

Ondernemen in sectoren



Inhoudsopgave

De autosector 2011	5
De bouwnijverheid 2011	15
De detailhandel 2011	25
De groothandel 2011	35
De horeca 2011	45
De metalelektro 2011	55
De overige dienstverlening 2011	65
De transportsector 2011	75
De voedings- en genotmiddelenindustrie 2011	85
De zakelijke dienstverlening 2011	95



De autosector 2011



Inhoudsopgave

De autosector gepositioneerd	7
De autosector van jaar op jaar	7
De autosector in beweging	8
De autosector naar schaalgrootte	9
De visie van de autosector op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	10
De autosector actueel	13

De autosector heeft zich in 2010 enigszins hersteld van de sterke terugval in 2009. De verkoop van nieuwe en gebruikte personenauto's laat weer een stijgende lijn zien. De verkoop van bestelwagens en zware bedrijfswagens is daarentegen verder gedaald. Slechts één op de zeven MKB-ondernemers in de autosector is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijfslevenbeleid. Belangrijke ontwikkelingen voor de branche zijn de aanhoudende verkoop van kleine en zuinige modellen, het toenemend belang van internet en overcapaciteit in een aantal deelmarkten.

- ¹ CBS, Monitor motor- en autobranche vierde kwartaal 2010, 2011
- ² Bovag, Verkoop gebruikte auto's licht in de plus in 2010, persbericht 17 januari 2011
- ³ Deze vraag is NIET voorgelegd aan ondernemers in de detailhandel en in de overige dienstverlening (kappers en schoonheidsspecialisten, fotografen, schoonmaakbedrijven, et cetera): aangenomen is dat zij geen deel uitmaken van een topsector of daar een relatie mee hebben. Al deze bedrijven hebben daarom in Figuur 4 "geen relatie met een topsector".
- ⁴ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid: 20% van de ondernemers in de industrie, en 23% van MKB in zijn totaliteit.
- ⁵ De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ⁶ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.
- ⁷ ING Economisch bureau, Stille voor de storm. Autobelastingen en distributiewetgeving beïnvloeden toekomstbeeld auto-dealer, kwartaalbericht Autoretail, 2011
- ⁸ ING Economisch Bureau, Autoretail verstrikt in downsizing. Succes kleine auto's verhoogt noodzaak tot herstructurering, kwartaalbericht Autoretail, maart 2011
- ⁹ Rabobank Cijfers en Trends, Tankstations, maart 2011
- ¹⁰ ABN, Visie op de retail 2011. Autoretail, 2011, pag. 10

De autosector gepositioneerd

In 2010 telt de autosector 25.000 ondernemingen en dat is goed voor een aandeel van 3% in het totale bedrijfsleven. De bedrijven in de autosector zijn vrijwel uitsluitend op de binnenlandse markt gericht. De autosector bestaat uit twee deelsectoren: de autogroothandel: importeurs van personen- en bedrijfswagens, en de autodetailhandel: auto- en reparatiebedrijven, autoservicebedrijven en benzinestations.

De autogroothandel (omzetaandeel 36%) haalt zijn omzet vooral uit leveringen van transportmiddelen aan bedrijven en leveringen aan de autodetailhandel. De autodetailhandel (omzetaandeel 64%) haalt zijn omzet uit de verkoop van nieuwe en gebruikte auto's en uit reparaties, keuringen en onderhoud voor particulieren. Een groot deel van de autodetailhandel haalt ook omzet uit de exploitatie van een benzinestation en/of pompshop.

De autosector in 2010
25.000 ondernemingen
131.000 arbeidsjaren
€ 72 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010	
Ondernemingen	3%
Werkgelegenheid	3%
Omzet	5%
Exportwaarde	0%
bruto toegevoegde waarde	2%

Sectorsamenstelling naar omzet, 2010	
Autogroothandel	36%
Autodetailhandel	64%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De autosector van jaar op jaar

In 2010 is de omzet in de autosector met 7% gestegen ten opzichte van 2009. Uit cijfers van het CBS¹ blijkt dat de personenautobranche vanaf het tweede kwartaal van 2010 weer omzetgroei liet zien na een lange periode van krimp. Dat de omzetgroei achterblijft ten opzichte van de gestegen verkoop van nieuwe personenauto's wordt verklaard door de gemiddeld lagere catalogusprijs van de verkochte modellen. De omzet in de bedrijfsautobranche daalde vooral in het eerste kwartaal van 2010 fors ten opzichte van 2009. In de loop van het jaar trok de verkoop van nieuwe bedrijfsvoertuigen aan en dit zorgde er mede voor dat in het vierde kwartaal de omzet van de bedrijfsautobranche zich stabiliseerde. Handelaren in auto-onderdelen boekten in 2010 een forse omzetgroei.

Uit cijfers van de BOVAG ten aanzien van de werkgelegenheid in de mobiliteitsbranche blijkt dat het totaal aantal werknemers in 2010 ten opzichte van 2009 is toegenomen. De toename wordt vooral verklaard een groter aantal werknemers bij de tankstations en de autowasbedrijven. Ook bij de autobedrijven en de tweewielerbedrijven nam het totaal aantal werknemers toe, maar daar tegenover staat een afname van het totaal aantal werknemers bij de truckdealerbedrijven, de autoverhuurbedrijven, de bergingsbedrijven, caravan- en aanhangwagenbedrijven en de motorrevisiebedrijven.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-10,00	7,00	5,50	0,00
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-2,25	-1,00	0,50	0,00
Winst	-14,00	21,50	10,75	0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

Na een sterke daling van de verkoop van nieuwe personenauto's in 2009 laat de verkoop in 2010 weer een plus zien van bijna 25% ten opzichte van een jaar eerder. Ook de verkoop van gebruikte personenauto's is in 2010 licht toegenomen (1,8%). Uit cijfers van de BOVAG blijkt dat met name de verkoop van gebruikte personenauto's via particulieren weer is toegenomen (3,2%), terwijl dit in 2009 juist een daling liet zien. De verkoop via professionele autobedrijven laat in 2010 een toename van bijna 1% zien. In de verkopen van gebruikte personenauto's hebben de particulieren anno 2010 een aandeel van 44%. Het merendeel van de verkopen vindt dus nog steeds plaats via de professionele autobedrijven wat de Bovag verklaart door de extra zekerheid en betrouwbaarheid die de autobedrijven kunnen bieden door garantie en een eventuele onderhoudsbeurt voor de aflevering van de occasion². Zowel de verkopen van nieuwe bestelwagens (-3,3%) als van nieuwe zware bedrijfswagens (-21,3%) zijn in 2010 ten opzichte van 2009 verder gedaald. Als gevolg van de economische crisis en de teruglopende investeringen blijft de verkoop van nieuwe bedrijfswagens achter bij het herstel van de personenautobranche.

