

# NULMETING 2023 CIRCULAIR ONDERNEMEN IN DE MEUBELINDUSTRIE

EEN SURVEY ONDER  
LEDEN VAN HET CBM

TWEEDE HELFT  
**2023**

**NULMETING CIRCULAIR  
ONDERNEMEN  
RESULTATEN EN ANALYSE**

## Voorwoord

Deze rapportage biedt een diepgaande analyse van de resultaten van de Circulaire Enquête, een initiatief dat tot doel had inzicht te verschaffen in de huidige stand van zaken met betrekking tot duurzaamheid en circulariteit binnen de meubel en interieurbouw branche. De enquête, uitgezet onder een breed spectrum van deelnemers, heeft geresulteerd in een schat aan waardevolle informatie en perspectieven.

De enquête is geijkt op de R-ladder van duurzaamheid. De vragen gaan over verschillende activiteiten op deze ladder en in welke hoedanigheid dit van toepassing is op het bedrijf. Samen met de motivatie worden de deelnemers aan het einde op de hoogte gesteld van hun ladder-positie.

De antwoorden op de gestelde vragen bieden een gedetailleerd beeld van de praktijken en attitudes ten aanzien van circulaire economie. Van het beoordelen van duurzaamheidsinitiatieven tot het meten van de bereidheid tot gedragsverandering, de verzamelde gegevens vormen een waardevolle bron van kennis voor beleidsmakers, bedrijfsleiders en betrokken partijen.

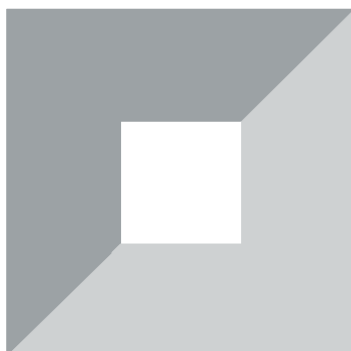
In deze rapportage zullen we niet alleen de bevindingen presenteren, maar ook dieper ingaan op de conclusies die kunnen worden getrokken uit de verzamelde antwoorden. Door te focussen op opvallende patronen, gemeenschappelijke uitdagingen en innovatieve benaderingen, trachten we een holistisch begrip te verschaffen van de huidige stand van zaken en toekomstige mogelijkheden op het gebied van circulaire praktijken.

We hopen dat deze informatie niet alleen inzicht verschaft, maar ook een bron van inspiratie vormt voor verdere stappen richting een duurzamere en circulaire toekomst.



## INHOUD

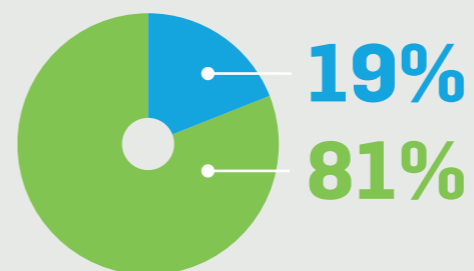
VOORWOORD	3.
2023.2 IN FACT	5.
LADDER POSITIE EN MOTIVATIE	6-7.
AFVALVERWERKING	8-9.
HERGEBRUIK MATERIAAL	10-11.
LANGE LEVENSDUUR	12-13.
EFFICIËNT PROCES	14.
MODULARITEIT EN DUURZAAMHEID	16-17.
MOTIVATIE	18-19.
CONCLUSIE EN AANBEVELING	20.



## 2023.2 IN FACT



### CIRCULAIRE ENQUÊTE ONDERVERDELING IN SEGMENTEN



■ WOONMEUBEL  
■ INTERIEUR

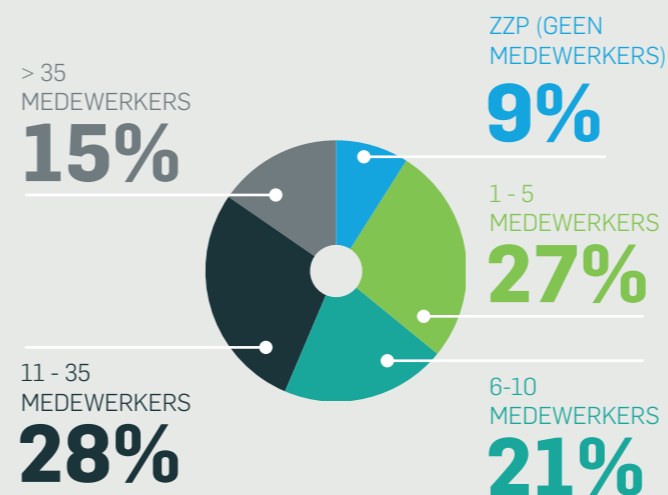
**81** DEELNEMERS  
AAN DE ENQUÊTE



**14,5%**

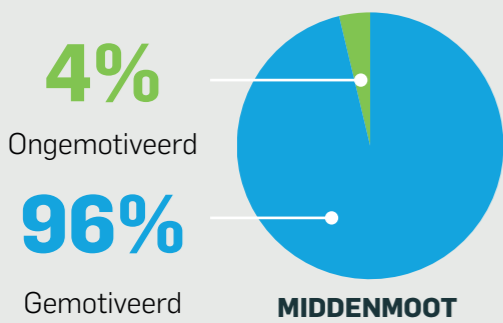
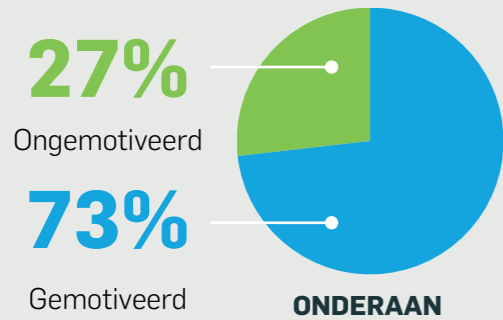
**RESPONS**

### AANTAL MEDEWERKERS (FTE) PER BEDRIJF



## CIRCULAIRE ENQUÊTE

LADDER POSITIE EN MOTIVATIE VERDELING



De enquête is opgebouwd in twee essentiële onderdelen: de activiteiten die bedrijven ondernemen om aan duurzaamheidsdoelstellingen te voldoen, en de motivaties en barrières die ze ervaren bij het nastreven van deze doelen.

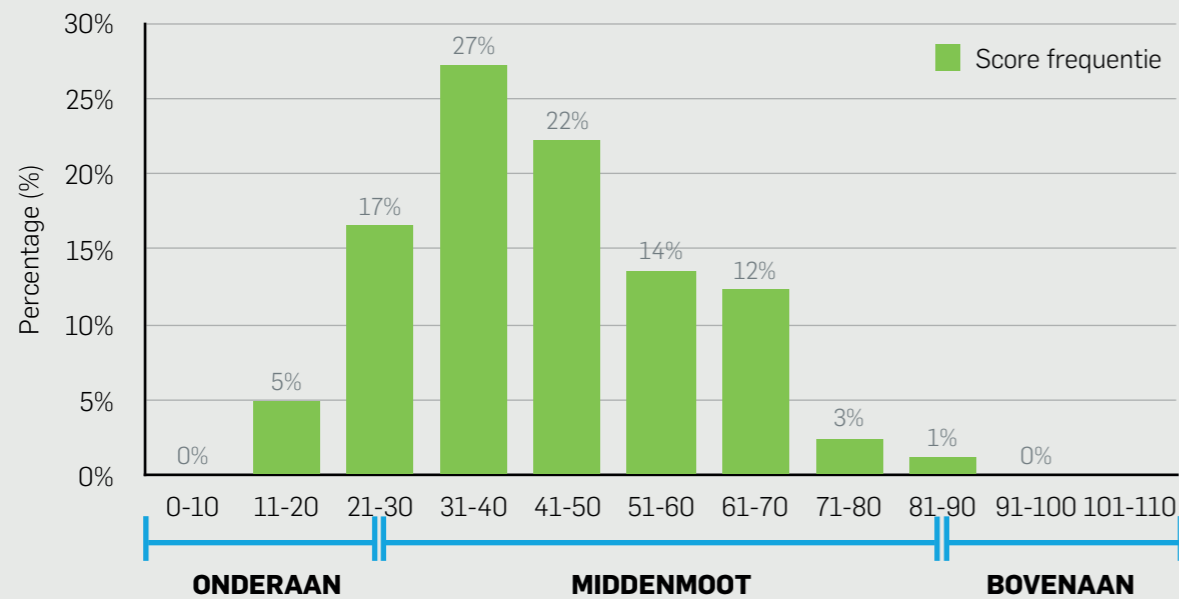
De meetlat die wordt gebruikt om duurzaamheidsprestaties te iken, is de 'R-ladder'. De R-ladder, gebaseerd op de principes van reduce, reuse, recycle, en andere duurzame praktijken. Dit biedt een gestructureerd kader om de vooruitgang van organisaties te evalueren. Het idee is om bedrijven te stimuleren stappen te zetten op de ladder en zo hun duurzaamheidsprestaties te verbeteren.

