



Flitspeiling Nederlandse Economie

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat

M231229

Caress Ridder
Eric-Jan Klöne

4-1-2024

c.ridder@motivaction.nl
e.klone@motivaction.nl



Achtergrond

In opdracht van het ministerie van EZK heeft Motivaction International B.V. een flitspeiling uitgevoerd naar het publieke sentiment over de Nederlandse economie.

Doelstelling

Inzicht krijgen in:

- De basishouding van Nederlanders tegenover (verschillende typen) bedrijven;
- De perceptie van aantrekkelijkheid van Nederland voor bedrijven, inclusief het vestigingsklimaat;
- De perceptie van de rol(len) van de overheid, bedrijven en de consument in de Nederlandse economie;
- De perceptie van ontwikkelingen als digitalisering en verduurzaming op de Nederlandse economie;
- De bekendheid, associaties en perceptie van welvaarts groei in Nederland.

Doelgroep en steekproef

Het onderzoek is online uitgevoerd onder een steekproef uit de Nederlandse bevolking van 18 tot 80 jaar. De steekproef bestaat uit 1.003 Nederlanders uit het StemPunt-panel van Motivaction en is - na weging - representatief voor leeftijd, opleiding, geslacht, regio en waardenoriëntatie (Mentality-milieu).

Veldwerkperiode

De data zijn verzameld in de periode van 12 t/m 18 december 2023.

Leeswijzer

De resultaten worden op totaalniveau weergegeven. Verschillen tussen Nederlanders met een onder- en bovenmodaal inkomen worden waar relevant aangegeven in de tekst. Waar mogelijk wordt een vergelijking met de vorige meting gemaakt. Percentages $\leq 3\%$ worden vanwege de leesbaarheid in de grafieken niet weergegeven.

Management summary

Nederlanders staan positief tegenover bedrijven in Nederland

- Verschillende type bedrijven in Nederland roepen spontaan veelal positieve associaties op.
- Nederlanders zijn het meest positief over het MKB en startups, dit komt overeen met het beeld van vorige meting.
- Het merendeel van de Nederlanders (62%) vindt Nederland aantrekkelijk voor bedrijven, slechts 5% vindt Nederland onaantrekkelijk.
- De meest genoemde reden voor de aantrekkelijkheid van Nederland voor bedrijven is de goede fysieke infrastructuur. Mensen die Nederland onaantrekkelijk vinden voor bedrijven, noemen de slecht functionerende overheid en het ongunstige belastingklimaat als redenen.

Een minderheid (45%) van de Nederlanders heeft een positief beeld van het Nederlandse vestigingsklimaat

- De grootste groep (41%) denkt dat het vestigingsklimaat de afgelopen jaren gelijk is gebleven, slechts een klein deel (7%) denkt dat dit is verbeterd.

Nederlanders vinden dat er een rol is weggelegd voor zowel de overheid als bedrijven op een aantal maatschappelijke thema's zoals verduurzaming en technologische ontwikkelingen

- 64% van de Nederlanders vindt het belangrijk dat de overheid onze economie beschermt door in de EU afspraken te maken.
- Ook vindt een meerderheid (58%) dat de overheid een actievere rol moet spelen in het stimuleren van innovatie en ondernemerschap. 55% vindt dat de overheid belastingvoordelen moet bieden ten gunste van werkgelegenheid.
- Het merendeel van de Nederlanders (69%) vindt dat bedrijven moeten investeren in verduurzaming en de lokale werkgelegenheid
- 62% van de Nederlanders ziet ook eigen gewin bij een goede economie.
- Veel Nederlanders vinden dat het bedrijfsleven een belangrijke bijdrage levert aan innovatie en technologische ontwikkelingen (61%), en dat het bedrijfsleven zorgt voor de groei van de welvaart (61%).
- Een ruime meerderheid (76%) vindt dat bedrijven die meer vervuilen ook meer moeten betalen aan verduurzaming.
- Een minderheid (32%) vindt dat verduurzaming voor rekening van bedrijven moet komen.

