

De impact van de coronacrisis op jongeren en het ondernemerschap

Inleiding

Het beeld en het imago van het ondernemerschap in Brussel zijn aan het veranderen.

De waarden, ambities en dromen van jonge ondernemers lijken te verschillen van die van de oudere generaties.

Ze zijn geïnspireerd door de maatschappelijke problemen van onze tijd.

Ze willen projecten starten die extra lagen bevatten op maatschappelijk, milieu- en collectief vlak.

Jonge ondernemers verwerpen het clichébeeld van de ondernemer in maatpak en stropdas die enkel uit is op groei en winst.

Voor jongeren is ondernemerschap een mindset, een leefwijze.

De jonge ondernemers moeten kunnen multitasken, ze moeten veelzijdig zijn, zelfverzekerd, creatief, nieuwsgierig, ze moeten moeiteloos van richting kunnen veranderen en zichzelf opnieuw kunnen uitvinden.

Ze streven naar een gezonde werk- en privébalans.

Ze dromen van projecten die in lijn liggen met hun persoonlijke waarden.

Ze willen een sociale dimensie toevoegen maar ook geld binnenbrengen, zonder dat winst het hoofddoel is.

Ze zijn bereid om opofferingen te doen, om door de ups en downs te gaan, en om onzekerheid en eenzaamheid te trotseren.

Maar hebben al die idealen en waarden deze pandemie overleefd?

Hebben ze hun project stopgezet? Welke bijkomende moeilijkheden hebben ze ondervonden?

Waren ze bestand tegen de extra stress?

hub.brussels, het Brussels Agentschap voor de Ondersteuning van het Bedrijfsleven, ondersteunt deze jonge ondernemers dag in dag uit.

De gezondheids crisis heeft economische gevolgen en kan een impact hebben op het beeld dat jongeren van ondernemerschap hebben, ongeacht of ze zelf rechtstreeks betrokken zijn bij een ondernemingsproject. Op dit moment hebben we echter nog geen idee van de impact van de coronacrisis op de intentie van jongeren om te ondernemen, en op hun bereidheid om op deze weg verder te gaan.

Om het herstel van de economie te ondersteunen, heeft hub.brussels via yet.brussels een onderzoek uitgevoerd om de effecten te evalueren van deze gezondheids crisis op de intentie om te ondernemen bij jongeren tussen 16 en 30 jaar.

Deze impactstudie omvat een kwantitatief en een kwalitatief luik.

Kwantitatieve analyse

Methodologie

Het doel van de kwantitatieve analyse is om te meten hoe jonge toekomstige ondernemers denken over de gezondheidscrisis, ongeacht hun ervaring in de wereld van het ondernemerschap.

Tegelijkertijd kunnen wij zo een beter inzicht krijgen in hun profiel, hun plannen, hun waarden en hun verwachtingen, en in welke mate zij gesensibiliseerd zijn en begeleid worden.

De respondenten werden gevraagd om aan te duiden in welke ontwikkelingsfase hun ondernemerschapsplannen zich bevonden.

- Jongeren die geïnteresseerd zijn in het ondernemerschap maar aarzelen om de stap te zetten
- Jongeren die graag willen ondernemen maar nog geen duidelijk projectidee hebben
- Jongeren die al een duidelijk idee hebben voor hun toekomstig project, maar het nog moet uitvoeren
- Jongeren met een ondernemersproject dat momenteel wordt opgezet
- Jongeren die hun zaak minder dan een jaar geleden hebben geopend
- Jongeren die hun zaak meer dan een jaar geleden hebben geopend

De verschillende profielen worden samen en afzonderlijk geanalyseerd naargelang de behoeften van de geanalyseerde onderwerpen.

De respondenten kregen deze online-enquête toegestuurd via de belangrijkste partners van yet.brussels.

De enquête werd ook verspreid op de sociale media van yet.brussels via gesponsorde posts.

Er werden 253 jongeren bevroegd die geïnteresseerd zijn in de wereld van het ondernemerschap.

Ter referentie: het aantal leerlingen in het middelbaar, hoger en universitair onderwijs in Brussel bedraagt ongeveer 200.000.

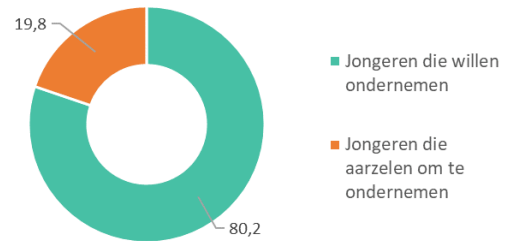
De foutenmarge voor deze kwantitatieve analyse bedraagt derhalve ongeveer 6,15% met een betrouwbaarheid van 95%.

In november 2020 zijn er 114 enquêtes afgenomen en in december 2020 139 enquêtes.

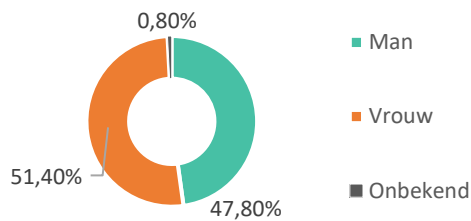
Respondenten die geen belangstelling hadden voor ondernemerschap werden niet opgenomen in het onderzoek.

