

Ieder kwartaal peilen VKW Limburg en Unizo-Limburg naar het aanvoelen van de Limburgse ondernemers en bedrijfsleiders over de economische gang van zaken in de bedrijven. De resultaten van deze bevraging worden verwerkt tot één globaal cijfer: de Polsslag Ondernemend Limburg (POL).

## PERSBERICHT

Hasselt, 2 juli 2010

### POL juli 2010: +0,5

**Limburgse bedrijven zijn positief over afgelopen kwartaal  
maar vrezen slechter Q3**

POL daalt, maar blijft nipt positief: van +3,5 ➔ +0,5

Meerderheid evalueert afgelopen kwartaal voor het eerst in 2 jaar positief, maar minder sterk dan verwacht

Vooruitzichten voor komende kwartaal negatiever

Limburgse bedrijven wierven stevig aan tijdens 2<sup>de</sup> kwartaal

Bouwsector blijft het moeilijk hebben  
maar is wel enige sector die vooruitzichten ziet verbeteren

Productie- en dienstensector scoren best, sterke terugval in de groothandel

Grote bedrijven positiever gestemd dan kleinere bedrijven

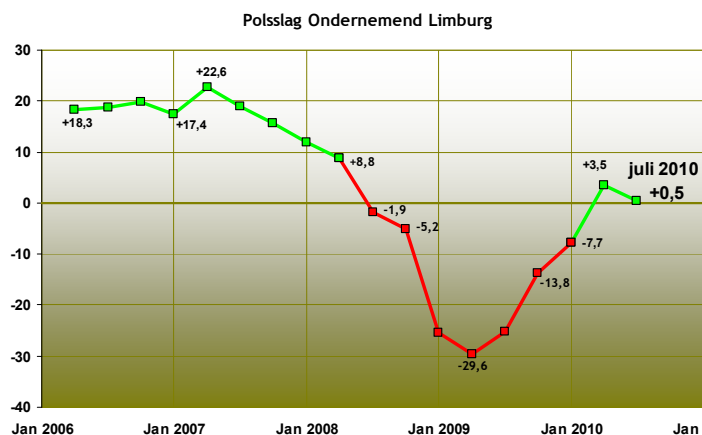
\* \* \*

Zes ondernemers op tien maken actief gebruik van social media

LinkedIn bijna even populair als Facebook bij Limburgse ondernemers

Eén op drie gebruikt social media om klanten of leveranciers te screenen

De POL (Polsslag Ondernemend Limburg) voor juli 2010 daalt, maar blijft met +0,5 nipt positief. In Limburg kijken er daarmee nog steeds iets meer bedrijven gunstig naar de economische gang van zaken, dan omgekeerd. Voor het eerst in 2 jaar tijd beoordeelt de meerderheid het afgelopen kwartaal positief (+2,4). Dit is een stijging t.o.v. het voorgaande kwartaal (-2,2), al waren de verwachtingen hoger gespannen. De vooruitzichten voor het derde kwartaal dalen relatief sterk en zijn terug licht negatief (-1,4). In globo blijft de POL daardoor net boven het nulpunt.



Alle sectoren kenden een beter kwartaal dan het voorgaande, behalve de groothandel, waar pessimisme overheerst. De bouwsector blijft het moeilijk hebben, terwijl de productiesector de op één na sterkste sector wordt, na de dienstensector, die de stijgende lijn aanhoudt. De detailhandel kende een verbetering, maar een kleine meerderheid van de bedrijven blijft negatief gestemd.

De kleinste bedrijven zijn het meest negatief gestemd, hoewel het sentiment er tijdens het voorbije kwartaal op vooruit ging. De grootste bedrijven werden getemperd in hun enthousiasme, maar hier blijft de meerderheid eerder optimistisch.

In het algemeen is er dus een duidelijke ongerustheid waar te nemen over de richting waarin de economie zal evolueren in de komende maanden.

De POL van juli 2010 blijft nog net in de positieve sfeer, met een notering van +0,5. Voor wat de evaluatie van het afgelopen kwartaal betreft, tekenen we een vierde stijging op rij op, tot +2,4. Het is de eerste keer sinds 2 jaar dat de meerderheid van de Limburgse bedrijven het afgelopen kwartaal positief evalueert. De eerste drie maanden van 2010 werden nog licht negatief beoordeeld (-2,2). De verwachtingen voor Q2 waren drie maanden geleden nochtans hoog gespannen (+9,2) en werden dus maar gedeeltelijk ingelost. De vooruitzichten voor het derde kwartaal zijn licht negatief (-1,4). De politiek instabiele situatie en de onrust op de financiële markten tijdens de voorbije maanden zorgden er wellicht mee voor dat de Limburgse ondernemers voorzichtiger werden.