Management summary

Nederlanders hebben een redelijk beeld van en bij de term welvaartsgroei

- Zo'n driekwart van de Nederlanders weet ongeveer tot goed wat welvaartsgroei betekent
- De term welvaartsgroei roept positieve associaties op, zoals meer te besteden, groei van en meer welvaart
- Als voorbeelden van welvaartsgroei in de omgeving wordt meer groen, koopkracht, loonsverhoging en meer te besteden genoemd
- De meerderheid vindt dat welvaartsgroei ook gaat over levenskwaliteit en voorzieningen (75%), en dat welvaartsgroei gepaard moet gaan met investeringen in onderwijs (69%)
- Ongeveer een derde (32%) denkt dat verduurzaming ten koste gaat van welvaartsgroei
- Eveneens een derde (31%) is bereid meer te betalen voor duurzame producten en diensten die welvaartsgroei bevorderen



Resultaten

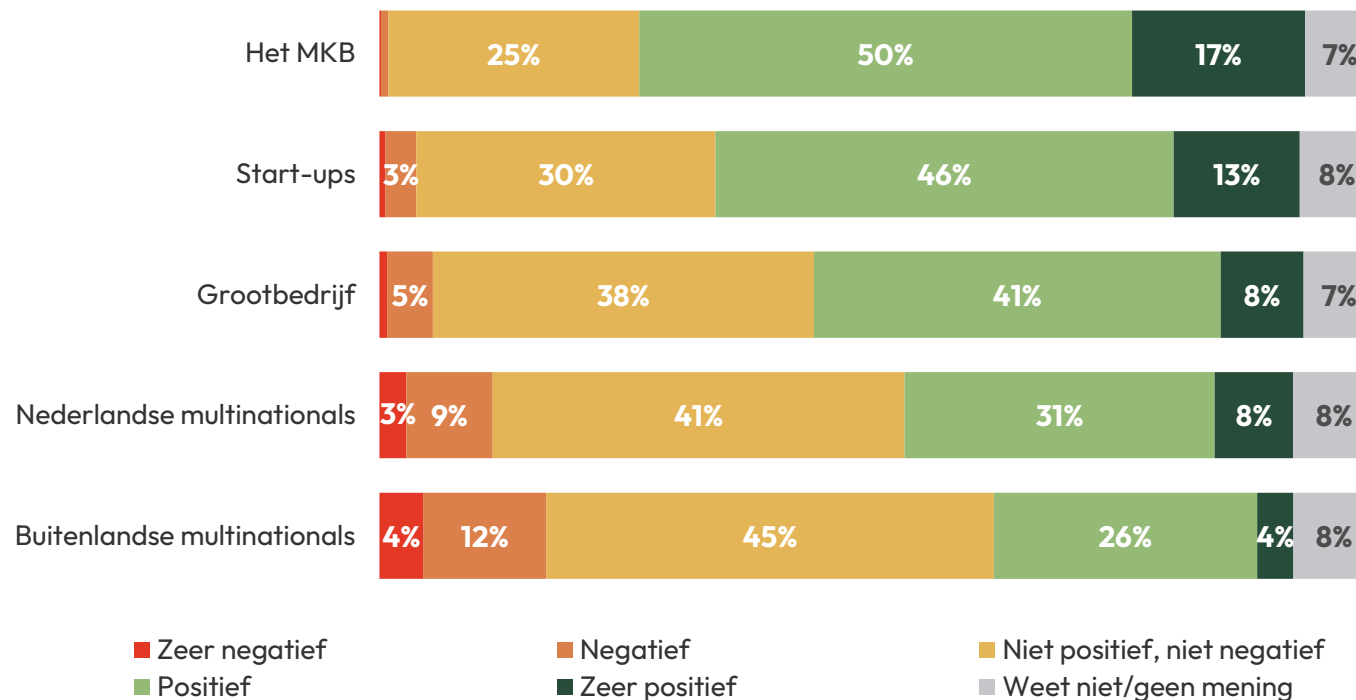
Nederlanders zijn het meest positief over het MKB en startups

De percentages zijn niet veranderd ten opzichte van de meting die in februari 2022 is uitgevoerd.

Nederlanders die modaal en bovenmodaal verdienen staan positiever tegenover de verschillende type bedrijven dan Nederlanders die beneden modaal verdienen.

Hoe sta je tegenover de volgende type bedrijven in Nederland?

(Basis - allen, n=1.003)

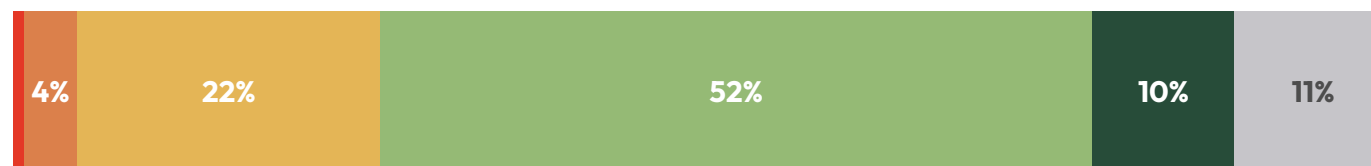


Merendeel van de Nederlanders vindt Nederland aantrekkelijk voor bedrijven, slechts 5% vindt Nederland onaantrekkelijk

In de meting in 2022 vonden Nederlanders Nederland even aantrekkelijk voor bedrijven als in 2023.

