moderne netwerksamenleving, hierdoor kunnen bij knooppunten van stedelijke netwerken clusters van activiteiten geconcentreerd worden. Hiermee wordt het adagium van functiescheiding uit de eerste helft van de vorige eeuw losgelaten. Wat wordt er eigenlijk precies verstaan onder functiemenging? Saaijer en Stijnenbosch verstaan hieronder "de menging van wonen, winkels, voorzieningen en kleinschalige bedrijvigheid op wijkniveau" (Saaijer & Stijnenbosch 2002, p. 9). Hierbij is het tevens van belang dat de functies elkaar aanvullen en elkaar niet negatief beïnvloeden. Functiemenging hoeft niet per definitie op wijkniveau plaats te vinden, want wonen op

bedrijventerreinen is ook een voorbeeld van functiemenging. In het onderhavige rapport is 'de woonwijk', en meer specifiek de woning, de leidraad, waardoor met name naar functiemenging op (woon)wijnkniveau gekeken wordt. Functiemenging is eigenlijk een oeroud principe: de meeste mensen werkten vroeger in hun eigen woning, in een ambachtelijk beroep, huisnijverheid of bij de boerderij. Toen de Industriële Revolutie in Nederland in de 19<sup>e</sup> eeuw tot volle ontwikkeling kwam, lieten veel fabriekseigenaren arbeiderswoningen bouwen dicht bij het terrein van de fabriek. Daarmee was de functiescheiding in feite ingezet, hoewel de woon-werkafstand zo beperkt was dat er nog niet echt over functiescheiding gesproken kan worden. In de 20<sup>e</sup> eeuw, mede door de introductie van de auto, werd de forens geboren en was de functiescheiding van wonen en werken een feit. Het was ook de heersende opvatting in de wereld van architecten en stedenbouwkundigen van die tijd die een overduidelijke ruimtelijke scheiding van activiteiten teweeg heeft gebracht. Die wereld werd toen sterk beïnvloed door CIAM, het Congrès Internationaux d'Architecture Moderne, opgericht in 1928 (Louw & De Vries 2002). Functiescheiding, openheid, clustering van voorzieningen en rationalisatie van het bouwproces werden de leidende stedenbouwkundige principes (RPB 2004). Wonen, werken en ontspannen diende op afgescheiden locaties te gebeuren, die immers perfect bereikbaar waren met de auto (Louw 1999). Mobiliteit werd in deze tijd opgevat als een welvaartsstreven. Hierdoor konden mensen in een groene omgeving wonen waar alleen woningbouw was toegestaan, weg van de onhygiënische toestanden in de stad en rond de fabrieken. Vanaf de jaren '80 begon men in te zien dat deze functiescheiding leidde tot doodse binnensteden en suburbane slaapsteden. Juist diversiteit van functies zou leiden tot levendigheid in een wijk, wat zeer belangrijk is voor de veiligheid en aantrekkelijkheid van een wijk. De economisch geograaf Jane Jacobs (1961) was één van de eersten die al in de jaren '60 wees op het belang van diversiteit in steden. Het duurde toch nog twintig jaar voordat hier beleidsmatige initiatieven op volgden in de toen heersende nota's op het gebied van ruimtelijke ordening. In de jaren '60 en '70 werden bedrijven in de stad nog als hinderlijk gezien en lag de nadruk op 'bouwen voor de buurt'. Het groeikernenbeleid uit die tijd leverde 'slaapsteden' op waar weinig werkgelegenheid was. Pas in de Vierde Nota Ruimtelijke Ordening uit 1988 kwam er weer aandacht voor economische activiteiten in de stad. Diversiteit werd belangrijk, en wonen en werken zouden op kortere afstanden van elkaar moeten plaatsvinden. Ook werd het van belang geacht om in grotere dichtheden te bouwen, waardoor er meer draagvlak voor voorzieningen zou ontstaan (VROM 2005). De Nota Ruimte, de meest recente van de rijksnota's over de ruimtelijke ordening, vermeldt dat functiemenging voorrang verdient ten opzichte van functiescheiding, omdat het bijdraagt aan de verlevendiging van de woon- en werkomgeving. Ook kunnen op die manier meerdere bestemmingen worden aangedaan met de fiets of lopend, in plaats van met het openbaar vervoer of de auto (VROM 2004a). De beleidsmatige interesse in functiemenging is dan ook met name tweeledig: gericht op (auto)mobiliteitsbeperking en leefbaarheid. In de nota 'Zoeken naar Ruimtewinst'(VROM 2004b), van hetzelfde ministerie, wordt 'combineren' gezien als één van de drie speerpunten om ruimtewinst te behalen. Intensiveren, combineren en transformeren moet tot een efficiënter gebruik van de ruimte leiden. Op het moment dat functies op een slimme manier gecombineerd worden, kunnen deze functies elkaar versterken. Doordat de openbare ruimte op die manier meer uren per dag gebruikt wordt, neemt de veiligheid, of in ieder geval het gevoel van veiligheid, toe. Een obstakel is echter dat functiemenging niet overal te realiseren is vanwege regelgeving. Wonen op

een bedrijventerrein zal niet altijd mogelijk zijn vanwege milieuzonering. Waar mogelijk zou de overheid functiemenging zoveel mogelijk moeten faciliteren. Saaijer en Stijnenbosch (2002) geven een handzaam overzicht van de voor- en nadelen van

### **Figuur 5.1**

#### Voor- en nadelen van functiemenging

<p>Voordelen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Sociale controle en veiligheid</li><li>Levendigheid en saamhorigheid</li><li>Combineren van wonen en werken op één locatie</li><li>Meerwaarde en synergie door het combineren van verschillende activiteiten</li><li>Betere bereikbaarheid per openbaar vervoer door activiteiten te clusteren</li></ul> <p>Nadelen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Bereikbaarheid: bedrijventerreinen zijn vaak beter bereikbaar dan woonwijken, in ieder geval voor vrachtverkeer</li><li>Parkeergelegenheid</li><li>Uitbreiding van bedrijven wordt bemoeilijkt in woonwijken vanwege overlast</li><li>Gebrek aan representatieve uitstraling voor bedrijven</li></ul>
--

Bron: Saaijer en Stijnenbosch (2002).

functiemenging (figuur 5.1). Bovenstaande nadelen lijken echter voornamelijk te gelden voor de grote bedrijven die veel personeel in dienst hebben, veel klanten ontvangen en behoefte hebben aan een zichtlocatie langs de snelweg. Het midden- en kleinbedrijf maakt echter het grootste deel uit van het bedrijvenbestand en bevindt zich grotendeels in woonwijken. Bijvoorbeeld in Amsterdam, waar in 2002 meer dan de helft van de werkgelegenheid in woonwijken te vinden was (Louw 2004). Het 'opnamevermogen' van wijken voor kleine bedrijven is nog steeds groot. Werken in de wijk is dus eigenlijk nog veel meer een vanzelfsprekendheid dan vaak wordt aangenomen.

### **5.2.2 Wijkeconomie**

In wijken die centraal staan in het stedelijk vernieuwingsbeleid, waarin het gebrek aan werkgelegenheid een van de belangrijke problemen is, wordt het thema van de functiemenging ook benaderd via de ingang van de wijkeconomie, werkgelegenheid en bedrijvigheid op het niveau van wijken. Bij wijkeconomie wordt gedacht aan een functie als broedplaats, het bieden van integratiemogelijkheden voor allochtonen en het verhogen van het verzorgingsniveau (KEI 2003). Vooral in vooroorlogse wijken, waar relatief veel woningen in particuliere handen zijn, manifesteert zich de wijkeconomie: allochtoon ondernemerschap, culturele broedplaatsen en ambachtelijke bedrijfjes (bijvoorbeeld een delicatessenzaak) zorgen voor een levendig straatbeeld. De Utrechtse wijk Lombok is een voorbeeld van een wijk waar een sterke concentratie allochtone ondernemers in groentezaken, belwinkels, huishoudelijke artikelen en tapijtenhandel zich vermengen met hoger opgeleide autochtonen die open staan voor deze diversiteit. Mede door het aanbod van kleine panden, maar ook van moeilijke hoekjes en gaten die onverhuurbaar lijken te zijn kan ondernemerschap in de wijk opbloeien. In naoorlogse wijken lijkt een dergelijke ontwikkeling minder goed mogelijk vanwege de stedenbouwkundige opbouw. Dit is inherent aan het destijds heersende principe van functiescheiding, waarbij de omgeving zoveel mogelijk op wonen was afgestemd.

Hierdoor zijn de woningen niet op de straat gericht, maar is de buitenwereld juist zoveel mogelijk is afgescheiden van de woonwereld. Vooral in de hoogbouwwijken van de jaren '60 en '70 zijn geen 'rafels' en 'goedkope randjes' te vinden en zijn veel woningen in het bezit van woningcorporaties. In dit geval ligt de macht om de wijkeconomie al dan niet te stimuleren mede bij de woningcorporaties (KEI 2003). Uit de discussies rond dit thema (KEI 2003) blijkt echter dat wijkeconomie een onderwerp is dat moeilijk te plannen valt. Wel zou de overheid kunnen zorgen dat 'gekke hoekjes' blijven bestaan en niet koortsachtig worden geherstructureerd, waardoor de waarde teveel wordt opgekrikt om er ondernemerschap te laten 'broeden'. Een woningcorporatie die dit inziet is de Nieuwe Unie in Rotterdam. Die heeft laten inventariseren waar zich deze 'gekke hoekjes' bevinden in de wijk het Oude Westen. Daar gebeurden veel onbestemde activiteiten, zoals opslagruimte waar werd geknutseld aan oldtimers. De woningcorporatie gaat deze bedrijfsruimten met voorrang vrijmaken voor jonge ondernemers en hun gunstige korte termijn huurcontracten aanbieden. Want jongere ondernemers versterken de levendigheid en leveren een bijdrage aan de economie, is de gedachte. Zo hoopt de corporatie de tijdens de stadsvernieuwingsoperaties weggejaagde bedrijvigheid weer terug te krijgen (Moscoviter 2004). Een ander voorbeeld van lokaal overheidsbeleid op dit gebied is het Ondernemersadviespunt in Enschede (Gevers 2005). Dit is een initiatief van de gemeente Enschede om wijkeconomie te stimuleren. Het Ondernemersadviespunt geeft advies over verschillende zaken waar een ondernemer mee te maken heeft, zoals huisvesting. Volgens de initiatiefnemers zorgen deze bedrijfjes dat de wijk niet in slaap sukkelt, maar dat er leven in de brouwerij komt. Het doel is om ondernemerschap te stimuleren door ondernemers te ondersteunen, maar ook door "informeel ondernemerschap" in de wijk om te buigen naar een officieel bedrijf. Het is een deftig woord voor mensen die er wat bijklussen" (Gevers 2005). Er zouden genoeg 'hobbykamerwoningen' en andere woningen met atelier zijn die geschikt zijn voor kleine ondernemers. Wel lopen de ondernemers daarbij veelvuldig tegen restricties aan in de vorm van bestemmingsplannen. Door zich te organiseren hopen ze sterker te staan bij de gemeente (Gevers 2005). Bovendien kunnen ze daarbij als argument gebruiken dat bewoners nauwelijks bezorgd zijn over mogelijke effecten van bedrijvigheid in de wijk, zoals verkeersoverlast door vrachtverkeer, veiligheidsrisico's, geluidshinder, stankoverlast en zwerfvuil (Gevers 2005). De markt van kleinschalige bedrijfshuisvesting lijkt een probleem. Volgens sommigen zou de overheid meer inzicht kunnen leveren in de vraag naar en aanbod van dergelijke huisvesting (KEI 2003). Het onderzoek van de Stichting Wijk in Bedrijf in Utrecht onderschrijft dit en signaleert dat de markt voor klein vastgoed vaak niet transparant is (Van den Tillaart et al. 2005). In de discussie over de rol van de overheid wordt echter ook opgemerkt dat de overheid niet teveel moet willen sturen (KEI 2003). Zo werd er ontzet gereageerd op het voornemen van de overheid om broedplaatsen te 'bouwen'. "Gewoon eens durven iets niet te doen" zei een deelnemer (KEI 2003, p.9). Een ander advies dat geopperd werd, was om kleine ondernemers in de wijk te organiseren. De optiek van de wijkeconomie is ook voor meer moderne wijken en toekomstige wijken van belang en daarom ook voor het thema van dit onderzoek. Ondernemers met hun bedrijf aan huis leveren een grote bijdrage aan de economie van een wijk. Niet alleen in termen van werkgelegenheid, maar ook financiële stromen die door de wijk lopen: van de ondernemer naar de klant of van de ene ondernemer naar de andere. De aanwezigheid van ondernemers in een woonwijk kan voor levendigheid zorgen. De wijk is dan niet de hele dag verlaten doordat iedereen op het werk is, op

een bedrijventerrein, een kantorenpark of in de binnenstad. Kleine bedrijven kunnen dan ook een grote bijdrage leveren aan de economie van wijken. Dat biedt ook perspectieven voor nieuwere en nog te bouwen wijken. In oudere en nog in aanbouw zijnde wijken doen zich lokale initiatieven voor die een bijdrage leveren aan de wijk economie en aan de functiemenging.

### 5.3 Lokale initiatieven

Tegenover het van hogerhand aansturen van functiemenging en wijk economie staan de initiatieven die vanuit de samenleving komen en die een belangrijke, maar niet altijd zichtbare bijdrage leveren. Wijk economie is vaak een onzichtbare economie; veel startende ondernemers zitten op hun zolderkamer voor hun bedrijf te werken, en verder heeft niemand daar weet van. De vraag is wat dit oplevert voor de buurt. Wanneer ondernemers uit de buurt elkaar zouden ontmoeten treedt er mogelijk meer synergie op. Eén van de initiatieven om dit te werkstellen zijn de in oprichting zijnde 'MKB Servicepoints', een initiatief van een van huis uit werkende ondernemer en gesteund door onder meer de gemeente Utrecht en de Europese Unie. Op een bepaalde locatie in de wijk kunnen ondernemers elkaar ontmoeten, ervaringen delen en diensten uitwisselen. De eerste pilot is in 2005 geopend in de Utrechtse wijken Lombok, Majellapark en Oog in Al en de tweede pilot in Zuilen, Ondiep en Overvecht-Noord in dezelfde gemeente is in ontwikkeling. "Doelen van het project MKB Servicepoint zijn: stimuleren van de economische bedrijvigheid, bevordering van sociale integratie in de wijk en het geven van een impuls aan regionale innovatie"(www.mkb-servicepoint.nl). Het MKB Servicepoint dient een locatie te worden waar thuiswerkende ondernemers "[...] samen koffie kunnen drinken, ervaringen kunnen uitwisselen en waar ze ook van elkaars diensten op de hoogte gesteld kunnen worden" (Dreefnieuws 2005). Naast de fysieke plek is er ook een website, waar ondernemers vragen en mededelingen op kunnen plaatsen. Uit onderzoek van het projectteam van MKB Servicepoint blijkt dat veel ondernemers behoefte hebben om andere ondernemers uit de wijk te ontmoeten, maar daar de aanleiding niet toe gevonden hebben (MKB Servicepoint 2005). Wellicht kan dit concept daar aan bijdragen, en leidt de interactie tussen de ondernemers ook tot meer sociale samenhang in de wijk als geheel. Zeker als ook de overige bewoners bij dit initiatief betrokken kunnen worden. Een voorbeeld waar de nadruk vooral op bewoners ligt, is het tijdwisselkantoor in Leidsche Rijn, wederom in Utrecht. Hier kunnen bewoners diensten met elkaar uitwisselen, om de tijdsdruk van de drukke tweeverdiener te verlichten (Zomerdijk 2005). Andere concepten, die meer aansluiten bij de kleine ondernemer, zijn de toenemende initiatieven op het gebied van flexibele werkplekken en opslagruimten. Een ondernemer aan huis heeft doorgaans weinig ruimte beschikbaar om materialen op te slaan. Opslagbedrijven zoals Shurgard voorzien in deze behoefte door opslagruimte aan te bieden, vaak al vanaf één vierkante meter. Een ander initiatief uit de markt is het flexibele kantoor. Steeds meer marktpartijen duiken in deze markt en bieden voor korte periodes kantoorunits van zeer klein tot groot aan met verschillende faciliteiten en diensten (De Baaij 2003). Deze korte contracten en variatie in oppervlakten bieden de ondernemer veel flexibiliteit. In een denkbeeldige situatie zou een thuiswerkende ondernemer die tijdelijk voor een grote opdracht extra personeel nodig heeft hier voor korte tijd een kantoorunit kunnen huren. Het bedrijf Regus is momenteel één van de grootste spelers op deze markt. Ook voor vergaderingen biedt

Regus uitkomst: "Ondernemers willen graag in een zo zakelijk mogelijke omgeving hun klanten ontvangen. Thuis begint je hond het bezoek te besnuffelen, er hangen etensluchtjes of je moet je kinderen achter een gesloten deur zien te houden. Heel onprofessioneel. Met name startende ondernemers beschikken niet direct over voldoende middelen om een representatief pand te huren. Zij vormen voor ons een belangrijke groep: ze huren een aantrekkelijke ruimte in een van onze panden voor een vergadering of presentatie. Dat kan voor een uur, voor een dagdeel, maar ook voor langere periode. Alles staat klaar en het receptieteam zorgt dat de gast naar de vergaderruimte wordt begeleid" (Kamerkrant 2004, p. 7). Maar ook op andere plaatsen duikt het flexibel vergaderen op; zo is de stationsrestauratie op Utrecht Centraal recentelijk omgebouwd tot *lounge* waar ondernemers elkaar *en route* kunnen treffen. En na vrachtwagenchauffeurs zijn ondernemers en zakenlieden de belangrijkste klandizie van wegrestaurants; veel van deze restaurants worden bevolkt door zakenlieden die onder het genot van een kopje koffie (of twee, want de tweede is altijd gratis) hun zaken bespreken.

### 5.3.1 Functiemenging in de praktijk

Ondanks de onderkenning van het belang van functiemenging door beleidsmakers is het concept nog niet tot in de nerven van de planvorming doorgedrongen. Initiatieven zijn er legio, maar ze beperken zich in veel gevallen tot 'enkele' woon-werkwoningen, 'een of twee' bedrijfsverzamelgebouwen per wijk. Een typerend voorbeeld betreft Zoetermeer. Hermans en Stijnenbosch (1997) hebben berekend dat bijna de helft van de Zoetermeerse bedrijven voor een locatie in of nabij de woonbebouwing van Oosterheem in aanmerking komt, rekening houdend met de grootte van het bedrijf en milieuhinder categorieën. Op de website van de Vinex-wijk Zoetermeer Oosterheem wordt deze wijk als aantrekkelijke vestigingsplaats voor bedrijven neergezet, waarbij het echter voornamelijk draait om de aan te leggen bedrijventerreinen nabij de woonwijk. Slechts één zin vermeldt dat er nabij het centrum een aantal woon-werkwoningen zijn gepland (zie <http://www.oosterheem.org/>). De nieuw te realiseren wijk Almere Poort is voorbeeld van een heel andere aanpak: die wijk wordt wel opgezet vanuit het idee dat functiemenging maakbaar is. De wijk heeft als doelstelling 'wonen, werken, winnen' (zie ook de website: [www.wonenwerkenwinnen.nl](http://www.wonenwerkenwinnen.nl)). Almere Poort claimt "een uniek, grootschalig en trendsettend voorbeeld" (Gemeente Almere 2005) van functiemenging te zijn. Volgens het rapport heeft de traditionele functiescheiding zijn beste tijd gehad en wil deze nieuwe wijk vooroplopen op het gebied van functiemenging. Aldus de inleiding van het ontwikkelingsplan van de wijk: "Hier wordt voor het eerst in Nederland op grote schaal een stadsdeel gebouwd dat voldoet aan een nieuwe opvatting over het bijeenbrengen van verschillende functies als werken, wonen, *leisure* en voorzieningen. Almere Poort moet op de korte termijn niet alleen plaats bieden aan 10.000 woningen en 90.000 m<sup>2</sup> sport en *leisure*, maar vooral ook aan meer dan 30.000 nieuwe banen. [...] We scheppen ruimte voor veel nieuwe werkgelegenheid. Niet door het bouwen van het zoveelste instant-bedrijventerrein of kantorenwijk, maar door voorop te lopen bij de laatste ontwikkelingen en de nieuwste stedenbouwkundige inzichten. Het stelt ons voor een interessante opgave. Is het mogelijk bedrijven, woningen en een veelheid aan voorzieningen zodanig te mengen dat een echt stedelijk milieu ontstaat? [...] Is het mogelijk attractieve en hoogwaardige werkmilieus te combineren met de nabijheid van natuur en vergezichten? Wij geloven erin" (Gemeente



Almere 2005). In oktober 2004 is begonnen met bouwen van het bedrijventerrein Hogekant. De woningbouw moet nog beginnen; naar verwachting gaat eind 2005 de eerste paal de grond in. De bouw van een aantal woon-werkwoningen is in de planning opgenomen. Ook is veel ruimte voor particulier opdrachtgeverschap. Dit houdt in dat burgers de mogelijkheid hebben op een vrije kavel een zelf ontworpen woning te laten bouwen. De realisatie van deze wijk kan wellicht meer inzicht bieden in de vraag of functiemenging te plannen is.

#### **5.4 Functiemenging in de woning**

Na de woonwijk wordt nu ingezoomd op het niveau van de woning, de bedrijfslocatie van de thuisondernemer. Nu de Vinex-jaren grotendeels voorbij zijn, wil de overheid de focus verleggen van kwantiteit naar kwaliteit. Woningcorporaties en projectontwikkelaars houden in toenemende mate rekening met flexibele wooneisen. Ook is de zeggenschap over de woning vergroot; volgens de Nota Wonen komt er meer ruimte voor particulier opdrachtgeverschap, ook wel het 'wilde wonen' genoemd (VROM 2000). De functiemenging binnen de woning krijgt aandacht in enkele concepten van de woon-werkwoning.

