

Rapport van de Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen/Stichting Innovatie & Arbeid,
Wetstraat 34-36, 1040 Brussel - W www.serv.be/stichting – T +32 2 209 01 11 – E info@serv.be

Bij gebruik van gegevens en informatie uit dit rapport wordt een correcte bronvermelding op prijs gesteld.

Publicatiedatum 8 juli 2026

Contactpersoon	Hendrik Delagrange	hdelagrange@serv.be
	Lien Van Rampelberg	lvrampelberg@serv.be

Inhoud

Samenvatting	4
Rapport	6
1. Over dit onderzoek	7
2. Profiel van de familiebedrijven	8
2.1 Wat is een familiebedrijf?	8
2.2 Twee op de drie bedrijven zijn familiebedrijf	8
3. Strategie en visie	12
3.1 Belang opleiding, digitalisering, duurzaamheid, innovatie en beheersen werklust	12
3.2 Personeel en organisatie	13
4. Praktijken van personeelsbeleid	15
5. Economisch: iets moeilijker tijden	17
6. Innovatie	20
7. Duurzaamheid	21
8. Digitalisering, ... geen verschil	22
9. Procesaanpassingen	23
10. Besluit	24
Referentielijst	25
Lijst met figuren en tabellen	26

Samenvatting

Twee op de drie zijn familiebedrijf

Twee op de drie private ondernemingen (66%) in ons onderzoek zijn familiebedrijven. Er zijn meer familiebedrijven bij de kleinere ondernemingen (68% bij minder dan 10 werknemers) dan in de grote (33% bij 200 of meer werknemers) en duidelijk meer in de bouwsector (79%).

Visie en HR-beleid

Familiebedrijven hechten iets minder belang aan opleiding en innovatie dan andere bedrijven; voor digitalisering, duurzaamheid en werklust is er geen significant verschil. Ze ervaren vaker drempels voor opleiding, zoals de kostprijs en de vrees dat opgeleide werknemers vertrekken. Ook maken ze minder gebruik van loopbaanontwikkelingsplannen (11% tegenover 17%).

Voor de meeste andere HR-praktijken zoals functioneringsgesprekken of me-dezeggenschap zijn er geen significante verschillen, ook niet voor opleiding geven waar ze nochtans vaker drempels ervaren.

Economische groei iets minder gunstig

Familiebedrijven kenden de afgelopen drie jaar iets minder groei qua activiteiten en personeelsbestand. Sector en grootte spelen hier een grote rol maar kunnen het verschil niet helemaal verklaren. De Trends R-Score vertoont geen significant verschil met niet-familiebedrijven.

Minder product- en dienstinnovatie

Familiebedrijven brengen minder vaak nieuwe of sterk verbeterde producten of diensten op de markt (54% tegenover 68%). Dit verschil blijft bestaan na controle voor sector en grootte.

Sterker inzetten op duurzaamheid

Familiebedrijven investeren consistent in duurzaamheid, onder meer door processen aan te passen, producten te herontwerpen, de toeleveringsketen te analyseren en reststromen te hergebruiken.

Digitalisering geen verschil

Er zijn geen significante verschillen tussen familiebedrijven en andere ondernemingen in investeringen in digitalisering..

Meer procesaanpassingen

Familiebedrijven geven vaker aan dat ze werkprocessen hebben aangepast, vooral in het kader van duurzaamheid en werkdruk. Dit wijst erop dat ze niet minder, maar eerder meer geneigd zijn tot organisatorische aanpassingen.

Dit rapport werd geschreven door Lien Van Rampelberg en Hendrik Delagrange

Rapport

1. Over dit onderzoek

Methodologie

De gegevens in dit rapport zijn afkomstig van een telefonische enquête bij ondernemingen in Vlaanderen en Brussel (Nederlandstalig) met minstens één werknemer, in alle sectoren. Er werden **1650** volledige interviews uitgevoerd van maart tot begin mei 2025 op basis van een steekproef gestratificeerd op de vier grote sectoren (industrie, bouw, diensten en quartair) en grootte (4 klassen) die gewogen wordt.

Voor dit rapport beperken we ons tot de 'private' sectoren, dus zonder de overheid, onderwijs en social profit, omdat we er van uit gaan dat er in die sectoren weinig of geen familiebedrijven zijn. Het gaat dan om **1400** interviews.

Gegevens die volgens sector, grootte of en andere kruising worden weergegeven zijn altijd significant op het niveau $p < ,05$ bij toepassing van de χ^2 -toets voor percentages en Anova voor gemiddelden; berekend op de gewogen data, tenzij anders vermeld.

Meer informatie over de methodologie vindt u in het methodologisch rapport dat apart wordt gepubliceerd.

Soms wordt verondersteld dat binnen familiebedrijven de band tussen de ondernemer, zijn familie en de onderneming zorgt voor een ander perspectief in de dagelijkse en strategische beslissingen. Er is ons geen literatuur of onderzoek bekend dat de werking van familiebedrijven vergelijkt met andere bedrijven. Gegeven het ruime aantal thema's dat in de ondernemingsenquête wordt behandeld hebben we een kans om een aantal verkenningen te doen over mogelijke verschillen. Deze analyse is onvermijdelijk beperkt en pragmatisch en is niet meer dan een verkenning.

2. Profiel van de familiebedrijven

We gaan eerst in op de vraag wat een onderneming een familiebedrijf maakt, om dan te beschrijven hoeveel van de ondernemingen in ons onderzoek familiebedrijf zijn en hoe we ze kunnen omschrijven op basis van sector en grootte.

2.1 Wat is een familiebedrijf?

Een familiebedrijf is in de context van dit onderzoek een onderneming die door een familie geleid wordt. Er zijn verschillende definities mogelijk, waarbij het opnemen van een aantal criteria en voorwaarden verschilt (zie onder meer Ceysens 2008). Hoewel het in principe mogelijk zou moeten zijn om de familiebedrijven te onderscheiden van andere op basis van administratieve gegevens, leek deze piste in de praktijk niet haalbaar.