Nederlanders die bovenmodaal verdienen vinden Nederland aantrekkelijker voor bedrijven dan Nederlanders die beneden modaal verdienen, maar het verschil is relatief klein: 59% vs. 69%.

In hoeverre denk je dat Nederland aantrekkelijk is voor bedrijven?
(Basis - allen, n=1.003)



- Zeer onaantrekkelijk
- Niet aantrekkelijk/niet onaantrekkelijk
- Zeer aantrekkelijk
- Onaantrekkelijk
- Aantrekkelijk
- Weet niet/geen mening

Meest genoemde reden van de aantrekkelijkheid van Nederland voor bedrijven is de goede fysieke infrastructuur, onaantrekkelijke punten hebben te maken met de overheid en politiek

In de meting in 2022 noemden Nederlanders de hoogopgeleide beroepsbevolking vaker als aantrekkelijk punt voor bedrijven (45% vs. 39%).

In de meting in 2022 stond onvoldoende kwaliteit en beschikbaarheid van (internationaal) onderwijs op de 5^{de} plek in onaantrekkelijke punten voor bedrijven. Dit punt wordt in de huidige meting aanzienlijk minder vaak genoemd (5% vs. 19%).

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen noemen vaker aantrekkelijke punten dan Nederlanders met een beneden modaal inkomen.

Wat maakt Nederland volgens jou tot een aantrekkelijk land voor bedrijven?

(Basis - Vindt Nederland (zeer) aantrekkelijk voor bedrijven, n=622)

Top 5 antwoorden



Wat maakt Nederland volgens jou tot een onaantrekkelijk land voor bedrijven?

(Basis - Vindt Nederland (zeer) onaantrekkelijk voor bedrijven, n=46)

Top 5 antwoorden



Een minderheid heeft een positief beeld van het Nederlandse vestigingsklimaat; de grootste groep denkt dat het vestigingsklimaat gelijk is gebleven

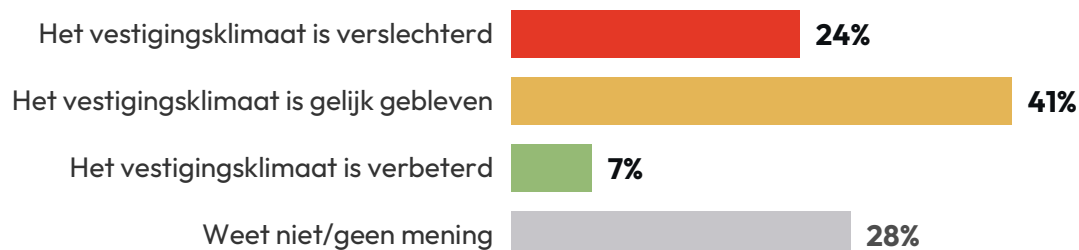
In de huidige meting hebben Nederlanders vaker een antwoord/mening op de vraag hoe positief of negatief hun beeld is van het Nederlandse vestigingsklimaat dan in 2022: 16% heeft geen mening, dat was 21% in 2022). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat in de huidige meting een uitleg is toegevoegd aan de term 'vestigingsklimaat'.

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen staan positiever tegenover het vestigingsklimaat dan Nederlanders met een benedenmodaal inkomen (56% vs. 38%).

Hoe positief of negatief is jouw beeld van het Nederlandse vestigingsklimaat over het algemeen?
(Basis - allen, n=1.003)



Heb je het idee dat het vestigingsklimaat in Nederland de afgelopen jaren is verbeterd of verslechterd?
(Basis - allen, n=1.003)