De woon-werkwoning kan wel worden beschouwd als de ultieme integratie van wonen en werken en de hoogste graad van functiemenging (Sas & Schouwenaars 2003). Louw (1999) hanteert voor dit type woning de volgende definitie: "een woning die geschikt is om woon- en werkactiviteiten uit te oefenen. Deze activiteiten vinden in duidelijk afgescheiden ruimten plaats, maar deze ruimten zijn inpanning wel met elkaar verbonden" (Louw 1999, p. 14). Woon-werkwoningen zijn er in veel varianten, maar doorgaans zijn deze woningen behoorlijk groot en kostbaar. Voor de startende ondernemer zijn woon-werkwoningen dan ook vaak geen optie. Hoewel het beleid erop gericht was deze groep te bedienen lijkt de overheid hier de plank mis te slaan. Projectontwikkelaars geven aan dat deze woningen voornamelijk worden gebouwd omdat gemeenten erom vragen, niet de consument (Sas & Schouwenaars 2003). Uit een onderzoek naar 342 woon-werkwoningen blijkt dat slechts de helft als zodanig wordt gebruikt. Waar de mogelijkheid van functiemenging niet wordt benut, wordt er voornamelijk in gewoond (KEI, 2003). Het is dan ook de vraag of er wel een markt is voor de woon-werkwoning. Volgens Sas en Schouwenaars (2003) doen overheden er beter aan om flexibele woningen voor verschillend gebruik te realiseren: "Door niet de woon-werkcombinatie als zodanig uit te ontwikkelen, maar woningen te ontwerpen die zich door een ruime vloerplaat, grotere verdiepingshoogte en flexibel bestemmingsplan voor verschillende gebruiksvormen lenen, ontstaat een product dat tegemoet kan komen aan een brede differentiatie in de vraag" (Sas & Schouwenaars 2003, p. 5). Woningbouwcorporatie Het Oosten in Amsterdam, die zich al in de jaren 90 richtte op de combinatie van wonen en werken (De Vries 2000), is momenteel bezig met de realisatie van *solids*, gebouwen die allerlei functies kunnen huisvesten (Ligtenberg 2005). Een ander concept is de (nog niet gerealiseerde) Yazz-woning, de ultieme flexwoning, waarin de keuzevrijheid van de bewoner groot is. De flexibiliteit kan inhoud gegeven worden door er een woon-werkwoning van te maken, maar het is de bedoeling dat de woning ook aangepast kan worden aan de verschillende levensfasen van een huishouden. De koper koopt een standaardwoning die eenvoudig uit te breiden

is met een uitbouw of een extra verdieping. Mocht er sprake zijn van gezinsuitbreiding, of is er behoefte aan bedrijfsruimte, dan is een uitbreiding snel gerealiseerd, want de vergunningen daarvoor zijn al binnen, en worden door de projectontwikkelaar elke drie jaar verlengd. En als de bewoner zijn huis weer kleiner wilt maken, koopt de projectontwikkelaar dat gedeelte terug en biedt het aan via internet. De standaardwoningen hebben een fundering die al is gericht op uitbreidingen. Ook zijn alle installaties daarop voorbereid en zijn de gevels demontabel. Deze Yazz-woningen staan voorlopig nog nergens; de projectontwikkelaar hoopt enkele gemeenten over te halen een dergelijke wijk te bouwen (Slaats 2005). In de Nota Wonen worden dergelijke initiatieven van harte aangemoedigd omdat de toekomstwaarde van woningen hierdoor sterk toeneemt (VROM 2000). Ook onderkent het Ministerie van VROM dat woningen door ICT-ontwikkelingen steeds meer 'activiteitencentra' worden, waar veel activiteiten zoals telewerken, teleshoppen, *gamen* enzovoorts plaatsvinden. Daarom stimuleert VROM ook zogenaamde *smart homes* of *domotica*, woningen die veel digitale snuffjes bevatten. De toekomstwaarde van de woning wordt hierdoor ook vergroot, doordat ouderen op deze manier wellicht langer in hun huis kunnen blijven wonen. VROM stelt in dit verband voor om woningen standaard te voorzien van een woon-werkkamer, of het mogelijk te maken dat woningen eenvoudig kunnen worden aangepast. Tevens wordt hier de mogelijkheid genoemd van een telewerkcentrum in de buurt, waar mogelijk ook voorzieningen als een bibliotheek en kinderopvang worden geclusterd. Hiertoe heeft VROM ook het initiatief genomen om de mogelijkheden van een 'digitale proeftuin' te verkennen: duurzame technologie die de kwaliteit van de leefomgeving moet vergroten. Met dit experiment wil VROM onder andere ruimtelijke kwaliteit en functiemenging vergroten (VROM 2000).

## 5.5 Conclusie

Na een lange periode van functiescheiding wordt nu ingezien dat bedrijvigheid van groot belang is voor de wijk. Diversiteit (wonen, werken, recreëren) zorgt voor een levendig straatbeeld en een veilig gevoel. In de praktijk wordt voor de locatie van bedrijven echter nog automatisch gedacht aan bedrijventerreinen of een kantorenpark. Dit ondanks het feit dat veel meer bedrijven dan er nu gevestigd zijn door hun kenmerken in aanmerking komen voor vestiging in woonwijken. Ondernemers aan huis vormen echter wel vaak een onzichtbare economie. Dit geldt zeker voor de naoorlogse wijken, waar minder plinten en andere goedkope ruimten beschikbaar zijn. Een initiatief zoals MKB Servicepoints lijkt dan ook een goede handreiking om de wijk economie op te laten bloeien. Andere initiatieven, zoals flexibele kantoren of bedrijfsverzamelgebouwen, kunnen de ondernemer uit de zolderkamer krijgen, maar zijn niet altijd in woonwijken gevestigd. Er worden woningconcepten ontwikkeld die ondernemers de mogelijkheid bieden om een bedrijf aan huis te hebben. Flexibel in te delen woningen en particulier opdrachtgeverschap bieden de bewoner meer mogelijkheden, ook op het gebied van bedrijfshuisvesting. In hoeverre de startende ondernemer de woning als bedrijfslocatie gebruikt is onder andere afhankelijk van de kenmerken van de woning: is er de beschikking over een extra (werk)kamer, is er een verhoogd plafond, is er een aparte ingang, is de woning flexibel in te delen? Over de invloed van het type woning is nog weinig bekend. Daarnaast spelen nog andere

factoren mee: laat het bestemmingsplan het toe? Lenen de bedrijfsactiviteiten zich hier wel voor? Om hier meer inzicht in te krijgen is empirisch onderzoek nodig.



## 6 Focus en opzet van het empirisch onderzoek

### 6.1 Inleiding

Na een overzicht van de literatuur op het gebied van ondernemerschap aan huis, en meer specifiek het starten vanuit de eigen woning, is het van belang om te kijken hoe het staat met Nederlandse starters aan huis. De probleemstelling, “Wat zijn de achtergronden van het starten van een bedrijf uit de eigen woning en de duur van deze thuislocatie, en wat is de relatie met verhuisgeneigdheid?” (zie § 1.2), is tot dusver immers voornamelijk theoretisch en conceptueel beantwoord. In de hoofdstukken 7 en 8 wordt deze probleemstelling beantwoord met behulp van empirisch onderzoek. De ondernemers-aan-huis komen aan het woord.

Dit hoofdstuk beschrijft de opzet van dit empirisch onderzoek. Daartoe wordt allereerst geëvalueerd wat uit het literatuuronderzoek naar voren is gekomen, en welke vragen nog open staan (§ 6.2). Deze evaluatie wordt gevolgd door een conceptueel model. Hierna wordt de aanpak van het empirisch onderzoek toegelicht en ingegaan op de selectie van wijken, bedrijven en ondernemers voor de schriftelijke enquêtes en de interviews (§ 6.3). Vervolgens wordt een beeld gegeven van de dataverzameling en van de non-response (§ 6.4). Het hoofdstuk wordt afgesloten met een beschouwing over de generaliseerbaarheid van de inzichten op basis van de gebruikte gegevens (§ 6.5).

### 6.2 Evaluatie en focus: welke vragen staan na het literatuuronderzoek nog open?

De vier voorgaande hoofdstukken bieden meer inzicht in de probleemstelling en de gehanteerde onderzoeksvragen, hoewel er ook nog steeds vraagtekens zijn.

De eerste onderzoeksvraag richt zich op de mate waarin nieuwe ondernemers hun woonhuis als bedrijfslocatie gebruiken en hoe dit verklaard kan worden. Landelijke gegevens over het aantal starters vanuit de woning zijn onbekend, maar uit regionale onderzoeken wordt wel duidelijk dat het in ieder geval om een groot aandeel gaat. Verder is bekend dat een kwart van de MKB-ondernemingen in een woning is gevestigd. *Wat nog niet is verhelderd, is hoe de ondernemer de woning gebruikt; is er een aparte werkruimte, wat is het oppervlakte van de werkruimte, wat zijn de kenmerken van de woning en gebruikt de ondernemer mogelijk ook nog andere locaties voor de bedrijfsactiviteiten?*

Er zijn al wel enkele verklaringen voor het gebruik van de woning als bedrijfslocatie ten tijde van de start naar voren gekomen. In hoofdstuk 2 is naar voren gekomen dat het door moderne communicatiemiddelen steeds vaker mogelijk is om te werken waar en wanneer je maar wilt. Dit betekent dat de woning, naast plaats voor zorg, recreatie en studie, ook steeds meer een plaats om te werken wordt. De woning is de uitvalsbasis en de enige vaste plaats in de plaatsloze netwerksamenleving. Maar ook het combineren van werk met zorgtaken kwam meerdere keren naar voren als verklaring voor het gebruik van de woning als bedrijfslocatie. Ook de locatieafhankelijkheid en de invloed van sociale contacten, welke aan bod kwamen in hoofdstuk 4, veroorzaken een *home bias*. Het merendeel van de startende ondernemers begint in de thuisregio, al dan niet

vanuit de woning. Toch blijkt uit dit hoofdstuk dat de locatiekeuze voor een startende ondernemer eigenlijk nauwelijks een rol speelt. In deze fase heeft kostenbeheersing de hoogste prioriteit, vandaar dat veel starters kiezen voor de goedkoopst mogelijke huisvesting: een slaapkamer, studeerkamer of zolder van de eigen woning. Kostenbeheersing is, althans volgens de literatuur, de bepalende factor in de huisvestingsbeslissing van starters. *De vraag is of zij dat zelf ook zo ervaren?*

Wanneer het gaat over de periode na de start, dan gaan andere factoren meespelen. Dit leidt tot de tweede onderzoeksvraag, naar de achtergronden van bedrijfslocatiestrategieën en relocatieplannen na de start van het bedrijf. Bedrijfsverplaatsingen zijn niet vanzelfsprekend; locatiespecifiek kapitaal en *sunk costs* vormen vaak een obstakel bij relocatieplannen. Bedrijven zijn 'ingebod' in hun omgeving. Volgens de 'incubatietheorie' beginnen ondernemers hun bedrijf in de binnenstad omdat daar een groot aanbod van diensten aanwezig is en verhuizen ze later in hun groeiperiode naar buitenwijken, omdat ze dan niet meer afhankelijk van andere dienstverleners zijn. Het kan echter worden betwijfeld of deze onderlinge afhankelijkheid inderdaad naar verloop van tijd afneemt, gezien het fenomeen clusters en *industrial districts*, waar ondernemers juist profiteren van elkaars nabijheid. Ruimtegebrek komt het meest naar voren als verplaatsingsmotief; dit is echter vaak het resultaat van bedrijfsinterne veranderingen, bijvoorbeeld uitbreiding van het personeel. De tweede onderzoeksvraag kan dus grotendeels beantwoord worden, *alleen is nog niet duidelijk waarom specifiek thuisondernemers hun woning verlaten voor een bedrijfspand.*

In de derde onderzoeksvraag wordt de koppeling tussen bedrijf aan huis en relocatie gelegd. Deze onderzoeksvraag gaat in op de samenhang tussen (de ontwikkeling van) het bedrijf aan huis en de verhuisgeneigdheid van de ondernemer. Hoofdstuk 4 vermeldt dat de thuislocatie uiteindelijk niet meer geschikt is als bedrijfslocatie, vanwege de groei van het bedrijf, de scheiding van werk en privé en de professionaliteit. De praktijk wijst echter uit dat veel ondernemers aan huis vrede hebben met hun huisvesting; slechts zeven procent van de thuisgevestigde MKB-ondernemers gaf aan binnen vijf jaar te willen verhuizen naar een zelfstandig pand. Er is niet altijd behoefte aan groei en de uiterlijke aspecten van professionaliteit; de meeste bedrijven zijn klein en blijven klein, en als er behoefte is aan een professionele omgeving dan zijn daar allerlei oplossingen voor, zoals het huren van flexibele kantoorminimale. *Meer inzicht in het al dan niet 'ontgroeien' van de woning als bedrijfslocatie is nodig.*

Naast het – via literatuurstudie - beantwoorden van de drie onderzoeksvragen hebben de voorgaande vier hoofdstukken ook meer inzicht geboden in de achtergronden van het ondernemerschap en economisch of woningbouwbeleid op wijkniveau. Over het algemeen kan gezegd worden dat ondernemers erg gesteld zijn op hun vrijheid; veel ondernemers geven aan een bedrijf te zijn gestart vanwege de vrijheid om eigen baas te zijn. Dit is vaak een belangrijker motief dan winst maken of 'een gat in de markt zien'. Ook de controle over de tijd en de eigen leefwijze is voor veel ondernemers belangrijk. In hoofdstuk 2 wordt duidelijk dat er ook op de werkvloer een toenemende drang naar meer autonomie en flexibiliteit is. Ondernemerschap wordt steeds populairder; cijfers over het aantal starters tonen dit aan, maar ook bij grote organisaties waait steeds meer

een ondernemende geest; *intrapreneurship* en slagvaardiger opereren zijn enkele fenomenen die hierop wijzen. Ondanks het recordaantal starters werkt de institutionele omgeving in Nederland wel belemmerend; veel regels maken de stap naar ondernemerschap lastig. En bij het aannemen van personeel komen zoveel administratieve en financiële verplichtingen kijken, dat dit ontmoedigend kan werken. Tenslotte is in hoofdstuk 5 nog ingegaan op het belang van ondernemerschap voor de woonwijk. Veel bedrijven zijn in woonwijken gevestigd, maar zijn vaak onzichtbaar aanwezig, waardoor hun bijdrage aan de wijk onduidelijk is. Het wordt inmiddels onderkend dat, vanuit het oogpunt van levendigheid en veiligheid, het belangrijk is om werkfuncties in een woonwijk te stimuleren. De directe bijdrage aan de gevoelens van leefbaarheid en veiligheid van bewoners zijn vooralsnog onduidelijk. Wel is duidelijk dat flexibel in te delen woningen en goedkope ruimten een voorwaarde zijn om de wijk economie te stimuleren.

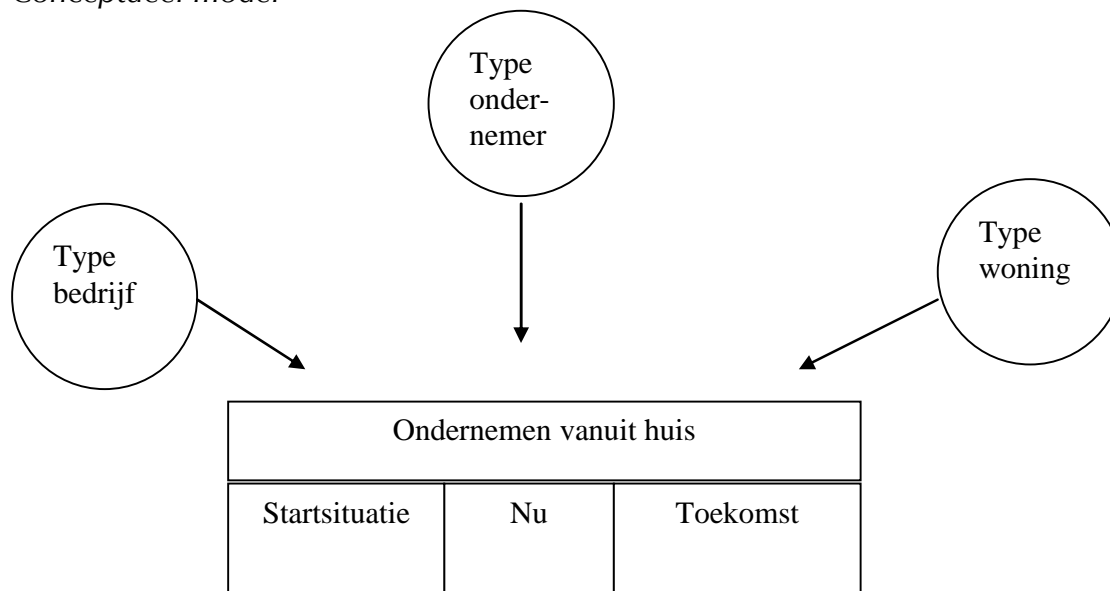
Zoals in de inleiding al is vastgesteld, is dit onderzoek exploratief van aard. Niet alleen de (internationale) literatuur over starten en een onderneming runnen vanuit de woning is nog beperkt; ook het empirisch onderzoek onder starters- en ondernemers aan huis staat – voornamelijk door de lastige gegevensverzameling - nog in de kinderschoenen. Het empirisch onderzoek dat is uitgevoerd in deze studie, richt zich voornamelijk op het beantwoorden van de drie onderzoeksvragen, en meer specifiek op de thema's die na het literatuuronderzoek nog onderbelicht zijn: deze zijn hierboven cursief weergegeven. Maar ondanks het voornamelijk exploratieve karakter van deze studie, is de verleiding groot om ook mogelijke verklaringen van starten en ondernemen vanuit huis te belichten. Uit de literatuurstudie komt naar voren dat het starten van een bedrijf aan huis, de tot dusver gevolgde relocatiestrategie, maar ook de relocatieplannen bepaald worden door drie typen factoren (figuur 6.1). In de meer traditionele (economische) benadering is het vooral het *bedrijf* dat uit oogpunt van kostenminimalisatie en winstmaximalisatie een locatie kiest. De uitkomst van dit keuzeproces hangt dan weer af van sector, netwerken, omvang of groei. Een andere invalshoek is de *ondernemer* die op basis van zijn kennis, contacten, thuissituatie en persoonlijke plannen, strategische keuzes en locatiekeuzes maakt voor het bedrijf. Een derde factor, tot dusver onderbelicht, is de rol van de *woning* in dit keuzeproces. Nederland telt ongeveer 150.000 bedrijven vanuit huis....; maar wat voor huizen zijn dat dan? En in hoeverre zijn woningkenmerken push-, pull- of juist keefactoren in bedrijfs(re)locatiebeslissingen? Het empirisch deel van dit onderzoek is gericht op drie typen factoren die samenhangen met het gebruik van de woning als startlocatie voor het bedrijf, het huidige gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten, en de verplaatsingsgeneigdheid van deze bedrijven-aan-huis, waaronder ook de continuïteit van de koppeling tussen bedrijf en woning.

### **6.3 Aanpak van het empirisch onderzoek**

Om de nog openstaande vragen ook empirisch te kunnen beantwoorden, is gedetailleerde informatie nodig over de locatiekeuzes van ondernemers in het verleden en hun plannen over bedrijfslocatie in de toekomst. Hiervoor moeten ondernemers zelf aan het woord komen; immers, er bestaat in Nederland geen gegevensbestand met deze informatie. Daar komt bij dat van deze ondernemers en hun bedrijven specifieke

achtergrondkenmerken genoteerd moeten worden, wil het relatieve belang van kenmerken van het bedrijf, de ondernemer en de woning bij deze locatiekeuzen kunnen worden aangegeven. De operationalisering van deze centrale concepten is

**Figuur 6.1**  
*Conceptueel model*



weergegeven in tabel 6.1. De hoeveelheid en het detail van de benodigde informatie van ondernemers zelf, vragen dus om een persoonlijke aanpak in het empirisch onderzoek, in de vorm van een survey. Een groot aantal interviews onder starters of ondernemers aan huis zou ideaal zijn, zeker ook omdat het de bedoeling is de invloed van de drie factoren bedrijf, ondernemer, en woning op bedrijfs(re)locatie willen ontrafelen. Helaas is deze aanpak

**Tabel 6.1**  
*Operationalisering van de verklarende variabelen uit het conceptueel model*

Verklarende concepten	Kenmerken
<b>Bedrijf</b>	Sector, omvang, leeftijd, netwerk patroon, gerealiseerde groei, aandeel werktijd bij klant/onderweg
<b>Ondernemer</b>	Geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, fulltime of parttime, huishoudensituatie, zorgtaken (kleine kinderen), aspiraties bedrijfsgroei
<b>Woning</b>	Eigendomsverhouding, woninggrootte in m2, woninggrootte in aantal kamers, type woning (eengezinswoning of flatwoning)

gezien de omvang en tijdsduur van het onderzoek niet haalbaar. Daarom is gekozen voor een combinatie van een schriftelijke enquête (zie bijlage 1 voor de vragenlijst) onder ondernemers-aan-huis in twee stedelijke wijken, gevolgd door enkele diepte-interviews (zie bijlage 2 voor de itemlijst) onder deze ondernemers. Hiertoe zijn drie selecties uitgevoerd: van wijken, van ondernemers, en van interviewpersonen. Die



worden in de subparagrafen hieronder toegelicht. Allereerst wordt echter ingegaan op enkele aspecten van de operationalisering van de centrale variabele uit het conceptueel model, ondernemen vanuit huis.

Het verschijnsel bedrijf-aan-huis doet zich voor in diverse vormen (tabel 6.2, zie ook Louw & De Vries 2002). Dit onderzoek is beperkt tot die vormen waarbij woningen in woonwijken voorkomen en waarbij er een directe relatie is tussen de woon- en bedrijfsruimte. Daarom zijn de vormen woning in het bedrijfspand (type C), en woning bij het bedrijf met twee zelfstandige gebouwen (type A) buiten het onderzoek gebleven. De vorm bedrijf in de woning (type D1) in de vorm van winkelwoningen is ook buiten het onderzoek gebleven, omdat die vorm zich veelal beperkt tot vooroorlogse wijken, terwijl in dit onderzoek gekozen is voor wijken uit de jaren '90 van de 20<sup>e</sup> eeuw (zie §

**Tabel 6.2**

*Verschijningsvormen van bedrijf-aan-huis en focus in het onderzoek*

	<i>Verschijningsvorm</i>	<i>Toelichting</i>	<i>In dit onderzoek meegenomen typen bedrijf-aan-huis</i>
A	Woning bij het bedrijf	Perceel met 2 zelfstandige gebouwen	
B	Bedrijf bij de woning	Bijvoorbeeld schuur, bijgebouw (op hetzelfde perceel)	X
C	Woning in het bedrijfspand	Bedrijfspand met een apart deel woonruimte (vaak op bedrijventerreinen)	
D1	Bedrijf in de woning: specifieke bedrijfsruimte	In oudere, vooroorlogse stedelijke wijken (winkelwoningen)	
D2	Bedrijf in de woning	Aparte ruimte, zolderkamer, extra kamer	X
D3	Bedrijf in de woning	Geen aparte ruimte: bedrijfsactiviteiten vanaf de 'keukentafel'	X

6.3.1). Het vestigingsadres van het bedrijf is de eerste ingang geweest voor de bedrijvenselectie (zie § 6.3.2) in de gekozen wijken (zie § 6.3.1). Deze vestigingsadressen zijn visueel geïnspecteerd; de onderzoeksfocus ligt immers op woonadressen. Daarom zijn alleen die bedrijven en vestigingsadressen uitgekozen die vielen in categorie D2 en D3, maar vanwege het beperkte zicht op de achtertuinen van de eengezinswoningen is het ook mogelijk dat een enkel bedrijf uit categorie B voorkomt in de onderzoekspopulatie (zie laatste kolom tabel 6.2). Wanneer er in toekomstig vervolgonderzoek ook oudere stadswijken worden meegenomen, is het te overwegen ook type D1 expliciet te onderscheiden. Bij het vragen naar de verschijningsvorm van de bedrijfshuisvesting ten tijde van de bedrijfsstart, is het aan de ondernemers zelf overgelaten om het 'bedrijf-aan-huis' te typeren. Zij hadden in de enquête de volgende keuzen, indien ze niet op het huidige adres waren gestart: In wat voor soort huisvesting is uw bedrijf gestart?

in een (andere) woning die ook het woonadres was

in een specifieke bedrijfsruimte (winkel, bedrijfspand, kantoor e.d.)

in een andere situatie.