Tabel 1 Ontwikkeling van de autoverkoop in de periode 2006-2010

Jaar	Nieuwe	Gebruikte personen- auto's	Nieuwe bestel- wagens	Nieuwe zware bedrijfs- wagens
2006	483.985	1.842.734	64.837	19.929
2007	505.641	1.895.849	79.831	17.402
2008	499.921	1.874.899	84.659	19.496
2009	387.183	1.847.241	51.286	12.922
2010	483.168	1.881.111	49.610	10.171

Bron: BOVAG-RAI, RDC Datacentrum

De verwachting van de Bovag en Rai-Vereniging voor 2010 was dat de markt zich zou stabiliseren en dat de verkoop van nieuwe personenauto's zouden uitkomen op 410.000. Uiteindelijk blijkt dit aantal aanzienlijk hoger te liggen wat met name verklaard wordt door het langzaam stijgende consumentenvertrouwen.

In januari waren de verwachtingen van beide brancheverenigingen voor 2011 gesteld op 480.000 nieuwe personenauto's en gedurende het jaar is dit bijgesteld naar 550.000. Voor de bedrijfswagensmarkt is de verwachting dat deze zich in 2011 zal stabiliseren, maar nog niet zal toenemen tot het niveau van enige jaren geleden.

De autosector in beweging

Een bedrijf starten in de autosector vraagt vaak grote investeringen in bedrijfsruimte, auto's, autoaccessoires en –onderdelen, apparatuur en gereedschap. Hierdoor is de toetredingsdrempel relatief hoog en daarmee het aantal startende bedrijven in de sector relatief laag. In 2010 zijn 1.498 nieuwe bedrijven in de autosector gestart, wat neerkomt op 2,2% van het totaal aantal startende bedrijven in Nederland. In 2009 werden in de autosector 1.302 nieuwe bedrijven gestart, wat in 2010 een stijging van het aantal starters met ruim 15% betekent.

Het aantal MKB bedrijven in de autosector dat nieuwe producten en/of diensten op de markt heeft gebracht of producten en/of diensten die nieuw zijn voor de bedrijfstak ligt lager dan gemiddeld in het MKB. Dit zou verklaard kunnen worden doordat de innovatieve activiteiten al eerder in de keten, namelijk in de auto-industrie, plaatsvinden. Vernieuwingen of verbeteringen van de interne bedrijfsprocessen komt bij de autosector wel vaker dan gemiddeld voor.

Indicatoren van dynamiek, 2010	Autosector	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	5,2 %	6,8 %
- nieuwe dochters	1,0 %	2,1 %
- totaal	6,2 %	8,9 %
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,6 %	0,7 %
- overig	5,2 %	6,0 %
- totaal	5,8 %	6,7 %
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	26 %	38 %
- gelijkblijvers	33 %	28 %
- (groei-)krimpers	41 %	34 %
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	11 %	24 %
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	3 %	7 %
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	40 %	39 %

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De autosector naar schaalgrootte

Negen van de tien bedrijven in de autosector behoren tot het kleinbedrijf. De gemiddelde onderneming in de autosector heeft vijf werknemers in dienst. De gemiddelde omzet per onderneming is ten opzichte van 2009 gestegen met € 0,5 miljoen tot € 2,9 miljoen.

Bijna tweederde van de omzet en de bruto toegevoegde waarde om de autosector wordt gerealiseerd door het MKB. In de werkgelegenheid heeft het MKB een aandeel van 77%. Dit betekent dat een klein percentage middelgrote en grote bedrijven in de sector verantwoordelijk is voor ruim een derde van de totale omzet en bruto toegevoegde waarde en voor bijna een kwart van de werkgelegenheid in de sector.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
Gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	5
Gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 2,9
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	90 %
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	64 %
- werkgelegenheid	77 %
- bruto toegevoegde waarde	64 %

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de autosector op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

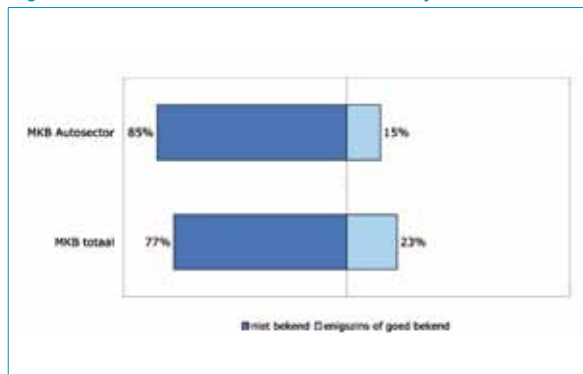
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij met name wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Eén op de zeven MKB-ondernemers in de autosector is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets hoger; 23% is ermee bekend. Zie Figuur 1.

Figuur 1 Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de autosector met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

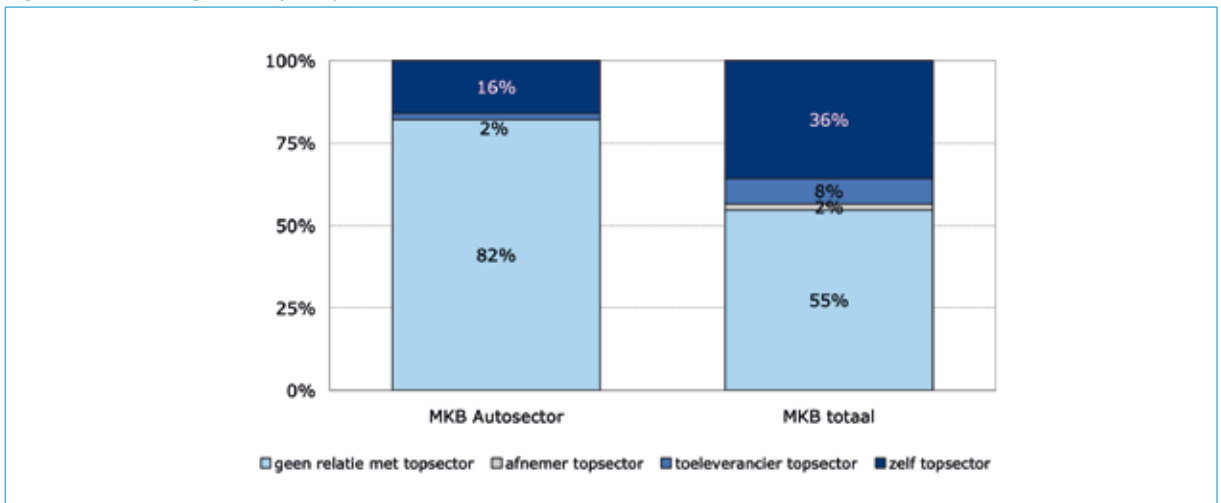
Meer dan 80% van de MKB-ondernemers in de autosector heeft géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat één op de twee. Bijna één op de vijf MKB-ondernemers in de autosector rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is aanzienlijk minder dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt³.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid⁴. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