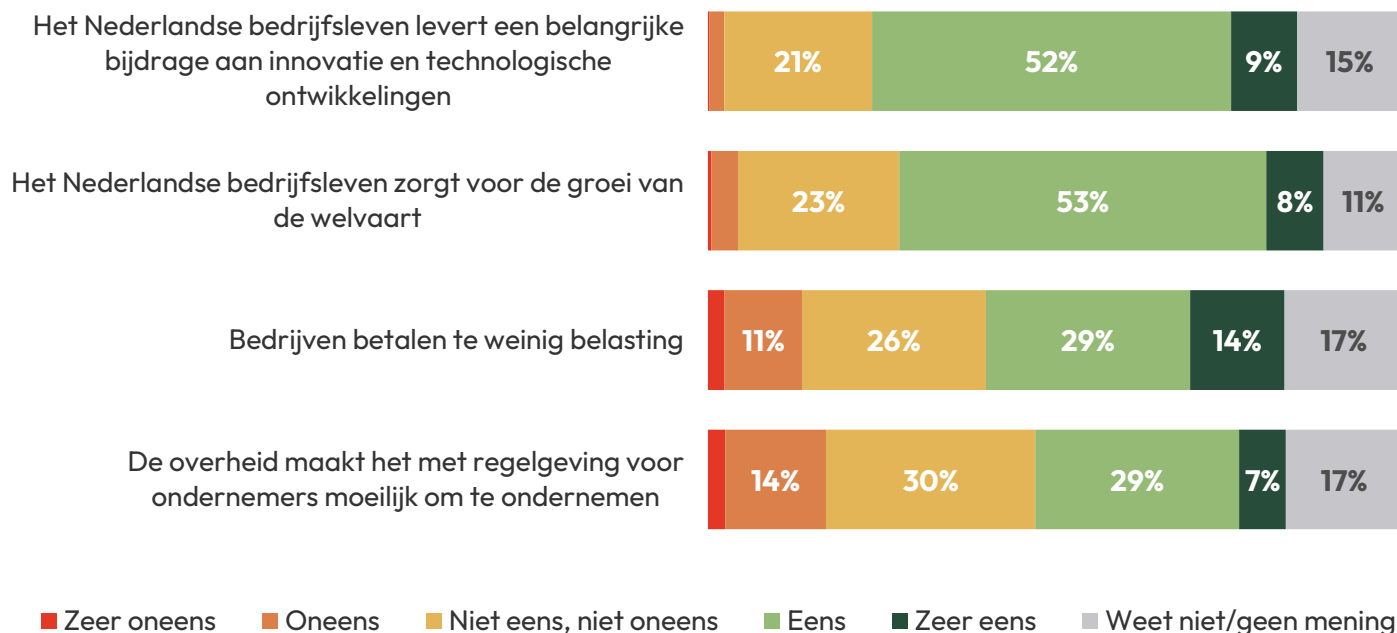
Nederlanders vinden dat het bedrijfsleven een belangrijke bijdrage levert aan innovatie en technologische ontwikkelingen, als ook zorgt voor de groei van de welvaart

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen vinden vaker dat het Nederlandse bedrijfsleven een belangrijke bijdrage levert aan innovatie en technologische ontwikkelingen dan Nederlanders met een benedenmodaal inkomen (73% vs. 54%). Ook vinden zij vaker dat het Nederlandse bedrijfsleven zorgt voor groei van de welvaart (74% vs. 53%).

De eerste, derde en vierde stelling zijn ook in 2022 voorgelegd. De percentages zijn niet veranderd.

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

(Basis - allen, n=1.003)



Het overgrote deel vindt dat bedrijven die meer vervuilen ook meer moeten betalen aan verduurzaming; verduurzaming moet niet per se voor rekening van bedrijven komen

