

Managementsamenvatting bedrijvenenquête Tilburg over de economische effecten van het coronavirus

Inleiding

In deze notitie zijn de resultaten van de in mei gehouden Tilburgse bedrijvenenquête over de economische effecten van het coronavirus samengevat.

In totaal hebben 494 van de aangeschreven 1.730 bedrijven van het Tilburgse Bedrijvenpanel meegedaan aan de internet-enquête (respons 29%). Verder hebben 173 leden van Vitaal Tilburg, BMT en SRFT op een aantal bedrijventerreinen in Tilburg deelgenomen, wat het totaal aantal respondenten op 667 brengt.

De enquête geeft een beeld van de effecten van de coronacrisis op het bedrijfsleven, van het gebruik en de beleving van de landelijke en lokale noodmaatregelen en van de kansen en de mogelijkheden die de bedrijven voor de toekomst zien. In bijlagen 2 en 3 zijn de resultaten uitgesplitst naar grootteklassen en naar bedrijfstakken.

Algemeen beeld

De impact van de uitbraak van het coronavirus op de bedrijven is groot. Bij driekwart van de bedrijven is, ongeacht de bedrijfsgrootte, de omzet sinds 1 maart afgenomen. 36% van de bedrijven heeft te maken met een tekort aan financiële middelen, 30% met lagere/vertraagde nieuwe orders van klanten, 26% met een verlies van bestaande klanten, 22% met vertraging van bestaande orders, 20% met een verplichte sluiting door maatregelen van de overheid (met in de horeca een percentage van 88%) en 13% met geannuleerde kritieke vergaderingen, evenementen en/of internationale reizen. Wat de horeca betreft: tijdens de enquête zat de zaak nog op slot, inmiddels wordt er meer ruimte geboden. De komende maanden moeten uitwijzen of de verruimingen de ondernemers voldoende lucht geven om goed uit deze crisis te komen.

26% van de bedrijven meldt een daling van de werkgelegenheid, vooral de flexibele schil. Positief is dat vaste banen voor het grootste deel nog worden behouden. Daar zien we het effect van de overheidsmaatregelen in terug.

Hoewel een flink percentage het in mei nog niet kon inschatten, verwacht de helft van de bedrijven dat de werkgelegenheid na crisis weer op het oude niveau terug komt, terwijl 15% verwacht dat het aantal banen lager zal liggen dan voorheen. De rest weet het nog niet.

Vooraf in de horeca verwachten veel bedrijven (28%) een blijvend lagere werkgelegenheid, terwijl dat in de industrie/logistiek/groothandel voor 10% van de bedrijven geldt. De bouwsector heeft relatief weinig last van de crisis. Dat heeft mogelijk te maken met lopende projecten die niet stilgelegd zijn.

Op termijn verwachten vrijwel alle ondernemers een stevige recessie met langdurig doorwerkend omzetverlies, werkloosheid, faillissementen en minder middelen om te investeren. De consument heeft minder te besteden, besteedt minder buitenshuis en koopt meer online zodat fysieke winkels en andere bedrijven zullen verdwijnen. Consumenten worden bovendien terughoudender door onzekerheid en de angst voor (de terugkeer van) het virus of andere virussen. De overheid zal enerzijds moeten bezuinigen en de angst is daarbij dat daarnaast de belastingdruk zal toenemen, vooral ook voor het bedrijfsleven.

Maatregelen van de bedrijven en van de overheid i.v.m. de coronacrisis

Op pagina 6 tot en met 9 wordt een overzicht gegeven van de maatregelen die bedrijven hebben genomen om de crisis het hoofd te bieden en van het gebruik en de ervaringen met de maatregelen van de overheid.

Wat de overheidsmaatregelen betreft maken de meeste bedrijven gebruik van de TOZO-regeling, belastingmaatregelen, TOGS en de NOW regeling. Van andere regelingen wordt minder gebruik gemaakt, maar ze zijn ook minder bekend: Het minst bekend zijn de Corona-overbruggingslening (COL) voor startups, scale-ups

en innovatieve MKB-ers (bekend bij maar 16% van de ondernemers), de rentekorting kleine ondernemers op microkredieten Qredits (9%), Werk-samen.nl voor vraag en aanbod van personeel (5%), Brabantleert.nl voor online scholing van personeel (3%), en de Tijdelijke borgstelling voor land- en tuinbouwbedrijven (3%).

