

SROI van #SheMeansBusiness

Rapport

In opdracht van #SheDIDIT

IDEA Consult
Jozef II-straat 40 B1
1000 Brussel
T +32 (0)2 282 17 10
www.ideaconsult.be

idea consult
moving society

Inhoudsopgave

1. Situering van de opdracht 2

2. #SheDIDIT en #SheMeansBusiness 4
   2.1 Beschrijving van #SheDIDIT 5
   2.2 #SheMeansBusiness: voorgestelde begeleiding 6

3. Impact van #SheMeansBusiness 8
   3.1 Bereik en profiel van de deelnemers 9
   3.2 Het traject en de ervaren meerwaarde 11
   3.3 Ondernemingsopstart en huidige ondernemersstatus 17
   3.4 Duurzaamheid van ondernemingen 21
   3.5 Attributie: wat zou er zonder #SheMeansBusiness gebeurd zijn? 24
   3.6 Economische impact en ondernemingsdynamiek 27

4. De SROI van #SheMeansBusiness 32
   4.1 Methodologische inleiding 33
   4.2 De kost van #SheMeansBusiness 34
   4.3 Kerneffecten: zelfstandige activiteit en vermeden publieke kosten 34
   4.4 Bredere effecten: professionele integratie en niet-gemonetariseerde doorwerking 37
   4.5 SROI-resultaten 38
   4.6 Vergelijking met VDAB-begeleiding naar ondernemerschap 39
   4.7 Methodologische beperkingen en lessen voor een volgende SROI-meting 40

5. Samenvattende conclusie 42

Bijlage I. Extra tabellen en figuren 44

Bijlage II. Methodologische bijlage bij de enquête 45

Bijlage III. Methodologische bijlage bij de SROI-berekening 50



1. Situering van de opdracht

Ondernemerschap als hefboom voor economische zelfstandigheid

Ondernemerschap kan bijdragen aan economische zelfstandigheid, autonomie en maatschappelijke participatie. Voor vrouwen met diverse culturele achtergronden is de stap naar ondernemerschap echter vaak minder vanzelfsprekend. Zij ervaren vaker drempels in de toegang tot coaching, kennis over het Belgische ondernemerslandschap, professionele netwerken, financiering, representatie en rolmodellen.

#SheDIDIT positioneert zich precies op dat kruispunt. De organisatie ondersteunt vrouwen met diverse culturele achtergronden die een ondernemersidee willen ontwikkelen, een onderneming willen opstarten of hun bestaande activiteit willen professionaliseren. Daarbij gaat het niet enkel om zakelijke begeleiding, maar ook om het verlagen van structurele drempels. #SheDIDIT wil vrouwen versterken zodat zij hun ideeën kunnen omzetten in concrete, haalbare en duurzame ondernemingsactiviteiten.

De kern van deze opdracht bestaat erin om de maatschappelijke en economische waarde van #SheMeansBusiness, het individuele businesscoachingtraject van #SheDIDIT, zichtbaar te maken. Daarbij wordt niet alleen gekeken naar het aantal vrouwen dat officieel start als onderneemster. Even belangrijk is wat het traject onderweg in beweging zet: meer zelfvertrouwen, meer kennis, een concreter businessidee, betere voorbereiding op de Belgische ondernemerscontext en toegang tot een netwerk van andere womenpreneurs.

Van impactverhaal naar SROI-kader

De impact van #SheMeansBusiness is meerlagig. Enerzijds zijn er effecten die financieel kunnen worden benaderd, zoals zelfstandige activiteit, professionele integratie, fiscale en sociale bijdragen en vermeden publieke kosten. Anderzijds creëert het traject ook impact die moeilijker in euro's uit te drukken is, maar wel essentieel is voor ondernemerschap: zelfvertrouwen, kennis, netwerk, motivatie, zichtbaarheid en het gevoel er niet alleen voor te staan.

De SROI-benadering of Social Return on Investment, vertrekt vanuit de vraag welke maatschappelijke waarde wordt gecreëerd per geïnvesteerde euro. Voor #SheMeansBusiness betekent dit dat de investering in individuele businesscoaching wordt afgezet tegen de mogelijke opbrengsten voor de deelneemsters, de overheid en de bredere samenleving. Niet alle effecten zijn vandaag volledig monetariseerbaar. Daarom maakt dit rapport een onderscheid tussen effecten die in de SROI-berekening kunnen worden meegenomen en impact die kwalitatief wordt beschreven.

Deze benadering laat toe om de economische waarde van het traject te benaderen zonder de bredere maatschappelijke betekenis ervan te reduceren tot één cijfer. De SROI vormt dus geen losstaande rekensom, maar een kader om de verschillende vormen van impact transparant samen te brengen.

Van onderzoeksvragen naar analyseaanpak

Het rapport is opgebouwd rond twee centrale onderzoeksvragen.

- De eerste vraag is: welke impact creëert #SheMeansBusiness voor de deelneemsters? Het rapport brengt in kaart wie bereikt wordt, wat de situatie van de deelneemsters is vóór het traject, welke ondernemerschapsstappen zij zetten na afloop, en hoe hun competenties, zelfvertrouwen

en voorbereiding op ondernemerschap evolueren. De focus ligt op bereik, profiel, opstart, duurzaamheid, economische activiteit en empowerment.

- De tweede vraag is: welke maatschappelijke return creëert #SheMeansBusiness tegenover de geïnvesteerde middelen? Het rapport vertaalt de beschikbare impactgegevens naar een eerste SROI-kader. Daarbij worden de kosten van het traject afgezet tegen mogelijke maatschappelijke opbrengsten, zoals zelfstandige activiteit, professionele integratie, fiscale en sociale bijdragen en vermeden publieke kosten. Binnen het SROI-luik wordt ook bekeken hoe #SheMeansBusiness zich verhoudt tot andere begeleidingsinitiatieven. Die vergelijking blijft beperkt en indicatief, omdat trajecten verschillen in doelgroep, intensiteit, duurtijd, doelstelling en meetmethode.

De analyse steunt op vier informatiebronnen.

- Ten eerste werden administratieve en opvolgingsgegevens van #SheDIDIT gebruikt, onder meer over het bereik, het profiel van coachees, het aantal begeleide trajecten, het aantal individuele coachees en de opvolging van actieve ondernemingen na het traject.
- Ten tweede werd een enquête afgenomen bij coachees van #SheMeansBusiness. Die enquête brengt onder meer hun startpositie, ervaren meerwaarde, ondernemingsstatus, economische activiteit, attributie en ondersteuningsnoden in kaart.
- Ten derde werd op basis van deze gegevens een SROI-berekening uitgewerkt, waarin de investering in het traject wordt afgezet tegen de maatschappelijke opbrengsten die voldoende betrouwbaar in euro's kunnen worden benaderd.
- Aanvullend worden enkele relevante inzichten uit een kwalitatieve studie over #SheFUND meegenomen om het bredere impactmechanisme van #SheDIDIT beter te duiden. Die studie onderzocht hoe het traject rond coaching, voorbereiding, pitching en financiering bijdraagt aan vaardigheden, zelfvertrouwen, ondernemersidentiteit en ervaren legitimiteit van womenpreneurs met migratieachtergrond. De inzichten worden niet gebruikt als kwantitatieve effectmeting, maar als kwalitatieve verdieping bij de interpretatie van de impact.

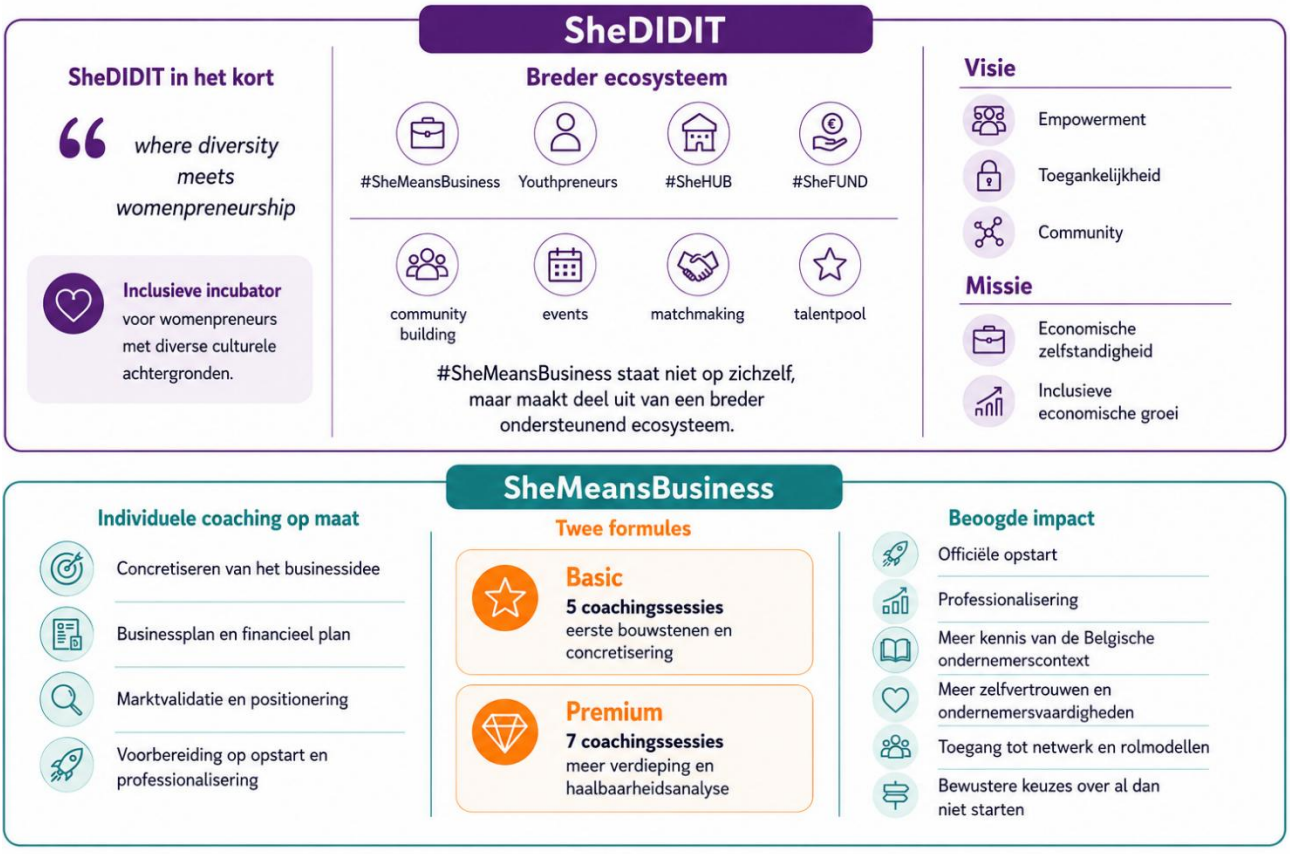
De methodologische details, aannames en beperkingen worden verder toegelicht in de bijlagen.

2. #SheDIDIT en #SheMeansBusiness

Dit hoofdstuk schetst de context waarin #SheMeansBusiness is ingebed. Eerst wordt #SheDIDIT beschreven als inclusieve incubator voor womenpreneurs met diverse culturele achtergronden. Vervolgens wordt toegelicht hoe #SheMeansBusiness deel uitmaakt van dit bredere ecosysteem en welke begeleiding het traject aanbiedt.

De impact van #SheMeansBusiness moet daardoor niet alleen worden begrepen als het resultaat van individuele coachingssessies, maar ook als onderdeel van een ruimere werking rond toegang, empowerment, community en ondernemerschap. Onderstaande figuur vat deze positionering, het bredere ecosysteem en de beoogde impact van het traject samen.

Figuur 1: #SheDIDIT en #SheMeansBusiness: positionering, ecosysteem en beoogde impact



Bron: IDEA Consult, op basis van documentatie van #SheDIDIT

2.1 Beschrijving van #SheDIDIT

Een inclusieve incubator voor womenpreneurs

#SheDIDIT werd opgericht als Belgische non-profitorganisatie voor vrouwen met diverse culturele achtergronden die willen ondernemen. De organisatie ontstond vanuit de vaststelling dat deze doelgroep vaak moeilijk aansluiting vindt bij het bestaande ondernemerslandschap. Niet omdat talent, ambitie of ondernemingszin ontbreken, maar omdat de toegang tot gepaste begeleiding, netwerken, financiering, rolmodellen en kennis over de Belgische ondernemerscontext niet voor iedereen even vanzelfsprekend is.

#SheDIDIT omschrijft zichzelf als een plek "*where diversity meets womenpreneurship*". Die positionering is belangrijk voor de interpretatie van #SheMeansBusiness. Het traject staat niet op zichzelf, maar maakt deel uit van een breder ecosysteem dat inzet op coaching, community, rolmodellen, financiering, zichtbaarheid, testomgevingen en toegang tot netwerken. Naast #SheMeansBusiness omvat de werking onder meer Youthpreneurs, #SheHUB, #SheFUND, community building, online en offline events, matchmaking en een talentpool. In de eigen impactpresentatie voor 2018–2024 verwijst #SheDIDIT naar deze bredere waaier aan activiteiten. Die cijfers worden in dit rapport niet gebruikt als impactmeting van #SheMeansBusiness, maar tonen wel dat het traject ingebed is in een ruimer ecosysteem rond inclusief ondernemerschap. Samen vormen deze onderdelen een ondersteunend ecosysteem rond ondernemerschap. Deelnemers krijgen niet alleen begeleiding bij hun businessidee, maar ook toegang tot kennis, zichtbaarheid, marktvalidatie, financieringsmogelijkheden en een gemeenschap van andere ondernemers en rolmodellen.

#SheDIDIT positioneert zich daarom als een inclusieve incubator voor womenpreneurs. De organisatie biedt geen generieke startersbegeleiding, maar ondersteuning die rekening houdt met de persoonlijke context, sector, taal, marktkennis en specifieke drempels van de deelneemsters.

Een werking opgebouwd rond toegang, empowerment en community

De werking van #SheDIDIT bestaat uit verschillende onderdelen. #SheMeansBusiness vormt het individuele businesscoachingtraject en bestaat uit twee formules: Basic en Premium. Daarnaast organiseert #SheDIDIT andere trajecten en initiatieven, zoals Youthpreneurs voor jonge ondernemers, #SheHUB als fysieke test- en verkoopomgeving, #SheFUND voor toegang tot renteloze financiering, en community building via workshops, netwerkevents, een online community en andere ontmoetingsmomenten.

Samen vormen deze onderdelen een ondersteunend ecosysteem rond ondernemerschap. Deelnemers krijgen niet alleen begeleiding bij hun businessidee, maar ook toegang tot kennis, zichtbaarheid, marktvalidatie, financieringsmogelijkheden en een gemeenschap van andere ondernemers en rolmodellen.

De missie van #SheDIDIT is tweeledig:

- de economische zelfstandigheid versterken van womenpreneurs met diverse culturele achtergronden;
- bijdragen aan inclusieve economische groei door ondervertegenwoordigde groepen structureel toegang te geven tot ondernemerschap.

De werking vertrekt vanuit drie kernprincipes:

- Empowerment: ondernemerschap als hefboom voor autonomie, zelfvertrouwen en persoonlijke groei;
- Toegankelijkheid: structurele, culturele en praktische drempels verlagen;

- Community: netwerken, rolmodellen en peer support inzetten als motor voor duurzame groei.

2.2 #SheMeansBusiness: voorgestelde begeleiding

Individuele coaching op maat

#SheMeansBusiness is het individuele businesscoachingtraject van #SheDIDIT. Het traject ondersteunt vrouwen die een onderneming willen opstarten, hun ondernemersidee willen concretiseren of hun bestaande activiteit willen professionaliseren.

De begeleiding vertrekt vanuit de concrete situatie van de coachee. Sommige deelnemers starten met een eerste idee, anderen hebben al een activiteit in bijberoep of hoofdberoep. Nog anderen willen nagaan of hun idee financieel, praktisch en persoonlijk haalbaar is. Daardoor is de meerwaarde van #SheMeansBusiness breder dan enkel "officiële opstart": het traject helpt deelnemers ook om beter voorbereid te starten, risico's correcter in te schatten, hun activiteit te versterken of bewust te beslissen om nog niet te starten.

Twee formules binnen #SheMeansBusiness

Binnen #SheMeansBusiness bestaan twee formules: Basic en Premium.

Het Basic traject bestaat uit vijf individuele coachingssessies. In dit traject ligt de nadruk op het concretiseren van het ondernemersidee en het uitwerken van de eerste bouwstenen van het businessplan. De coachee werkt samen met de coach aan de haalbaarheid van het idee, de doelgroep, het aanbod, de positionering, de eerste financiële inschattingen en de stappen richting opstart.

Het Premium traject bestaat uit zeven individuele coachingssessies. Deze formule biedt meer tijd voor verdieping. Naast het businessplan wordt sterker ingezet op haalbaarheidsanalyse, financieel plan, businessanalyse en voorbereiding op effectieve opstart. Binnen deze formule kan ook gewerkt worden richting een haalbaarheidsattest in het kader van het erkende prestarterstraject.

Beide formules vertrekken vanuit dezelfde logica: individuele begeleiding op maat, met concrete opdrachten tussen de sessies. Het verschil zit vooral in de intensiteit en diepgang van de begeleiding.

Van idee naar concreet actieplan

Tijdens het traject wordt gewerkt aan de zakelijke bouwstenen die nodig zijn om een onderneming op te starten of te versterken. Afhankelijk van de noden van de coachee gaat het onder meer om:

- Businessmodel en businessplan;
- Financieel plan en prijszetting;
- Doelgroep en marktvalidatie;
- Marketingstrategie en positionering;
- Concurrentieanalyse;
- Kennis van de Belgische ondernemerscontext;
- Administratieve en praktische stappen richting opstart;
- Netwerkontwikkeling.

Tussen de sessies voeren deelnemers concrete opdrachten uit, zoals marktonderzoek, het vergelijken van leverancierspijzen, het uitwerken van een financieel plan of het testen van een product of dienst.

De begeleiding is daardoor actiegericht: de coachingssessies dienen niet alleen om advies te geven, maar ook om vooruitgang te boeken richting een concreet en haalbaar ondernemersplan.

Meer dan zakelijke begeleiding

De meerwaarde van #SheMeansBusiness ligt ook in de manier waarop de begeleiding wordt aangeboden. Het traject is individueel, meertalig en afgestemd op de persoonlijke en professionele context van de coachee. De coaches hebben zelf ondernemerschapservaring en fungeren ook als rolmodel. Dat verlaagt de drempel voor deelnemers die zich minder herkennen in klassieke begeleidingsinitiatieven.

Een belangrijke meerwaarde van #SheMeansBusiness is dat het traject ook vrouwen bereikt die zich niet vanzelfsprekend aangesproken voelen door bestaande of klassieke ondernemersbegeleiding. Volgens de eigen impact- en partnerdocumentatie van #SheDIDIT blijft de drempel naar bestaande ondernemersinitiatieven voor een deel van de doelgroep hoog. De combinatie van individuele begeleiding, herkenbare rolmodellen, community, cultureel sensitieve coaching en aandacht voor de Belgische ondernemerscontext verlaagt die drempel. Voor sommige coachees vormt #SheMeansBusiness daardoor een eerste toegankelijke ingang naar het bredere ondernemerslandschap.

Beoogde impact

#SheMeansBusiness beoogt verschillende vormen van impact:

- Officiële opstart als zelfstandige in hoofd- of bijberoep;
- Professionalisering van een bestaande activiteit;
- Sterker businessplan en financieel plan;
- Betere kennis van het Belgische ondernemerslandschap;
- Betere voorbereiding op administratieve en financiële verplichtingen;
- Meer zelfvertrouwen en ondernemersvaardigheden;
- Toegang tot netwerk, rolmodellen en community;
- Bewustere keuzes over het al dan niet opstarten van een onderneming.

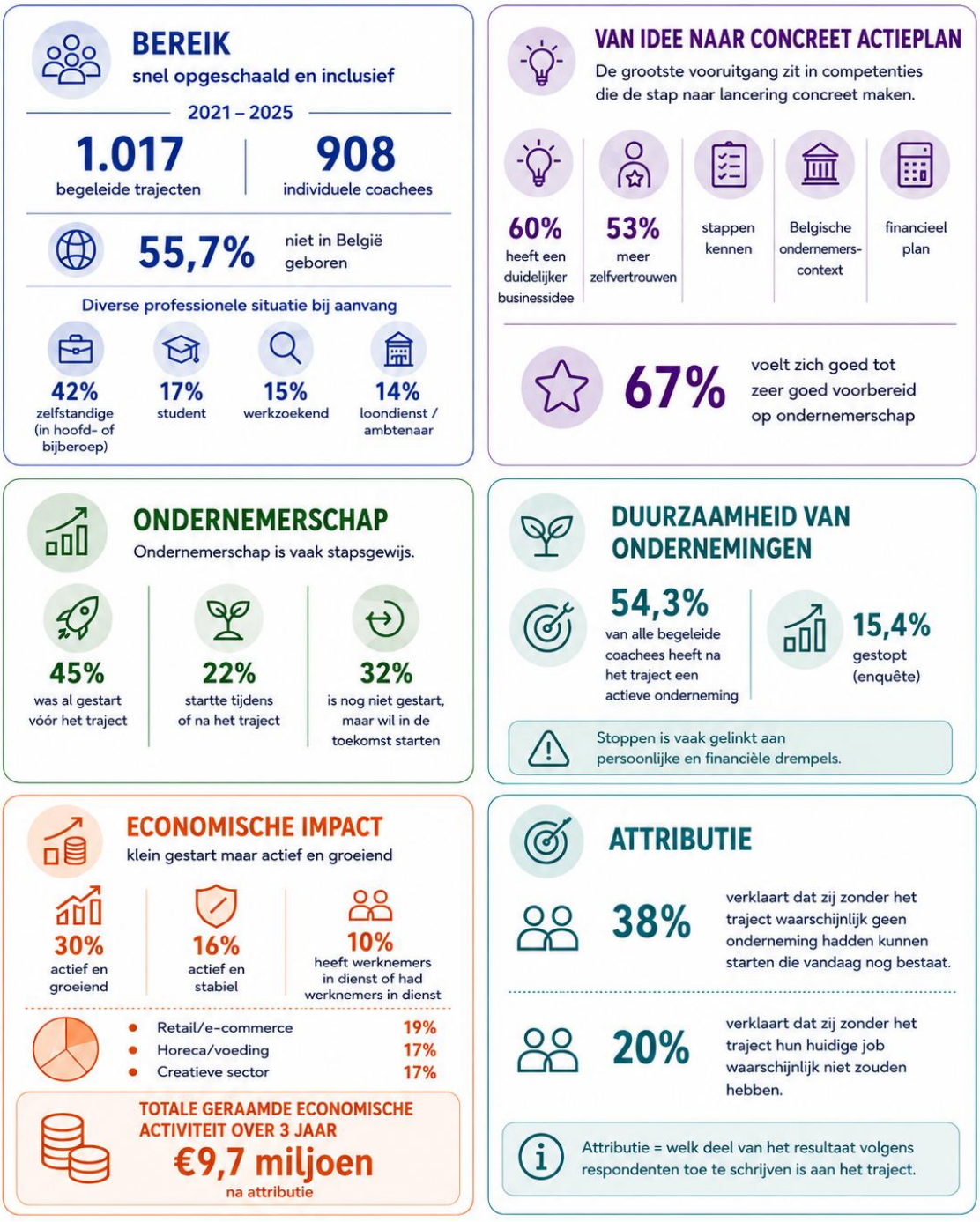
Deze brede impactlogica is belangrijk voor de verdere analyse. De waarde van #SheMeansBusiness zit niet enkel in het aantal deelnemers dat officieel start, maar ook in de mate waarin vrouwen beter voorbereid, realistischer en duurzamer kunnen ondernemen.

