



# KMO Barometer 2023

## Uitkomsten kmo's België, *Productie*

# Inhoud

1. Inleiding en methodologie
2. Samenvatting van de resultaten
3. Resultaten per onderwerp:
  - A. Financiële vooruitzichten en bedrijfsdoelen
  - B. Data, digitalisering en software
  - C. Boekhouding
  - D. Verantwoord ondernemen
  - E. Human Resources
4. Contact

# 1. Inleiding en methodologie

# Over het KMO Barometer onderzoek

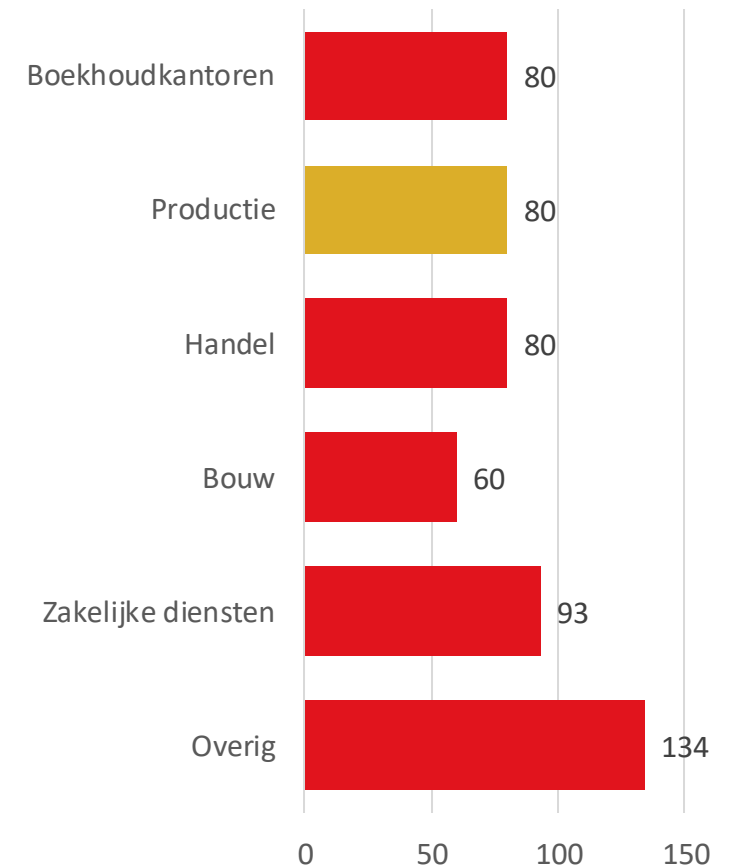
Met het KMO Barometer onderzoek houdt Exact vinger aan de pols bij kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's). De KMO Barometer is een onderzoek naar zakelijke uitdagingen van kmo's, onder meer op het gebied van financiën, de rol van nieuwe technologieën, verantwoord ondernemen en human resources. Het is een terugkerend tweeverjaarsonderzoek dat alweer voor de zevende keer is uitgevoerd in Nederland en België. Het onderzoek richt zich zowel op kmo's als geheel, als specifiek op enkele sectoren.

## Methodologie

Onafhankelijk ICT-onderzoeksbureau [Pb7 Research](#) heeft in het begin van 2023 een willekeurige web-gebaseerde panel survey uitgevoerd onder van 1093 bedrijven in Nederland en België met 5 tot 250 werknemers. Desteekproef is zodanig ingericht dat er voldoende interviews binnen een beperkt aantal sectoren werden uitgevoerd om over die sectoren goed onderbouwde uitspraken te kunnen doen. Door de dataset te wegen, zijn de uitkomsten representatief gemaakt voor het totaal van de Belgische kmo's (5 tot 250 werknemers). In België zijn in totaal 527 interviews uitgevoerd, waaronder 80 productiebedrijven.

In deze samenvatting van de belangrijkste bevindingen vindt u de analyse en conclusies van Pb7 Research met betrekking tot de Belgische productiebedrijven. De analyse betreft de interpretatie en visie van Pb7 Research. De opdrachtgever van het onderzoek is het niet per definitie eens met de gepresenteerde analyse.

## Steekproef België (N=527)



## 2. Samenvatting van de resultaten

# Samenvatting KMO Barometer 2023, Productiebedrijven

In 2023 liet Exact voor de zevende keer het KMO Barometer onderzoek uitvoeren. Dit onderzoek, dat werd gehouden onder 527 Belgische kmo's in het eerste kwartaal van 2023, waarvan 80 uit de productiesector, laat zien dat productiebedrijven voor veel uitdagingen staan. Het zijn dan ook economisch onzekere tijden. In de keten zien we nog altijd een tekort aan materialen en lange levertijden. De inflatie is door de geopolitieke situatie ongekend hoog en er is een groot tekort aan personeel.

## **Omzet- en winstverwachtingen en uitdagingen**

Ondernemers in de productiesector zijn bijzonder gematigd over hun omzet- en winstverwachting voor 2023. De inflatie is daar een belangrijke oorzaak van. Veel productiebedrijven zien dat het een negatieve impact heeft op hun productie en omzet. Bovendien kunnen ze de duurdere grondstof- en productiekosten niet zo maar doorberekenen aan hun klanten. De belangrijkste sectorspecifieke zakelijke uitdaging voor 2023 is dan ook de hoge energieprijzen. Maar we zien ook dat productinnovatie en werving van technisch personeel hoog blijven staan. Productiebedrijven zetten dan ook vooral in op het introduceren van nieuwe producten om hun bedrijfsdoelen te realiseren, in combinatie met het optimaliseren van digitale kanalen. We moeten wel constateren dat het omarmen van nieuwe verdienmodellen daarbij tijdelijk wat op de achtergrond is geraakt.

## **Digitalisering**

De almaar stijgende kosten en krappe arbeidsmarkt vergroten de noodzaak om efficiënt te werken. Digitalisering en automatisering kunnen daarbij helpen. Uit het KMO Barometer onderzoek blijkt dat productiebedrijven daarom inderdaad vooral naar digitalisering kijken om processen te automatiseren, in combinatie met het verbeteren

**=exact**

van de online klantervaring. Ook willen ze graag meer sturen op data, maar beschikken ze daarvoor nog niet over de juiste tools.

## **Boekhoudkundige uitdagingen**

Kijken we specifiek naar boekhoudkundige uitdagingen, dan zien we dat productiebedrijven vooral minder administratieve druk willen en betere financiële inzichten. Ook het boekhoudkantoor speelt daarin een belangrijke rol. Productiebedrijven verwachten steeds meer waarde van de boekhouder. Door online samen te werken beschikken beide partijen over betere data, waardoor beter advies kan worden geleverd en beter en sneller gestuurd kan worden.

## **Verantwoord ondernemen en Human Resources**

Voor het eerst vroegen we respondenten van het KMO Barometer onderzoek naar hun mening over verantwoord ondernemen. Een hot topic zo blijkt, want voor 64% van de kmo's in de productiesector is verantwoord ondernemen een belangrijke bedrijfsdoelstelling. Voor productiebedrijven geldt dat ze vooral naar duurzaamheid kijken, zowel binnen de eigen organisatie als bij toeleveranciers. Ook op het gebied van diversiteit en inclusie wordt actief beleid gevoerd door 39% van de Belgische productiebedrijven.

Op het gebied van HR hebben productiebedrijven vooral veel moeite met een combinatie van het opvangen van verlof- en verzuim en het vervullen van vacatures. Het introduceren van selfservice in de verlof en verzuimadministratie zou daarbij een bijdrage kunnen leveren. Verder zien we dat productiebedrijven blijven investeren in digitale middelen om efficiënt en veilig vanuit huis te kunnen werken.

# 3A. Uitkomsten:

*Financiële vooruitzichten en bedrijfsdoelen*

# Omzet- en winstverwachtingen

Belgische kmo's staan in 2023 voor vele uitdagingen. Hoewel de Covid-19-pandemie officieel voorbij is, zijn de economische gevolgen ervan nog altijd merkbaar: materiaal schaarste en lange levertijden zijn nog steeds aan de orde van de dag. Bovendien drijft de geopolitieke situatie de prijzen op en blijkt de krapte op de arbeidsmarkt een structurele uitdaging. Dat deze uitdagingen productiebedrijven bezighouden, zien we terug in de resultaten van het Exact KMO Barometer onderzoek.