Waarom kiezen we specifiek voor de R-ladder als referentie in deze enquête? Omdat het in staat stelt de duurzaamheidsinspanningen te kwantificeren en te vergelijken. Door activiteiten te categoriseren op de R-ladder, kunnen bedrijven niet alleen hun huidige positie begrijpen, maar ook strategieën ontwikkelen om verder te stijgen.

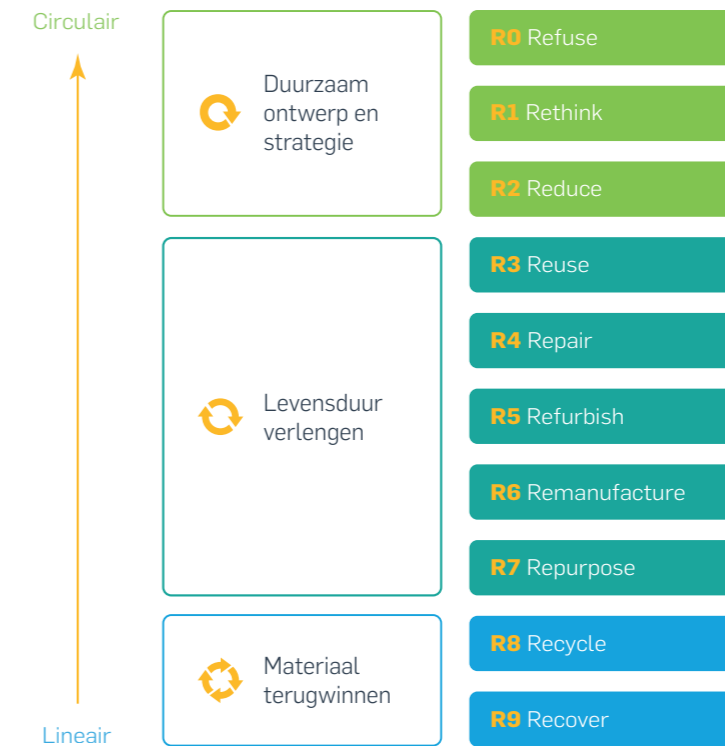
Deze focus op duurzaamheid is van cruciaal belang voor de overgang naar een circulaire economie. Een circulaire economie streeft naar het minimaliseren van afval en het maximaliseren van het hergebruik van materialen. Door bedrijven aan te moedigen om duurzaamheid te integreren in hun activiteiten, draagt de enquête bij aan het bredere doel van het verminderen van de ecologische voetafdruk en het bevorderen van een meer duurzame, veerkrachtige branche.

## VERDELING

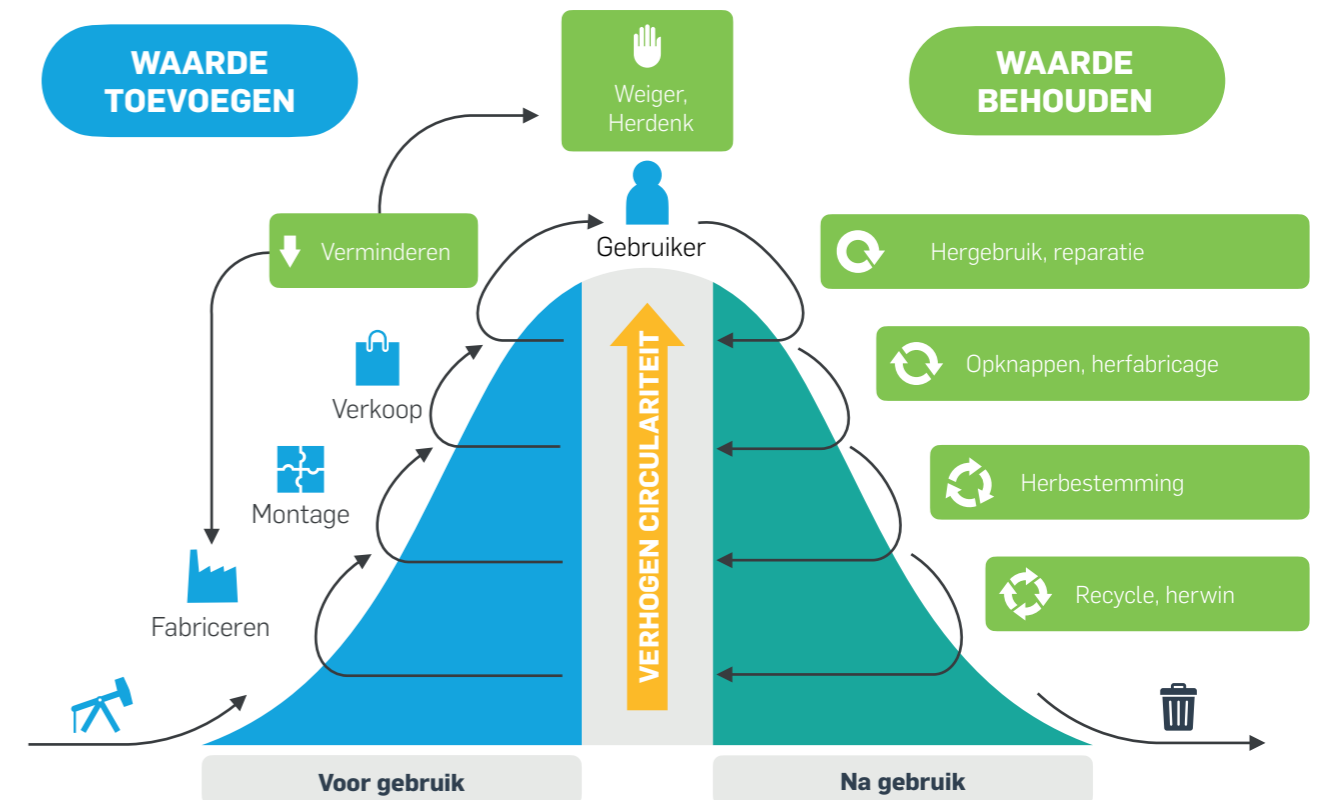
OP BASIS VAN BEHAALDE SCORE



## R-LADDER



## WAARDEPIRAMIDE



# AFVALVERWERKING

## ER IS VEEL BEWUSTZIEN EN ACTIE, DESONDANKS NOG KANS VOOR VERBETERING.

Concluderend kunnen we vaststellen dat er binnen de meubel- en interieurbouwsector een aanzienlijk bewustzijn bestaat met betrekking tot afvalvermindering. Uit de enquête blijkt dat een aanzienlijk deel van de deelnemers actief bezig is met het verminderen van afval. Opvallend is de bevinding dat 71,6% van de respondenten aangeeft geen bioketel te hebben, wat suggereert dat er in veel gevallen sprake is van een meer geavanceerde vorm van afvalverwerking dan verbranding. Dit wordt ondersteund door het feit dat 77,8% van de deelnemers zich inzet voor duurzaam afvoeren van hout, met het oog op hergebruik als grondstof.

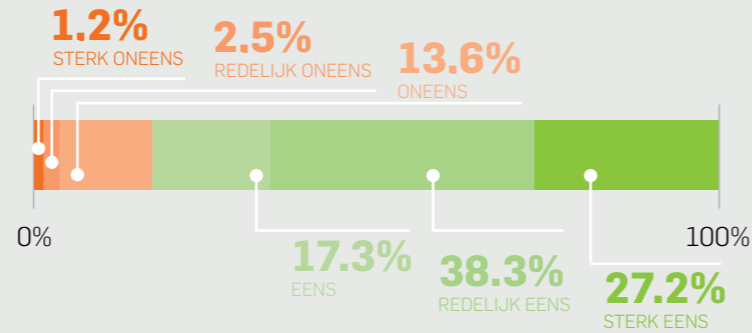
Een positieve trend is te zien in het feit dat vrijwel alle deelnemers papier en karton, evenals ijzer en metalen, scheiden. De actieve betrokkenheid bij afvalscheiding geeft aan dat er een algemene bereidheid is om verschillende materialen te recyclen. Slechts een verwaarloosbare minderheid van de deelnemers lijkt niet betrokken te zijn bij afvalscheiding.