3. Impact van #SheMeansBusiness



Dit hoofdstuk brengt de impact van #SheMeansBusiness in kaart op basis van de data van #SheDIDIT en de enquête bij coachees. De analyse kijkt breder dan officiële ondernemingsopstart en onderzoekt ook bereik, profiel, voorbereiding, competentiegroei, duurzaamheid van ondernemingen, economische activiteit, bredere professionele effecten en attributie. Onderstaande figuur vat de belangrijkste impactresultaten uit dit hoofdstuk visueel samen.

Figuur 2 : Kernresultaten van de impactanalyse van #SheMeansBusiness



Bron: IDEA Consult, op basis van gegevens van #SheDIDIT en de enquête bij coachees

3.1 Bereik en profiel van de deelnemers

Een traject met groeiend bereik sinds 2021

Tussen 2021 en 2025 registreerde #SheMeansBusiness in totaal 1.017 begeleide trajecten, goed voor 908 individuele coachees. Het bereik nam sterk toe sinds de opstart in 2021: van 96 coachees in 2021 naar 247 in 2023. In 2024 en 2025 bleef het traject op een hoog volume, met respectievelijk 282 en 249 begeleide coachees. Deze evolutie toont dat #SheMeansBusiness op korte tijd is uitgegroeid tot een structureel begeleidingsaanbod binnen #SheDIDIT.

Het onderscheid tussen het totale aantal trajecten en het aantal individuele coachees is belangrijk voor de interpretatie van de resultaten. Sommige coachees volgden meer dan één traject of trajectonderdeel. Daarom wordt in de impactanalyse waar mogelijk gewerkt met 908 individuele coachees, terwijl het totale aantal trajecten de omvang van de begeleidingsactiviteit weergeeft.

Tabel 1: Begeleide trajecten en individuele coachees tussen 2021 en 2025 – #SheMeansBusiness

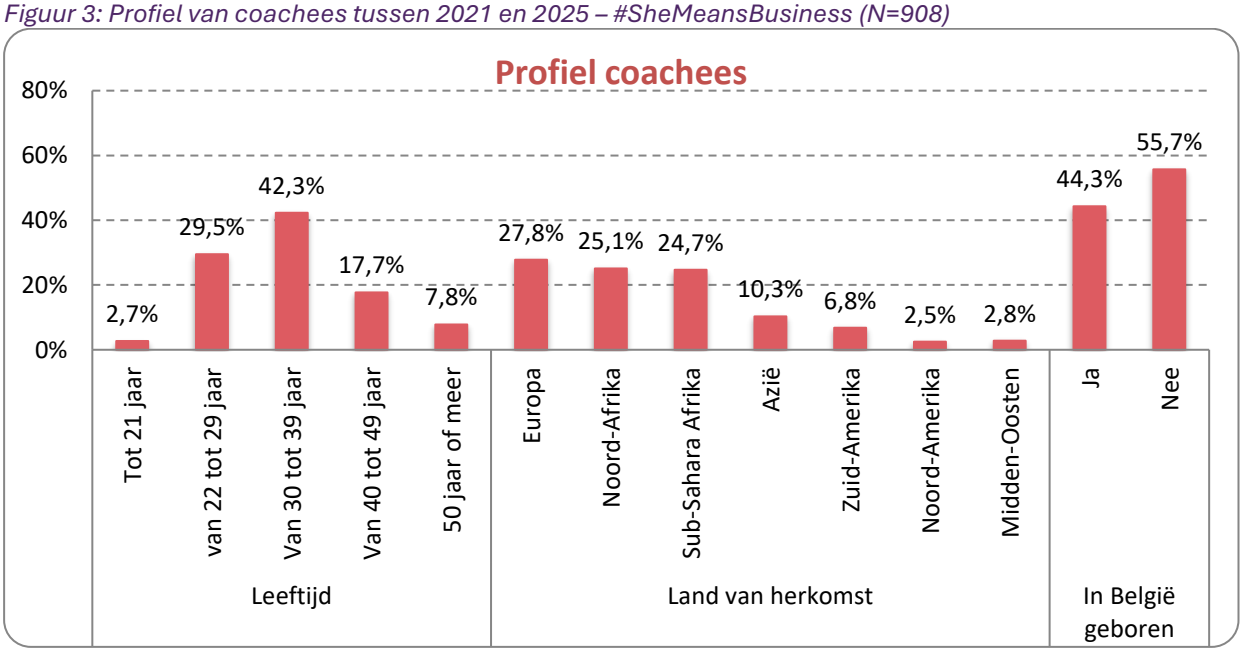
	2021	2022	2023	2024	2025	Totale trajecten (2021-2025)	Totaal aantal individuele coachees (2021-2025)
Aantal coachees	96	143	247	282	249	1017	908

Bron: IDEA Consult op basis van gegevens #SheDIDIT (Doc - Overlevingsgraad SMB '21-'25)

Een diverse doelgroep in leeftijd en herkomst

#SheMeansBusiness bereikt vooral vrouwen in de actieve beroepsleeftijd. Over de periode 2021–2025 behoort 42,3% van de coachees tot de leeftijdsgroep 30 tot 39 jaar en 29,5% tot de groep 22 tot 29 jaar. Tegelijk is bijna één op vier coachees 40 jaar of ouder. Het traject ondersteunt dus niet alleen jonge starters, maar ook vrouwen die later in hun loopbaan willen heroriënteren, doorgroeien of een bestaande activiteit professionaliseren.

Figuur 3: Profiel van coachees tussen 2021 en 2025 – #SheMeansBusiness (N=908)



Bron: IDEA Consult op basis van gegevens #SheDIDIT (SMB profielkenmerken)

Ook naar herkomst is de groep uitgesproken divers. De grootste herkomstgroepen zijn Europa (27,8%), Noord-Afrika (25,1%) en Sub-Sahara Afrika (24,7%). Daarnaast bereikt het traject ook vrouwen met Aziatische, Zuid-Amerikaanse, Noord-Amerikaanse en Midden-Oosterse herkomst. Meer dan de helft van de coachees (55,7%) is niet in België geboren.

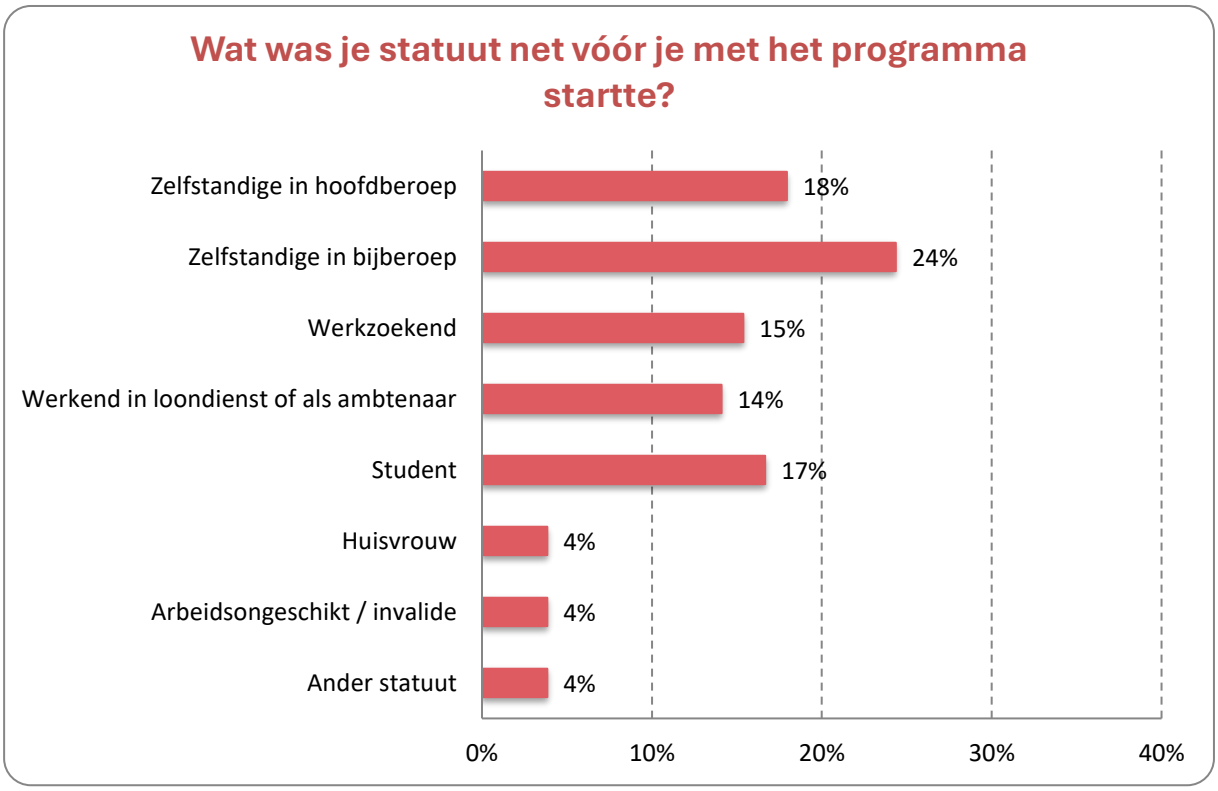
Deze profielgegevens bevestigen de positionering van #SheDIDIT als inclusieve incubator. #SheMeansBusiness bereikt vrouwen met uiteenlopende leeftijden, migratiegeschiedenissen, culturele achtergronden en ondernemersambities. Voor een groot deel van deze doelgroep zijn kennis van de Belgische ondernemerscontext, administratieve stappen, regelgeving, statuten en professionele netwerken belangrijke onderdelen van de begeleiding.

Verschillende startposities bij aanvang van het traject

Volgens de enquêtegegevens starten respondenten vanuit uiteenlopende professionele situaties aan #SheMeansBusiness. Een aanzienlijk deel was vóór de start al actief als zelfstandige: 24% in bijberoep en 18% in hoofdberoep. Daarnaast was 15% werkzoekend, 14% aan het werk in loondienst of als ambtenaar en 17% student.

Deze spreiding sluit aan bij de bredere werking van #SheDIDIT. #SheMeansBusiness is geen klassiek opstarttraject dat uitsluitend gericht is op vrouwen zonder ondernemerservaring. Het traject ondersteunt zowel vrouwen die hun eerste stappen richting ondernemerschap zetten als vrouwen die al zelfstandig actief zijn en hun activiteit willen professionaliseren of verduurzamen. Tegelijk bereikt het programma ook respondenten in een fase van professionele oriëntatie of heroriëntatie, zoals werkzoekenden, werknemers en studenten die ondernemerschap willen verkennen.

Figuur 4: Statuut van respondenten vóór de start van #SheMeansBusiness (N = 78)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

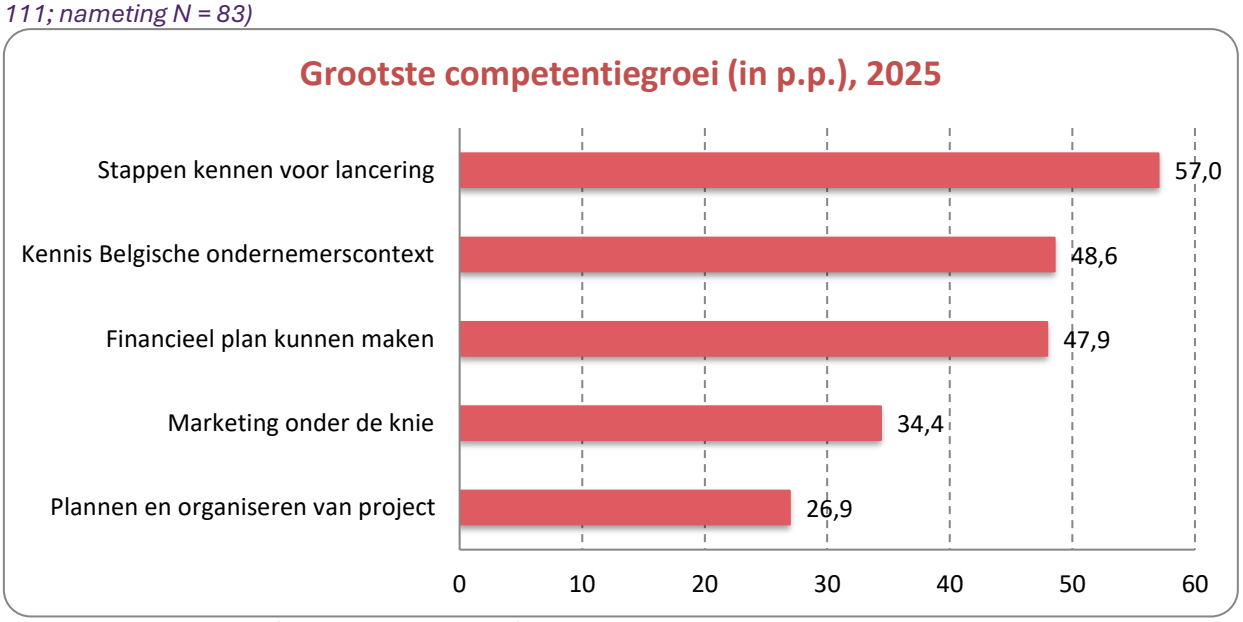
3.2 Het traject en de ervaren meerwaarde

Nul- en nameting tonen groei in ondernemerscompetenties

#SheDIDIT volgt de evolutie van ondernemerscompetenties op via een nulmeting bij de start van het traject en een nameting na afloop. Die metingen brengen in kaart in welke mate coachees zich voorbereid voelen op ondernemerschap en in welke mate ze bepaalde ondernemersvaardigheden beheersen.

De resultaten voor 2025 weergegeven in onderstaande figuur tonen vooral vooruitgang in praktische competenties die nodig zijn om van een ondernemersidee naar een concreet actieplan te gaan. De grootste stijging situeert zich bij het kennen van de stappen voor lancering (+57,0 procentpunten), kennis van de Belgische ondernemerscontext (+48,6 procentpunten) en het kunnen maken van een financieel plan (+47,9 procentpunten). Ook marketingkennis (+34,4 procentpunten) en plannen en organiseren (+26,9 procentpunten) nemen duidelijk toe.

Figuur 5: Grootste competentiegroei na #SheMeansBusiness in procentpunten, 2025 (beginmeting N = 111; nameting N = 83)



Bron: IDEA Consult op basis van de nul- en nameting van #SheDIDIT

Deze resultaten sluiten nauw aan bij de inhoud van het traject. #SheMeansBusiness focust op haalbaarheid, businessplan, financieel plan, marktvalidatie, prijszetting, marketing en concrete opstartstappen. De open antwoorden tonen hoe die competentiegroei in de praktijk wordt ervaren. Respondenten verwijzen vaak naar meer structuur, duidelijkheid en grip op hun project:

"Veel duidelijkheid gegeven in mijn chaos."

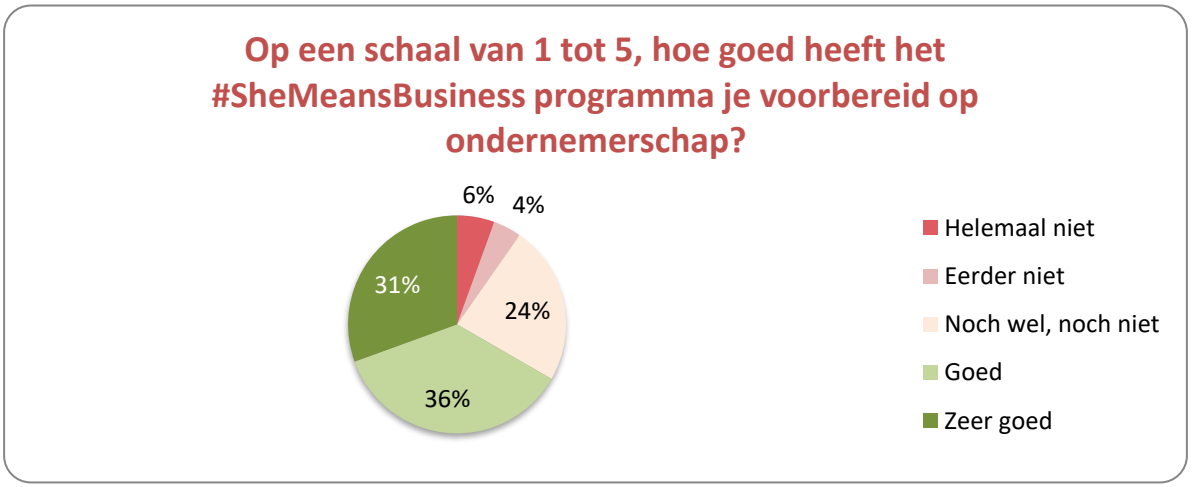
"Het heeft me geleerd dat mindset veel kan veranderen in hoe je zaken aanpakt. Ik kreeg ook een beter zicht van mijn financieel plan en hoeveel ik per week / per dag moet verdienen om break-even te zijn."

De groei zit dus niet alleen in kennis op zich, maar in het kunnen vertalen van een idee naar concrete beslissingen: wat is haalbaar, welke stappen zijn nodig, hoeveel moet de onderneming opbrengen en welke keuzes moeten eerst worden gemaakt?

Coachees voelen zich beter voorbereid op ondernemerschap

De enquête bevestigt dat de competentiegroei ook door de coachees zelf wordt ervaren. Op de vraag hoe goed #SheMeansBusiness hen heeft voorbereid op ondernemerschap, antwoordt 36% van de respondenten “goed” en 31% “zeer goed”. Samen geeft dus 67% van de respondenten aan dat het traject hen goed tot zeer goed heeft voorbereid. Dat 24% een neutrale score geeft, onderstreept dat voorbereiding op ondernemerschap een proces is: niet elke coachee voelt zich na afloop al volledig klaar om te starten of te groeien.

Figuur 6: Mate waarin #SheMeansBusiness respondenten voorbereidde op ondernemerschap (N = 72)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Ook de open antwoorden tonen die nuance. Voor sommige respondenten gaf het traject vooral vertrouwen en richting, terwijl anderen aangeven dat ze nog nood hadden aan meer concrete tools of praktische verdieping.

“I really appreciate the time and effort my coach invested in me. The sessions were very informative, clear, and motivating. Even though I haven’t launched my business yet, I now feel much more confident and ready to take the next steps.”

Tegelijk is er ook kritische feedback:

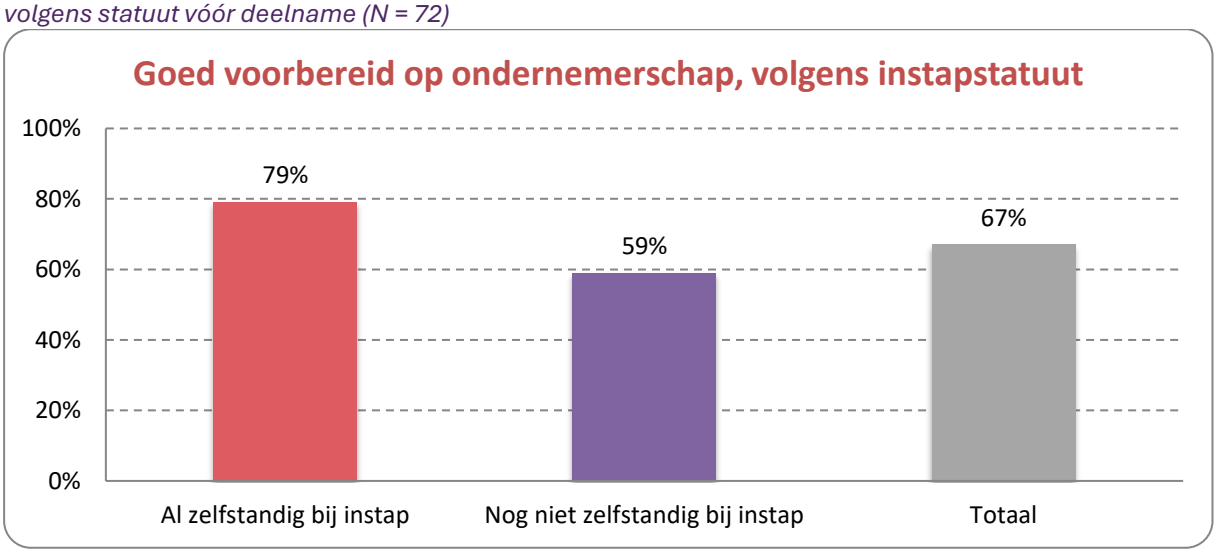
“Na #SheMeansBusiness durfde ik nog niet starten. Te weinig duidelijke tools meegekregen.”

Die combinatie is belangrijk voor de interpretatie van de resultaten. #SheMeansBusiness bereidt veel coachees beter voor, maar de mate waarin dat leidt tot startklaarheid verschilt naargelang de startpositie, de maturiteit van het idee, de sector en de nood aan praktische ondersteuning.

Een kruising met het statuut vóór deelname nuanceert dit beeld (zie volgende figuur). Respondenten die vóór het traject al zelfstandig actief waren, geven vaker aan dat #SheMeansBusiness hen goed of zeer goed heeft voorbereid op ondernemerschap. Bij deze groep gaat het om 79%, tegenover 59% bij respondenten die vóór het traject nog niet zelfstandig waren.

Dat verschil is logisch: wie al zelfstandig actief is, kan de begeleiding vaak meteen toepassen op een bestaande activiteit. Voor respondenten die nog niet gestart zijn, fungeert het traject vaker als voorbereidende tussenstap. Voor hen ligt de meerwaarde vooral in het scherper krijgen van het businessidee, het inschatten van de haalbaarheid en het bepalen van de volgende stappen richting opstart.

Figuur 7: Aandeel respondenten dat zich goed of zeer goed voorbereid voelt op ondernemerschap, volgens statuut vóór deelname (N = 72)

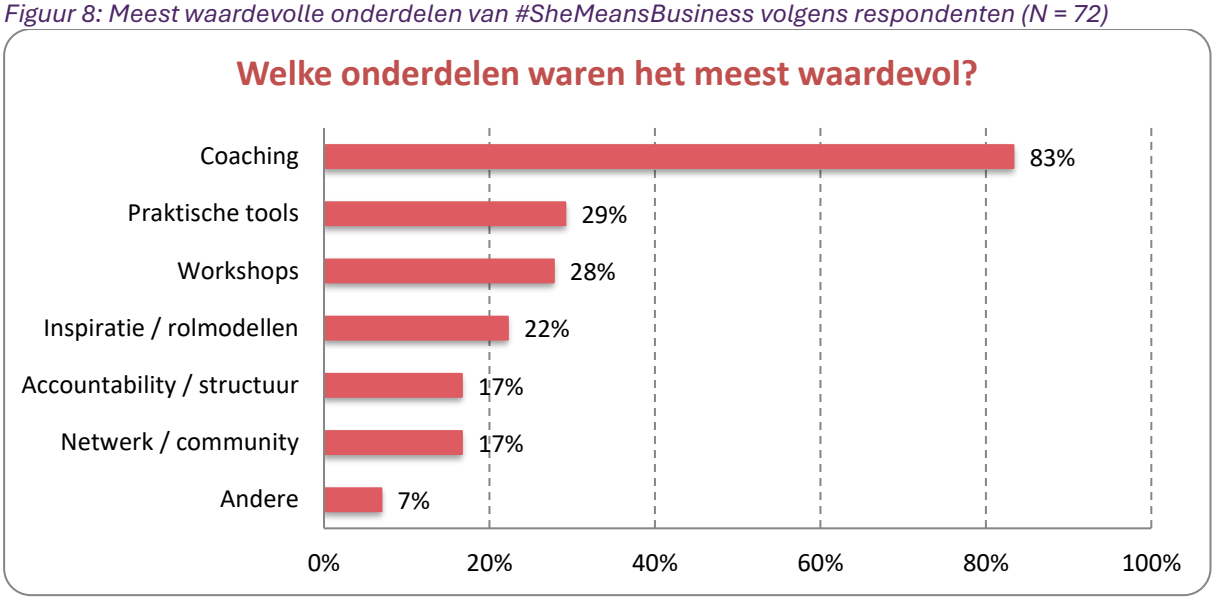


Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Individuele coaching als sterkste hefboom

De ervaren meerwaarde van #SheMeansBusiness zit vooral in de individuele coaching. 83% van de respondenten duidt coaching aan als een van de meest waardevolle onderdelen van het traject. Daarmee komt coaching duidelijk sterker naar voren dan de andere onderdelen.