Profiel van jongeren die geïnteresseerd zijn in het ondernemerschap

In welke ontwikkelingsfase zit je ondernemingsproject?



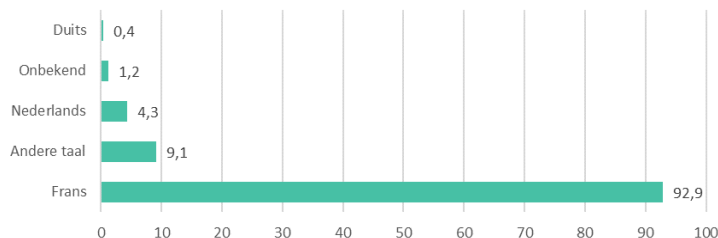
Geslacht



Gemiddelde leeftijd

23 jaar en 5 maanden

Je moedertaal is

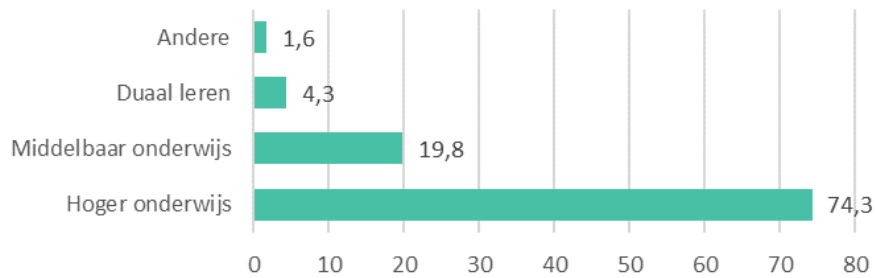


Kerncijfers

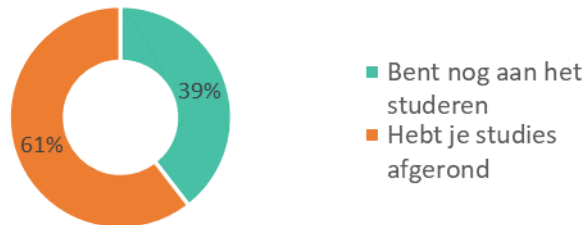
- 31% van de jongeren heeft zijn zaak al opgestart.
- Van alle jonge respondenten die geïnteresseerd zijn in het ondernemerschap, is 80% vastberaden om ondernemer te worden. De anderen denken er nog over na. Deze meeste potentiële ondernemers zijn dus vastberaden om zich op een dag in het ondernemersavontuur te storten.
- Jongeren definiëren hun ondernemingsproject doorgaans op 23-jarige leeftijd. Op gemiddeld 24 jaar beginnen ze het uit te werken en rond hun 25e openen ze de deuren.

Schoolloopbaan van (toekomstige) ondernemers

Wat is het hoogste diploma dat je momenteel behaalt of hebt behaald?

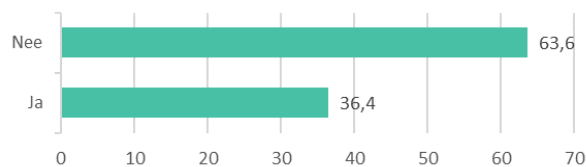


Je

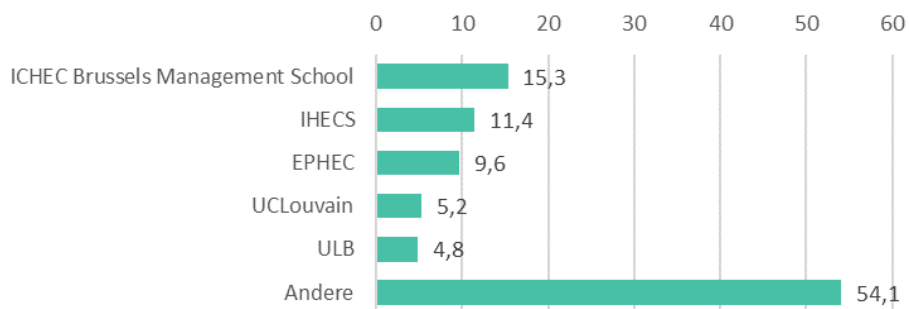


Heb je een ondernemersgerichte opleiding gevolgd?

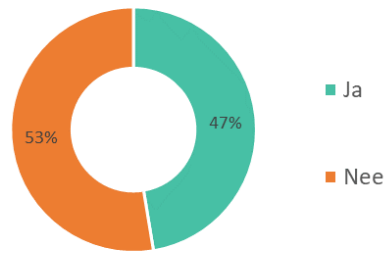
(bv. optie in de middelbare school voor micro-ondernemingen, management assistant kmo/kmi, Bachelor in Ondernemerschap, Master in Ondernemerschap...)



Waar lopen of liepen de jongeren school?



Zou je zeggen dat een onderneming oprichten tijdens of op het einde van de studies gemakkelijk is?