De meeste bedrijven (73%) geven aan voldoende informatie hebben over de overheidsmaatregelen. Directe informatievoorziening naar de bedrijven helpt nog eens extra: een aanvullende 12% van de bedrijven geeft aan nu voldoende informatie te hebben omdat ze in de vragenlijst de links naar regelingen hebben geopend.

Er is ook gevraagd welke knelpunten bedrijven ervaren met de huidige maatregelen. Bijna de helft (48%) antwoordt dat ze buiten de regelingen vallen (maar desgevraagd geven de meeste van deze ondernemers aan dat het nog niet nodig was om gebruik te maken van de maatregelen), 28% dat de regelingen onvoldoende maatwerk bieden, 28% dat de afhandeling van hun aanvraag lang duurt, 25% dat de regelingen onduidelijk zijn en 10% weet niet bij wie ze wat kunnen aanvragen. De laatste vier percentages zijn wat hoger in de detailhandel en leisure en in de horeca dan in de andere sectoren.

31% van de bedrijven geeft aan op termijn (weer) financiële steun aan te willen vragen. De urgentie hiervan hangt overigens mede af van de effecten van de brede versoepelingen per 1 juli.

Kansen en mogelijkheden

Er is in het onderzoek ook gevraagd naar de kansen en mogelijkheden die bedrijven zien door en na de coronacrisis.

Thuiswerken met behulp van digitale toepassingen (door 62% van de bedrijven genoemd met vooral veel bedrijven in de zakelijke dienstverlening), inspelen op de gewijzigde vraag van de markt (32%), nieuwe productontwikkelingen (23%) en versnelde investeringen (5%) zijn in een stroomversnelling gekomen en worden als positief gezien. 14% van de bedrijven noemt daarnaast nog een andere ontwikkeling. Meest genoemd zijn online vergaderen, online lesgeven en online diensten aanbieden. Van alle bedrijven met 2 werkzame personen of meer benut 19% de huidige periode om het personeel extra (digitaal) bij te scholen.

Eerder signaleerden we al dat vrijwel alle bedrijven een stevige recessie verwachten. Maar er is ook een andere kant van de medaille. Veel ondernemers zien de coronacrisis ook als een adempauze, waarin we ons kunnen bezinnen op onze manier van produceren en consumeren. Zij uiten de wens dat deze bezinning leidt tot "duurzamer, efficiënter en lokaler werken", met een versnelling van verduurzaming, minder reizen (heel veel bedrijven hopen op het bestendigen van het thuis werken), minder congestie, een herbezinning op de globalisering met zijn lange productieketens en bewuster consumentengedrag, met oog voor lokale en kleine ondernemers. Ook zien bedrijven kansen op het gebied van online dienstverlening en verdere digitalisering.

Rol lokale overheid

Wat de ondersteunende rol van de lokale overheid betreft: behalve suggesties voor de kortere termijn (doorzetten ondersteuningsmaatregelen, soepel omgaan met regels zoals voor de terrassen) pleiten veel ondernemers voor het uitzetten van opdrachten bij lokale ondernemers. Dat geldt voor de inkoop van diensten en producten, maar ook voor het investeringsbeleid, zoals de verduurzaming van de gebouwde omgeving. Het promoten van Tilburg als aantrekkelijke citytrip raakt eveneens aan het vergroten van de bestedingen bij lokale ondernemers. Ook het snel verlenen van vergunningen voor toekomstige investeringen wordt genoemd. Enkele ondernemers willen graag advies over hoe ze hun bedrijf in de toekomst gezond kunnen houden. Het is van belang ondernemers adequaat naar de juiste organisaties te verwijzen. In het algemeen wordt intensieve communicatie vanuit de gemeente op prijs gesteld: blijf ons informeren. Kernwoorden daarbij zijn duidelijkheid (o.a. over regels en mogelijkheden) en snelheid.