Op basis van de beperkingen en mogelijkheden die een korte telefonische survey biedt, hebben we besloten om de bepaling of het al dan niet om een familiebedrijf gaat over te laten aan de respondent zelf. Wanneer de respondent vroeg naar meer duidelijkheid lieten we de volgende definitie voorlezen: *“een bedrijf is een familiebedrijf als één familie de meerderheid heeft in het nemen van beslissingen en betrokken is bij het bestuur”*.

We hebben de vraag niet gesteld aan ondernemingen in de quartaire sectoren (overheid, onderwijs, social profit). Overheid en onderwijs kunnen geen familiebedrijf zijn, en ook bij cultuur, jeugd en organisaties gaat het vaak over VZW's of andere vormen die geen familiebedrijf kunnen zijn. Enkel in de zorg is het nog waarschijnlijk om familiebedrijven te vinden. Om de analyse en de vragenlijst helder te houden hebben we de quartaire sector, die als één geheel werd gecodeerd, niet meegenomen.

2.2 Twee op de drie bedrijven zijn familiebedrijf

Maar liefst twee op de drie respondenten (66%, Figuur 1) geeft aan dat ze in een familiebedrijf werken.

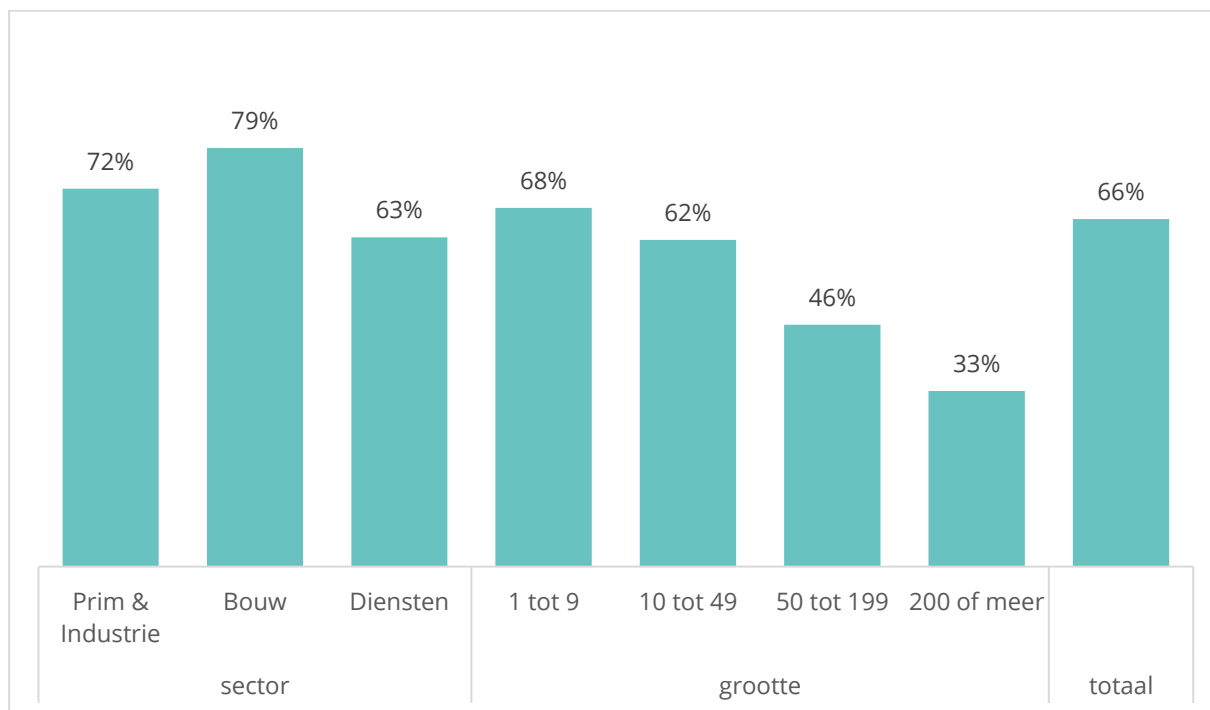
Het aandeel familiebedrijven is iets groter bij de kleine ondernemingen (68% respectievelijk 62% voor 1 tot 9 en 10 tot 49 werknemers).

Het grootste aandeel familiebedrijven vinden we in de bouw (79%), waar dan ook wel meer kleine ondernemingen te vinden zijn. De industrie – inclusief de primaire sector – kent er 72%, de diensten het minste met 63%. Al bij al zijn die verschillen niet zo groot. Als we de sectoren meer in detail bekijken zien we de algemene verdeling terugkomen (Figuur 2), met enkele uitschieters: de 80% bij de handel en de opvallend lage score (47%) bij de vrije beroepen.

Deze cijfers komen in grote lijnen overeen met de enige andere recente bron die we daarover gevonden hebben, een onderzoek op basis van een eveneens telefonische enquête bij ondernemin-