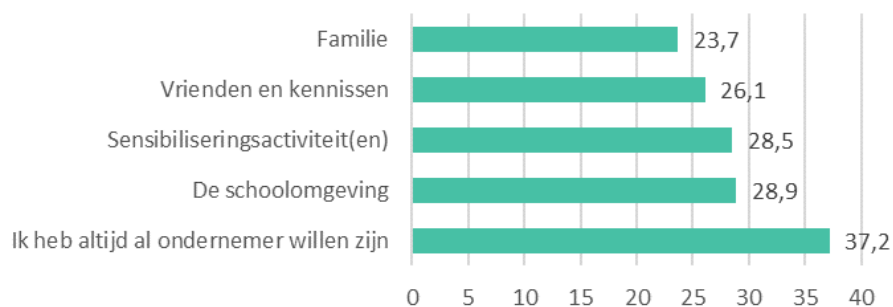


Kerncijfers

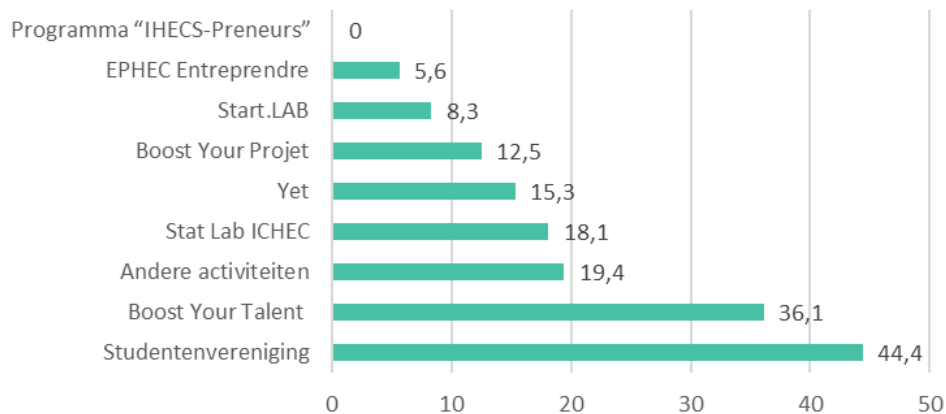
- 74% van de bevroegde jongeren heeft een diploma hoger onderwijs behaald of is bezig dat te behalen.
- 61% van de respondenten is momenteel nog aan het studeren.
- Volgens meer dan de helft van de jongeren (53%) is het moeilijk of heel moeilijk om tegelijkertijd te studeren en een ondernemingsproject op te zetten.
- 36% heeft een opleiding in ondernemerschap gevolgd.

De sensibilisering van jongeren rond het ondernemerschap

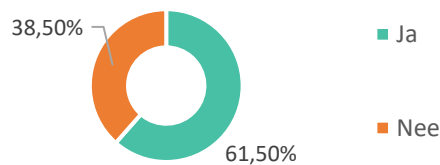
Dankzij welk kanaal/welke kanalen werd je je bewust over de wereld van het ondernemerschap?



Aan welke bewustmakingsactiviteit(en) voor ondernemerschap heb je deelgenomen?



Ben je begeleid of aangemoedigd om je idee of project te testen door je schoolomgeving, persoonlijke omgeving (familie, vrienden) of door professionals in het ondernemerschap?



Kerncijfers

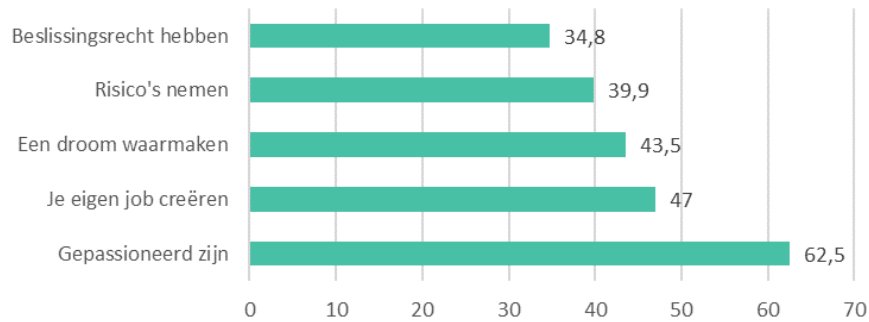
- 37% van de respondenten die geïnteresseerd zijn in ondernemerschap, hebben altijd al ondernemer willen zijn.
- 44% van de jongeren die aan sensibiliseringsactiviteiten deelneemt, is voorstander van studentenverenigingen.
- 62% van de bevroegde jongeren die hadden besloten ondernemer te worden, kreeg begeleiding om hun idee of project te toetsen.

Methodologische toelichting:

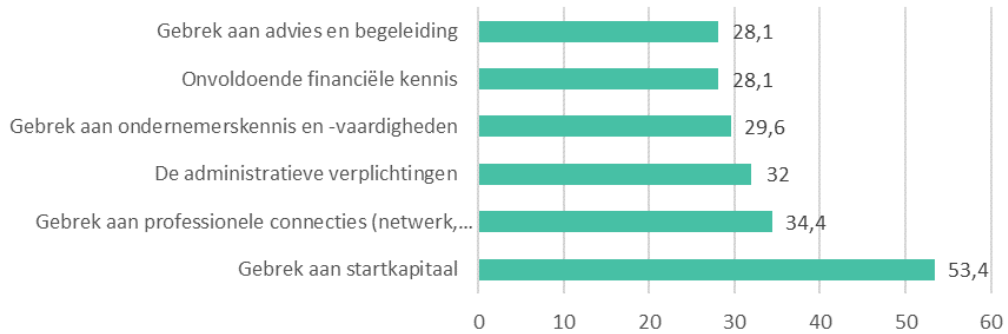
Dit verslag vermeldt enkel de belangrijkste sensibiliseringskanalen die de jongeren hebben aangeduid. In de volledige versie van het onderzoek worden alle kanalen vermeld.