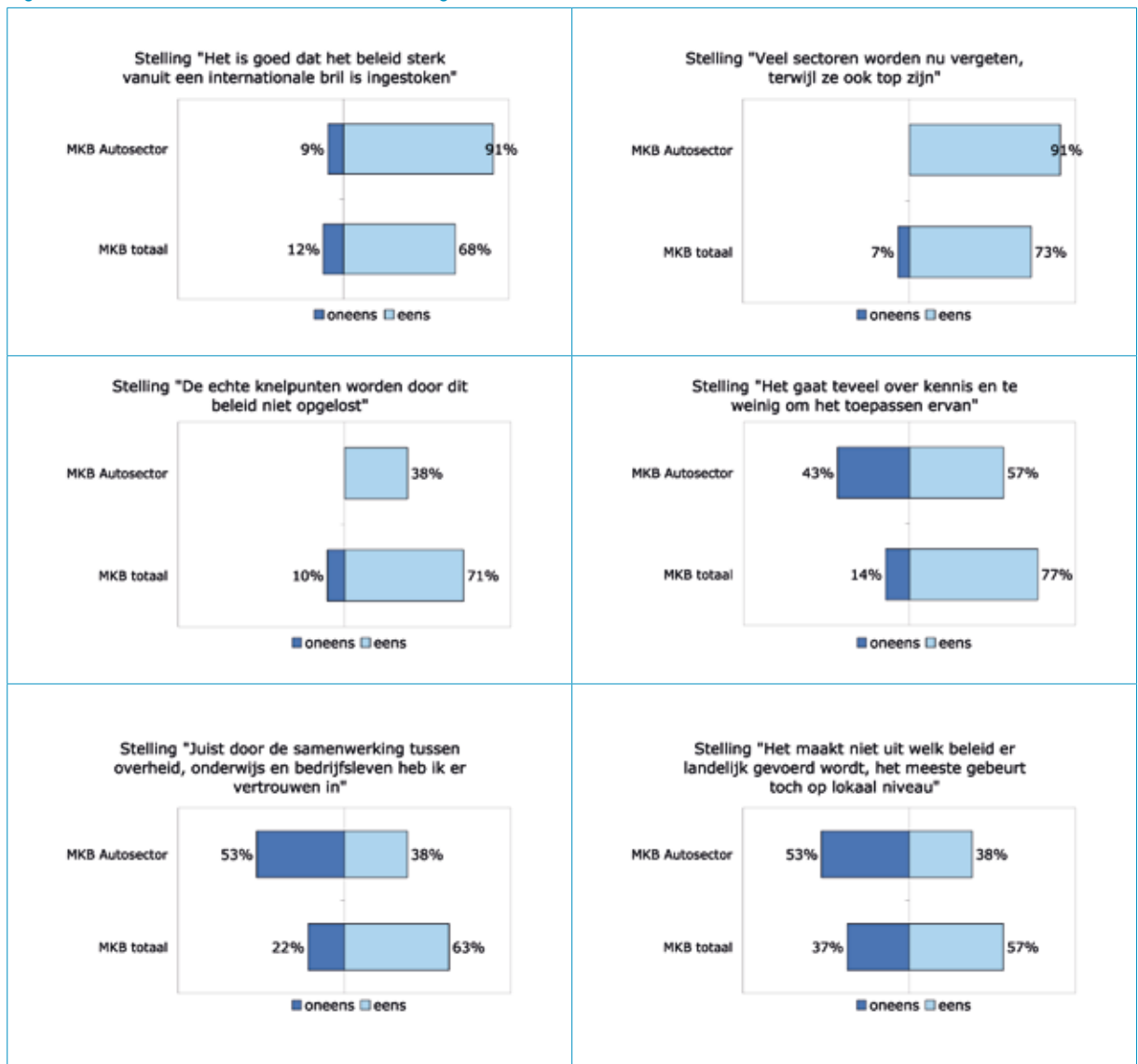
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen. Bijna driekwart onderschrijft de stelling.
- Ook een grote meerderheid (79%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- Ruim 70% van de MKB-ondernemers vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Veel MKB-ondernemers in de autosector staan neutraal tegenover deze stelling.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. Zowel in de autosector als in het totale MKB is de meerderheid van de ondernemers deze mening toegedaan.
- Bijna 40% van de MKB-ondernemers in de autosector zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is minder dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2 Relatie eigen bedrijf - topsector



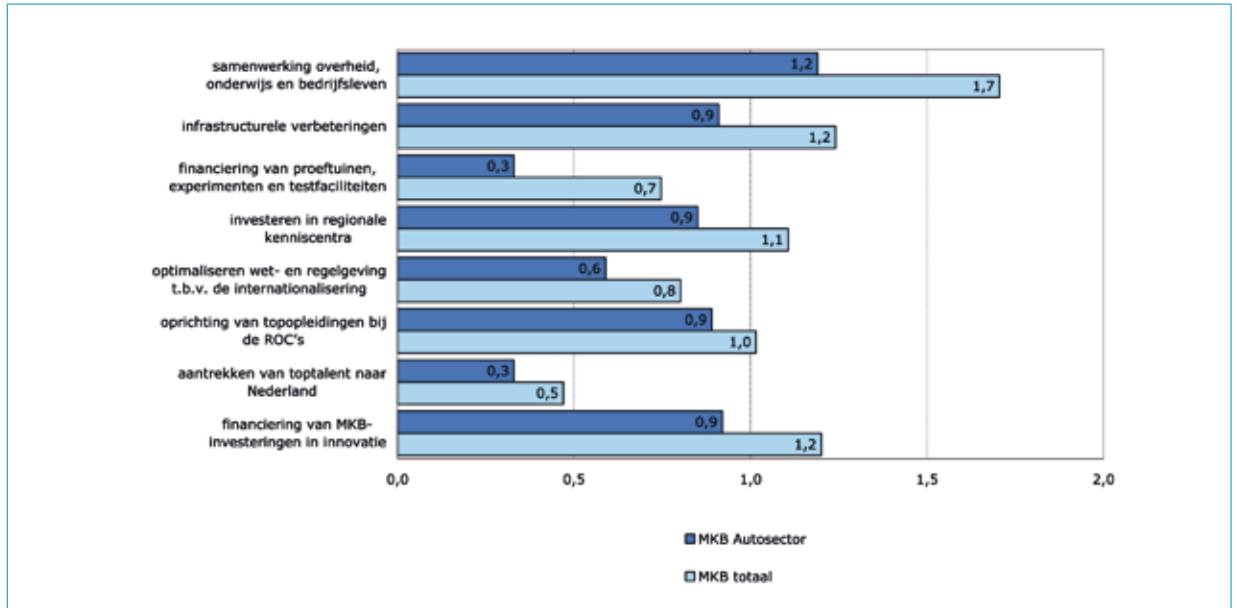
Bron: EIM, 2011

Figuur 3 Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen⁵



Bron: EIM, 2011

Figuur 4 Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid. De meerderheid is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. In de autosector denkt de meerderheid van de MKB-ondernemers hier anders over, 53% vindt dat het landelijke beleid er wel degelijk toe doet..