Gemotiveerde deelnemers, die actief bezig zijn met duurzaamheid, geven aan dat ze zich in toenemende mate richten op het kiezen van duurzame afvalverwerkers. Deze betrokkenheid bij het selecteren van duurzame afvalverwerkers lijkt minder voor te komen bij minder gemotiveerde deelnemers, wat wijst op een mogelijkheid tot verbetering in de bewustwording en betrokkenheid bij de circulaire transitie binnen deze sector.

Al met al tonen de inzichten uit de enquête aan dat er positieve stappen worden ondernomen in de richting van duurzame afvalverwerking binnen de meubel- en interieurbouwsector. Het is echter van belang om deze positieve trends verder te stimuleren en bewustwording te vergroten, vooral bij minder betrokken deelnemers, om de circulaire transitie volledig te omarmen en verder te versnellen.

Het onderzoek toont aan dat er algemeen bewustzijn is van afvalvermindering in de meubel- en interieurbouw sector. Echter, is er nog verbetering mogelijk bij het scheiden van materiaalstromen en keuzes voor afvalverwerkers.

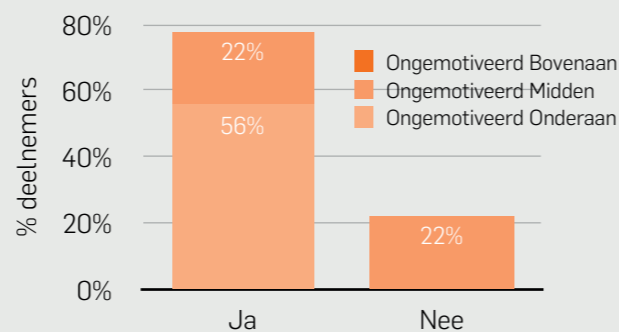
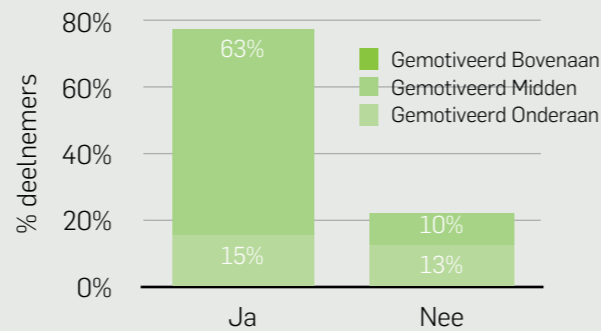
### WIJ ZIJN BEZIG MET BEWUST AFVAL VERMINDEREN EN ZO GOED MOGELIJK AFVOEREN



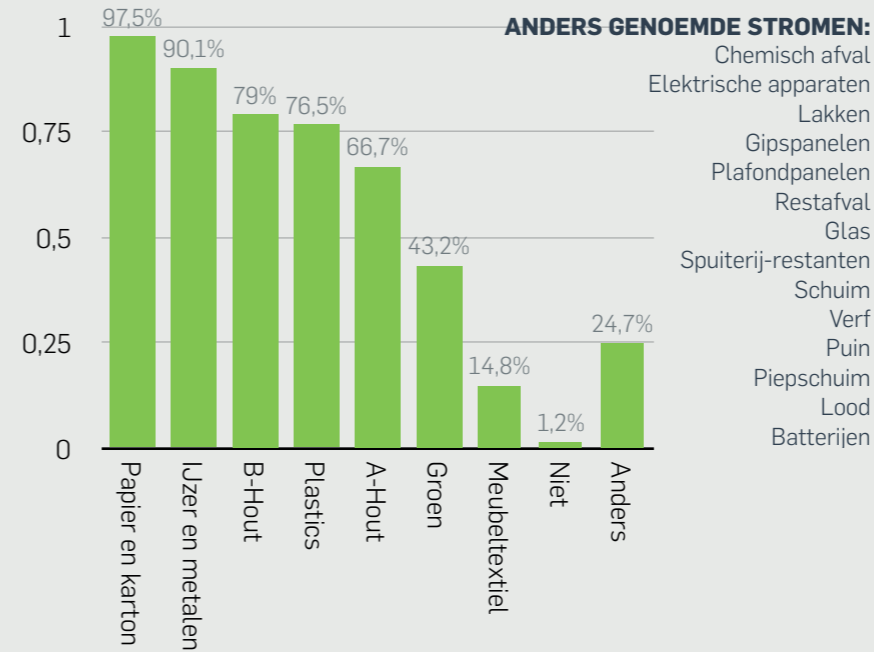
### WIJ HEBBEN EEN EIGEN BIOKETEL OM GASVERBRUIK TE VERLAGEN



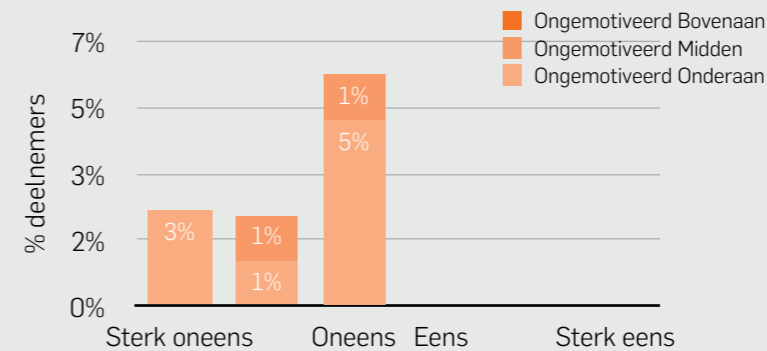
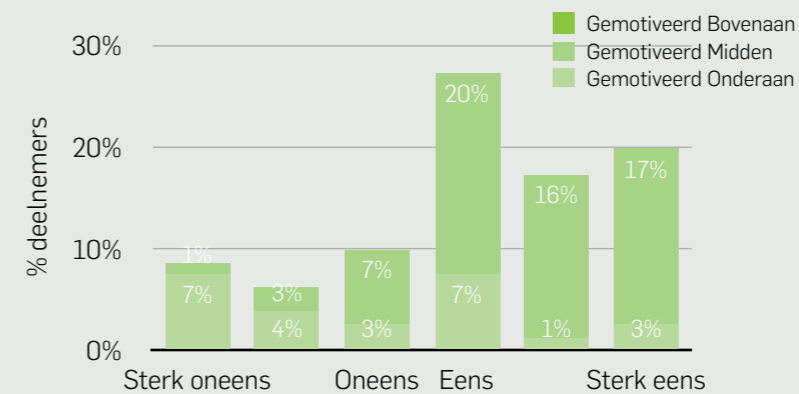
### WIJ ZIJN BEZIG MET HET DUURZAAM AFVOEREN VAN HOUT OM WEER IN TE ZETTEN ALS GRONDSTOF



### WIJ ZIJN BEZIG MET SCHEIDING VAN MATERIALEN OM WEER IN TE ZETTEN ALS GRONDSTOF



### WIJ KIEZEN AFVALVERWERKERS OP BASIS VAN DUURZAAMHEID



# HERGEBRUIK MATERIAAL

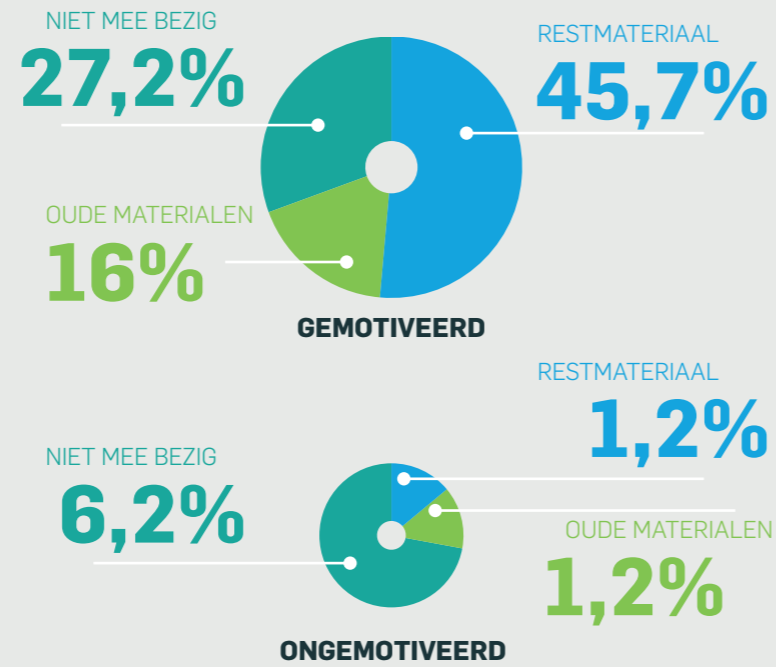
## HERGEBRUIK VAN MATERIAAL IS EEN NIEUW POTENTIEEL.