### 6.3.1 Selectie van wijken

Voor het empirisch onderzoek is gekozen voor twee wijken in verschillende steden. Door te kiezen voor verschillende steden kan gekeken worden of gemeentelijke bepalingen van invloed zijn op het functioneren van bedrijven aan huis. Verder is er juist gekozen voor wijken uit ongeveer dezelfde periode (gebouwd tussen 1990 en 1999) en met een meer of minder te vergelijken stedenbouwkundige visie. Door het selecteren van relatief jonge wijken kunnen gemakkelijker dan in oudere wijken starters vanuit de woning worden geïdentificeerd. Een andere reden om te kiezen voor relatief jonge wijken, is het feit dat de ondernemers-aan-huis zich de (re)locatiebeslissingen nog goed kunnen herinneren. Immers; vaak zijn het de eerste bewoners van de wijk en wonen ze er in ieder geval korter dan 15 jaar. Tenslotte kunnen uitspraken worden gedaan die inzichten kunnen opleveren voor de stedenbouwkundige inrichting en functiemenging van nog te bouwen wijken. In oude wijken, die veelal spontaan zijn ontstaan, is de context en stedenbouwkundige *setting* geheel anders. Vanwege de korte tijdsduur van dit project zou het te ver voeren om deze wijken ook bij het onderzoek te betrekken. In april 2005 is uit een omvangrijker reeks wijken gekozen voor de wijken Nieuw Sloten in Amsterdam en Kattenbroek in Amersfoort. Vanwege de omvang van de onderzoekspopulatie (resp. 380 en 330 ondernemers in Nieuw Sloten en Kattenbroek) is gekozen om niet meer dan twee wijken te onderzoeken. Beide wijken kenmerken zich door een hoge mate van diversiteit in woningen en woonmilieus, welke tijdens de planvorming ook duidelijk beoogd was. Door een divers woningaanbod en afwijkende woningtypen bieden de wijken ruimte voor bedrijvigheid. Deze gevarieerde woningmarkt maakt het mogelijk om variatie in woningtypen als mogelijke verklarende factor van bedrijfs(re)locatie mee te nemen.

#### Nieuw Sloten in Amsterdam

De wijk Nieuw Sloten dankt haar naam aan het aangrenzende dorp Sloten, dat tot aan de bouw van de wijk voor een deel was omgeven door kassen. Inmiddels heeft het glas plaatsgemaakt voor zo'n 5.000 woningen. Toen Amsterdam zich in 1986 kandidaat stelde voor de Olympische Spelen van 1992, werd Nieuw Sloten ingezet als Olympisch dorp. Voor alle atleten en ondersteunend personeel zouden zo'n 4.000 woningen nodig zijn. Het liep anders en de Spelen zijn er niet gekomen, maar de wijk is alsnog ontwikkeld om de groeiende Amsterdamse bevolking op te vangen. Het was de eerste gerealiseerde wijk volgens de principes van het compacte stadsbeleid uit de jaren '80 en '90. In 1996 zijn de laatste woningen opgeleverd. De wijk is gebouwd in hoge dichtheden van gemiddeld 55 woningen per hectare, maar wel met veel groen en weinig hoogbouw (70 % laagbouw; de Wit 1998). Dit is gerealiseerd door het groen per woning te verminderen, maar daarentegen grote stukken openbaar groen te realiseren. Op deze manier ontstaat toch een gevoel van ruimte en openheid, omdat het groen duidelijk in het zicht is gebracht. De woningen in Nieuw Sloten zijn door 33 verschillende architecten ontworpen, waardoor het woningaanbod een grote verscheidenheid kent. De verhouding koop-huur ligt op 55 % koopwoningen tegenover 45 % huurwoningen. Huurwoningen in het allerlaagste prijssegment ontbreken echter (Haverkamp 1994). In de wijk wonen voornamelijk jonge gezinnen. In Nieuw Sloten is geprobeerd een diverse, verrassende woonwijk neer te zetten. De doelstellingen bij het stedenbouwkundig ontwerp waren 'streng en fantasievol'. Streng omdat er slim met de

beperkte ruimte omgegaan moest worden, en fantasievol in de zin van details. De supervisie lag in handen van een landschapsarchitect, vanwege het belang van een vitale openbare ruimte (Baljon 2000). De opzet lijkt geslaagd; in 1996 won Nieuw Sloten de omgevingsarchitectuurprijs vanwege de geslaagde combinatie van hoge dichtheden met een groene, ruimtelijke uitstraling. Functiemenging lijkt in Nieuw Sloten duidelijk van de grond te zijn gekomen; er is een hoge concentratie van kleinschalige bedrijvigheid te vinden, namelijk 15 procent van het totale stadsdeel Slotervaart (Gemeente Amsterdam 2001). Het merendeel van deze bedrijven is gevestigd in een woning; het gaat hier om 500 bedrijven, oftewel: in één op de tien woningen is een bedrijf gevestigd (KEI 2003). Volgens de Gemeente Amsterdam vervult Nieuw Sloten dan ook een broedplaatsfunctie en moet dit zo veel mogelijk gestimuleerd worden. Een obstakel daarbij is dat er nu nog weinig doorgroeimogelijkheden voor ondernemers zijn. Er is veel vraag naar betaalbare huurpanden, maar het aanbod daarvan in Nieuw Sloten is te verwaarlozen. Er is wel een initiatief om 'schoolkantoren' te ontwikkelen, waar meerdere bedrijven zich kunnen vestigen. Ook stimuleert de gemeente de bouw van woon-werkpanden (Gemeente Amsterdam 2001). Sinds 2003 is een bedrijfsverzamelgebouw voor starters geopend, genaamd De Westlander. Het gebouw biedt slechts ruimte aan zeven startende ondernemers die speciaal geselecteerd zijn om zich daar te vestigen. Ook is er een bedrijfsverzamelgebouw aan de Willebroekstraat gerealiseerd.

### ***Figuur 6.2***

#### *Ligging Nieuw Sloten in Amsterdam*



Bron: Website Gemeente Amsterdam, 2005

#### *Kattenbroek in Amersfoort*

Er zijn enkele overeenkomsten aan te duiden tussen Kattenbroek en Nieuw Sloten: beide wijken werden rond 1996 opgeleverd en bestaan uit ongeveer 5.000 woningen. Twee architecten, Lucien Lafour en Rudy Uytenga, zijn bij de ontwikkeling van beide wijken betrokken geweest. Maar de stedenbouwkundige en architectonische uitkomsten van beide wijken zijn totaal verschillend. Het is vooral de invloed van de uit India afkomstige architect Ashok Bhalotra geweest die zijn stempel heeft gedrukt op Kattenbroek. In plaats van te beginnen met wegen te tekenen, vervolgens parkeerplaatsen en woningen, is het stedenbouwkundige patroon van Kattenbroek

geïnspireerd op de kunstwerken van Kandinsky. Het stedenbouwkundige patroon, de straatnaamborden en de woningen zijn met een hoge mate van symboliek en mystiek tot stand gekomen. Het thema dat Bhalotra hierbij koos was 'reizen en thuiskomen', wat wordt weerspiegeld in straatnamen als De Ring, Hof der Herinnering, De Ontmoeting, Het Masker en de Laan der Hoven. Er is zo veel mogelijk geprobeerd een monotone,

### **Figuur 6.3**

*Ligging Kattenbroek in Amersfoort*



Bron: Gemeente Amersfoort, 2003.

saaie woonwijk te voorkomen door ronde en kronkelende wegen aan te leggen en hofjes te creëren. Ook de woningen zijn in architectonisch opzicht bijzonder, zoals torenwoningen, ruinewoningen en boerderij-achtige woningen. Verkeersborden leken niet nodig; verboden passen niet in deze wijk en bewoners werden geacht zelf hun verantwoordelijkheid te nemen. Het geld wat daardoor over bleef kon geïnvesteerd worden in speciaal ontworpen lantaarnpalen. Helaas bleek later dat de wijk toch niet zonder verkeersborden kon zodat ze alsnog werden geplaatst (Van Rooy 1991, Ten Hooven & Hos 1993). Ondanks veel kritiek waren de nieuwe bewoners enthousiast: 85 procent van de woningen was voor de aanvang van de bouw al verkocht. Volgens de betrokken wethouder Asselbergs is Kattenbroek vooral zo'n groot succes omdat de wijk het einde van de periode van overheidsbemoediging inluide. Volgens De Visser is het een overwinning voor de bewoners, die zich wat betreft bouwstijl en woonomgeving niet meer de wet laten voorschrijven (De Visser 1993). In Kattenbroek is 40 procent van de woningen een huurwoning, maar ook hier geldt dat dit de duurdere huurwoningen zijn. Opvallend is dat in Kattenbroek huur- en koopwoningen sterker gemengd zijn dan doorgaans het geval is. Er zijn geen buurten die geheel uit huur- of koopwoningen bestaan. Deze sterke menging was ook onderdeel van de filosofie van Bhalotra om kinderen van verschillende achtergronden samen op straat te laten spelen. Net als in Nieuw Sloten wonen hier veel jonge gezinnen (Gemeente Amersfoort 2003). De meeste bedrijven in Kattenbroek zijn actief in de zakelijke dienstverlening (Gemeente Amersfoort 2003). In totaal herbergt de wijk zo'n 475 bedrijven, zeven procent van alle Amersfoortse bedrijven. Wat betreft de werkgelegenheid scoort Kattenbroek daarentegen wat lager. Dit hangt vermoedelijk samen met de vele relatief kleine bedrijven aan huis.

### **6.3.2 Selectie van bedrijven**

Voor het selecteren van starters vanuit de woning is het noodzakelijk om bedrijfsadressen te hebben van startende ondernemers in de wijk. Voor het achterhalen van determinanten om een goede vergelijking te kunnen maken tussen bedrijven die wel- en die niet vanuit huis starten, zouden idealiter twee typen bedrijven moeten worden geselecteerd: starters waarvan het woon- en bedrijfsadres hetzelfde is, en starters waarvan het woon- en werkadres niet overeenkomt. Aangezien de kenmerken van de woning meespelen, is uitgegaan van startende bedrijven waarvan de eigenaar in Nieuw Sloten of Kattenbroek woont. De beschikbaarheid van adresgegevens van deze typen bedrijven is echter beperkt. Ten eerste bestaan er bij de Vereniging van Kamers van Koophandel (VVK) geen 'historische' gegevensbestanden, waaruit jaarlijks de starters zouden kunnen worden geselecteerd. Ten tweede bleek het vanwege privacy overwegingen onmogelijk om bij de VVK adressen te krijgen van bedrijven waarvan de eigenaar binnen de postcodes van de twee geselecteerde wijken woont. Daarom is de populatie van ondernemers, die bij het empirisch onderzoek worden betrokken, vastgesteld op basis van het Handelsregister van de VVK dd. half januari 2005. Dat register bevat de adresgegevens van alle ondernemingen die op dat moment staan ingeschreven. De onderzoekspopulatie is in twee stappen geselecteerd. In eerste instantie zijn uit het handelsregister de adressen verzameld van bedrijven die economisch actief zijn en tenminste één werkzaam persoon tellen (om de 'lege BV's' eruit te filteren), die gevestigd zijn tussen januari 1990 en januari 2005 en die als hoofdvestiging zijn aangemerkt, en waarvan het bedrijfsadres ligt in de postcodegebieden 1066 (Sloten/Riekerpolder) en 3823 (Kattenbroek). Dit resulteerde in 539 ondernemingen in Sloten en 364 ondernemingen in Kattenbroek. In tweede instantie is op basis van visuele inspectie ter plaatse de populatie afgebakend tot de ondernemingen die in woonhuizen zijn gevestigd die behoren tot de drie verschijningsvormen uit tabel 6.2. Op deze manier zijn alle ondernemingen in bedrijfsverzamelgebouwen, wijkwinkelcentra en bedrijventerreinen uit de onderzoekspopulatie gefilterd. Deze selectie resulteerde in het aantal van 394 bedrijven in Nieuw Sloten en 340 bedrijven in Kattenbroek. Hiervan vielen nog zes bedrijven af, die op twee adressen stonden ingeschreven: de onderzoekspopulatie bestond in totaal uit 728 bedrijven: 390 uit Nieuw-Sloten en 338 uit Kattenbroek. Deze 728 bedrijven zijn benaderd met een brief en enquête (zie § 6.3.4).

### **6.3.3 Selectie van ondernemers voor de interviews**

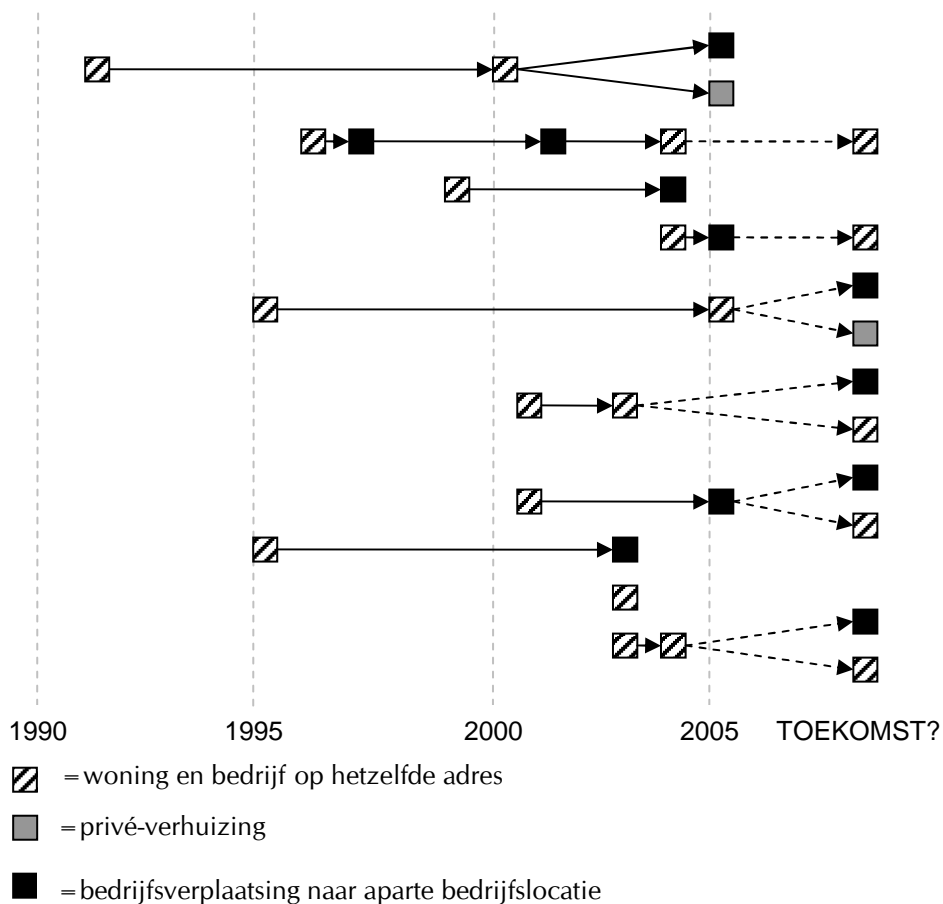
Eind april is een schriftelijke enquête verstuurd naar het correspondentieadres van deze bedrijven (zie bijlage 1). Een van de laatste vragen in deze enquête betrof de medewerking aan een interview ronde. In het tweede deel van juni 2005 zijn tien van de ondernemers die positief stonden ten opzichte van deze vervolgspraak, benaderd voor het afnemen van een diepte-interview. Voor de selectie van de respondenten voor de interviews is gekeken naar de voorgeschiedenis en de verhuisplannen van de ondernemer. Ondernemers met 'strategische momenten' in het verleden of in de toekomst zijn voor een interview interessanter dan ondernemers die in een stabiele fase zitten. Deze strategische momenten zijn verhuizingen in het verleden of verhuisplannen voor de toekomst (figuur 6.4). Immers, juist bij deze groep ondernemers komt de

'spanning' tussen de specifieke locatie-eisen van het bedrijf en geschikte kenmerken van de woning voor het uitoefenen van bedrijfsactiviteiten naar voren.

**Figuur 6.4**

*Schematische weergave van strategische momenten in het verhuisgedrag van bedrijf en huishouden van respondenten*

Ondernemers met 'strategische momenten' in het verleden of in de toekomst zijn voor een interview interessanter dan ondernemers die in een stabiele fase zitten. Deze strategische momenten zijn verhuizingen in het verleden of verhuisplannen voor de toekomst. In onderstaand figuur zijn deze strategische momenten van de geïnterviewde respondenten schematisch weergegeven. Hier is ook te zien dat alle respondenten hun bedrijf aan huis zijn gestart<sup>1</sup>. De meeste bedrijven zijn nog relatief jong; de helft bestaat slechts vijf jaar of korter.



\*Het eerste blokje staat voor de start van het bedrijf

<sup>1</sup>Slechts twee personen die niet aan huis waren gestart waren bereid een interview te geven. Eén hiervan is geïnterviewd, maar deze persoon bleek toch ook aan huis te zijn gestart.

Tijdens de interviews, waarvoor een lijst met te behandelen topics is opgesteld (zie bijlage 2), ligt het accent op de persoonlijke (woning) en professionele (bedrijf) verhuiscariëre en de plannen ten aanzien van de verplaatsing van het bedrijf of persoonlijke verhuizing. In de enquête was er immers niet de mogelijkheid om uitgebreid te vragen naar de verschillende levensfasen van het bedrijf en de daarbij horende huisvestings situatie. Ook is er tijdens de interviews meer aandacht voor de rol van de woning als bedrijfslocatie, zowel nu als tijdens de start.

## 6.4 Dataverzameling en non-respons

Eind april 2005 is de schriftelijke enquête, voorzien van een aanbiedingsbrief, verstuurd naar het correspondentieadres van deze bedrijven (bijlage 1). Er kwamen 18 brieven terug omdat dit adres niet meer klopte of omdat het bedrijf inmiddels verhuisd of beëindigd was. De gecorrigeerde onderzoekspopulatie is uiteindelijk 710 bedrijven, waarvan er 140 de enquête daadwerkelijk hebben ingevuld en geretourneerd. Het responspercentage is derhalve 20%, vergelijkbaar met ander onderzoek onder bedrijven waarin schriftelijk is geënquêteerd (Van de Heijning 2000; Inbo 2005). De vergelijking van de response en non-response (zie bijlage 3) heeft opgeleverd dat de beide categorieën wat betreft bedrijfsomvang dezelfde samenstelling hebben. In de response zijn de sectoren met kantoorachtige bedrijfjes (zoals organisatieadviesbureaus en andere zakelijke dienstverleners) oververtegenwoordigd, terwijl de sectoren industrie/bouw/verkeer/vervoer en handel/reparatie zijn ondervertegenwoordigd. Een verklaring zou kunnen zijn dat ondernemers die formeel wel een bedrijf aan huis hebben, maar de meeste bedrijfsactiviteiten buitenshuis verrichten, de gedachte hebben gehad dat het onderzoek niet op hen gericht was. Oudere bedrijven zijn in de response sterker vertegenwoordigd dan in de non-response. Wat hiervoor de verklaring zou kunnen zijn is niet duidelijk. Misschien zitten de iets oudere bedrijven in een ontwikkelingsfase waarin wat gemakkelijker tijd kan worden vrijgemaakt voor een niet-kernactiviteit als het invullen van een vragenlijst. Bekend is dat succesvolle ondernemers graag over hun bedrijf vertellen.

Het onderzoek is gericht op drie vormen van bedrijf-aan-huis, bedrijf in de woning met een aparte ruimte, bedrijf in de woning vanaf de 'keukentafel' en bedrijf in een schuur bij de woning (tabel 6.2). Vanwege de onduidelijkheid over het samenvallen van correspondentieadres, woonadres en bedrijfsadres is de respondenten in de enquête gevraagd of het bedrijf daadwerkelijk gevestigd is op het woonadres van de ondernemer. Op deze vraag waren vier antwoorden mogelijk: Het correspondentieadres is...

zowel het adres van het bedrijf als het woonadres (door 113 ondernemers genoemd);  
het adres van het bedrijf, maar niet het woonadres (10);  
het woonadres, maar niet het adres waarop bedrijfsactiviteiten plaatsvinden (14);  
niet het woonadres en ook niet uw bedrijfsadres (3).

Omdat twee van de drie ondernemers uit de laatste categorie wel het bedrijf op hun woonadres hebben ingeschreven, komt het totaal aantal responderende ondernemers dat in april 2005 bedrijfsactiviteiten vanuit de woning uitoefenden, op 115 uit. Uiteraard is het mogelijk dat veel ondernemers die op hun huisadres hun bedrijf hebben ingeschreven, eigenlijk nauwelijks de woning zelf gebruiken. Dit blijkt ook uit tabel 6.3: bijna 50 % werkt meer dan de helft van de werktijd buitenshuis, voornamelijk vanwege het type bedrijfsactiviteiten. Een selectie op dit kenmerk is helaas niet mogelijk, omdat deze gegevens nergens worden geregistreerd.

Per wijk zijn de kenmerken van de bedrijven, ondernemers en woningen zijn weergegeven in tabel 6.3. Tussen de twee onderzoekswijken bestaan significante verschillen ten aanzien van groeiplannen en woninggrootte. De bedrijven in Nieuw-Sloten hebben vaker groeiplannen op het gebied van personeel of omzet dan in Kattenbroek. De woningen in Nieuw-Sloten zijn relatief klein.