Acties

Uit Figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf⁶.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid,

onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgt financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen'.

Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort daarentegen het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt zeker voor het MKB, waardoor een hoge score op deze acties ook niet verwacht kon worden. Het valt ten slotte op dat de scores van het MKB in de autosector voor alle acties lager liggen dan de gemiddelde scores van het totale MKB.



De autosector actueel

Uit de halfjaarprognoses blijkt dat de verwachting van EIM ten aanzien van de omzet in de autosector voor het eerste halfjaar van 2011 erg positief is. Daarna laat de prognose een afnemende groei zien. Het aantal werknemers in de autosector zal volgens de prognose vooral in de tweede helft van 2011 toenemen en daarna slechts licht stijgen.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	8,00	2,75	0,25	0,50
werknemers (aantal)	0,50	1,25	0,25	0,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Verkoop van kleine en zuinige modellen houdt aan

Uit de verkoopcijfers van 2010 en de voorlopige resultaten van 2011 blijkt dat de verkoop van kleine en zuinige modellen aanhoudt. Er zijn drie partijen die hier invloed op uitoefenen: de overheid, de consument en de autosector zelf. De overheid stimuleert met fiscale maatregelen, waaronder een lagere aanschafbelasting en een (tijdelijke) vrijstelling van wegenbelasting voor particulieren en een lagere bijtelling voor de zakelijke rijders, de aanschaf van zuinige modellen. De consument blijkt prijsgevoeliger en vindt het kostenaspect steeds belangrijker. Daarnaast blijkt dat de merktrouw afneemt⁷ en consumenten dus gemakkelijker overstappen naar een ander concurrerend merk. De vergrijzing en toename van de eenpersoonshuishoudens werken ook mee aan de keuze van consument voor de kleinere modellen. De autosector draagt zelf bij aan deze ontwikkeling door goede rijeigenschappen, ruimte, luxe en veiligheid aan te bieden in de compactere, kleine modellen.

Het gevolg van deze ontwikkeling voor de autosector is dat de winsten afnemen, omdat de marges op de kleinere en zuinigere modellen over het algemeen lager zijn dan op verkoop van auto's uit de zwaardere segmenten. De gemiddelde marge bij een autoverkoop is in het eerste kwartaal van 2011 gedaald naar 1,7%. Tegelijkertijd nemen de risico's voor merkdealers toe, omdat de successen van andere merken negatief kunnen uitpakken voor het eigen merk. Bedrijven kunnen hierop inspelen door meerdere merken aan te gaan bieden om zo de risico's te spreiden.

Toenemend belang internet

Uit onderzoek van Thuiswinkel.org blijkt dat consumenten zich voornamelijk online (60%) oriënteren op de aanschaf van een auto en veel minder (32%) bij de dealer. De

showroom is vaak de locatie waar de handtekening moet worden gezet. Uit het onderzoek blijkt ook dat in 44% van de gevallen de oriëntatie via internet de doorslag geeft en bij iets meer dan een kwart de dealer. Het is voor de dealer dan ook belangrijk dat de consument zowel online als offline goed bediend wordt en dat het bedrijf zich onderscheidt van de concurrenten. Een belangrijk voordeel voor de dealer is het feit dat het internet het bereik aanzienlijk kan vergroten. Uit internationaal onderzoek van Capgemini blijkt dat consumenten wachten op meer mogelijkheden om ook online zaken te kunnen doen. Inmiddels zijn enkele ondernemingen actief die nieuwe personenauto's via internet verkopen, maar dit is maar een beperkt verkoopvolume. Voor de toekomst lijken deze dealers echter kansrijk. Dealers zullen in de toekomst nog meer moeten inspelen op de wensen van de consumenten ten aanzien van klantvriendelijkheid, transparantie en snelheid om een rol te blijven spelen in het verkoopproces⁸.

Tankstations onder druk

De omzet van de tankstations in Nederland staat onder druk. De totale markt voor motorbrandstoffen neemt in volume geleidelijk af⁹ door de toename van zuinige modellen, de switch van consumenten naar kleinere auto's, het groeiend aanbod van hybride en elektrische auto's en de lichte afname van het aantal gereden kilometers per auto per jaar. Daarnaast tanken consumenten in toenemende mate prijsbewust. Hiervoor zijn drie oorzaken: de hoge brandstofprijzen, toenemende mogelijkheden tot prijsvergelijking door websites op internet en de komst van Apps en de groei van het aantal onbemande tankstations. Tankstations krijgen ook te maken met toenemende concurrentie in de verkoop van gemaksvoeding en lagere verkoop van tabak. Mogelijkheden voor de tankstations om de omzet

te vergroten worden vooral gezien in de optimalisering van de routing en het assortiment van de pompshop, toevoeging van “groene” brandstoffen om onderscheidend te zijn en spaarprogramma’s aanbieden om de loyaliteit van de consument aan het eigen tankstation te versterken.

Overcapaciteit in schadeherstel, reparatie en onderhoudsmarkt

Het aantal schadegevallen en het gemiddelde schadebedrag is in 2010 verder gedaald. Auto’s komen minder vaak in de garage dan in het verleden onder andere door de verjonging van het wagenpark, betere kwaliteit van de onderdelen en de langere onderhoudsintervallen. Sinds 2008 is daarnaast het APK-regime gewijzigd; nieuwe personenauto’s hoeven

pas na vier jaar APK-gekeurd te worden, daarna twee keer om de twee jaar en vervolgens ieder jaar. De schadeherstelbranche heeft daarnaast te maken met zogenaamde gestuurde schade; grote verzekeraars, leasemaatschappijen en wagenparkbeheerders sturen steeds grotere onderhoudsvolumes en zetten hiermee de prijzen en de marges van de onderhoudsbedrijven onder druk. Hierdoor hebben vooral de zelfstandige schadeherstelbedrijven en onderhoudsbedrijven het moeilijk in de concurrentie met de bedrijven die zich hebben aangesloten bij grote, gespecialiseerde ketens. ABN constateert daarnaast dat het aantal bedrijven in de branche te groot is en concludeert dat de onderhouds- en reparatiemarkt moeilijke jaren wacht¹⁰.