Figuur 8: Meest waardevolle onderdelen van #SheMeansBusiness volgens respondenten (N = 72)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

De open antwoorden maken duidelijk waarom coaching zo belangrijk is. Respondenten beschrijven de coach niet alleen als zakelijke adviseur, maar ook als klankbord, motivator, spiegel en bron van erkenning. Voor verschillende coachees was de individuele begeleiding belangrijk omdat ze elders weinig steun of herkenning vonden.

"#SheMeansBusiness has meant having a sounding board in my coach. Being able to spar with someone who understands what you're going through and can challenge your thinking in the right way makes a real difference."

"Van thuis uit heb ik nooit echt support gekregen. Dus toen ik mijn traject startte, kreeg ik heel veel encouraging woorden waardoor ik meer zelfvertrouwen kreeg."

Coaching werkt hier dus niet enkel als kennisoverdracht. De meerwaarde zit ook in bevestiging, vertrouwen, accountability en het gevoel dat iemand mee nadenkt over het project. Dat wordt versterkt door de herkenbaarheid van het team: in de eigen positionering benadrukt #SheDIDIT dat het team de diversiteitsmissie weerspiegelt en dicht bij de doelgroep staat. Voor coachees kan de coach daardoor tegelijk zakelijke adviseur, rolmodel en vertrouwensfiguur zijn.

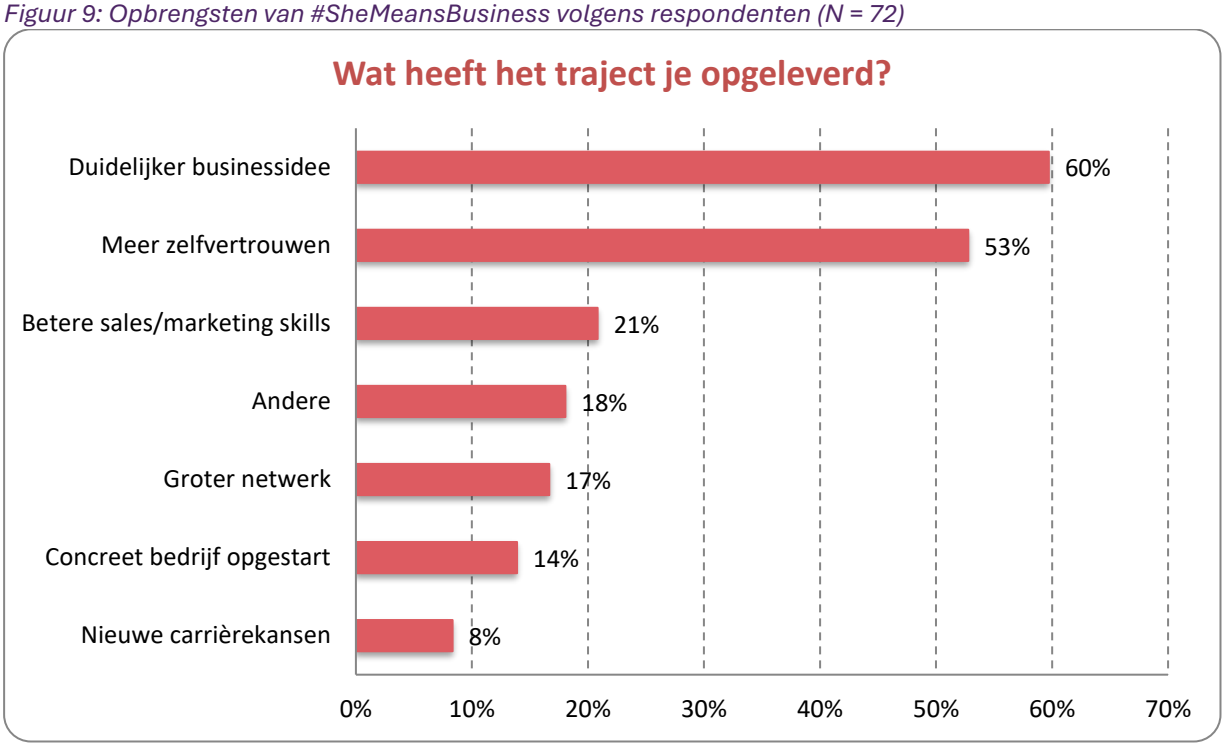
Ook praktische tools (29%) en workshops (28%) worden relatief vaak genoemd. Daarnaast verwijzen respondenten naar inspiratie en rolmodellen (22%), accountability en structuur (17%) en netwerk/community (17%). Dit bevestigt dat de kracht van #SheMeansBusiness ligt in de combinatie van persoonlijke begeleiding, concrete tools en een bredere ondersteunende omgeving.

De kwalitatieve #SheFUND-studie bevestigt deze interpretatie. Daarin komt naar voren dat coaching niet alleen technische waarde heeft, zoals businessplanning, financiële geletterdheid of prijszetting, maar ook werkt via vertrouwen, erkenning en het versterken van ondernemersidentiteit. Die effecten zijn niet louter "zacht": meer zelfvertrouwen en ervaren legitimiteit bepalen mee of iemand vragen durft te stellen, partners benadert, klanten aanspreekt, financiering zoekt of een idee publiek durft te verdedigen.

Meer duidelijkheid en meer zelfvertrouwen als belangrijkste opbrengsten

De belangrijkste opbrengst van #SheMeansBusiness is dat coachees hun businessidee scherper krijgen. 60% van de respondenten geeft aan dat het traject heeft geleid tot een duidelijker businessidee. Daarnaast rapporteert 53% meer zelfvertrouwen. Deze twee resultaten hangen sterk samen: een concreter idee maakt het makkelijker om keuzes te maken, terwijl meer zelfvertrouwen helpt om effectief stappen te zetten.

Figuur 9: Opbrengsten van #SheMeansBusiness volgens respondenten (N = 72)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

De open antwoorden geven hier meer diepte aan. Respondenten beschrijven hoe het traject hielp om onzekerheid te verminderen, ambities serieuzer te nemen en stappen te durven zetten.

"Durven stappen te nemen, ik heb mezelf ontwikkeld en ik voel ook dat ik gegroeid ben met kennis en het durven te doen."

"It was a big boost which helped me to believe that I can make it."

"Wat #SheMeansBusiness voor mij betekent? Dat ik niet alleen groot mag dromen, maar dat ik met de juiste tools en coaching ook echt kan blijven doorgaan en mijn droom kan waarmaken."

Deze antwoorden tonen dat de impact van het traject niet alleen ligt in de formele opstart van ondernemingen. Het traject versterkt ook de voorwaarden die aan opstart voorafgaan: vertrouwen, structuur, kennis, motivatie en het vermogen om keuzes te maken. Ook de open antwoorden bij de categorie "andere" sluiten hierbij aan: respondenten verwijzen bijkomend naar inspiratie, motivatie, structuur, focus, contacten en beter inzicht in lokale administratie en regelgeving.

Daarnaast geeft 21% aan betere sales- en marketingskills te hebben ontwikkeld, 17% verwijst naar een groter netwerk en 14% geeft aan dat het traject heeft geleid tot de opstart van een concreet bedrijf. De meerwaarde van #SheMeansBusiness ligt dus niet uitsluitend in officiële ondernemingsopstart, maar ook in voorbereiding, professionalisering en versterking.

Belgische ondernemerscontext als specifieke meerwaarde

Voor coachees met een internationale achtergrond komt de Belgische ondernemerscontext sterk terug in de open antwoorden. Respondenten verwijzen naar regels, administratie, lokale marktverwachtingen, statuten en praktische procedures die vóór het traject minder duidelijk waren.

"I'm very grateful for this space to learn about starting and growing a business in Belgium. It cannot be underestimated how many challenges there are to understanding the local system on many levels as a person with a foreign background."

"For me, it provided a lot of information on how to open my business here in Belgium and clarified some processes."

"#SheMeansBusiness has given me a clearer picture of what running a business in Belgium looks like. Since I'm not from here, many things were unclear to me before."

Deze citaten sluiten aan bij de sterke stijging in kennis van de Belgische ondernemerscontext in de nul- en nameting. Voor een deel van de doelgroep is het traject dus niet alleen ondernemersbegeleiding, maar ook een vertaling van ondernemerschap naar de Belgische administratieve, juridische en economische realiteit.

Community en herkenning verlagen drempels

Een andere terugkerende tendens is het belang van community, herkenning en het gevoel er niet alleen voor te staan. Verschillende respondenten geven aan dat #SheMeansBusiness hen liet zien dat ondernemerschap ook voor hen mogelijk is, zonder te moeten voldoen aan een klassiek of stereotiep ondernemersbeeld.

"Het heeft mij laten inzien dat ik niet alleen sta, dat je geen 'typische ondernemer' hoeft te zijn om succesvol te zijn."

"De zekerheid hebben dat we er niet alleen voor staan, dat er ook een programma is voor vrouwelijke onderneemsters."

"I loved the community."

Deze dimensie is belangrijk omdat ze toont dat #SheMeansBusiness niet alleen werkt op individuele vaardigheden, maar ook op sociale drempels. Toegang tot rolmodellen, herkenbare coaches en andere womenpreneurs kan het gevoel versterken dat ondernemerschap haalbaar en legitiem is. Dit is relevant omdat de drempel naar klassieke ondernemersbegeleiding voor een deel van de doelgroep hoog kan blijven. De herkenbaarheid van de coaches, de focus op womenpreneurs met diverse culturele achtergronden en de combinatie van zakelijke begeleiding met community maken dat #SheMeansBusiness ook vrouwen kan bereiken die anders mogelijk minder snel begeleiding zouden zoeken. De impact van het traject ligt dus niet alleen in wat er tijdens de coaching gebeurt, maar ook in het openen van toegang tot ondersteuning.

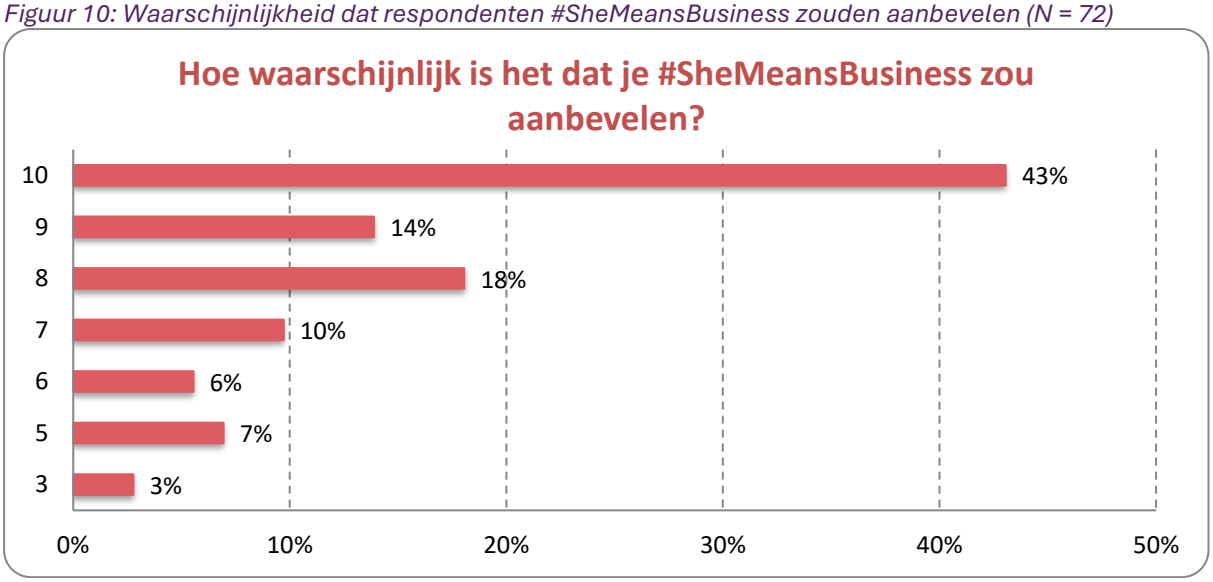
De kwalitatieve #SheFUND-studie versterkt deze interpretatie. Daarin komt community naar voren als één van de meest onderscheidende elementen van #SheDIDIT. Deelnemers ervaren #SheDIDIT niet alleen als een organisatie die training, coaching of financiering aanbiedt, maar als een ruimte waarin zij zich begrepen en ernstig genomen voelen als vrouw, ondernemer en persoon met een migratieachtergrond. Die veilige en herkenbare omgeving verlaagt de drempel om twijfels te delen, basisvragen te stellen, feedback te ontvangen en onafgewerkte ideeën te tonen. Community werkt daardoor als een productieve randvoorwaarde voor impact: ze maakt coaching geloofwaardiger, versterkt vertrouwen en ondersteunt de ontwikkeling van ondernemersidentiteit.

Sterke aanbevelingsbereidheid als bevestiging van de trajectwaarde

De hoge aanbevelingsbereidheid bevestigt dat respondenten #SheMeansBusiness positief evalueren. 43% geeft de maximale score van 10 op 10. Daarnaast geeft 14% een score van 9 en 18% een score van 8. Samen geeft dus 75% van de respondenten een score van 8 of hoger.

Deze resultaten sluiten aan bij de eerdere bevindingen. Coachees ervaren vooral de individuele coaching, de praktische ondersteuning, de versterking van zelfvertrouwen en de toegang tot een ondersteunende community als waardevol. De aanbevelingsbereidheid toont dat het traject niet alleen inhoudelijk relevant is, maar ook als motiverend en drempelverlagend wordt ervaren.

Figuur 10: Waarschijnlijkheid dat respondenten #SheMeansBusiness zouden aanbevelen (N = 72)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

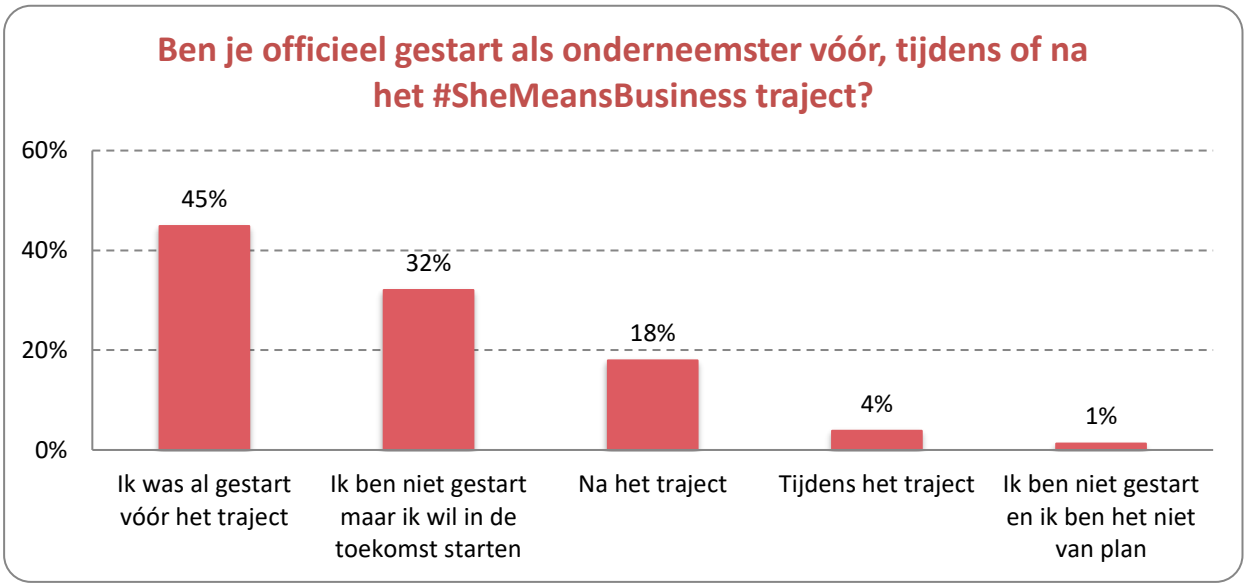
3.3 Ondernemingsopstart en huidige ondernemersstatus

Van begeleiding naar officiële opstart

De enquêtegegevens tonen dat #SheMeansBusiness zowel vrouwen bereikt die nog moeten starten als vrouwen die al actief zijn als onderneemster. 45% van de respondenten geeft aan al vóór het traject officieel gestart te zijn. Daarnaast startte 4% tijdens het traject en 18% na afloop van het traject. Samen betekent dit dat ongeveer twee derde van de respondenten vóór, tijdens of na #SheMeansBusiness officieel actief was of werd als onderneemster.

Tegelijk geeft 32% aan nog niet gestart te zijn, maar dit in de toekomst wel te willen doen. Slechts 1% geeft aan niet gestart te zijn en dit ook niet van plan te zijn. Dit bevestigt dat #SheMeansBusiness niet alleen een traject is voor onmiddellijke opstart, maar ook voor voorbereiding, professionalisering en bewuste ondernemerskeuzes.

Figuur 11: Moment van officiële opstart als onderneemster ten opzichte van #SheMeansBusiness (N = 78)



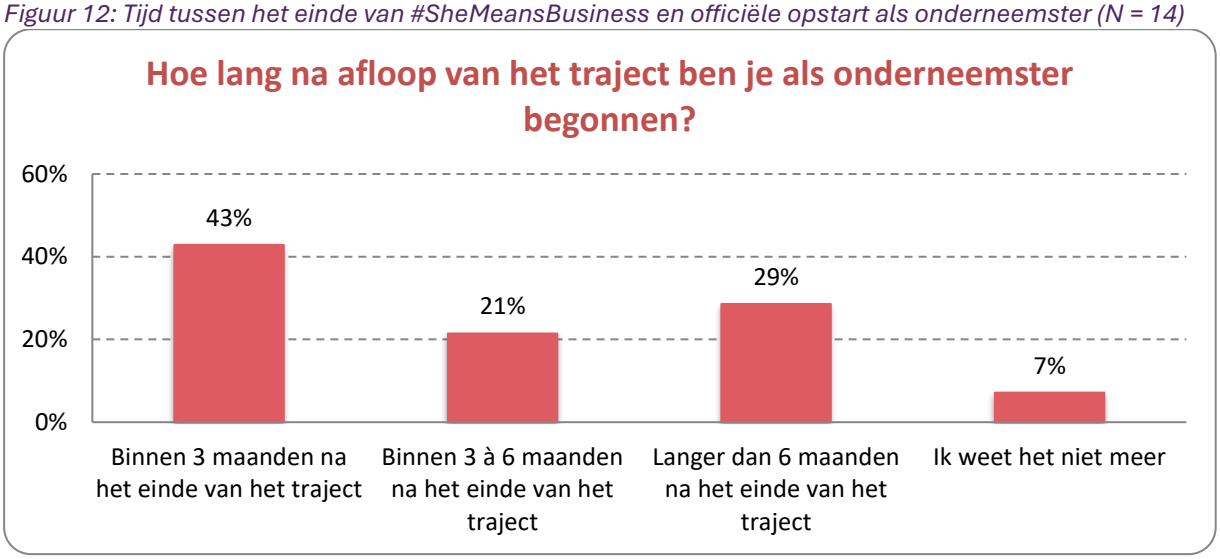
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Opstart gebeurt vaak kort na het traject

Bij respondenten die na afloop van het traject als onderneemster zijn gestart, gebeurde de opstart vaak relatief snel. 43% startte binnen drie maanden na het einde van het traject. Daarnaast startte 21% binnen drie à zes maanden en 29% na meer dan zes maanden.

Dit wijst erop dat #SheMeansBusiness voor een deel van de respondenten een directe opstap vormt naar officiële ondernemingsactiviteit. Voor anderen is het traject eerder een voorbereidende fase waarin het businessidee, het financieel plan en de praktische opstartvoorwaarden verder worden uitgewerkt.

Figuur 12: Tijd tussen het einde van #SheMeansBusiness en officiële opstart als onderneemster (N = 14)

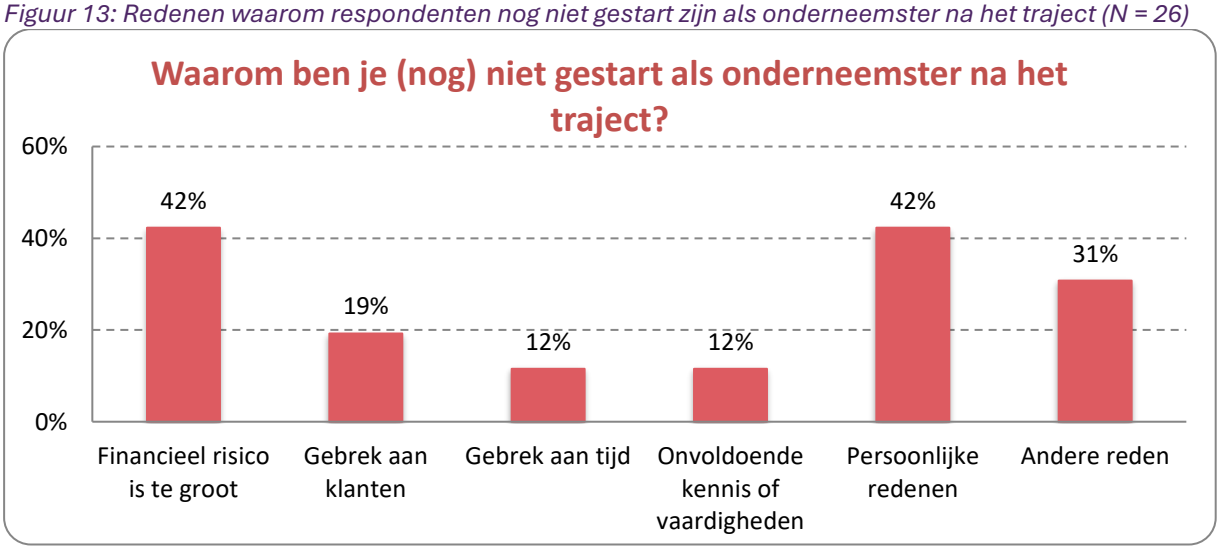


Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Financieel risico en persoonlijke omstandigheden remmen opstart af

Niet alle respondenten starten onmiddellijk na het traject. De belangrijkste redenen om nog niet te starten zijn financieel risico en persoonlijke redenen: beide worden door 42% van de betrokken respondenten genoemd. Daarnaast verwijst 31% naar een andere reden, 19% naar gebrek aan klanten en 12% naar gebrek aan tijd of onvoldoende kennis en vaardigheden.