In conclusie kan worden vastgesteld dat het hergebruik van materialen binnen de meubel- en interieurbouw nog niet voldoende is geïntegreerd in de bedrijfspraktijken. Ondanks dat bijna de helft van de deelnemers restmateriaal voor andere doeleinden gebruikt, blijkt uit de bevindingen dat meer dan 30% van de respondenten nog niet actief bezig is met hergebruik. Bovendien is het opmerkelijk dat 64% van de deelnemers niet betrokken is bij het overkopen van producten voor verwerking in eigen producten, waar slechts 13% van de gemotiveerde deelnemers wel actief is op dit gebied.

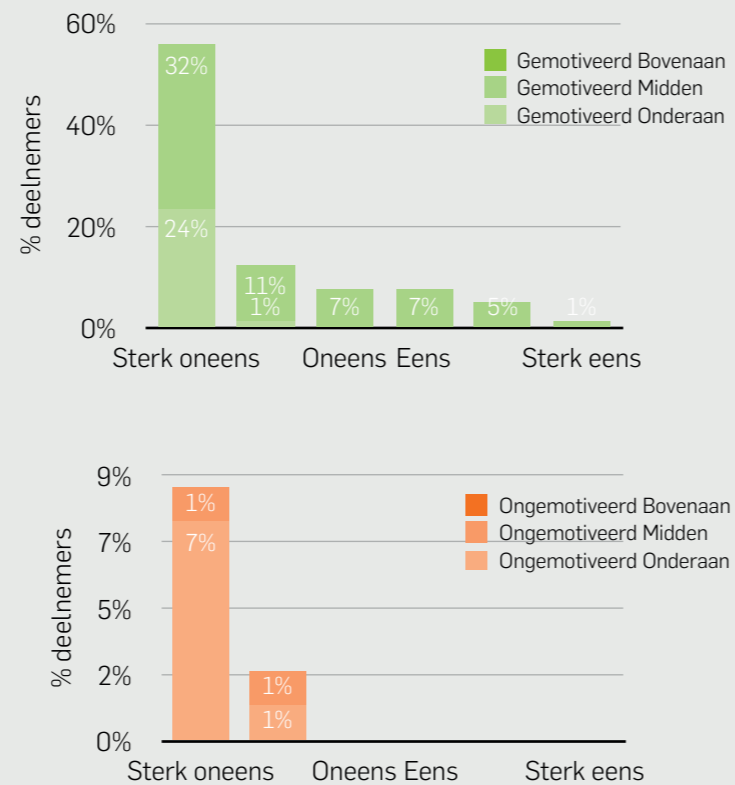
Het gebrek aan betrokkenheid bij het hergebruiken van oude interieurs/meubels in nieuwe projecten en het onvoldoende streven naar het terugkrijgen van meubels na gebruik voor hergebruik, benadrukt de noodzaak van bewustwording en inzet binnen de sector. Het is duidelijk dat er veel potentieel is om duurzamer te opereren en een aanzienlijk aantal bedrijven heeft nog een weg te gaan om deze mogelijkheden te benutten.

In de toekomst is het cruciaal dat de industrie zich meer richt op het implementeren van circulaire principes, waarbij onder andere het hergebruik van materialen en producten centraal staat. Het stimuleren van bewustzijn, het delen van best practices en het aanmoedigen van samenwerkingen kunnen bijdragen aan een positieve verandering in de richting van een meer duurzame en circulaire benadering binnen de meubel- en interieurbouwsector.

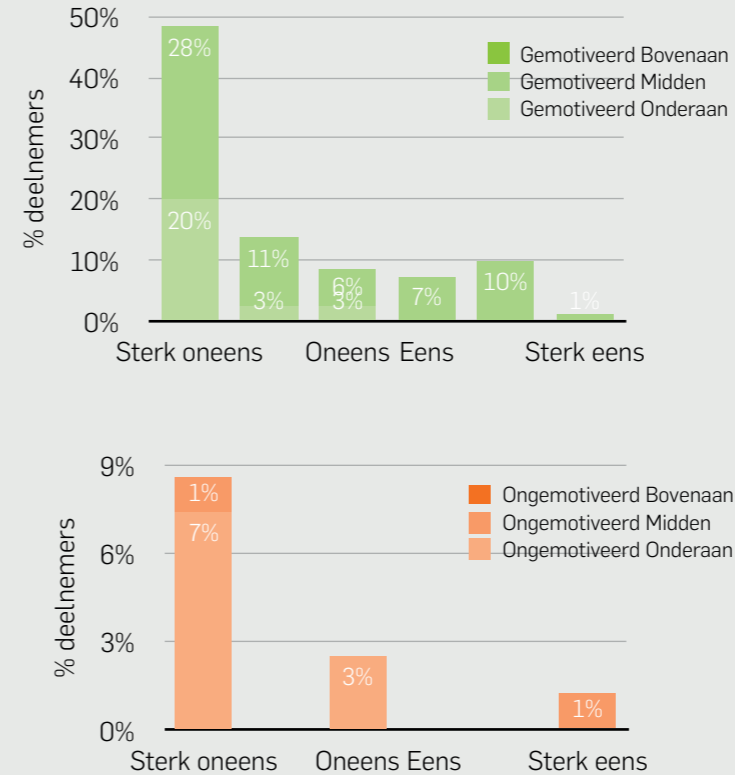
### WIJ HERGEBRUIKEN MATERIALEN VOOR EEN ANDERE FUNCTIE



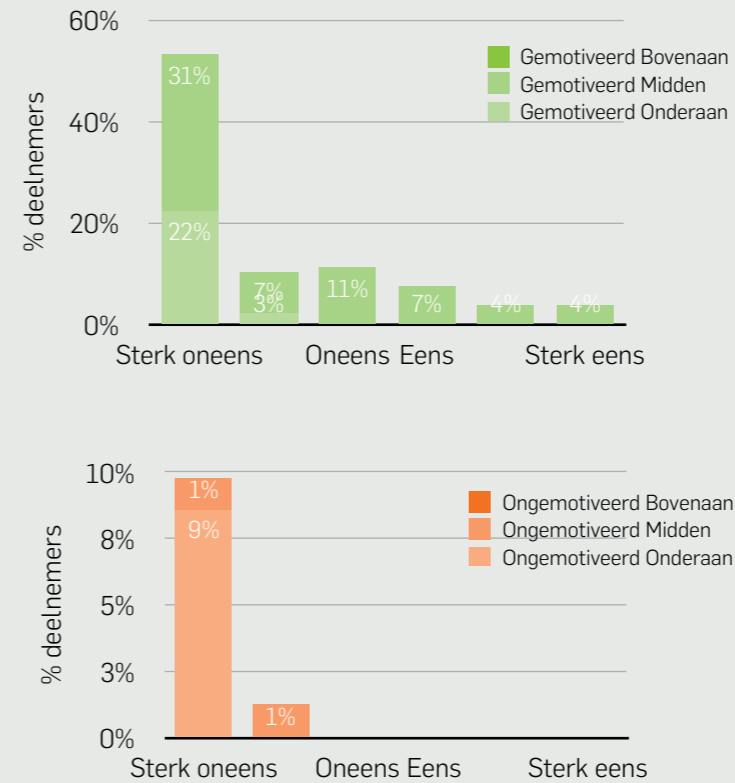
### WIJ ZIJN BEZIG MET HET OVERKOPEN VAN PRODUCTEN VOOR VERWERKING IN EIGEN PRODUCTEN



### WIJ HERGEBRUIKEN OUDE INTERIEURS/MEUBELS IN NIEUWE INTERIEURS/MEUBELS



### WIJ ZORGEN DAT MEUBELS TERUG KOMEN ZODAT ONDERDELEN HERGEBRUIKT KUNNEN WORDEN



# LANGERE LEVENSDUUR

## ER IS RUIMTE OM LEVENSDUUR OP MEER FRONTEN TE VERLENGEN.

Het onderzoek toont aan dat er diverse initiatieven zijn gericht op het verlengen van de levensduur van meubels, maar er zijn nog aanzienlijke mogelijkheden voor verbetering. Het is bemoedigend om te constateren dat een aanzienlijk deel van de deelnemers actief bezig is met het aanmoedigen van klanten om zelf meubels te repareren of gebruik te maken van reparatieservices. Echter, het feit dat minder dan 25% hier niet mee bezig is, laat zien dat er nog kansen liggen binnen de branche.