De bouwnijverheid 2011



Inhoudsopgave

De bouwnijverheid gepositioneerd	17
De bouwnijverheid van jaar op jaar	17
De bouwnijverheid in beweging	18
De bouwnijverheid naar schaalgrootte	19
De visie van de bouwnijverheid op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	20
De bouwnijverheid actueel	23

De bouwsector zag in 2010 de omzet flink krimpen en de verwachting is, dat de bouwactiviteiten nog enige tijd op een laag pitje zullen blijven. De krimp is vooral toe te schrijven aan de burgerlijke en utiliteitsbouw. Overheidsmaatregelen om de woningmarkt en bouwsector te stimuleren (BTW-tarief, overdrachtbelasting, Nationale Hypotheekgarantie, etc.) hebben nog niet tot de gewenste effecten geleid. De huidige crisis in Europa draagt bovendien niet bij aan het vertrouwen van consumenten en bedrijven.

- ¹ CBS, Nog geen herstel in de bouw in 2010, webmagazine, woensdag 9 maart 2011
- ² EIB, Bedrijfseconomische kerncijfers, 2011
- ³ Kamer van Koophandel, Rapport Startersprofiel 2010, april 2011
- ⁴ Kamer van Koophandel, Forse toename van startende ZZP-ers in de bouw, nieuwsbericht, 31 oktober 2011
- ⁵ ING Economisch Bureau, Pas na 2011 herstelt de bouwproductie. Infrasector valt als laatste steunpilaar weg, kwartaalbericht, juli 2010
- ⁶ EIB, Actuele situatie in de bouw. Overzicht ten behoeve van de nieuwe woonvisie, april 2011
- ⁷ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid.
- ⁸ De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ⁹ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.
- ¹⁰ Ministerie van Financiën, Kamerbrief Tijdelijke maatregelen woningmarkt, 30 augustus 2010
- ¹¹ Bouwend Nederland, Crisismaatregelen, 20 september 2011
- ¹² ING Economisch Bureau, Bouwproductie stabiliseert op licht hoger niveau, Kwartaalbericht Bouw, september 2011
- ¹³ NOS Nieuws, Verbouwingen tijdelijk goedkoper, 31 augustus 2010
- ¹⁴ RTL, Btw-verlaging levert bouwsector 6 miljard euro op, maar mensen gaan wel minder snel verhuizen, 31 augustus 2010
- ¹⁵ ING Economisch Bureau, Pas na 2011 herstelt de bouwproductie. Infrastructuur valt als laatste steunpilaar weg, Kwartaalbericht Bouw, juli 2010
- ¹⁶ Rabobank, Cijfers & Trends. Bouwnijverheid, oktober 2010

De bouwnijverheid gepositioneerd

In 2010 telt de bouwnijverheid 114.000 ondernemingen en dat is goed voor 15% in het totale bedrijfsleven. De bedrijven in de bouwnijverheid behoren vrijwel allemaal tot het midden- en kleinbedrijf (MKB).

Het MKB in de bouwnijverheid is verantwoordelijk voor een omzet van € 51 miljard, wat neerkomt op 63% van de totale omzet in de sector. De omvang van de bouwnijverheid in werkgelegenheid is ten opzichte van 2009 met 10.000 arbeidsjaren gekrompen tot 451.000 arbeidsjaren. De bedrijven in de bouwnijverheid zijn vooral op de binnenlandse markt gericht.

De bouwnijverheid bestaat uit vier deelsectoren. De Burgerlijke- en Utiliteitsbouw (omzetaandeel 43%) voert in opdracht nieuwbouw, herstel- en verbouwwerkzaamheden uit en verzorgen onderhoud aan woningen en bedrijfsgebouwen. De activiteiten van de Grond-, weg- en waterbouw (omzetaandeel 24%) zijn zeer heterogeen; bedrijven houden zich bezig met de aanleg, het onderhoud en het herstel van infrastructuur. De deelsector Afwerkers heeft het kleinste aandeel in de omzet (10%) en bestaat uit schilders, stukadoors en overige vloer- en wandafwerkingsbedrijven. Bouwinstallatiebedrijven (omzetaandeel 23%) zijn verantwoordelijk voor de plaatsing van werktuigkundige en elektrotechnische installaties. Het gaat onder andere

om centraleverwarmings- en luchtbehandelingsbedrijven en loodgieters-, fitters- en sanitairinstallatiebedrijven. De deelsectoren afwerkers en bouwinstallatiebedrijven zijn in het algemeen kleinschaliger dan de beide andere deelsectoren.

De bouwnijverheid in 2010

114.000 ondernemingen
451.000 arbeidsjaren
€ 80 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010		Sectorsamenstelling naar omzet, 2010	
Ondernemingen	15%	Burgerlijke- en utiliteitsbouw	43%
Werkgelegenheid	9%	Grond-, weg- en waterbouw	24%
Omzet	6%	Afwerkers	10%
Exportwaarde	1%	Bouwinstallatiebedrijven	23%
Bruto toegevoegde waarde	8%	totaal	100%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De bouwnijverheid van jaar op jaar

Uit cijfers van het CBS blijkt dat de omzet in de bouw in 2010 sneller kromp dan in 2009¹. Over heel het jaar kromp de omzet met 9 procent. Het grootste omzetverlies in 2010 komt voor rekening van de deelsector burgerlijke en utiliteitsbouw. De deelsector had te maken met een flinke afname van de investeringen in woningen, kantoren en overige bedrijfspanden. De grootste daling deed zich voor in het eerste kwartaal van 2010 wat mede verklaard wordt door de slechte weersomstandigheden waardoor de bouw lange tijd heeft stilgelegen.

In 2010 werden de gevolgen van de economische crisis ook merkbaar in de grond-, weg- en waterbouw. Over het hele jaar daalde de omzet in de deelsector met 7 procent ten opzichte van 2009. In 2009 kon geprofiteerd worden van overheidsopdrachten die (versneld) uitgevoerd moesten worden. In 2010 heeft de afname van de investeringen in woningen, kantoren en overige bedrijfspanden ervoor gezorgd dat de vraag naar infrastructurele werken ook afnam.