Figuur 13: Redenen waarom respondenten nog niet gestart zijn als onderneemster na het traject (N = 26)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

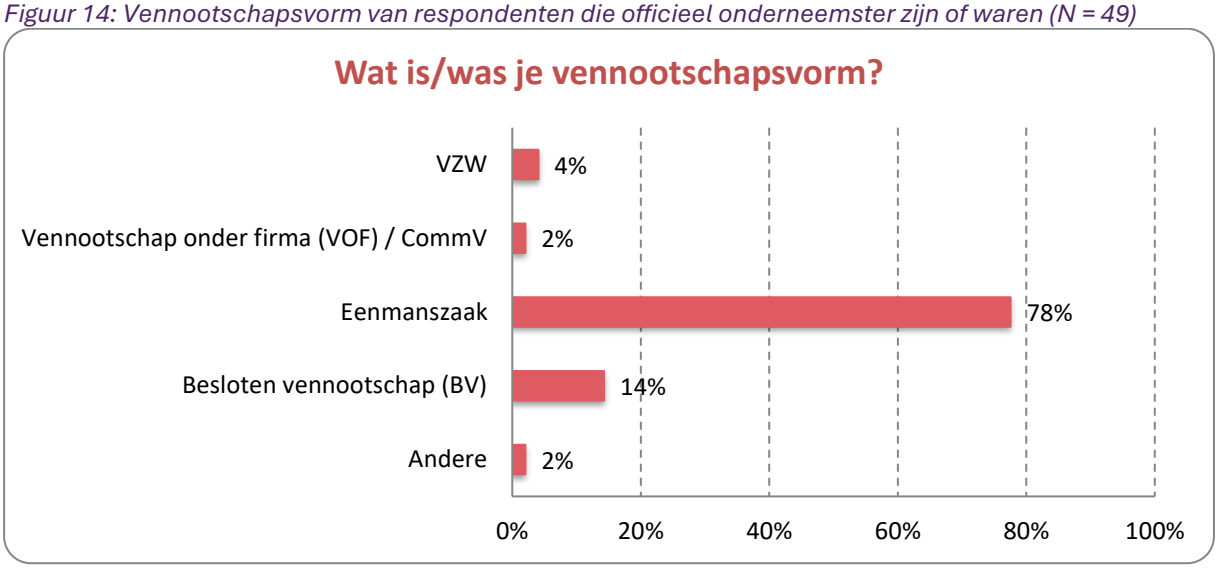
De open antwoorden tonen dat die “andere redenen” vooral te maken hebben met administratieve onzekerheid, wachten op toestemming van instanties, logistieke moeilijkheden, de keuze voor een minder risicovol statuut zoals Smart of coöperatief werken, en het besef dat het oorspronkelijke businessidee nog onvoldoende uitgewerkt of niet haalbaar was. Deze redenen tonen dat ondernemingsopstart niet alleen afhangt van motivatie of een goed idee. Financiële draagkracht, persoonlijke omstandigheden, klantenbasis, tijd, administratie en praktische haalbaarheid spelen mee in de beslissing om al dan niet officieel te starten. #SheMeansBusiness kan hier waarde creëren door risico’s zichtbaar te maken en coachees te helpen om een meer realistische beslissing te nemen.

Ondernemen gebeurt vaak laagdrempelig en stap voor stap

Bij respondenten die officieel onderneemster zijn of waren, is de eenmanszaak veruit de meest voorkomende vennootschapsvorm. 78% geeft aan actief te zijn of geweest te zijn als eenmanszaak. Daarnaast heeft 14% een besloten vennootschap, 4% een vzw, 2% een VOF of CommV en 2% een andere vorm.

Dit wijst erop dat veel respondenten kiezen voor een relatief laagdrempelige ondernemingsvorm. Dat past bij de realiteit van startend ondernemerschap, waarbij coachees vaak eerst willen testen, opbouwen en risico’s beperken voordat ze grotere juridische of financiële stappen zetten.

Figuur 14: Vennootschapsvorm van respondenten die officieel onderneemster zijn of waren (N = 49)



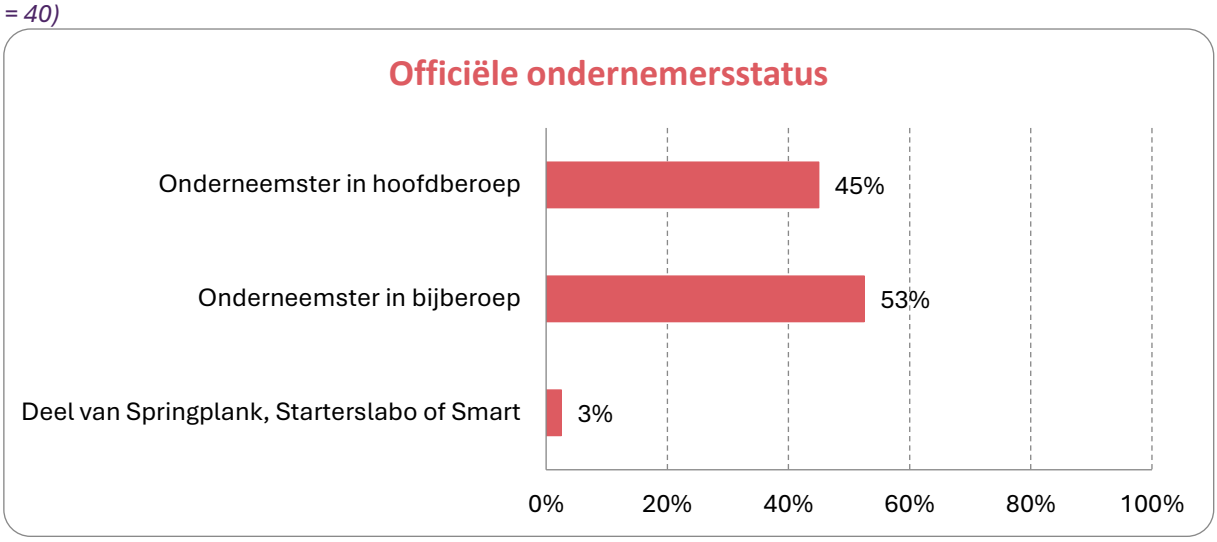
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Bijberoep is een belangrijke ondernemersroute

Van de respondenten die vandaag officieel actief zijn als onderneemster, is 53% actief in bijberoep en 45% in hoofdberoep. Een kleiner aandeel, 3%, is actief via een begeleidend of beschermend statuut zoals Springplank, Starterslabo of Smart.

Dit is belangrijk voor de interpretatie van de impact. Ondernemerschap hoeft niet onmiddellijk voltijds te zijn om economische of maatschappelijke waarde te creëren. Voor veel coachees is bijberoep een realistische manier om ondernemerschap stap voor stap uit te bouwen, risico's te beperken en een activiteit te testen naast een andere inkomensbron.

Figuur 15: Huidige officiële ondernemersstatus van respondenten die nog actief zijn als onderneemster (N = 40)



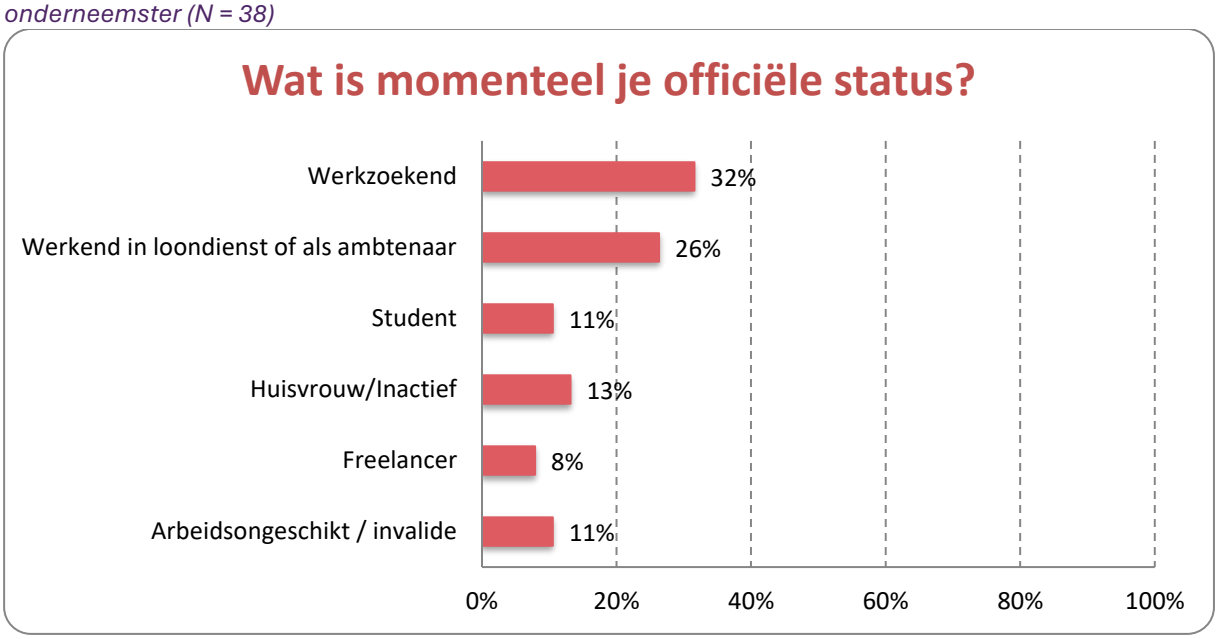
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Sommige coachees kiezen een ander professioneel pad

Respondenten die niet meer of nog niet officieel actief zijn als onderneemster bevinden zich in verschillende professionele situaties. 32% is werkzoekend, 26% werkt in loondienst of als ambtenaar, 13% is huisvrouw of inactief, 11% is student, 11% is arbeidsongeschikt of invalide en 8% werkt als freelancer.

Dit toont dat #SheMeansBusiness ook relevant kan zijn binnen bredere professionele trajecten. Voor sommige respondenten leidt het traject tot ondernemingsopstart. Voor anderen draagt het bij aan loopbaanoriëntatie, competentieversterking of een bewustere keuze voor een ander professioneel pad.

Figuur 16: Huidige officiële status van respondenten die niet meer of nog niet officieel actief zijn als onderneemster (N = 38)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

3.4 Duurzaamheid van ondernemingen

Een aanzienlijk deel van de coachees heeft een actieve onderneming na het traject

Naast de vraag of coachees starten, is het belangrijk om te kijken hoeveel ondernemingen na het #SheMeansBusiness-traject actief blijven. De beschikbare opvolgingsgegevens tonen dat 54,3% van alle begeleide coachees na het traject als actief wordt geregistreerd met een onderneming. Dit aandeel varieert per cohortjaar: van 45,2% in 2024 tot 60,7% in 2022[1].

Deze cijfers moeten voorzichtig worden geïnterpreteerd. De tabel heeft betrekking op alle coachees, dus ook op vrouwen die na het traject niet officieel gestart zijn. Strikt genomen gaat het daarom niet om een klassieke overlevingsgraad van opgestarte ondernemingen, maar om het aandeel coachees dat na deelname een actieve onderneming heeft. De cijfers geven wel een indicatie dat een aanzienlijk deel van de begeleide vrouwen ook na het traject actief blijft als onderneemster.

[1] Deze actieve status werd door #SheDIDIT manueel opgevolgd op basis van beschikbare signalen van ondernemingsactiviteit, waaronder een actief ondernemingsnummer en zichtbare activiteit via Instagram of andere online kanalen. Het gaat dus om een praktijkgerichte opvolgingsindicator, geen administratief gevalideerde klassieke overlevingsgraad vanaf een vaste officiële startdatum.

Tabel 2: Aandeel coachees met een actieve onderneming na het #SheMeansBusiness-traject

	2021	2022	2023	2024	2025	Totaal
Aandeel coachees met actieve onderneming na het traject	54,8%	60,7%	58,4%	45,2%	57,5%	54,3%

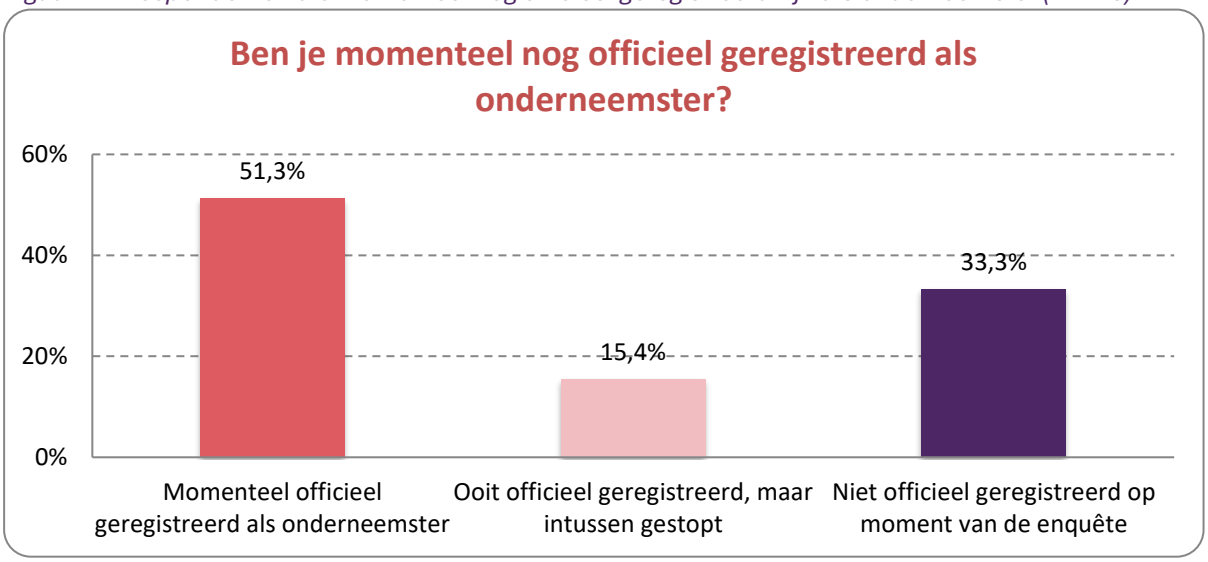
Bron: Berekeningen #SheDIDIT op basis van Doc. Overlevingsgraad SMB '21–'25.

Enquête bevestigt dat ongeveer de helft van de coachees vandaag nog geregistreerd is

De enquêtegegevens geven een aanvullend beeld bij de administratieve opvolgingsgegevens. Op de volledige respondentengroep bekeken, is 51% vandaag nog officieel geregistreerd als onderneemster. Daarnaast was 15% ooit officieel geregistreerd, maar intussen gestopt. De overige 33% was niet officieel geregistreerd als onderneemster op het moment van de enquête.

Dit beeld sluit aan bij de administratieve opvolgingsgegevens, waaruit blijkt dat ongeveer de helft van de begeleide coachees na het traject een actieve onderneming heeft. De enquête maakt die situatie verder concreet: ze toont niet alleen wie vandaag nog geregistreerd is, maar ook welk aandeel ooit gestart is en intussen stopte, en welk aandeel niet officieel geregistreerd was op het moment van de bevraging.

Figuur 17: Respondenten die momenteel nog officieel geregistreerd zijn als onderneemster (N = 78)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

De uitsplitsing naar jaar van deelname in onderstaande tabel verfijnt dit beeld. Ze toont in welke mate respondenten uit de verschillende trajectjaren vandaag nog officieel geregistreerd zijn als onderneemster. Omdat het aantal respondenten per jaar beperkt is, moeten de percentages voorzichtig worden geïnterpreteerd. De tabel geeft geen administratief gevalideerde overlevingsgraad weer, maar een indicatieve uitsplitsing van de huidige ondernemersstatus volgens het jaar waarin respondenten #SheMeansBusiness volgden.

Over alle trajectjaren heen is 51,3% van de respondenten vandaag nog officieel geregistreerd als onderneemster maar de verschillen tussen trajectjaren zijn relatief groot: bij respondenten uit 2022, 2023 en 2024 ligt het aandeel nog geregistreerde onderneemsters rond 54% à 57%, terwijl het lager ligt bij respondenten uit 2021 en 2025.

Deze verschillen mogen niet te sterk als trend worden gelezen. Voor 2025 kan het lagere aandeel samenhangen met het feit dat sommige coachees nog in voorbereiding zijn en nog geen officiële opstart hebben gerealiseerd. Voor 2021 kan het lagere aandeel erop wijzen dat ondernemingen na verloop van tijd vaker worden stopgezet, maar door de beperkte responsbasis kan hierover geen harde

conclusie worden getrokken. De tabel bevestigt vooral dat een aanzienlijk deel van de respondenten ook na het traject ondernemingsactiviteit behoudt.

Tabel 3: Aandeel respondenten dat vandaag nog officieel geregistreerd is als onderneemster, volgens jaar van deelname aan #SheMeansBusiness

	2021	2022	2023	2024	2025	Totaal
Vandaag nog officieel geregistreerd als onderneemster	33,3%	57,1%	54,5%	54,5%	41,7%	51,3%

Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Stoppen is vaak gelinkt aan persoonlijke en financiële drempels

Van de respondenten die gestopt zijn als onderneemster, verwijst 58% naar persoonlijke redenen. Daarnaast noemt 33% financieel risico, 25% gebrek aan tijd en 17% gebrek aan klanten. Onvoldoende kennis of vaardigheden en andere redenen worden elk door 8% genoemd.

Dit toont dat stopzetting niet uitsluitend te maken heeft met het ondernemersidee zelf. Persoonlijke omstandigheden, tijd, financiële draagkracht en markttoegang spelen een belangrijke rol in de duurzaamheid van ondernemingen. Dat onderstreept het belang van realistische voorbereiding, maar ook van opvolging na de opstart.

Figuur 18: Redenen waarom respondenten gestopt zijn als onderneemster (N = 12)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

De gegevens tonen dat #SheMeansBusiness niet alleen moet worden beoordeeld op het aantal officiële opstarts. De duurzaamheid van ondernemingen hangt af van een bredere combinatie van factoren: financiële haalbaarheid, persoonlijke omstandigheden, tijd, klanten, marktvalidatie en administratieve kennis.

De impact van het traject ligt daarom niet alleen in het stimuleren van ondernemingsopstart, maar ook in het versterken van de voorwaarden om duurzamer te ondernemen. Tegelijk tonen de stopredenen en niet-startredenen dat er na het traject blijvende noden bestaan, vooral rond financiële draagkracht, klantenverwerving, praktische opvolging en persoonlijke veerkracht.

3.5 Attributie: wat zou er zonder #SheMeansBusiness gebeurd zijn?

Attributie als noodzakelijke stap richting SROI

Om de maatschappelijke return van #SheMeansBusiness correct te benaderen, volstaat het niet om enkel te kijken naar wat er na het traject gebeurt. Voor een SROI-analyse is ook de vraag belangrijk welk deel van die impact redelijkerwijs aan #SheMeansBusiness kan worden toegeschreven. Daarom werd in de enquête gevraagd in welke mate respondenten denken dat zij ook zonder het traject zouden zijn gestart, actief zouden zijn gebleven of hun huidige job zouden hebben gevonden.

Deze vragen geven geen sluitend causaal bewijs, maar ze helpen wel om een inschatting te maken van de zogenaamde deadweight: het deel van de impact dat mogelijk ook zonder #SheMeansBusiness zou zijn gerealiseerd. Belangrijk is dat deze vragen telkens aan een specifieke subgroep werden gesteld. De resultaten moeten dus niet worden gelezen als uitspraken over alle respondenten, maar als attributie-inschattingen binnen de relevante groep.

Veel nieuwe starters denken dat ze ook zonder het traject zouden zijn gestart

Deze vraag werd gesteld aan respondenten die tijdens of na #SheMeansBusiness officieel als onderneemster zijn gestart. Binnen deze groep antwoordt 56% dat ze waarschijnlijk ook zonder #SheMeansBusiness een onderneming zouden hebben opgestart. Daarnaast antwoordt 19% “zeker wel”. Samen denkt dus 75% dat ze ook zonder het traject waarschijnlijk of zeker zouden zijn gestart. Daartegenover staat dat 19% “waarschijnlijk niet” en 6% “zeker niet” antwoordt.

Dit resultaat moet genuanceerd worden geïnterpreteerd. Het betekent niet dat #SheMeansBusiness geen impact heeft op opstart. Wel suggereert het dat een deel van de nieuwe starters al een sterke ondernemersintentie had vóór of tijdens het traject. De meerwaarde van #SheMeansBusiness ligt voor deze groep mogelijk minder in het creëren van de intentie om te starten, en meer in het beter voorbereiden, structureren en duurzamer maken van de opstart.

Figuur 19: Inschatting of respondenten die tijdens of na #SheMeansBusiness startten ook zonder het traject een onderneming zouden hebben opgestart (N = 16)



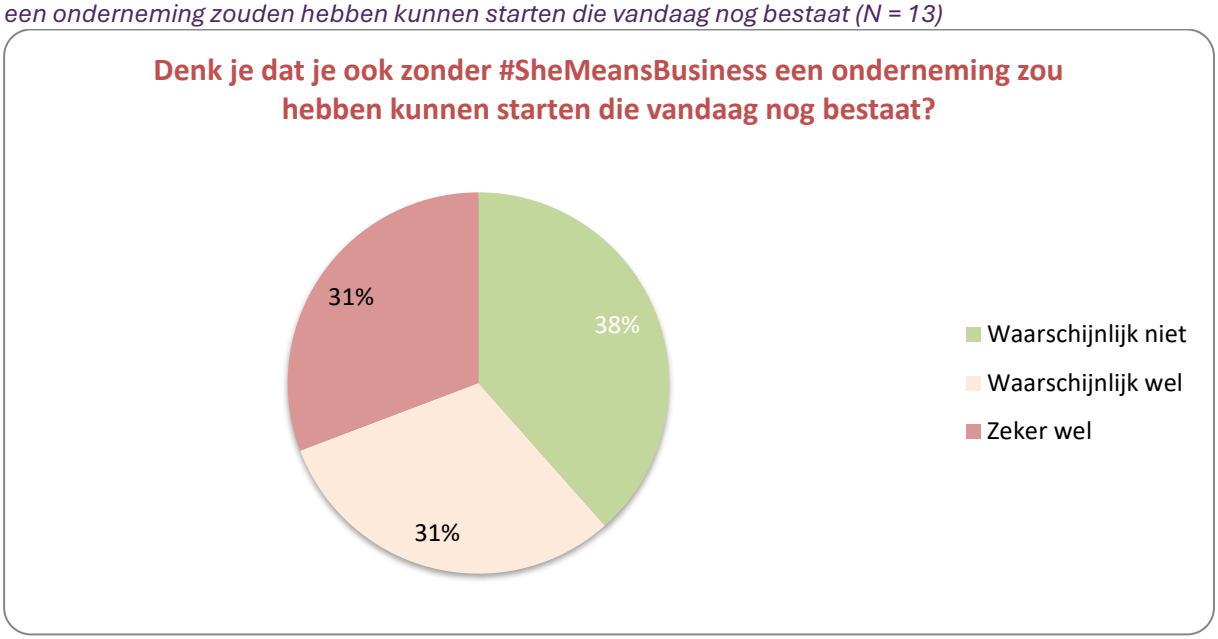
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Duurzame opstart is minder vanzelfsprekend zonder begeleiding

Een tweede attributievraag werd gesteld aan respondenten die tijdens of na #SheMeansBusiness officieel startten en vandaag nog geregistreerd zijn als onderneemster. Zij kregen de vraag of zij ook zonder #SheMeansBusiness een onderneming zouden hebben kunnen starten die vandaag nog bestaat.