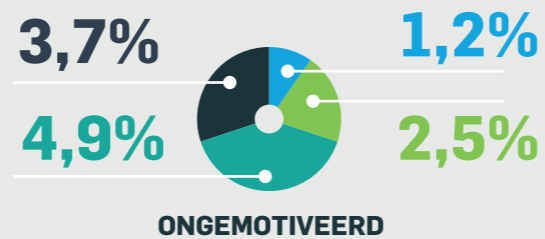
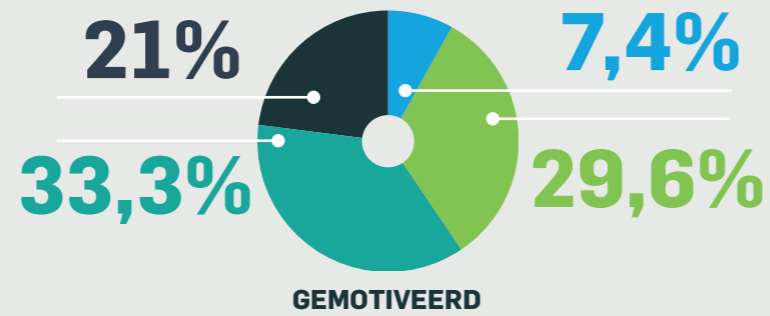
Wat betreft het stimuleren van klanten om meubels tweedehands door te verkopen, is het opvallend dat slechts 20% van de deelnemers zich hier actief mee bezighoudt. Deze inspanningen lijken voornamelijk te komen van de gemotiveerde groep die al midden op de R-ladder staat. Hier liggen kansen om deze aanpak breder te implementeren en zo de circulaire economie te bevorderen.

Een belangrijk aandachtspunt is het terugnemen van meubels, waarbij bijna 50% van de deelnemers aangeeft dat zij deze service niet kunnen aanbieden. Slechts 15% biedt deze mogelijkheid wel aan. Hier ligt een duidelijke kans om zowel ecologisch als economisch voordeel te behalen door meer bedrijven aan te moedigen om deze service te integreren.

Opvallend is dat de barrières met betrekking tot "ontwerpen voor lange levensduur" en "maatwerk" vaak worden genoemd. Het lijkt er ook op dat klantvraag, wensen en bedrijfsprocessen hierin een belemmerende rol spelen. Het is interessant om te onderzoeken of er mogelijkheden zijn om deze barrières te doorbreken en de focus te verschuiven naar duurzaam ontwerpen en het verlengen van levensduur.

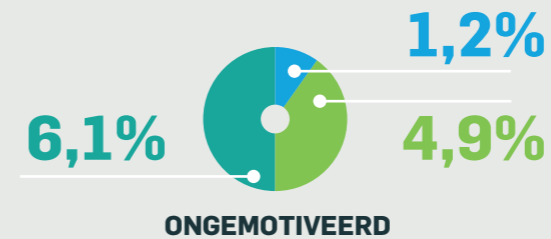
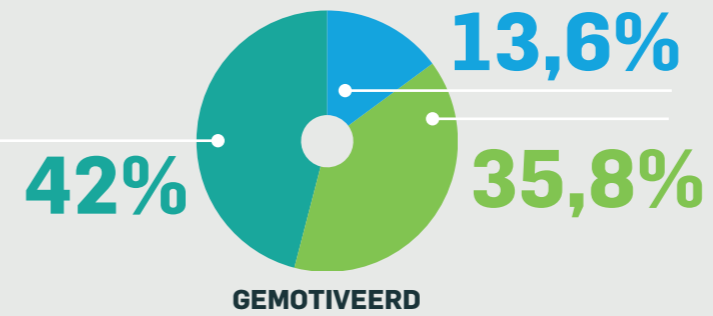
Tot slot wijst het onderzoek uit dat, ondanks bestaande initiatieven zoals reparatieservices, er nog beperkte stimulatie is voor klanten om meubels na gebruik te verkopen of terug te brengen naar de producent. Hier ligt een kans om bewustwording en incentives te vergroten, waardoor een meer circulaire benadering van meubelgebruik wordt gestimuleerd. Samenvattend zijn er positieve stappen gezet, maar er is duidelijk ruimte voor verdere ontwikkeling en samenwerking binnen de branche om de levensduur van meubels op alle fronten te verlengen.

### WIJ ZIJN BEZIG MET HET AANMOEDIGEN VAN KLANTEN OM ZELF TE GAAN REPAREREN



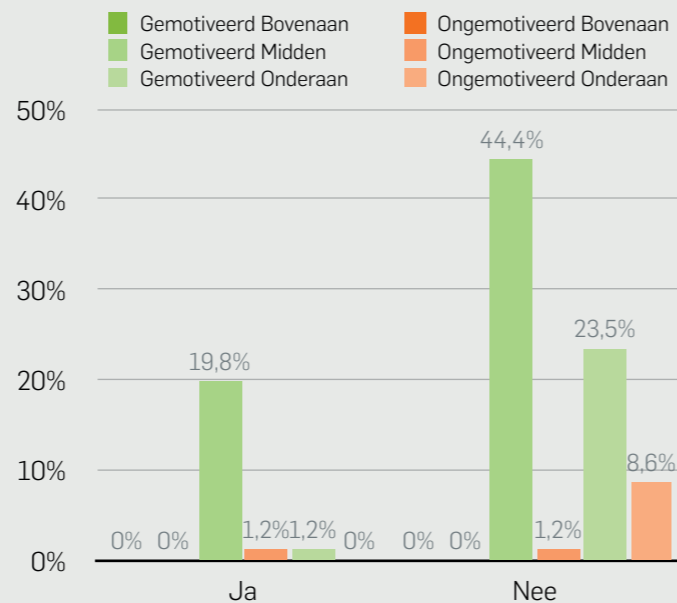
■ JA ■ JA, OOK EIGEN SERVICE ■ NEE, ALLEEN EIGEN SERVICE ■ NEE

### WIJ ZIJN BEZIG MET HET STIMULEREN VAN KLANTEN OM OUDE MEUBELS TERUG TE LEVEREN



■ JA ■ NEE ■ NEE, NIET MOGELIJK

### WIJ STIMULEREN KLANTEN OM PRODUCTEN TWEDEHANDS DOOR TE VERKOPEN



### WIJ ERVAREN VERSCHILLENDE BARRIÈRES WAARDOOR PRODUCTEN NIET TERUGGENOMEN KUNNEN

- Wij maken graag meubels en interieur voor langdurig gebruik.
- Geen eigen fysieke productie.
- Past niet binnen bedrijfsstructuur/niet rendabel.
- Omdat het elke keer unieke producten zijn.
- Dan voldoet het niet meer aan de kwaliteitsnorm.
- Maatwerk.
- Onze klanten willen alleen maar nieuwe producten.
- Wij werken veelal met plaatmateriaal.
- Dit zijn allemaal maat meubelen en passen nergens meer.
- Omdat het matrassen zijn.
- Hier zijn we niet op ingesteld, het is nog nooit gevraagd.
- Logistiek niet voor ingericht.
- Klanten willen alleen nieuwe interieurs
- Het arbeid zou veel te duur zijn



# EFFICIËNT PROCES

## DUURZAAMHEID KAN IN RELATIE STAAN TOT ECONOMISCHE OVERWEGINGEN.

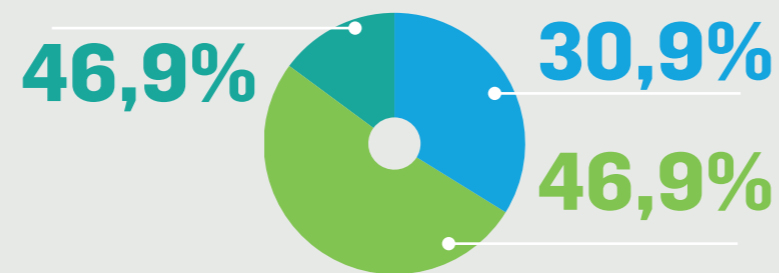
De inzichten uit het onderzoek wijst op een positieve trend richting een efficiënter proces binnen de sector. Het feit dat ongeveer 90% van de deelnemers zich richt op het efficiënt gebruiken van materialen vanuit het ontwerp, getuigt van een bewuste aanpak om materiaalverspilling te minimaliseren. Deze focus op duurzaam ontwerpen draagt niet alleen bij aan milieuvriendelijkheid maar kan ook leiden tot kostenefficiëntie.

Een ander opmerkelijk aspect is dat 95% van de deelnemers op aanvraag produceert, waardoor overvloedige voorraad wordt vermeden. Dit niet alleen voorkomt onnodige stilstand van materialen en producten, maar heeft ook gunstige gevolgen voor de kosten en het algehele productieproces. Het vermijden van overbodige voorraad sluit aan bij een meer vraaggestuurde en responsieve aanpak.

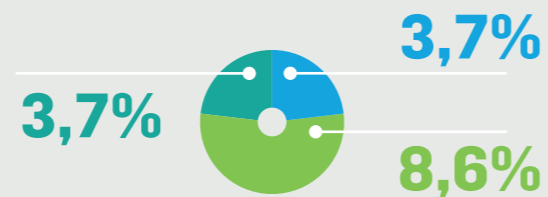
Een derde belangrijk punt is dat ongeveer 70% van de deelnemers altijd of soms materialen hergebruikt om de afvalstroom te verminderen. Deze benadering draagt niet alleen bij aan een meer circulaire economie, maar kan ook de ecologische impact van de sector verminderen. Het feit dat kostenoverwegingen een mogelijke drijfveer zijn voor deze efficiënte praktijken benadrukt het belang van duurzaamheid in relatie tot economische overwegingen.

Al met al laten deze inzichten zien dat de meubel- en interieurbouwsector stappen zet naar een meer efficiënt proces, gedreven door duurzame ontwerpen, vraaggestuurde productie en hergebruik van materialen. Deze ontwikkelingen wijzen op een veelbelovende toekomst voor een sector die niet alleen economisch verantwoord handelt, maar ook bewust omgaat met haar ecologische impact.

### WIJ LETTEN OP EFFICIËNT MATERIAALGEBRUIK ONDERSTEUND VANUIT HET ONTWERP



GEMOTIVEERD



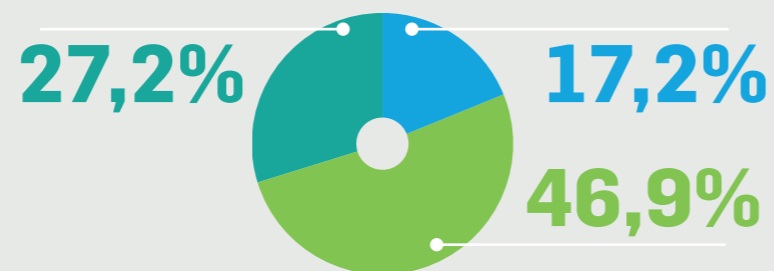
ONGEMOTIVEERD

■ JA ■ SOMS ■ NEE

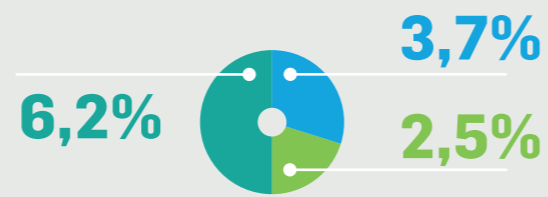
### PRODUCTIE OP AANVRAAG DUS GEEN OVERTOLLIGE VOORRAAD



### WIJ GEBRUIKEN HERGEBRUIKTE MATERIALEN OM DE AFVALSTROOM TE VERKLEINEN



GEMOTIVEERD



ONGEMOTIVEERD

■ JA ■ SOMS ■ NEE





# MODULARITEIT EN DUURZAAMHEID

## POSITIEVE ONTWIKKELINGEN, MAAR NOG VEEL KANSEN DIE ONBENUT ZIJN.

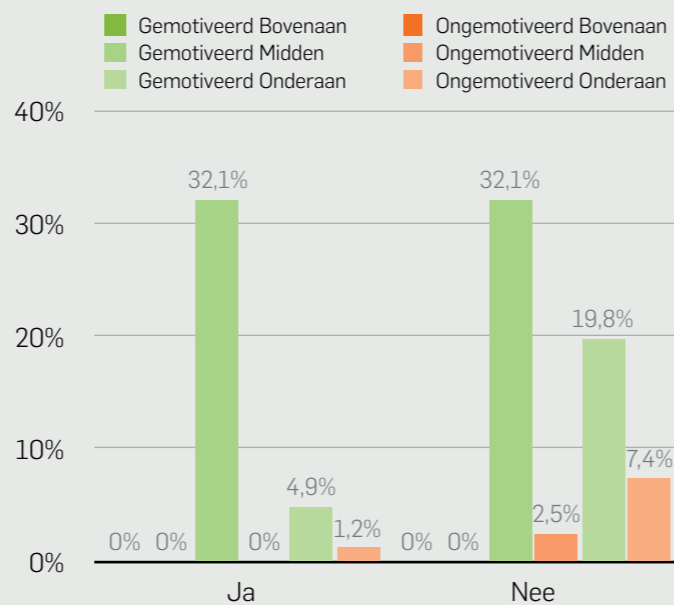
De bevindingen omtrent modulariteit en duurzaamheid wijzen op zowel positieve ontwikkelingen als gemiste kansen. Hoewel een aanzienlijk deel van de respondenten, met name degenen die reeds betrokken zijn bij de circulaire transitie, modulair ontwerp toepast, is er nog ruimte voor groei binnen de sector. Dit groeipotentieel lijkt ook van toepassing te zijn op het mogelijk maken van verschillende configuraties binnen een ontwerp, aangezien deze aspecten hand in hand lijken te gaan.

Een opvallende constatering is het gebrek aan hergebruik van oude interieurs en meubels, waarbij 75% van de deelnemers aangeeft hier niet mee bezig te zijn. Dit vormt een duidelijke kans voor de branche om meer hergebruik te omarmen en te streven naar een duurzamere aanpak.

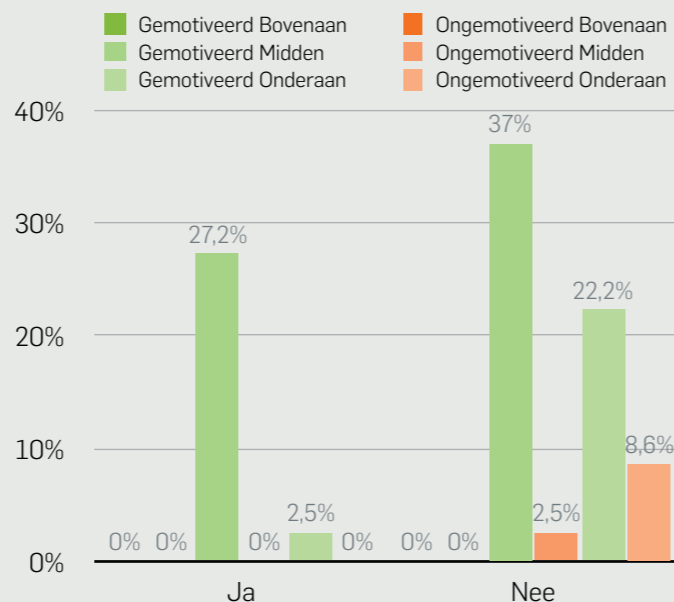
Een ander belangrijk aandachtspunt is het gebruik van herbruikbare materialen. Hierbij valt op dat bijna 45% van de deelnemers, voornamelijk binnen de ongemotiveerde groep, niet uitsluitend herbruikbare materialen gebruikt. Deze bevinding benadrukt de noodzaak van bewustwording en stimulering binnen deze groep om duurzamere keuzes te maken of om te denken in nieuwe mogelijkheden.

In conclusie is er een startende basis met de toepassing van modulair ontwerp en configuratiemogelijkheden. Echter, om de sector volledig duurzaam te maken, is er een grotere betrokkenheid nodig, met name vanuit de groepen die nog terughoudend zijn. Het benutten van kansen op het gebied van hergebruik en het bevorderen van het gebruik van herbruikbare materialen kunnen de branche helpen haar circulaire ambities te versterken en een duurzamere toekomst te realiseren.

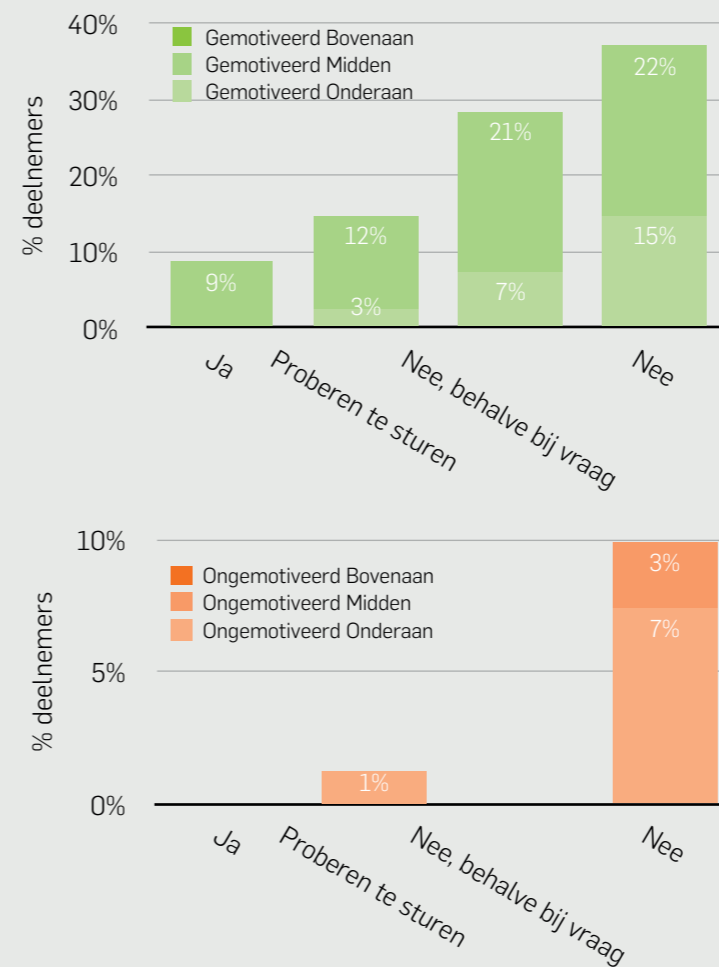
### WIJ MAKEN MAKKELIJK UIT ELKAAR TE HALEN MEUBELS VANUIT HET ONTWERP



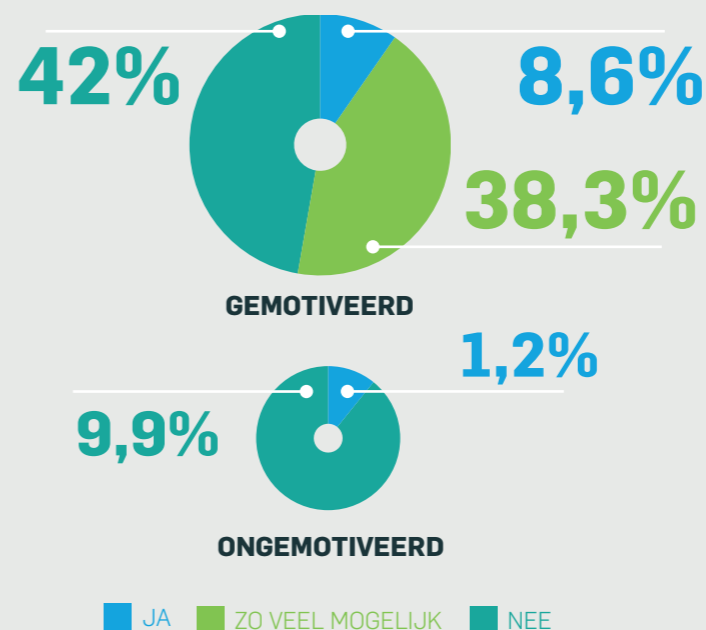
### WIJ WERKEN AAN VERSCHILLENDE CONFIGURATIES VANUIT EEN ONTWERP



### WIJ HERGEBRUIKEN OUDE INTERIEURS/MEUBELS IN NIEUWE INTERIEURS/MEUBELS



### WIJ GEBRUIKEN UITSLUITEND HERBRUIKBARE MATERIALEN VOOR ALLE PRODUCTEN





# MOTIVATIE

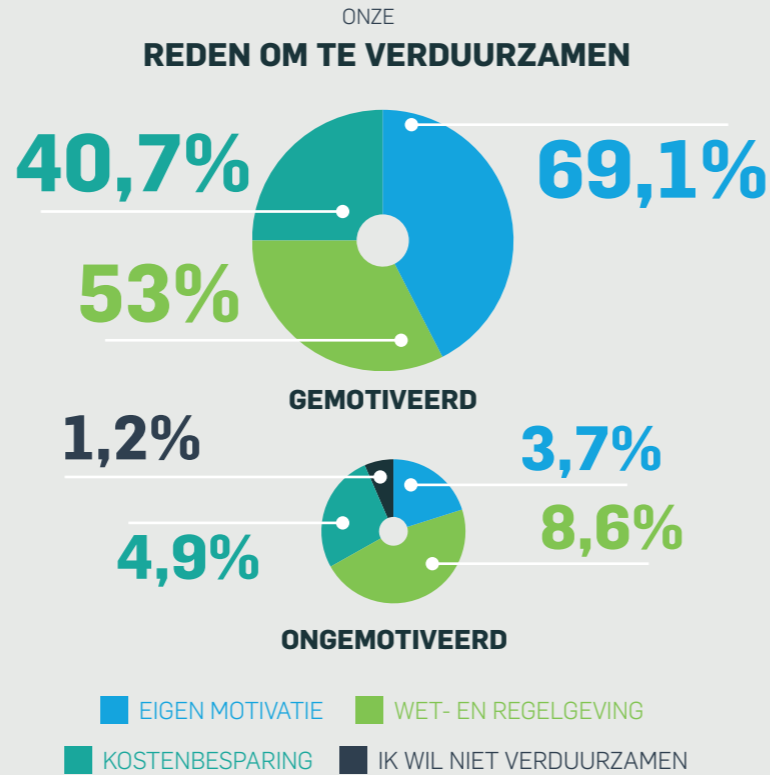
## MOTIVATIE IS ER, KOSTEN ZIJN EEN BARRIÈRE.

In conclusie is het bemoedigend om vast te stellen dat meer dan 70% van de deelnemers de wens heeft om te verduurzamen uit intrinsieke motivatie. Deze zelfgedreven motivatie wordt verder versterkt door de significante rol van wet- en regelgeving, die door meer dan 60% als een belangrijke drijfveer wordt erkend. Het positieve aspect is dat slechts een kleine fractie van 1,2% aangeeft geen interesse te hebben in verduurzaming.

Desondanks wijzen de algemene ladderposities uit de enquête op nog onbenutte mogelijkheden, ondanks dat 76,5% van de deelnemers van mening is dat hun bedrijf al duurzaam opereert. Hieruit volgt dat er aanzienlijk groeipotentieel en ruimte voor verbetering bestaat. De kosten vormen een aanzienlijke invloedsfactor, met bijna 30% van de deelnemers die dit als een belangrijke hindernis beschouwt. Dit benadrukt de noodzaak van kennisdeling en een betere link tussen duurzaamheid en kostenbesparing.

Een uitdaging blijkt te liggen bij de 81% van de bedrijven waar kosten als belangrijker worden beschouwd dan verduurzaming. Dit kan een belemmering vormen voor verdere stappen richting duurzaamheid. Daarnaast wordt de perceptie van het ontbreken van een overtuigend verdienmodel als een belangrijke barrière gezien, hoewel er bedrijven zijn die hier wel een passend businessmodel in zien.