Plannen, waarden en belemmeringen van (toekomstige) ondernemers

Ondernemen is voor jou vooral...?



Wat zijn voor jou de grootste hinderpalen om ondernemer te worden?



Populaire sectoren onder de jongeren



Kerncijfers

- Voor jongeren is het ondernemerschap vooral een kwestie van passie, van hun dromen waarmaken, van zich te ontwikkelen.
- Voor meer dan een op de twee jongeren is het belangrijkste obstakel het startkapitaal.
- 17% van de jongeren wil een ondernemingsproject in de modesector opzetten.

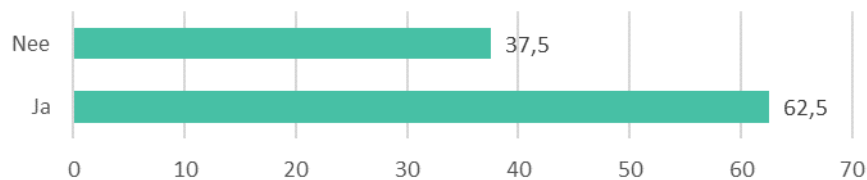
Methodologische toelichting:

Dit verslag vermeldt enkel de belangrijkste waarden en belemmeringen voor het ondernemerschap die de jongeren hebben aangegeven.

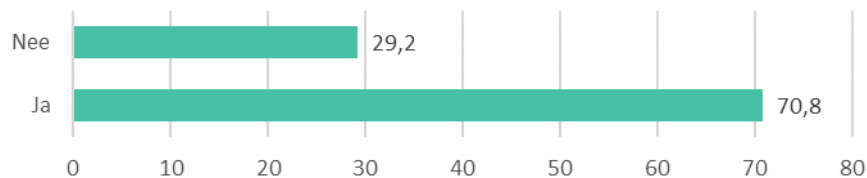
In de volledige versie van het onderzoek worden alle waarden en belemmeringen vermeld.

De impact van de coronacrisis op jonge ondernemers

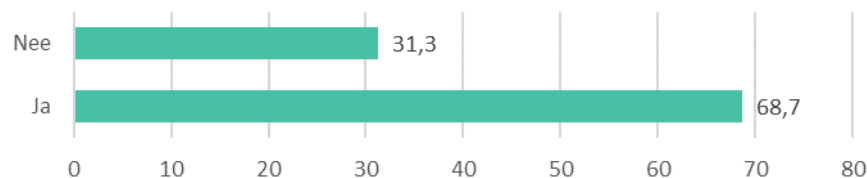
Heeft de gezondheidscrisis gezorgd voor angst om te ondernemen?



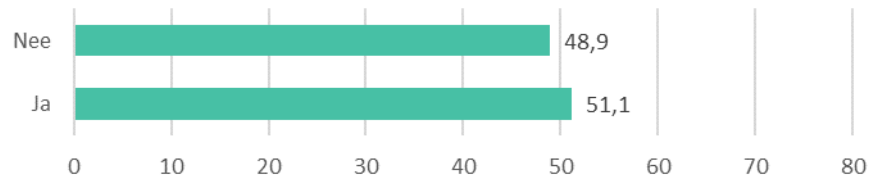
De coronacrisis heeft me zin gegeven om te ondernemen



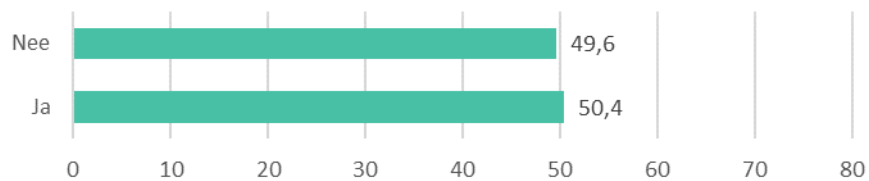
Dankzij deze crisis kan ik mijn idee uitbreiden of een nieuw idee met meer potentieel ontwikkelen



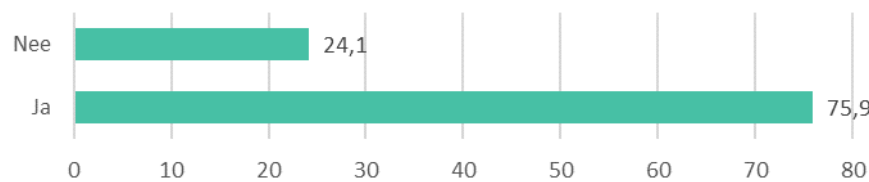
Door de coronacrisis moet ik mijn idee aanpassen