Binnen deze groep antwoordt 38% “waarschijnlijk niet”, terwijl 31% “waarschijnlijk wel” en 31% “zeker wel” antwoordt. Dat beeld is genuanceerder dan bij de algemene opstartvraag. Het wijst erop dat #SheMeansBusiness mogelijk vooral bijdraagt aan de kwaliteit en duurzaamheid van de opstart. De begeleiding helpt niet alleen om te starten, maar ook om beter voorbereid te starten: met meer inzicht in haalbaarheid, financiën, marketing, administratie en de Belgische ondernemerscontext.

Figuur 20: Inschatting of respondenten die tijdens of na #SheMeansBusiness startten zonder het traject een onderneming zouden hebben kunnen starten die vandaag nog bestaat (N = 13)



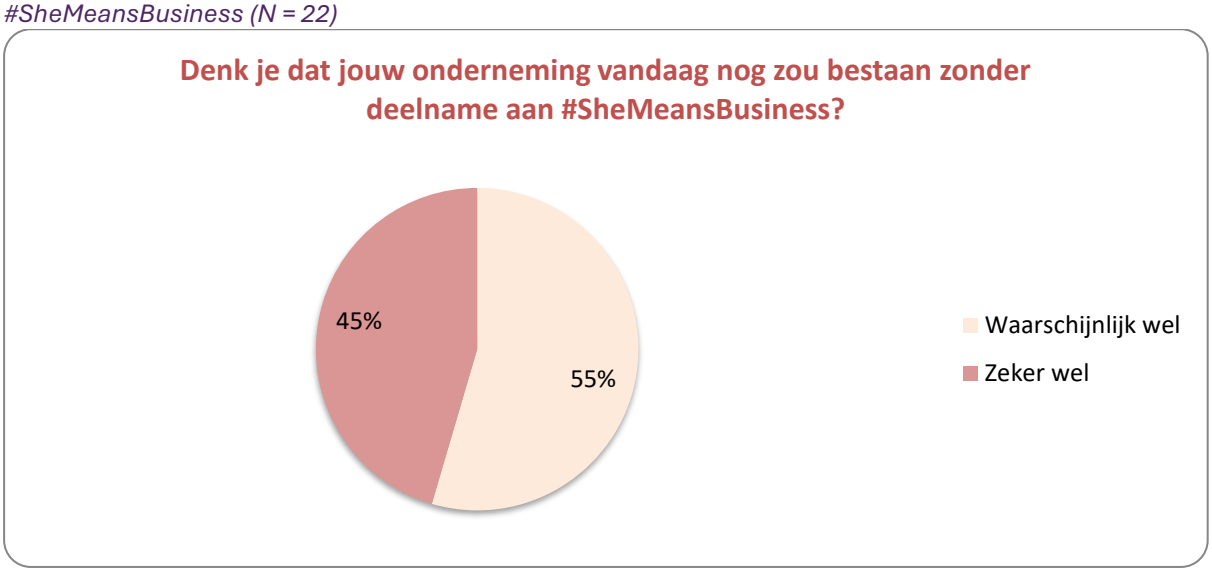
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Voor bestaande ondernemingen ligt de attributie lager

Deze vraag werd gesteld aan respondenten die al vóór #SheMeansBusiness officieel gestart waren en vandaag nog geregistreerd zijn als onderneemster. Binnen deze groep geeft 55% aan dat hun onderneming waarschijnlijk ook zonder deelname vandaag nog zou bestaan. 45% antwoordt “zeker wel”. Niemand in deze groep geeft aan dat de onderneming waarschijnlijk of zeker niet meer zou bestaan zonder #SheMeansBusiness.

Dit resultaat is logisch, omdat deze respondenten al vóór het traject officieel gestart waren. Voor deze groep ligt de directe attributie aan het voortbestaan van de onderneming lager. De impact van #SheMeansBusiness moet hier eerder worden gezocht in professionalisering, betere keuzes, meer structuur, financiële planning, marketing of zelfvertrouwen, en minder in het loutere voortbestaan van de onderneming.

Figuur 21: Inschatting of bestaande ondernemingen vandaag nog zouden bestaan zonder deelname aan #SheMeansBusiness (N = 22)



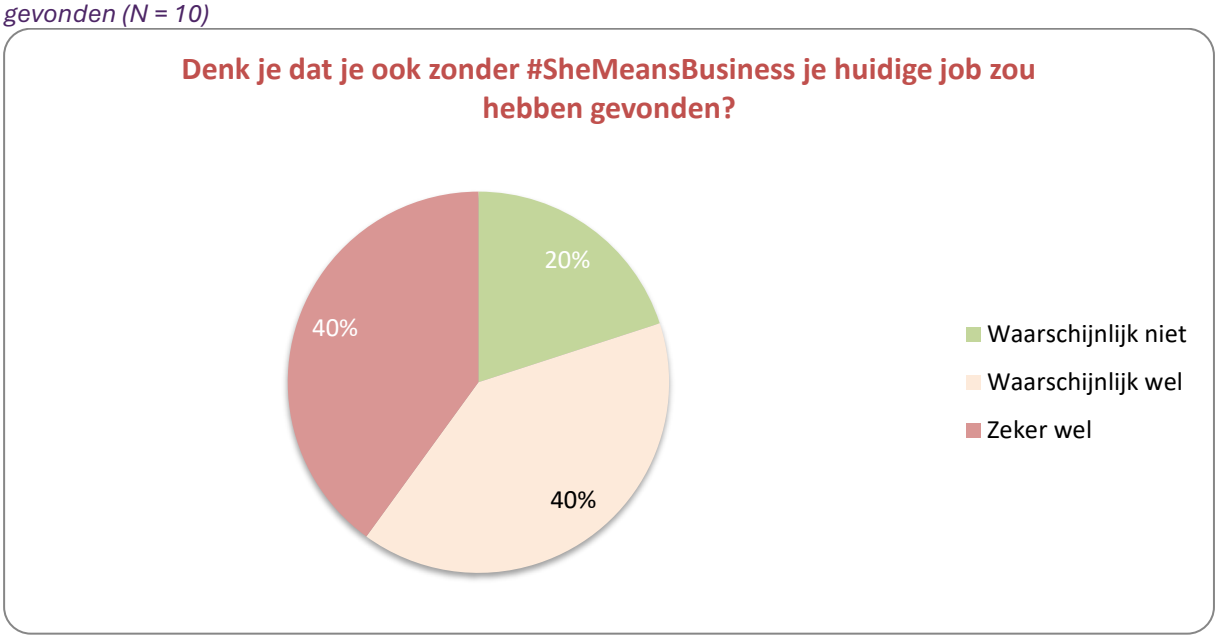
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Beperkte indicatie van impact op professionele integratie

Deze vraag werd gesteld aan respondenten die vandaag werken in loondienst of als ambtenaar. Binnen deze groep antwoordt 40% dat ze hun huidige job zeker ook zonder #SheMeansBusiness zouden hebben gevonden en 40% “waarschijnlijk wel”. 20% denkt dat dit waarschijnlijk niet het geval zou zijn geweest.

Deze resultaten suggereren dat #SheMeansBusiness voor de meeste respondenten met een job niet rechtstreeks bepalend was voor het vinden van die job. Toch kan het traject voor een kleinere groep wel hebben bijgedragen aan professionele oriëntatie, zelfvertrouwen of bredere loopbaankeuzes. Dit bevestigt dat de impact van #SheMeansBusiness niet uitsluitend via ondernemerschap loopt, maar soms ook via bredere professionele versterking.

Figuur 22: Inschatting of respondenten hun huidige job ook zonder #SheMeansBusiness zouden hebben gevonden (N = 10)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Attributie voorzichtig meenemen in de SROI

De attributievragen tonen een genuanceerd beeld. Veel respondenten hadden vermoedelijk ook zonder #SheMeansBusiness stappen richting ondernemerschap gezet. Tegelijk wijzen de resultaten erop dat de meerwaarde van het traject vooral zit in betere voorbereiding, structuur, duurzaamheid en professionele versterking.

Voor de SROI betekent dit dat niet alle geobserveerde impact volledig aan #SheMeansBusiness kan worden toegeschreven. Een voorzichtige benadering is daarom aangewezen. De attributievragen kunnen gebruikt worden om scenario's uit te werken, bijvoorbeeld een conservatief scenario, een basisscenario en een ambitieuzer scenario. Zo kan de maatschappelijke return transparant worden berekend zonder de impact van het traject te overschatten.

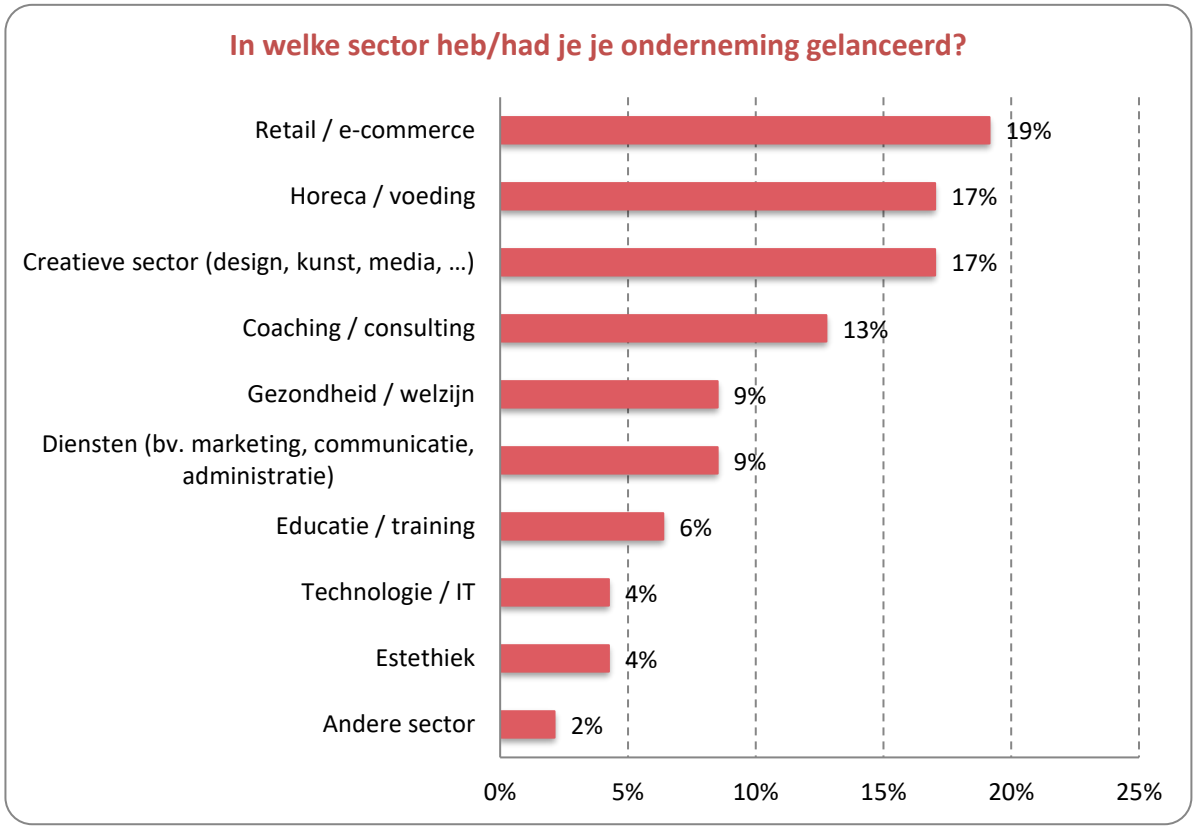
3.6 Economische impact en ondernemingsdynamiek

Economische activiteit in uiteenlopende sectoren

De ondernemingen van respondenten bevinden zich in uiteenlopende sectoren. De grootste groep is actief in retail en e-commerce (19%). Daarnaast zijn horeca/voeding en de creatieve sector elk goed voor 17%. Ook coaching/consulting (13%), gezondheid/welzijn (9%) en diensten zoals marketing, communicatie of administratie (9%) komen terug.

Deze spreiding toont dat #SheMeansBusiness economische activiteit ondersteunt in diverse sectoren. Het gaat zowel om productgerichte activiteiten, zoals retail, voeding en e-commerce, als om dienstengerichte ondernemingen, zoals coaching, creatieve diensten, welzijn en administratieve ondersteuning.

Figuur 23: Sector waarin respondenten hun onderneming hebben gelanceerd (N = 47)



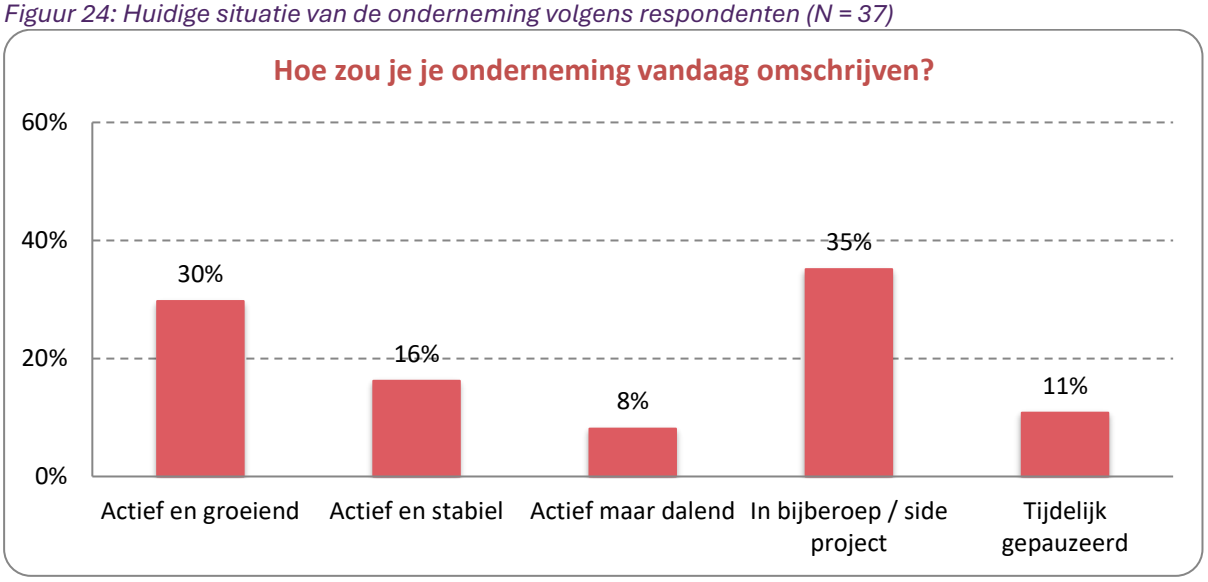
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Veel ondernemingen blijven kleinschalig, maar actief

De enquête toont dat ondernemingen zich in verschillende ontwikkelingsfases bevinden. 30% van de respondenten omschrijft de onderneming als actief en groeiend. Daarnaast geeft 16% aan dat de onderneming actief en stabiel is. Samen betekent dit dat bijna de helft van de respondenten met een onderneming hun activiteit als actief en minstens stabiel omschrijft.

Tegelijk is 35% actief in bijberoep of als side project. Dat bevestigt dat ondernemerschap voor veel coachees stap voor stap wordt opgebouwd, vaak naast een andere inkomensbron of professionele activiteit. 11% geeft aan dat de onderneming tijdelijk gepauzeerd is en 8% omschrijft de onderneming als actief maar dalend.

Figuur 24: Huidige situatie van de onderneming volgens respondenten (N = 37)



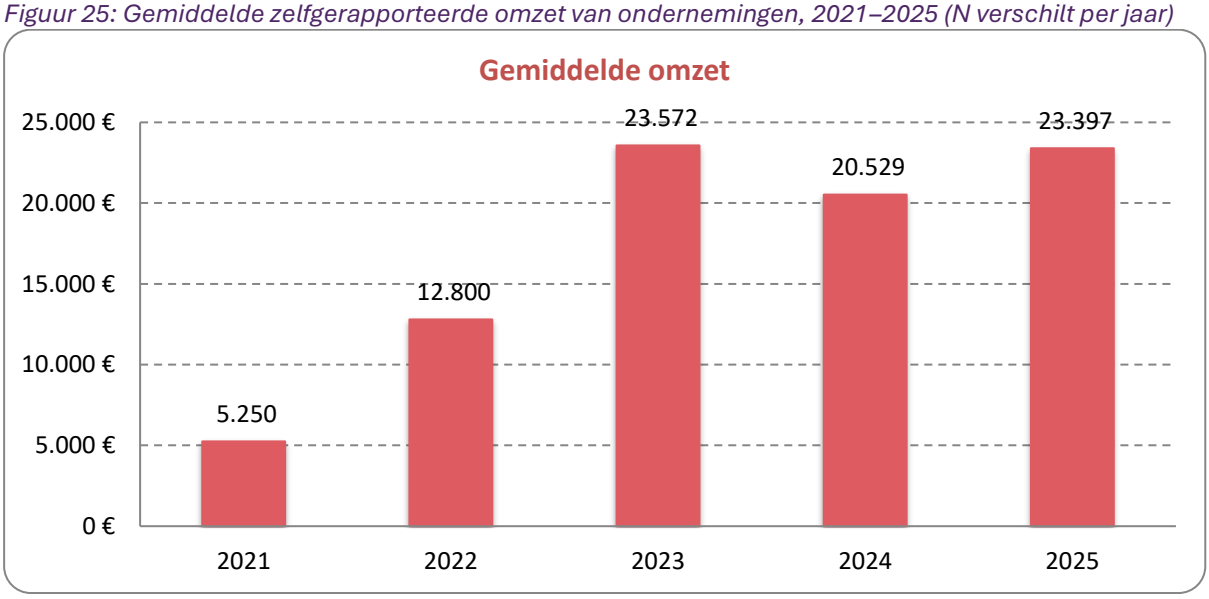
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Omzetgegevens wijzen op economische activiteit, maar blijven indicatief

De omzetgegevens tonen dat respondenten economische activiteit realiseren, maar moeten voorzichtig worden geïnterpreteerd. De cijfers zijn zelfgerapporteerd en het aantal respondenten met ingevulde omzetgegevens verschilt per jaar. Daardoor geven ze vooral een indicatie van economische activiteit bij de respondenten, geen volledige administratieve omzetmeting.

De gemiddelde zelfgerapporteerde omzet stijgt van €5.250 in 2021 naar €12.800 in 2022 en ongeveer €23.572 in 2023. In 2024 ligt het gemiddelde op €20.529 en in 2025 op €23.397. De cijfers suggereren dat een deel van de ondernemingen omzet genereert en economische activiteit opbouwt, maar ze zijn onvoldoende robuust om op zichzelf als harde impactmeting te gebruiken.

Figuur 25: Gemiddelde zelfgerapporteerde omzet van ondernemingen, 2021–2025 (N verschilt per jaar)



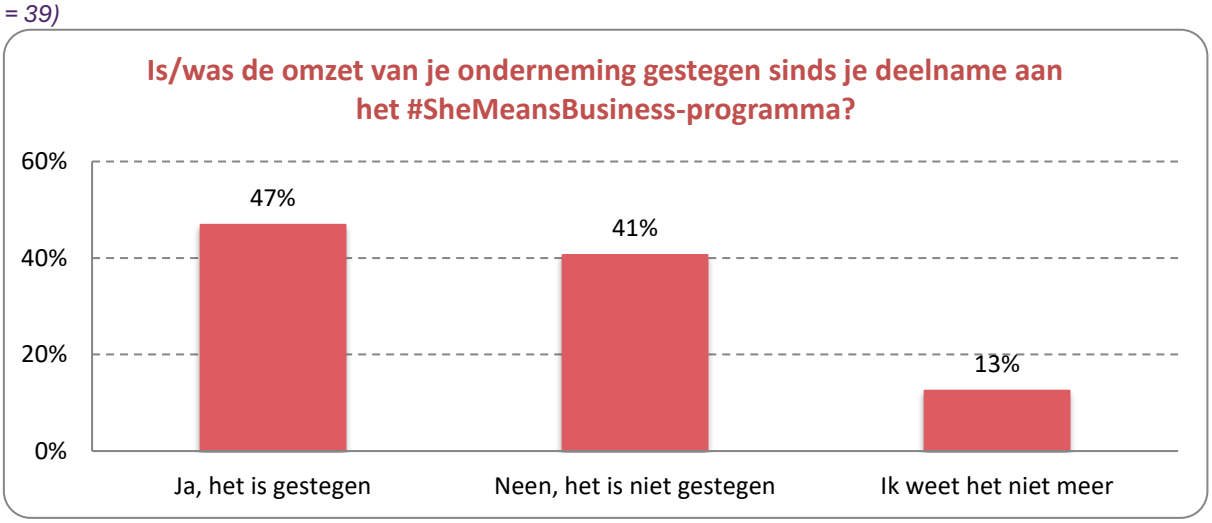
Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Bijna de helft van de bestaande ondernemingen rapporteert omzetgroei sinds deelname

Naast de omzetbedragen geeft de enquête ook inzicht in de ervaren omzetontwikkeling bij respondenten die al vóór de start van #SheMeansBusiness een onderneming hadden. Binnen deze groep geeft 47% aan dat de omzet van hun onderneming gestegen is sinds deelname aan #SheMeansBusiness. 41% geeft aan dat de omzet niet gestegen is en 13% weet het niet meer.

Dit resultaat wijst op een positieve economische evolutie bij een deel van de bestaande ondernemingen. Tegelijk toont het dat groei niet voor iedereen vanzelfsprekend is. Omzetontwikkeling hangt af van sector, maturiteit van de onderneming, klantenbasis, tijdsinvestering en beschikbare middelen. De cijfers moeten dus gelezen worden als een indicatie van ervaren groei binnen een specifieke subgroep, niet als een omzetgroeimeting voor alle respondenten.

Figuur 26: Omzetgroei sinds deelname bij respondenten die vóór het traject al een onderneming hadden (N = 39)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Beperkte maar aanwezige jobcreatie

De meeste respondenten ondernemen alleen: 79% geeft aan geen personeel te hebben en enkel zichzelf tewerk te stellen. Toch is er ook een beperkte vorm van jobcreatie. 10% geeft aan werknemers in dienst te hebben of gehad te hebben, en 13% werkt of werkte met freelancers of externe medewerkers.