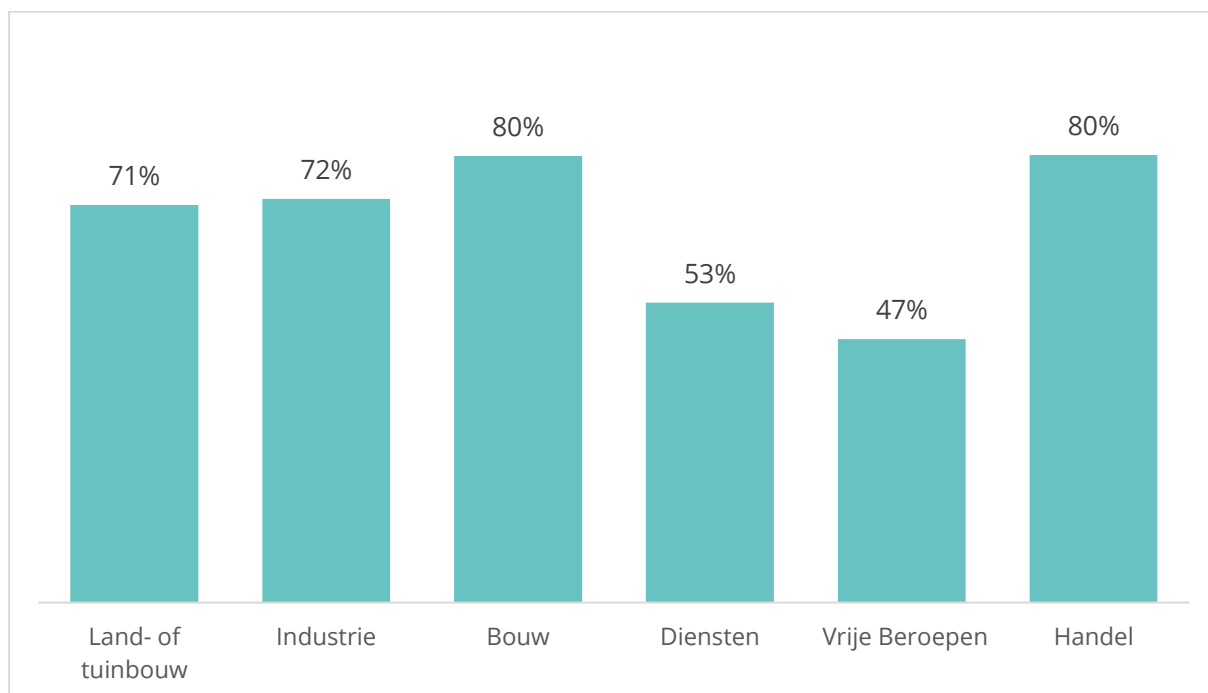
gen waarover echter enkel beknopte teksten te vinden zijn (Halloy 2025; Claerhout 2025) en de cijfers die in 2008 door SOOVI werden verzameld voor het Witboek Familiebedrijven (Ceysens 2008).

Figuur 1: Percentage familiebedrijven volgens sector en volgens grootte



% dat 'ja' antwoordt op de vraag of hun onderneming een familiebedrijf is

Figuur 2: Percentage familiebedrijven volgens een fijnere sectorafbakening



% dat 'ja' antwoordt op de vraag of hun onderneming een familiebedrijf is

Als we het totaal van alle familiebedrijven en andere ondernemingen uitzetten naar grootte en sector dan kunnen we de familiebedrijven situeren: meer dan de helft van alle ondernemingen ($5,5\% + 9,5\% + 38,2\% = 53,2\%$, Tabel 1) is een familiebedrijf met minder dan 10 werknemers; van de grote ondernemingen zijn er in verhouding sowieso veel minder en het aandeel familiebedrijven is daar ook minder groot; de grootste familieondernemingen vertegenwoordigen dan ook maar $0,4\%$ ($0,2\% + 0,1\% + 0,2\%$) van alle ondernemingen.

Tabel 1: Verdeling familiebedrijven en andere bedrijven over sector en grootte

	ander bedrijf	Familiebedrijf	totaal
1-9 industrie	1,7%	5,5%	7,2%
1-9 bouw	2,3%	9,5%	11,8%
1-9 diensten	21,0%	38,2%	59,2%
10-49 industrie	0,8%	1,7%	2,4%
10-49 bouw	0,5%	1,8%	2,2%
10-49 diensten	5,5%	7,6%	13,1%
50-199 industrie	0,3%	0,3%	0,6%
50-199 bouw	0,1%	0,2%	0,2%
50-199 diensten	1,1%	0,8%	2,0%
+200 industrie	0,2%	0,2%	0,4%
+200 bouw	0,1%	0,1%	0,2%
+200 diensten	0,5%	0,2%	0,6%
Totaal	34,0%	66,0%	100,0%

We gaan bij de verdere analyse mogelijke verschillen altijd met een regressie narekenen, omdat we dan – weliswaar telkens per item - het effect van zowel grootte als sector kunnen isoleren van dat van het al dan niet familiebedrijf zijn.