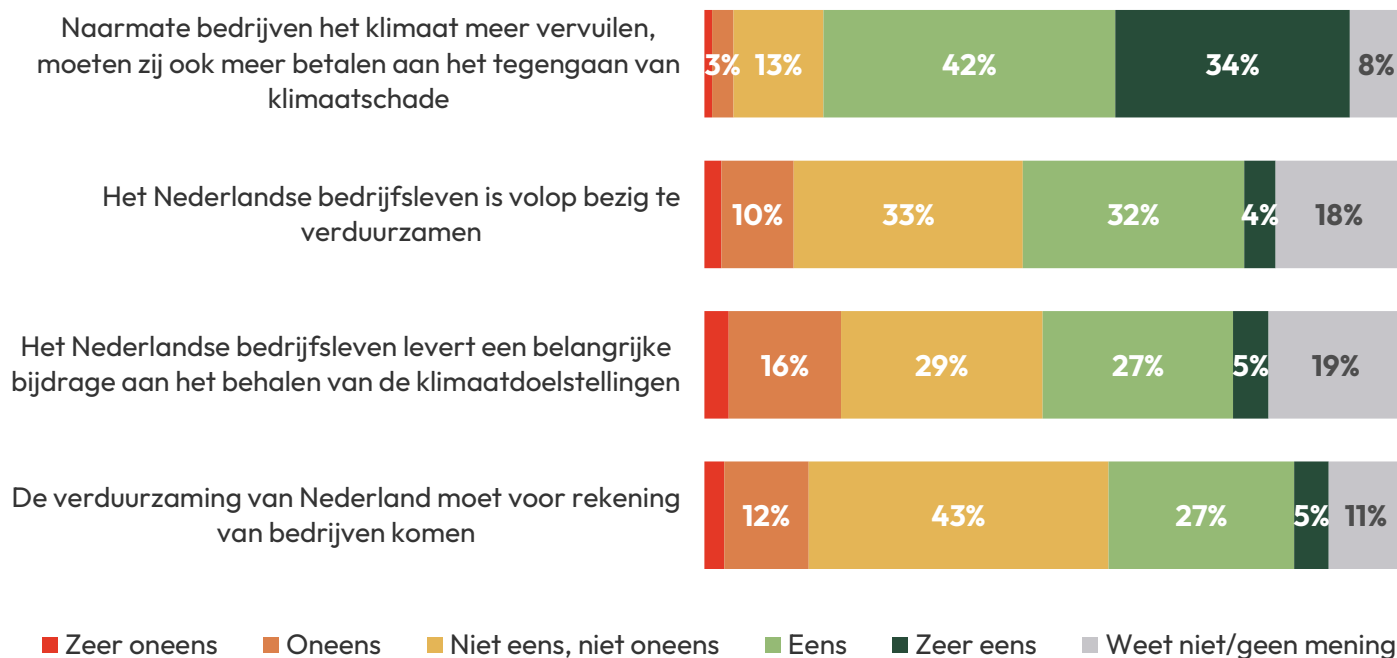
In de huidige meting vinden Nederlanders vaker dat het Nederlandse bedrijfsleven een belangrijke bijdrage levert aan het behalen van klimaatdoelstellingen (32% vs. 24% in 2022). Nederlanders vinden minder vaak dat de verduurzaming van Nederland voor rekening van bedrijven moet komen (32% vs. 40%).

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen vinden vaker dat het Nederlandse bedrijfsleven volop bezig is te verduurzamen (42% vs. 33%). Nederlanders met een beneden modaal inkomen hebben vaker geen antwoord op deze stelling (24% vs. 10%).

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen vinden ook vaker dat bedrijven die meer vervuilen ook meer moeten betalen (82% vs. 72%).

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

(Basis - allen, n=1.003)