De positieve beoordeling van het afgelopen kwartaal is het resultaat van verbeteringen op het vlak van omzet en tewerkstelling. De verwachte stijging van de omzet werd opgetekend (van +5,9 naar +15,7). Voor het derde kwartaal wordt echter een terugval tot +9,3 voorspeld. De Limburgse ondernemingen werven ook stevig aan in het tweede kwartaal, de tewerkstellingsindicator steeg van +1,2 naar +9,8. Maar ook op het gebied van aanwervingen zijn de voorspellingen voorzichtiger, hoewel er nog steeds meer ondernemingen zijn die extra werknemers verwachten aan te werven, dan bedrijven waar het personeelsbestand zal inkrimpen (+4,1).

De verwachtingen die men bij de vorige POL koesterde voor de export, werden niet ingelost, gezien de quasi status quo op +5,6. Qua export ziet echter voor ook het derde kwartaal er niet rooskleurig uit. Meer ondernemers verwachten een afname (-4,6). De investeringen vielen zoals voorspeld terug (+0,4) en blijven naar verwachting ook tijdens het komende kwartaal ter plaatse trappelen. De verbetering van de winstmarge zette zich slechts gedeeltelijk door (-17,1) en blijft nog steeds erg negatief. Voorlopig lijkt hierin ook geen verbetering te verwachten.

### Analyse op basis van sectoren

De verbetering die zich in het afgelopen kwartaal aftekende, strekt zich uit over alle sectoren, behalve de groothandel waar pessimisme overheerst in alle bevraagde onderdelen. De bouwsector krijgt het het hardst te verduren, maar verwacht als enige sector dat het komende kwartaal beter zal zijn. De detailhandel kende een stijging, maar een kleine meerderheid van de ondernemingen in deze sector blijft ongunstig gestemd. De dienstensector blijft in stijgende lijn en de productiesector zette zijn sterke remonte verder en is in twee kwartalen gepromoveerd van slechtste leerling van de klas tot de op één na de sterkste.

Alle sectoren, buiten de bouwsector, verwachten een achteruitgang in het derde kwartaal. Op de dienstensector na, noteren ze elk een negatief.

De **groothandel** kende als enige sector in het afgelopen kwartaal een achteruitgang (van +13,0 naar -4,5). Hoewel drie maanden geleden nog de sterkste sector, zijn er nu meer pessimistisch gestemde bedrijven dan optimistische. Het negatieve sentiment houdt ook aan voor het derde kwartaal (-2,1). Alle bevraagde onderdelen kregen klappen, met uitschieters tewerkstelling (van +28,9 naar +5,3) en export (-13,0). De evolutie van de winstmarge blijft ook in deze sector problematisch (-27,8).

De **bouw** tekent een verbetering op (van -19,3 naar -12,7), maar is het tweede kwartaal op rij de sector die het het moeilijkste heeft. De verbetering kwam voornamelijk op conto van een stijging van de omzet (van -31,5 naar +3,5). Zo zijn er dus opnieuw meer ondernemingen die hun omzet zagen toenemen, dan afnemen. De evolutie van de winstmarge verbeterde duidelijk (van -50,5 naar -28,8), maar blijft sterk wegen op de sector. Wel ziet de bouw als enige sector verdere vooruitgang in het derde kwartaal.

Na de terugval tijdens de eerste maanden van 2010, tekent de **detailhandel** een duidelijke stijging op, al blijft een kleine meerderheid van de bedrijven nog ongunstig gestemd (-2,1). Er wordt opnieuw geëxporteerd (van -17,6 naar +7,7) en aangeworven (van -4,2 naar +5,4). Ook in de **dienstensector** werd stevig aangeworven (+20,6) en ook de omzet verbeterde er aanzienlijk (+30,3), wat resulteerde in een positieve algemene evaluatie van +11,0, het hoogste cijfer van alle vijf sectoren. Voor de komende maanden zijn de vooruitzichten echter een stuk voorzichtiger met -6,3 voor de detailhandel en +3,1 voor de dienstensector.

De **productiesector** zette zijn erg sterke remonte tijdens het eerste kwartaal van 2010 verder in het tweede kwartaal. Voor het eerst sinds lang bestempelde een meerderheid van de productiebedrijven het afgelopen kwartaal als positief. Op 6 maanden tijd klom de productiesector van zwakste (-26,2) naar op één na sterkste sector (+7,8). Er zijn voor het eerst in twee jaar weer meer ondernemingen die mensen aanwerven (+4,8) en investeren (+6,8), dan bedrijven die deze componenten afremmen. Voor het komende kwartaal wordt echter een daling van de tewerkstelling voorspeld (-5,8), terwijl de investeringen met +4,3 wel positief blijven noteren. De sector gelooft in het algemeen echter niet in een verder herstel voor het komende kwartaal (-0,1).