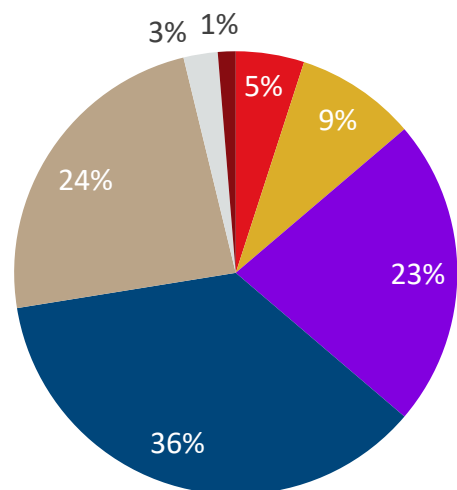
## Productiebedrijven hebben het moeilijk in 2023:

### 31% verwacht verliezen te moeten noteren

37% van de productiebedrijven verwacht dit jaar een krimpende omzet. In de meeste gevallen gaat het om een beperkte krimp, maar bij toch nog een behoorlijke groep is de afname sterk of zelfs zeer sterk. Daar staat aan de positieve kant tegenover dat 28% verwacht te gaan groeien.

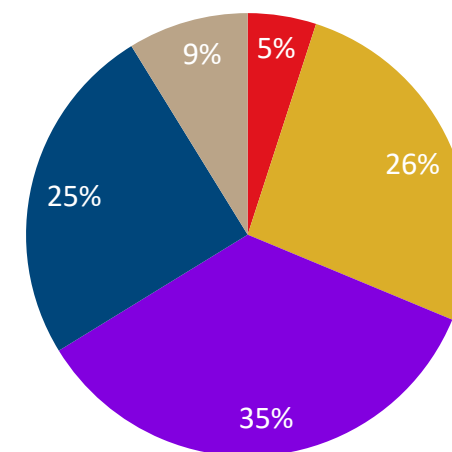
Er is een grote groep bedrijven dat een moeilijk jaar tegemoet gaat: 31% verwacht verlies te lijden in 2023, meer dan in alle andere onderzochte sectoren. En daar staat tegenover dat ook maar 34% verwacht om echt winst te gaan maken.

Verwacht u dat uw omzet toe- of afneemt in 2023?



- Zeer sterke afname (meer dan 10%)
- Sterke afname (-5 tot -10%)
- Afname (-5% tot -2%)
- Stabiel (-2% tot +2%)
- Toename (2% tot 5%)
- Sterke toename (5% tot 10%)
- Zeer sterke toename (meer dan 10%)

Verwacht u in 2023 een positieve dan wel een negatieve nettowinstmarge?

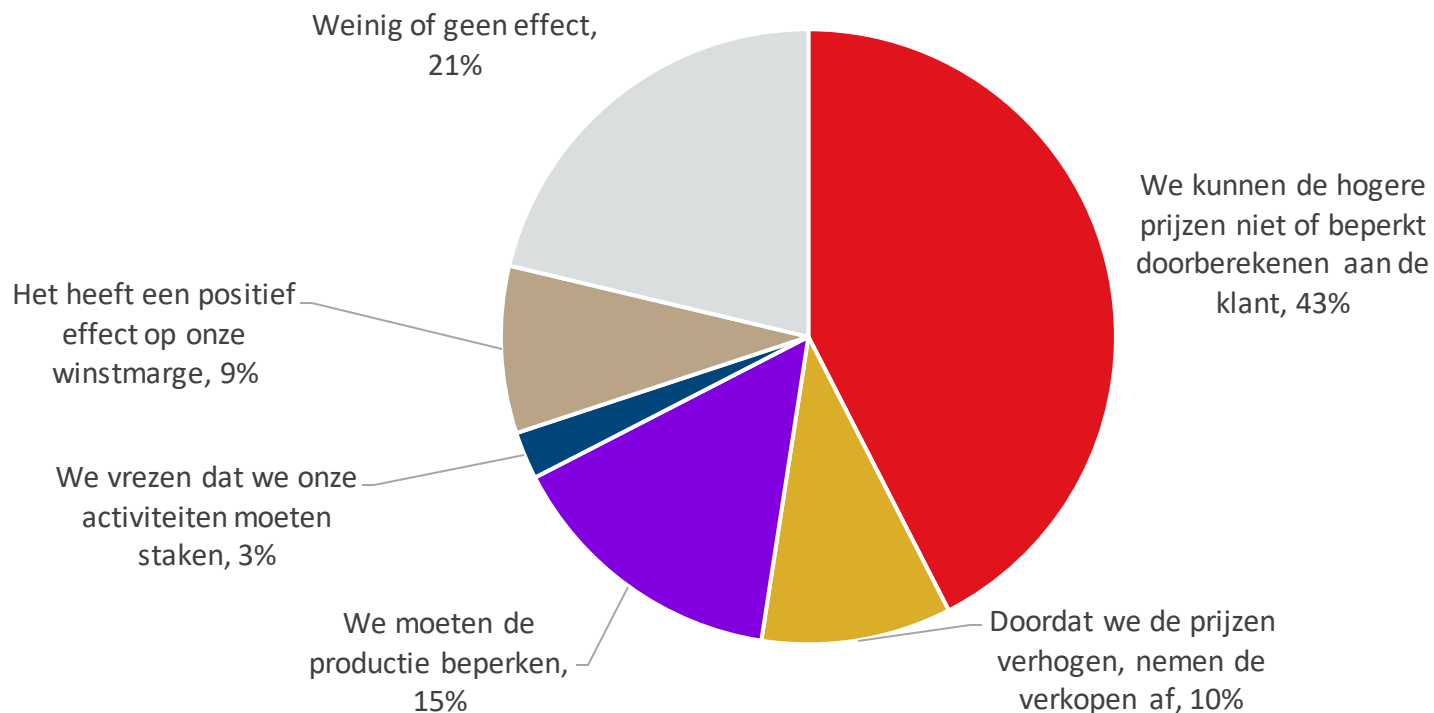


- Sterk negatief (meer dan 10%)
- Licht negatief (-10% tot -2%)
- Neutraal (-2% tot +2%)
- Licht positief (2% tot 10%)
- Sterk positief (meer dan 10%)



# Het effect van inflatie

Op welke manier heeft de inflatie (zoals hogere energie- en grondstofprijzen) effect op uw bedrijfsresultaat?



## Productiebedrijven zien vooral de winst onder druk staan door de hoge inflatie

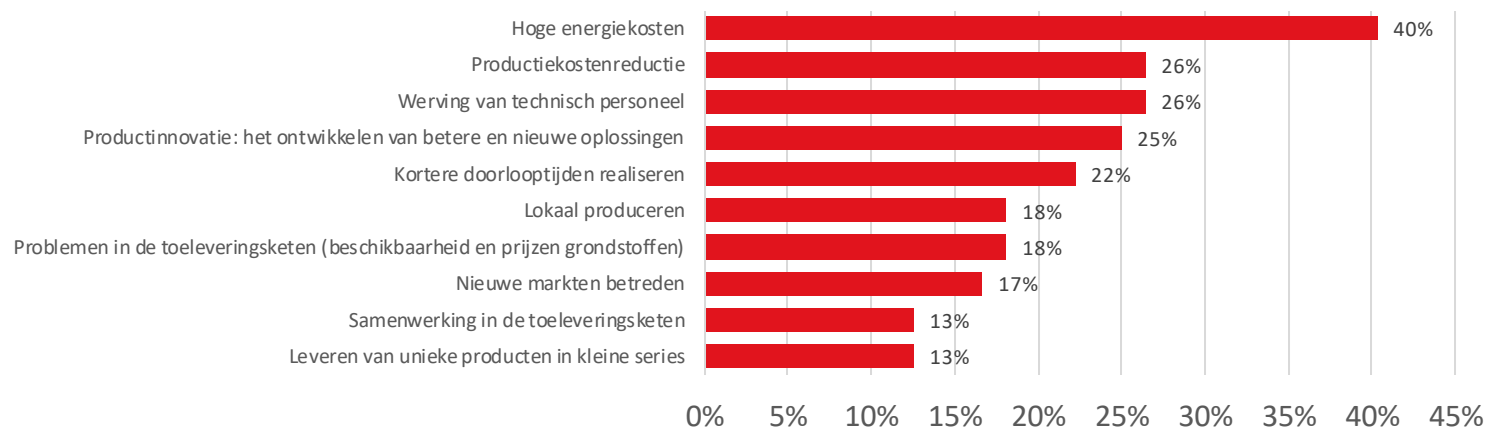
Zoals gezegd hebben productiebedrijven relatief veel last van de hoge inflatie die het gevolg is van de huidige geopolitieke situatie. Dat heeft impact op zowel de omzet als winstgevendheid van de sector in 2023.