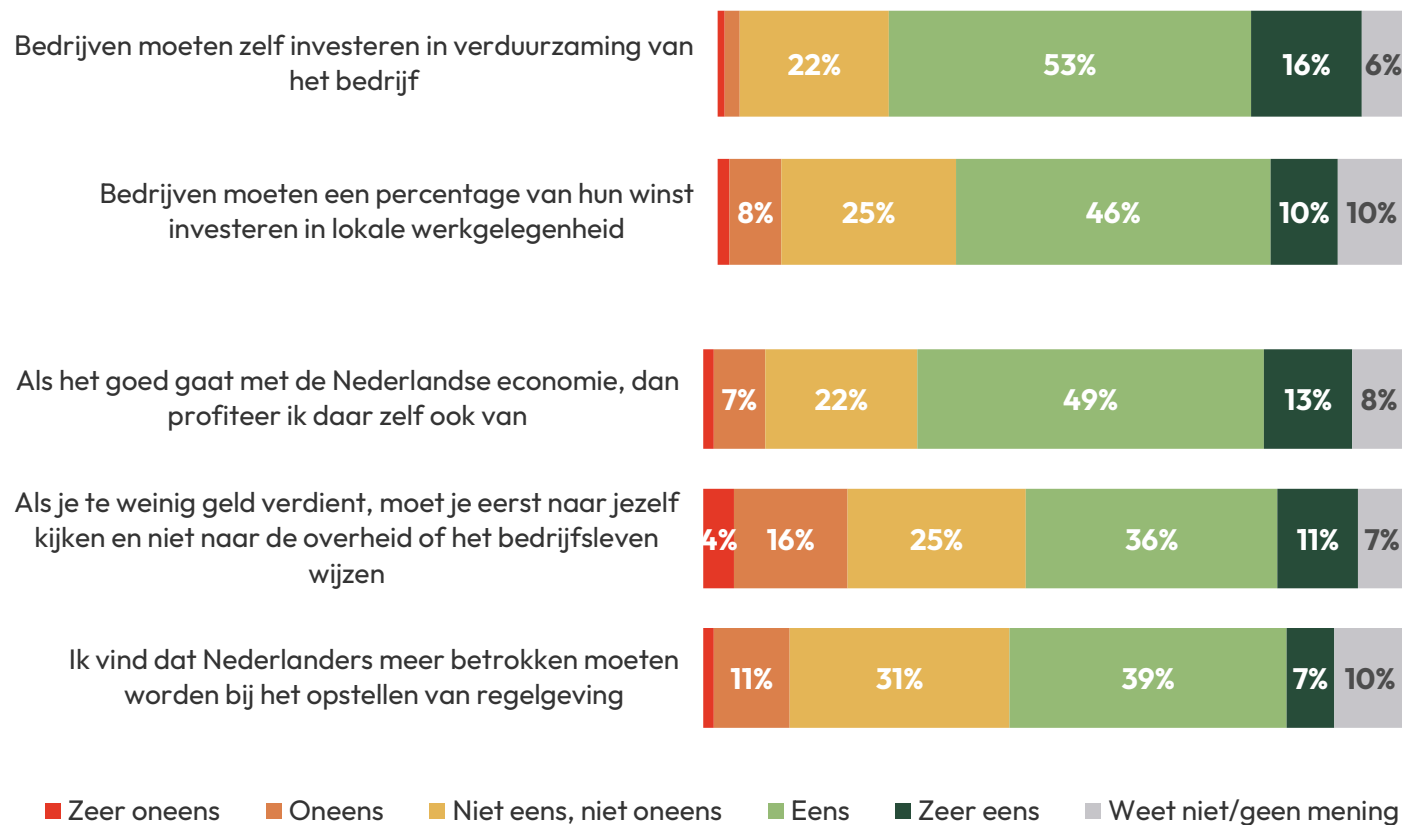


Merendeel van de Nederlanders vindt dat bedrijven moeten investeren in verduurzaming en de lokale werkgelegenheid; Nederlanders zien ook eigen gewin bij een goede economie

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen vinden vaker dat zij er zelf ook van profiteren als het goed gaat met de Nederlandse economie dan Nederlanders met een beneden modaal inkomen (73% vs. 53%). Ook vinden zij vaker dat je eerst naar jezelf moet kijken als je te weinig geld verdient (60% vs. 40%).

In hoeverre ben je het eens of oneens met deze stellingen?

(Basis - allen, n=1.003)