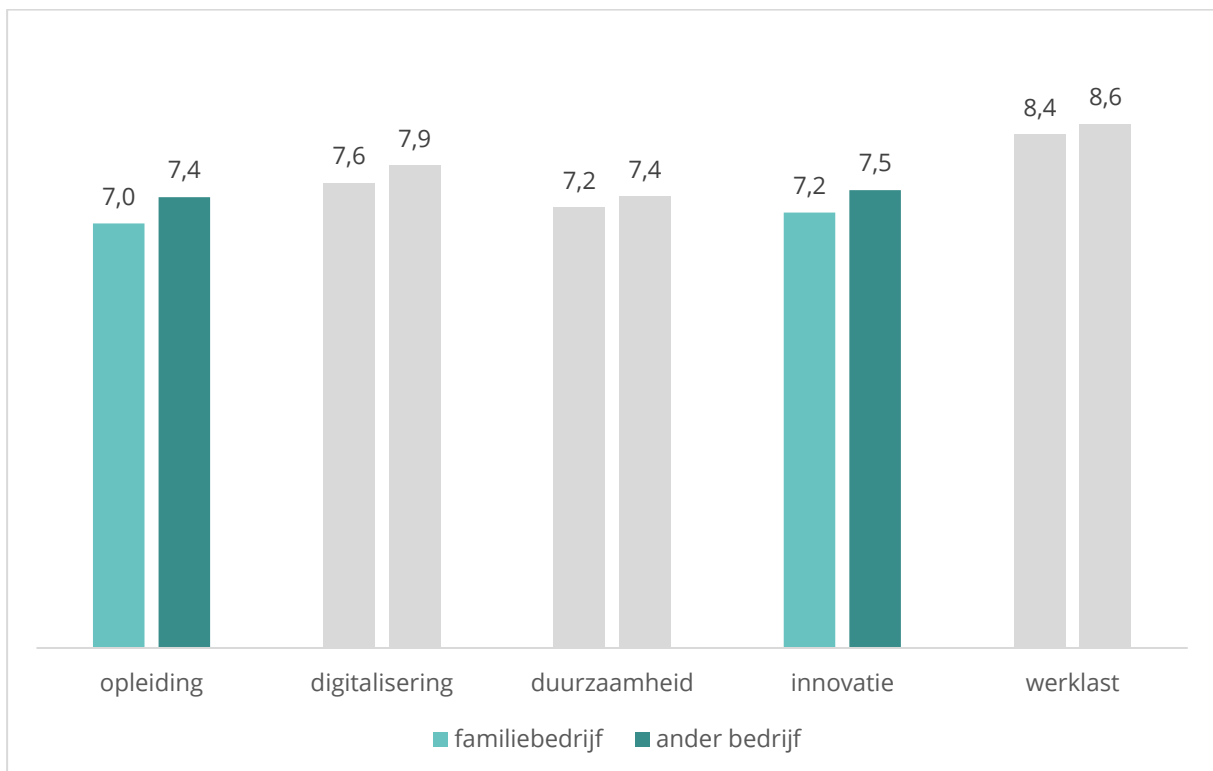
3. Strategie en visie

We hebben over een aantal van de thema's waar we een set vragen over hebben ook gevraagd hoe belangrijk ze vinden dat het thema is voor de onderneming. Daarnaast hebben we een reeks vragen geselecteerd die een indruk kunnen geven van de manier waarop personeel en organisatie ingeschat worden.

3.1 Belang opleiding, digitalisering, duurzaamheid, innovatie en beheersen werklust

Bij vijf thema's hebben we gevraagd hoe belangrijk, op een schaal van 1 tot 10, ze het thema vinden voor hun onderneming. Familiebedrijven lijken aan alle voorgelegde domeinen minder belang te hechten maar de verschillen zijn enkel significant voor opleiding en innovatie (ook na controle voor sector en grootte); voor digitalisering was het verschil ook significant maar niet meer na controle op sector en grootte via regressie. Familiebedrijven lijken dus iets minder belang te hechten aan opleiding en innovatie, twee domeinen waarvan we overigens weten dat ze sterk samenhangen met groei (Delagrange en Van Rampelberg 2026).

Figuur 3: Belang gehecht aan opleiding, digitalisering, duurzaamheid, innovatie en beheersen werklust volgens familiebedrijf



Gekleurd: significant verschil. Significantie getest via Anova en gecontroleerd op effect van sector en grootte via Lineaire regressie.

3.2 Personeel en organisatie

We hebben aan de respondenten een reeks stellingen voorgelegd (Tabel 2) omtrent belemmeringen om medewerkers opleiding te laten volgen. Drie daarvan laten significante verschillen zien, ook nadat we gecontroleerd hebben op grootte en sector. Respondenten in familiebedrijven geven vaker aan dat ze een gebrek aan motivatie merken bij de medewerkers om opleiding te volgen, dat ze het te duur vinden en dat ze vrezen dat medewerkers eens opgeleid gaan vertrekken. Twee van deze stellingen geven aan hoe ze aankijken tegenover de medewerkers; een ervan geeft het belang aan dat ze aan opleiding geven waarvan we eerder al zagen dat het dit bij familiebedrijven minder belang heeft. De twee overige, meer objectieve' stellingen, laten dan weer géén verschil zien.

We hebben ook uitspraken over hindernissen die men ervaart om de werklust te beheersen in de onderneming, waarvan een aantal een inschatting van het belang van werklust inhouden en een idee geven van de visie op organisatieaspecten (Tabel 3). Enkel de uitspraak die zegt dat het uitwerken van oplossingen meer tijd zou kosten dan opbrengen wordt significant vaker beaamd door onze respondenten in de familiebedrijven (41% tov. 33%); voor alle andere aspecten is er geen verschil.

Tabel 2: Selectie van ervaren belemmeringen voor het volgen van opleiding door medewerkers volgens al dan niet familiebedrijf

	ander bedrijf	familiebedrijf	Exp(B) *
We merken een gebrek aan motivatie of interesse bij de medewerkers om opleiding te volgen	25%	33%	1,464
Werkschema's en werklust laten geen ruimte voor opleidingen	37%	37%	
Opleiden is te duur	32%	38%	1,274
Opleiding is niet nodig, onze werknemers hebben voldoende kennis	24%	27%	
We vrezen dat medewerkers eens opgeleid gaan vertrekken	13,7%	30,8%	2,610

* Exp(B) van de binaire regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf, waarde voor deze laatste; enkel weergegeven indien significant

Tabel 3: Selectie van ervaren hindernissen voor het treffen van maatregelen om de werklust te beheersen volgens al dan niet familiebedrijf

	ander bedrijf	familiebedrijf	Exp(B) *
Het uitwerken van oplossingen voor werklust zou ons meer tijd kosten dan we er mee kunnen winnen	33%	41%	,1280
Veel van onze medewerkers vinden een hoge werkdruk een punt van eer	31%	36%	
We hebben of vinden de kennis niet om oplossingen voor werklust uit te werken	16%	16%	
We zijn aan het groeien en kunnen dat niet tegenhouden	46%	44%	
De hoeveelheid werk kan niet verminderd worden zonder het financieel overleven van de onderneming in het gedrang te brengen	43%	44%	

* Exp(B) van de binaire regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf, waarde voor deze laatste; enkel weergegeven indien significant

4. Praktijken van personeelsbeleid

Kennen familiebedrijven een ander personeelsbeleid? We hebben vragen gesteld naar een aantal HR-praktijken: effectief opleiding geven, het hebben van een opleidingsplan en loopbaanontwikkelingsplannen, functioneringsgesprekken en de mate van zeggenschap van medewerkers.

De resultaten tonen geen grote verschillen tussen familiebedrijven en andere ondernemingen. Zo blijkt er maar één van de bevraagde aspecten significant te verschillen; familiebedrijven blijken minder vaak loopbaanontwikkelingsplannen te hebben opgemaakt. Voor alle andere aspecten, zoals het geven van opleiding, het hebben van een opleidingsplan, het houden van functioneringsgesprekken en de mate van zeggenschap van het personeel, blijkt er geen significant verschil te zijn. Eventuele procentuele verschillen blijven niet overeind na controle op sector en grootte. Ook op te merken is dat ondanks de bekommernis over het mogelijke vertrek van opgeleid e werknemers, wat bij familiebedrijven vaker ervaren wordt, blijkt dat niet te leiden tot minder opleiden.

Tabel 4: Opleiding in drie categorieën volgens al dan niet familiebedrijf

	ander bedrijf	familiebedrijf	Exp(B) *
geen opleiding	25%	28%	n.s.
Voor minder dan de helft van de werknemers	15%	17%	n.s.
Voor de helft of meer van de werknemers	61%	55%	n.s.
Totaal	100%	100%	n.s.

* Exp(B) van de binaire regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf, waarde voor deze laatste; enkel weergegeven indien significant

Tabel 5: Opleidingsplan, loopbaanontwikkelingsplannen en functioneringsgesprekken en zeggenschap volgens al dan niet familiebedrijf

	ander bedrijf	familiebedrijf	Exp(B) *
Is er in uw onderneming/organisatie een geschreven opleidingsplan?	30%	24%	n.s.
Zijn er loopbaanontwikkelingsplannen of 'POP's' in uw onderneming/organisatie?	17%	11%	0,701
Worden er in uw onderneming/organisatie minstens één keer per jaar functioneringsgesprekken gehouden met het personeel?	76%	71%	n.s.
Gemiddelde score zeggenschap	3	3	

* Exp(B) van de binaire regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf, waarde voor deze laatste; enkel weergegeven indien significant

5. Economisch: iets moeilijker tijden

Zijn familiebedrijven economisch succesvoller dan andere? We kunnen afgaan op de evaluatie die de respondenten maken van de evolutie van de activiteiten in de voorbije drie jaar, de evolutie van het aantal werknemers en de R-Score die door Trends wordt opgemaakt.

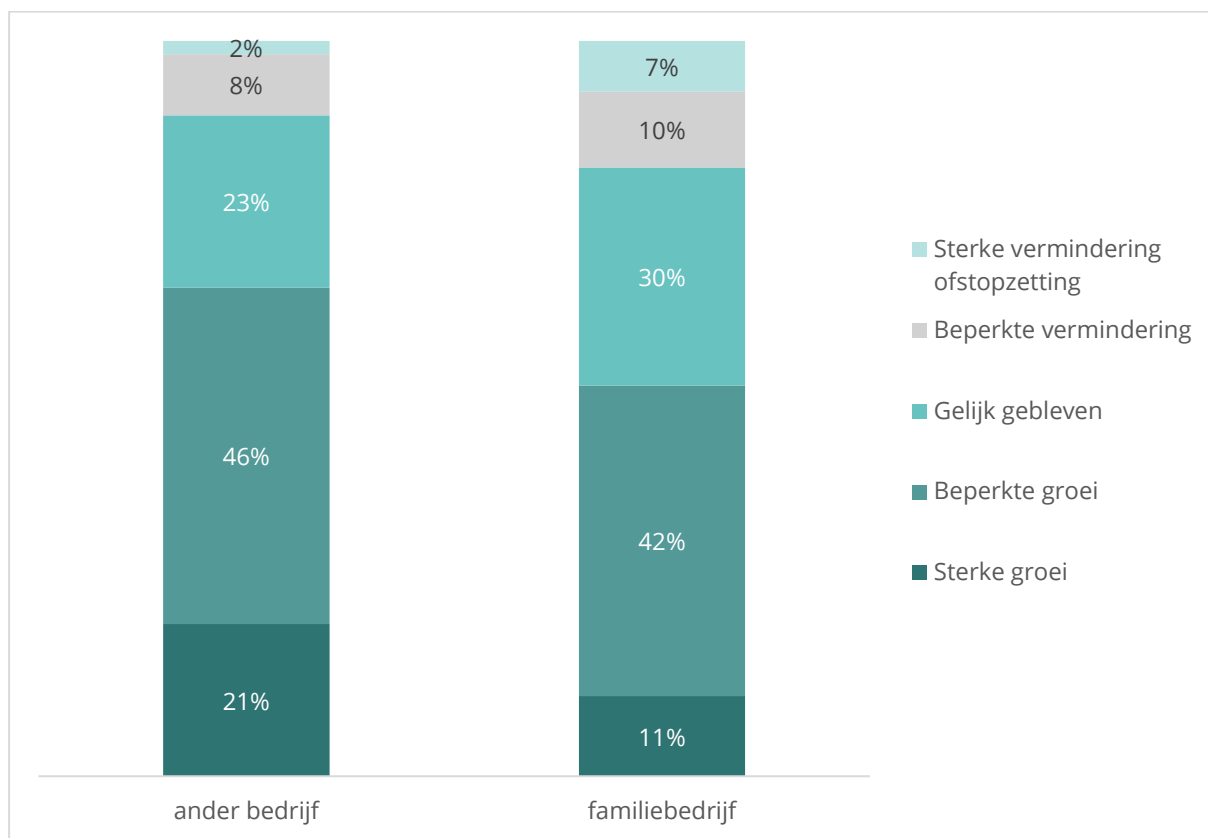
Familiebedrijven blijken in de afgelopen drie jaar minder vaak groei gekend te hebben (Figuur 4), ook na controle voor sector en grootte (Tabel 6).

Dezelfde redenering geldt voor de evolutie van het aantal werknemers in de voorbije drie jaar, waar die bij familiebedrijven minder gunstig is (Figuur 5). Het effect van grootte en sector is echter minstens zo belangrijk (Tabel 6).

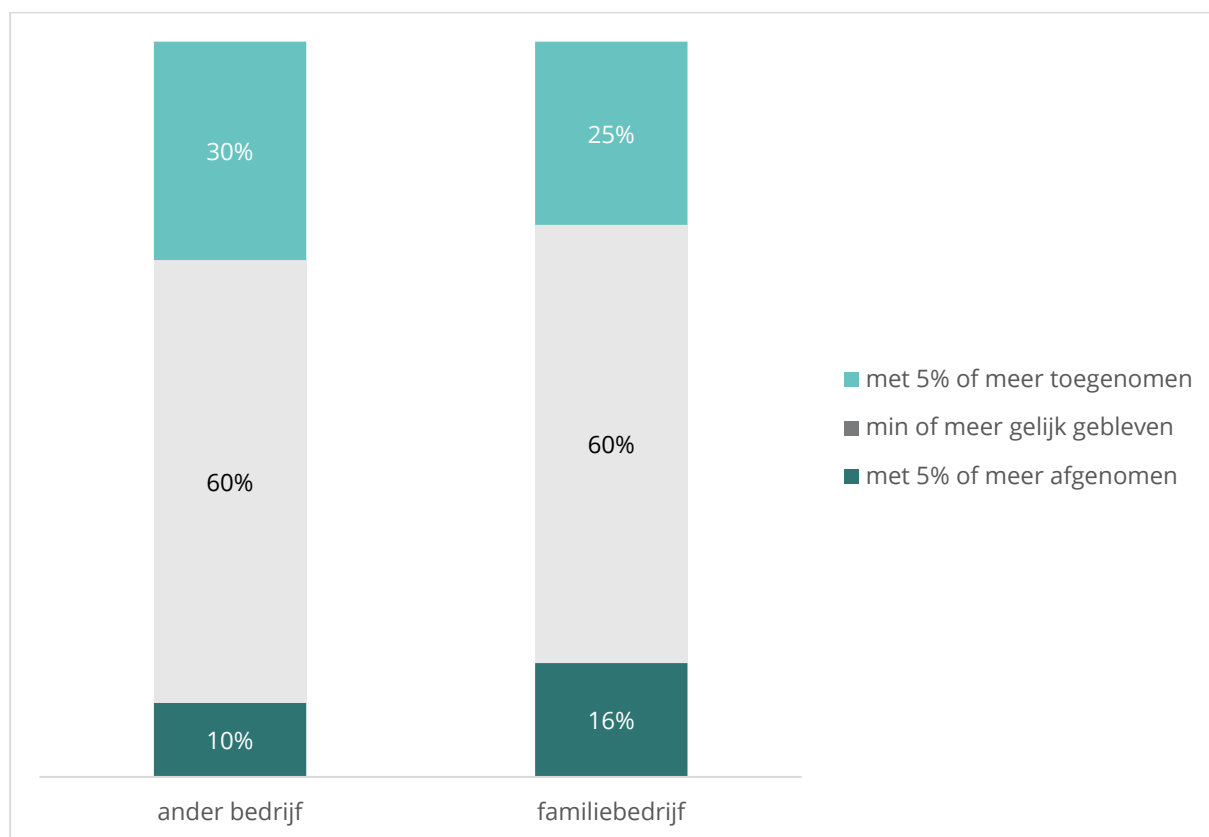
De R-Score ten slotte (eveneens Tabel 6) laat geen significant verband zien met al dan niet een familiebedrijf zijn. De R-Score van Trends is een maatstaf voor economische betrouwbaarheid en groei op basis waarvan de Trends Gazellen worden aangeduid. Elementen van groei in omzet en werknemers worden er samen gebracht met een aantal andere parameters, maar dat leidt dus niet tot verschillen voor familiebedrijven.

De familiebedrijven hebben het dus economische iets moeilijker dan andere bedrijven, ook na controle op sector en grootte.

Figuur 4: Groei van de activiteiten in de voorbije drie jaar volgens al dan niet familiebedrijf



Figuur 5: Evolutie van het aantal werknemers in de voorbije drie jaar volgens al dan niet familiebedrijf



Tabel 6: Regressie van evolutie van de activiteiten in de voorbije 3 jaar, volgens sector, grootte en familiebedrijf of ander bedrijf

	Evolutie activi- teiten verleden		Evolutie activi- teiten toe- komst		R-Score		Evolutie aantal werknemers (5%)	
	R²: ,027	p <,001	R²: ,042	p <,001	R²: ,004	p ,059	R²: ,017	p <,001
	Bèta	Sig.	Bèta	Sig.	Exp(B)	Sig.	Bèta	Sig.
Grootte (aantal wns)	0,097	<,001	-0,086	0,002	-0,046	0,109	0,081	0,004
Primair en In- dustrie	-0,027	0,336	0,012	0,653	0,075	0,01	-0,002	0,934
Bouw	-0,094	<,001	0,09	0,001	-0,008	0,791	-0,07	0,012
Diensten								
Familiebedrijf	-0,071	0,01	0,143	<,001	0,009	0,744	-0,06	0,032

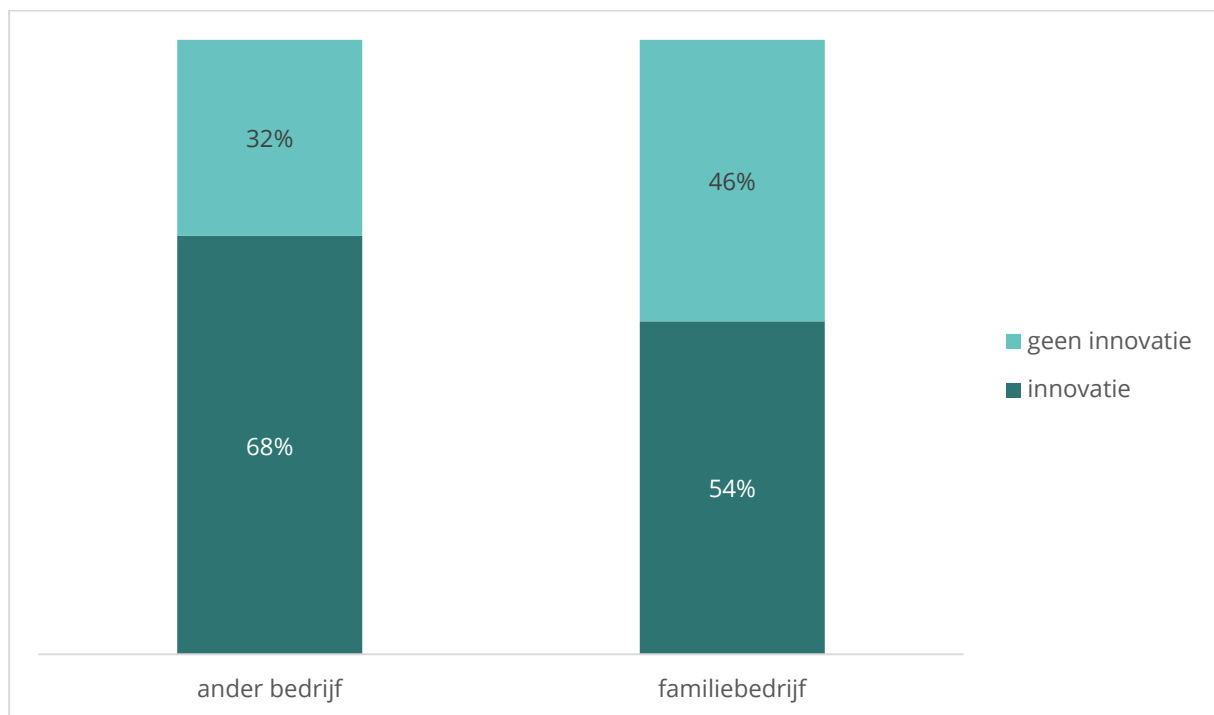
* Exp(B) van de binaire regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf, waarde voor deze laatste; enkel weergegeven indien significant

6. Innovatie

Familiebedrijven blijken minder vaak te innoveren dan andere bedrijven (Figuur 6). In de voorbije drie jaar heeft 68% van de andere bedrijven nieuwe of sterk verbeterde producten of diensten op de markt gebracht, bij de familiebedrijven is dat 54%. Of het dan gaat over producten of diensten die nieuw waren voor de markt of enkel voor de onderneming maakt in deze geen significant verschil.

Als we dit effect controleren voor grootte en sector via een regressierekening (Tabel 7) zien we dat grotere bedrijven duidelijk vaker innoveren dan kleine (Exp. 1,576) en dat familiebedrijven, los van sector en grootte, effectief minder vaak innoveren (0,574).

Figuur 6: Introductie van nieuwe producten of diensten in de voorbije drie jaar door familiebedrijven en andere bedrijven



Tabel 7: Regressie van Introductie van nieuwe producten of diensten in de voorbije drie jaar door familiebedrijven en andere bedrijven met grootte en sector

	Exp(B)	Sig.
Grootte (aantal wns)	1,576	<,001
Prim. - Industrie	1,426	0,071
Bouw	1,04	0,811
Diensten		
Familiebedrijf	0,574	<,001

7. Duurzaamheid

Zijn familiebedrijven meer of minder geneigd om in te zetten op duurzaamheid? Op het eerste zicht lijken ze inderdaad iets vaker op duurzaamheid in te zetten. Van de vijf voorgestelde acties zijn er vier waar ze vaker op inzetten; enkel het aanpassen van mobiliteit en logistiek doen ze minder vaak, al is het verschil niet significant. We weten uit onze analyse van duurzaamheid en van groei dat specifiek dit item uit de reeks een sterk verband vertoont met groei, in die mate dat we concludeerden dat het herbekijken van mobiliteit en logistiek eerder een gevolg van groei lijkt te zijn dan exclusief omwille van duurzaamheidsoverwegingen.

Dat betekent dus dat op alle andere aspecten die we voorgelegd hebben familiebedrijven vaker inzetten (ook onder controle van sector en grootte): processen aanpassen, producten herontwerpen, afval- of restroomrecuperatie en het analyseren van de toeleveringsketen. Het verschil is niet zo groot maar wel consistent.

Het zou kunnen dat dit effect eerder toe te schrijven is aan een combinatie van grootte en sector en niet zozeer aan het al dan niet familiebedrijf zijn. Om dat na te gaan plaatsen we elk item in een regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf (rechterkolom Tabel 8). De positieve verbanden met familiebedrijven blijven daarin overeind

Tabel 8: Toepassing van investeringen met het oog op het bereiken van duurzaamheidsdoelstellingen volgens familiebedrijf of ander bedrijf

	Ander bedrijf	Familiebedrijf	Regressie (*,°)
werk- of productieprocessen aangepast	45%	52%	1,366*
mobilitéitsbeleid, transport of logistiek aangepast	46%	43%	n.s.
producten of diensten herontworpen	33%	38%	1,344*
hergebruik afval, rest- of bijproducten	11%	17%	
toeleveringsketen geanalyseerd	36%	42%	1,336°
Aantal duurzaamheidsinvesteringen (1-4)	3	3	,123°

*: Exp(B); °: R²; enkel weergegeven indien significant

8. Digitalisering, ... geen verschil

Zijn familiebedrijven meer of minder geneigd om te investeren in digitalisering? Voor de meeste van de digitale investeringen maakt het geen significant verschil; voor de twee waar wel een verschil is overleefd dit niet de toets van de regressierekening om het effect van sector en grootte mee te nemen.

Er is dus wat digitalisering betreft geen enkel relevant verschil tussen familiebedrijven en andere bedrijven.

Tabel 9: Investeringen in digitale toepassingen volgens familiebedrijf of ander bedrijf

	ander be- drijf	familiebedrijf	regressie
product of dienst online	29%	33%	
Robotisering of automatisering	38%	34%	
Specifieke software	72%	68%	
Workflow software of ERP	54%	47%	n.s.
Artificiële intelligentie	19%	20%	
Gegevensanalyse	55%	47%	n.s.

* Exp(B) van de binaire regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf, waarde voor deze laatste; enkel weergegeven indien significant

9. Procesaanpassingen

Zijn familiebedrijven minder geneigd zijn tot verandering? We hebben in onze enquête een aantal vragen gesteld rond procesveranderingen in het kader van een viertal thema's. We kunnen die als een benadering gebruiken van veranderingen in de organisatie.

Familiebedrijven blijken op twee vlakken vaker aan te geven dat ze aanpassingen aan de werkprocessen hebben gedaan, namelijk in het kader van duurzaamheid – waarvan we al eerder zagen dat ze er vaker op inzetten – en in het kader van werkdruk. Beide blijken ook nog significant te verschillen als we ze controleren op sector en grootte. Familiebedrijven lijken dus helemaal niet minder geneigd tot aanpassingen, eerder integendeel.

Tabel 10: Procesaanpassingen in het kader van digitalisering, duurzaamheid, werkdruk en data-analyse toepassen voor procesverbeteringen, volgens familiebedrijf of ander bedrijf

	ander bedrijf	familiebedrijf	regressie
Data-analyse met het oog op procesverbetering	40,9%	36,8%	
Processen in verband met digitalisering	65,0%	63,6%	
in het kader van duurzaamheid	45,2%	51,5%	1,366
In het kader van werkdruk	14,6%	23,1%	1,627

* Exp(B) van de binaire regressie met grootte, sector en al dan niet familiebedrijf, waarde voor deze laatste; enkel weergegeven indien significant

10.Besluit

Er zijn een aantal aantoonbare verschillen tussen familiebedrijven en andere bedrijven. Familiebedrijven vinden opleiding en innovatie iets minder belangrijk en doen dat ook minder, en ze groeien iets minder dan andere bedrijven. In de praktijk van het personeelsbeleid zien we dan wel geen verschil van betekenis. Ze zetten wel duidelijk vaker in op duurzaamheid.

Familiebedrijven vinden we vooral bij de kleinere bedrijven en in de industrie en bouw, maar de effecten van sector en grootte verklaren maar een deel van de verschillen.

Referentielijst

- Ceysens, Patricia. 2008. *Witboek Familiebedrijven*. Brussel: Vlaamse Regering 2004-2009.
<https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/4916>.
- Claerhout, Patrick. 2025. 'Exclusieve studie – Onze familiebedrijven doorgelicht: de motor van onze economie kampt met grote uitdagingen'. Trends.be. 27 mei 2025.
<https://trends.knack.be/ondernemen/onze-familiebedrijven-doorgelicht-de-motor-van-onze-economie-kampt-met-grote-uitdagingen/>.
- Delagrang, Hendrik, en Lien Van Rampelberg. 2026. 'Hoe ondernemingen groeien'. Brussel: SERV / Stichting Innovatie & Arbeid.
https://www.serv.be/sites/default/files/documenten/StIA_OE25_groeiendeondernemingen_RAP.pdf.
- Halloy, Valery. 2025. 'BNP Paribas Fortis en KU Leuven stellen diepgaande studie voor over familiebedrijven'. BNP Paribas Fortis. 28 mei 2025.
<https://newsroom.bnpparibasfortis.be/bnp-paribas-fortis-en-ku-leuven-stellen-diepgaande-studie-voor-over-familiebedrijven>.

Lijst met figuren en tabellen

Figuren

Figuur 1:	Percentage familiebedrijven volgens sector en volgens grootte.....	9
Figuur 2:	Percentage familiebedrijven volgens een fijnere sectorafbakening	10
Figuur 4:	Belang gehecht aan opleiding, digitalisering, duurzaamheid, innovatie en beheersen werklust volgens familiebedrijf.....	12
Figuur 5:	Groei van de activiteiten in de voorbije drie jaar volgens al dan niet familiebedrijf ...	18
Figuur 6:	Evolutie van het aantal werknemers in de voorbije drie jaar volgens al dan niet familiebedrijf.....	19
Figuur 7:	Introductie van nieuwe producten of diensten in de voorbije drie jaar door familiebedrijven en andere bedrijven	20

Tabellen

Tabel 1:	Verdeling familiebedrijven en andere bedrijven over sector en grootte	11
Tabel 2:	Verdeling familiebedrijven en andere bedrijven naar sector en grootte Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.	
Tabel 3:	Selectie van ervaren belemmeringen voor het volgen van opleiding door medewerkers volgens al dan niet familiebedrijf.....	13
Tabel 4:	Selectie van ervaren hindernissen voor het treffen van maatregelen om de werklust te beheersen volgens al dan niet familiebedrijf.....	14
Tabel 5:	Opleiding in drie categorieën volgens al dan niet familiebedrijf.....	15
Tabel 6:	Opleidingsplan, loopbaanontwikkelingsplannen en functioneringsgesprekken en zeggenschap volgens al dan niet familiebedrijf.....	16
Tabel 7:	Regressie van evolutie van de activiteiten in de voorbije 3 jaar, volgens sector, grootte en familiebedrijf of ander bedrijf.....	19

Tabel 8:	Regressie van Introductie van nieuwe producten of diensten in de voorbije drie jaar door familiebedrijven en andere bedrijven met grootte en sector	20
Tabel 9:	Toepassing van investeringen met het oog op het bereiken van duurzaamheidsdoelstellingen volgens familiebedrijf of ander bedrijf.....	21
Tabel 10:	Investeringen in digitale toepassingen volgens familiebedrijf of ander bedrijf	22
Tabel 11:	Procesaanpassingen in het kader van digitalisering, duurzaamheid, werkdruk en data-analyse toepassen voor procesverbeteringen, volgens familiebedrijf of ander bedrijf.....	23