Er zijn vooral veel productiebedrijven die zullen merken dat ze de hogere prijzen niet (volledig) door kunnen berekenen aan de klant (43%).

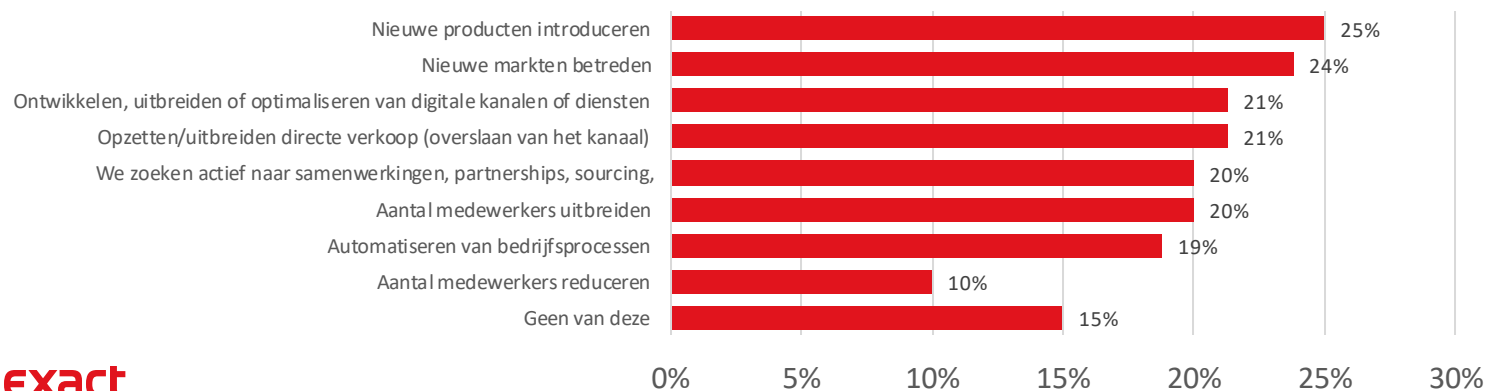
Andere productiebedrijven merken dat de (groei van de) omzet problematisch wordt: een op de tien (10%) ziet dat de verkopen onder druk komen te staan doordat ze hogere prijzen moeten berekenen; en een op de zes (15%) moet noodgedwongen de productie beperken. Voor 3% zou de hoge inflatie zelfs een bedreiging zijn voor het voortbestaan.

# Uitdagingen en bedrijfsdoelen

Wat zijn voor uw organisatie de drie belangrijkste sectorspecifieke uitdagingen?



Welke middelen bent u van plan te gebruiken om uw bedrijfsdoelen voor 2023 te realiseren?



## De geopolitieke situatie is bepalend voor de uitdagingen in de productiesector

De geopolitieke situatie is in belangrijke mate bepalend voor de uitdagingen in de productiesector. De hoge energiekosten (40%) staan fier bovenaan in de top-3 van sectorspecifieke uitdagingen. Wat mee lijkt te vallen zijn de problemen in de toeleveringsketen voor wat betreft de beschikbaarheid en prijzen van grondstoffen (18%).

Tegelijkertijd zien we dat belangrijke sectorspecifieke uitdagingen als productinnovatie, productiekostenreductie en de werving van technisch personeel niet minder groot zijn geworden. We zien dan ook dat het introduceren van nieuwe producten als het belangrijkste middel (25%) wordt beschouwd om de bedrijfsdoelen in 2023 te realiseren.

Dat de werving van technisch personeel een even grote uitdaging is gebleven, zegt iets over de structurele uitdagingen op de arbeidsmarkt. Interessant genoeg zet de sector net zo vaak in op automatisering (19%) als op het aantrekken van meer medewerkers (20%).

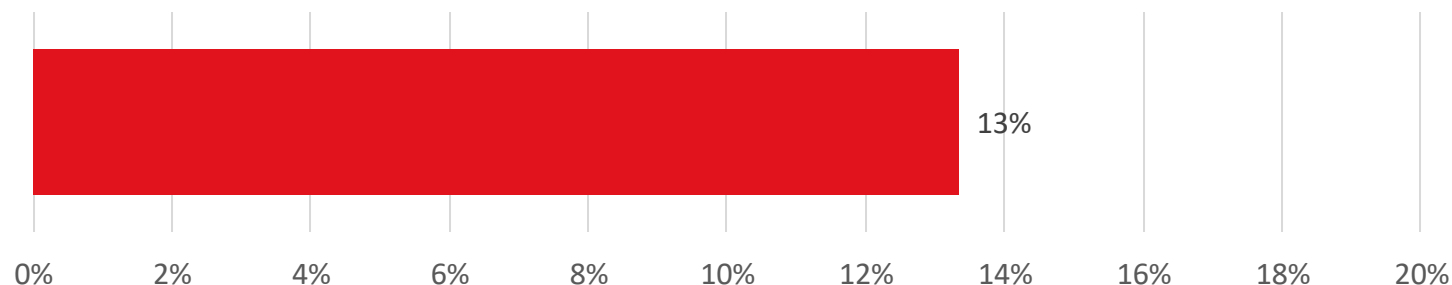
# Uitdagingen met zendingen

## Niet tijdig leveren kost de sector miljarden en verdient daarom meer aandacht

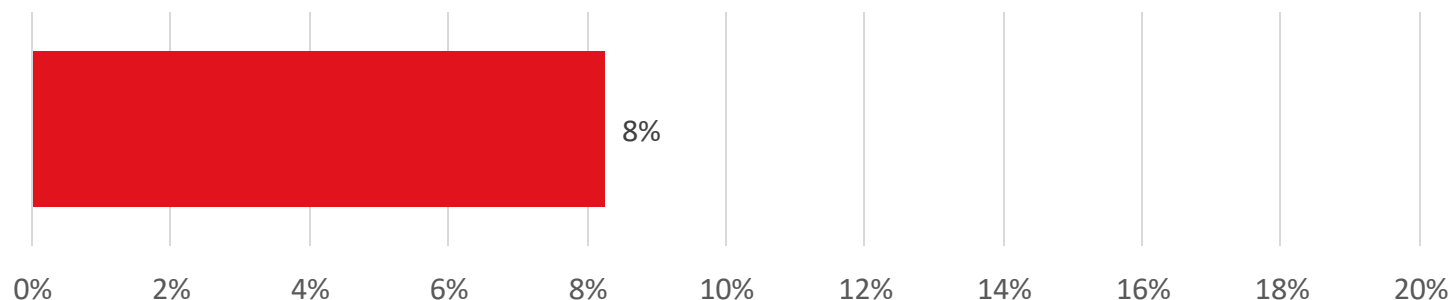
Op dit moment wordt een op de acht van alle zendingen met een of meer fouten geleverd. Dat zou geen probleem zijn, als alle klanten dat zouden accepteren. Toch geven de respondenten dat bij een late levering er een kans van 8% is dat een klant niet bij ze terugkeert.

De combinatie van foutieve leveringen en klanten die als gevolg daarvan vertrekken, komt overeen met een gemiddeld jaarlijks omzetverlies van 1,1%. Doorgerekend staat dat gelijk aan een gezamenlijke gedeerde omzet van rond de € 900 miljoen.

Hoeveel procent van alle zendingen wordt te laat of met één of meerdere fouten opgeleverd?



Hoeveel procent van uw klanten raakt u op jaarbasis kwijt als u niet op tijd heeft geleverd of als er een of meerdere fouten in de zending zitten?



# Nieuwe verdienmodellen

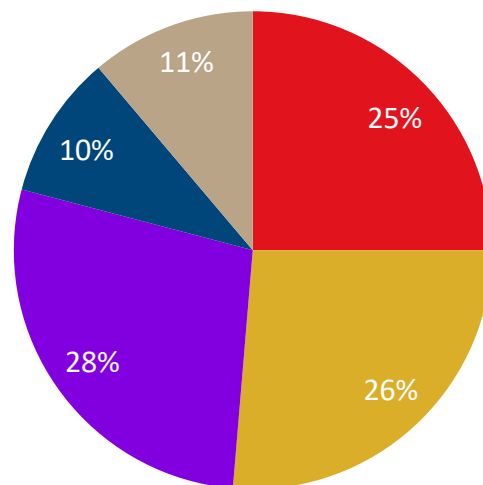
## Nieuwe verdienmodellen staan even op pauze en bereiden zich voor op nieuwe golf

Productiebedrijven kijken voor de toekomst niet alleen naar geopolitieke rust en productinnovatie. Ze zijn ook op zoek naar nieuwe verdienmodellen, die (veelal) mogelijk gemaakt worden door digitalisering.

Een belangrijk voorbeeld is het direct leveren aan consumenten. Online verkopen maken het mogelijk om het kanaal over te slaan. 21% van de productiebedrijven doet dit inmiddels al. Dat is een afname in vergelijking met de coronaperiode, toen "online" piekte. De terugval lijkt tijdelijk, want we zien dat meer dan de helft van alle producenten er momenteel over nadenkt of zelfs concrete plannen voor heeft.

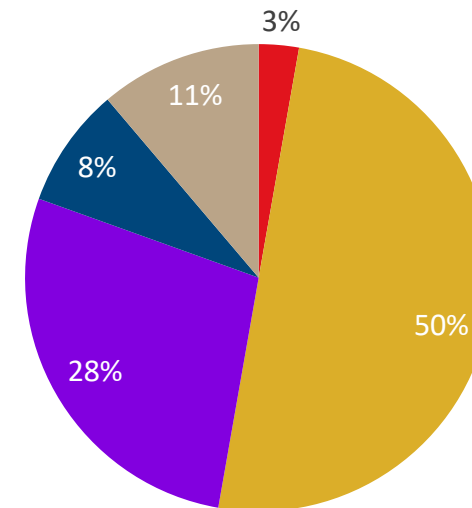
Een andere ontwikkeling, die meer vanuit de vraag komt, is het toenemende aantal orders voor kleinere series. We zien dat die verschuiving nog steeds plaatsvindt, maar dat ook hier ten opzichte van twee jaar geleden de tijd lijkt te hebben stil gestaan.

Levert u producten direct aan de consument, waarbij u het traditionele kanaal omzeilt



- Nee, daar zien we niets in
- Nee, maar we denken erover na
- Nee, maar we hebben concrete plannen
- Ja, maar beperkt
- Ja, grotendeels of volledig

Merkt u dat klanten steeds vaker orders plaatsen voor kleinere series?

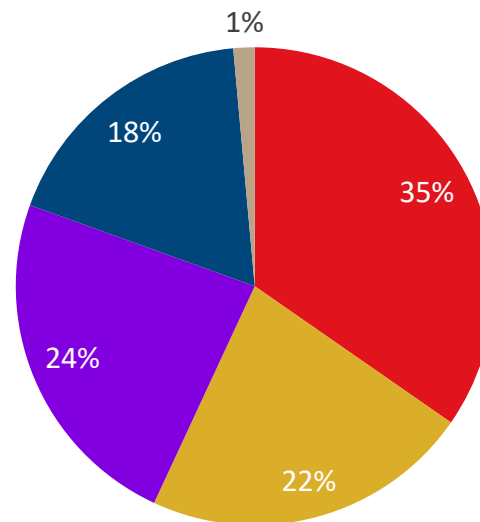


- Nee, ze vragen om grotere series
- Nee, er is geen verandering
- Ja, maar het is een langzame verandering
- Ja, het verandert snel
- Ja, dit is nu gangbaar

Een volgende belangrijke trend is dat steeds meer productiebedrijven producten als een dienst leveren. In plaats van dat afnemers eenmalig betalen voor de aanschaf van een product, betalen ze voor het gebruik daarvan. De fabrikant kan daarbij de hele levenscyclus ondersteunen, van aanschaf, installatie en onderhoud tot aan vervanging en recycling. Ook hier zien we een afname van 31% naar 19% post-corona. En ook hier zien we dat de terugval tijdelijk is, met veel concrete plannen onder productiebedrijven.

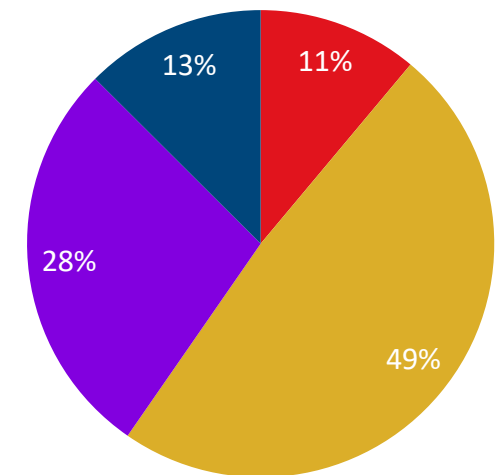
Een vergelijkbare terugval zien we in de investeringen in serviceontwikkeling (in plaats van productontwikkeling). Ook dat is op een lager pitje komen te staan, met nog maar 11% die vooral inzet op serviceontwikkeling en 28% waarbij beide type investeringen gelijk op gaan. Momenteel ligt de prioriteit voorlopig op productontwikkeling en is er een zekere pas op de plaats voor wat betreft nieuwe verdienmodellen.

Levert u producten als een dienst, waarbij klanten niet voor de aanschaf, maar voor het gebruik betalen?



- Nee, daar zien we niets in
- Nee, maar we denken er over na
- Nee, maar we hebben concrete plannen
- Ja, maar beperkt
- Ja, grotendeels of volledig

Investeert u meer in serviceontwikkeling, of meer in productontwikkeling?



- Serviceontwikkeling
- Productontwikkeling
- Gaat gelijk op
- Geen van beide

# 3B. Uitkomsten:

*Data, digitalisering en software*

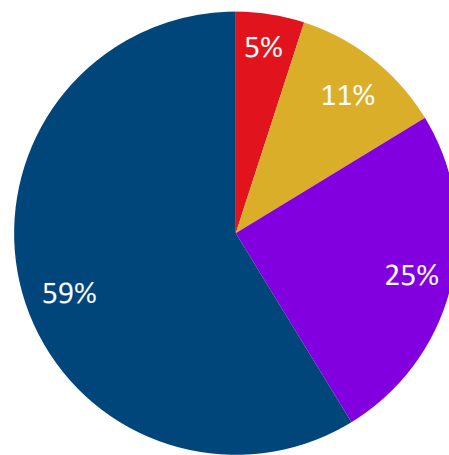
# Data

## Productiebedrijven willen vaker gaan sturen op data

Veel kmo's staan nog wat huiverig tegenover datagedreven werken en beslissen. Bij productiebedrijven zien we dan ook dat data nu nog maar een beperkte rol spelen bij het nemen van beslissingen. Bij maar 5% zijn data leidend en bij nog eens 11% in sommige gevallen leidend. Maar meestal hebben data maar een ondergeschikte rol.

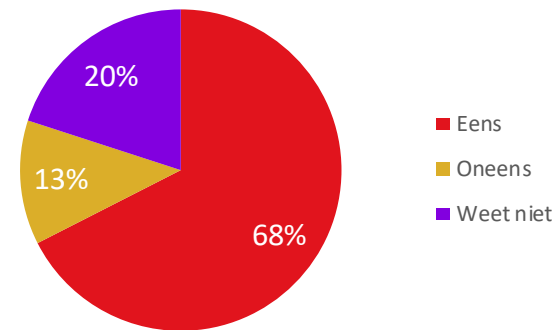
Toch gaf in het onderzoek 68% van de productiebedrijven aan dat data-analyses tot betere zakelijke beslissingen leiden. Veel bedrijven willen dus meer gaan sturen op data. Daarom staan ze bovendien open voor nieuwe softwaretools (45%). Voorlopig zien we dus dat in deze sector de ondernemer en diens medewerkers de beslissingen blijven nemen, maar dat ze daarbij steeds vaker ondersteund gaan worden door nieuwe, slimme tools.

Hoe belangrijk is een goed inzicht in data (klantgegevens, voorraadgegevens, financiële gegevens) bij het nemen van beslissingen (reageren op een klant, planning, etc.) binnen uw organisatie?

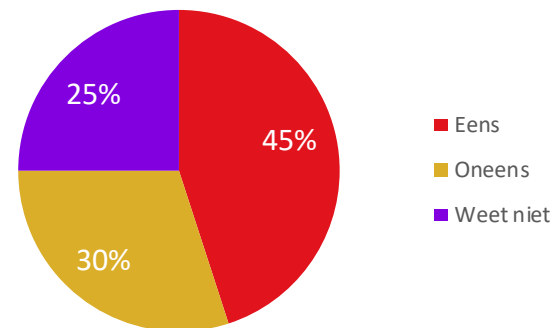


- Data zijn altijd leidend
- Data zijn soms leidend, soms ondersteunend
- Data zijn ondersteunend
- Data spelen een beperkte rol binnen onze organisatie

Ik geloof dat data-analyses leiden tot betere zakelijke beslissingen



We willen veel meer sturen op data en staan daarom open voor nieuwe softwaretools



# De bijdrage van digitalisering

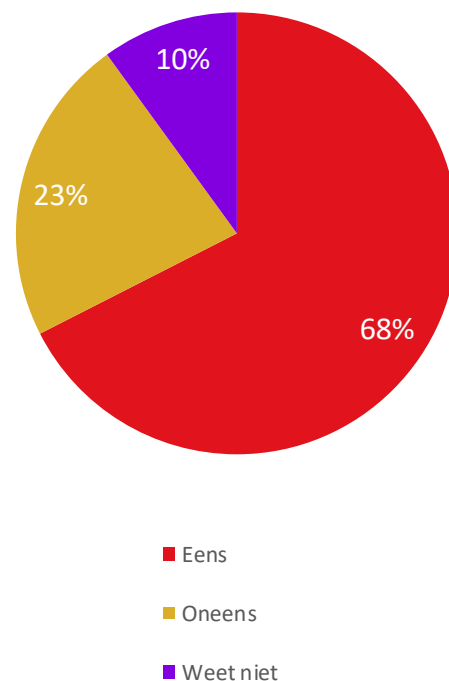
## Productiebedrijven zetten digitalisering vooral in om efficiencywinst te kunnen realiseren

Bij het aangaan van zakelijke uitdagingen, kunnen productiebedrijven analoge (mensen en processen) en digitale middelen aanwenden. Digitalisering en automatisering speelt bij veel bedrijven een belangrijke rol in meerdere opzichten. Bij 68% van de productiebedrijven heeft digitalisering dan ook een hoge prioriteit.

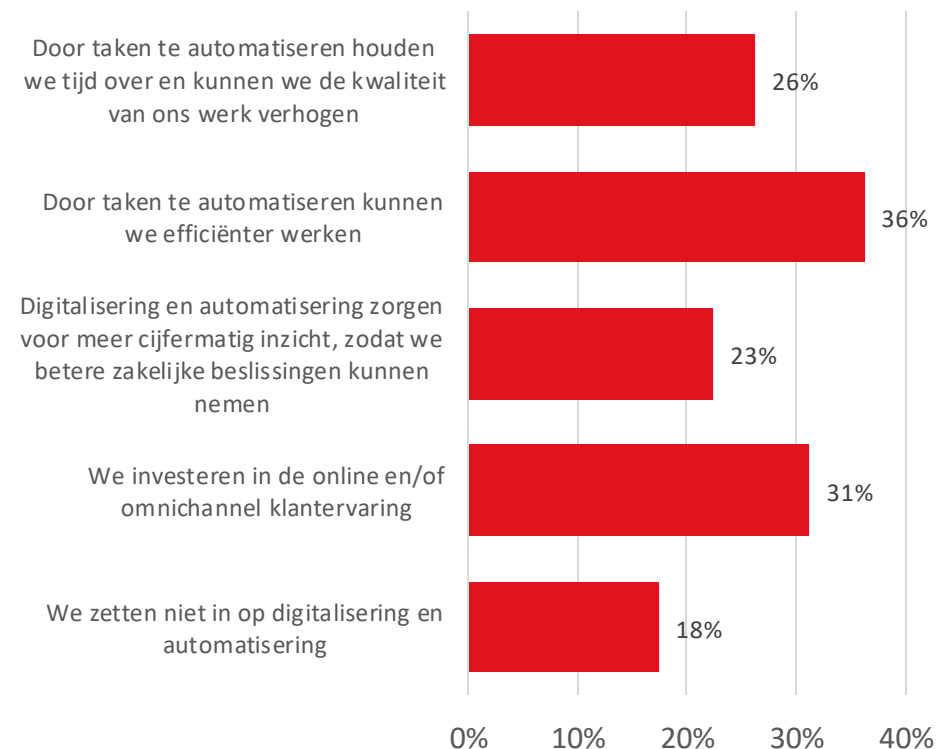
Voor veel bedrijven betekent digitalisering een kans om taken te automatiseren, zodat ze efficiënter kunnen werken (36%) en meer tijd overhouden om de kwaliteit van het werk te optimaliseren (26%). Voor veel respondenten gaat dat hand in hand, hoewel efficiency de boventoon voert.

Ook ziet een op de vier productiebedrijven (23%) in dat digitalisering leidt tot betere inzichten in de eigen bedrijfsvoering. Met een goed cijfermatig inzicht verwachten ze betere zakelijke beslissingen te kunnen nemen. Tenslotte investeert een grote groep (31%) in de online klantervaring.

Digitalisering van ons bedrijf heeft een hoge prioriteit



Hoe zet uw organisatie digitalisering en automatisering in om uw bedrijfsdoelen voor de komende jaren te realiseren?





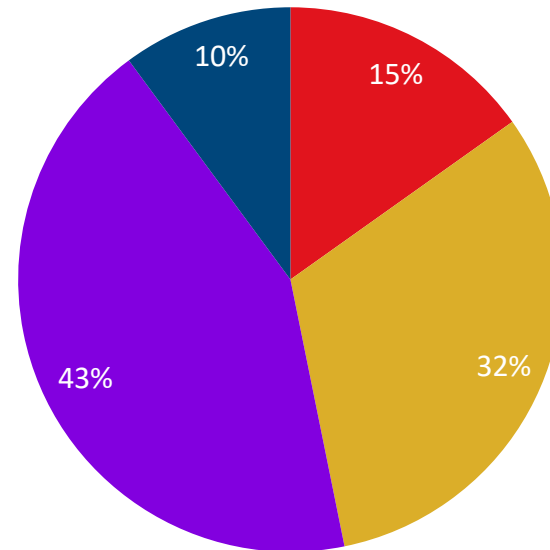
# Software

## Boekhoudsoftware zit veelal in de cloud, maar sectorspecifieke software moet de slag vaak nog maken

Productiebedrijven gaan vooral op zoek naar nieuwe zakelijke software als ze een proces of werkwijze willen optimaliseren (43%). Zo kunnen ze bijvoorbeeld productiekosten reduceren of de boekhouding efficiënter maken. Voor iets een kleinere groep productiebedrijven (32%) is de aankondiging van een verbeterde versie de belangrijkste aanleiding.

Doordat steeds meer productiebedrijven gewend raken aan het gebruik van applicaties uit de cloud, raken ze steeds meer gewend aan automatische verbeteringen. De meest gebruikte applicatie uit de cloud is de boekhouding (25%), gevolgd door CRM (19%). Voor veel applicaties geldt dat ze een flinke sprong naar de cloud hebben gemaakt in de afgelopen 2 jaar. Dat geldt zelfs voor de meest sectorspecifieke toepassingen, hoewel productie en voorraadbeheer nog altijd voornamelijk op de eigen servers draaien.

Op welk moment besluit u om op zoek te gaan naar een nieuw zakelijk softwarepakket?



- Als de gebruikte software verouderd is
- Als er een verbeterde versie op de markt komt
- Als we een bestaand proces of werkwijze willen optimaliseren
- We willen altijd beschikken over de nieuwste technologieën

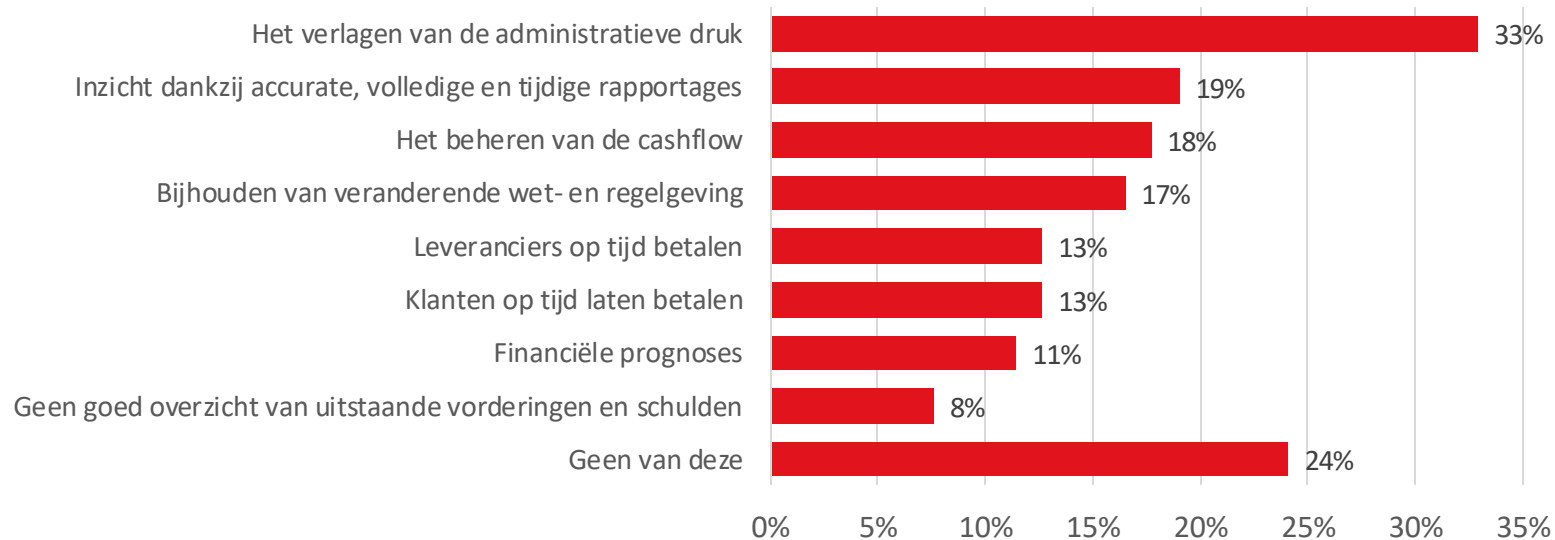
Gebruikt uw bedrijf een specifiek softwarepakket voor de volgende processen? Zo ja, hoe? [% cloud]



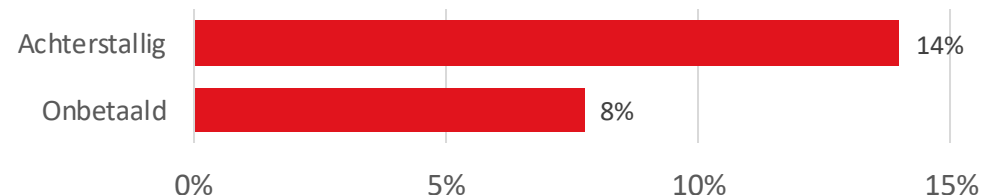
# 3C. Uitkomsten: *Boekhouding*

# Boekhoudkundige uitdagingen

Wat ziet u als de grootste uitdagingen in de financiële administratie?



Welk percentage openstaande facturen is achterstallig?  
Welk percentage facturen wordt uiteindelijk niet betaald?



## Productiebedrijven willen minder administratieve druk en betere financiële inzichten

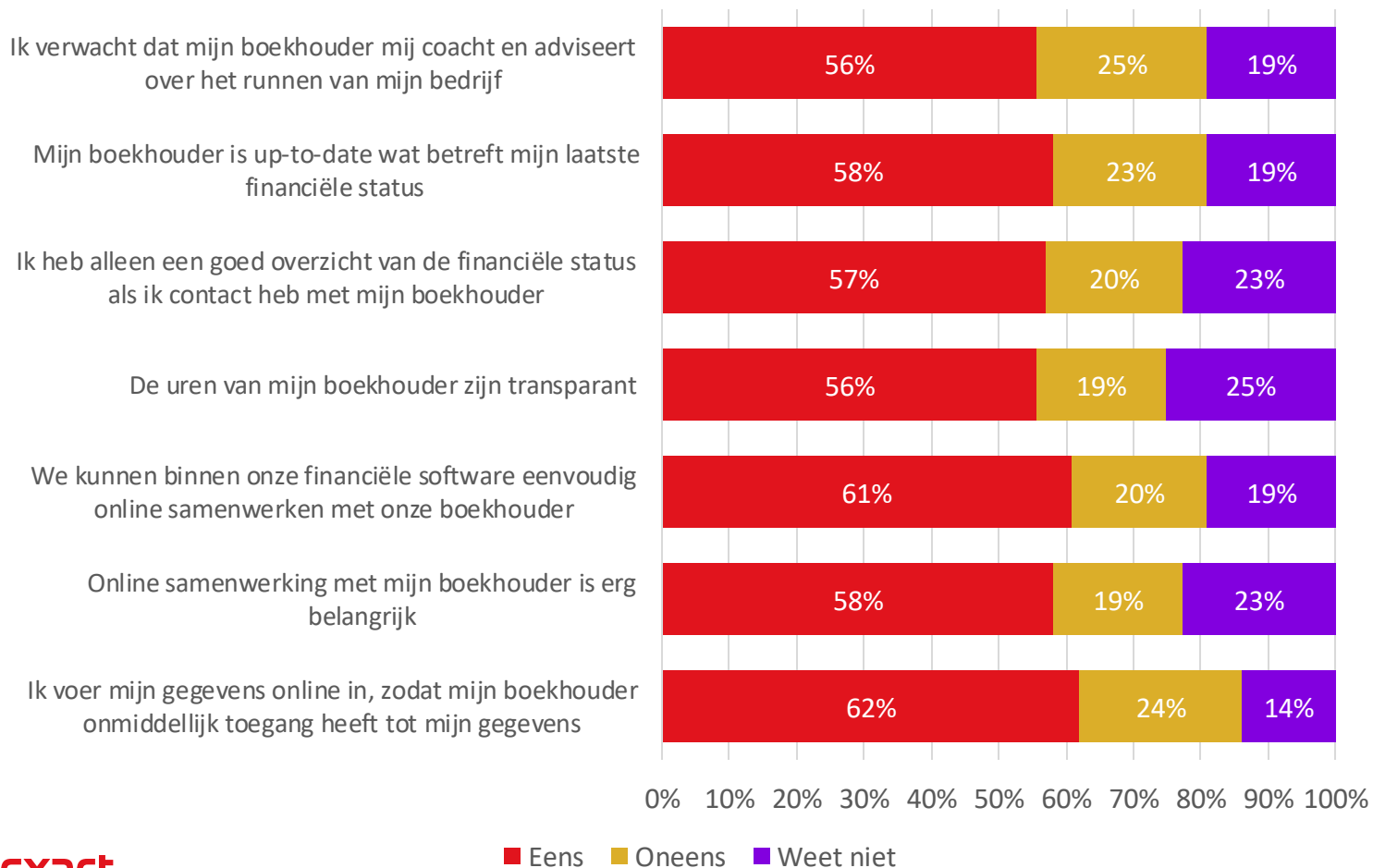
In de financiële administratie hebben productiebedrijven ruwweg met twee typen uitdagingen te maken. Aan de ene kant kost het bijhouden de administratie veel tijd, die de ondernemer liever op een andere manier zou besteden. Het verlagen van de administratieve druk staat dan ook bovenaan de lijst met uitdagingen (33%).

Aan de andere kant worstelen veel productiebedrijven met het verkrijgen van een goed overzicht. Dat kost op zijn beurt nog meer kostbare tijd. Bovendien is het lastiger om tijdig te sturen op situaties die daarom vragen. Zo zijn rapportages vaak onvoldoende accuraat, volledig en/of tijdig (19%).

Opvallend weinig productiebedrijven (13%) zien 'klanten op tijd laten betalen' als een grote uitdaging in de financiële administratie. Toch zien we dat 14% van de facturen achterstallig zijn en dat productiebedrijven van 8% zelfs helemaal geen betaling verwacht.

# Samenwerking met de boekhouder

Bent u het eerder eens of oneens met de volgende uitspraken?



## Door online samen te werken met de boekhouder kan deze beter en sneller adviezen geven

De meeste productiebedrijven werken nauw samen met hun boekhouder en verwachten een zekere mate van coaching en advies (56%). Aangezien de boekhouder veel gegevens verwerkt die van groot belang zijn voor de bedrijfsvoering, is het essentieel om snel inzicht te hebben in deze gegevens.

Daarom vinden veel kmo's het belangrijk om online samen te werken (58%), te beginnen met het online aanleveren van data. Hoe sneller de boekhouder toegang heeft tot deze gegevens, des te sneller kan hij of zij feedback geven. Dit kan persoonlijk gebeuren - aangezien veel bedrijven coaching en advies verwachten - of via bijvoorbeeld een online dashboard in het financiële softwarepakket. Veel productiebedrijven (61%) geven dan ook aan dat ze over financiële software beschikken, waarbinnen ze eenvoudig online kunnen samenwerken met de accountant.

# 3D. Uitkomsten: *Verantwoord ondernemen*

# Verantwoord ondernemen

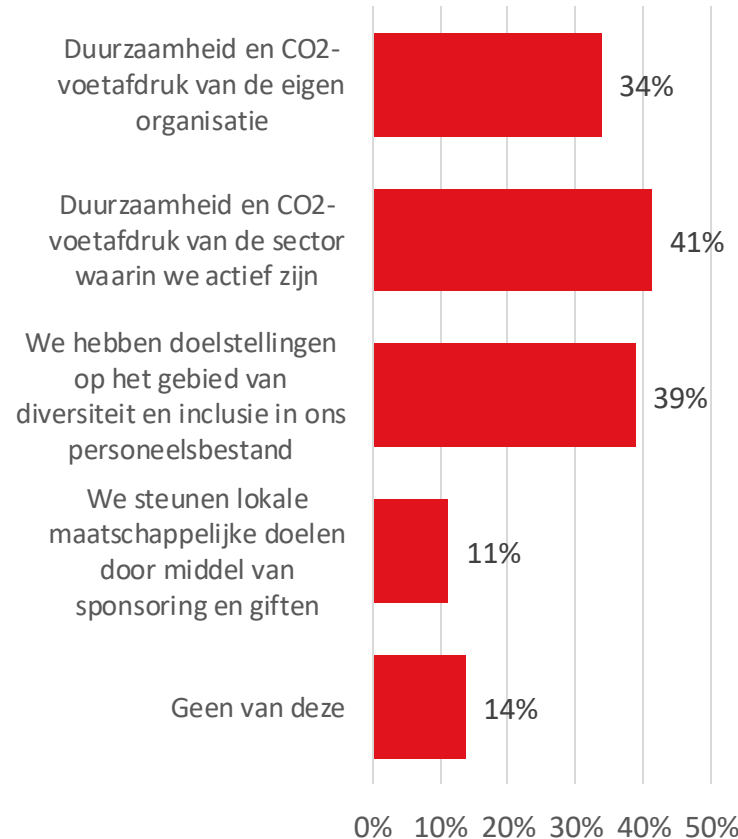
## Productiebedrijven zoeken naar duurzaamheid in de gehele keten

78% van de Belgische productiebedrijven beschouwt maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) als een belangrijke doelstelling voor zijn of haar bedrijf. Voor 13% van de Belgische productiebedrijven is het zelfs een top-3 (algemene) zakelijke uitdaging. Hoewel het natuurlijk altijd beter kan, loopt de sector daarmee voor op de meeste andere onderzochte sectoren.

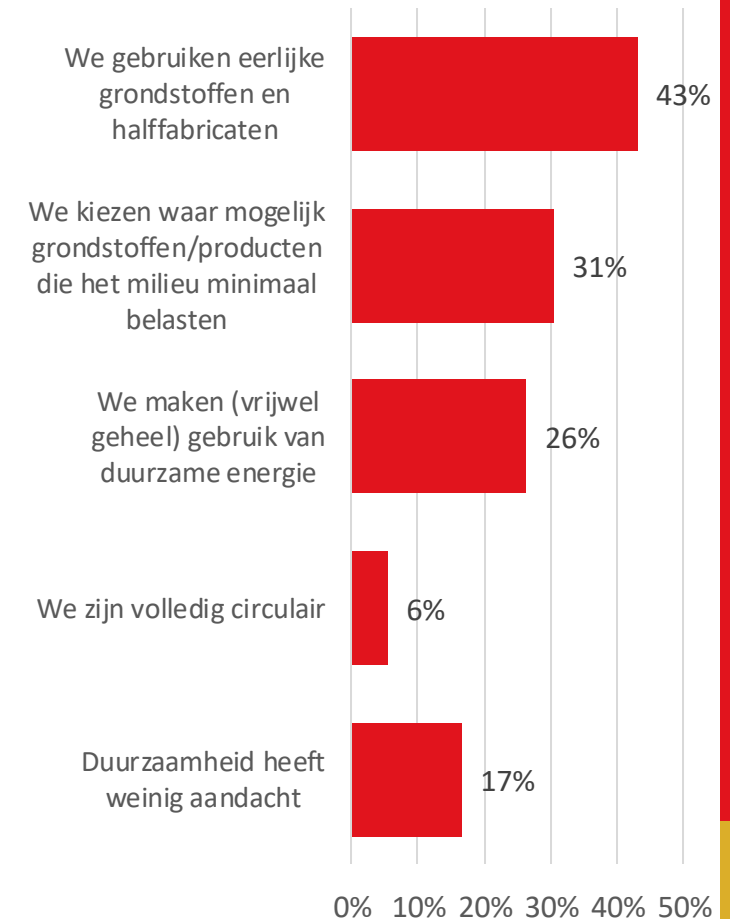
Ruim een op de drie voert actief beleid op duurzaamheid van de eigen organisatie (34%) en zelfs 41% van de sector. We moeten dit waarschijnlijk lezen als duurzaamheid bij het bedrijf zelf en in de toeleveringsketen. Veel productiebedrijven kiezen bijvoorbeeld voor grondstoffen die het milieu zo min mogelijk belasten (31%).

Ook op het gebied van diversiteit zijn vrij veel bedrijven actief. 39% heeft doelstellingen geformuleerd om het personeelsbestand inclusiever te maken.

Op welke van de volgende MVO-gebieden ('Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen') voert uw organisatie actief beleid?



Hoe duurzaam is uw bedrijf op dit moment?

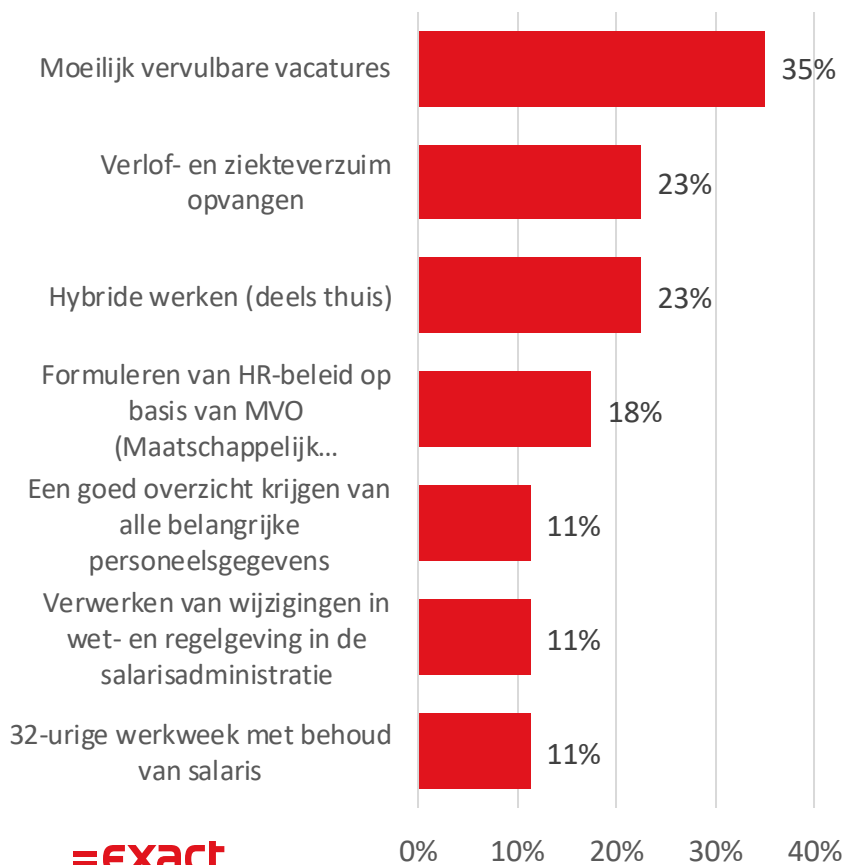


# 3E. Uitkomsten:

*Human resources*

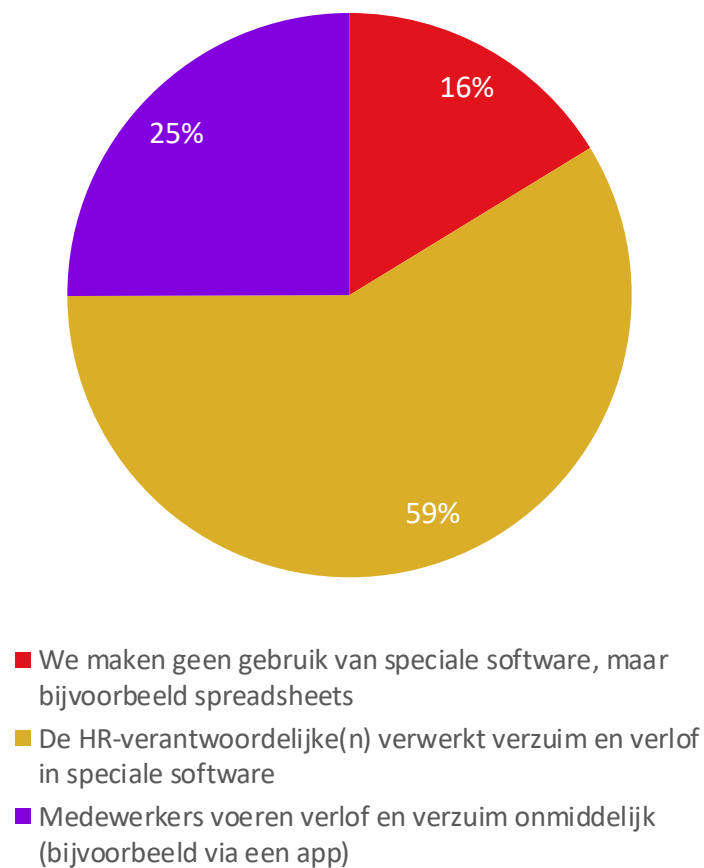
# HR-uitdagingen

Wat ziet u als de belangrijkste HR-uitdagingen voor uw organisatie op dit moment? (Top-7 antwoorden)



=exact

In welke mate is de administratie van verzuim en verlof gedigitaliseerd?



## HR heeft de handen vol aan het op peil houden van de bezetting

Op het gebied van HR worstelen productiebedrijven vooral met moeilijk vervulbare vacatures (35%). Door de krappe arbeidsmarkt is het moeilijk om aan voldoende personeel te komen. Die uitdaging is extra groot waar het technisch personeel betreft. Doordat het vaak lang duurt voordat vacatures zijn ingevuld, hebben productiebedrijven bovendien een extra uitdaging in het opvangen van verlof en ziekteverzuim (23%).

Het verwerken van verzuim en verlof is meestal een taak voor de HR-medewerker(s). Vooralsnog zien we maar binnen een op de vier productiebedrijven dat de verlofadministratie via selfservice plaatsvindt. Toch kan dat schelen in de administratieve last. Ook wordt zo de manager of planner tijdiger geïnformeerd, zodat deze sneller maatregelen kan treffen.

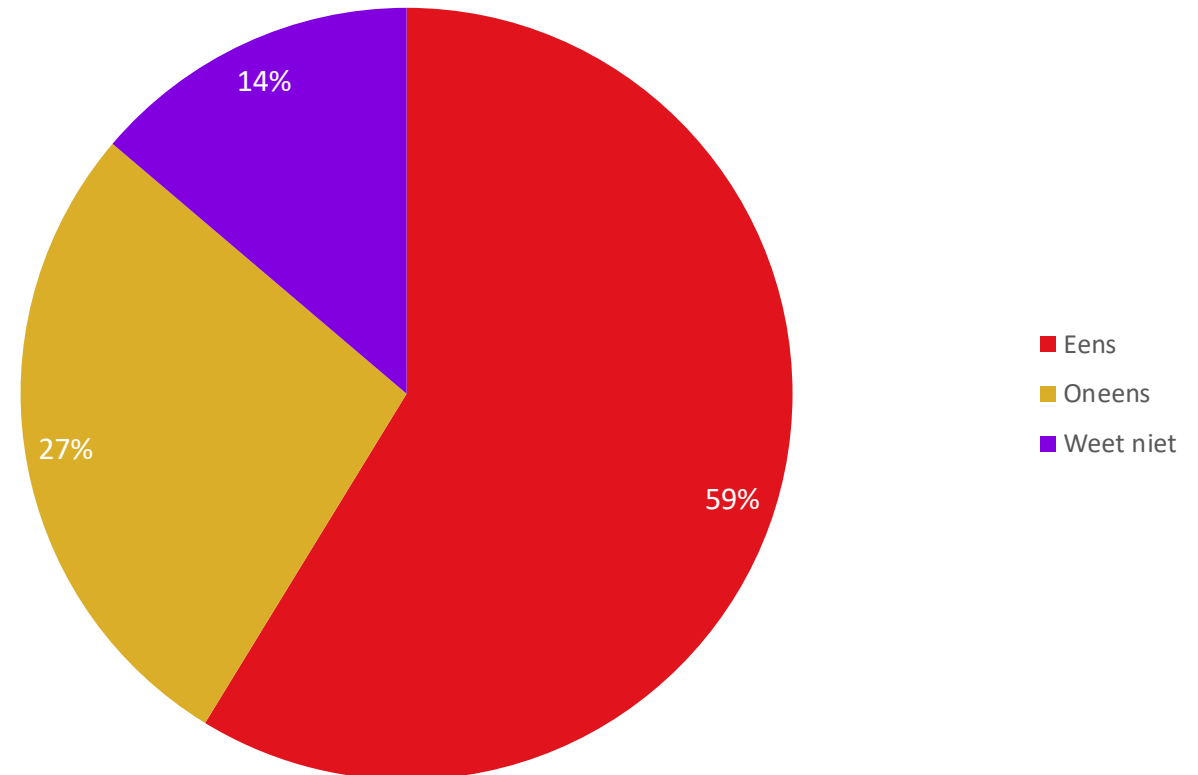


# Thuiswerken

## Productiebedrijven investeren verder in digitale middelen om hybride te kunnen werken

In de productiesector is het voor veel medewerkers niet mogelijk om thuis te werken. Toch zijn er ook veel medewerkers werkzaam in bijvoorbeeld commerciële functies, administratie of management, functies die minder aan een locatie gebonden zijn. Tijdens corona hebben ze ervaren dat het goed mogelijk is en aangenaam kan zijn om hybride te werken. Om dit te ondersteunen, blijven veel productiebedrijven (59%) investeren in digitale faciliteiten om thuis te kunnen werken.

We investeren in digitale faciliteiten om efficiënt en veilig hybride te kunnen werken (zodat medewerkers deels vanuit huis kunnen werken)



# 4. Contact



# Contact

## **Auteursrecht**

Het is toegestaan resultaten uit het KMO Barometer onderzoek over te nemen in eigen publicaties, mits de bron vermeld wordt en gebruik van de resultaten geen commerciële doeleinden dient.

## **Over Exact**

Exact ontwikkelt cloud software voor kleine en middelgrote bedrijven en hun accountants. De producten automatiseren bedrijfsprocessen: van financiën tot HR en van logistiek tot projectmanagement. Dat levert niet alleen tijdwinst op, maar ook inzicht. Zo kunnen klanten efficiënt werken, onderbouwde beslissingen en verder groeien. Inmiddels vertrouwen ruim 675.000 bedrijven, voornamelijk in Nederland, België en Duitsland, op Exact's software.

Exact is in 1984 opgericht in Delft, waar het hoofdkantoor nog altijd gevestigd is. Dagelijks werken ruim 2.000 ambitieuze professionals aan innovatie. Verantwoord ondernemen staat daarbij centraal, want alleen met respect voor elkaar, het milieu en de samenleving kan de organisatie op lange termijn van waarde zijn.

## **Vragen & Contact**

Heeft u vragen over de KMO Barometer?

Neem gerust contact met ons op:

 [www.exact.com](http://www.exact.com) | [media@exact.com](mailto:media@exact.com)