### Analyse op basis van grootte bedrijf

De trend van het eerste kwartaal, wordt verder gezet. De kleinste bedrijven blijven nog eerder negatief ingesteld. Hoewel de grootste bedrijven - als enige categorie dit kwartaal - wel een achteruitgang kenden in de voorbije 3 maanden, blijven zij veruit het meest positieve segment. Opvallend voor het tweede kwartaal is dat de tewerkstellingsevolutie enkel negatief was bij de categorie 250-499 werknemers. In alle andere segmenten werd dus wel volop aangeworven. Alle categorieën zien het derde kwartaal somberder in, met verwachte dalingen op alle bevraagde componenten.

De **kleinere bedrijven** (minder dan 20 werknemers) blijven, hoewel ze een stijging konden optekenen, het meest negatief voor het afgelopen kwartaal. De **middelgrote** bedrijven (20 tot 100 werknemers) evalueerden het afgelopen kwartaal voor het eerst sinds eind 2008 in meerderheid positief. Ook de **grote** bedrijven (100-499 werknemers) konden een mooie verdere verbetering laten optekenen in Q2. Dit geldt echter niet voor de **grootste bedrijven** (meer dan 500 werknemers), die met een waarde van +20,2 weliswaar het meest positieve segment bleven, maar tijdens de eerste 3 maanden van 2010 toch nog optimistischer gestemd waren.

Opvallend is dat alle categorieën het derde kwartaal somberder tegemoet zien, voor **nagenoeg alle componenten**. De tendens dat de kleinere bedrijven het meest negatief zijn en de grotere bedrijven het meest positief, blijft volgens de voorspellingen wel aanhouden.

Tijdens het tweede kwartaal werven zowel kleine als grote bedrijven werknemers aan. Enkel voor het segment van 250-499 werknemers was de **tewerkstellingsevolutie** vorig kwartaal negatief. De omzet evolueerde in alle categorieën in de goede richting, met uitzondering van de grootste bedrijven (+500 werknemers). Dat geldt ook voor de winstmarges, al blijft die in elk segment negatief sterk negatief. De **exportvooruitzichten** evolueren vooral bij de kleinere bedrijven ongunstig, terwijl de investeringsplannen enkel bij de grotere bedrijven (+100 werknemers) min of meer peil blijven.

Themabevraging POL juli 2010

“WEB 2.0”

Limburgse ondernemers: internet en social media

*VKW Limburg en UNIZO-Limburg koppelen aan de POL bevraging ook telkens een actualiteitsbevraging. Ditmaal werd er gepolst bij ondernemers naar het gebruik van de social media.*

Ter gelegenheid van social media day op 30 juni 2010 peilden UNIZO-Limburg en VKW Limburg bij de Limburgse ondernemers naar het gebruik van internet en social media in hun onderneming. Opvallend: zes op tien ondernemers gebruiken social media, vooral om in contact te blijven met andere ondernemers en om hun producten te promoten. Tevens werd er gepolst naar het algemeen gebruik van internet. Vooral in grote bedrijven heeft men een internet-policy, maar over het algemeen blijft de toegang tot internet zeer ruim.

#### Elektronisch netwerken bij ondernemers

Elektronisch netwerken was nog nooit zo populair. Uit recente cijfers van de Belgian Social Media Monitor ([bvlg.blogspot.com](http://bvlg.blogspot.com)) blijkt dat maar liefst één internetgebruiker op twee in ons land actief is op Facebook, goed voor 3,5 miljoen gebruikers. Meer dan 500.000 Belgen hebben een profiel op LinkedIn en meer dan 45.000 twitteren erop los. Maar is het nut van social media reeds doorgedrongen bij onze ondernemers? Zijn ze er zelf op actief en gebruiken ze het medium in hun zaakvoering of toch nog eerder privé?

Maar liefst 58% van de Limburgse ondernemers en bedrijfsleiders geeft aan dat ze **elektronisch netwerken** nuttig (42%) dan wel onontbeerlijk (16%) vinden. Opvallend is wel dat nog steeds één ondernemer op vijf te kennen geeft dat elektronisch netwerken niet aan hem besteed is. 15% vindt het boeiend, maar heeft er nog weinig of geen ervaring mee. Social media zijn vooral populair in handel- en dienstensector en iets minder bij bouw- en productiebedrijven. Als we naar de leeftijdsklassen kijken stellen we vast dat naarmate de doelgroep ouder wordt de bevroegden meer geneigd zijn om social media als ‘onontbeerlijk’ te vermelden. Een duidelijk teken dat online netwerken niet meer het exclusieve domein van jongeren is.