Figuur 27: Personeel of externe medewerkers bij respondenten met een onderneming (N = 39)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

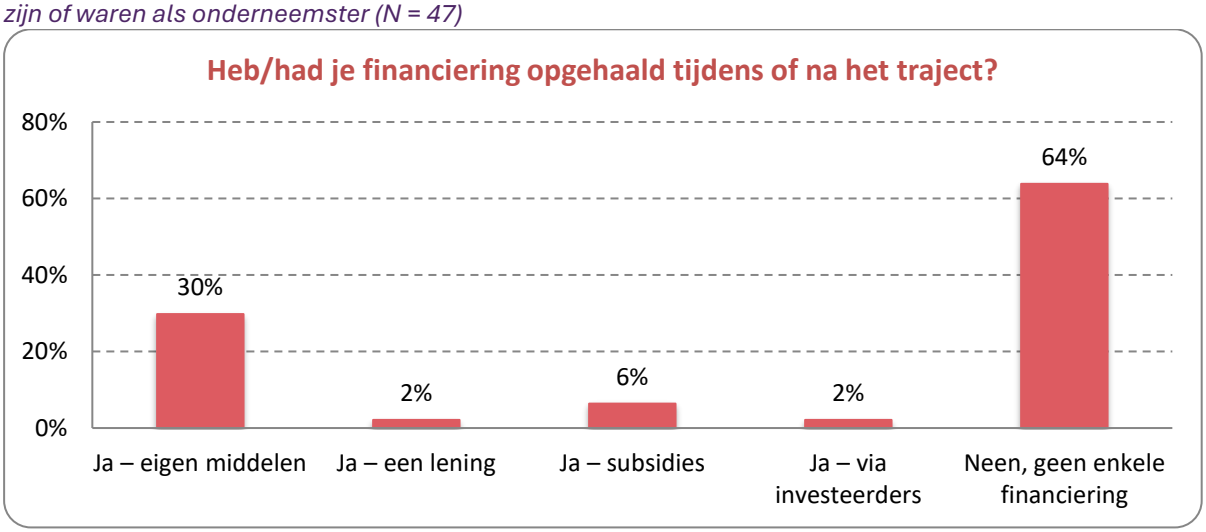
Deze cijfers tonen dat de economische impact van #SheMeansBusiness vooral ligt in zelfstandige activiteit en inkomenscreatie voor de onderneemster zelf. Tegelijk ontstaat bij een kleinere groep ook indirecte tewerkstelling via werknemers, freelancers of externe samenwerkingen.

Financiering blijft een belangrijke drempel

Bij respondenten die officieel gestart zijn of waren als onderneemster, blijft externe financiering beperkt. 64% geeft aan geen financiering te hebben opgehaald tijdens of na het traject. Wanneer er wel financiering werd gebruikt, gaat het vooral om eigen middelen (30%). Subsidies worden door 6% genoemd, leningen en investeerders elk door 2%.

Dit bevestigt dat veel coachees hun onderneming opbouwen met beperkte externe financiering. De afhankelijkheid van eigen middelen kan ondernemerschap laagdrempelig houden, maar beperkt tegelijk de groeimogelijkheden. De beperkte toegang tot leningen, subsidies of investeerders onderstreept het belang van begeleiding rond financieringsmogelijkheden, financieel plan en investeringsvoorbereiding.

Figuur 28: Financiering opgehaald tijdens of na #SheMeansBusiness bij respondenten die officieel gestart zijn of waren als onderneemster (N = 47)



Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij 78 coachees

Actieve ondernemingen creëren naar schatting €9,7 miljoen economische activiteit over drie jaar

Naast ondernemingsopstart en duurzaamheid is het relevant om ook de schaal van de economische activiteit in beeld te brengen. De ondernemingen van coachees genereren omzet in uiteenlopende sectoren, zoals retail en e-commerce, horeca en voeding, creatieve sectoren, coaching, consulting, gezondheid, welzijn en zakelijke diensten. Dit geeft een indicatie van de economische dynamiek die door de ondersteunde ondernemingen ontstaat.

Voor deze raming wordt gewerkt met een gemiddelde jaarlijkse omzetproxy van €17.110. Dit bedrag is het eenvoudige gemiddelde van de zelfgerapporteerde gemiddelde omzet per jaar over de periode 2021–2025. Het gaat dus niet om een administratief vastgesteld omzetcijfer en ook niet om een gewogen gemiddelde over alle ondernemingen. De raming moet daarom worden gelezen als een indicatieve benadering van economische activiteit, niet als een exacte omzetmeting.

Tabel 4: Raming van de economische activiteit via actieve ondernemingen

Component	Resultaat
Aantal individuele coachees	908
Aandeel coachees met actieve onderneming na het traject	54,3%
Geraamd aantal actieve ondernemingen	493
Gemiddelde jaarlijkse omzetproxy	€17.110
Geraamde economische activiteit over 3 jaar, vóór attributie	€25.307.389
Geraamde economische activiteit over 3 jaar, na attributie	**€9.733.611**

Bron: IDEA Consult op basis van eigen berekeningen

Na correctie voor attributie wordt de economische activiteit van de ondersteunde ondernemingen geraamd op €9,7 miljoen over drie jaar. Dit cijfer toont de economische dynamiek die mee door het traject wordt ondersteund, maar moet voorzichtig worden geïnterpreteerd omdat het steunt op zelfgerapporteerde omzetgegevens en aannames over actieve ondernemingsactiviteit en attributie.

Deze economische activiteit wordt in hoofdstuk 4 niet rechtstreeks meegeteld als publieke of fiscale SROI-opbrengst. Omzet is immers geen rechtstreekse opbrengst voor de overheid en is niet hetzelfde als winst, belastbaar inkomen of betaalde belastingen. In de SROI-berekening wordt omzet enkel gebruikt als vertrekpunt om, via transparante aannames over toegevoegde waarde en fiscale/sociale opbrengsten, een voorzichtige publieke/fiscale return te ramen.



4. De SROI van #SheMeansBusiness

Dit hoofdstuk vertaalt de impactgegevens uit hoofdstuk 3 naar een SROI-kader. De SROI, of Social Return on Investment, benadert welke maatschappelijke waarde wordt gecreëerd per geïnvesteerde euro. Voor #SheMeansBusiness wordt de ratio berekend op basis van publieke en fiscale opbrengsten die voldoende voorzichtig kunnen worden geraamd. De berekening vertrekt van de data van #SheDIDIT en de enquête bij coachees, aangevuld met transparante aannames over omzet, toegevoegde waarde, fiscale en sociale bijdragen, vermeden publieke kosten, attributie en tijdshorizon. Onderstaande figuur vat de logica van de berekening, de twee SROI-modellen, de belangrijkste resultaten en de niet-gemonetariseerde effecten samen.

Figuur 29: Kernresultaten en opbouw van de SROI-berekening voor #SheMeansBusiness



Bron: IDEA Consult, op basis van eigen SROI-berekeningen

4.1 Methodologische inleiding

Van impactgegevens naar SROI-berekening

De SROI-berekening bouwt verder op de impactanalyse in het vorige hoofdstuk. Hoofdstuk 3 toonde hoe #SheMeansBusiness bijdraagt aan competentiegroei, voorbereiding op ondernemerschap, zelfvertrouwen, netwerk, ondernemingsopstart, economische activiteit en professionele keuzes. In dit hoofdstuk worden alleen de effecten financieel geraamd waarvoor de beschikbare gegevens voldoende betrouwbaar zijn.

De SROI-ratio wordt berekend op basis van opbrengsten die voldoende voorzichtig kunnen worden benaderd als publieke of fiscale waarde. In het kernmodel gaat het om fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit en om vermeden publieke kosten. In het brede model wordt daar professionele integratie in loondienst aan toegevoegd. Dat effect is relevant voor de bredere maatschappelijke waarde van #SheMeansBusiness, maar wordt afzonderlijk gepresenteerd omdat de link met het traject minder rechtstreeks is dan bij zelfstandige activiteit.

Aandachtspunten bij SROI-berekening

Niet alle impact wordt in euro's uitgedrukt. Effecten zoals zelfvertrouwen, competentiegroei, netwerk, empowerment en kennis van de Belgische ondernemerscontext worden kwalitatief meegenomen in de interpretatie, maar niet gemonetariseerd in de SROI-ratio.

Ook jobcreatie via werknemers en samenwerking met freelancers of externe medewerkers worden niet gemonetariseerd. De enquête toont wel dat 10,4% van de respondenten met een onderneming werknemers in dienst heeft of had en dat 12,5% werkte met freelancers of externe medewerkers. Deze cijfers wijzen op bijkomende economische activiteit voor anderen, maar de beschikbare gegevens zijn onvoldoende om deze effecten betrouwbaar in euro's te waarderen. De enquête bevat immers geen informatie over het aantal FTE's, de duur van de tewerkstelling, het arbeidsregime, het loonniveau of de omvang van de uitgaven aan freelancers of externen. Daarom worden deze effecten kwalitatief erkend als niet-gemonetariseerde effecten.

Om overschatting te vermijden, wordt gewerkt met attributiefactoren. Die corrigeren voor het deel van de impact dat mogelijk ook zonder #SheMeansBusiness zou zijn gerealiseerd. Voor opbrengsten die samenhangen met actieve ondernemingen wordt de attributiefactor voor duurzame opstart gebruikt: 38,5% van de betrokken respondenten geeft aan dat zij waarschijnlijk niet zonder #SheMeansBusiness een onderneming hadden kunnen starten die vandaag nog bestaat. Voor professionele integratie in loondienst wordt een aparte attributiefactor gebruikt: 20% van de betrokken respondenten geeft aan dat zij hun huidige job waarschijnlijk niet zonder #SheMeansBusiness zouden hebben gevonden.

De belangrijkste aannames achter de berekening, zoals de winstmarge, fiscale tarieven, loonproxy, uitkeringsproxy, attributiefactoren en tijdshorizon, worden opgenomen in de methodologische bijlage. In dit hoofdstuk ligt de nadruk op de resultaten en hun interpretatie. Voor de SROI wordt de totale projectkost over 2021–2025 gebruikt als noemer. De opbrengsten worden geraamd over een tijdshorizon van drie jaar. Die drie jaar verwijzen niet naar specifieke kalenderjaren, maar naar de veronderstelde doorwerkingsperiode van de effecten na deelname aan het traject.

4.2 De kost van #SheMeansBusiness

De totale investering bedraagt €1,19 miljoen over vijf jaar

Over de periode 2021–2025 bedraagt de totale kost van #SheMeansBusiness €1.191.824,53. Deze kost omvat de teamkost voor businesscoaching, overhead en werkingskosten van het project.

Tabel 5: De kost van #SheMeansBusiness traject

	Trajecten	Teamkost business coaching	Teamkost overhead	Werkingskost project	Totaal
2021	96	81.287,0 €	/	12.507,8 €	93.794,8 €
2022	145	136.834,8 €	/	29.780,6 €	166.615,4 €
2023	240	215.797,5 €	51.792,3 €	46.620,6 €	314.210,4 €
2024	326	258.905,0 €	79.985,1 €	32.090 €	370.980,1 €
2025	260	197.506,9 €	48.716,9 €	10.500 €	246.223,8 €
Totaal	**1.067**				**1.191.824,5 €**

Bron: IDEA Consult op basis van gegevens #SheDIDIT

De kostentabel telt 1.067 trajecten over de periode 2021–2025. De impactanalyse in de vorige hoofdstukken vertrekt van 908 individuele coachees. Voor de SROI wordt de totale projectkost gebruikt als noemer, omdat dit de volledige investering in het traject weergeeft. Voor de opbrengstenzijde wordt gewerkt met 908 individuele coachees, omdat de impactgegevens betrekking hebben op individuele personen. De gemiddelde kost bedraagt €1.312,58 per individuele coachee. Omgerekend naar het aantal trajecten bedraagt de gemiddelde kost €1.116,99 per traject.

4.3 Kerneffecten: zelfstandige activiteit en vermeden publieke kosten

De kerneffecten bestaan uit opbrengsten die rechtstreeks samenhangen met trajectuitkomsten van coachees en die voldoende voorzichtig kunnen worden geraamd. In het kernmodel worden twee kerneffecten opgenomen: fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit, en vermeden publieke kosten bij een mogelijke transitie vanuit werkzoekendheid.

Fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit

Voor de publieke/fiscale SROI wordt niet de volledige omzet als opbrengst genomen. Omzet is immers niet hetzelfde als winst, belastbaar inkomen of toegevoegde waarde. Ondernemingen betalen uit hun omzet ook kosten zoals aankopen, materiaal, huur, transport, marketing, boekhouding, software en andere werkingskosten.

Omdat het rapport geen gegevens bevat over effectieve winst, belastbaar inkomen of toegevoegde waarde van de ondernemingen, wordt gewerkt met een scenario-aanpak. In het kernscenario wordt verondersteld dat 20% van de gecorrigeerde economische activiteit kan worden beschouwd als toegevoegde waarde of belastbare basis. Dit is geen gemeten resultaat uit de gegevens, maar een transparante werkhypothese. Daarom wordt in de gevoeligheidsanalyse ook een lager scenario van 10% en een hoger scenario van 30% doorgerekend (zie ook methodologische bijlage).

Op basis van deze aannames worden vier fiscale en sociale componenten geraamd: btw, sociale bijdragen zelfstandigen, personenbelasting op zelfstandige inkomsten en vennootschapsbelasting.

Tabel 6: Fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit, over drie jaar

Component	Bedrag
Btw op geraamde toegevoegde waarde	€408.812
Sociale bijdragen zelfstandigen	€325.778
Personenbelasting zelfstandige inkomsten	€315.846
Vennootschapsbelasting	€55.621
Totaal fiscale/sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit	**€1.106.056**

Bron: IDEA Consult op basis van eigen berekeningen

De fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit worden geraamd op €1.106.056 over drie jaar. Deze berekening blijft een benadering, omdat geen gegevens beschikbaar zijn over effectieve winsten, betaalde belastingen, vrijstellingen, aftrekken of sociale bijdragen.

Vermeden publieke kosten

Naast fiscale en sociale opbrengsten kan #SheMeansBusiness ook publieke kosten vermijden wanneer coachees vanuit werkzoekendheid naar zelfstandige activiteit of werk evolueren. In de enquête was 15,4% van de respondenten werkzoekend vóór de start van het traject. Toegepast op de volledige groep van 908 individuele coachees geeft dit ongeveer 140 werkzoekende coachees bij instroom.

In de berekening wordt ervan uitgegaan dat de volledige groep werkzoekende coachees een uitkering ontving. Dat is een vereenvoudigende en transparante aanname. Als proxy voor de jaarlijkse publieke kost wordt het leefloon voor een alleenstaande gebruikt. Dit is geen exacte meting van de ondersteuning die werkzoekende coachees ontvingen, maar een gestandaardiseerde minimale publieke-kostenproxy. Omdat de uitkeringssituatie van werkzoekende coachees niet administratief werd gevalideerd, geeft deze component geen exacte besparing weer, maar een benadering van mogelijke vermeden publieke kosten. Vervolgens worden de actieve ondernemingsgraad en de attributiefactor voor duurzame opstart toegepast, zodat enkel het geraamde deel wordt meegenomen dat samenhangt met actieve ondernemingsactiviteit en redelijkerwijs aan #SheMeansBusiness kan worden toegeschreven.

Tabel 7: Raming van vermeden publieke kosten, over drie jaar

Component	Resultaat
Werkzoekende coachees bij instroom	140
Geraamde duurzame transities na correctie voor actieve onderneming en attributie	29
Jaarlijkse uitkeringsproxy	€16.086
Vermeden publieke kosten over 3 jaar	**€1.407.857**

Bron: IDEA Consult op basis van eigen berekeningen

De vermeden publieke kosten worden geraamd op €1.407.857 over drie jaar. Deze raming is afhankelijk van twee aannames: dat de werkzoekende coachees bij instroom effectief een uitkering ontvingen, en dat het leefloon voor een alleenstaande een redelijke minimale proxy vormt voor de

vermeden publieke kosten. De berekening geeft dus geen exacte besparing weer, maar een benadering van mogelijke vermeden publieke uitgaven.

Zelfstandige activiteit en vermeden uitkeringen leveren samen €2,51 miljoen publieke/fiscale waarde op

Samen vormen de fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit en de vermeden publieke kosten de effecten die in het kernmodel worden meegenomen. Dit kernmodel geeft de meest voorzichtige inschatting van de publieke/fiscale waarde van #SheMeansBusiness. Over een periode van drie jaar worden deze kerneffecten geraamd op €2.513.913. Dit bedrag vormt de basis voor de publieke/fiscale SROI-ratio in het kernmodel.

Tabel 8: Effecten opgenomen in het kernmodel, over drie jaar

Kerneffect	Bedrag over 3 jaar
Fiscale/sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit	€1.106.056
Vermeden publieke kosten	€1.407.857
Totaal kerneffecten kernmodel	**€2.513.913**

Bron: IDEA Consult op basis van eigen berekeningen

4.4 Bredere effecten: professionele integratie en niet-gemonetariseerde doorwerking

Naast de kerneffecten in het kernmodel kan #SheMeansBusiness ook bredere professionele effecten creëren. In dit rapport wordt enkel professionele integratie in loondienst gemonetariseerd als aanvullend effect in het brede model. Jobcreatie via werknemers en samenwerking met freelancers of externe medewerkers worden niet gemonetariseerd, maar wel kwalitatief besproken als niet-gemonetariseerde doorwerking.

Professionele integratie verhoogt de geraamde maatschappelijke waarde

#SheMeansBusiness kan ook impact hebben buiten ondernemingsopstart. Een deel van de respondenten die niet meer of nog niet officieel actief zijn als onderneemster, werkt vandaag in loondienst of als ambtenaar. Voor deze groep wordt een aparte attributiefactor gebruikt: 20% van de betrokken respondenten geeft aan dat zij hun huidige job waarschijnlijk niet zonder #SheMeansBusiness zouden hebben gevonden.

Deze opbrengst wordt niet opgenomen in het kernmodel, omdat de link met #SheMeansBusiness minder rechtstreeks is dan bij zelfstandige activiteit. Ze wordt wel meegenomen in het brede model, omdat het traject ook kan bijdragen aan professionele oriëntatie, zelfvertrouwen en loopbaankeuzes.

Het aanvullend effect in het brede model wordt geraamd op €1.234.428 over drie jaar. Dit bedrag wordt opgenomen in het brede model, bovenop de kerneffecten uit het kernmodel.

Tabel 9: Aanvullend effect in het brede model, over drie jaar

Aanvullend effect	Attributiefactor	Bedrag over 3 jaar
Professionele integratie in loondienst	20,0%	€1.234.428

Bron: IDEA Consult op basis van eigen berekeningen

Jobcreatie en freelancers als niet-gemonetariseerde indirecte effecten

De economische impact van #SheMeansBusiness ligt vooral in zelfstandige activiteit en inkomenscreatie voor de onderneemster zelf. Toch toont de enquête ook bijkomende economische activiteit voor anderen. 10,4% van de respondenten met een onderneming geeft aan werknemers in dienst te hebben of gehad te hebben. Daarnaast werkt of werkte 12,5% met freelancers of externe medewerkers.

Deze cijfers tonen dat sommige ondernemingen niet alleen inkomen creëren voor de onderneemster zelf, maar ook opdrachten of tewerkstelling voor anderen kunnen genereren. Toch worden deze effecten niet gemonetariseerd in de SROI-berekening. De enquête bevat onvoldoende informatie over het aantal FTE's, de duur van de tewerkstelling, het arbeidsregime, het loonniveau of de omvang van de uitgaven aan freelancers en externen. Daardoor zou een raming van fiscale en sociale opbrengsten te onzeker zijn.

Jobcreatie en samenwerking met freelancers of externe medewerkers worden daarom kwalitatief erkend als indirecte effecten, maar niet opgenomen in de SROI-ratio.

4.5 SROI-resultaten

In het kernmodel creëert #SheMeansBusiness €2,11 publieke/fiscale waarde per geïnvesteerde euro

De publieke/fiscale SROI wordt berekend op basis van opbrengsten die terugvloeien naar overheid en sociale zekerheid: belastingen, sociale bijdragen en vermeden uitkeringen. De economische activiteit via omzet wordt hierin niet opgeteld, om dubbeltelling te vermijden.

Tabel 10: Publieke/fiscale SROI in het kernmodel, over drie jaar

Component	Bedrag
Fiscale/sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit	€1.106.056
Vermeden publieke kosten	€1.407.857
Totale publieke/fiscale opbrengst kernmodel	**€2.513.913**
Totale kost #SheMeansBusiness	€1.191.825
Publieke/fiscale SROI kernmodel	**2,11**

Bron: IDEA Consult op basis van eigen berekeningen

In het kernmodel creëert #SheMeansBusiness dus €2,11 publieke/fiscale waarde per geïnvesteerde euro. Deze ratio is gebaseerd op de kerneffecten: fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit en vermeden publieke kosten.

Wanneer ook professionele integratie in loondienst wordt meegenomen, stijgt de geraamde maatschappelijke return

In het brede model wordt professionele integratie in loondienst toegevoegd aan de kerneffecten uit het kernmodel. Daardoor stijgt de totale geraamde publieke/fiscale opbrengst over drie jaar van €2.513.913 naar €3.748.341. De publieke/fiscale SROI stijgt daarmee van €2,11 naar €3,14 per geïnvesteerde euro.

Tabel 11: Publieke/fiscale SROI in het brede model, over drie jaar

Component	Bedrag
Totale publieke/fiscale opbrengst kernmodel	€2.513.913
Professionele integratie in loondienst	€1.234.428
Totale publieke/fiscale opbrengst breed model	**€3.748.341**
Totale kost #SheMeansBusiness	€1.191.825
Publieke/fiscale SROI breed model	**3,14**

Bron: IDEA Consult op basis van eigen berekeningen

De SROI-ratio onderschat de bredere maatschappelijke waarde

De SROI-ratio geeft echter niet de volledige maatschappelijke waarde van #SheMeansBusiness weer. Een deel van de impact blijft bewust buiten de berekening, omdat die niet betrouwbaar in euro's kan worden uitgedrukt. Het gaat onder meer om meer zelfvertrouwen, competentiegroei, netwerkvorming, empowerment, betere kennis van de Belgische ondernemerscontext, toegang tot rolmodellen en een versterkte ondernemersidentiteit.

De kwalitatieve #SheFUND-studie bevestigt dat deze effecten niet louter bijkomende of "zachte" uitkomsten zijn. Vertrouwen, legitimiteit, community en ondernemersidentiteit werken als mechanismen die mee bepalen of deelneemsters hun idee verder uitwerken, feedback omzetten in actie, financiering durven zoeken, klanten benaderen of zich als ondernemer positioneren. Ze worden in deze SROI niet gemonetariseerd, maar zijn essentieel om de maatschappelijke waarde van #SheMeansBusiness correct te interpreteren.

4.6 Vergelijking met VDAB-begeleiding naar ondernemerschap

Een harde SROI-benchmark is niet mogelijk, maar de vergelijking helpt om de positionering te duiden

Om de resultaten van #SheMeansBusiness te duiden, is het relevant om het traject kort te vergelijken met VDAB-begeleiding naar ondernemerschap, zoals begeleiding voor werkzoekenden die een eigen zaak willen starten. Die begeleiding is gratis voor deelnemers die aan de voorwaarden voldoen en wordt uitgevoerd via partners. De begeleiding focust onder meer op haalbaarheid, financiering, het ondernemingsplan, formaliteiten en ondernemersvaardigheden.

Binnen deze analyse werd voor VDAB-begeleiding naar ondernemerschap geen publiek beschikbare SROI, kost per traject of effectiviteitsmeting teruggevonden. Daardoor is een harde vergelijking met de SROI van #SheMeansBusiness niet mogelijk. Wel is duidelijk dat beide trajecten verschillen in doelgroep en impactlogica.