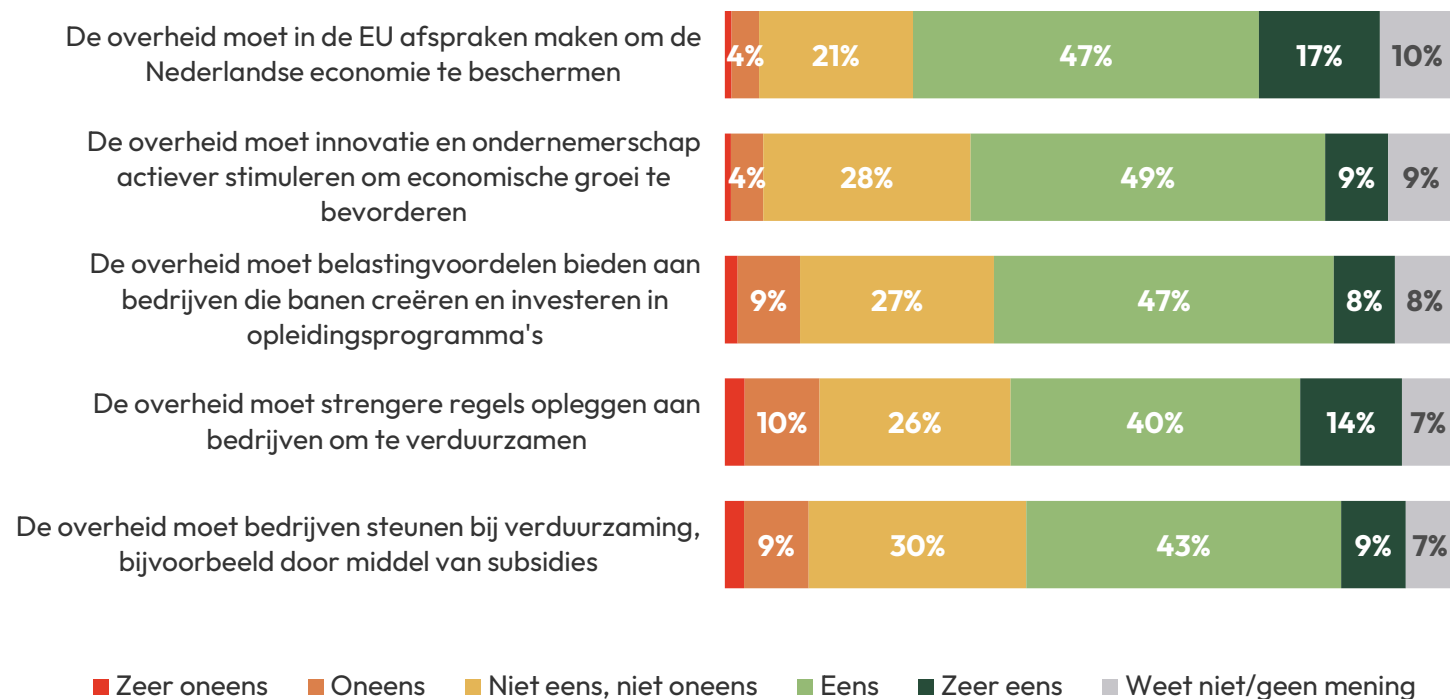


Nederlanders vinden het belangrijk dat de economie beschermt wordt, de overheid moet een actieve rol spelen door innovatie en ondernemerschap te stimuleren en voordelen te bieden

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen vinden vaker dat de overheid innovatie en ondernemerschap moet stimuleren dan Nederlanders met een beneden modaal inkomen (66% vs. 55%). Ook vinden zij vaker dat bedrijven zelf moeten investeren in verduurzaming van het bedrijf (78% vs. 61%).

In hoeverre ben je het eens of oneens met deze stellingen?

(Basis - allen, n=1.003)

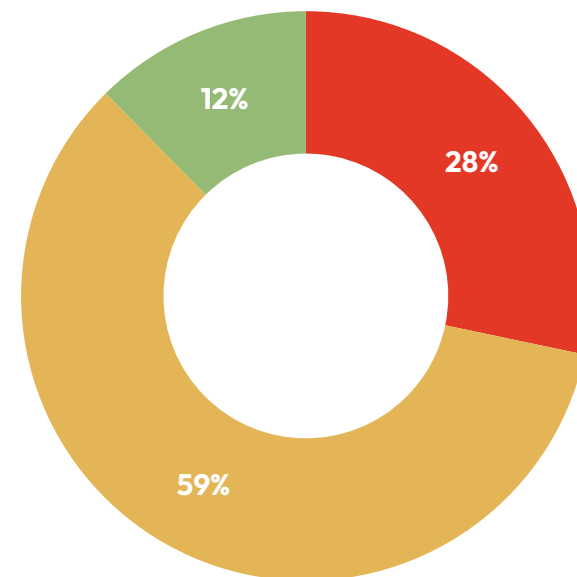


Ongeveer driekwart van de Nederlanders weet ongeveer tot goed wat welvaartsgroei betekent

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen weten vaker ongeveer wat welvaartsgroei betekent dan Nederlanders met een beneden modaal inkomen (65% vs. 56%). Nederlanders met een ondermodaal inkomen weten vaker niet wat welvaartsgroei betekent (33% vs. 23%).

Ben je bekend met de term welvaartsgroei?

(Basis - allen, n=1.003)



- Nee, ik weet niet wat dit betekent
- Ja, ik weet ongeveer wat dit betekent
- Ja, ik weet goed wat dit betekent

De meerderheid vindt dat welvaartsgroei ook gaat over levenskwaliteit en voorzieningen, welvaartsgroei moet dan ook gepaard gaan met investeringen in onderwijs

Nederlanders met een bovenmodaal inkomen vinden vaker dat welvaartsgroei over meer moet gaan dan geld verdienen (81% vs. 72%). Zij vinden ook vaker dat welvaartsgroei gepaard moet gaan met investeringen in onderwijs (78% vs. 34%), dat technologische innovatie een goed middel is om welvaartsgroei te stimuleren (70% vs. 47%) en ze zijn bereid meer te betalen voor producten en dienst en die bijdragen aan duurzame welvaartsgroei (42% vs. 26%) dan Nederlanders met een ondermodaal inkomen.

In hoeverre ben je het eens of oneens met deze stellingen?

(Basis - allen, n=1.003)





Bijlagen

Bijlage - Onderzoekstechnische informatie

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 12/12/2023 tot 18/12/2023.

Methode respondentenselectie

Uit het StemPunt-panel van Motivaction.

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen.

Weging

De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

Toonmateriaal

n.v.t.