Ook bij ondernemers zijn **Facebook en LinkedIn** de absolute marktleiders. Maar liefst 29% van alle Limburgse ondernemers heeft een Facebook-profiel en 27% een LinkedIn-pagina. Als we enkel kijken naar de ondernemers actief binnen social media netwerken is 65% van hen actief op Facebook en 57% op LinkedIn. In vergelijking met de algemene cijfers hierboven zien we duidelijk de populariteit van LinkedIn bij de Limburgse ondernemers.

### Hoe en waarom gebruiken ondernemers social media?

UNIZO-Limburg en VKW Limburg vroegen ook naar de **regelmaat** van het gebruik van social media. Hier zien we wel opvallende verschillen tussen de leeftijdsklassen. Bij de jonge ondernemers (min veertig) die actief zijn in de social media checkt maar liefst één op vier elke dag zijn profiel. Algemeen stellen we vast dat de helft van de ondernemers hun profiel minstens één keer per week checkt.

Eén ondernemer op twee **gebruikt social media** voor zakelijke contacten met andere ondernemers. Telkens één op drie gebruikt het voor commerciële doeleinden of voor het screenen van klanten of leveranciers. Deze werkwijze werd in het verleden al vaker gebruikt bij het aanwerven van personeelsleden, maar blijkt nu ook in de onderlinge zakelijke contacten zijn intrede te doen. Een extra reden dus voor ondernemers om hun online-data te verzorgen en up-to-date te houden.

Opvallend is dat minder dan 2% van de ondervraagden **online netwerken efficiënter** vindt dan directe persoonlijke contacten. Iets meer dan de helft vindt online netwerken een goede aanvulling op de traditionele persoonlijke versie. De andere helft vindt online duidelijk een minderwaardig alternatief. Deze verhouding stijgt echter aanzienlijk in het voordeel van de goede aanvulling als we enkel de social media gebruikers in het vizier nemen.

### Internetpolicy of niet?

Ongeveer de helft van de ondervraagde bedrijven (48%) geeft aan dat ze nog geen **internetpolicy** hebben en ook niet overwegen om er eentje op te maken. 29% heeft momenteel al een policy en 23% plant de invoering ervan. Hoe hoger de categorie van personeelsleden, hoe hoger het aantal bedrijven met een internetpolicy. Voor de grote bedrijven (+250 werknemers) geeft meer dan 90% aan een internetpolicy te hebben. Bij de micro-ondernemingen (-10 werknemers) heeft 70% geen behoefte aan een policy omtrent internetgebruik. Bij de sectoren staan vooral bouw en detailhandel weigerachtig tegenover een internetpolicy, sectoren waar het personeel traditioneel minder met het internet in aanraking komt.

Bij de bedrijven met een internetpolicy zien we dat de beperking van de internettoegang voor medewerkers erg meevalt. Zo surft 60% zonder beperking of met slechts enkele pagina's geblokkeerd en wordt slechts in één bedrijf op vijf netwerk- en social media sites geblokkeerd.

Enkele opvallende cijfers: slechts 1% geeft te kennen dat hun personeel volledig geen toegang tot internet heeft. De kleinere bedrijven (-50 werknemers) kennen vooral een onbeperkte toegang. Boven de 50 werknemers geeft nog maar ongeveer 15% aan geen enkele beperking doorgevoerd te hebben. Wanneer er wel een beperking wordt doorgevoerd gaat in een derde van de gevallen over netwerk- en social mediasites. 40% maakt slechts bepaalde specifieke site onbereikbaar. 20% richt zijn pijlen om alle privé-gerelateerde websites.

## Enkele stellingen

- 85% van de Limburgse ondernemers maakt zich niet direct zorgen over de **hoeveelheid persoonlijke informatie** die online te vinden is.
  - 54% van de Limburgse ondernemers stelt op regelmatige basis de **info te screenen die er over zijn bedrijf** online te vinden is.
  - 55% van de Limburgse ondernemers is niet bang voor de **toenemende invloed van internet en social media** op het zakendoen. 45% ziet de evolutie eerder met lede ogen aan.
  - 67% van de Limburgse ondernemers vindt van het eigen bedrijf dat het onvoldoende **inspeelt op de snelle evoluties** inzake social media.
  - 35% van de Limburgse ondernemers is ervan overtuigd dat de toegang tot het internet de **creativiteit van werknemers** ten goede komt.
-