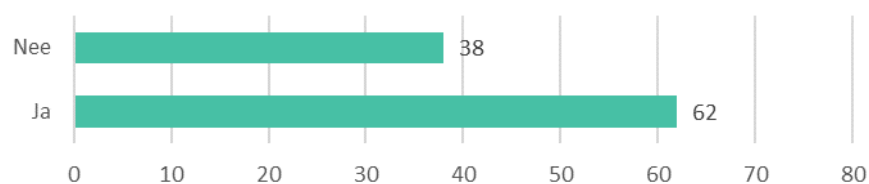
Ik moet mijn project uitstellen en wachten tot de coronacrisis voorbij is



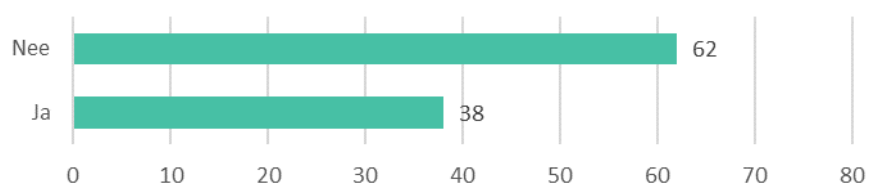
De coronacrisis biedt me de kans om mijn ontwikkelings- en uitvoeringsstrategie te verbeteren



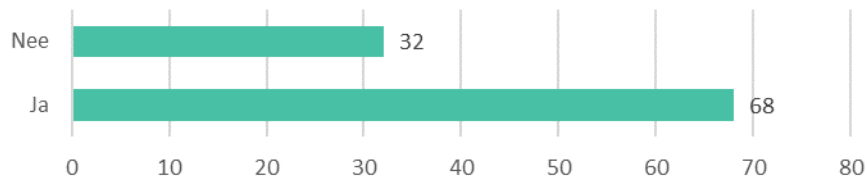
Door de coronacrisis moet ik mijn ontwikkelings- en uitvoeringsstrategie aanpassen



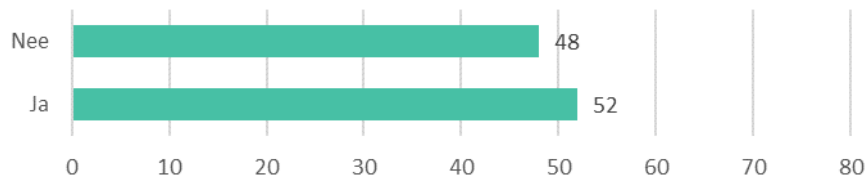
Ik moet de ontwikkeling van mijn onderneming uitstellen en wachten tot de coronacrisis voorbij is



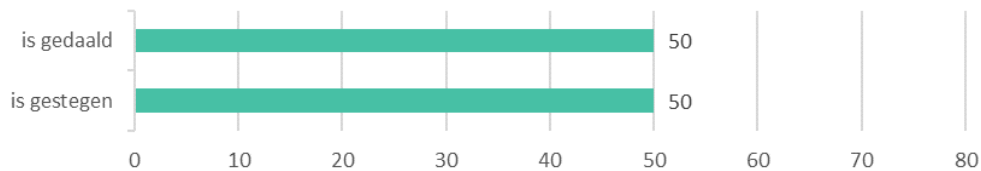
Door deze crisis kan ik de werking van mijn onderneming verbeteren



Door deze crisis moet ik de werking van mijn onderneming herdenken



Mijn omzet is gestegen tijdens de coronacrisis



Kerncijfers :

Voor veel van de bevroagde jongeren betekent ondernemerschap een sprong in het diepe en angst om te falen. Dit proces bevat per definitie veel onzekerheid, en de gezondheids crisis heeft onvermijdelijk voor extra stress gezorgd.

63% van de bevroagde jongeren is bang om te ondernemen in deze periode van pandemie.

Ondanks de lockdowns en economische malaise zijn de jongeren:

- nog altijd gemotiveerd: 71% wil nog altijd ondernemen;
- nog altijd positief:
 - voor 69% van hen heeft deze crisis nieuwe ideeën voor ondernemerschap doen ontstaan,
 - 75% van hen kon nieuwe ontwikkelingsstrategieën uitwerken, 68% van hen heeft de werking van hun onderneming kunnen optimaliseren:

Ze moeten wel creatief en veerkrachtig zijn.

- 51% van de respondenten moest zijn concept volledig herdenken;
- 62% van de respondenten moest zijn ontwikkelings- en uitrolstrategie volledig herzien;
- 53% van de respondenten moest zijn manier van werken herdefiniëren.

Ze moeten wel geduld uitoefenen.

- Eén op de twee jongeren gaat zijn ondernemingsproject uitstellen als gevolg van deze gezondheids crisis;
- 62% van de jongeren die met de ontwikkelingsfase zijn begonnen, gaat ze uitstellen;
- 1 op de 2 jonge ondernemers zag zijn omzet tijdens deze pandemie sterk dalen.

Methodologische toelichting:

De vragen over de angst en de zin om te ondernemen werden gesteld aan alle respondenten.

Vragen over het projectconcept werden alleen gesteld aan de jongeren in de idee- en ontwikkelingsfase van hun ondernemingsproject.