Inschakelen externe leveranciers

n.v.t.

Responsverantwoording online onderzoek

In de veldwerkperiode is aan 4418 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tot tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Hetzelfde geldt voor schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten. Een uitzondering vormen beeld- en geluidsopnames van respondenten, deze worden ten hoogste 6 maanden bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.



Wij verminderen onze footprint

Motivaction
is ISO 14001-gecertificeerd

Motivaction gebruikt
energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt
groene stroom

Motivaction gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-label

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Algemene voorwaarden

Artikel 1 – Algemeen

Deze Algemene voorwaarden zijn van toepassing op alle overeenkomsten tussen Motivaction International bv (hierna: de ‘**Opdrachtnemer**’) en een (potentiële) opdrachtgever (hierna: de ‘**Opdrachtgever**’) met betrekking tot door Opdrachtnemer te verrichten marktonderzoek (hierna: de ‘**Opdracht**’).

Afwijkingen van deze Algemene voorwaarden kunnen uitsluitend schriftelijk worden overeengekomen en gelden alleen voor de Opdracht waarop zij van toepassing zijn verklaard.

De wijze waarop Opdrachtnemer onderzoek uitvoert is gecertificeerd conform de ISO-20252:2019 norm voor markt-, opinie- en sociaal wetenschappelijk onderzoek. Het managementsysteem voor informatiebeveiliging van Opdrachtnemer is gecertificeerd conform ISO 27001:2015. Het milieumanagementsysteem van Opdrachtnemer is ISO14001:2015 gecertificeerd.

Artikel 2 – MOA-voorwaarden

Voor zover in de onderhavige Algemene voorwaarden daar niet expliciet van wordt afgeweken, zijn op alle Opdrachten de Algemene voorwaarden van de MarktOnderzoekAssociatie Nederland (hierna te noemen: de ‘**MOA-voorwaarden**’) van toepassing. De MOA-voorwaarden zijn te downloaden op www.moaweb.nl onder 'Over de MOA'. Op verzoek worden de voorwaarden toegezonden.

Artikel 3 – Offertes

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 3 van de MOA-voorwaarden gelden door Opdrachtnemer aan Opdrachtgever verstrekte offertes voor een termijn van 30 dagen na dagtekening van de offerte, terwijl Opdrachtnemer zich het recht voorbehoudt om na het verstrijken van deze termijn de planning en/of de kosten, in overleg met Opdrachtgever, aan te passen.

Artikel 4 – Intellectuele eigendomsrechten

Indien bij de uitvoering van de Opdracht door Opdrachtnemer gebruik wordt gemaakt van de door Opdrachtnemer ontwikkelde segmentatiemodellen 'Mentality' en/of 'BusinessLocus', dan wel van daarop gebaseerde nieuw ontwikkelde segmentatiemodellen, geldt dat alle (intellectuele eigendoms)rechten, zowel met betrekking tot die modellen als met betrekking tot de daarmee verzamelde data, aan Opdrachtnemer zullen (blijven) toebehoren. Het voorgaande betekent, onder meer, dat ingeval Opdrachtgever de met de genoemde segmentatiemodellen verzamelde data van Opdrachtnemer ter beschikking heeft gekregen, Opdrachtgever deze niet zonder schriftelijke toestemming van Opdrachtnemer als basis voor ander onderzoek of doel (dan dat waarop de Opdracht betrekking had) mag gebruiken, of om welke reden dan ook aan derden ter beschikking mag stellen of door derden mag doen gebruiken, bij gebreke waarvan Opdrachtgever schadeplichtig jegens Opdrachtnemer.

Artikel 5 – Facturering

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 8 van de MOA-voorwaarden geschiedt de facturering in twee termijnen: twee derde bij de opdrachtbevestiging en een derde na afronding van de Opdracht. Opdrachtnemer behoudt zich echter het recht voor van deze bepaling af te wijken en in één termijn te factureren bij opdrachtbevestiging; bedragen tot € 10.000,- zullen altijd in één keer gefactureerd worden.

Deze Algemene voorwaarden van Motivaction International bv zijn gedeponeerd bij de Griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam onder nummer 58/2012, versie juni 2012.

Indien in deze offerte sprake is van het aanbieden van door Motivaction International bv ontwikkelde of te ontwikkelen softwareproducten, dan zijn naast de Algemene voorwaarden Motivaction International bv de Algemene voorwaarden IT-Development Motivaction International bv van toepassing. Deze voorwaarden zijn te vinden op de website www.motivaction.nl in de footer.



meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl