

MKB Barometer 2023

Sectorrapport Handel (NL)



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 MKB Barometer onderzoek

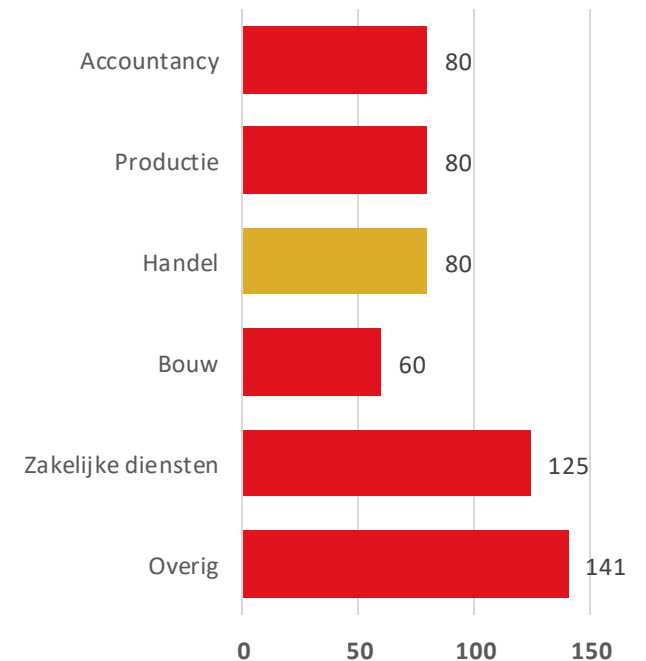
Met het MKB Barometer onderzoek houdt Exact vinger aan de pols bij het midden en kleinbedrijf (mkb). De MKB Barometer is een onderzoek naar zakelijke uitdagingen van het mkb, onder meer op het gebied van financiën, de rol van nieuwe technologieën, verantwoord ondernemen en human resources. Het is een terugkerend tweejaarlijkse onderzoek dat alweer voor de zevende keer is uitgevoerd in Nederland en België. Het onderzoek richt zich zowel op het mkb 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. De steekproef 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 gehele Nederlandse mkb (5 tot 250 werknemers). In Nederland zijn in totaal 566 interviews uitgevoerd, waaronder 80 handelsbedrijven.

In deze samenvatting van de belangrijkste bevindingen vindt u de analyse en conclusies van Pb7 Research met betrekking tot de Nederlandse handelsbedrijven in het mkb. 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 Nederland (N=566)



2. Samenvatting van de resultaten

Samenvatting MKB Barometer 2023, Handel

In 2023 liet Exact voor de zevende keer het MKB Barometer onderzoek uitvoeren. Dit onderzoek, dat werd gehouden onder 566 Nederlandse mkb-bedrijven in het eerste kwartaal van 2023, waarvan 80 uit de handelssector, laat zien dat handelsbedrijven 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 handelssector zijn gematigd over hun omzet- en winstverwachting voor 2023. De inflatie is daar een belangrijke oorzaak van. Veel handelsbedrijven zien dat het een negatieve impact heeft op hun marge doordat ze de kosten maar deels kunnen doorberekenen naar de klant. En als ze de prijzen verhogen, vrezen ze minder te verkopen. Als belangrijkste sectorspecifieke zakelijke uitdagingen voor 2023 ziet men efficiënt voorraadbeheer en de hoge eisen die klanten aan ze stellen. Om zich te onderscheiden richten handelsbedrijven zich daarom op snel & tijdig leveren en kwaliteit van het assortiment. We constateren ook dat na corona de online verkoop iets is teruggezakt en dat het omarmen van nieuwe verdienmodellen tijdelijk op de achtergrond is geraakt. Toch wordt juist van het optimaliseren van de online strategie veel verwacht in 2023.

Digitalisering

De almaar stijgende kosten en krappe arbeidsmarkt vergroten de noodzaak om efficiënt te werken. Digitalisering en automatisering kunnen daarbij helpen. Uit het MKB Barometer onderzoek blijkt dat handelsbedrijven daarom inderdaad niet alleen naar digitalisering kijken om de online klantervaring te optimaliseren, maar zelfs nog vaker

=exact

om processen te automatiseren. 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 handelsbedrijven vooral minder administratieve druk willen en betere prognoses. Ook de accountant speelt daarin een belangrijke rol. Handelsbedrijven verwachten steeds meer waarde van de accountant. Door online samen te werken beschikken beide partijen over betere data, waardoor betere prognoses en beter advies kan worden geleverd, zodat beter en sneller gestuurd kan worden.

Verantwoord ondernemen en Human Resources

Voor het eerst vroegen we respondenten van het MKB Barometer onderzoek naar hun mening over verantwoord ondernemen. Een hot topic zo blijkt, want voor 49% van de mkb'ers in de handel is verantwoord ondernemen een belangrijke bedrijfsdoelstelling. Voor handelsbedrijven geldt dat ze vooral naar diversiteit kijken. Maar ook duurzaamheid, zowel binnen de eigen organisatie als bij toeleveranciers, staat vaak op de agenda.

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

3A. Uitkomsten:

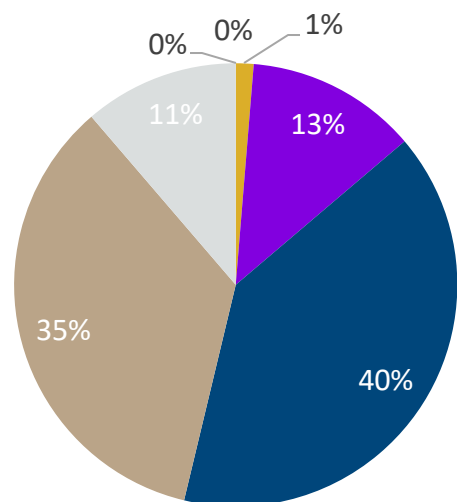
Financiële vooruitzichten en bedrijfsdoelen

Omzet- en winstverwachtingen

Nederlandse mkb-bedrijven 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 handelsbedrijven bezighouden, zien we terug in de resultaten van het Exact MKB Barometer onderzoek.

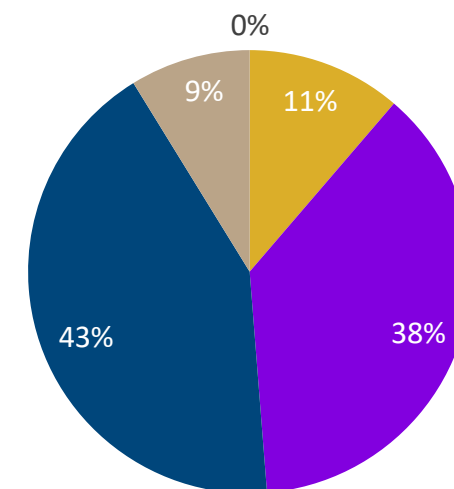
Positieve winstmarge is moeilijk in 2023: 38% verwacht een neutrale winstmarge te realiseren
14% van de handelsbedrijven verwacht dit jaar een krimpende omzet. In de meeste gevallen gaat het om een beperkte krimp, maar bij een kleine groep is de afname sterk. Daar staat aan de positieve kant tegenover dat nog altijd 46% verwacht te gaan groeien. Desondanks is de groeiverwachting matig in vergelijking met de periode van voor corona. Er is gelukkig maar een beperkte groep handelsbedrijven dat hierdoor echt in de problemen zou kunnen komen: 11% verwacht verlies te lijden in 2023. Daar staat tegenover dat ook maar 52% 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%)

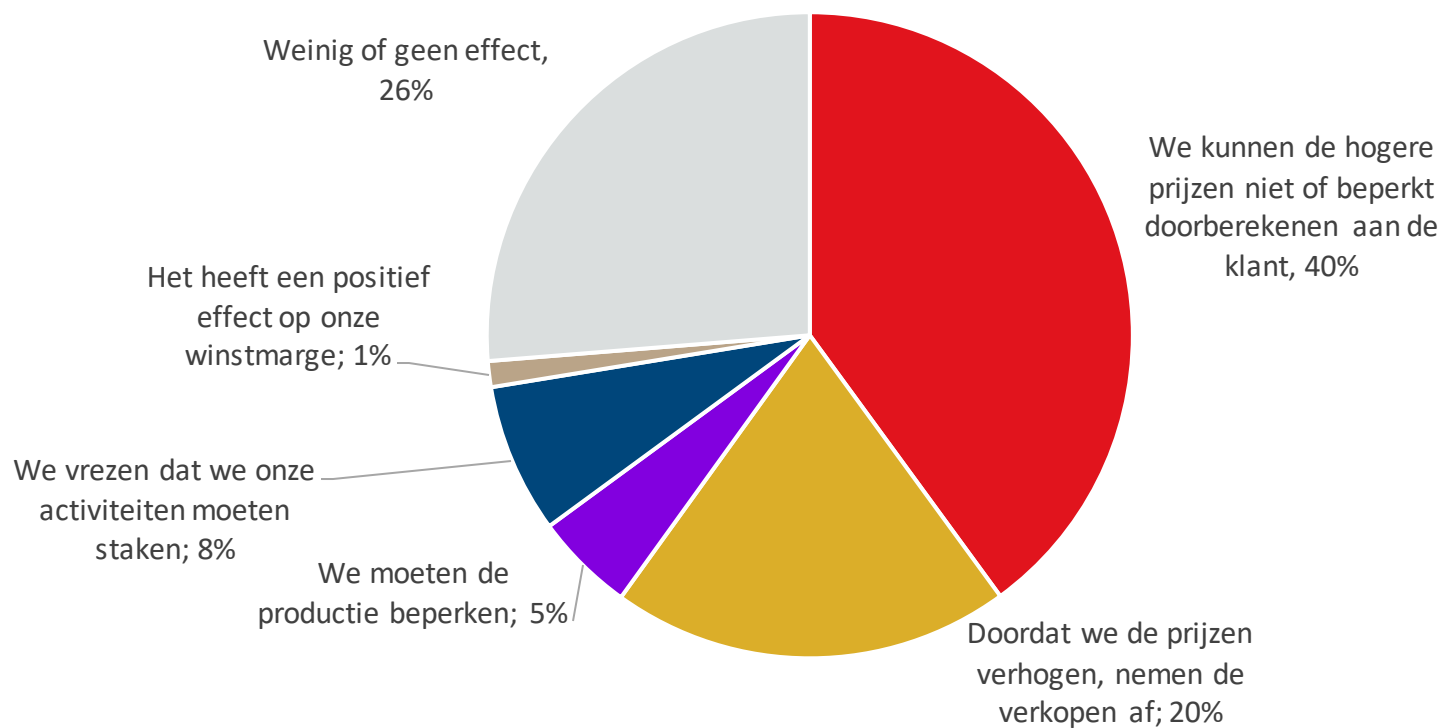
Verwacht u in 2023 een positieve dan wel een negatieve nettowinstmarge?



- 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?



Handelsbedrijven zien de winst onder druk staan door de hoge inflatie

Zoals gezegd hebben handelsbedrijven als gevolg van de huidige geopolitieke situatie relatief vaak last van de hoge inflatie. Dat heeft impact op zowel de omzet als de winstgevendheid van de sector in 2023.

Er zijn vooral veel handelsbedrijven die vrezen dat de winstmarge onder druk komt te staan: ze kunnen de hogere prijzen die ze zelf moeten betalen niet of maar beperkt doorberekenen aan de klant (40%).

Ook zien we veel handelsbedrijven waar de omzet onder druk komt te staan: een op de vijf verwacht dat ze door de hoge inflatie vooral minder kunnen verkopen als gevolg van de hogere prijzen die ze moeten berekenen. We zien dat dat in deze sector opvallend vaak leidt tot bedrijven die vrezen dat ze hun activiteiten zullen moeten staken (8%).

Verbetering marges

Handelsbedrijven zien zich gedwongen om de prijzen te verhogen

De afgelopen MKB Barometers zagen we dat handelsbedrijven de marge vooral probeerden te verbeteren door een combinatie van stevig onderhandelen met leveranciers en het verbeteren van de online strategie. Het verbeteren van de online strategie en het onderhandelen zijn even belangrijk als twee jaar geleden, maar nu zien we dat het verhogen van de prijzen – niet vreemd met een hoge inflatie – het belangrijkste middel is geworden om de marges gezond te houden of te krijgen.

Ook zien we dat relatief veel bedrijven (20%) aangeven dat ze de hoeveelheid personeel willen verminderen in een poging om de marges op peil te houden.

Opvallend is verder dat, net als in de productiesector, er minder vaak in diensten wordt geïnvesteerd en de focus weer meer op producten ligt. Zo zet nog maar 13% in op meer diensten met toegevoegde waarde aanbieden, een behoorlijke afname ten opzichte van de laatste MKB Barometer.

Welke van de volgende activiteiten onderneemt u om uw marges te verbeteren?

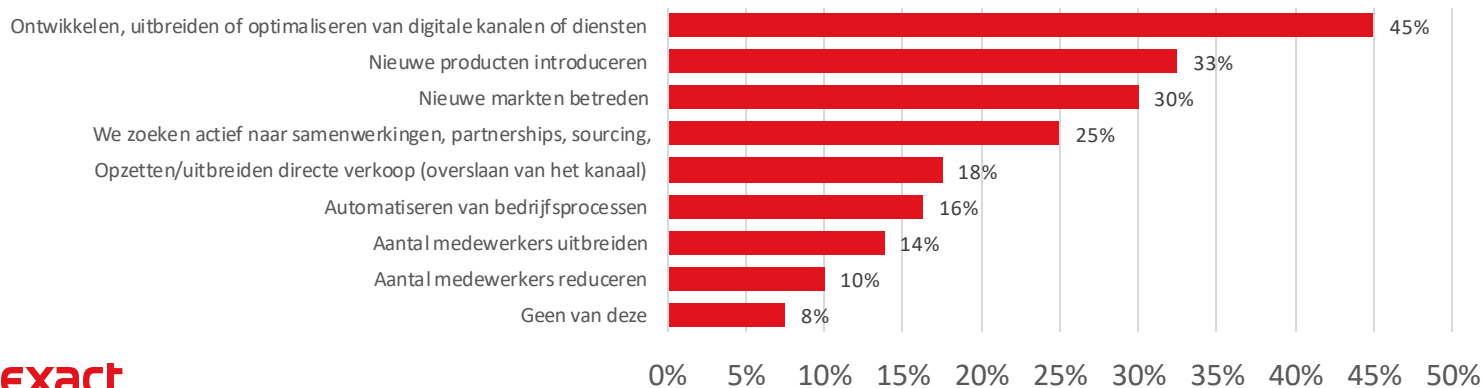


Uitdagingen en bedrijfsdoelen

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?



Efficiënt voorraadbeheer is de grootste uitdaging voor de handel

De uitdagingen binnen de handel zijn op diverse punten sterk veranderd in vergelijking met twee jaar geleden. De online concurrentie is sterker geworden, wat tot druk op prijzen en levertijden leidt (van 24% naar 36%). Tegelijkertijd neemt het aandeel handelsbedrijven af (van 30% naar 21%) dat zich zorgen maakt over productiebedrijven die het kanaal overslaan. Verder is het omgaan met veeleisende klanten gegroeid als uitdaging en dat geldt ook voor tijdig en volledig leveren.

De meest opvallende verschuiving is de sterk gegroeide uitdaging op het gebied van efficiënt voorraadbeheer. In 2021 was dit voor 19% een top-3 uitdaging. Nu zien we dat dit meer dan verdubbeld is tot 42% en daarmee de grootste uitdaging voor 2023. Het is zoeken naar de juiste balans tussen tijdig inkopen (sterke prijsfluctuaties) en efficiëntie.

Om te midden van deze uitdagingen toch de bedrijfsdoelen te realiseren, zetten handelsbedrijven vooral in op online (45%). Hoewel na corona 'online' niet overal meer noodzaak is, zien ze daar toch duidelijk hun toekomst.

Online handel

Handelsbedrijven zien steeds minder obstakels in online handel

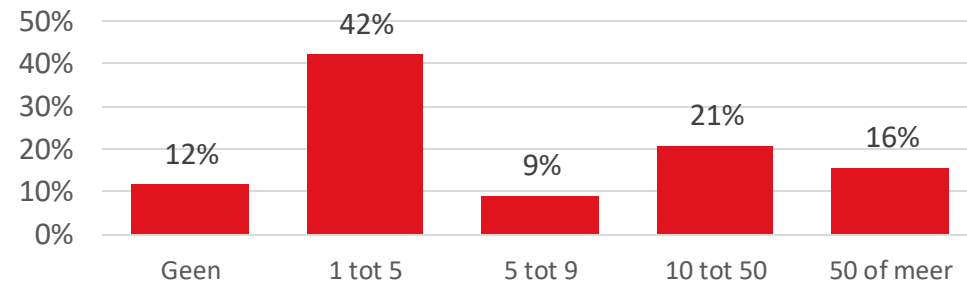
Volgens de respondenten wordt *39% van de jaarlijkse omzet gerealiseerd via online kanalen*. Dat is een lichte afname ten opzichte van twee jaar geleden, toen corona voor extra veel omzet via het Internet zorgde. Overigens schommelt dit percentage al enige jaren rond de 40%. De online concurrentie lijkt sterk te blijven. En fabrikanten gaan de komende jaren ook weer stevig inzetten op directe verkoop. Om de druk van deze concurrenten te weerstaan, zetten de handelsbedrijven ook de komende jaren sterk in op online. Een op de zes handelsbedrijven maakt daarbij gebruik van 50 of meer online verkooppartners!

Om de online omzet verder te laten toenemen, zien handelsbedrijven eigenlijk steeds minder hindernissen. In voorgaande Barometers maakten handelsbedrijven zich vaak druk over het aanpassen van processen, maar daar lijken we nu voorbij.

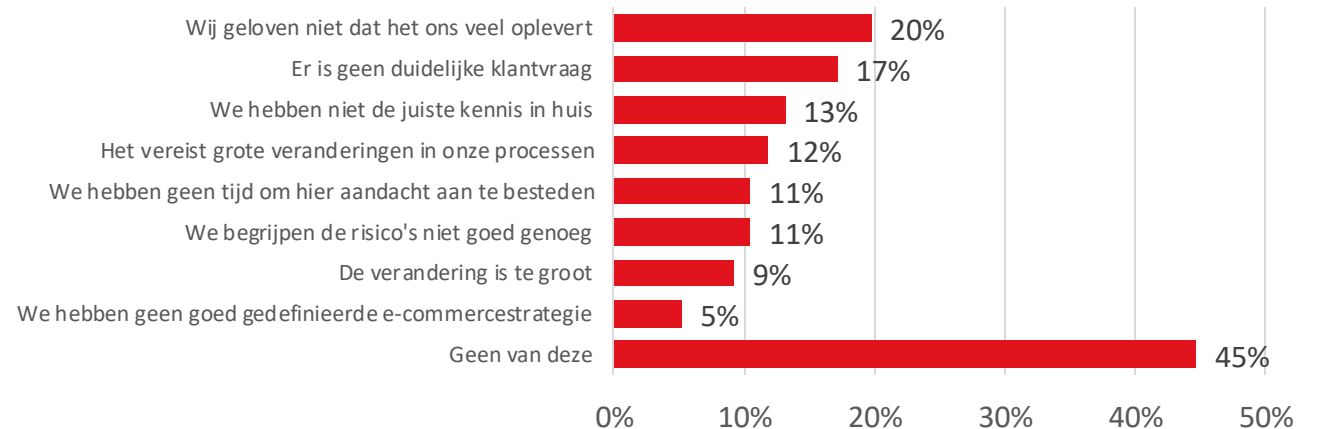
In sommige marktsegmenten blijft de vraag wat lager, waardoor de online investering geen of hooguit een beperkte meerwaarde oplevert.

=exact

Van hoeveel online verkoopkanalen (partners) maakt u (bij benadering) gebruik?

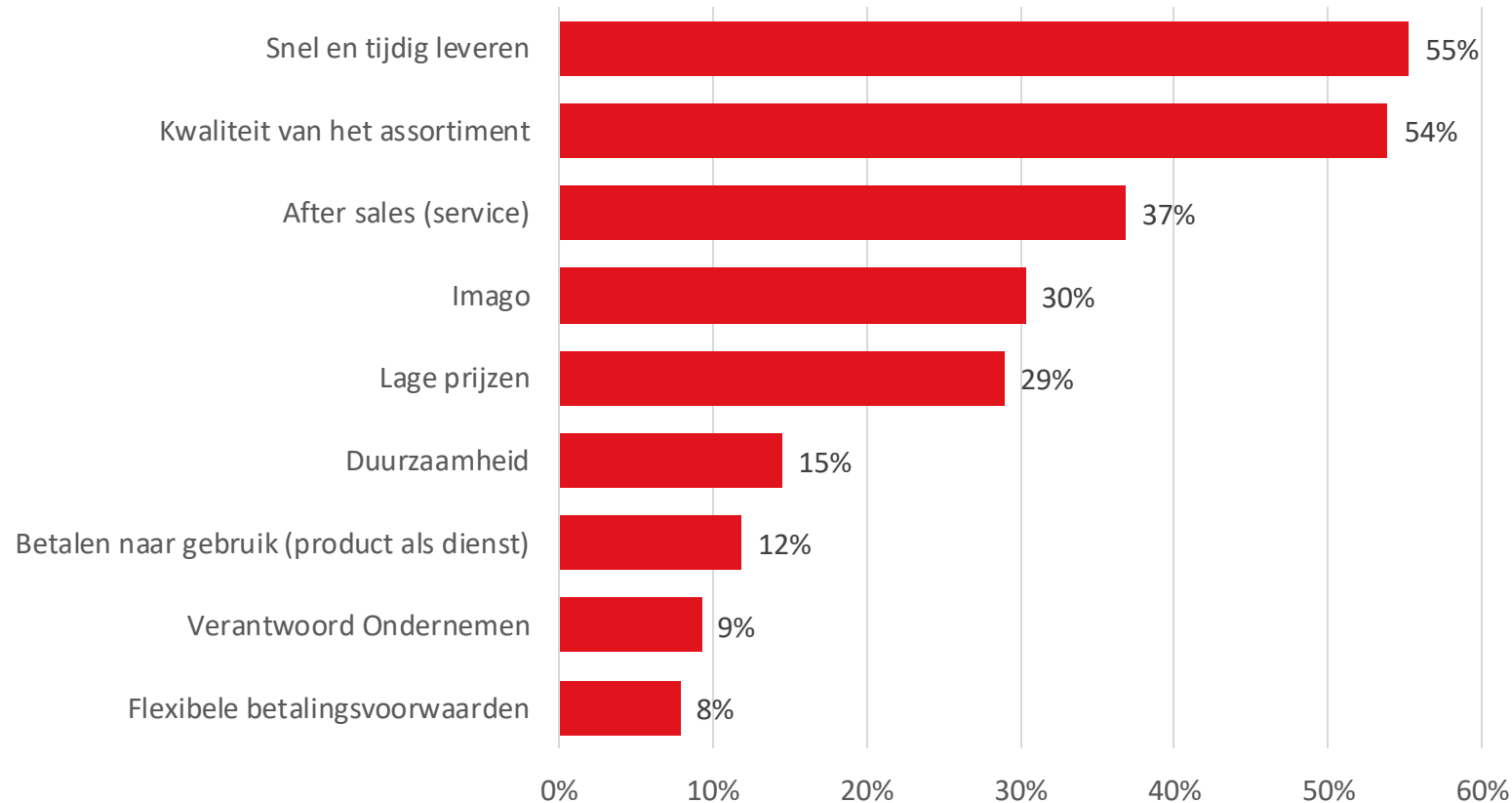


Wat zijn de belangrijkste obstakels bij het verhogen van uw online inkomstenstroom?



Onderscheidend vermogen

Hoe probeert u zich te onderscheiden van de concurrentie?



Handelsbedrijven zetten in op een snelle levering en producten van een goede kwaliteit

'Online' heeft de handel in het mkb de afgelopen decennia flink veranderd. De concurrentie is toegenomen, er is altijd een concurrent die het goedkoper kan en de klant is veeleisender geworden. Om in een online wereld te concurreren, zetten de meeste handelsbedrijven niet in op lage prijzen. Maar we zien dat toch nog altijd geldt voor een behoorlijke groep van 29%. Toch zien we dat, in een online wereld, handelsbedrijven zich vooral proberen te onderscheiden op zaken als de kwaliteit van het assortiment (54%) en snel en tijdig leveren (55%).

Om ook de klant na de levering tevreden te houden en te binden, zijn er ook veel handelsbedrijven die zich proberen te onderscheiden met behulp van een goede service organisatie (37%). Duurzaamheid en MVO spelen voor maar een kleine groep handelsbedrijven een rol, in ieder geval voor zover het hun onderscheidend vermogen betreft.

3B. Uitkomsten:

Data, digitalisering en software

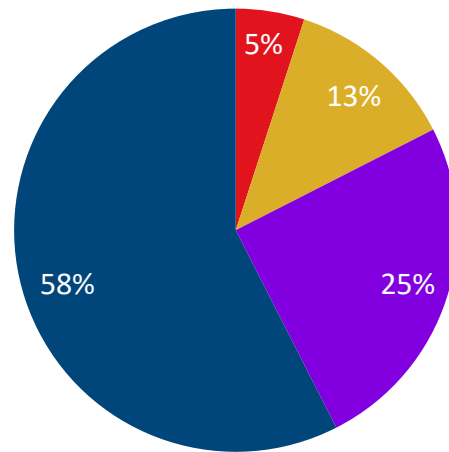
Data

Handelsbedrijven willen vaker gaan sturen op data

Veel mkb-bedrijven staan nog wat huiverig tegenover datagedreven werken en beslissen. Bij handelsbedrijven 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 13% in sommige gevallen leidend. Maar meestal hebben data maar een ondergeschikte rol.

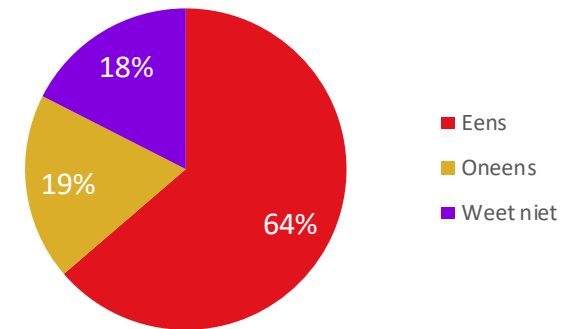
Toch gaf in het onderzoek 64% van de handelsbedrijven aan dat data-analyses tot betere zakelijke beslissingen leiden. Veel bedrijven willen dus meer gaan sturen op data. Daarom staan ze bovendien open voor nieuwe softwaretools (60%). Voorlopig zien we dus dat in deze sector de ondernemer en diens medewerkers 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?

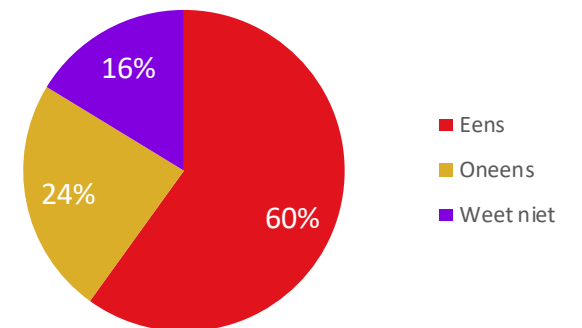


- Data zijn altijd leidend
- Data zijn soms leidend, soms ondersteunend
- Data zijn ondersteunend
- Data spelen een beperkte rol binnen onze organisatie

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

Handelsbedrijven zetten digitalisering vooral in om efficiencywinst te realiseren of de online klantervaring te verbeteren

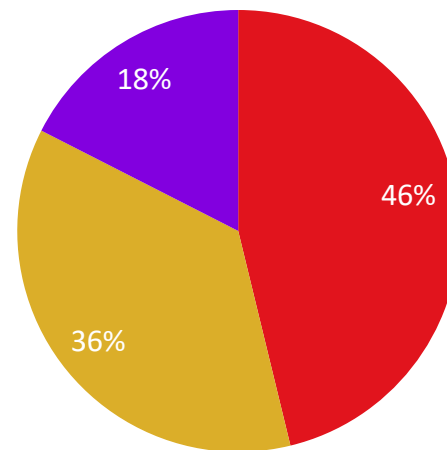
Bij het aangaan van zakelijke uitdagingen, kunnen handelsbedrijven analoge (mensen en processen) en digitale middelen aanwenden. Digitalisering en automatisering speelt bij veel bedrijven een belangrijke rol in meerdere opzichten. Bij 46% van de handelsbedrijven heeft digitalisering dan ook een hoge prioriteit.

Voor veel handelsbedrijven betekent digitalisering een kans om taken te automatiseren, zodat ze efficiënter kunnen werken (39%) en meer tijd overhouden om de kwaliteit van het werk te optimaliseren (34%). Voor veel respondenten gaat dat hand in hand, hoewel efficiency de boventoon voert.

Ook zet, niet geheel verrassend, een op de drie handelsbedrijven in op investeringen in de online en/of omnichannel klantervaring. Tenslotte valt op dat handelsbedrijven niet of nauwelijks kijken naar digitalisering om tot betere cijfermatige inzichten te komen.

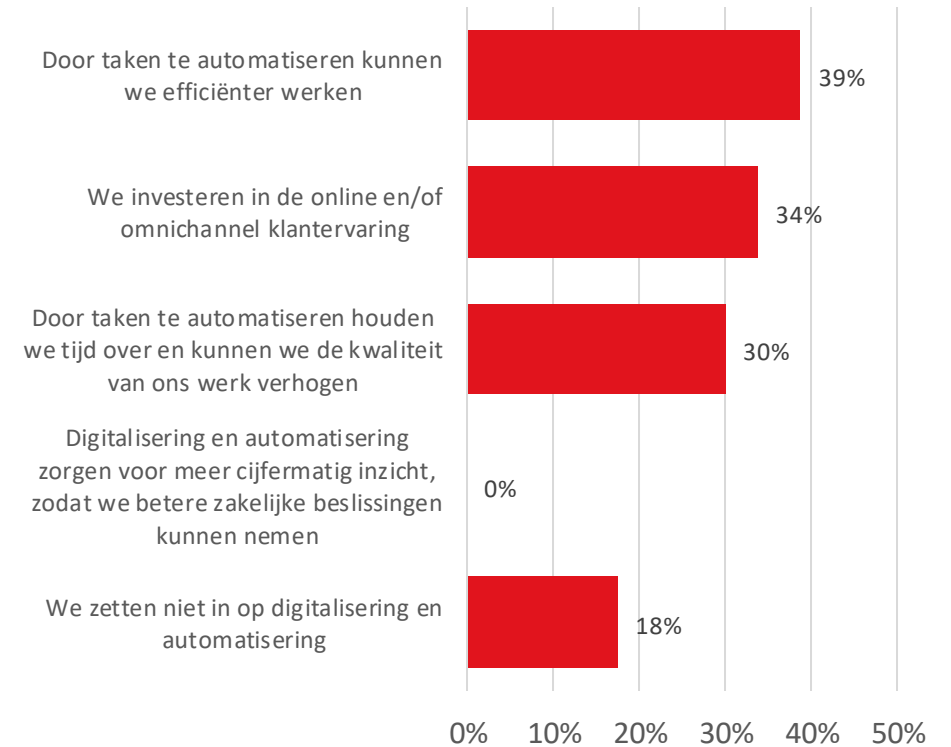
=exact

Digitalisering van ons bedrijf heeft een hoge prioriteit



■ Eens
■ Oneens
■ Weet niet

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



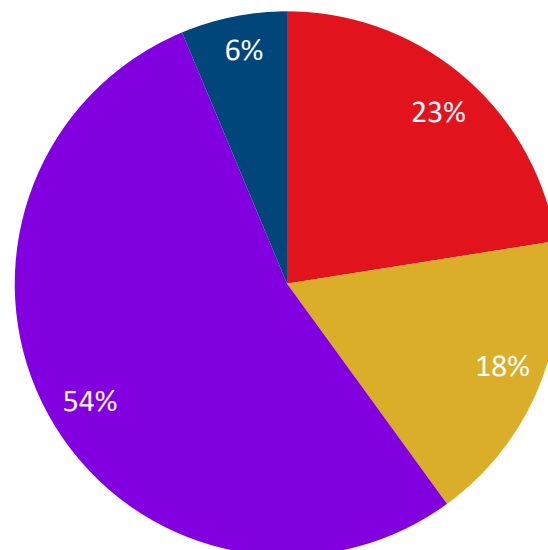
Software

Boekhoudsoftware vinden we het meest in de cloud, maar sectorspecifieke software moet de slag vaak nog maken

Handelsbedrijven gaan vooral op zoek naar nieuwe zakelijke software als ze een proces of werkwijze willen optimaliseren (54%). Zo kunnen ze bijvoorbeeld het voorraadbeheer optimaliseren of de boekhouding efficiënter maken. Voor een kleine groep handelsbedrijven (18%) is de aankondiging van een verbeterde versie de belangrijkste aanleiding.

Doordat steeds meer handelsbedrijven 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 orderverwerking/facturering (24%) en de salarisadministratie (23%). De afgelopen 2 jaar is het gebruik van cloud overigens maar beperkt toegenomen in de sector. Ook zien we dat sterk sectorspecifieke toepassingen, zoals voorraadbeheer, opvallend vaak nog draaien op de eigen servers.

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

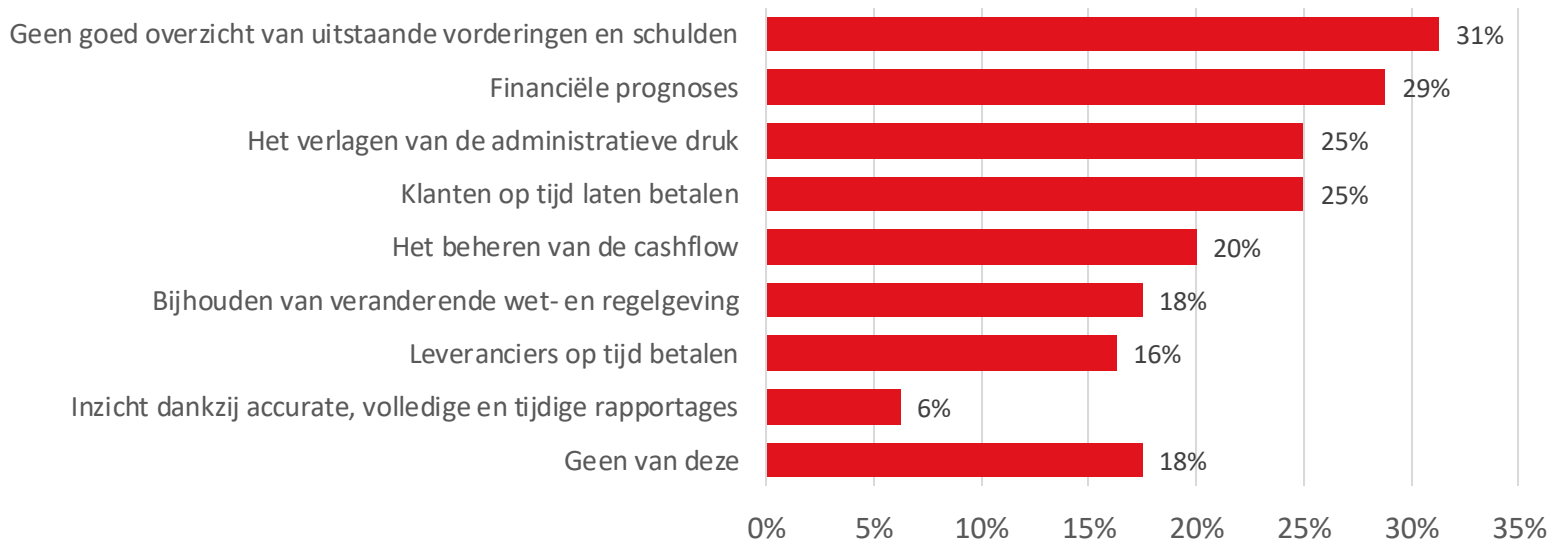
Gebruikt uw bedrijf een specifiek softwarepakket voor de volgende processen? Zo ja, hoe? [% cloud]



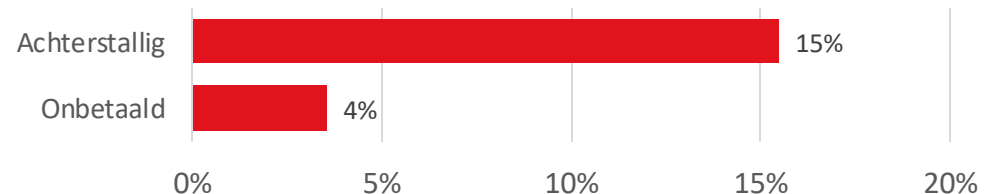
3C. Uitkomsten: *Boekhouding*

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?



Handelsbedrijven willen minder administratieve druk en betere prognoses

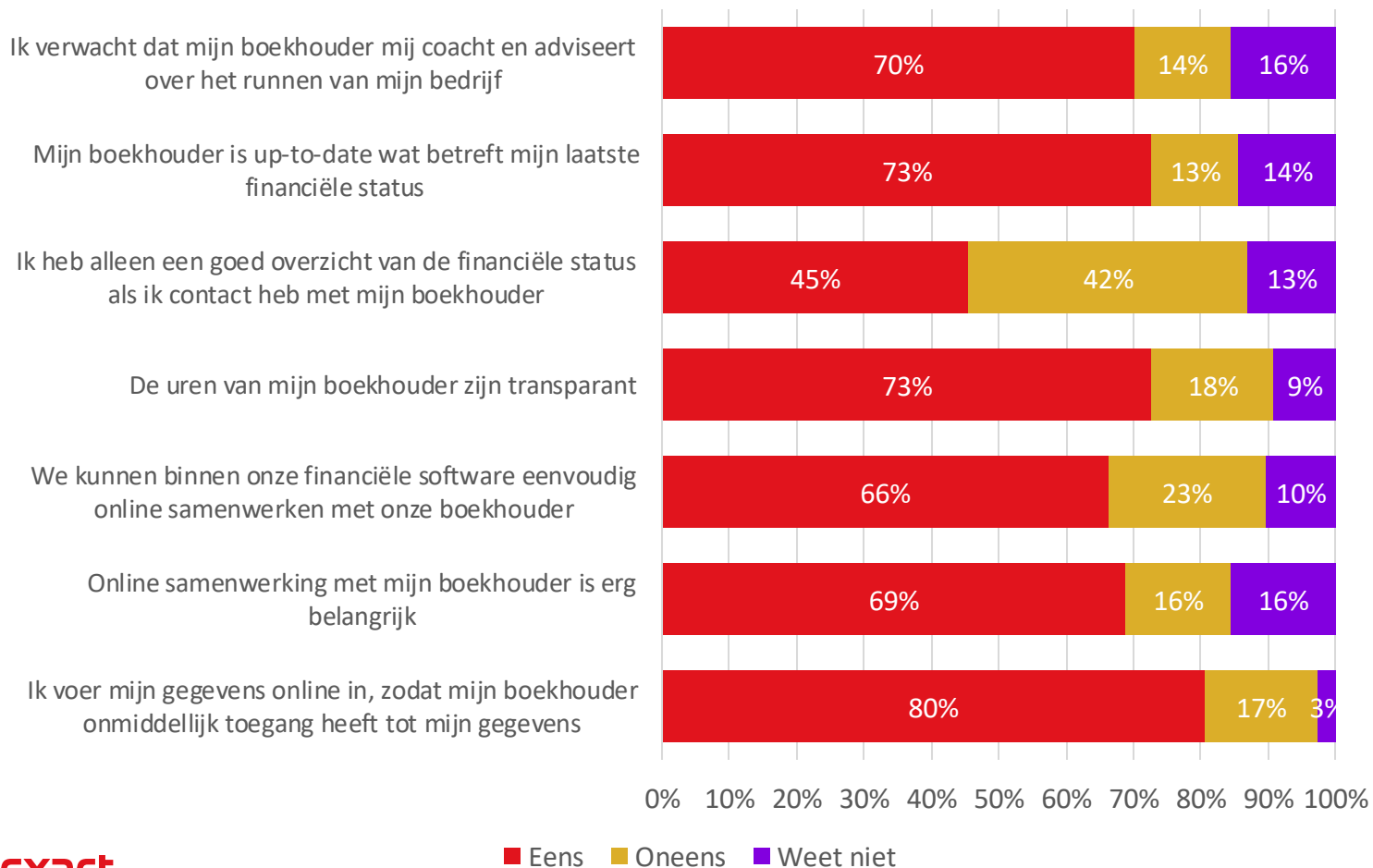
In de financiële administratie hebben handelsbedrijven ruwweg met twee typen uitdagingen te maken. Aan de ene kant kost het bijhouden de administratie veel tijd, die de ondernemer liever op een andere manier zou besteden. Het verlagen van de administratieve druk staat dan ook in de top-3 van de lijst met uitdagingen (25%).

Aan de andere kant worstelen veel handelsbedrijven met het verkrijgen van een goed overzicht en betrouwbare prognoses (29%). Dat kost op zijn beurt nog meer kostbare tijd. Bovendien is het lastiger om tijdig te sturen op situaties die daarom vragen. Zo ontbreekt het vaak aan een goed overzicht van de uitstaande vorderingen en schulden (31%), waardoor het ook lastig is om klanten tijdig te laten betalen (25%).

We zien dan ook dat 15% van de openstaande facturen achterstallig is. En gemiddeld wordt 4% van alle facturen zelfs helemaal nooit betaald.

Samenwerken 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 handelsbedrijven in het midden- en kleinbedrijf verwachten een zekere mate van coaching en advies (70%). Aangezien de accountant 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 mkb'ers het belangrijk om online samen te werken (69%), te beginnen met het online aanleveren van data (80%). Hoe sneller de accountant 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 handelsbedrijven (66%) geven dan ook aan dat ze over financiële software beschikken, waarbinnen ze eenvoudig online kunnen samenwerken met de accountant.

3D. Uitkomsten:

Verantwoord ondernemen

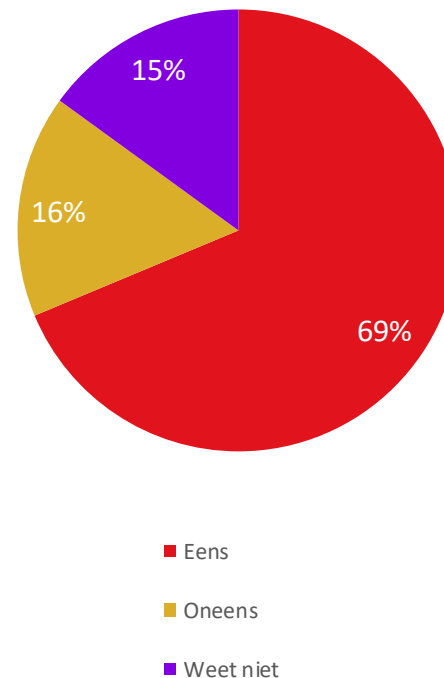
Verantwoord ondernemen

Handelsbedrijven zetten in op diversiteit en duurzaamheid in de gehele keten

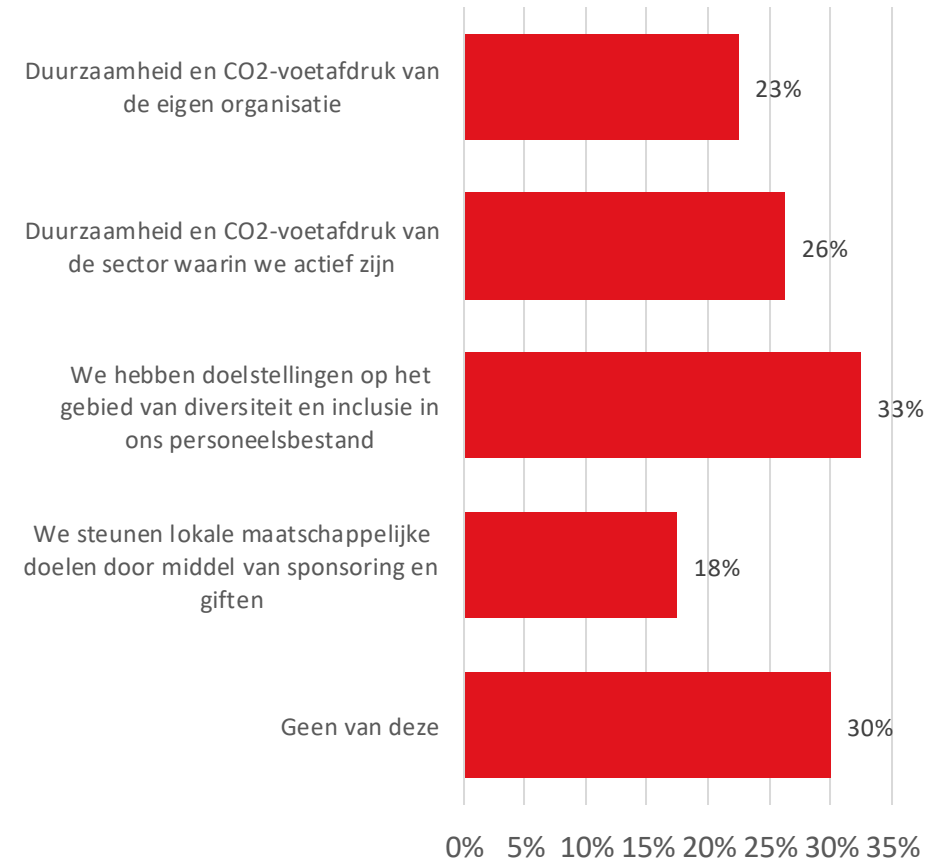
69% van de Nederlandse handelsbedrijven beschouwt maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) als een belangrijke doelstelling voor zijn of haar bedrijf. Daarmee loopt de sector in de pas bij de andere onderzochte sectoren. Maar we zien ook dat het voor 11% van de Nederlandse handelsbedrijven in het mkb zelfs een top-3 (algemene) zakelijke uitdaging is. En we hebben ook gezien dat duurzaamheid en MVO onderscheidend vermogen biedt aan een deel van de sector.

Bijna een op de drie heeft geen actief beleid op het gebied van MVO. Bedrijven die wel doelstellingen hebben geformuleerd, richten zich vooral vaak op diversiteit en inclusie (33%). Een wat kleinere groep heeft concrete doelen op het gebied van duurzaamheid. Bijna een op de vier voert actief beleid op duurzaamheid van de eigen organisatie (23%) en zelfs iets meer (26%) van de sector als geheel.

Verantwoord ondernemen is een belangrijke doelstelling voor ons bedrijf



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

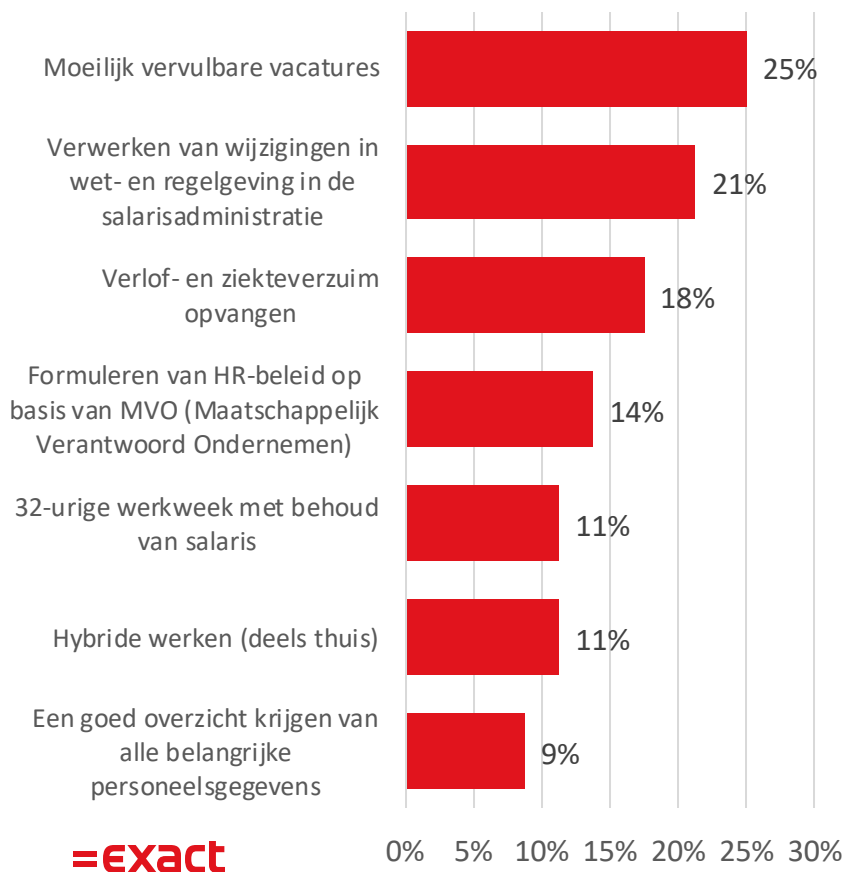


3E. Uitkomsten:

Human resources

HR-uitdagingen

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



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 handelsbedrijven vooral met moeilijk vervulbare vacatures (25%). Door de krappe arbeidsmarkt is het moeilijk om aan voldoende personeel te komen. Doordat het vaak lang duurt voordat vacatures zijn vervuld, hebben handelsbedrijven bovendien een extra uitdaging in het opvangen van verlof en ziekteverzuim (18%).

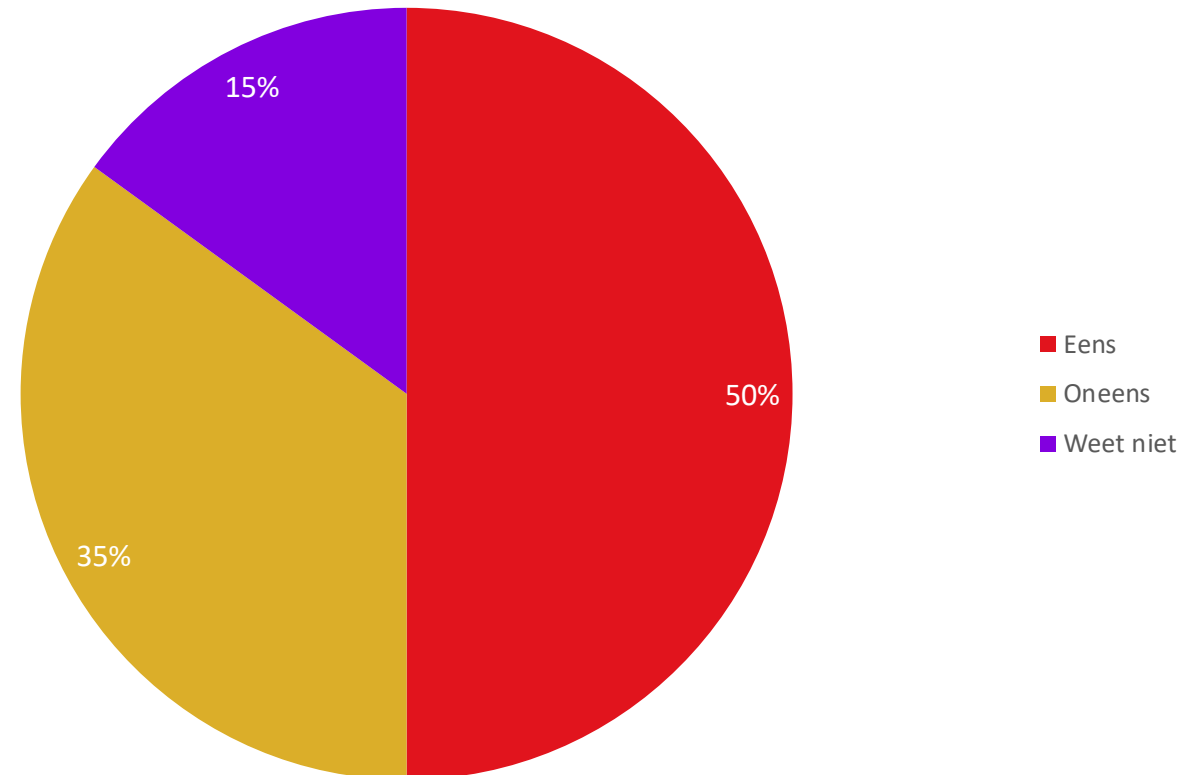
Het verwerken van verzuim en verlof is bij handelsbedrijven meestal een taak voor de HR-medewerker(s). Vooralsnog zien we maar bij 29% van de handelsbedrijven dat de verlofadministratie via selfservice plaatsvindt. Toch kan dat aanzienlijk schelen in de administratieve last en kan bovendien de manager tijdiger worden geïnformeerd, zodat deze maatregelen kan treffen.

Thuiswerken

Handelsbedrijven investeren verder in digitale middelen om hybride te kunnen werken

In de handelssector is het voor veel medewerkers niet mogelijk om thuis te werken. Maar er zijn ook veel medewerkers werkzaam in bijvoorbeeld commerciële functies, administratie of management, functies die minder aan een locatie gebonden zijn. De afgelopen jaren hebben ze kunnen ervaren dat het goed mogelijk is en aangenaam kan zijn om hybride te werken. Om deze mogelijkheid te ondersteunen, blijven veel handelsbedrijven (50%) 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 MKB 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 Exacts 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 MKB Barometer?

Neem gerust contact met ons op:

 www.exact.com | +31 15 711 5100

 Molengraafsingel 33, 2629 JD Delft