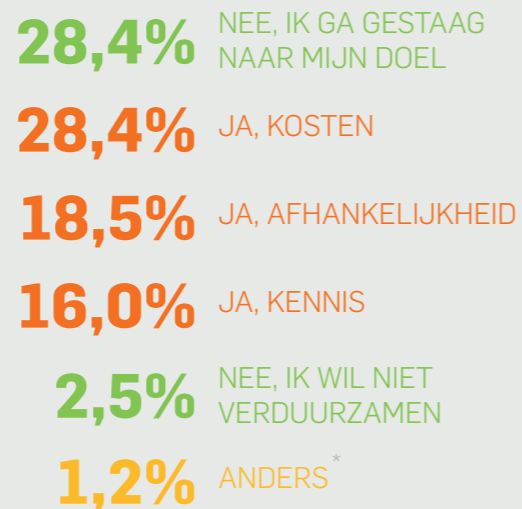
Gelukkig blijkt intrinsieke motivatie over het algemeen geen hoge drempel te vormen, wat hoopvol stemt voor toekomstige inspanningen in de branche. De barrières zijn over het algemeen gelijk verdeeld onder de deelnemers, en er is geen opvallende barrière die collectief wordt ervaren. Dit biedt kansen voor het CBM om gerichte ondersteuning te bieden en in te spelen op de diverse uitdagingen binnen de sector. Het is duidelijk dat er ruimte is voor groei en verbetering, en met de juiste strategieën en ondersteuning kunnen de bedrijven hun duurzaamheidsinspanningen verder optimaliseren.



## WIJ ZIJN AL DUURZAAM BEZIG ALS BEDRIJF

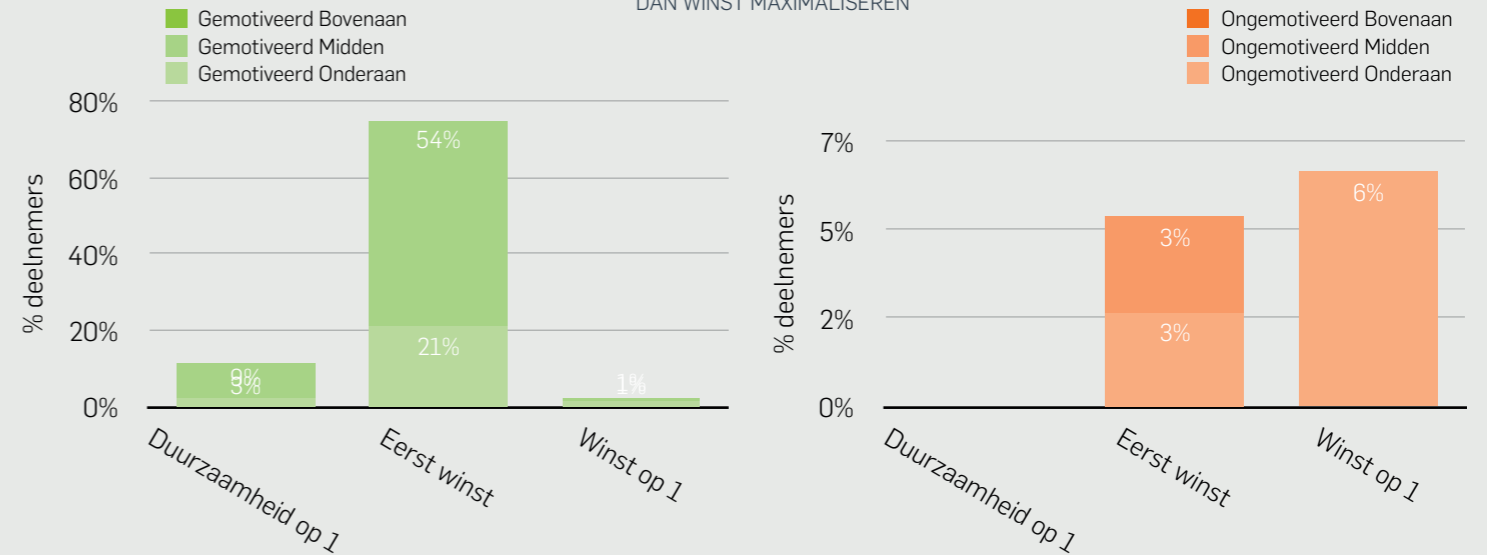


## TEGENWERKENDE FACTOREN OM TE KUNNEN VERDUURZAMEN



\*Meestal door de klant. Ook is er erg weinig echt circulair plaatmateriaal

## DUURZAAMHEID BELANGRIJKER DAN WINST MAXIMALISEREN



## DE GROOTSTE BARRIÈRES VAN DE CIRCULAIRE ECONOMIE

GEMIDDELDE POSITIE



1 = hoge barrière, 8 = lage barrière

### EXTRA GENOEMDE BARRIÈRES:

- Geen invloed op energie en afvalstelsel.
- De kosten.
- Veel duurzamere initiatieven in de markt hebben geen EPD waardoor de milieu-impact niet objectief doorgerekend kan worden in het maatmeubilair.
- Wij willen zonnepanelen laten plaatsen maar door de krapte op het net is dit hier niet mogelijk.
- Als ons basisproduct al standaard niet 'eco' kan, voelt het heel zinloos om de kleine dingen eromheen wel eco te maken.
- Het vinden van de partner voor de verwerking van textiel wil maar niet lukken.
- Volume om projectmatig te kunnen produceren.
- Het gemak om afval te scheiden.
- Het circulair bezig zijn moet de groei niet in de weg staan.
- Afhankelijk van de architect en opdrachtgever.
- Vrijspelen van de juiste mensen.
- Ontbreken van duidelijke definities binnen onze industrie.
- Het energievraagstuk, netcongestie, etc.
- Tijd om de ontwikkeling tot stand te brengen.
- De juist partners vinden die qua kosten niet uit de toom vallen.
- Bewustheid en interesse bij klanten.
- Alternatieve materialen die ten koste gaan van de kwaliteit.
- Opslag ruimte.

# CONCLUSIE & AANBEVELING

De uitkomsten van deze survey onder een brede groep CBM leden (N = 80) geeft een mooi eerste overzicht van waar we nu staan. We weten inmiddels dat circulair ondernemen een steeds belangrijker thema wordt voor het bedrijfsleven. Ook de toenemende druk vanuit Europa zoals de CRSD en de Ecodesign richtlijn (ESPR) dwingt zowel branches als ook de Nederlandse Overheid om maatregelen te nemen. Wij als CBM zijn ook zoekende naar passende instrumenten om bedrijven van advies te kunnen voorzien rondom circulariteit. Uiteraard kennen we een aantal praktijkvoorbeelden, maar de kunst is nu om iedereen mee te kunnen nemen de komende jaren. We zien grote verschillen in de markt. Dus het in kaart brengen van "waar staat u" was eigenlijk iets dat nog niet eerder is gedaan op sectorniveau.

Wat direct opvalt in dit rapport dat er veel bedrijven aan de slag willen, en zijn, met dit thema. Verduurzamen biedt immers kansen om toekomstbestendig en relevant te zijn. 84,5% van de respondenten is gemotiveerd, tegenover 15,5% ongemotiveerd. Bij de ladder positie zien we de mediaan aan de onderzijde van de middenmoot. Wat wil zeggen dat er nog voldoende terrein te winnen is, maar we zeker niet helemaal vanaf nul starten. Deze aanpak geeft ons ook richting voor de toekomst. Op basis van jullie individuele resultaat (positie op de R-ladder) reiken we heel veel kennispropositie en instrumenten aan waar je mee aan de slag kan.

Grootste uitdagingen die ook hier genoemd zijn hebben te maken met een gezonde businesscase, het vinden van de juiste ketenpartners, financiering, schaalgrootte, wet- en regelgeving en normalisatie.

Wij willen deze enquête ook in 2024 opnieuw uitzetten, maar dan wel breder om zo jaarlijks de spreiding tussen leden van het CBM en de markt meetbaar te maken. Maar ook de groei te monitoren van deze groep ondernemers die in 2023 hebben deelgenomen.



Vul ook zelf de survey in:



**Colofon**

Koninklijke CBM  
Postbus 100  
2100 AC Heemstede  
T 023 515 88 00  
W [www.cbm.nl](http://www.cbm.nl)  
E [info@cbm.nl](mailto:info@cbm.nl)  
X [@decbm.nl](https://twitter.com/decbm.nl)  
@ [koninklijkecbm](https://www.instagram.com/koninklijkecbm)  
[in](https://www.linkedin.com/company/koninklijke-cbm) [koninklijke-cbm](https://www.linkedin.com/company/koninklijke-cbm)

**Ontwerp**  
Horizonteer



[WWW.CBM.NL](http://WWW.CBM.NL)