Tabel 12: Beknopte vergelijking tussen #SheMeansBusiness en VDAB/Jumpstarters-begeleiding

Dimensie	#SheMeansBusiness	VDAB/Jumpstarters-begeleiding
Doelgroep	Womenpreneurs met diverse culturele achtergronden; starters, toekomstige starters en bestaande onderneemsters	Werkzoekenden of personen in kwetsbare arbeidsmarktsituaties die een eigen zaak willen starten
Doelstelling	Ondernemerschap versterken via coaching, empowerment, community en professionalisering	Arbeidsmarktactivering via voorbereiding op zelfstandige activiteit
Begeleiding	Individuele businesscoaching, financieel plan, businessplan, Belgische ondernemerscontext, netwerk en zelfvertrouwen	Haalbaarheid, financiering, ondernemingsplan, actieplan en ondernemersvaardigheden
Beschikbare SROI-cijfers	Berekening in dit rapport	Geen publiek beschikbare SROI gevonden
Specifieke meerwaarde	Laagdrempelige, cultureel sensitieve begeleiding met herkenbare rolmodellen en community; kan fungeren als brug naar het bredere ondernemerslandschap	Activeringsgerichte begeleiding met focus op haalbaarheid, ondernemingsplan, financiering en formele opstart

Vergelijkbaarheid	Kwantitatief berekend op basis van projectdata en enquête	Enkel kwalitatief vergelijkbaar zonder bijkomende kost- en effectiviteitsdata

#SheMeansBusiness positioneert zich naast bestaande activeringsgerichte begeleiding, maar met een specifieke meerwaarde voor womenpreneurs met diverse culturele achtergronden. De impact ligt daardoor niet alleen in uitstroom naar zelfstandigheid, maar ook in betere voorbereiding, meer zelfvertrouwen, toegang tot rolmodellen, community en kennis van de Belgische ondernemerscontext.

Een bijkomend onderscheid is het bereik van de doelgroep. #SheMeansBusiness verlaagt de drempel voor vrouwen die zich niet altijd herkennen in klassieke ondernemersbegeleiding of die dergelijke begeleiding niet spontaan zouden overwegen. De combinatie van cultureel sensitieve coaching, herkenbare rolmodellen, community en begeleiding op maat maakt dat #SheDIDIT een aanvullende rol speelt binnen het bredere begeleidingslandschap. Het traject concurreert dus niet rechtstreeks met bestaande initiatieven, maar kan fungeren als toegankelijke opstap, brug of aanvulling voor een doelgroep die anders moeilijker bereikt wordt.

Een harde benchmark zou pas mogelijk zijn indien vergelijkbare gegevens beschikbaar zijn over kost per traject, aantal deelnemers, aandeel effectieve starters, aandeel starters dat actief blijft, omzet- of inkomensgegevens, uitstroom naar werk, vermeden uitkeringen en attributie.

4.7 Methodologische beperkingen en lessen voor een volgende SROI-meting

De SROI geeft een onderbouwde orde van grootte, geen exacte rendementsmeting

De SROI-berekening moet voorzichtig worden geïnterpreteerd. Ze steunt op een combinatie van administratieve gegevens, enquêtegegevens, zelfgerapporteerde omzet en aannames.

De belangrijkste beperkingen zijn:

- De omzetgegevens zijn zelfgerapporteerd en beschikbaar voor een beperkte groep respondenten;
- Er zijn geen gegevens over effectieve belastbare winst of toegevoegde waarde;
- Er zijn geen administratieve gegevens over effectief betaalde personenbelasting, vennootschapsbelasting, btw of sociale bijdragen;
- De uitkeringssituatie vóór deelname is niet administratief gevalideerd;
- De actieve ondernemingsstatus na het traject is gebaseerd op een manuele opvolging via onder meer ondernemingsnummer en online activiteit, en niet op een administratief gevalideerde overlevingsmeting vanaf een uniforme startdatum;
- Het aantal FTE's bij ondernemingen met werknemers is niet beschikbaar;
- De uitgaven aan freelancers of externe medewerkers zijn niet beschikbaar;
- De attributievragen hebben soms een kleine responsbasis;
- De berekening werkt met een tijdshorizon van drie jaar, terwijl sommige effecten langer of korter kunnen doorwerken;
- De impact op netwerk, competentiegroei, empowerment en betere ondernemerskeuzes wordt niet gemonetariseerd;
- Binnen deze analyse werden geen publiek beschikbare SROI- of effectiviteitscijfers gevonden voor VDAB-begeleiding naar ondernemerschap die een harde benchmark mogelijk maken.

Daarom wordt de SROI niet gepresenteerd als exact rendement, maar als een onderbouwde orde van grootte. De meerwaarde van de berekening ligt in de transparantie: de gebruikte cijfers, aannames en correcties worden expliciet gemaakt, zodat duidelijk is welke effecten wel en niet in de ratio zijn opgenomen.

Lessen voor een volgende SROI-meting

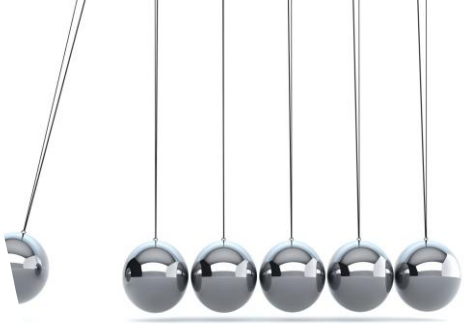
Deze eerste SROI-berekening biedt een onderbouwde inschatting van de maatschappelijke waarde van #SheMeansBusiness. Tegelijk fungeert deze oefening als nulmeting en leerbasis voor een volgende update. De analyse toont welke gegevens een volgende meting, bijvoorbeeld binnen twee jaar, robuuster en eenvoudiger kunnen maken. Daarbij ligt de uitdaging niet in zoveel mogelijk data verzamelen, maar in het structureel en gebruiksvriendelijk opvolgen van een beperkte set kernindicatoren.

Voor een volgende SROI-meting zijn vooral volgende verbeterpunten relevant:

- Dataverzameling vroeger en eenvoudiger integreren in het traject: registreer een beperkte set kernindicatoren op vaste momenten, bijvoorbeeld bij instroom, bij uitstroom en één of twee opvolgmomenten na afloop (na 6 of 12 maanden).
- Kernindicatoren eenduidig definiëren en consequent opvolgen: verzamel systematisch basisgegevens over startpositie, ondernemersstatus, statuut, sector, professionele situatie, eventuele uitkeringssituatie, financiering, tewerkstelling en ondersteuningsnoden. Belangrijk is vooral dat definities doorheen de tijd gelijk blijven, zodat resultaten vergelijkbaar worden.
- Economische robuustheid versterken: bevraag economische gegevens op een eenvoudige en laagdrempelige manier, bijvoorbeeld via omzetcategorieën, kosten- of winstmargebandbreedtes, hoofd- of bijberoep, vennootschapsvorm, financiering en eventuele tewerkstelling. Werken met bandbreedtes verlaagt de responsdrempel en maakt de gegevens beter vergelijkbaar.
- Publieke effecten beter onderbouwen: registreer bij instroom op een eenvoudige manier de professionele situatie en eventuele uitkeringssituatie van coachees, en volg na afloop op of zij actief zijn als zelfstandige, in loondienst, werkzoekend of in een andere situatie. Zo kunnen vermeden publieke kosten en professionele integratie in een volgende meting sterker worden geraamd, zonder dat hiervoor zware administratieve controles nodig zijn.
- Tweede-orde-effecten gerichter capteren: beperk de opvolging tot enkele haalbare vragen over bijkomende economische doorwerking, zoals het aantal werknemers, het werken met freelancers of externe medewerkers, en een inschatting van externe uitgaven of samenwerkingen. Dit laat toe om effecten die vandaag enkel kwalitatief worden erkend beter te duiden, zonder meteen complexe input-outputanalyses te moeten uitvoeren.
- Attributievragen standaardiseren: behoud enkele eenvoudige attributievragen bij relevante subgroepen, bijvoorbeeld of respondenten zonder #SheMeansBusiness ook zouden zijn gestart, actief zouden zijn gebleven of hun huidige job zouden hebben gevonden. Door deze vragen consequent te herhalen, wordt de vergelijking doorheen de tijd sterker.
- Werken met een eenvoudige SROI-monitoringtool: bundel definities, indicatoren, opvolgmomenten en berekeningslogica in één praktisch opvolgingsbestand of dashboard. Een goed gestructureerde template met een beperkte set verplichte indicatoren kan al volstaan om de dataverzameling minder ad hoc te maken en toekomstige actualisaties eenvoudiger te laten verlopen.

Door deze verbeteringen kan een volgende SROI-meting efficiënter verlopen en sterker onderbouwen welke maatschappelijke waarde #SheMeansBusiness creëert, zonder de administratieve last voor coachees, coaches en projectmedewerkers onnodig te verhogen.

5. Samenvattende conclusie



#SheMeansBusiness versterkt ondernemerschap, professionele keuzes en maatschappelijke waarde

Dit rapport toont dat #SheMeansBusiness een brede en meerlagige impact creëert. Het traject bereikt een diverse groep womenpreneurs met uiteenlopende leeftijden, achtergronden en startposities. De waarde van #SheMeansBusiness ligt daarbij niet alleen in onmiddellijke ondernemingsopstart, maar ook in voorbereiding, professionalisering, bewustere keuzes en versterking van de voorwaarden om duurzaam te ondernemen.

Een inclusief bereik bij een diverse doelgroep

Tussen 2021 en 2025 begeleidde #SheMeansBusiness 1.017 trajecten, goed voor 908 individuele coachees. De profielgegevens bevestigen dat het traject de beoogde doelgroep bereikt: vrouwen met diverse culturele achtergronden, van wie meer dan de helft niet in België geboren is. Voor deze groep zijn kennis van de Belgische ondernemerscontext, toegang tot netwerken, herkenbare rolmodellen en begeleiding op maat belangrijke hefbomen.

#SheMeansBusiness is daardoor meer dan een klassiek opstarttraject. Sommige coachees zijn al actief als zelfstandige wanneer ze instappen, anderen staan nog aan het begin van hun ondernemersidee of bevinden zich in een fase van professionele heroriëntatie. Die diversiteit verklaart waarom de impact van het traject op verschillende manieren zichtbaar wordt: in ondernemingsopstart, maar ook in betere voorbereiding, meer zelfvertrouwen, professionalisering en loopbaanoriëntatie.

Sterke impact op competenties, zelfvertrouwen en voorbereiding

De impactanalyse toont dat #SheMeansBusiness vooral sterk bijdraagt aan ondernemerscompetenties, zelfvertrouwen en concretisering van het businessidee. In de nul- en nameting stijgen vooral praktische competenties die nodig zijn om van idee naar actie te gaan: de stappen voor lancering kennen, kennis van de Belgische ondernemerscontext, een financieel plan kunnen maken, marketing en planning.

Ook in de enquête geeft twee derde van de respondenten aan dat het traject hen goed tot zeer goed heeft voorbereid op ondernemerschap. De individuele coaching komt daarbij naar voren als de sterkste hefboom: 83% van de respondenten benoemt coaching als één van de meest waardevolle onderdelen van het traject. De meerwaarde zit dus niet alleen in kennisoverdracht, maar ook in structuur, erkenning, motivatie en het versterken van vertrouwen om verdere stappen te zetten.

Ondernemingsopstart is belangrijk, maar niet de enige uitkomst

De resultaten tonen dat #SheMeansBusiness samenhangt met ondernemingsopstart en ondernemersactiviteit. Ongeveer twee derde van de respondenten was vóór, tijdens of na het traject officieel actief als onderneemster. Daarnaast geeft 32% aan nog niet gestart te zijn, maar dat in de toekomst wel te willen doen.

De beschikbare opvolgingsgegevens tonen dat 54,3% van alle begeleide coachees na het traject een actieve onderneming heeft. De enquête bevestigt dit beeld: 51% van de respondenten is vandaag nog officieel geregistreerd als onderneemster. Tegelijk is het belangrijk om deze cijfers breder te interpreteren. Voor sommige coachees leidt het traject tot officiële opstart. Voor anderen leidt het tot betere voorbereiding, professionalisering, een realistischer ondernemersplan, een bewuste keuze om nog niet te starten of een andere professionele stap, zoals werk in loondienst. Ook dat zijn waardevolle uitkomsten.

Ondernemen gebeurt vaak stapsgewijs en voorzichtig

De resultaten maken duidelijk dat ondernemerschap bij deze doelgroep vaak stapsgewijs wordt opgebouwd. Veel respondenten ondernemen in bijberoep, werken met een eenmanszaak en bouwen hun activiteit op met beperkte externe financiering. Dat past bij de realiteit van startend ondernemerschap, maar toont ook kwetsbaarheden.

Financieel risico, persoonlijke omstandigheden, gebrek aan klanten, tijdsdruk en administratieve onzekerheid blijven belangrijke drempels bij opstart en duurzaamheid. De impact van #SheMeansBusiness ligt daarom niet alleen in het stimuleren van opstart, maar ook in het zichtbaar maken van risico's en het versterken van realistische ondernemerskeuzes.

Economische activiteit en positieve publieke/fiscale return

De economische impact van #SheMeansBusiness ligt vooral in zelfstandige activiteit en inkomenscreatie voor de onderneemster zelf. De ondernemingen zijn actief in uiteenlopende sectoren, waaronder retail en e-commerce, horeca en voeding, creatieve activiteiten, coaching, consulting, welzijn en zakelijke diensten.

De omzetgegevens zijn zelfgerapporteerd en indicatief, maar tonen wel dat de ondersteunde ondernemingen economische activiteit genereren. Na correctie voor attributie wordt deze economische activiteit geraamd op €9,7 miljoen over drie jaar. Dit cijfer wordt apart gerapporteerd en niet opgeteld bij de publieke/fiscale SROI.

De SROI-berekening toont dat #SheMeansBusiness ook publieke en fiscale waarde creëert. In het kernmodel, dat de kerneffecten zelfstandige activiteit en vermeden publieke kosten meeneemt, bedraagt de publieke/fiscale SROI €2,11 per geïnvesteerde euro. Wanneer ook professionele integratie in loondienst wordt meegenomen, stijgt de SROI tot €3,14 per geïnvesteerde euro.

Jobcreatie via werknemers en samenwerking met freelancers of externe medewerkers worden niet gemonetariseerd, omdat de beschikbare gegevens geen betrouwbare raming toelaten van FTE's, duur van tewerkstelling, arbeidsregime, loonniveau of de omvang van externe uitgaven. Ze worden wel erkend als niet-gemonetariseerde doorwerking.

De maatschappelijke waarde reikt verder dan de SROI-ratio

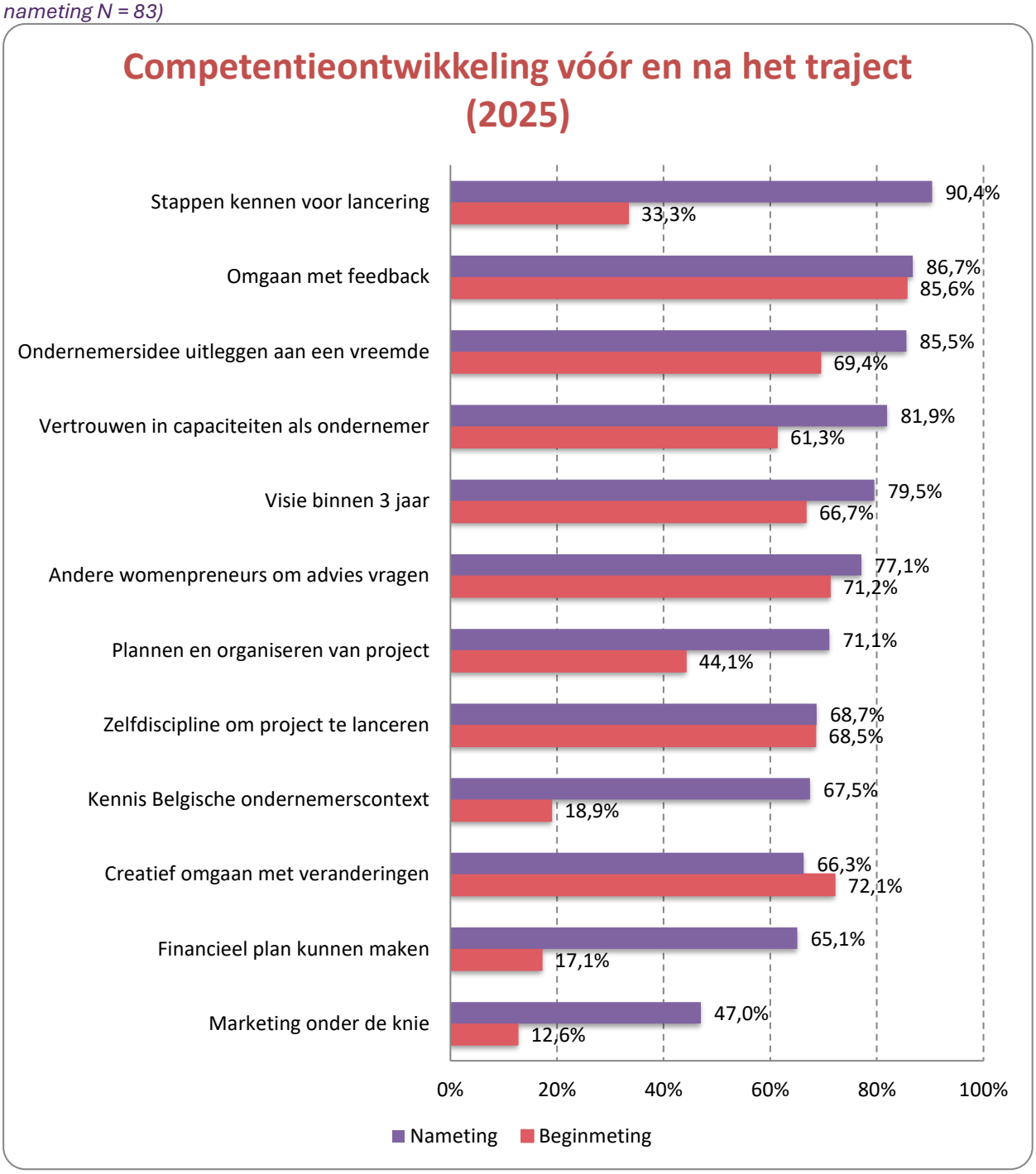
Een belangrijk deel van de impact blijft buiten de SROI-ratio. Zelfvertrouwen, competentiegroei, netwerk, herkenning, empowerment, kennis van de Belgische ondernemerscontext en bewustere ondernemerskeuzes zijn moeilijk in euro's uit te drukken, maar vormen een essentieel deel van de maatschappelijke waarde van #SheMeansBusiness.

Die bredere impact is net belangrijk voor de doelgroep die #SheDIDIT bereikt. Voor veel coachees gaat ondernemerschap niet alleen over een ondernemingsnummer of omzet, maar ook over toegang tot kennis, het begrijpen van de Belgische context, het vinden van herkenbare rolmodellen, het opbouwen van een netwerk en het ontwikkelen van vertrouwen om economische keuzes te maken.

De aanvullende documenten van #SheDIDIT en de kwalitatieve #SheFUND-studie bevestigen dat deze bredere impact een centraal onderdeel is van de werking van #SheDIDIT. De organisatie positioneert zich als een ecosysteem rond inclusief ondernemerschap, met aandacht voor coaching, community, rolmodellen, financiering, zichtbaarheid, talentontwikkeling en partnerschappen. Community, herkenning, vertrouwen en coaching worden door deelnemers ervaren als voorwaarden om ondernemerschap als haalbaar en legitiem te zien. De waarde van #SheMeansBusiness ligt daardoor niet alleen in formele ondernemingsopstart of fiscale return, maar ook in het versterken van de capaciteiten, identiteit en positie van womenpreneurs binnen het bredere ondernemerslandschap.

Bijlage I. Extra tabellen en figuren

Figuur 30: Competentieontwikkeling vóór en na #SheMeansBusiness, 2025 (beginmeting N = 111; nameting N = 83)



Bron: IDEA Consult op basis van de nul- en nameting van #SheDIDIT

Bijlage II.Methodologische bijlage bij de enquête

Doel van de enquête

De enquête werd opgezet om de impact van #SheMeansBusiness bij coachees in kaart te brengen. De bevraging peilde naar de situatie van respondenten vóór, tijdens en na deelname aan het traject. Daarbij kwamen onder meer volgende thema's aan bod:

- Startpositie vóór deelname;
- Ervaren voorbereiding op ondernemerschap;
- Meest waardevolle onderdelen van het traject;
- Ondernemingsopstart en huidige ondernemersstatus;
- Duurzaamheid van ondernemingen;
- Economische activiteit;
- Attributie van de impact aan #SheMeansBusiness;
- Huidige ondersteuningsnoden en verbeterpunten.

De enquête vormt een belangrijke bron voor de impactanalyse, maar moet worden gelezen als een bevraging bij respondenten, niet als een volledige meting bij alle coachees. Daarom wordt in het rapport telkens verwezen naar "respondenten" wanneer de resultaten uit de enquête komen.

Respons en interpretatie

De enquête werd ingevuld door 78 coachees. Niet elke vraag werd door alle respondenten beantwoord. Daarom verschilt het aantal antwoorden per figuur of tabel. In het rapport wordt het aantal respondenten per vraag waar mogelijk vermeld in de titel van de figuur of tabel.

De enquêtegegevens zijn zelfgerapporteerd. Dat betekent dat ze gebaseerd zijn op de antwoorden van respondenten zelf, bijvoorbeeld over omzet, ondernemingsstatus, financiering, stopredenen of ervaren impact. Deze informatie is waardevol om de ervaring en situatie van coachees te begrijpen, maar vormt geen administratieve controle van officiële statuten, omzet, belastinggegevens of ondernemingsresultaten.

De resultaten moeten daarom voorzichtig worden geïnterpreteerd. Ze geven een betrouwbaar beeld van de respondenten die de enquête invulden, maar kunnen niet zonder nuance worden veralgemeend naar alle coachees. Om die reden wordt het profiel van de respondenten hieronder vergeleken met de totale populatie van #SheMeansBusiness-coachees.

Opvolging van actieve ondernemingen

De opvolgingsgegevens over actieve ondernemingen na het traject zijn gebaseerd op een manuele check door #SheDIDIT. Daarbij werd gekeken naar beschikbare indicaties van ondernemingsactiviteit, zoals een actief ondernemingsnummer en zichtbare activiteit via Instagram of andere online kanalen. Deze opvolging geeft een indicatie van het aandeel coachees dat na deelname nog ondernemingsactiviteit vertoont, maar is geen administratief gevalideerde overlevingsgraad op basis van een uniforme meetdatum na officiële opstart. Voor een volgende meting is het aangewezen om de actieve status systematisch te koppelen aan de officiële startdatum van de onderneming en op vaste opvolgmomenten te registreren.

Vergelijking tussen respondenten en totale populatie: leeftijdsprofiel

De vergelijking naar leeftijd toont dat de respondenten in grote lijnen aansluiten bij de totale populatie, maar dat sommige leeftijdsgroepen iets sterker of zwakker vertegenwoordigd zijn.

De grootste groep respondenten bevindt zich in de leeftijdsgroep 30–39 jaar. Bij de respondenten gaat het om 50,8%, tegenover 41,6% in de totale populatie. Deze leeftijdsgroep is dus oververtegenwoordigd in de enquête. Jongere coachees zijn daarentegen iets minder sterk vertegenwoordigd: 22–25-jarigen maken 7,7% van de respondenten uit, tegenover 10,4% in de totale populatie; 26–29-jarigen maken 15,4% van de respondenten uit, tegenover 19,0% in de totale populatie.