**Tabel 6.3**

*Kenmerken van het bedrijf, de ondernemer en de woning, en (toekomstig) gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten naar onderzoekswijk, percentages(cursief) en absolute aantallen*

	Nieuw-Sloten	Kattenbroek	Totaal
<b>Kenmerken van het bedrijf</b>			
Bedrijfsactiviteit (100%), n =	57	83	140
<i>Industrie/bouw/horeca/verkeer/vervoer</i>	11	8	9
<i>Handel/reparatie</i>	14	16	15
<i>Automatiseringsdiensten</i>	9	11	10
<i>Organisatieadviesbureaus</i>	23	17	19
<i>Overige zakelijke dienstverlening</i>	35	23	28
<i>Commerciële diensten en overig</i>	9	25	19
Werkzame personen (100%), n =	57	82	139
<i>Een persoon</i>	74	74	74
<i>Twee personen of meer</i>	26	26	26
Leeftijd van het bedrijf (100%), n =	57	81	138
<i>0 t/m 3</i>	18	24	21
<i>4 t/m 7</i>	40	32	36
<i>8 t/m 10</i>	18	25	22
<i>11 jaar of ouder</i>	25	20	22
Groei aantal uren werkzaam in bedrijf sinds start (100%), n =	57	83	140
<i>Minder uren per week</i>	56	63	60
<i>1 – 10 uur/week</i>	14	6	9
<i>Meer dan 10 uur per week</i>	30	31	31
Gerealiseerde groei (100%), n =	57	82	139
<i>Zelfstandige &lt; 10 uur groei sinds start</i>	54	49	51
<i>Zelfstandige &gt; 10 uur groei sinds start</i>	19	26	23
<i>Personeel in dienst</i>	26	26	26
Invloed op de lokale economie (100%), n =	57	82	***139
<i>Stabiel, geen groei verleden en toekomst</i>	42	44	43
<i>Groei in het verleden</i>	26	44	37
<i>Groeiplannen voor de toekomst</i>	32	12	20
Verandering aantal uren in baan ernaast (100%), n =	17	28	45
<i>Baan nu belangrijker</i>	18	18	18
<i>Baan nu minder belangrijk</i>	82	82	82
Locatie van personeel (100%), n =	16	24	40
<i>Binnen de wijk</i>	31	33	33
<i>Binnen de stad</i>	38	29	33
<i>Daarbuiten</i>	31	38	35
Deel buitenshuis werkzaam (100%), n =	57	79	136
<i>Minder dan de helft van werktijd buitenshuis</i>	54	65	60
<i>Meer dan de helft van de werktijd buitenshuis</i>	46	35	40
<b>Kenmerken van de ondernemer</b>			
Geslacht (100%), n =	57	83	140
<i>Man</i>	58	66	63
<i>Vrouw</i>	42	34	37
Leeftijd (100%), n =	57	83	140
<i>T/m 37 jaar</i>	23	30	27
<i>38 t/m 50 jaar</i>	53	42	46
<i>51 of ouder</i>	25	28	26
Opleiding (100%), n =	57	83	140
<i>Laag/middelbaar</i>	33	36	35
<i>Hoog</i>	67	64	65
Tijdsinzet eigen bedrijf per week (100%), n =	57	83	140



<i>T/m 15 uur</i>	16	13	14
<i>16 t/m 40 uur</i>	44	47	46
<i>41 uur of meer</i>	40	40	40
Zorgtaken familie (100%), n =	56	83	139
<i>Geen kleine kinderen</i>	63	61	62
<i>Wel kleine kinderen</i>	38	39	38
Streeft naar omzetvergroting (100%), n =	55	82	137
<i>Heel nadrukkelijk</i>	33	32	32
<i>Niet zo nadrukkelijk</i>	46	54	50
<i>Eigenlijk niet</i>	22	15	18
<b>Kenmerken van de woning</b>			
Eigendomsverhouding (100%), n =	57	83	140
<i>Koopwoning</i>	68	80	75
<i>Huurwoning</i>	32	20	25
Oppervlakte in klassen (relatief, gemiddelde 2 wijken) (100%), n =	54	72	***126
<i>Kleiner dan ½ standaardafwijking onder gemiddelde</i>	41	22	30
<i>Rond het gemiddelde</i>	26	54	42
<i>Groter dan ½ standaardafwijking boven het gemiddelde</i>	33	24	28
Aantal kamers (100%), n =	57	83	**140
<i>4 kamers of minder</i>	54	30	40
<i>5 kamers</i>	25	34	30
<i>6 kamers of meer</i>	21	36	30
Woningtype (100%), n =	57	83	140
<i>Eengezinswoning</i>	79	88	84
<i>Flat of anders</i>	21	12	16
Aanpassingen aan woning ten behoeve van bedrijfsactiviteiten (100%), n =	40	73	113
<i>Ja</i>	25	29	27
<i>Nee</i>	75	71	73
Aanpassingen aan woning ten tijde van start ten behoeve van bedrijfsactiviteiten (alleen voor degenen die zowel bij start als momenteel vanuit huis actief zijn) (100%), n =	23	48	71
<i>Ja</i>	17	27	23
<i>Nee</i>	83	74	77
<b>(Toekomstig) gebruik van woning voor bedrijfsactiviteiten</b>			
Gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten (100%), n =	41	74	115
<i>Aparte ruimte</i>	32	22	25
<i>Geen aparte ruimte</i>	68	78	75
% oppervlakte woning benut voor bedrijf (gemiddeld, n = 101)	15,8	14,6	15,1
Aanpassing van woning voor uitvoeren bedrijfsactiviteiten (100%), n =	40	73	113
<i>Ja, aangepast</i>	25	29	27
<i>Nee, niet aangepast</i>	75	71	73
Aanpassing van woning voor uitvoeren bedrijfsactiviteiten bij start (100%), n =	23	48	71
<i>Ja, aangepast</i>	22	27	25
<i>Nee, niet aangepast</i>	78	73	75
Relocatieplannen bedrijf binnen twee jaar, (100%), n =	41	74	115
<i>Ja</i>	20	24	23
<i>Nee</i>	81	76	77

Plannen handhaven koppeling bedrijf en woning bij eventuele bedrijfsverplaatsing, (100%), n =	41	70	111
<i>Ja</i>	81	87	85
<i>Nee</i>	20	13	15
Plannen persoonlijke verhuizing binnen twee jaar, (100%), n =	41	74	115
<i>Beslist niet</i>	44	45	44
<i>Mogelijk</i>	42	47	45
<i>Zeker, beslist wel</i>	15	8	10

Vanwege item non-respons is het totaal aantal bedrijven niet altijd 140; bij het (Toekomstig) gebruik van woning voor bedrijfsactiviteiten zijn alleen de ondernemers die nu vanuit de woning opereren geselecteerd.

Statistisch significant verschil tussen de twee wijken: \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$

### **Figuur 6.5**

*Nailstudio in appartement boven winkelcentrum Nieuw-Sloten*



(foto: Amanda Mackloet)

## **6.5 Implicaties voor de generaliseerbaarheid van de uitkomsten**

De selectie van wijken, bedrijven en interviews, en de uiteindelijke respons, heeft uiteraard gevolgen voor de mate waarin op basis van de enquête en de interviews algemeen geldende uitspraken kunnen worden gedaan over het starten of ondernemen vanuit huis. De generaliseerbaarheid van de gegevens is beperkt vanwege een aantal redenen. Zoals hierboven uiteengezet, is het vanwege het ontbreken van jaarlijkse bestanden met startende bedrijven en de vertrouwelijkheid van adresgegevens niet mogelijk om *starters*

## **Figuur 6.6**

*Fysiotherapiepraktijk-aan-huis in Kattenbroek*



(foto: Amanda Mackloet)

aan huis te selecteren en te enquêteren. Als gevolg van deze beperking zijn bedrijven die *momenteel* in een woning gevestigd zijn, benaderd, en is teruggevraagd naar de beginsituatie van hun bedrijfsactiviteiten. De informatie over de startsituatie is daarom alleen bekend van degenen die in januari 2005 hun bedrijfsactiviteiten vanuit de woning uitvoeren. Van deze ondernemers is dus het gebruik van de woning bekend ten tijde van zowel de bedrijfsstart als het uitzetten van de schriftelijke enquête (eind april 2005). Ook is vanwege privacy-gevoeligheid het overgrote deel van de bedrijven van ondernemers die *niet of niet meer* vanuit huis opereren, niet meegenomen. Dit ontnemt het zicht op de factoren die het ondernemen of starten vanuit huis beïnvloeden. Tenslotte is de keuze voor slechts twee wijken arbitrair, en is de respons beperkt. Op basis van 140 enquêtes is het immers lastig om algemeen geldende conclusies te formuleren. De samenstelling van de response groep en de non-response groep is wat betreft sector en leeftijd van het bedrijf niet helemaal identiek; wat betreft omvang van het bedrijf is er echter geen verschil in samenstelling.

Deze omissies laten echter onverlet dat de uitkomsten van de empirische analyse van waarde zijn voor inzichten in het thema van dit exploratieve onderzoek. Enerzijds kunnen – weliswaar voorlopige en indicatieve - antwoorden worden gegeven op de onderzoeksvragen en kunnen de thema's die uit het literatuuronderzoek onderbelicht zijn gebleven, gedetailleerd aandacht krijgen. Ook kan het belang van bedrijfs-, ondernemers- en woningkenmerken voor bedrijfs(re)locatiebeslissingen aan de orde komen; weliswaar niet direct als 'harde' verklaring, maar als voorzichtige en voorlopige

indicatie. Anderzijds bieden deze omissies in het selecteren van geschikte bedrijfsadressen expliciet handvatten voor de aanpak van vervolgonderzoek. Het opbouwen en voor onderzoek openbaar maken van geschikte gegevensbestanden van ondernemers-aan-huis is daarvoor een eerste vereiste; een tweede is het verzamelen en bewaren van jaarlijkse 'stand'gegevens over bedrijfsadressen en woonadressen van hun eigenaren, bedrijfsmigratie, herkomst en bestemming essentieel.

## **7 Ondernemers aan huis: startlocatie, huidige situatie en ..... toekomstperspectief**

### **7.1 Inleiding**

Uit het literatuuronderzoek en de evaluatie daarvan in hoofdstuk 6 is gebleken dat er nog kennislacunes zijn op het gebied van ondernemen en starten aan huis. Dit hoofdstuk heeft daarom een tweeledig doel. Het eerste doel is om aan de hand van het empirisch onderzoek een antwoord te geven op de drie onderzoeksvragen:

In hoeverre gebruiken (nieuwe) ondernemers hun woonhuis als bedrijfslocatie en wat zijn daarvoor de verklaringen?

Wat zijn de achtergronden van bedrijfslocatiestrategieën en relocatieplannen na de start van het bedrijf?

Wat is de samenhang tussen (de ontwikkeling van) het bedrijf aan huis en de verhuisgeneigdheid van de ondernemer?

Bij het beantwoorden van deze vragen, worden ook enkele onderbelichte thema's uit de literatuurstudie, voor het voetlicht gebracht: de cursief weergegeven vragen uit paragraaf 6.2.

Het tweede doel is het specifiek exploreren van het belang van de bedrijfs-, ondernemers- en woningkenmerken voor de thuislocatie van bedrijven. Naast de gegevens uit de schriftelijke enquête wordt gebruik gemaakt van de informatie uit diepte-interviews over de levensloop van tien bedrijven.

Paragraaf 7.2 belicht de eerste onderzoeksvraag: het gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten. In paragraaf 7.3 komen de argumenten voor bedrijfs(re)locatiestrategieën na de start van het bedrijf aan de orde, en de samenhang met kenmerken van het bedrijf, de ondernemer en de woning. Paragraaf 7.4 belicht specifiek de relatie tussen bedrijfsontwikkeling en bedrijfsrelocatieplannen enerzijds en persoonlijke verhuisplannen van de ondernemer anderzijds. Tenslotte volgt een conclusie in paragraaf 7.5.

### **7.2 Het gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten en de variatie daarin**

In hoeverre gebruiken (nieuwe) ondernemers hun woonhuis als bedrijfslocatie en wat zijn daarvoor de verklaringen? Het gaat hierbij niet alleen om het wel of niet ondernemen vanuit huis, maar ook de mate waarin de woning wordt gebruikt, en om de aanpassingen van de woning, specifiek vanwege deze bedrijfsactiviteiten. Door in de enquête en vooral het interview terug te vragen naar de levensloop van het bedrijf, kan een uitsplitsing gemaakt worden tussen enerzijds het ondernemen aan huis ten tijde van de enquête en anderzijds het starten van het bedrijf vanuit huis.

Ten tijde van het empirisch onderzoek, in april 2005, was 82% van alle bedrijven *home-based*; 81,4 % van alle bedrijven is ooit thuis begonnen (tabel 7.1). Ruim driekwart van alle bedrijven opereert zowel bij de start als nu vanuit de woning van de eigenaar (107 bedrijven).

**Tabel 7.1***De woning als bedrijfslocatie, aantal bedrijven*

	Bedrijfslocatie thuis, ten tijde van enquête (april 2005)	Bedrijfslocatie buiten de woning, ten tijde van enquête (april 2005)	Totaal
Bedrijfsstart vanuit de woning	107	7	114
Bedrijfsstart niet vanuit de woning	8	18	26
Totaal	115	25	140

Het grote aantal en aandeel bedrijven dat zowel bij de start als momenteel vanuit huis opereert, suggereert ten onrechte dat de betrokken ondernemers honkvast zijn. Dit is niet zo; van alle 115 ondernemers die ten tijde van de enquête vanuit huis actief zijn, hebben er 43 hun bedrijf sinds de start minimaal een keer verplaatst: een aandeel bedrijfsmigratie (verplaatsingspercentage of 'migration rate') van 38%. Veel ondernemers zijn daarbij ook als bewoner verhuisd, zodat de situatie van bedrijf-aan-huis onveranderd bleef.

In hoeverre en op welke manier wordt de woning gebruikt voor bedrijfsactiviteiten? Dat is zowel voor de huidige bedrijfslocatie thuis als voor die combinatie bij de start van het bedrijf uitgezocht (tabel 7.2)

**Tabel 7.2***Het gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten, aantal bedrijven*

	Bedrijfslocatie thuis, ten tijde van enquête (april 2005), 115 bedrijven	Bedrijfsstart vanuit de woning (79 bedrijven)*
Bedrijfsactiviteiten in een specifieke, aparte ruimte, % van bedrijven	75 %	71 %
Ruimte in gebruik voor bedrijf, gemiddeld aantal m <sup>2</sup>	20 m <sup>2</sup>	19 m <sup>2</sup>
Woonruimte gebruikt voor bedrijfsactiviteiten, gemiddeld aandeel	15 %	14 %
Aanpassingen aan de woning voor bedrijfsactiviteiten, % van bedrijven	27 %	23 %
Tijd bedrijfsactiviteiten buiten de woning, gemiddeld aandeel van totale werktijd	46 %	46 %

\* Vanwege de beperkte ruimte in de schriftelijke enquête is het gebruik van de woning ten tijde van de startsituatie alleen bekend van bedrijven die sinds de start vanuit huis opereren en niet zijn verhuisd (72 bedrijven) en van de bedrijven die in april 2005 niet, maar bij de start zelf wel vanuit huis actief waren (7 bedrijven). Dit betekent dat we van 79 bedrijven een gedetailleerd beeld kunnen geven van de startsituatie.

Ruim 70% van alle ondernemers die thuis hun bedrijf zijn gestart, heeft daarvoor destijds een aparte kamer gebruikt. Deze ruimte varieerde van (extra) slaapkamer en studeerkamer tot zolder. Om bij het voorbeeld uit de literatuurstudie (§ 3.4) aan te sluiten: 23 bedrijven zijn daadwerkelijk vanaf de 'kitchen table' van start gegaan. Dit grote aantal bedrijven dat slechts beperkte bedrijfsruimte nodig had, komt overeen met het grote aandeel bedrijfsactiviteiten dat gemiddeld buitenshuis plaatsvindt, terwijl het bedrijfsadres wel het woonadres is. Veel mensen hebben een bedrijf, maar werken als

*freelancer* of gedetacheerde bij de klant. Daarnaast is er een aantal taxibedrijven, schilders, accountants, adviseurs, die veel op de weg of bij klanten zitten. Waarschijnlijk als gevolg van deze 'uithuizige' thuisondernemers is ook de absolute oppervlakte en het aandeel van de woning dat voor bedrijfsactiviteiten wordt gebruikt laag. Opvallend is wel dat bijna een kwart van de ondernemers vertelde dat ten tijde van de start, de woning is aangepast om bedrijfsactiviteiten uit te voeren. Deze aanpassingen varieerden van het genereren van extra ruimte (nieuwe zolder bouwen of zolder verbouwen, kamer aanbouwen) en het optrekken of slopen van een muur, investeringen in brandwerende materialen of geluidsisolatie, tot het inbouwen van een aparte (voor)deur of het geschikt maken van de huidige. Het is opvallend dat het gebruik van de woning op het moment van enquêteren (april 2005) bijzonder sterk lijkt op de situatie ten tijde van de bedrijfsstart. Vergeleken met de startsituatie, wordt kennelijk na verloop van tijd iets vaker een aparte kamer voor bedrijfsactiviteiten ingeruimd, en ook het aandeel bedrijven dat de woning geschikt heeft gemaakt is gegroeid, maar de verschillen zijn minimaal. Hoewel de tabel geen longitudinale gegevens van exact dezelfde groep bedrijven bevat, wekken de gegevens toch de indruk dat het gebruik van de woning tijdens de levensloop van huidige bedrijven-aan-huis nauwelijks is veranderd. Dit kan betekenen dat de startende ondernemers destijds een vooruitziende blik hebben gehad, en meteen de nodige woningaanpassingen hebben doorgevoerd of bedrijfsruimte hebben geconfisqueerd. Het kan echter ook betekenen dat er geen veranderingen zijn geweest in het bedrijf of de strategie van ondernemers.

### ***Figuur 7.1***

*Atelier op de begane grond in Kattenbroek*



foto: Amanda Mackloet

Om hier beter zicht op te krijgen zijn de belangrijkste indicatoren van het gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten gerelateerd aan kenmerken van bedrijf, ondernemer en de woning. Aangezien deze kenmerken alleen van de huidige situatie bekend zijn, staat het ondernemerschap aan huis centraal, zoals dat in april 2005 is onderzocht (en niet het starten aan huis). Varieert het bedrijfsmatig gebruik van de woning nu tussen typen bedrijven, ondernemers en woningen? Dit is uitgezocht voor drie aspecten: het gebruik van een aparte ruimte, het aandeel woonruimteoppervlak dat voor het bedrijf wordt gebruikt, en het doorvoeren van aanpassingen aan de woning. Vanwege het feit dat alleen voor de huidige thuisondernemers die ook aan huis zijn gestart, gegevens over de woning ten tijde van de start bekend zijn, is hier gekozen voor de analyse van het gebruik van de huidige woning, dus ten tijde van het empirisch onderzoek.

### ***Figuur 7.2***

*Zonnestudio aan huis in Nieuw-Sloten)*



foto: Amanda Mackloet

Het eerste aspect: verschilt het aandeel bedrijven dat vanuit een aparte ruimte in de woning actief is? Dit aandeel varieert tussen twee bedrijfskenmerken: leeftijd van het bedrijf en de werktijd die buitenshuis wordt doorgebracht (tabel 7.3). Oudere bedrijven opereren vaker vanuit een aparte ruimte dan jongere. Ondernemers die veel tijd buitenshuis doorbrengen, bijvoorbeeld in detachering of 'on the road', hebben - zoals verwacht - minder vaak een aparte kamer in de woning gereserveerd. Voor wat betreft de ondernemerskenmerken blijkt dat parttimers op het eerste gezicht wat meer 'vanaf de keukentafel' werken dan fulltimers, maar het verschil is niet statistisch significant. Zijn er in het huishouden echter zorgtaken voor kleine kinderen, dan is er vaak geen aparte ruimte voor de bedrijfsactiviteiten. Dit kan een gedwongen of vrijwillige keuze zijn. Het



kan zijn dat een echte aparte werkruimte inmiddels is ingeleverd voor de kinderkamer. Dit kan het ondernemen aan huis lastig maken; het is immers aannemelijk dat er juist in deze drukke thuissituatie noodzaak is om privé en werk te scheiden. Aan de andere kant is het goed mogelijk dat ondernemers in deze situatie bewust kiezen voor een werkplek in de woon- en leefruimte, omdat er waarschijnlijk continu een oogje in het zeil moet worden gehouden. Ten aanzien van woningkenmerken blijkt dat - zoals verwacht - het aantal kamers in de woning sterk bepalend is voor de mogelijkheid om een aparte ruimte te reserveren voor het eigen bedrijf; een sterke samenhang, al gaat het pas echt spelen bij woningen van zes kamers of meer. Opmerkelijk is dat het aanpassen van de woning voor het bedrijf, niet automatisch samenhangt met het daadwerkelijk gescheiden gebruiken van woonruimte voor het eigen bedrijf. Kennelijk zijn er ook bedrijfsgerelateerde investeringen in de woning die niet direct een ruimtelijke scheiding van werk en privé opleveren. Opvallend is dat het niet uitmaakt of het een koop- of huurwoning is, en dat er ook geen verschil is tussen één- en meergezinswoningen.

Het tweede aspect van bedrijfsmatig gebruik van de eigen woning: verschilt het gemiddeld aandeel van het woonruimteoppervlak dat wordt gebruikt voor bedrijfsactiviteiten en waarmee hangt dat samen? Voor wat betreft de bedrijfskenmerken komt naar voren dat eenmanszaken significant minder (woon)ruimte gebruiken dan bedrijven met twee of meer werkzame personen (tabel 7.3). Hieraan gerelateerd is uiteraard dat ook een groeiende persoonlijke inzet in uren van de ondernemer positief samenhangt met het relatief aandeel bedrijfsoppervlakte in de woning. En opnieuw is het aandeel van de bedrijfsactiviteiten buitenshuis gerelateerd aan het gebruik van de woonoppervlakte. De mate waarin de woningoppervlakte wordt benut voor het bedrijf hangt dus sterk samen met de mate waarin het bedrijf echt gegroeid is, en met het 'uithuizig' zijn van de ondernemer. Het streven naar omzetgroei door de ondernemer hangt significant samen met het aandeel van de woning dat voor het bedrijf wordt gebruikt: ambitieuze ondernemers benutten nu al een groter deel van de woning dan *satisfizers*. Ook zijn enkele woningkenmerken van belang: van een grote woning wordt een kleiner aandeel voor het bedrijf benut. Bovendien; als de woning daadwerkelijk voor bedrijfsactiviteiten is aangepast, wordt een groter deel van de woning aangewend voor het bedrijf. Dit kan er op wijzen dat deze aanpassingen bedrijfsgroei, in ieder geval qua oppervlakte, mogelijk maken.

Tenslotte het laatste aspect aan bedrijfsmatig gebruik van de woning: verschilt het aandeel bedrijven dat de woning voor bedrijfsactiviteiten heeft aangepast tussen typen bedrijven, ondernemers en woningen? Opmerkelijk is dat bedrijven die juist in de toekomst groeiplannen hebben, minder vaak in aangepaste woningen zijn gehuisvest dan bedrijven die ofwel nooit, ofwel juist in het verleden zijn gegroeid, en niet meer zoveel ambitie hebben (tabel 7.3). Kennelijk is er nog wel wat te wensen en betekent dit dat er ook in de toekomst ruimte moet zijn voor investeringen in de woning.... of is er al vroegtijdig een al of niet gecombineerde verplaatsing van het bedrijf en de woning voorzien? Het type ondernemer is ook van belang. Zorgtaken voor kleine kinderen hebben een aanpassing van de woning voor bedrijfsactiviteiten met zich meegebracht – of noodzakelijk gemaakt. Maar misschien is het ook wel andersom; alleen na een aanpassing van de woning voor bedrijfsactiviteiten is er leefruimte voor kinderen ontstaan. Zoals verwacht is het type woning sterk gerelateerd aan het aanpassen van de woning om de bedrijfsactiviteiten uit te voeren. In koopwoningen is relatief veel

aangepast, en ook lenen grote woningen zich kennelijk voor investeringen om het ondernemerschap aan huis mogelijk te maken.

### 7.3 Bedrijfs(re)locatiestrategie; verleden, heden, toekomst

Hoewel het aandeel bedrijven dat zowel bij de start als ten tijde van het onderzoek vanuit huis opereerde, hoog is (tabel 7.1), is er toch sprake van achterliggende locatiedynamiek. Door de ondernemers zelf aan het woord te laten, is het mogelijk om de beweegredenen voor hun locatiekeuzen te achterhalen. In deze paragraaf wordt ingegaan op zowel de bedrijfsverplaatsingen sinds de start (7.3.1) en de argumenten daarvoor (7.3.2), als de relocatieplannen van bedrijven-aan-huis en de handhaving van de koppeling tussen werk en woning (7.3.3.).

#### 7.3.1 Verplaatsing van het bedrijf sinds de start

Zoals opgemerkt bij tabel 7.1, hebben 43 ondernemers die momenteel vanuit huis werkzaam zijn sinds de start hun bedrijf verplaatst: dat is van de 115 thuisondernemers een migratieaandeel van 37%. Maar 35 van hen zijn destijds wel in een woning begonnen met hun bedrijf, en daarvan is ruim tweederde deel (24 ondernemers) rechtstreeks vanuit de vorige woon/werkwoning naar de huidige woning verhuisd.