De vragen over de ontwikkelingsstrategie werden alleen gesteld aan de jongeren die zich in de fase van strategieontwikkeling bevonden of die hun zaak al hadden geopend.

De vragen over de werking van de onderneming werden alleen gesteld aan de jonge ondernemers die hun zaak al hadden geopend.

De vraag over de evolutie werd enkel gesteld als de onderneming al langer dan één jaar bestond.

Bevindingen van het kwantitatieve gedeelte

Dit kwalitatief onderzoek had tot doel het effect te meten van de coronacrisis op het verlangen om te ondernemen bij jonge toekomstige ondernemers, ongeacht de ontwikkelingsfase van hun project, en had voornamelijk betrekking op studenten in het hoger onderwijs.

Ondernemerschap tijdens hun studies is allesbehalve vanzelfsprekend, maar wanneer ze besloten hebben ondernemer te worden, wil 60% zijn project binnen 12 maanden starten.

Voor veel jongeren is het ondernemerschap een roeping: 37% van hen heeft altijd al ondernemer willen zijn.

Jongeren dromen nu eenmaal. Deze gezondheids crisis weerhoudt hen er niet van om projecten op te zetten in toerisme, events of cultuur.

Zij zijn zich ervan bewust dat ze hun plannen moeten uitstellen en wachten op gunstigere tijden. Ze zijn bezig met verschillende projecten omdat ze beseffen dat ze niet al hun eieren in één mandje moeten stoppen.

De sleutel tot succes is aanpassingsvermogen.

Voor meer dan 63% van de bevroegde jongeren is het ondernemerschap een kwestie van passie, de wens om hun eigen job te creëren en om hun droom waar te maken.

Het gebrek aan startkapitaal blijft voor de helft van de respondenten het grootste struikelblok.

De pandemie heeft de waarden van de jongeren over het ondernemerschap niet veranderd.

De gezondheids crisis intimideert vooral de jongeren die nog niet zeker zijn of ze willen ondernemen.

78% van hen is bang om te ondernemen.

Jonge potentiële ondernemers die hebben besloten om te ondernemen, die een idee hebben of al met de ontwikkeling van hun project bezig zijn, hebben veel meer vertrouwen. Onder hen is slechts 61% bang om te ondernemen tijdens deze gezondheids crisis.

Onder degenen die hun zaak al hebben geopend, heeft slechts 40% angst voor de gevolgen van de gezondheids crisis.

Het is duidelijk dat hoe verder het ondernemerschap project gevorderd is, hoe minder angst jonge ondernemers hebben voor de gevolgen van de coronacrisis.

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt ook dat vrouwen veel voorzichtiger zijn ten opzichte van de gevolgen van de coronacrisis voor hun ondernemingsproject.

De angst om in tijden van een gezondheids crisis te ondernemen houdt natuurlijk ook verband met de sector die de toekomstige ondernemers kiezen.

Het is duidelijk dat de impact van corona veel groter is voor jonge ondernemers die hun project hebben ontwikkeld in een sector die is geklasseerd als niet-essentieel.

Maar ongeacht de sector tonen de mannelijke respondenten zich zelfverzekerder.

Ondanks al de vertragingen door de lockdowns in het proces om een zaak op te richten, blijft meer dan 70% van de jongeren die had besloten om te ondernemen, gemotiveerd.

De veerkracht van de jongeren is opmerkelijk.

69% van de jongeren kon door de gezondheids crisis nieuwe ideeën bedenken voor hun ondernemersproject.

62% van de jonge ondernemers kon door de gezondheids crisis hun ontwikkelingsstrategie herzien.

68% van de jongeren die hun zaak al had geopend, kon door de gezondheids crisis de werking van hun zaak verbeteren.

Let wel, deze crisis gaat een onmiskenbare impact hebben:

Meer dan één op twee ondernemers in spe zal zijn project, zijn ontwikkelingsstrategie en, indien de zaak al is geopend, zijn werking moeten herzien.

Meer dan één op twee kandidaat-ondernemers zal zijn project of de uitvoering van een nieuwe ontwikkelingsstrategie moeten uitstellen.

En één op de twee ondernemingen die langer dan een jaar bestaan, heeft haar omzet al sterk zien dalen als gevolg van de gezondheids crisis.

De wendbaarheid van een ondernemingsproject wordt nu de grootste troef, een onbetwistbare garantie voor succes.

Kwalitatieve analyse

Methodologie

Wanneer we met de kwantitatieve benadering meten, trachten we ook met de kwalitatieve benadering te verklaren. Dankzij kwalitatieve technieken, groeps gesprekken of halfgestructureerde interviews krijgen we meer inzicht in de beleving en gevoelens, via het prisma van ervaring en subjectiviteit. Het gaat er hier niet om gedragingen te beschrijven, maar om ze te verklaren door ze in verband te brengen met de omgeving of het ecosysteem waarin ze passen en betekenis hebben. Met deze methodologische invalshoek trachten we de meer subjectieve, psychologische en emotionele aspecten van het gedrag te begrijpen.

In het kader van dit onderzoek werden in november 2020 twee groeps gesprekken gehouden:

- een groep met 6 jongeren in de beginfase van de oprichting;
- een tweede groep met 5 jongeren in de meer gevorderde oprichtingsfasen van hun onderneming.

In januari 2021 werden ook 10 individuele telefonische gesprekken gehouden om de steekproef robuuster te maken. De bevroegde jongeren ontwikkelen hun project/onderneming in verschillende incubatoren die deel uitmaken van het ecosysteem van yet.brussels. Zij praatten vrijuit over het onderzochte onderwerp.

De impact van de coronacrisis voor jonge ondernemers

Algemeen genomen laten de kwalitatieve resultaten van onze studie ons toe te geloven dat de beweegredenen en belemmeringen, en ook de waarden die zijn verbonden aan ondernemerschap niet fundamenteel veranderen door de gezondheidscrisis.

Geen nieuwe moeilijkheden op het vlak van ondernemerschap

De gezondheidscrisis en de pauzeknop die als het ware werd ingedrukt, brengen de problemen waar jonge ondernemers vaak mee te maken krijgen duidelijker aan de oppervlakte.

De structurele voorwaarden, de moeilijkheden en de potentiële belemmeringen die worden ervaren lijken dezelfde te zijn: gebrek aan financiering en moeilijke contacten met financiële instellingen, omslachtige en complexe administratie, gebrek aan ervaring en netwerk in het veld, en gebrek aan kennis van het institutionele ecosysteem.

In die context geven jongeren geen specifieke functionele behoeften aan. De behoeften zijn niet echt veranderd ten opzichte van de situatie “zonder corona”. Het ondernemingskader blijft hetzelfde, en de obstakels en de moeilijkheden die de jongeren daarin ondervinden, veranderen niet per se.

Professioneel en relationeel isolement

“(...) Wanneer je in een incubatorprogramma zit, heb je toegang tot een collectieve intelligentie. Het is moeilijker wanneer we niet fysiek aanwezig kunnen zijn. Tijdens de pauzes praatten we bij, merkten we dat we met dezelfde uitdagingen zaten. Dat hielp om dingen in perspectief te plaatsen (...)” Starter, 28 jaar

Anderzijds geven de jongeren blijk van een grotere emotionele en relationele impact (formeel en niet-formeel). Zij willen en zoeken dus steun, advies en begeleiding. Deze factoren worden beschouwd als de sleutel tot het succes van hun projecten.

Corona versterkt de emotionele behoeften en onderstreept duidelijk de menselijke, sociale en relationele factor als belangrijke sleutel voor het opzetten van een ondernemingsproject.

Het gaat dan over verlies van vertrouwen, over frustratie en wanhoop.

Corona heeft duidelijk de relatie met de ondersteunende en begeleidende structuren ontregeld. Het leerproces en het opzetten van een onderneming vindt echter binnen zulke structuren plaats. Zij zorgen voor begeleiding, steun en advies in een gestructureerde en formele omgeving. De jongeren wijzen ook op het belang van een meer informele communicatiemomenten binnen deze opleidingsomgevingen. Zulke momenten worden ervaren als bronnen van uitwisseling, steun en gemeenschappelijke evolutie.

Door de gewijzigde interacties tussen (toekomstige) ondernemers onderling en met hun begeleidingsstructuren, heeft de gezondheids crisis geleid tot een duidelijk verlies van aanspreekpunten. Door de gezondheids crisis is de meer directe relatie tussen de jongeren en de structuren die begeleiding en advies verlenen, aanzienlijk verslapt. Er zijn duidelijk minder aanspreekpunten voor de jongeren.

Een onzekere toekomst

“Er is veel onzekerheid. Veel bedrijven zeiden me dat mijn project wel goed klonk, maar dat het gezien de economische situatie te moeilijk lag.” Bevestigd project, 24 jaar

De jonge ondernemers hebben niet meer angst of minder zin om te ondernemen. Zij voelen zich wel meer geïsoleerd, aan hun lot overgelaten, laverend in onzekerheid. De toekomst kan onzeker aanvoelen, en dat in een context die dus net meer begeleiding en steun blijkt te vereisen. De jonge ondernemers ervaren meer dan bezorgdheid, het is een diepere angst en een emotionele ontredde die deels te wijten is aan het gebrek aan omkadering en functionele begeleiding, maar ook aan emotionele begeleiding. De sociale factor in het leerproces blijkt heel belangrijk. De gepauzeerde samenleving lijkt echter ruimte te hebben geboden voor een adempauze, bezinning, aanpassing en wijziging van ideeën en projecten.

Voor sommige jonge ondernemers die een project opzetten in een niet-essentiële sector, heeft de pandemie een extra laag onzekerheid toegevoegd die de inherente angst bij de opstart van een nieuw project versterkt, omdat ze met zo veel onbekende factoren worden geconfronteerd.

Nieuwe opportuniteiten

“Ik heb van de coronacrisis gebruik gemaakt om een doorgedreven opleiding te volgen, het hoeft geen belemmering zijn om een onderneming op te richten.” Bevestigd project, 24 jaar

Deze crisis heeft de jongeren tijd voor zichzelf gegeven.

Tijd om na te denken, te analyseren en in sommige gevallen ook om de bedoeling en de roeping van hun project te herzien:

- Jongeren in de ideefase volgen nieuwe opleidingen om hun ondernemersvaardigheden te versterken.
- Jongeren in de beginfase van de oprichting van hun onderneming diepen hun ideeën en ambities uit.
- Jongeren in de latere oprichtingsfases van hun onderneming zien corona als een vuurproef, ze worden verplicht om hun richting bij te sturen, zichzelf heruit te vinden en flexibel te zijn.

Corona lijkt hen ook in staat te hebben gesteld een stap achteruit te zetten en na te denken over nieuwe markten of nieuwe doelpublieken. Sommige consumenten fluctueren en nemen nieuwe gedragspatronen aan, waardoor projecten zich moesten aanpassen aan de nieuwe paradigma's of trends die lijken op te duiken.

Over het algemeen leken de bevroegde jongeren tevreden over het gebruik van de digitale instrumenten die de begeleidingsstructuren aanbieden.

Vertraging in de ontwikkeling van het ondernemerschap

“Wij hebben het gevoel dat alles hier in slow motion gaat. Dit zijn niet de beste omstandigheden om een onderneming op te richten.” Starter, 30 jaar

De pandemie heeft veel stappen in het opstartproces ingewikkelder gemaakt, zoals het vinden van een locatie voor de onderneming, het verbod op fysieke ontmoetingen en dus ontmoetingen met nieuwe partners, de gesloten verkooppunten voor niet-essentiële sectoren, het gebrek aan hulp voor jonge ondernemers in de ontwikkelingsfase, het gebrek aan financiering als gevolg van een vertraagde economie, en extra moeilijke prospectie.

Bevindingen van het kwalitatieve gedeelte

De gezondheidscrisis lijkt geen "nieuwe" behoeften met zich mee te hebben gebracht (zowel functioneel als emotioneel).

- Maar de coronacrisis heeft de behoeften op emotioneel vlak verhoogd.
- De jongeren ervaren veel eenzaamheid en betreuren het verlies van informele contacten.
- Het verlies van de interactie met andere jongeren wordt als iets negatiefs ervaren.
- Een zaak starten is nog meer beangstigend dan in normale tijden, ze hebben meer behoefte aan geruststelling en aanmoediging.

De coronacrisis heeft ook de financiële onzekerheid van bepaalde woonsituaties onder studenten, en onder de bevolking in het algemeen blootgelegd.

- De jongeren zeggen het moeilijk te hebben om hun project op te starten wanneer zij geen eigen middelen hebben.
- De procedures om financiering, steun of subsidies te vragen zijn ingewikkeld en vermoeiend.
- De dossiers zijn dik en ingewikkeld om in te vullen.
- De financiële instellingen zijn niet bepaald ontvankelijk of luisterbereid.
- Het Brusselse ecosysteem is complex op het vlak van de beurs en financiering

Het onderwijs en de omkadering worden op de proef gesteld, maar zowel de jongeren als hun begeleiders hebben zich zo goed mogelijk aangepast. De behoeften blijven dezelfde als voor de coronacrisis, maar de verwachtingen rond steun/begeleiding zijn groter geworden..

Conclusie

De gezondheidscrisis heeft zowel een positief als een negatief effect gehad op de jonge ondernemers.

Ze konden hun projecten bijschaven, nieuwe ideeën bedenken, hun maatschappelijke waarden bevestigen, de tijd nemen om na te denken, hun professionele achtergrond versterken ...

De crisis heeft hun motivatie niet verzwakt, noch hun waarden en verwachtingen veranderd.

Voor de jongeren is ondernemen nog altijd een droom, een roeping.

Ze werden weliswaar gedwongen om hun projecten uit te stellen en te herdefiniëren.

De crisis heeft het gevoel van onzekerheid voor het ondernemerschap vergroot bij de projectdragers in de niet-essentiële sectoren.

Het heeft een totaal onbekende variabele en een extra dosis stress toegevoegd aan het vraagstuk voor ondernemerschap.

De situatie vereiste een extra sterke veerkracht.

Ze heeft de moeilijkheden op het pad van jonge ondernemers nog moeilijker gemaakt.

Alle stappen zijn complexer geworden: nieuwe zakenpartners ontmoeten, de toekomstige uitrusting voor de zaak vinden, persoonlijke begeleiding krijgen, financiële steun vinden ...

Video-vergaderingen kunnen nooit fysieke ontmoetingen vervangen.

Ze worden geteisterd door eenzaamheid en ontmoediging tijdens de ontwikkeling en de opstart van hun zaak.

Maar de meesten blijven vertrouwen hebben, ze zien in dat ze hun projecten en sectoren moeten diversifiëren. Ze bestendigen hun projecten tegen een nieuwe pandemie. Ze beseffen dat de situatie weer normaal zal worden en ze goede zaken zullen kunnen doen. En deze crisis zal ook dwingen tot de ontwikkeling van nieuwe digitale diensten ...

De sleutel tot succes voor deze jonge ondernemers is hun aanpassingsvermogen, door in te pikken op de nieuwe markten als gevolg van nieuw consumentengedrag.

Deze crisis dwingt de jonge ondernemers inderdaad om zichzelf opnieuw uit te vinden.

Een onderzoek uitgevoerd in samenwerking met
ICHEC Brussels Management School
Dr Mohamed Selmouni