De leeftijdsgroepen 40–49 jaar en 50–59 jaar liggen relatief dicht bij de totale populatie. De jongste en oudste groepen komen weinig voor in de totale populatie en zijn beperkt of niet aanwezig bij de respondenten.

Tabel 13: Leeftijdsprofiel van respondenten en totale populatie

Leeftijdsgroep	Respondenten	Totale populatie
15–17 jaar	-	0,2%
18–21 jaar	1,5%	2,8%
22–25 jaar	7,7%	10,4%
26–29 jaar	15,4%	19,0%
30–39 jaar	50,8%	41,6%
40–49 jaar	15,4%	17,8%
50–59 jaar	9,2%	7,3%
60+	-	0,9%
Totaal	**100%**	**100%**

Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij coachees en gegevens #SheDIDIT.

De oververtegenwoordiging van 30–39-jarigen kan de enquêteresultaten licht beïnvloeden. Deze groep bevindt zich vaker in een fase waarin ondernemerschap concreet wordt overwogen of uitgebouwd, vaak in combinatie met professionele ervaring, gezinsverantwoordelijkheden en de wens naar meer autonomie. Daardoor kunnen antwoorden over ondernemingsopstart, professionalisering, voorbereiding en economische activiteit iets sterker gekleurd zijn door de ervaringen van coachees in deze levensfase.

Tegelijk blijft het algemene leeftijdsprofiel van de respondenten voldoende vergelijkbaar met de totale populatie om de enquête te gebruiken als indicatieve impactbron, mits de resultaten voorzichtig worden geïnterpreteerd.

Vergelijking tussen respondenten en totale populatie: herkomstregio

Ook naar herkomstregio sluit het respondentenprofiel in grote lijnen aan bij de totale populatie, maar er zijn enkele duidelijke verschillen.

Respondenten met een Europese achtergrond zijn iets minder vertegenwoordigd in de enquête dan in de totale populatie: 24,6% van de respondenten tegenover 30,3% in de totale populatie. Ook respondenten met een Noord-Afrikaanse achtergrond zijn ondervertegenwoordigd: 18,5% tegenover 23,5% in de totale populatie.

Respondenten met een Zuid-Amerikaanse achtergrond zijn daarentegen sterker vertegenwoordigd in de enquête: 13,9% van de respondenten tegenover 6,8% in de totale populatie. Ook respondenten met een Noord-Amerikaanse achtergrond zijn relatief sterker vertegenwoordigd, al gaat het om een kleine groep: 6,2% tegenover 2,7% in de totale populatie.

Voor Azië en Sub-Sahara Afrika liggen de aandelen relatief dicht bij de totale populatie. Respondenten met een achtergrond in Sub-Sahara Afrika vormen 23,1% van de enquêtegroep, tegenover 23,5% in de totale populatie.

Tabel 14: Herkomstregio van respondenten en totale populatie

Herkomstregio	Respondenten	Totale populatie
Azië	12,3%	10,98%
Europa	24,6%	30,3%
Midden-Oosten	1,5%	2,3%
Noord-Afrika	18,5%	23,5%
Noord-Amerika	6,2%	2,7%
Zuid-Amerika	13,9%	6,8%
Sub-Sahara Afrika	23,1%	23,5%
Totaal	**100%**	**100%**

Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij coachees en gegevens #SheDIDIT.

Deze verschillen wijzen erop dat de enquête niet volledig representatief is naar herkomstregio. Vooral Europese en Noord-Afrikaanse coachees zijn relatief minder sterk vertegenwoordigd, terwijl Zuid-Amerikaanse respondenten relatief vaker deelnamen aan de enquête. Dit kan invloed hebben op antwoorden rond Belgische ondernemerscontext, administratieve drempels, netwerk, taal, herkenning en toegang tot ondersteuning.

Tegelijk blijft de enquêtegroep uitgesproken divers en bevat ze respondenten uit alle grote herkomstregio's die ook in de totale populatie aanwezig zijn. De enquête biedt dus een waardevol beeld van de ervaringen van coachees met diverse achtergronden, maar de resultaten moeten niet worden gelezen als exacte afspiegeling van de volledige populatie.

Vergelijking tussen respondenten en totale populatie: geboren in België

De vergelijking naar geboorteland toont dat respondenten die niet in België geboren zijn iets sterker vertegenwoordigd zijn in de enquête dan in de totale populatie. Bij de respondenten geeft 61,4% aan niet in België geboren te zijn, tegenover 55,8% in de totale populatie. Omgekeerd is 38,6% van de respondenten in België geboren, tegenover 44,2% in de totale populatie.

Tabel 15: Respondenten en totale populatie volgens geboorte in België

Geboren in België	Respondenten	Totale populatie
Nee	61,4%	55,8%
Ja	38,6%	44,2%
Totaal	**100%**	**100%**

Bron: IDEA Consult op basis van de enquête bij coachees en gegevens #SheDIDIT.

Deze lichte oververtegenwoordiging van respondenten die niet in België geboren zijn, is relevant voor de interpretatie van de resultaten. Thema's zoals kennis van de Belgische ondernemerscontext, administratieve procedures, regelgeving, toegang tot netwerken en lokale marktkennis kunnen daardoor iets sterker naar voren komen in de enquêtegegevens.

Dat is inhoudelijk niet problematisch, omdat deze thema's centraal staan in de missie van #SheDIDIT en #SheMeansBusiness. Wel betekent het dat de enquête mogelijk iets sterker de ervaringen weerspiegelt van coachees voor wie de Belgische institutionele en ondernemerscontext minder vertrouwd was vóór deelname.

Methodologische implicaties voor de interpretatie

De vergelijking tussen respondenten en totale populatie toont dat de enquête een bruikbare, maar niet perfect representatieve basis vormt voor de impactanalyse. De respondenten sluiten op verschillende kenmerken aan bij de totale populatie, maar er zijn ook enkele afwijkingen.

De belangrijkste aandachtspunten zijn:

- Respondenten van 30–39 jaar zijn oververtegenwoordigd;
- Jongere coachees tussen 22 en 29 jaar zijn iets ondervertegenwoordigd;
- Respondenten met Europese en Noord-Afrikaanse achtergrond zijn ondervertegenwoordigd;
- Respondenten met Zuid-Amerikaanse achtergrond zijn oververtegenwoordigd;
- Respondenten die niet in België geboren zijn, zijn licht oververtegenwoordigd.

Deze verschillen kunnen invloed hebben op bepaalde uitkomsten. Zo kunnen resultaten over ondernemingsrijpheid, voorbereiding, professionele ervaring of economische activiteit mee beïnvloed worden door de oververtegenwoordiging van 30–39-jarigen. Resultaten over Belgische ondernemerscontext, administratie, netwerk en drempels kunnen dan weer iets sterker gekleurd zijn door de lichte oververtegenwoordiging van respondenten die niet in België geboren zijn.

Daarom worden de enquêteresultaten in het rapport gebruikt als indicatieve impactgegevens. Ze worden waar mogelijk aangevuld met administratieve gegevens van #SheDIDIT, zoals het aantal begeleide coachees, profielgegevens en opvolgingsgegevens over actieve ondernemingen na het traject.

De combinatie van beide bronnen versterkt de analyse. De administratieve gegevens geven zicht op de totale populatie en het bereik van #SheMeansBusiness. De enquêtegegevens geven diepte aan de impactanalyse door te tonen hoe respondenten het traject ervaren, welke stappen zij zetten, welke drempels zij ervaren en welke ondersteuning zij na afloop nodig hebben.

Beperkingen van de enquête

Bij de interpretatie van de enquête moeten enkele beperkingen in rekening worden gebracht.

Ten eerste is er sprake van mogelijke responsbias. Coachees die sterk betrokken waren bij #SheDIDIT, een positieve ervaring hadden of vandaag nog actief bezig zijn met ondernemerschap, kunnen meer geneigd zijn geweest om de enquête in te vullen. Omgekeerd kunnen coachees die minder betrokken waren, gestopt zijn of minder positieve ervaringen hadden, ondervertegenwoordigd zijn.

Ten tweede zijn de gegevens zelfgerapporteerd. Dit geldt onder meer voor ondernemingsstatus, omzet, financiering, personeel, stopredenen, attributie en ervaren impact. Deze antwoorden geven waardevolle inzichten in de ervaringen en percepties van respondenten, maar vormen geen administratieve verificatie.

Ten derde verschilt het aantal antwoorden per vraag. Sommige vragen werden alleen gesteld aan relevante subgroepen, bijvoorbeeld respondenten die officieel gestart zijn, respondenten die gestopt zijn of respondenten die vandaag werken in loondienst. Daarom wordt in het rapport telkens het aantal respondenten per figuur vermeld.

Ten vierde laat de enquête geen causale effectmeting toe. De attributievragen geven een indicatie van de mate waarin respondenten de impact aan #SheMeansBusiness toeschrijven, maar vormen geen experimenteel bewijs. De resultaten moeten dus worden gelezen als een onderbouwde inschatting van ervaren impact, niet als een harde causale meting.

Deze beperkingen doen geen afbreuk aan de waarde van de enquête, maar ze bepalen wel hoe de resultaten moeten worden gelezen: als een rijke en indicatieve bron over de ervaringen, trajecten en noden van respondenten.

Bijlage III.Methodologische bijlage bij de SROI-berekening

Doel van de SROI-berekening

Deze methodologische bijlage beschrijft de aannames, parameters en berekeningsstappen achter de SROI-berekening van #SheMeansBusiness. De SROI is opgevat als een scenario-inschatting van de maatschappelijke waarde die voldoende betrouwbaar in euro's kan worden uitgedrukt.

De berekening focust op:

- fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit;
- vermeden publieke kosten;
- professionele integratie in loondienst.

Jobcreatie via werknemers en samenwerking met freelancers of externe medewerkers worden niet gemonetariseerd. De enquête toont dat 10,4% van de respondenten met een onderneming werknemers in dienst heeft of had en dat 12,5% werkte met freelancers of externe medewerkers. De beschikbare gegevens zijn echter onvoldoende om deze effecten betrouwbaar in euro's te waarderen. Daarom worden ze enkel kwalitatief erkend als niet-gemonetariseerde doorwerking en niet opgenomen in de SROI-ratio.

Niet-gemonetariseerde impact, zoals zelfvertrouwen, competentiegroei, netwerk, empowerment en betere kennis van de Belgische ondernemerscontext, wordt niet in euro's gewaardeerd. Deze effecten werden inhoudelijk besproken in de impactanalyse en worden meegenomen in de interpretatie van de SROI-resultaten, maar niet in de SROI-ratio.

De berekening werkt met twee rekenmodellen.

Tabel 16: Rekenmodellen in de SROI-berekening

Rekenmodel	Wat wordt meegenomen?	Interpretatie
Kernmodel	Fiscale/sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit en vermeden publieke kosten	Voorzichtige inschatting van de publieke/fiscale return
Breed model	Kernmodel + professionele integratie in loondienst	Bredere inschatting van de maatschappelijke return

Kernparameters van de berekening

Tabel 17: Kernparameters van de SROI-berekening

Parameter	Waarde	Basis
Aantal individuele coachees	908	Administratieve gegevens #SheDIDIT
Totale projectkost 2021–2025	€1.191.824,53	Kostengegevens #SheDIDIT
Aantal trajecten in kostentabel	1.067	Kostengegevens #SheDIDIT
Gemiddelde kost per traject	€1.116,99	€1.191.824,53 / 1.067
Gemiddelde kost per individuele coachee	€1.312,58	€1.191.824,53 / 908
Aandeel coachees met actieve onderneming na traject	54,3%	Administratieve opvolgingsgegevens (manuele opvolging)
Geraamd aantal actieve ondernemingen	493	908 × 54,3%
Gemiddelde jaarlijkse omzetproxy	€17.110	Eenvoudig gemiddelde van de zelfgerapporteerde gemiddelde omzet per jaar, 2021–2025
Tijdshorizon	3 jaar	Assumptie
Winstmarge / toegevoegde waarde kernscenario	20%	Scenario-aanname
Winstmarge / toegevoegde waarde gevoeligheidsanalyse	10% en 30%	Scenario-aanname

De tijdshorizon van drie jaar verwijst niet naar specifieke kalenderjaren, maar naar de veronderstelde doorwerkingsperiode van de effecten na deelname aan het traject.

Omzetproxy en economische activiteit

De SROI-berekening gebruikt een gemiddelde jaarlijkse omzetproxy van €17.110. Dit bedrag is berekend als het eenvoudige gemiddelde van de zelfgerapporteerde gemiddelde omzet per jaar over de periode 2021–2025.

Tabel 18: Berekening van de gemiddelde jaarlijkse omzetproxy

Jaar	Gemiddelde zelfgerapporteerde omzet
2021	€5.250
2022	€12.800
2023	€23.572
2024	€20.529
2025	€23.397
Eenvoudig gemiddelde 2021–2025	**€17.110**

Deze omzetproxy is geen administratief vastgesteld omzetcijfer en ook geen gewogen gemiddelde over alle ondernemingen. Ze wordt gebruikt als indicatieve parameter om de economische activiteit van actieve ondernemingen te benaderen.

Tabel 19: Raming van economische activiteit

Component	Berekening	Resultaat
Geraamd aantal actieve ondernemingen	908 × 54,3%	493
Jaarlijkse economische activiteit	493 × €17.110	€8.435.796
Economische activiteit over 3 jaar vóór attributie	€8.435.796 × 3	€25.307.389
Attributie duurzame opstart	× 38,5%	€9.733.611
Economische activiteit per geïnvesteerde euro	€9.733.611 / €1.191.825	€8,17

Deze economische activiteit wordt afzonderlijk gerapporteerd en niet opgeteld bij de publieke/fiscale SROI.

Attributiefactoren

De SROI-berekening gebruikt effect-specifieke attributiefactoren waar mogelijk. Zo wordt vermeden dat alle geobserveerde impact volledig aan #SheMeansBusiness wordt toegeschreven.

Tabel 20: Attributiefactoren gebruikt in de SROI-berekening

Effect	Attributievraag	Waarde	Toegepast op
Nieuwe ondernemingsopstart	Zou je ook zonder #SheMeansBusiness een onderneming hebben opgestart?	25,0%	Niet apart gemonetariseerd; relevant als referentie
Duurzame ondernemingsactiviteit	Zou je ook zonder #SheMeansBusiness een onderneming hebben kunnen starten die vandaag nog bestaat?	38,5%	Economische activiteit, fiscale/sociale opbrengsten zelfstandigen, vermeden publieke kosten
Voortbestaan bestaande ondernemingen	Zou jouw onderneming vandaag nog bestaan zonder #SheMeansBusiness?	0,0%	Niet opgenomen als aparte opbrengst
Professionele integratie	Zou je jouw huidige job ook zonder #SheMeansBusiness hebben gevonden?	20,0%	Professionele integratie in loondienst

Voor ondernemingsgerelateerde opbrengsten wordt de attributiefactor van 38,5% gebruikt, omdat die het best aansluit bij duurzame ondernemersactiviteit. Voor professionele integratie in loondienst wordt de specifieke attributiefactor van 20,0% gebruikt.

Fiscale en sociale aannames

Omdat het rapport geen administratieve gegevens bevat over effectieve winst, belastbaar inkomen, sociale bijdragen of betaalde belastingen, wordt gewerkt met aannames. Deze aannames zijn bedoeld om de fiscale/sociale opbrengsten voorzichtig te benaderen.

Tabel 21: Fiscale en sociale parameters

Parameter	Waarde	Toelichting
Btw-tarief	21%	Standaardtarief; toegepast op geraamde toegevoegde waarde
Sociale bijdragen zelfstandigen	20,5%	Benadering van sociale bijdragen zelfstandigen
Personenbelasting zelfstandige inkomsten	25%	Voorzichtige vereenvoudiging
Vennootschapsbelasting	20%	Benadering voor kmo-winst
Werknemersbijdrage RSZ	13,07%	Gebruikt voor professionele integratie in loondienst
Werkgeversbijdrage	25%	Gebruikt voor professionele integratie in loondienst
Bruto maandloonproxy	€2.443	Gebruikt voor professionele integratie in loondienst
Bruto jaarloonproxy	€31.564	€2.443 × 12,92 maanden (inclusief vakantiegeld)
Jaarlijkse uitkeringsproxy	€16.086	Leefloon alleenstaande als gestandaardiseerde minimale publieke-kostenproxy

Van omzet naar belastbare basis

De publieke/fiscale SROI wordt niet berekend op volledige omzet. Omzet is immers niet hetzelfde als winst of belastbaar inkomen. Ondernemingen betalen uit hun omzet ook kosten zoals aankopen, materiaal, huur, transport, marketing, boekhouding, software en andere werkingskosten.

Omdat de effectieve winst of toegevoegde waarde niet werd bevraagd, wordt gewerkt met drie scenario's.

Tabel 22: Scenario's voor winstmarge of toegevoegde waarde

Scenario	Aandeel van gecorrigeerde economische activiteit als belastbare basis
Laag scenario	10%
Kernscenario	20%
Hoog scenario	30%

Het kernscenario van 20% is geen gemeten resultaat, maar een transparante werkhypothese. De gevoeligheidsanalyse toont hoe de SROI verandert wanneer deze aanname lager of hoger ligt.

Berekening van fiscale/sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit

Voor de fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit wordt de gecorrigeerde economische activiteit eerst omgezet naar een benaderde belastbare basis. In het kernscenario wordt 20% van de gecorrigeerde economische activiteit beschouwd als toegevoegde waarde of belastbare basis.

Vervolgens wordt deze basis verdeeld volgens de vennootschapsvormen uit de enquête. Het aandeel van 81,6% verwijst naar de ondernemingsvormen die in deze vereenvoudigde berekening worden behandeld als persoonlijk ondernemersinkomen: eenmanszaak, VOF/CommV en andere vormen. Het aandeel van 14,3% verwijst naar respondenten met een besloten vennootschap (BV). Voor dit aandeel wordt een benadering van vennootschapsbelasting toegepast. Het resterende aandeel van 4,1% heeft betrekking op respondenten met een vzw. Dit aandeel wordt in de vereenvoudigde berekening niet toegewezen aan persoonlijk ondernemersinkomen of vennootschapsbelasting, omdat een vzw fiscaal niet op dezelfde manier kan worden benaderd als een eenmanszaak of BV. Omdat de enquête geen informatie bevat over de vergoedingswijze binnen vzw's, wordt dit aandeel in de huidige berekening niet apart gemonetariseerd. Dit is een voorzichtige keuze om de fiscale opbrengsten niet te overschatten.

Tabel 23: Berekening fiscale/sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit in het kernscenario

Component	Berekening	Resultaat
Economische activiteit na attributiecorrectie over 3 jaar	€25.307.389 x 38,5%	€9.733.611
Belastbare basis / toegevoegde waarde	€9.733.611 × 20%	€1.946.722
Btw	€1.946.722 × 21%	€408.812
Persoonlijk ondernemersinkomen	€1.946.722 × 81,6%	€1.589.161
Sociale bijdragen zelfstandigen	€1.589.161 × 20,5%	€325.778
Belastbare basis na sociale bijdragen	€1.589.161 – €325.778	€1.263.383
Personenbelasting	€1.263.383 × 25%	€315.846
Vennootschapsbelasting	€1.946.722 × 14,3% × 20%	€55.621
Vzw-aandeel, niet toegewezen aan personen- of vennootschapsbelasting	*€1.946.722 × 4,1%*	*€79.816*
Totaal fiscale/sociale opbrengsten zelfstandige activiteit		**€1.106.056**

Het vzw-aandeel wordt informatief weergegeven, maar niet opgenomen in het totaal van de fiscale/sociale opbrengsten, omdat niet bekend is of en hoe respondenten via de vzw werden vergoed. Deze berekening is een vereenvoudiging. Ze houdt geen rekening met effectieve winst, fiscale aftrekken, verliezen, vrijstellingen, specifieke statuten of verschillen tussen hoofd- en bijberoep.

Berekening van vermeden publieke kosten

Tabel 24: Berekening vermeden publieke kosten

Component	Berekening	Resultaat
Werkzoekende coachees bij instroom	908 × 15,4%	140
Aandeel met veronderstelde uitkering	100%	140
Correctie voor actieve onderneming	140 × 54,3%	76
Correctie voor attributie	76 × 38,5%	29
Jaarlijkse uitkeringsproxy		€16.086
Vermeden publieke kosten over 3 jaar	29 × €16.086 × 3	**€1.407.857**

De berekening gaat ervan uit dat de werkzoekende coachees bij instroom effectief een uitkering ontvingen. Dat is een aanname, geen administratief gevalideerd gegeven. Het leefloon voor een alleenstaande wordt gebruikt als gestandaardiseerde minimale publieke-kostenproxy. De berekening geeft dus geen exacte besparing weer, maar een benadering van mogelijke vermeden publieke uitgaven.

Berekening van professionele integratie

Tabel 25: Berekening aanvullend effect in het brede model

Component	Berekening	Resultaat
Coachees zonder actieve onderneming	908 – 493	415
Aandeel in loondienst of als ambtenaar	26,3%	109
Attributie professionele integratie	109 × 20,0%	21,8
Fiscale/sociale opbrengst per persoon per jaar	Werknemersbijdrage RSZ + Werkgeversbijdrage + Personenbelasting	€18.875
Opbrengst professionele integratie over 3 jaar	21,8 × €18.875,05 × 3	**€1.234.428**

De fiscale/sociale opbrengst per persoon per jaar is gebaseerd op een bruto jaarloonproxy van €31.564. Deze jaarloonproxy wordt berekend op basis van een maandloonproxy van €2.443 en een factor 12,92, zodat ook vakantiegeld wordt meegenomen. Daarop worden sociale bijdragen en personenbelasting benaderd. Deze parameter wordt enkel gebruikt voor professionele integratie in loondienst, niet voor bijkomende werknemers binnen ondernemingen van coachees.

Jobcreatie via werknemers en samenwerking met freelancers of externe medewerkers worden niet gemonetariseerd. De enquête toont dat 10,4% van de respondenten met een onderneming werknemers in dienst heeft of had en dat 12,5% werkte met freelancers of externe medewerkers. De enquête bevat echter onvoldoende gegevens over het aantal FTE's, het arbeidsregime, de duur van de tewerkstelling, het loonniveau of de omvang van de uitgaven aan freelancers en externen. Daarom worden deze effecten enkel kwalitatief erkend als niet-gemonetariseerde doorwerking en niet opgenomen in de SROI-ratio.

Gevoeligheidsanalyse

Omdat de belastbare winst of toegevoegde waarde niet rechtstreeks beschikbaar is, wordt een gevoeligheidsanalyse uitgevoerd met drie winstmarges: 10%, 20% en 30%. Het kernscenario gebruikt 20%.

Tabel 26: Gevoeligheidsanalyse volgens winstmarge/toegevoegde waarde

Winstmarge / toegevoegde waarde	Kernmodel SROI	Breed model SROI
10%	1,64	2,68
20%	2,11	3,14
30%	2,57	3,61

De gevoeligheidsanalyse toont dat de SROI positief blijft bij verschillende aannames over winstmarge of toegevoegde waarde. De verschillen tussen de scenario's hebben vooral betrekking op de fiscale en sociale opbrengsten uit zelfstandige activiteit. De vermeden publieke kosten en de opbrengsten uit professionele integratie blijven in deze gevoeligheidsanalyse constant.