De winstgevendheid voor hoofdaannemers is in de deelsectoren burgerlijke en utiliteitsbouw en grond-, weg- en waterbouw in 2010 in de meeste gevallen gedaald². Voor

de burgerlijke en utiliteitsbouw geldt dat de gemiddelde winstgevendheid weliswaar op een gelijk niveau van 2009 is gebleven, maar dit is toe te schrijven aan de hogere winstmarges in het grootbedrijf. In het midden- en kleinbedrijf van deze deelsector werd een lagere winstmarge behaald. In de grond-, weg- en waterbouw daalde de gemiddelde winstmarge van 4,4% naar 2,2% in 2010. In beide deelsectoren boekte 60% van de aannemers in 2010 een positief resultaat. Hiermee bleef het aandeel in de burgerlijke en utiliteitsbouw gelijk aan 2009, maar de grond-, weg- en waterbouw boekte in 2009 nog 80% van de ondernemingen een positief resultaat.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-5,50	-10,25	2,75	0,75
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-1,75	-2,25	-2,50	-0,25
Winst	-3,00	-36,25	13,25	3,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De bouwnijverheid in beweging

De bouwnijverheid kent in het algemeen een grotere bedrijvendynamiek dan in het totale bedrijfsleven. In 2010 lag het percentage oprichtingen echter ongeveer gelijk aan het totale bedrijfsleven. Ook het aandeel starters en nieuwe oprichtingen ligt op een zelfde niveau.

In 2010 zijn 9.579 nieuwe bedrijven in de bouwnijverheid gestart, wat neerkomt op 14% van het totaal aantal startende bedrijven in Nederland. Uit cijfers van de Kamer van Koophandel³ blijkt dat het aantal starters in de bouw tussen 2006 en 2010 met 24% is afgenomen. Daarbij wordt aangegeven dat de economische crisis hier sterk debet aan is. Het aantal starters in 2010 is met 11% toegenomen ten opzichte van 2009 en de verwachting is dan ook dat het aantal starters langzaam aan weer zal toenemen. Uit

cijfers van de eerste drie kwartalen van 2011 blijkt dat met name het aantal startende ZZP-ers sterk stijgt⁴. Bouwend Nederland verklaart deze toename door de slechte economische situatie in de bouw. Sommige bedrijven in de sector zijn failliet gegaan en anderen hebben veel vakmensen moeten ontslaan. Veel van deze vakkrachten zijn als ZZP-er gestart.

Het percentage faillissementen ligt in de bouwnijverheid iets hoger dan in het totale bedrijfsleven, evenals het percentage overige opheffingen. Vooral in het eerste kwartaal van 2010 ging een groot aantal bouwbedrijven failliet⁵. Ook het aandeel bedrijven dat gekarakteriseerd kan worden als (groei-)krimper ligt in de bouwnijverheid iets hoger dan gemiddeld.

Indicatoren van dynamiek, 2010	Bouwnijverheid	Bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	2,1%	2,1%
- nieuwe dochters	6,7%	6,8%
- totaal	8,8%	8,9%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,8%	0,6%
- overig	7,5%	6,0%
- totaal	8,3%	6,7%
Bedrijfs groei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	37%	38%
- gelijkblijvers	26%	28%
- (groei-)krimpers	38%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*	*
- nieuwe producten/diensten op de markt	11%	24%
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	4%	7%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	37%	39%

Bron: *Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB*

*)= totaal MKB

Het aantal MKB-bedrijven in de bouwnijverheid dat nieuwe producten of diensten op de markt heeft gebracht of producten en/of diensten die nieuw zijn voor de bedrijfstak ligt lager dan gemiddeld in het MKB. De bouwnijverheid lijkt in vergelijking met andere sectoren dus minder innovatief. Veel innovaties in de bouw komen van toeleveranciers en komen tot uiting in het toepassen van goedkopere en betere materialen. Het EIB⁶ noemt een aantal algemene belemmeringen voor innovatief ondernemerschap in de bouw:

- traditionele contractvormen zijn gericht op prijs;
- veel deelsectoren in de bouw hebben veel kleinschalige bedrijven die maar beperkte middelen voor innovaties beschikbaar hebben;
- het tijdelijke en eenmalige karakter van bouwprojecten beperkt de toepasbaarheid van innovaties in andere situaties.

Circa 11% van de bedrijven in de bouw scoort hoog op het gebied van innovativiteit, waarbij blijkt dat grotere bedrijven vaker innovatief ondernemen.

De bouwnijverheid naar schaalgrootte

De bouwnijverheid wordt gekenmerkt door kleinschaligheid: 93% van de bedrijven in de sector behoort tot het kleinbedrijf en heeft minder dan 10 werkzame personen. De gemiddelde omzet per onderneming is ten opzichte van 2009 gedaald met € 0,2 miljoen tot € 0,7 miljoen in 2010. De bouwnijverheid is de afgelopen jaren kleinschaliger geworden, waarbij de toename van het aantal ZZP-ers in de sector een belangrijke oorzaak is.

Bijna tweederde (63%) van de omzet van de bouwnijverheid wordt gerealiseerd door het MKB. In de totale werkgelegenheid heeft het MKB een aandeel van 73%. Dit betekent dat een klein percentage grote bedrijven verantwoordelijk is voor 37% van de totale omzet in de sector en voor ruim een kwart van de werkgelegenheid.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	4
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 0,7
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	93%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	63%
- werkgelegenheid	73%
- bruto toegevoegde waarde	72%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de bouwnijverheid op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

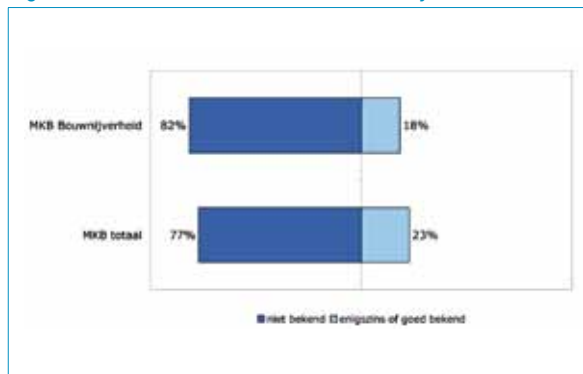
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij met name wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Bijna één op de vijf MKB-ondernemers in de bouwnijverheid is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets hoger; 23% is ermee bekend. Zie Figuur 1.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de bouwnijverheid met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

Bijna driekwart van de MKB-ondernemers in de bouwnijverheid heeft géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat één op de twee.