#### **Figuur 7.3**

##### *Bedrijfsrelocatie tijdens de levensloop*

*Van de tien geïnterviewde ondernemers die aan huis zijn gestart zitten er nu nog zeven aan huis. Overigens is dit geen representatieve afspiegeling; er is juist voor gekozen om enkele ondernemers te interviewen die niet meer aan huis zijn gevestigd, om de frictie tussen woonlocatie en bedrijfslocatie te onderzoeken. Drie ondernemers zijn verhuisd naar een bedrijfsruimte. De eerste ondernemer vond het niet handig dat klanten door het huis liepen en had een gebrek aan ruimte. Bovendien was dit een huurwoning, waardoor aanpassingen moeilijker te realiseren zijn. De tweede ondernemer is verhuisd vanwege de communicatie met zakenpartners. Deze persoon werkt met verschillende mensen samen en vond het handiger om iedereen bij elkaar te brengen omdat dit meer synergie opleverde. Bij de derde ondernemer was de motivatie persoonlijker: hij kon zich niet concentreren doordat hij voortdurend door zijn kinderen werd gestoord. Beide respondenten stelden weinig eisen aan hun nieuwe huisvesting; een lage huurprijs was het belangrijkste. Overigens was er nog een vierde persoon die verhuisd is van de woning naar een bedrijfslocatie; hij is echter uiteindelijk weer thuis beland met zijn bedrijf. Dit had te maken met een zakenpartner waar hij toen mee samenwerkte en een grote hoeveelheid apparatuur. Inmiddels is de samenwerking met de zakenpartner beëindigd en is de apparatuur van de hand gedaan waardoor een werkkamer thuis volstaat. Een vijfde persoon heeft concrete plannen dit najaar het bedrijf te verplaatsen naar een zelfstandig bedrijfspand. De redenen hiervoor zijn puur zakelijk; in Kattenbroek is niet genoeg markt voor het bedrijf. Voor deze vijf personen verschilde de tijdsduur van de start aan huis tot de beslissing over de verhuizing van vier maanden tot dertien jaar. De overige respondenten zijn nog steeds aan huis gevestigd, waarvan er drie verhuisd zijn met bedrijf en huishouden. De eerste persoon is verhuisd vanwege een gebrek aan werkruimte, bij de andere twee personen waren het privé-overwegingen. De geïnterviewden zijn voornamelijk tevreden over het werken aan huis, hoewel enkelen aangeven sociale contacten te missen en moeite hebben privé en zakelijk te scheiden. Net zoals het verleidelijk is huishoudelijke taken tussendoor te doen, zo is het ook verleidelijk lang door te werken: "Het stopt nooit," volgens één van de respondenten.*

Helaas is in dit onderzoek niets bekend van die startsituatie, en ook niet van de woning die destijds als broedplaats heeft gefungeerd. Wel is duidelijk dat er zes ondernemers zijn die in een specifiek bedrijfspand zijn gestart, maar nu wel aan huis gevestigd zijn.

Er zijn dus niet alleen (enkele) spijtoptanten (zes), en een veel voorkomende start-aan-huis; maar ook is het opvallend dat de verplaatste ondernemers in de onderzoeksgroep ook aan huis zijn gestart. Een argument voor het bestaan van de 'footloose' of 'mobiele' thuisondernemer?

### 7.3.2 Redenen voor locatiekeuzen in de bedrijfslevensloop; ondernemers aan het woord

Alle locatietheorieën ten spijt; veel ondernemers noemen heel unieke en bijzondere redenen om een plek voor hun bedrijf te kiezen. Uiteraard zijn er wel patronen te ontdekken, maar bij een analyse 'van onderaf', dus luisterend naar de mening van ondernemers zelf, komen toch vaak andere aspecten naar voren dan verwacht. In ieder geval blijkt dat volgens veel ondernemers de keuze om vanuit huis de bedrijfsactiviteiten uit te voeren veel voordelen heeft. In de enquête werd ondernemers de mogelijkheid geboden om de drie belangrijkste redenen te geven om thuis te starten, naar volgorde van belangrijkheid (tabel 7.4).

Opvallend is dat hoewel de lage bedrijfshuisvestingskosten als eerste reden het vaakst werden genoemd, veel ondernemers toch andere, meer positieve en persoonlijke redenen noemen om te starten vanuit huis. Het combineren van taken, de efficiëntie van thuis werken, en de beperkte reistijd vormen een groep motieven die wat minder prominent aanwezig zijn onder de eerstgenoemde reden, maar zij blijken zo vaak toch een rol te spelen in de besluitvorming dat zij, wanneer alle motieven bij elkaar opgeteld worden de dominante groep motieven blijken te zijn. Het is tenslotte ook

**Tabel 7.4**

*Redenen om vanuit huis het bedrijf te starten, aantal bedrijven*

Redenen	Eerste, belangrijkste reden (114 bedrijven)	Tweede belangrijkste reden (95 bedrijven)	Derde belangrijkste reden (69 bedrijven)	Totaal genoemde redenen, absoluut	Totaal genoemde redenen, %
Lage huisvestingskosten	44	30	8	82	29
Geen noodzaak / slechts klein bedrijf	29	11	6	46	17
Combinatie bezigheden/gemak/efficiënt	19	38	40	97	35
Type werk leent zich er goed voor	12	8	7	27	10
Woning/ruimte leent zich er goed voor	7	6	6	19	7
Andere redenen / onbekend	3	2	2	7	3

interessant dat veel ondernemers spontaan noemen dat de omvang van de woning en het gemak waarmee een dergelijk (klein) bedrijf thuis kan beginnen, doorslaggevend waren voor het thuis starten.

Een vergelijking met tabel 7.5 leert dat de redenen om thuis te starten, nauwelijks afwijken van de redenen om momenteel (ten tijde van de enquête) een bedrijf aan huis te hebben. Destijds gemaakte keuzen en de argumenten daarvoor zijn dus niet veranderd. Nogmaals; dat kan liggen aan een goed doordachte strategie ten tijde van de bedrijfsstart, maar ook aan onveranderde eisen aan de bedrijfsvesting tijdens de bedrijfslevensloop. In ieder geval is het meest genoemde belangrijkste argument om het bedrijf vanuit huis te *runnen* ook nu het kostenaspect; het belang van efficiëntie en het gemakkelijk combineren van (overige) taken neemt licht toe.

**Tabel 7.5**

*Redenen om bedrijfsactiviteiten uit te voeren vanuit huis, aantal bedrijven*

Redenen	Eerste, belangrijkste reden (115 bedrijven)	Tweede belangrijkste reden (100 bedrijven)	Derde belangrijkste reden (70 bedrijven)	Totaal genoemde redenen, absoluut	Totaal genoemde redenen, %
Lage huisvestingskosten	44	23	9	76	27
Geen noodzaak / slechts klein bedrijf	26	10	5	41	14
Combinatie bezigheden/gemak/ efficiënt	22	43	40	105	37
Type werk leent zich er goed voor	11	16	7	34	12
Woning/ruimte leent zich er goed voor	9	6	7	22	8
Andere redenen /	3	2	2	7	2

Voor de een is het ondernemerschap een oude wens die in vervulling komt, voor de ander is het een logische stap na een situatie van werkloosheid. Dit kan ook van invloed zijn op de locatiekeuze bij de bedrijfsstart. Hieronder enkele impressies daarvan uit de interviews.

**Figuur 7.4**

*Motieven om überhaupt een bedrijf te starten*

*Opvallend is dat een aanzienlijk aantal (4 van de 10) ondernemers aangaf dat ze altijd al een bedrijf wilden beginnen, dat het een soort jongensdroom was. Eén van de ondernemers gaf daarbij aan dat hij daarom twintig jaar voor de start van zijn bedrijf al onder huwelijkse voorwaarden trouwde, om zo het potentiële bedrijf en privé-leven gescheiden te houden. Ook onvrede met de vorige baan kwam een aantal keer als motief naar voren, bijvoorbeeld omdat de uitdaging eraf was of omdat de hiërarchische organisatie op het werk hen niet aansprak. Eén persoon is het bedrijf vanuit een uitkeringssituatie begonnen, de andere personen hadden hiervoor een baan in loondienst. Enkele hebben hun baan nog een tijdje aangehouden naast de start van hun bedrijf (de 'hybride ondernemer' die ook in hoofdstuk 2 aan bod kwam). Eén persoon heeft nog steeds een baan naast het bedrijf. Er was ook een ondernemer die zijn vorige werkgever vertelde over zijn voornemen om ondernemer te worden. Deze werkgever is hem toen tegemoet gekomen en leverde hem opdrachten aan. Hij had daardoor een vaste afname bij zijn oude baas en werkte twee dagen voor hem. Dit heeft ook geholpen in zijn overweging om ondernemer te worden, omdat hij zo meer zekerheid had.*

Het kiezen van de woning is echter nog steeds een bewust proces dat vooral vanuit de optiek van het huishouden van de ondernemer plaatsvindt.

### **Figuur 7.5**

#### *Motieven om het bedrijf aan huis te starten*

*De redenen om aan huis te starten komen voornamelijk neer op één aspect: kosten. Veel ondernemers hebben geen startkapitaal en moeten in de onzekere beginfase proberen zoveel mogelijk te besparen. De woning kan ook als een experimenteeruimte worden gezien; zo gaf een respondent aan eerst te willen kijken of er wel markt was en vanuit huis een klantenkring te willen opbouwen. Ook geven velen aan dat hun werkzaamheden niet meer vereisen dan een bureau, computer en telefoon. Deze voornamelijk jonge bedrijven zijn in het internettijdperk van start gegaan. Veel transacties lopen dan ook via internet; zonder internet was het voor sommige ondernemers niet mogelijk geweest om thuis te werken. Bovendien zijn veel ondernemers vaak op locatie en ontvangen ze geen klanten aan huis. Op het moment dat ze niet bij de klant terecht kunnen wordt er af en toe in restaurants afgesproken.*

### **Figuur 7.6**

#### *De woning als startlocatie*

*In alle gevallen hebben de ondernemers niet bewust voor hun woning gekozen vanwege de mogelijkheid om er een bedrijf te starten. De woningen zijn dan ook gekozen vanuit privé-overwegingen. Drie ondernemers zijn begonnen in een huurwoning, waarvan twee in een appartement. De overige ondernemers zijn vanuit een eigen eengezinswoning gestart. Geen enkele ondernemer heeft zijn woning aangepast aan het bedrijf. In de meeste gevallen was er een extra kamer beschikbaar, en in twee gevallen zelfs een hele etage. Voor de meeste ondernemers was deze thuislocatie ideaal tijdens de start. Bij twee respondenten was dit niet het geval: één respondent heeft een hondentrimsalon en moest de honden in haar eigen bad wassen. Een andere respondent had slechts een kleine tweekamerwoning waardoor het bureau de enige bedrijfsruimte was en ordners onder het bed verstopt moesten worden. Beide respondenten hebben inmiddels wat aan deze situatie gedaan; één respondent is verhuisd naar een bedrijfsruimte en de ander heeft een grotere woning gekocht. De startwoningen bevinden zich bijna allemaal in de betreffende wijken; in twee gevallen betreft het aangrenzende wijken. Voor de geïnterviewden zijn er dus geen verhuizingen over grote afstanden geweest sinds zij hun bedrijf hebben gestart.*

### **7.3.3 Plannen voor bedrijfsverplaatsing: honkvast of niet?**

Na een schets van het gebruik van de woning voor bedrijfsactiviteiten en de redenen daarvoor, zowel ten tijde van de start als in april 2005, en de verplaatsingen in het verleden, wordt in deze paragraaf de blik gericht op de toekomst. Wat bepaalt eigenlijk de relocatieplannen van het bedrijf? Spelen er specifieke push- pull- of keepfactoren bij het verlaten van deze thuisbasis, of juist bij het verbreken van de band tussen privé en werk? Voor deze analyse is gebruik gemaakt van de enquêtevraag naar het voornemen om binnen twee jaar het bedrijf te verplaatsen en om de koppeling werk-woning te verbreken. Deze verplaatsingsgeneigdheid wordt gerelateerd aan kenmerken van het bedrijf, de ondernemer en de woning.

Een toekomstige bedrijfsverplaatsing staat niet hoog op de agenda van thuisondernemers. Slechts 22,6% van alle 115 thuiswerkende ondernemers wil binnen twee jaar het bedrijf verplaatsen. Daarnaast zijn veel ondernemers met verplaatsingsplannen honk- of liever thuisvast: hoewel beduidend minder potentiële verhuizers *home-based* wil blijven dan in de groep zonder bedrijfsrelocatieplannen (respectievelijk 56% en 93%), wil dus toch nog ruim de helft het bedrijf vanuit huis blijven runnen. Hier wordt de *foot-loose* thuisondernemer geboren: zelf als ondernemers-aan-huis een bedrijfsverplaatsing overwegen, gaan ze zelf ook mee en creëren daarmee gewoon een nieuwe *homebased business*. Het lijkt erop dat zelfs voor deze mobiele groep vanuit huis ondernemen de meest ideale situatie is.

Overigens: als wordt gevraagd naar het voortzetten van een bedrijf-aan-huis na een hypothetische bedrijfsverplaatsing of persoonlijke verhuizing, blijkt dat slechts 15% van alle (115) *home-based* ondernemers deze combinatie ook daadwerkelijk wil verbreken. De belangrijkste reden die zij daarvoor gaven was de wens om werk en privé te scheiden (negen ondernemers), gevolgd door zes ondernemers die bedrijfsgroei en uitbreidingsruimte voorzagen. De andere kant van de medaille is dus dat bijna 85% bij een toekomstige verandering van locatie (bedrijf of woning) toch gewoon vanuit huis wil blijven ondernemen. Eenderde deel van deze 'tevreden' thuisondernemers voert hiervoor aan dat de combinatie efficiënt en praktisch is; slechts 15% van hen noemt lage kosten als reden voor een toekomstige voortzetting van het bedrijf-aan-huis. Een opvallend laag aandeel, zeker als het wordt vergeleken met het belang van lage kosten bij het starten aan huis en het momenteel runnen van het bedrijf aan huis (zie tabellen 7.3 en 7.4). Kennelijk vindt er toch een soort verankering plaats, en gaan ondernemers de niet-economische voordelen van thuiswerken na verloop van tijd zodanig waarderen dat ze er geen afstand meer van willen doen. Dit afnemend belang van lage huisvestingskosten en het toenemend belang van andere, meer *efficiency-based* factoren in de beslissing om een bedrijf-aan-huis te runnen, is uiteraard ook een afspiegeling van de fasen in de bedrijfslevensloop (zie § 3.3). Na een startfase waarin acquisitie van resources voorop staat, komt voor veel bedrijven uiteindelijk een groei- of consolidatiefase, waarin het kostenaspect enigszins aan belang inboet.

### **Figuur 7.7**

#### **Groeiplannen**

*De meeste geïnterviewde ondernemers hebben een duidelijk groeiperspectief. Wel zijn de verschillen onderling groot; de één neemt er genoeg mee als de omzet genoeg is om van te leven, een andere ondernemer verwacht binnen enkele jaren tot de grootste bedrijven van Nederland te horen. Toch is deze laatste persoon eerder een uitzondering; de meesten denken niet steenrijk van hun bedrijf te worden. Ook staan de meeste geïnterviewde ondernemers huiverig tegenover de mogelijkheid om personeel aan te nemen. Bij één persoon was het argument dat het moeilijk is om werkzaamheden uit handen te geven. Als ze iemand vindt moet ze overtuigd zijn van de competenties en vertrouwen van deze persoon. Een andere ondernemer gaf aan dat personeel niet genoeg 'hart voor de zaak heeft', waardoor hij liever met zakenpartners werkt, die het belang van de zaak onderkennen en zich daar zelf voor verantwoordelijk voelen. Tenslotte was er ook een ondernemer die personeel hekelde vanwege ziekte en zwangerschap. Zeker in Nederland komt er een flinke dosis regelgeving en financiële verplichtingen om de hoek kijken als een ondernemer personeel wil aannemen. Dit kan een ontmoedigend effect hebben (zie ook hoofdstuk 2).*

In hoeverre zijn bedrijfsverplaatsingsplannen en de mate waarin de koppeling van werken en wonen blijft bestaan, gerelateerd aan bedrijfs-, ondernemers-, en woningkenmerken? In een bivariate analyse is bekeken of deze kenmerken significant samenhangen met toekomstige bedrijfsverplaatsing of een potentiële scheiding van *home-based* ondernemerschap.

Voor de verplaatsingsplannen van het bedrijf zelf blijken voornamelijk de groeipaden van het bedrijf van belang te zijn; zowel de realisatie van groei in het verleden als een voorziene groei voor de toekomst (tabel 7.6, 2<sup>e</sup> kolom). Toch is ook het type woning van belang. Relatief veel ondernemers-aan-huis in een koopwoning zijn honkvast. De relatie met het type woning is enigszins merkwaardig: het aandeel ondernemers in flatwoningen met verplaatsingsplannen is lager dan in eengezinswoningen. Dit houdt verband met het feit dat veel ondernemers in eengezinswoningen groei aspiraties

hebben ten aanzien van hun bedrijf: een interactie-effect. Verzonken kosten zijn nauwelijks als *keepfactor* aan te merken. Ondernemers die hun woning hebben aangepast om er bedrijfsactiviteiten te kunnen uitvoeren, zijn net zo honkvast als ondernemers die niet specifiek daarvoor in hun woning hebben geïnvesteerd.

Ook de toekomstige plannen met betrekking tot de combinatie van werken en wonen kunnen worden gerelateerd aan kenmerken van het bedrijf, de ondernemer en de woning. Wie zou *home-based* willen blijven, na een hypothetische bedrijfsverplaatsing (tabel 7.6, 3<sup>e</sup> kolom)? De wat jongere bedrijven en bedrijven met een relatief groot

**Tabel 7.6**

*Samenhang tussen bedrijfsrelocatieplannen en toekomstige 'home basedness' en bedrijfs-, ondernemers-, en woningkenmerken*

Kenmerken naar type	Bedrijfsrelocatieplannen binnen twee jaar	Continieren van de combinatie werk-privé na een hypothetische verplaatsing
Bedrijfskenmerken		
Sector		
Omvang: 2 werknemers of meer (incl. eigenaar)	+ **	
Leeftijd van het bedrijf (jaren): 0-3 en 8-10		+ *
Bedrijfsgroei in het verleden		
Bedrijfsstrategie: groeiplannen toekomst	+ **	- (p=0,11)
Verandering van aantal uren werkzaam in vorige baan		
Groot aandeel werknemers vanuit de wijk		+ (p=0,11)
Type wijk (Kattenbroek of Nieuw-Sloten)		
% (betaald) werk buitenshuis		
Gestart vanuit de woning		
Ondernemerskenmerken		
Geslacht		
Leeftijd		
Opleidingsniveau		
% fulltime werkzaam in bedrijf		+ **
Huishoudensituatie: (kleine) kinderen		+ *
Streven naar groei omzet	+ **	
Woningkenmerken		
Huurwoning	+ **	
Woninggrootte in m <sup>2</sup>		
Woninggrootte in aantal kamers		
Woningtype: eengezinswoning	+ *	
Aanpassingen aan de woning bij de start		

Statistisch significante samenhang: \* p < 0,10; \*\* p < 0,05; \*\*\* p < 0,01

aandeel werknemers van binnen de eigen wijk neigen naar het continueren van de woon-werk combinatie. Het hebben van een expliciete groeistrategie hangt –zoals verwacht mag worden – juist weer negatief samen met de verwachting ook in de toekomst vanuit huis te blijven ondernemen. Het relatief grote aandeel ondernemers dat vanuit huis actief wil blijven, binnen de groep die meer dan 15 uur per week in het bedrijf steekt, suggereert dat deze 'serieuze' ondernemers een positieve keuze maken

voor ondernemen vanuit huis. Zoals verwacht speelt de huishoudensituatie en meer specifiek de zorg voor schoolgaande kinderen mee; ondernemers in een dergelijke levensfase prefereren ook in de toekomst *home-based* ondernemerschap vaker dan andere ondernemers. Tenslotte is opvallend dat kenmerken van de woning niet significant samenhangen met een ook toekomstige koppeling van het bedrijf en de woning. Wellicht is zijn de lege plekken in tabel 7.6 interessanter dan de significante relaties tussen kenmerken en verplaatsings- of combinatiegeneigdheid van ondernemers-aan-huis. Zo blijkt dat zelfs ondernemers die ooit buiten de woning zijn gestart, maar inmiddels vanuit huis werken, even weinig geneigd zijn tot het verplaatsen van hun bedrijf, dan verstokte *home-based* ondernemers; de thuisondernemers 'in hart en nieren'. Hoewel zij eerder in de bedrijfslevensloop daadwerkelijk hebben 'geroken' aan het ondernemen vanuit een ander pand dan de woning, hebben zij geen spijt van hun stap om vanuit huis actief te zijn. Ze zijn immers even weinig geneigd tot het verbreken van de woon-werkkoppeling als andere ondernemers.

Hoewel de bekende *pushfactoren* als behoefte aan expansieruimte en bedrijfs groei een bedrijfsverplaatsing in de nabije toekomst aannemelijk maken, is het opvallend dat daarbij wel enkele woningkenmerken, maar juist weer niet de huishoudenkenmerken meespelen. Bepaalde typen woningen (huur, eengezinswoningen - met onevenredig veel ambitieuze ondernemers) kunnen als *pushfactor* optreden. Het lijkt er bovendien op dat de huishoudensituatie van de ondernemer een mogelijke bedrijfsrelocatie op zich niet in de weg staat, maar wel het blijven werken vanuit de thussituatie. Wel moet worden bedacht dat ondernemers slechts op een hypothetische bedrijfsverplaatsing hebben gereageerd. Het zijn zogenaamde '*stated preferences*'; of deze plannen ook echt ten uitvoer worden gebracht is uiteraard een heel andere zaak. In dit exploratief getinte onderzoek ontbreekt helaas de tijd om de '*stated*' te confronteren met de '*revealed preferences*'; hiertoe zou een longitudinale analyse over een lange tijdsperiode te worden opgezet, en geïnvesteerd moeten worden in een relatie tussen onderzoeker en bedrijf of ondernemer.

### **Figuur 7.8**

#### **Verhuisplannen**

*De meeste ondernemers hebben wel plannen om te verhuizen, al dan niet met bedrijf en huishouden, maar er zijn slechts weinig concrete plannen. Eén ondernemer gaat daadwerkelijk op korte termijn verhuizen. Dit is de ondernemer die al eerder beschreven is; een verhuizing naar een winkelpand is noodzakelijk om meer klandizie aan te trekken. Een andere ondernemer is op zoek naar een woning met een aparte werkruimte op de begane grond en met een aparte ingang. Op die manier is het in zijn opvatting makkelijker om klanten te ontvangen en straalt het pand meer professionaliteit uit. Ook heeft één ondernemer serieuze plannen om te gaan emigreren. Het bedrijf verhuist dan mee. Deze ondernemer kan veel zaken afhandelen via internet en zal dan voor een bespreking over komen vliegen. De andere ondernemers hebben voorlopig nog geen concrete plannen. Wel hebben de meesten ideeën over hun toekomstige bedrijfshuisvesting; een praktijkruimte aan huis, een dakopbouw, of een woon-werkwoning. Eén ondernemer wil graag een huurwoning met een aparte praktijkruimte; in de huursector zijn echter nog weinig initiatieven op dit gebied. Ook het verhuizen naar een zelfstandige kantoorruimte werd genoemd. Volgens één ondernemer zou zijn bedrijf stil blijven staan als het aan huis zou blijven. Hij wil geen "ploeterende zelfstandige" zijn, maar een groot, internationaal georiënteerd bedrijf opzetten. "Het is goed om aan huis te starten, maar niet om er te eindigen," is zijn visie. Toch is het algemene beeld dat de ondernemers die nog steeds aan huis zitten geen dringende noodzaak voelen om hun woning in de toekomst te verlaten.*



## 7.4 Bedrijfsrelocatie en persoonlijke verhuizing: een interactie tussen levenslopen

*In hoeverre willen de ondernemers-aan-huis zelf verhuizen? In de enquête is de verplaatsing van het bedrijf onderscheiden van de persoonlijke verhuizing naar een andere woning.*

In tabel 7.6 staat de relatie tussen drie typen factoren en verhuisceneidheid centraal. Meer dan 55 procent van alle thuisondernemers wil mogelijk of zeker binnen twee jaar een andere woning. Maar het aandeel thuisondernemers dat zeker binnen twee jaar wil verhuizen is slechts 10% - veel lager dan de gemiddelde verhuisceneidheid van Nederlandse huishoudens (27%) (VROM 2003). Thuisondernemers zijn dus relatief honkvast. Met name ondernemers die vergeleken met de bedrijfsstart momenteel meer tijd in hun bedrijf steken, twijfelen sterk aan een verhuizing binnen twee jaar. Vooral ondernemers van de wat jongere bedrijven en degenen met groeiplannen voorzien een persoonlijke verhuizing binnen niet al te lange tijd. Woningkenmerken beïnvloeden een persoonlijke verhuizing veel meer dan de verplaatsing van het bedrijf (tabel 7.7).

**Tabel 7.7**

*Samenhang tussen persoonlijke verhuisplannen en bedrijfs-, ondernemers- en woningkenmerken*

Kenmerken naar type	Geneidheid om binnen twee jaar persoonlijk te verhuizen
Bedrijfskenmerken	
Sector	
Omvang: 2 werknemers of meer (incl. eigenaar)	
Leeftijd van het bedrijf (jaren):0-8 jaar	+ *
Bedrijfs groei in het verleden	
Bedrijfsstrategie:groeiplannen toekomst	+ *
Verandering van aantal uren werkzaam in vorige baan	+ *
Groot aandeel werknemers vanuit de wijk	
Type wijk (Kattenbroek of Nieuw-Sloten)	
% (betaald) werk buitenshuis	
Gestart vanuit de woning	
Ondernemerskenmerken	
Geslacht	
Leeftijd (< 37)	+ **
Opleidingsniveau	
% fulltime werkzaam in bedrijf	
Huishoudensituatie: (kleine) kinderen	
Streven naar groei omzet	+ *
Woningkenmerken	
Huurwoning	+ **
Woninggrootte in m2	- *
Woninggrootte in aantal kamers	- **
Woningtype: eengezinswoning	- *
Aanpassingen aan de woning bij start bedrijf	- *

Statistisch significante samenhang: : \*  $p < 0,10$ ; \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$

Wonen in een kleine woning, huursituatie of flatwoning verhoogt de verhuisceneidheid; maar dit is eigenlijk niets nieuws; dit zijn factoren die ook uit landelijk woningmarktonderzoek (VROM 2003) naar voren komen – en die zelfs internationaal opgeld doen. Opvallend is echter wel dat ondernemers die ten tijde van

de start hun huis geschikt hebben laten maken om er bedrijfsactiviteiten uit te voeren, significant minder verhuisgeneigd zijn dan anderen. Deze verzonken kosten speelden geen rol bij de plannen voor bedrijfsverplaatsing, maar beïnvloedden dus wel de persoonlijke verhuisgeneigdheid. Kennelijk heeft deze aanpassing aan de woning juist in de privé-sfeer een dermate positieve uitwerking, dat er moeilijk afstand van wordt gedaan.

### **Figuur 7.9**

#### *Tevredenheid over woning en woonomgeving*

*De meeste respondenten zijn tevreden over hun woning. Eén van de respondenten moet, ondanks dat ze erg tevreden is, toch verhuizen. Zij woont namelijk in een woning met winkel/atelierruimte op de begane grond. Het is echter in het belang van het bedrijf om te verhuizen, waardoor zij ook mee moet verhuizen. Deze woning is zeer flexibel in te delen en bepaalde delen kunnen afgesloten worden en apart verhuurd worden. Deze respondent is de enige geïnterviewde met een woon-werkcombinatie volgens het concept van de woon-werkwoning zoals in paragraaf 5.4 gepresenteerd. Enkele respondenten hebben af en toe te kampen met gebrek aan voorraadruimte. Eén respondent huurt daarvoor een kleine opslagruimte bij een selfstorage-bedrijf. De respondenten zijn eensgezind tevreden over hun woonomgeving; zowel over Nieuw-Sloten als over Kattenbroek. De rust en de ligging waarden de meesten positief. Een respondent merkte op dat de bijzondere architectuur in Kattenbroek ook bijzondere mensen aantrekt; dit sprak hem wel aan. Een andere respondent noemde als nadeel dat er weinig horeca in Nieuw-Sloten is, wat ten nadele van de levendigheid is.*

## **7.5 Conclusie**

De resultaten uit de enquête maar vooral ook de informatie van de interviews wijzen er op dat er ondanks de grote variatie tussen bedrijfs-, ondernemers-, en woningkenmerken, voor veel ondernemers het bedrijf-aan-huis een expliciete, bewuste en vooral ook positieve keuze is. Zo is er ten tijde van de start, of sinds de start, door veel ondernemers in de woning geïnvesteerd. En de door ondernemers genoemde redenen om vanuit huis te starten en van daaruit het bedrijf te (blijven) *runnen*, wijzen op een weloverwogen keuze voor gemak, efficiëntie en het combineren van taken. De lage verplaatsings- en verhuisgeneigdheid onder thuisondernemers, tezamen met de kleine verplaatsingsafstand onder de geïnterviewde ondernemers, is een derde teken aan de wand; en tenslotte spreekt ook het hoge aandeel ondernemers dat zelfs na een bedrijfsverplaatsing de koppeling van wonen en werken wil continueren, voor zich. Een eerste conclusie luidt dan ook dat het gebruik van de woning voor een eigen bedrijf voor veel ondernemers meer een *life-style* is dan een tijdelijke en door kostenoverwegingen gedreven situatie, zoals het model van bedrijfslevensfasen suggereert. De aantrekkingskracht van de woning als bedrijfshuisvesting ligt in het gemak en het combineren van een klein bedrijf met andere zaken en taken vanuit huis; en zeker niet alleen in de lage kosten.

Een tweede conclusie is dat woningkenmerken zeker belangrijk zijn voor het ondernemen aan huis. Een originele bevinding, omdat dit vanwege het gebrek aan gegevens nog niet eerder empirisch kon worden aangetoond. Hoewel de opzet van het onderzoek een vergelijking met de ondernemers-*buiten*-huis niet mogelijk maakt, is aan de variatie in het bedrijfsmatig gebruik van de woning en de verhuis- en verplaatsingsgeneigdheid van ondernemers te zien dat woningtype, eigendomsverhouding en woninggrootte en investeringen in de woning samenhangen

met *home-based* ondernemerschap. Grote woningen, koopwoningen, woningen waarin aanpassingen kunnen plaatsvinden om bedrijfsactiviteiten te accommoderen; deze woningtypen kunnen als ankers functioneren voor kleinschalige bedrijvigheid. Hoe het deze bedrijven vergaat in de toekomst, en waar zij gaan zitten en groeien, heeft dus niet alleen met bedrijfsmatige aspecten te maken, maar ook met het type ondernemer, zijn of haar thuissituatie, en zijn of haar woning. Dit impliceert dat er een rol is weggelegd voor instrumenten vanuit de volkshuisvesting om ondernemerschap in de wijkeconomie te ondersteunen en te stimuleren.



## **8 Conclusie**

### **8.1 Inleiding**

Werken vanuit huis is nu al een veelvoorkomend verschijnsel, en naar verwachting wordt dit fenomeen in de toekomst nog belangrijker. Ook voor mensen met een eigen bedrijf. Als de maatschappelijke trends zich voortzetten, als steeds meer mensen willen, en vervolgens daadwerkelijk kiezen voor zelfstandig ondernemerschap, als de behoefte aan flexibiliteit en het combineren van taken blijft toenemen .... dan wordt ondernemen-vanuit-huis in Nederland een trend.

Dit laatste hoofdstuk presenteert de hoofdlijnen van dit exploratieve onderzoek naar starten en ondernemen vanuit huis. Allereerst komen de antwoorden op de probleemstelling en de onderzoeksvragen aan bod (§ 8.2). Hierna wordt aandacht besteed aan de belangrijkste overige conclusies, die zowel uit het verkennende literatuuroverzicht als het empirisch onderzoek zijn getrokken (§ 8.3). Zoals verwacht, roept een exploratief onderzoek vooral veel nieuwe vragen op. Vragen over de uitkomsten zelf, die weer leiden naar onderzoek met een grotere diepgang en meer detail. En vragen over alternatieve onderzoeksopzetten, analysemethoden en gemaakte keuzen. Deze vragen vormen nieuwe pijlers van verder onderzoek; ze worden gesteld in paragraaf 8.4.

### **8.2 Probleemstelling en onderzoeksvragen**

De probleemstelling van dit exploratieve onderzoek stelt aan de orde in hoeverre ondernemers-aan-huis in een woning zijn gestart en waarom, welke kenmerken van het bedrijf, de ondernemer en de woning van invloed zijn op starten en ondernemen vanuit huis, en wat de relatie is met verhuisgeneigdheid.

De drie onderzoeksvragen zijn vervolgens zowel via literatuur als via empirisch onderzocht beantwoord.

In welke mate gebruiken (nieuwe) ondernemers hun woonhuis als bedrijfslocatie en wat zijn daarvoor de verklaringen?

Van de in Nieuw-Sloten en Kattenbroek ingeschreven bedrijven is een zeer ruime meerderheid (resp. 72 % en 93 %) vanuit de woning van de ondernemer actief. Van de ondernemers die als respondent aan de enquête van het onderzoek hebben meegedaan werkt 82 % vanuit de woning. Een ongeveer gelijk aandeel is ook vanuit de woning gestart. Hoewel algemene uitspraken over de mate waarin (nieuwe) ondernemers hun woonhuis als bedrijfslocatie gebruiken moeilijk zijn, vanwege enkele onderzoeksbependingen, zijn er wel voldoende aanwijzingen om het 'bedrijf aan huis' als een zeer belangrijk verschijnsel te typeren.

Er bestaan zeer grote verschillen tussen ondernemers-aan-huis, en ook binnen de groep starters aan huis is de variatie groot. Dit is het duidelijkst zichtbaar aan de tabel waarin de kenmerken van de bedrijven, de ondernemers, en de woningen in de

onderzoeksgroep zijn weergegeven (tabel 6.2). Dat niet iedereen de woning op dezelfde manier gebruikt, komt ook doordat veel thuisondernemers eigenlijk niet zo veel tijd thuis doorbrengen; zij zijn onderweg of gedetacheerd. De mate waarin zij het woonhuis gebruiken voor hun bedrijf varieert dan ook sterk; zo heeft ongeveer een kwart de woning aangepast bij de start of daarna, ten behoeve van de bedrijfsactiviteiten. Verklaringen daarvoor zijn vooral te vinden het type bedrijf en ondernemer: mensen die fulltime voor het ondernemerschap gaan, en die als echte standplaats voor het bedrijf de eigen woning hebben, hebben vaker een aparte werkkamer ingericht.

Wat zijn de achtergronden van bedrijfslocatiestrategieën en relocatieplannen na de start van het bedrijf?

Slechts weinig bedrijven zijn sinds de start verplaatst, en als ondernemers deze stap hebben gemaakt, zijn ze vaak zelf, persoonlijk, ook meeverhuisd. Kortom, het *home-based* ondernemerschap bleef in stand; en dat lijkt zeker ook te gelden voor de toekomst. Daarnaast zijn er ondernemers die hun activiteiten bij de start in een aparte bedrijfsruimte uitoefenden, maar die na verloop van tijd toch voor de eigen woning hebben gekozen. Deze 'spijtoptanten' zijn bovendien even terughoudend over het verbreken van de combinatie wonen-werken in de toekomst als andere ondernemers vanuit huis: kennelijk was de stap naar home-based ondernemerschap voor hen de juiste geweest.

De achtergronden van de vorige, huidige en toekomstige bedrijfslocatie zijn op twee manieren onderzocht: via de samenhang met kenmerken van het bedrijf, de ondernemer en de woning, en via de redenen die ondernemers zelf noemen. Groeiplannen ten aanzien van het bedrijf, gerealiseerde bedrijfsgroei in het verleden en grote groei aspiraties van de ondernemer werken relocatieplannen in de hand; maar toch wil slechts 23 % van de thuisondernemers binnen 2 jaar het bedrijf verplaatsen. Ook woningkenmerken spelen daarin mee. Ondernemers in huurwoningen en eengezinswoningen willen relatief vaak hun bedrijf verplaatsen, waarbij overigens een interactie-effect meespeelt, omdat in eengezinswoningen relatief veel ondernemers wonen met groei aspiraties. Huishoudenskenmerken spelen geen specifieke rol. Bij een hypothetische bedrijfsverplaatsing zal 85 % van de huidige thuisondernemers vanuit huis blijven opereren, een bijzonder groot aandeel. Ondernemers-aan-huis zijn dus zeker tevreden met het werken vanuit de woning. Wel is het zo dat de toekomstige koppeling van werk en privé bij thuisondernemer varieert: vooral *fulltime* ondernemers en degenen met kinderen, alsook bedrijven met werknemers vanuit de wijk, zijn relatief sterk geneigd vanuit huis te blijven werken. Groeiende bedrijven juist weer niet – zoals kan worden verwacht.

De redenen die ondernemers zelf geven voor hun locatiekeuze bij de start van het bedrijf en op dit moment, lijken opvallend veel op elkaar. Als belangrijkste argument voor de start aan huis wordt lage huisvestingskosten genoemd, maar deze reden wordt op de voet gevolgd door het gemakkelijk kunnen combineren van andere taken. Tijds efficiëntie lijkt belangrijk te zijn. Dit komt vooral naar voren als de drie belangrijkste redenen tezamen worden bekeken; dan heeft het gemak en de combinatie van bezigheden vanuit huis als reden de lage huisvestingskosten van de eerste plaats verdrongen. Opvallend is dat dit pakket van redenen en de volgorde daarin, nauwelijks veranderen over de bedrijfslevensloop. Ook voor de keuze voor de huidige

bedrijfslocatie, in het voorjaar van 2005, is volgens de ondernemers over het algemeen tijdsfficiëntie en takencombinatie belangrijker dan de lage huisvestingskosten, die wel een goede tweede zijn.

De 'subjectieve' redenen die ondernemers noemen voor locatiekeuzen en de samenhang tussen locatiekeuzen met 'objectieve' kenmerken van de woning, het bedrijf en de ondernemer – en diens huishoudensituatie -, sporen enigszins met elkaar. Dit is het duidelijkst bij de rol van huishoudenkenmerken (het hebben van kleine kinderen) en tijdsfficiëntie. Een andere achtergrond van locatiekeuzen, zowel in het verleden als nu, blijft ook het kostenplaatje van bedrijfsruimte - en deze kosten zijn nu eenmaal laag zijn vanuit huis. Dit kostenaspect is van minder belang dan verwacht volgens de theorie, maar blijft wel enigszins doorspelen als het bedrijf ouder wordt.

Wat is de samenhang tussen (de ontwikkeling van) het bedrijf aan huis en de verhuisgeneigdheid van de ondernemer?

Meer dan 55 % van alle thuisondernemers heeft mogelijk of zeker verhuisplannen binnen twee jaar; maar slechts 10 % van hen heeft concrete plannen. De bedrijfsontwikkeling lijkt zeker samen te hangen met de persoonlijke verhuisstrategie van de ondernemer. Ondernemers van bedrijven die in het verleden zijn gegroeid in het aantal personeelsleden en/of die er sinds de start zelf meer uren hebben in gestoken, willen vaker binnen twee jaar naar een andere woning verhuizen dan andere ondernemers. Misschien voorzien ze sterkere groei in de toekomst, en hebben daarvoor ruimte nodig... of misschien hebben ze – na deze bedrijfsgroei - de (financiële) mogelijkheden om naar betere woonruimte om te zien. In ieder geval willen ook de ondernemers die bedrijfsgroei voorzien, of zelf ook duidelijke groei aspiraties hebben, relatief vaak binnen twee jaar een andere woning. Naast bedrijfsgroei drukt – zoals te verwachten was - vooral de huidige woonsituatie een stempel op de persoonlijke verhuisplannen van de ondernemer. Net zoals bij 'gewone' mensen zijn kleine woningen, in oppervlakte en in aantal kamers, en ook huurwoningen minder in trek dan grotere- en koopwoningen; dit is te zien aan het verblijfsduurperspectief van de ondernemers-aan-huis. Ook zijn huurders in kleine woningen duidelijk meer verhuisgeneigd dan ondernemers in andere woningtypen. Jongeren hebben ook meer verhuisplannen dan oudere ondernemers aan huis, die kennelijk al meer *gesettled* zijn. De investeringen die – destijds - in de woning zijn gedaan om er een bedrijf te starten, lijken de thuisondernemer enigszins te verankeren.

### **8.3 Opvallende conclusies**

Onderzoek naar een tot dusver onontgonnen fenomeen stuit tijdens het zoeken naar antwoorden op concrete onderzoeksvragen als vanzelfsprekend op verrassende zaken. De meest opvallende daarvan staan hieronder vermeld.

#### **8.3.1 Een mozaïek aan typen bedrijven vanuit huis**

De variatie in de groep ondernemers die vanuit huis hun bedrijfsactiviteiten uitoefenen, is gigantisch. Taxichauffeurs, ICT-bureaus, accountants en financiële adviseurs, schilders, vertalers, nailstudio's, hondentrimsalons, en mensen die een groot deel van

hun werktijd elders gedetacheerd zijn: allen hebben hun bedrijf ingeschreven in de woning. Waar praten we dan eigenlijk over? De verschillen tussen deze typen ondernemers zijn zo groot dat er geen algemene conclusie, geen rode draad te vinden is. Het lijkt erop dat behalve het inschrijven van het bedrijf op het woonadres de ondernemers aan huis nauwelijks iets gemeenschappelijk hebben. Daarom is het ook ondoenlijk om algemene conclusies te trekken over de rol van de woning voor het bedrijf. Wel zijn er enkele gemeenschappelijke aspecten te noemen. Zo is er relatief veel zakelijke en persoonlijke, commerciële dienstverlening in woonhuizen gevestigd. Dit past enerzijds bij de kenniseconomie, de opkomst van adviesdiensten, uitbesteding van (grotere) bedrijven en de (technologische) mogelijkheden om deze activiteiten vanuit huis aan te bieden. Anderzijds hoort dit bij de huidige geïndividualiseerde maatschappij, met een consument die gespecialiseerde diensten zoekt, maatwerk wil. Daar passen kleinschalige, laagdrempelige activiteiten bij, die weinig overlast geven en weinig ruimte vragen. Een ander gemeenschappelijk aspect is dat veel thuisondernemers nauwelijks groeiplannen hebben. Ze zijn tevreden met de huidige situatie, en willen vaak klein blijven. Niet tijdelijk, maar structureel.

### **8.3.2 Starten en ondernemen vanuit de woning: van kostenminimalisatie naar nutsmaximalisatie**

Hoewel de meeste ondernemers als belangrijkste reden voor het starten en het ondernemen vanuit huis de lage kosten aanvoerden, speelt ook het gemak van deze thuissituatie mee: het gemakkelijk combineren van werk en andere bezigheden. Deze tijdsefficiëntie wordt het vaakst genoemd, als ondernemers meerdere redenen mogen noemen. En dit geldt niet alleen voor de start, maar ook voor de tijd erna. Kosten worden zelfs iets minder belangrijk na verloop van tijd. Dit geeft aan dat naast een klassieke- en neoklassieke economische benadering van ondernemers en hun locatiekeuzen, ook een meer behaviourale invalshoek zinvol is.

### **8.3.3 Ondernemen vanuit huis als lifestyle**

Thuis ondernemen is voor velen geen economische noodzaak, maar een keuze. Een bewuste keuze, een positieve keuze. Een situatie die ondernemers nauwelijks veranderen, en ook nauwelijks willen veranderen; dus ook een structurele keuze. De enkeling die doorgroeit, of door wil groeien, overweegt nog wel eens het bedrijf te verplaatsen, maar vaak gaat hij of zij dan zelf ook mee..... Dat is in dit onderzoek de mobiele thuisondernemer genoemd: bedrijfsverplaatsing kan voorkomen, maar de ondernemer gaat dan wel zelf mee, met heel zijn 'hebben en houden'. Dit betekent dat - over de levensloop - de betekenis van ondernemen vanuit huis belangrijk blijft, en het geen tijdelijke of noodgedwongen situatie hoeft te zijn.

### **8.3.4 De woning doet ertoe!**

Een grote variatie in typen thuisondernemer brengt ook grote verschillen in de rol van de woning voor het bedrijf met zich mee. In de empirische analyses is uiteraard getracht is om de verschillende typen bedrijven en ondernemers te vangen, door steeds de rol van bedrijfs-, ondernemers-, en woningkenmerken apart te bekijken.



Met een slag om de arm, vanwege het mozaïek aan ondernemers vanuit huis, kan wel worden gezegd dat aanpassingen aan de woning ten behoeve van het bedrijf, een zekere verankering met zich meebrengt. Ondernemers die hun bedrijfsactiviteiten vanuit een kleine woning of een huurwoning uitvoeren, zullen ook vaker een verplaatsing overwegen van het bedrijf, of zelf, persoonlijk, willen verhuizen. Maar ook dan houden zij de koppeling van bedrijf en woning in stand. Via de woningmarkt zou het ondernemen-vanuit-huis dus gefaciliteerd kunnen worden, en wellicht gestimuleerd.

### 8.3.5 Doet de wijk ertoe?

Tussen de twee onderzoekswijken Nieuw-Sloten en Kattenbroek zijn de verschillen in typen bedrijven, ondernemers en woningen klein. De overeenkomsten zijn groot, wat ook kan worden verwacht bij wijken die gebouwd zijn in dezelfde periode, met een mix van woningtypen en – mede daardoor - gemengde bevolkingssamenstelling. Er zijn in dit onderzoek twee duidelijke verschillen in ondernemen-vanuit-huis tussen de wijken gevonden. Ten eerste zijn de woningen van ondernemers-aan-huis in Nieuw-Sloten wat kleiner te dan in Kattenbroek. En ten tweede lijken de bedrijven-aan-huis in Kattenbroek in een andere bedrijfslevensfase te zitten, een andere groeifase. In Kattenbroek zijn de bedrijven-aan-huis in het verleden meer gegroeid dan in Nieuw-Sloten; daar staat tegenover dat de ondernemers in deze Amsterdamse wijk duidelijk meer bedrijfsgroei voorzien dan in Kattenbroek. Een ‘jongere’ bedrijfslevensfase in Nieuw-Sloten, zo lijkt het.

## 8.4 “.....zijn er nog vragen?”

Ja, talrijke. Verkennende onderzoeken werpen immers altijd vragen op. Maar deze onderzoeksexercitie naar ondernemen vanuit huis spant toch wel de kroon. De grote variatie in typen ondernemingen en ondernemers vanuit huis is hieraan debet, maar ook het feit dat *home based* ondernemerschap nog nauwelijks is onderzocht. Hieronder de tien belangrijkste vraagtekens.

1. *Welke specifieke typen thuisondernemers zijn er, verschillen zij in woningmarktgedrag of bedrijfsactiviteiten, en waar wordt dit door verklaard?*

Uit het onderzoek blijkt dat de thuisondernemer niet bestaat. Een grondige studie naar de vormen en kleuren in het mozaïek is nodig. Als inzicht in de verschillende typen ondernemers-vanuit-huis en hun gedrag bestaat, kan er pas werk gemaakt worden van verklaringen en – indien relevant - een vertaling naar beleid. Al vroeg in het onderzoek zouden vervolgens een of meerdere specifieke typen ondernemers moeten worden uitgekozen, zodat er maatwerk ontstaat en er geen appels met peren worden vergeleken. Vereisten voor deze studie naar een gedetailleerde afbakening van ondernemerschap vanuit huis: gegevensbestanden van de koppeling van woon- en werkgegevens, en dat over meerdere jaren. De *home based* ondernemers moeten immers echt kunnen worden getraceerd, en nog liever, ook degenen die in het verleden vanuit huis hun bedrijf *runden*, maar nu niet meer. De (locatie)overwegingen van ‘ooit wel maar nu niet meer vanuit huis opererende’ ondernemers geven precies het grensvlak aan van de voors- en tegens van homebased ondernemerschap. En juist die grensvlakken geven inzicht in de (veranderende) functie van de woning als

bedrijfsruimte en de verklaringen daarvoor vanuit persoonlijke en huishoudensituatie situatie, de bedrijfslevensloop en de eisen die aan de woning en de bedrijfsruimte worden gesteld.

## *2. Hoe verloopt het besluitvormingsproces van groeiers?*

Uit het onderzoek komt naar voren dat de al gegroeide bedrijven of de ondernemers met groeiplannen specifieke groepen zijn, met speciaal gebruik van de woonruimte en bedrijfsrelocatieplannen en verhuisambities. De overwegingen die zij daarbij maken raken precies aan het vasthouden van de koppeling tussen werk en privé; juist hier is de spanning merkbaar, juist hier komen de concrete keuzen tussen thuis en een aparte bedrijfslocatie naar voren.

## *3. Van stated naar revealed preferences: voeren ondernemers hun (re)locatieplannen ook echt uit?*

Vanwege tijdgebrek is het er in dit verkennende onderzoek niet van gekomen om op grotere schaal de levenslopen van ondernemers-aan-huis te analyseren. Dit had licht kunnen werpen op de redenen voor verhuizingen en bedrijfsverplaatsingen in het verleden, en op de invloed van woning-, bedrijfs- en ondernemerskenmerken op deze locatiebeslissingen. In dit onderzoek is dit aspect om pragmatische redenen beperkt gebleven tot verhuis- en verplaatsingsplannen, maar “...tussen droom en daad staan wetten in de weg en praktische bezwaren...”, zoals Willen Elsschot (1963) het uitdrukte in het gedicht Het Huwelijk. Of ondernemers hun intenties omzetten in realisaties, is nog onbekend. Een vervolgonderzoek, waarbij de huidige 140 ondernemers worden getraceerd (en vooral degenen met concrete plannen) is een eerste aanzet. Nog interessanter wordt het als grote groepen over langere tijd worden gevolgd.

## *4. Welke taken thuis of in de eigen woonomgeving worden gecombineerd met bedrijfsactiviteiten aan huis, en verandert dit na verloop van tijd?*

Als een van de meest voorkomende redenen om vanuit huis te werken noemen ondernemers het gemak van het combineren van taken en de tijdsefficiëntie die daarmee gepaard gaat. Wat zijn dat dan voor taken, en welke tijdswinst levert de combinatie eigenlijk op? De huishoudensituatie, en meer specifiek het hebben van kleine kinderen, is hierop van invloed. Uit deze onderzoeksuitkomst blijkt ook dat dit met gezinsfasen te maken heeft... Een drukke levensfase die na verloop van tijd ook weer in een andere fase overloopt. Wat gebeurt er dan met het ondernemen vanuit huis? Wordt op dat moment wel de stap naar groei of aparte huisvesting gezet?

## *5. Als ondernemerschap vanuit huis een ‘lifestyle’ is, aan welke behoeften, wensen, eigenschappen van mensen appelleert dit dan?*

Kennelijk zijn het specifieke ondernemers die voorzien dat ze altijd hun onderneming vanuit huis zullen *runnen*. Zij voeren daarvoor allerlei redenen aan; waarbij het argument van het gemakkelijk combineren van taken opvalt. Toch is het wellicht interessant om te kijken naar de karaktereigenschappen van deze thuisondernemers, de specifieke kenmerken, en vooral ook hun voorgeschiedenis.

## *6. Wat houdt aanpassing van de woning eigenlijk in?*

Op de vraag naar aanpassingen in de woning zijn veel verschillende antwoorden gekomen. Een kwart van alle onderzochte ondernemers heeft de woning aangepast,

maar de mate waarin, de ruimte die dit heeft opgeleverd, de exacte mogelijkheden die hierdoor voor het bedrijf zijn gecreëerd, blijven nog onderbelicht. Als woningen zichtbaar worden aangepast en verruimd, zoals de extra etage op veel woningen in Nieuw-Sloten, leidt dit ook niet meteen tot meer ondernemerschap aan huis. Meer zicht op hoe ondernemers aan huis hun woning voor het bedrijf aanpassen, helpt het ontwerpen van beleidsinstrumenten die ondernemen-vanuit-huis willen stimuleren dan wel ontmoedigen. Deze beleidsinstrumenten kunnen op hun beurt weer stedenbouwkundigen en architecten ruimte bieden tot het bedenken van creatieve en flexibele woningen – ook voor ondernemers-aan-huis (zie ook Louw & De Vries 2002)

### *7. Doet de ligging van de woning binnen de wijk ertoe?*

Bij het uitzoeken van de foto's van bedrijven aan huis ten behoeve van deze rapportage, bleek dat voornamelijk de woningen die economische bedrijvigheid uitstraalden, op de gevoelige plaat zijn vastgelegd. Logisch; de bedoeling was immers om de lezer te tonen zien hoe deze bedrijven-aan-huis er in het straatbeeld uitzien. En dan spreekt een glazen wand in een atelier of kapsalon beter aan dan een woning met alleen een klein naambordje "assurantiekantoor"... Uiteraard waren er zeer veel bedrijven in woningen nauwelijks van buiten als economische activiteit te herkennen. Opvallend was echter dat de meest zichtbare bedrijven-aan-huis voornamelijk eind- of hoekwoningen waren. Dit roept de vraag op of de ligging van de woning in de wijk (langs doorgaande routes) of de plaats van de woning in een blok van invloed is op het gebruik als bedrijfslocatie. Hier speelt uiteraard mee dat verschillende typen bedrijven een heel andere gerichtheid naar de straat nodig hebben: commerciële of persoonlijke dienstverlening, en ateliers,

### ***Figuur 8.1***

*Kapsalon bij woning in Kattenbroek*



foto: Amanda Mackloet

duidelijk naar buiten gericht; daarentegen is dit niet van belang voor kleine software bureaus. Woningkenmerken als 'gerichtheid op de straat' of 'eindwoning of tussenwoning' is niet meegenomen in dit verkennende onderzoek; dit zou zeker een aanbeveling kunnen zijn in een vervolgstudie, waarbij wellicht gegevens uit het Kadaster of de Kwalitatieve Woning Registratie kunnen worden gebruikt.

8. Welk type kenmerk verklaart het meest van locatiegedrag van ondernemers-aan-huis? In hoeverre is er samenhang tussen bedrijfs-, ondernemers-, en woningkenmerken in de verklaring van bedrijfsverplaatsing en persoonlijke verhuizing van ondernemers-aan-huis? In dit verkennende onderzoek was geen ruimte voor een grootschalige enquête, waardoor een diepgaander kwantitatieve analyse mogelijk zou zijn geweest. Dit zou echter wel licht werpen op het relatieve belang van de invloed van bedrijfs-, woning- en ondernemerskenmerken. Wat blijft er dan boven drijven, wat is eigenlijk de sterkste schakel?

9. Is verankering van bedrijven in de woning hetzelfde als verankering in de wijk?

Nader onderzoek zal moeten uitwijzen naar welke bestemmingen thuisondernemers verhuizen, zowel persoonlijk, als zakelijk, en of zij daarbij de koppeling van wonen en werken verbreken. De verankering in de woning wil nog niet zeggen dat thuisondernemers niet mobiel zijn; immers, zoals eerder is geconcludeerd, voor velen is het eerder een *life style* dan een tijdelijke oplossing. Wel is interessant of de nabijheid tot de vorige woning of wijk meespeelt in de locatiekeuze van verhuizende thuisondernemers. De relatie tussen ondernemerschap-aan-huis en de wijkgerichte aanpak in de economische benadering van het Grote Steden Beleid is in deze studie alleen conceptueel gelegd, maar niet empirisch aangetoond. Is het zo dat de wijk economie gebaat is met veel bedrijven-vanuit-huis, die daar bovendien verankerd zijn? Moet een wijk economie streven naar stabiliteit in deze groep, of juist steeds nieuwe kleine bedrijven-aan-huis accommoderen, of als doorgangshuis of springplank naar andere stedelijke wijken fungeren?

10. Hoe zit het met ondernemerschap aan huis in andere stedelijke wijken?

Wijken gebouwd in de jaren '90, waarin de filosofie van functiemenging al doorklonk, zijn een gemakkelijke prooi geweest voor een exploratief onderzoek naar ondernemen vanuit huis. Voor het ruimtelijk, economisch en volkshuisvestingsbeleid, maar met name het Grote Stedenbeleid, is het echter ook belangrijk om bedrijven-aan-huis in heel andere typen wijken te bekijken. Dit kan op twee manieren. Allereerst via een vergelijkend onderzoek, cross-sectioneel: in welke wijken floreert ondernemerschap aan huis, en waardoor wordt dit verklaard? Ten tweede, longitudinaal, via een vergelijking in de tijd: wat gebeurt er met *home based entrepreneurship* in het herstructureringsproces van stedelijke wijken? Brengt stedelijke vernieuwing, sloop en/of herbouw, nieuwbouw en verdichting van woningbouw nieuwe kansen met zich mee, of betekent dit het – wellicht lang uitgestelde - vertrek naar andere woning- of bedrijfsruimte? Voor welke wijkbewoners kan ondernemerschap aan huis een eerste - en wellicht structurele – stap zijn in hun arbeidscarrière?

## Literatuur

Atzema, O., J. Lambooy, T. Van Rietbergen & E. Wever (2002), Ruimtelijke economische dynamiek. Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling. Bussum: Coutinho.

Baay, J. de (2003), *Serviced Offices*. Een verklaring, beschrijving en voorspelling van een nieuw concept. Utrecht: Scriptie Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen Universiteit Utrecht.

Baljon, L. (2000), Het landschap van de stadsuitleg. *Rooilijn*, 33 (1), pp. 41-46.

Berg, M. van den (2005), BTW-nummer regelen en voilà, de senior is een bedrijf. *Volkskrant*, 8 april 2005.

Blijker, J. den (2004), Als ondernemer aan WW of WAO ontsnapt. *Trouw*, 21 april 2004.

Bosma, N. & S. Wennekers (2004), Trends in het Nederlandse starters- en ondernemersklimaat. In: W. Hulsink, D. Manuel & E. Stam (Red.), *Ondernemen in netwerken. Nieuwe en groeiende bedrijven in de informatiesamenleving*. Assen: Van Gorcum, pp 15-34.

Bridge, S., K. O'Neill & S. Cromie (2003), *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business*. Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan.

Cao, X. & P. Mokhtarian (2003), *Modelling the individual consideration of travel-related strategies*. Davis: University of California.

CBS (2005), *Statline*. Beschikbaar op het web: <http://statline.cbs.nl>. Geciteerd 23 mei 2005.

Clay, M. J. & P. L. Mokhtarian (2004), Personal travel management: the adoption and consideration of travel-related strategies. *Transportation Planning and Technology*, 27, pp 181-209.

Dagevos, J. (2005), Baas over eigen werk houdt ons op de been. Het gelukkige huwelijk tussen werkdruk en autonomie. In: SCP (Eds.), *Hier en daar opklaringen*. Nieuwjaarsuitgave 2005. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.

Dirks, F., M. Rosenbrand & N. Bosma (2003), *De overstap naar het ondernemerschap: levens-loop, beweegredenen en obstakels*. Tilburg: Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek.

Dreefnieuws (2005), Thuiswerkers ontmoeten elkaar in Servicepoints. *Dreefnieuws*. Wijkblad voor Overvecht, 11 (3), p. 6.

Edwards, L. N. & E. Field-Hendrey (2002), Home-based work and women's labor force decisions. *Journal of labor economics*, 20 (1), pp. 170-200.

Elsschot, W. (1963), *Verzameld werk*. Amsterdam: P.N. van Kampen en Zoon.

EZ (2000), *Ondernemerschapmonitor juni 2000. Themaspécial over intrapreneurship*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.

Figueiredo, O. & P. Guimaraes (1999), Start-ups domestic location decisions, and the entrepreneur's geographical origin. Paper presented at the ERSA, Dublin.

Figueiredo, O., P. Guimaraes & D. Woodward (2002), Home-field advantage: location decisions of Portuguese entrepreneurs. *Journal of Urban Economics*. 52, pp 341-361.

Fouarge, D. & C. Baaijens (2003), *Veranderende arbeidstijden: slagen werknemers er in hun voorkeuren te realiseren?* Tilburg: Organisatie voor strategisch arbeidsmarktonderzoek.

Fouarge, D., R. Grim, M. Kerkhofs, A. Román & T. Wilthagen (2004), *Tendrapport aanbod van arbeid 2003*. Tilburg: Organisatie voor strategisch arbeidsmarktonderzoek.

Fraser, J. A. (1999), Home grown. *INC.*, pp 92-107.

Garnsey, E. (1996), A new theory of the growth of the firm. Paper presented at the ICSB 41st World Conference, Stockholm.

Gemeente Almere (2005), *Almere Poort: wonen werken winnen*. Almere, Gemeente Almere.

Gemeente Amersfoort (2003), *'Kattenbroek, blijvend bijzonder'*. Wijkprogrammaboek 2004-2005.

Gemeente Amsterdam (2001). *Nota kleinschalige bedrijvigheid*. Amsterdam: Gemeente Amsterdam

Gevers, B. (2005), *Wijkeconomie brengt leven in de brouwerij*. Tubantia, 10 mei 2005.

Gill, G. K. (1998), The third job: employed couples' management of household work contradictions. Brookfield: Aldershot.

Glebbeeck, A. & T. Van der Lippe (2004), Tijdconcurrentie: een individueel of maatschappelijk probleem? *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 20, pp 8-19.

Granovetter, M. (1985), Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, pp 481-510.

- Guzman Vos, E. de (2004), Always on: anywhere, anytime. Draadloze netwerken blazen glasvezelnet nieuw leven in. *Stedebouw & Ruimtelijke Ordening*, 85 (2), pp. 30-33.
- Hägerstrand, T. (1970), What about people in regional science? *Papers Regional Science Association*, 24, pp 7-21.
- Haverkamp, F. (1994), Nieuw Sloten, motor voor doorstroming en marktanalyse. *Rooilijn*, 27 (6), pp. 241-247.
- Hayter, R. (1997), *The dynamics of industrial location. The factory, the firm and the production system*. Chicester: John Wiley & Sons.
- Heining, J. van de (2000), *De toekomst van het kantorenmarktonderzoek*. Utrecht: Scriptie Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen Universiteit Utrecht.
- Hermans, W. & M. H. Stijnenbosch (1997), *Funciemenging in nieuwe woonwijken. Voorbeeld Zoetermeer/Oosterheem*. Utrecht: STOGO Onderzoek & Advies.
- Holl, A. (2004), Start-ups and relocations: manufacturing plant location in Portugal. *Papers in Regional Science*, 83, pp 649-668.
- Hoover, E. M. & R. Vernon (1962), *Anatomy of a metropolis*. New York: Anchor Books.
- Hoppenbrouwer, E. & E. Louw (2003), Funciemenging in het Oostelijk Havengebied. *Rooilijn*, 36 (6), pp. 275-280.
- Hooven, M. ten & D. Hos (1993), De avontuurlijke fantasiewereld van Kattenbroek. *Trouw*, 30 oktober 1993, p. 4.
- Inbo (2005), *Kantoorgebruikers in beweging 2005*. Woudenberg: Inbo.
- Jacobs, J. (1961), *The death and life of great American cities. The failure of town planning*. New York: Random House.
- Kamerkrant (2004), *Doe zaken liever niet thuis*. Kamerkrant, april 2004.
- Kampkuiper, A., J. Koog, S. Koster, I. Kroodsmā, R. Oud & B. Schouten (2000), *Starten: op stand of op zolder. Huisvestingswensen van startende ondernemers*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- KEI (2003), *Verslag KEI-atelier wijkeconomie*. Rotterdam: Kenniscentrum stedelijke vernieuwing.
- Kooijman, D. (2004), *Het ontspannen huis?* Utrecht: DGW / NETHUR Partnership.
- KvK (2005), *Informatie voor starters*. Beschikbaar op het web: <http://www.kvk.nl/sectie/sectie.asp?sectieID=1>. Geciteerd 25 mei 2005.

Laan, A. van der, S. Koster & B. Schouten (2001), Starters en huisvesting. *Rooilijn*, 34 (10), pp. 498-504.

Leone, R. A. & R. Struyck (1976), The incubator hypothesis: evidence from five SMSAs. *Urban Studies*, 13, pp 325-331.

Ligtenberg, L. (2005), Het Oosten stapt in flexibele huisvesting. *PropertyNL Magazine*, 5 (7), p. 19.

Littunen, H. (2000) Networks and Local Environmental Characteristics in the Survival of New Firms, *Small Business Economics*, 15, pp. 59-71.

Louw, E. (1999), *Perspectief voor woon-werkwoningen. Een verkenning van een nieuw woning-type*. Delft: Onderzoeksinstituut OTB.

Louw, E. (2004), *Funciemenging wonen en werken*. Gouda: Habiforum.

Louw, E. & H. Olden (1996), Bedrijfsomgeving en bedrijfshuisvesting; wat bepaalt de vestigings-voorkeuren van ondernemers? *Rooilijn*, 29 (7), pp. 350-354.

Louw, E. & E. Hoppenbrouwer (2002), *Kleinschalige bedrijvigheid in het Oostelijk Havengebied*. Delft: Onderzoeksinstituut OTB.

Louw, E. & P. de Vries (2002), Working at home: the Dutch Property Dimension. *Planning Practise & Research*, 17 (1), pp. 17-30.

Lucassen, C. (2004), Bedrijfsstart vanuit uitkering gaat moeizaam. *Het Financieele Dagblad*, 13 oktober 2004.

Markusen, A. (1996), Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts. *Economic Geography*, 72, pp 293-313.

Marshall, A. (1920), *The principles of economics*. London: MacMillan.

Masuo, D. M., R. Walker & M. M. Furry (1992), Home-based workers: worker and work characteristics. *Journal of family and economic issues*, 13 (3), pp. 245-262.

Meijer, P.C.A. & P.J.M. Vroonhof (2002), *ZZP-ers onder het vergrootglas. Kengetallen, spelers en behoefte aan dienstverlening*. Den Haag: RZO. In opdracht van VNO/NCW.

Mensen, A. & W. Van Rijt-Veltman (2005), *MKB-locaties. Onderzoek naar de aard en kwaliteit van de bedrijfslocaties van MKB-ondernemingen*. Zoetermeer: EIM.

MKB Servicepoint (2005), *Projecttoelichting MKB Servicepoint-Lombok*. Utrecht: MKB Servicepoint.

Moscoviter, H. (2004), Lok bedrijfjes de wijken in. *Rotterdams Dagblad*, 16 april 2004.



Noordegraaf, M. (2005), *Wagend presteren. Naar een cultuur van ondernemerschap in semi-publieke sectoren*. Den Haag: Kenniscentrum voor Ordeningsvraagstukken.

Oberhauser, A. M. (1995), *Gender and Household Economic Strategies in Rural Appalachia*. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography*, 2 (1), pp. 51-70.

Pellenbarg, P. (2005), *Bedrijfsverplaatsingen*. In: P. Pellenbarg, P. Van Steen & L. Van Wissen (Red.), *Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendynamiek in Nederland*. Assen: Van Gorcum. pp.101-125.

Pen, C. J. (2002), *Wat beweegt bedrijven. Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*. Groningen: Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen Rijksuniversiteit Groningen.

Phillips, B. D. (2002), *Home-based firms, e-commerce, and high-technology small firms: are they related?* *Economic development quarterly*, 16 (1), pp. 39-48.

Porter, M. (1990), *The competitive advantage of nations*. London: Macmillan.

Pratt, J. H. (1999), *Homebased business: the hidden economy*. Washington: United States Small Business Administration.

Ridder, W.J. de (2005), *Koers 2020. Nieuwe toekomst, nieuwe leiders*. Den Haag: SMO.

Rooy, M. van (1991), *Weg met het cynisme; Kattenbroek, een modelwijk in Amersfoort*. *NRC Handelsblad*, 22 november 1991, p. 5.

Rosenbrand, M.E. (2002), *Verandert de huisvestingsbehoefte van startende bedrijven?* Utrecht: STOGO onderzoek & advies.

Rowe, B. R., G. W. Haynes & K. Stafford (1999), *The contribution of home-based business in-come to rural and urban economies*. *Economic development quarterly*, 13 (1), pp. 66-77.

RPB (2004), *Duizend dingen op een dag. Een tijdsbeeld uitgedrukt in ruimte*. Rotterdam / Den Haag: NAI Uitgevers / Ruimtelijk Planbureau.

Ruijter, E. de & T. Van der Lippe (2004), *Baankenmerken en de uitbesteding van huishoudelijke zorgtaken*. *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 20, pp 62-74.

Saaijer, P. C. & M. H. Stijnenbosch (2002), *Concepten functiemenging*. Gemeente Almere. *Wer-ken in de wijk II*. Utrecht: STOGO Onderzoek & Advies.

Sas, M. & H. Schouwenaars (2003), *Woon-werkwoningen en de ambitie van functiemenging*. Amsterdam: SBV School of Real Estate.

Schutjens, V.A.J.M. & E. Stam (2003), Entrepreneurship, regional differences and locational trajectories in The Netherlands. In: Wever, E. (ed.), Recent urban and regional developments in Poland and the Netherlands. Utrecht: Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen Universiteit Utrecht. NGS 319.

Schutjens, V. & E. Wever (1996), The preparation for the start of a firm: types of entrepreneur. Paper presented at the 36th European Congress of the Regional Science Association, Zürich, Switzerland, 26-30 August 1996.

Schutjens, V.A.J.M. & E. Wever (1999), Probleemwijken en startende ondernemers. In: R. van Kempen & H. Priemus (eds.), Stadswijken en herstructurering. Assen: Van Gorcum, pp. 73-84.

SCP (2004), In het zicht van de toekomst. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.

Singh, R. P. & L. M. Lucas (2005), Not just domestic engineers: an exploratory study of home-maker entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory & Practice*, January, pp. 79-90.

Slaats, P. (2005), Een huis voor het leven. *De Telegraaf*, 29 juni 2005.

Smulders, P. G. W. & G. E. Evers (2000), Wie wordt zelfstandige en wie werknemer en wat zijn de effecten? *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 16 (4), pp. 320-334.

Soldressen, L. S. & S. S. Fiorito (1998), An exploration into home-based businesses: data from textile artists. *Journal of Small Business Management*, 36 (2), pp. 33-45.

Stijnenbosch, M. H. (2004) Andere maatschappij vereist andere kijk op vastgoed. *PropertyNL re-search quarterly*, 3 (3), pp. 57-61.

TBO (2005), Tijdbestedingsonderzoek. Beschikbaar op het web: [tijdbesteding.nl](http://tijdbesteding.nl). Geciteerd april 2005.

Thorns, D. C., L. Leonard, M. Girvan & H. C. Perkins (2004), Home and Work: Negotiating the boundaries. Paper presented at the ENHR Conference, Toronto.

Tillaart, H. van den, J. Warmerdam, E. Bruin & M. Eppink (2005), Kleinschalige bedrijfshuisvesting. Onderzoek naar vraag en aanbod van kleinschalige bedrijfshuisvesting in Utrecht Westflank. Nijmegen: ITS.

Tipple, G. (2005), The place of home-based enterprises in the informal sector: evidence from Cochabamba, New Delhi, Surabaya and Pretoria. *Urban Studies*, 42 (4), pp. 611-632.

Townroe, P. M. (1991), Rationality in industrial location decisions. *Urban Studies*, 28, pp 383-392.

Velden, J, van, C. Jansen, I, Vossen & E. van der Boom (2006), *Ondernemend de uitkering uit. Onderzoek naar het starten van een bedrijf vanuit een uitkeringsituatie*. Rotterdam: ECORYS.

Venkatesh, A., E. Kruse & E. Chuan-Fong Shih (2003), *The networked home: an analysis of current developments and future trends*. *Cognition, Technology and Work*, 5, pp. 23-32.

Verhoeven, W. (1994), *Entry and exit of business in the Netherlands: developments and its back-grounds*. Paper presented at the 34th European Congress of the Regional Science Association, Groningen, 23-26 August 1994.

Visee, H. C. & W. S. Zwinkels (1999), *Van werknemer naar ondernemer. Een hybride of directe start?* Zoetermeer: EIM.

Visser, T. de (1993), *Kattenbroek: tussen droom en daad*. *Algemeen Dagblad*, 11 mei 1993, p. 17.

Voydanoff, P. (1988), *Work role characteristics, family structure demands, and work/family conflict*. *Journal of Marriage and the Family*, 50, pp 749-761.

Vries, P. de (2000), *Voorkeuren voor koopwoningen en woon-werkpanden in Amsterdam. De woonwensen van de inschrijverslijst van Het Oosten Woningcorporatie*. Delft: Delft University Press.

Vries, P. de & E. Louw (2000), *Nieuw: de woon-werk woning*. *Rooilijn*, 33 (8), pp. 405-410.

VROM (2000), *Nota Wonen: Mensen, Wensen, Wonen. Wonen in de 21e eeuw*. Den Haag: Ministerie van VROM.

VROM (2003), *Beter thuis in wonen. Kernpublicatie Woning Behoeftte Onderzoek 2002*. Den Haag: Ministerie VROM.

VROM (2004a), *Nota Ruimte. Ruimte voor ontwikkeling*. Den Haag: Ministerie VROM.

VROM (2004b), *Zoeken naar ruimtewinst. Handreiking ruimtewinst in bebouwd gebied*. Den Haag: Ministerie VROM.

VROM (2005), *Dossier Ruimte. 50 jaar ruimtelijk beleid*. Beschikbaar op het web: <http://www.vrom.nl/pagina.html?id=9434>. Geciteerd 14 juli 2005.

VVK (2005), *Bedrijvendynamiek 2004. Oprichting en opheffing van bedrijven in Nederland*. Woerden: Vereniging van Kamers van Koophandel.

Walker, E. & A. Brown (2004), *What success factors are important to small business owners?* *International Small Business Journal*, 22 (6), pp. 577-594.

Wit, A. de (1998), Nieuw Sloten, van Tuin tot Stad. Amsterdam: Architecture & Natura.

WRR (2000), Doorgroei van arbeidsparticipatie. Den Haag: SDU.

Zomerdijk, M. (2005), "Spitsuurgezin kan beetje lucht kopen". de Volkskrant, 8 april 2005.

# Bijlage 1 Vragenlijst

## Onderzoek bedrijf en woning

### Faculteit Geowetenschappen, Universiteit Utrecht

Fijn dat u de moeite wilt nemen om ons te helpen met het onderzoek!

De vragen in deze enquête hebben betrekking op het bedrijf zoals aangeschreven in de begeleidende brief.

Deze vragenlijst bevat de volgende vier onderdelen:

#### Bedrijfshuisvesting

#### Kenmerken van het bedrijf

#### Kenmerken van de woning

#### Persoonlijke kenmerken van de ondernemer

U zult merken dat niet alle vragen in de enquête precies op u en uw situatie van toepassing zijn.

Daarom wordt u na het beantwoorden van sommige vragen doorverwezen naar een vraag verderop; soms kunt u grote delen van de vragenlijst overslaan.

Wilt u alstublieft het hokje voor het goede antwoord aankruisen?

### A. Bedrijfshuisvesting

In welk jaar is uw bedrijf gestart? .....

Deze vragenlijst is gestuurd naar het correspondentieadres van uw bedrijf. Welke van de onderstaande situaties is van toepassing op dit adres:

dit adres is zowel het adres van het bedrijf als uw woonadres → door naar vraag 3

dit is het adres van uw bedrijf, maar niet uw woonadres → door naar vraag 10

dit is uw woonadres, maar niet het adres waarop bedrijfsactiviteiten plaatsvinden → door naar vraag 16

dit is niet uw woonadres en ook niet uw bedrijfsadres.

Is uw bedrijf wel gevestigd op uw woonadres?

ja → door naar vraag 3

nee → door naar vraag 10

### I. De volgende vragen zijn bedoeld voor ondernemers waarvan het woonadres ook het bedrijfsadres is

Is uw bedrijf op het huidige adres gestart?

ja → door naar vraag 4

nee → door naar vraag 5

(indien op dit adres gestart) Wat zijn de drie belangrijkste redenen dat u uw bedrijf aan huis bent gestart? Graag aangeven in volgorde van belangrijkheid.

1 .....

2 .....

3 .....

→ door naar vraag 8

(indien niet op dit adres gestart) In wat voor soort huisvesting is uw bedrijf gestart?

in een (andere) woning die ook uw woonadres was → door naar vraag 6

in een specifieke bedrijfsruimte (winkel, bedrijfspand, kantoor e.d.) → door naar vraag 7

in een andere situatie → door naar vraag 7

A. (indien gestart in een woning)

Wat waren de drie belangrijkste redenen dat u uw bedrijf aan huis bent gestart?

Graag aangeven in volgorde van belangrijkheid.

- 1 .....
- 2 .....
- 3 .....

B. Is er een directe verhuizing geweest van het startadres naar het huidige adres?

ja  
nee

Er is bij uw bedrijf nu sprake van een combinatie van woning en bedrijf. Wat zijn de drie belangrijkste redenen dat u die combinatie van woning en bedrijf heeft gemaakt?

Graag aangeven in volgorde van belangrijkheid.

- 1 .....
- 2 .....
- 3 .....

A. Betreft de ruimte in uw woning die in gebruik is voor uw bedrijf een ruimte die ook voor het wonen wordt gebruikt, of vinden de bedrijfsactiviteiten plaats in een aparte ruimte?

geen aparte ruimte  
aparte ruimte(n), namelijk: .....

B. Welke oppervlakte van uw woning wordt gebruikt voor bedrijfsactiviteiten? Ongeveer ..... m<sup>2</sup>

C. Heeft u uw woning aangepast om hier uw bedrijfsactiviteiten uit te voeren, en zo ja, op welke manier?

ja, de woning is aangepast, namelijk .....  
nee, de woning is niet aangepast

A. Zijn er plannen om in de komende twee jaar uit te kijken naar een nieuwe locatie van uw bedrijf?

ja → door naar vraag 9.B  
nee → door naar vraag 9.C

B. Wat zijn de drie belangrijkste redenen om het bedrijf te verplaatsen?

Graag aangeven in volgorde van belangrijkheid.

- 1 .....
- 2 .....
- 3 .....

C. Zal bij een eventuele verhuizing van huishouden en bedrijf de koppeling van woonsituatie en bedrijf gehandhaafd blijven?

1 ja → door naar vraag 9.D  
2 nee → door naar vraag 9.E

D. Wat is het belangrijkste motief voor de handhaving van de koppeling tussen woning en bedrijf?

.....

E. Wat is het belangrijkste motief om de koppeling tussen woning en bedrijf te verbreken?

.....

→ u kunt doorgaan naar vraag 22

**II. De volgende vragen zijn bedoeld voor ondernemers waarvan het adres van het bedrijf niet het woonadres is**

Waar woont u zelf?

in Amsterdam, in de wijk .....  
andere gemeente, nl. ....

In wat voor soort huisvesting is uw bedrijf gestart?

in een woning die ook uw woonadres was → door naar vraag 12

in een specifieke bedrijfsruimte (winkel, bedrijfspand, kantoor e.d.) → door naar vraag 14

in een andere situatie → door naar vraag 14

(indien gestart in een woning) Wat zijn de drie belangrijkste redenen geweest dat u uw bedrijf aan huis bent gestart? Graag aangeven in volgorde van belangrijkheid.

1 .....

2 .....

3 .....

A. Betrof de ruimte in uw woning die in gebruik was voor uw bedrijf een ruimte die ook voor het wonen werd gebruikt, of vonden de bedrijfsactiviteiten plaats in een aparte ruimte?

geen aparte ruimte

aparte ruimte(n), namelijk: .....

B. Welke oppervlakte van uw woning werd gebruikt voor bedrijfsactiviteiten? Ongeveer ..... m<sup>2</sup>

C. Heeft u toen uw woning aangepast om hier uw bedrijfsactiviteiten uit te voeren, en zo ja, op welke manier?

ja, de woning is aangepast, namelijk .....

nee, de woning is niet aangepast

→ u kunt doorgaan naar vraag 15

Is er tijdens het bestaan van uw bedrijf ooit een fase geweest waarin uw bedrijf aan huis was gevestigd?

ja

nee

Stel dat er in de regio een aanbod zou zijn van een passende combinatie van woon- en bedrijfsruimte, zou u dan overwegen daarheen te verhuizen met uw huishouden en bedrijf?

ja

nee

→ u kunt doorgaan naar vraag 22

### III. De volgende vragen zijn bedoeld voor ondernemers waarvan het correspondentieadres van het bedrijf het woonadres is en niet het bedrijfsadres

A. Waar vinden de belangrijkste activiteiten van uw bedrijf plaats? Graag aankruisen en invullen.

er is een vast adres, namelijk:

in Amsterdam, in de wijk .....

andere gemeente, nl. ....

→ door naar vraag 17

het bedrijf is ambuland (zoals bijvoorbeeld taxibedrijven, bouwbedrijven), zonder een vast adres waar bedrijfsactiviteiten plaatsvinden.

B. Welke rol speelt uw woning dan eventueel wel bij uw bedrijfsactiviteiten?

(meerdere antwoorden mogelijk)

postadres

administratie

het ontvangen van zakelijke contacten

geen rol

anders, nl. ....

In wat voor soort huisvesting is uw bedrijf gestart?  
 in een woning die ook uw woonadres was → door naar vraag 18  
 in een specifieke bedrijfsruimte (winkel, bedrijfspand, kantoor e.d.) → door naar vraag 20  
 in een andere situatie → door naar vraag 20

(indien gestart in een woning)

Wat zijn de drie belangrijkste redenen geweest dat u uw bedrijf aan huis bent gestart?  
 Graag aangeven in volgorde van belangrijkheid.

- 1 .....
- 2 .....
- 3 .....

A. Betrof de ruimte in uw woning die in gebruik was voor uw bedrijf een ruimte die ook voor het wonen werd gebruikt, of vonden de bedrijfsactiviteiten plaats in een aparte ruimte?  
 geen aparte ruimte  
 aparte ruimte(n), namelijk: .....

B. Welke oppervlakte van uw woning werd gebruikt voor bedrijfsactiviteiten? Ongeveer .....m<sup>2</sup>

C. Heeft u toen uw woning aangepast om hier uw bedrijfsactiviteiten uit te voeren, en zo ja, op welke manier?  
 ja, de woning is aangepast, namelijk .....  
 nee, de woning is niet aangepast  
 → u kunt doorgaan naar vraag 21

Is er tijdens het bestaan van uw bedrijf ooit een fase geweest waarin uw bedrijf aan huis was gevestigd?  
 ja  
 nee

Stel dat er in de regio een aanbod zou zijn van een passende combinatie van woon- en bedrijfsruimte, zou u dan overwegen daarheen te verhuizen met uw huishouden en bedrijf?  
 ja  
 nee

→ u kunt doorgaan naar vraag 22

**B. Kenmerken van het bedrijf**

In welke branche is uw bedrijf actief? .....  
 Kunt u aangeven in onderstaande tabel hoeveel tijd u nu en tijdens de start van uw bedrijf per week besteedt aan uw onderneming en aan uw eventuele baan in loondienst?

Tijd besteed aan:	Ten tijde van de START van uw onderneming	NU
A: onderneming	..... uur per week	..... uur per week
B: eventuele baan in loondienst	..... uur per week	..... uur per week

Kunt u aangeven, in procenten, welk deel van uw bedrijfsactiviteiten buiten het eigen bedrijfspand / de woning plaatsvindt?..... %

Hoeveel personen zijn er werkzaam in uw bedrijf (uzelf meegerekend)?  
 (graag alleen personen die 12 uur of meer werken meerekenen)..... personen

Waar bevinden zich uw belangrijkste toeleveranciers en klanten, en waar woont het grootste deel van uw personeel? (u kunt dit aangeven met een kruisje in het juiste vak)



	Voornamelijk in deze wijk	Voornamelijk in Amsterdam	Verspreid over Nederland en buitenland	Anders, nl.
Toeleveranciers				
Klanten				
Personeel				

A. Streeft u nadrukkelijk naar omzetvergroting?

heel nadrukkelijk

niet zo nadrukkelijk

eigenlijk niet

anders, nl. ....

B. Bent u van plan om op de middellange termijn (2 à 3 jaar) uw bedrijfsactiviteiten uit te breiden?

zeker wel

mogelijk

zeker niet

anders, nl. ....

C. Bent u van plan om op de middellange termijn (2 à 3 jaar) het aantal personeelsleden van uw bedrijf uit te breiden?

zeker wel

mogelijk

zeker niet

anders, nl. ....

### C. Kenmerken van de woning

In wat voor type woning woont u? Is dit:

eengezinswoning, villa, bungalow, landhuis

flat, etagewoning of appartement

ander type, nl. ....

Is uw woning een koopwoning of een huurwoning?

koopwoning

huurwoning

Hoeveel kamers heeft uw woning?

Daarbij tellen de woon-, slaap- en studeer- of werkkamers mee.

..... kamers

Wat is de totale woonoppervlakte van de woning?

Daarbij moet u eventuele buitenruimte, zoals balkon en tuin niet meerekenen.

± ..... m<sup>2</sup>

Wilt u binnen 2 jaar verhuizen?

beslist niet → door naar vraag 34

eventueel wel, misschien

beslist wel

ik heb reeds andere huisvesting/woning gevonden

Wat zijn voor u de drie belangrijkste redenen om (mogelijk) te gaan verhuizen?

Graag aangeven in volgorde van belangrijkheid.

1 .....

2 .....

3 .....

**D. Persoonlijke kenmerken van de ondernemer**

Wat is uw leeftijd?..... jaar

Wat is uw geslacht? M / V (doorhalen wat niet van toepassing is)

Wat is uw hoogst genoten voltooide opleiding?

basisschool

LBO / VBO / MAVO / VMBO

HAVO / VWO / MBO

HBO/ WO

anders, nl. ....

A. Wat is uw huishoudenssituatie?

alleenstaand → ga naar het einde van de vragenlijst

samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen → ga naar het einde van de vragenlijst

samenwonend/gehuwd met thuiswonende kinderen → ga naar vraag 37.B

alleenstaand met thuiswonende kinderen → ga naar vraag 37.B

Wat is de leeftijd van uw jongste kind?..... jaar

Wat is de leeftijd van uw oudste kind?..... jaar

Einde van de vragenlijst.

Hartelijk dank voor uw tijd en moeite!

Hieronder kunt u nog eventuele opmerkingen met betrekking tot dit onderzoek kwijt:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Tenslotte: zouden wij u mogen benaderen voor een kort interview met één van de onderzoekers? Wilt u in dit geval hieronder uw adres en telefoonnummer opgeven zodat wij contact met u op kunnen nemen?**

.....  
.....  
.....

Wilt u een samenvatting van de onderzoeksresultaten ontvangen?

Ik ben bereid aan een interview mee te werken, en wil ook een samenvatting ontvangen.

Ik wens alleen een samenvatting te ontvangen en vul daarom ook hierboven mijn adres in.

*U kunt de ingevulde enquête kosteloos in bijgevoegde enveloppe aan ons retourneren.*

# Bijlage 2 Itemlijst interviews

## Type 1: Bedrijf aan huis bij START en NU

### Introductie

Doel gesprek: Start bedrijf  
Verplaatsingen in verleden en toekomst  
Bedrijfsplannen en verhuisplannen  
Opbouw gesprek  
Duur gesprek: ± 45 min  
Bezwaar tegen opname

### 1. Verleden

#### *Bedrijf*

jaar start bedrijf (bekend)  
(persoonlijke) motieven start bedrijf  
motieven start aan huis (bekend)  
ideale vestigingsplaats / concessies gedaan?

#### *Woning*

waar woonachtig bij start bedrijf  
woonperiode  
waarom gekozen voor deze woning / zoekproces  
kenmerken van de woning (grootte, eigendom, ouderdom, woonomgeving)  
aanpassingen aan de woning  
oppervlakte en soort bedrijfsruimte  
rol van woning in bedrijfsact. (klanten ontvangen, administratie, postadres?)  
*bij meerdere verhuizingen f, g, h, i, j, k herhalen*  
*Huishouden*  
ontwikkelingen in het huishouden die invloed hadden op bedrijf en/of woning

### 2. Van verleden naar heden

#### *Bedrijf*

waarom bedrijf nog steeds aan huis  
nadelen bedrijf aan huis  
ontwikkeling bedrijf (personeel, omzet, afzetmarkt, samenwerking, huisvest.loc)  
fase bedrijf (start, groei, volwassen) (gevoel stabiel)  
omvang (in fte's)  
voordelen bedrijf aan huis voor woonwijk

#### *Woning*

rol van de woning in bedrijfsact. (klanten ontvangen, administratie, postadres?)  
tevredenheid met woning  
tevredenheid met woonomgeving  
*enquête nalopen*

### 3. Van heden naar toekomst

#### *Bedrijf*

groeiplannen bedrijf (personeel, omzet) (bekend)  
verhuisplannen bedrijf + motieven (bekend)  
handhaving koppeling + motieven (bekend)  
wensen t.a.v. bedrijfshuisvesting (pand, omgeving, locatie)

#### *Woning*

verhuisplannen privé + motieven (bekend)  
wensen t.a.v. woning en woonomgeving

#### *Huishouden*

ontwikkelingen in het huishouden die invloed kunnen hebben op bedrijf en/of woning

### Afronding

## **Type 2: Bedrijf alleen aan huis bij START**

### **Introductie**

Doel gesprek: Start bedrijf  
Verplaatsingen in verleden en toekomst  
Bedrijfsplannen en verhuisplannen  
Opbouw gesprek  
Duur gesprek: ± 45 min  
Bezwaar tegen opname

### **1. Verleden**

#### *Bedrijf*

jaar start bedrijf (bekend)  
(persoonlijke) motieven start bedrijf  
motieven start aan huis (bekend)  
ideale vestigingsplaats / concessies gedaan?

#### *Woning*

waar woonachtig bij start bedrijf  
woonperiode  
waarom gekozen voor deze woning / zoekproces  
kenmerken van de woning (grootte, eigendom, ouderdom, woonomgeving)  
aanpassingen aan de woning  
oppervlakte en soort bedrijfsruimte  
rol van woning in bedrijfsact. (klanten ontvangen, administratie, postadres?)  
*bij meerdere verhuizingen f, g, h, i, j, k herhalen*  
*Huishouden*  
ontwikkelingen in het huishouden die invloed hadden op bedrijf en/of woning

### **2. Van verleden naar heden**

#### *Bedrijf*

sinds wanneer bedrijf niet meer aan huis + motieven  
is wel overwogen aan huis te blijven, waarom is dit niet doorgegaan  
wensen t.a.v. huisvesting en locatie bedrijf / zoekproces  
ontwikkeling bedrijf (personeel, omzet, afzetmarkt, samenwerking, huisvest.loc)  
fase bedrijf (start, groei, volwassen) (gevoel stabiel)  
omvang (in fte's)

#### *Woning*

tevredenheid met woning  
tevredenheid met woonomgeving  
*enquête nalopen*

### **3. Van heden naar toekomst**

#### *Bedrijf*

groeiplannen bedrijf (personeel, omzet) (bekend)  
verhuisplannen bedrijf + motieven (bekend)  
wensen t.a.v. bedrijfshuisvesting (pand, omgeving, locatie)  
koppeling mogelijk in toekomst, zoja, voorwaarden woning

#### *Woning*

verhuisplannen privé + motieven (bekend)  
wensen t.a.v. woning en woonomgeving

#### *Huishouden*

ontwikkelingen in het huishouden die invloed kunnen hebben op bedrijf en/of woning

### **Afronding**

## Bijlage 3 Analyse non-response

Van de 710 enquêtes die verstuurd zijn naar bedrijven in een woning in de twee wijken Nieuw-Sloten en Kattenbroek, werden er 140 ingevuld geretourneerd, een response-percentage van 19,7 %. De vraag daarbij is of de uiteindelijke response representatief is voor alle bedrijven die zijn aangeschreven.

Met behulp van de inschrijvingsgegevens van de Kamer van Koophandel kunnen de groepen ondernemers die wel, en die niet gerepondeerd hebben, op drie aspecten met elkaar worden vergeleken: bedrijfsomvang, sector en leeftijd van het bedrijf. De response is representatief voor de totale onderzoekspopulatie wat betreft bedrijfsomvang: de gemiddelde bedrijfsgrootte voor de respons- en de non-responsegroep is respectievelijk 1,58 en 2,12 (variantie-analyse:  $F = 1,069$ ,  $p = 0,302$ , niet significant bij  $\alpha = 0,05$ ). Wel verschilt de response-groep significant ( $\alpha = 0,05$ ) van de non-response groep naar sector en leeftijd van het bedrijf (zie § 6.4).

### Tabel Bijlage 3.1

*Response en non-response naar sector, in % van de groep*

Sector	Response (n = 140)	Non-response (n = 570)	Totaal (n = 710)
Industrie/bouw/horeca/verkeer/vervoer	9.3	16.5	15.1
Handel en reparatie	15.0	28.8	26.1
Automatiseringsdiensten	10.0	7.4	7.9
Organisatieadviesbureaus	19.3	10.0	11.8
Overige zakelijke diensten	27.9	24.4	25.1
Commerciële diensten en overig	18.6	13.0	14.1
Total	100.0	100.0	100.0

(Chi-square = 13,423,  $p = 0,020$ )

### Tabel Bijlage 3.2

*Response en non-response naar leeftijd van het bedrijf, in % van de groep*

Leeftijd bedrijf	Response (n = 140)	Non-response (n = 570)	Totaal (n = 710)
Jonger dan 2 jaar	12.1	21.1	19.3
2 – 3½ jaar	8.6	15.6	14.2
3½ tot 4 jaar	21.4	16.0	17.0
5 of 6 jaar	15.7	14.2	14.5
7 tot 9 jaar	20.7	15.4	16.5
10 jaar of ouder	21.4	17.7	18.5
Total	100.0	100.0	100.0

(Chi-square = 24,264,  $p = 0,000$ )