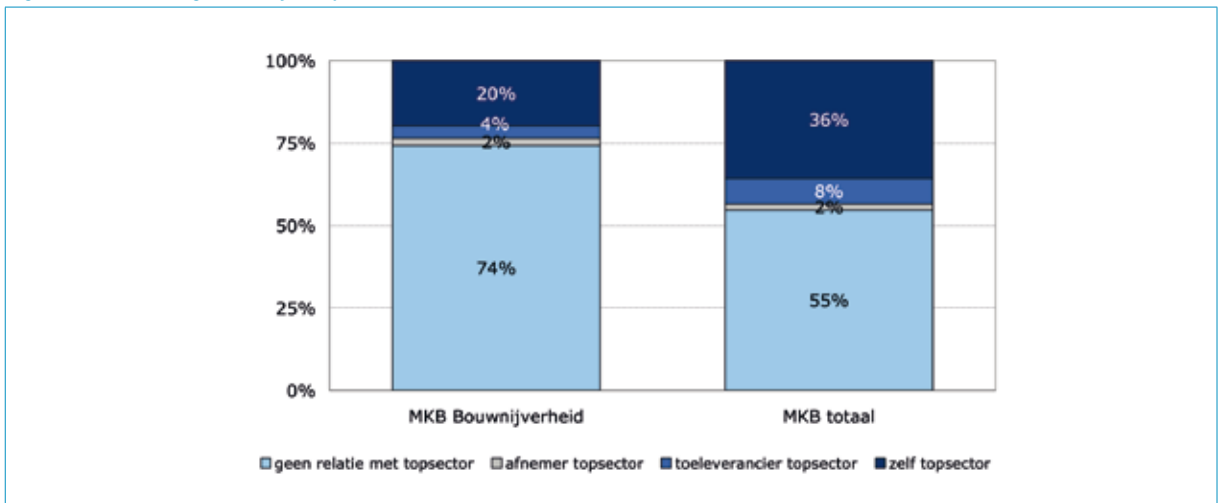
Eén op de vijf MKB-ondernemers in bouwnijverheid rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is minder dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid⁷. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

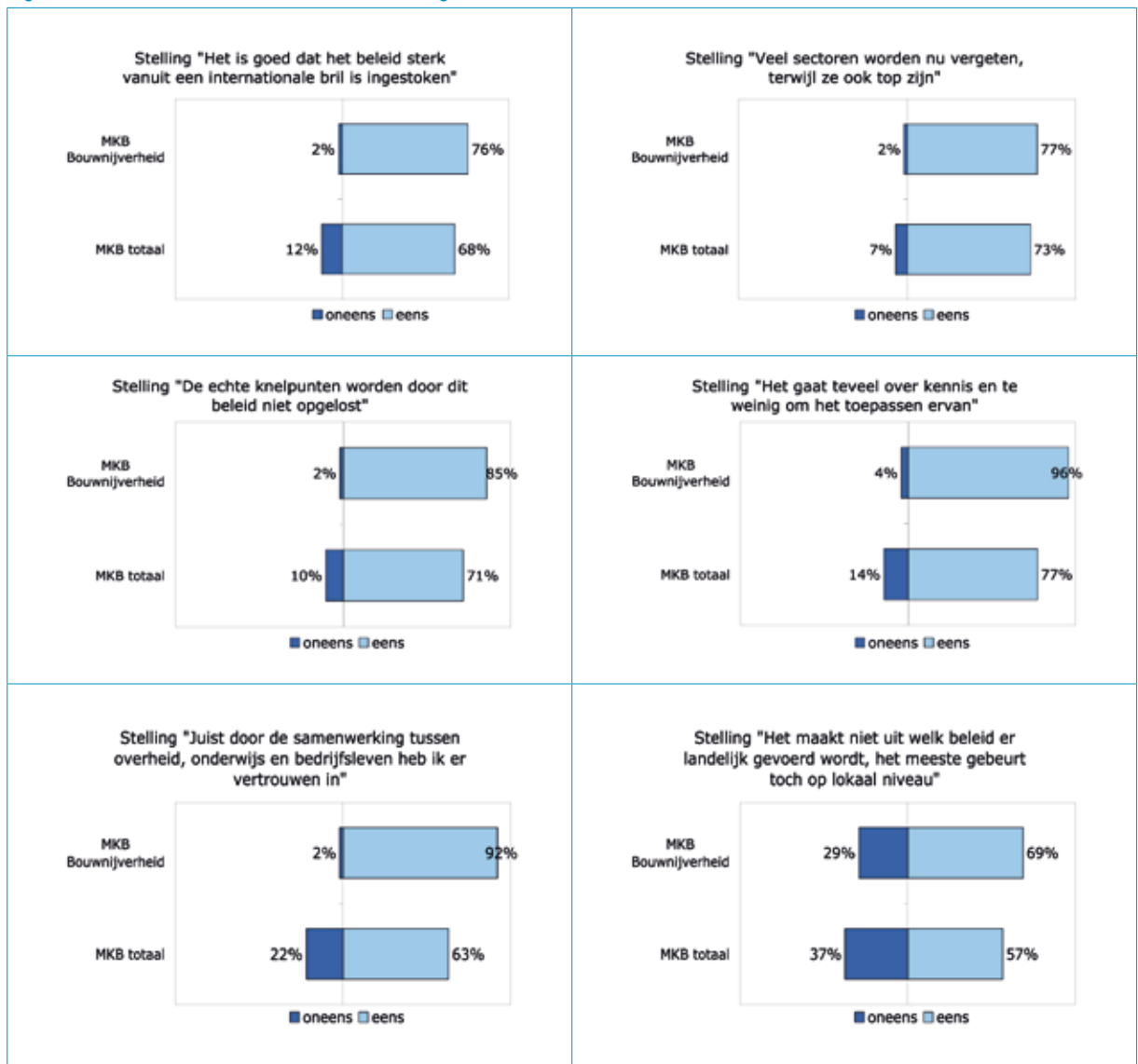
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen. Bijna driekwart onderschrijft de stelling.
- Ook een grote meerderheid (73%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- 85% van de MKB-ondernemers in de bouwnijverheid vindt dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Op dit punt zijn zij negatiever dan gemiddeld in het MKB.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. Zowel in de bouwnijverheid als in het totale MKB is de grote meerderheid deze mening toegedaan.
- Bijna alle MKB-ondernemers in de bouwnijverheid (92%) zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is aanzienlijk meer dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2: Relatie eigen bedrijf - topsector



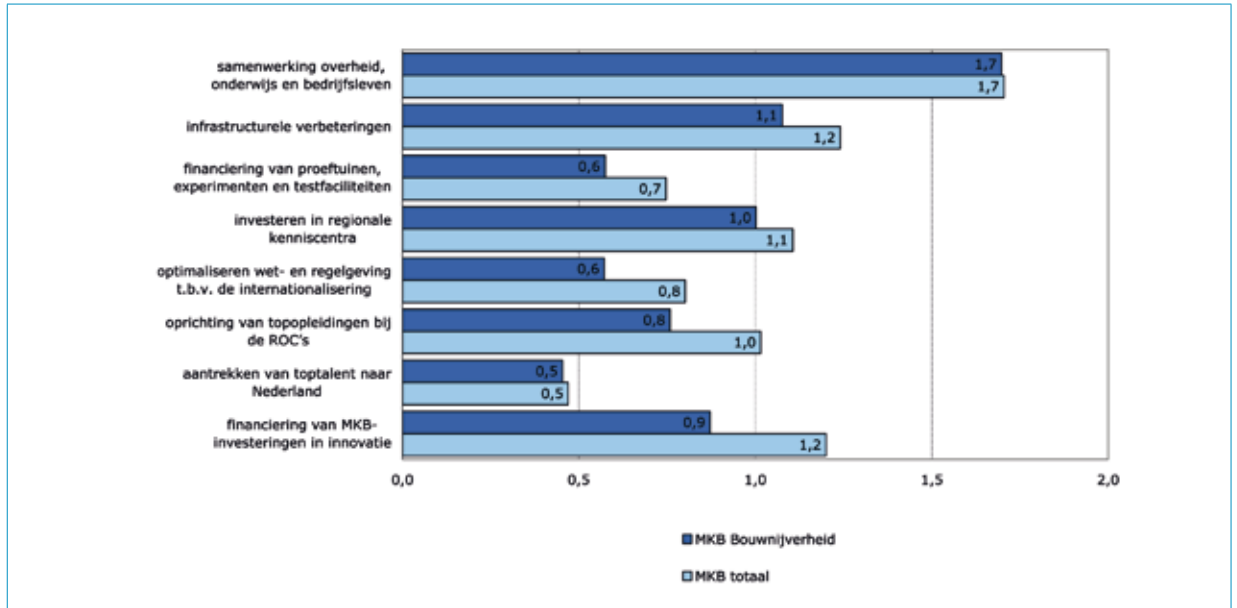
Bron: EIM, 2011

Figuur 3: Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen^o



Bron: EIM, 2011

Figuur 4: Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid. De meerderheid is het eens met de stelling, dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. Het MKB in de bouwnijverheid onderschrijft deze stelling vaker (69%) dan gemiddeld in het MKB (57%).

Acties

Uit Figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf⁹.

Zowel MKB-ondernemers in de bouwnijverheid als in totaal kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid

voorziet. Daarna volgt bij het totale MKB de actie 'financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen'.

Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort daarentegen het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt zeker voor het MKB, waardoor een hoge score op deze acties ook niet verwacht kon worden. Het valt ten slotte op dat de scores van de MKB-ondernemers in de bouwnijverheid bij een aantal acties enigszins afwijken van het MKB-gemiddelde. Met name de actie financiering MKB-investeringen in innovatie krijgt van de bouwnijverheid een lagere score.



De bouwnijverheid actueel

Uit de halfjaarprognoses blijkt dat de verwachting van EIM ten aanzien van de omzet in het tweede halfjaar van 2011 en het eerste halfjaar van 2012 licht negatief is. Voor het tweede halfjaar van 2012 zijn de verwachtingen voor de omzet weer positief. Ten aanzien van de werknemers is de verwachting dat in alle perioden een afname zal plaatsvinden, maar dat deze in de loop van de tijd minder groot zal zijn.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	6,50	-0,50	-1,25	2,00
werknemers (aantal)	-4,50	-2,50	-1,50	-0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Aannemers in de bouwnijverheid hebben negatieve verwachtingen voor de bouwsector in 2012. De dreigende recessie zorgt vooral bij de opdrachtgevers van de burgerlijke en utiliteitsbouw (consumenten en bedrijven) voor extra onzekerheid, waarbij nieuwbouw van woningen en uitbreidingsplannen voor bedrijfspanden op de lange termijn worden geschoven.

Woningbouw heeft het moeilijk

In 2010 was sprake van een daling van de nieuwbouwproductie en ook in 2011 was sprake van een lichte krimp. Rabobank verwacht dat de bouwproductie ook in 2012 op een laag pitje zal blijven. Sommige bedrijven houden hun vakmensen aan, terwijl anderen flink snijden in hun personeelsbestand. Hoe dit voor beide op termijn zal uitpakken is onduidelijk. Duidelijk is wel, dat de situatie op de woningbouw nog steeds slecht is. Er heerst grote onzekerheid onder consumenten over de economische (euro)crisis en zij stellen de aankoop van een woning uit. Ook willen woningbezitters nog steeds eerst het eigen huis verkocht hebben, voordat zij de aankoopakte van een nieuwe woning tekenen. Voorts stellen banken hogere eisen bij hypotheekverstrekking, waardoor het voor sommige doelgroepen lastiger wordt om iets te kopen.

Bouwend Nederland benadrukt het belang van maatregelen als de verhoogde Nationale Hypotheekgarantie en de lagere overdrachtsbelasting voor de bouwsector. Banken kunnen volgens deze organisatie bijdragen aan het vertrouwen van consumenten - met name starters op de woningmarkt - en bedrijven door meer maatwerk te bieden. (Bron: Bouwend Nederland, ING: dip treft bouw, persbericht 31-10-2011)

Overheidsmaatregelen stimuleren de bouwnijverheid

De overheid heeft een aantal maatregelen genomen om de negatieve effecten van de economische crisis in de bouwnijverheid tegen te gaan¹⁰. De volgende maatregelen zijn in 2010 genomen of verlengd:

- Tijdelijke verlaging van het btw-tarief op de arbeidskosten bij renovatie en herstel van woningen ouder dan twee jaar na het tijdstip van eerste ingebruikneming;
- Tijdelijke verlenging van de termijn voor de doorverkoop van onroerende zaken van 6 naar 12 maanden;
- De maximale termijn voor het behoud van hypotheekrenteaftrek bij verkoop van de voormalige eigen woning wordt met een jaar verlengd. Mensen die al een nieuw huis gekocht hadden maar het oude huis nog niet verkocht, kunnen nu drie jaar voor beide huizen hypotheekrenteaftrek krijgen;
- De overheid ondersteunt de woningbouw met subsidies die eerder zijn teruggestort door gemeenten, omdat projecten te laat gestart werden;
- De verhoging van de Nationale Hypotheekgarantie tot € 350.000 wordt met een jaar verlengd tot 31 december 2011.

Naast deze maatregelen is besloten om de overdrachtsbelasting (tijdelijk) te verlagen van 6 naar 2%. Het CPB verwacht dat zowel in 2011 als in 2012 de verkooptransacties met 4% zal toenemen¹¹.

Renovatiesector redelijk stabiel

De deelsectoren afwerkers en bouwinstallatiebedrijven laten in het algemeen een veel gelijkmatiger ontwikkeling zien dan de beide andere deelsectoren. De onderhoudsmarkt ondervindt minder hinder van

weersomstandigheden en de renovatiemarkt voor woningen is redelijk stabiel¹². Dit komt doordat onder andere woningcorporaties zorgen voor een redelijk constante stroom aan opdrachten. In oktober 2010 is bovendien het lagere btw-tarief ingevoerd. De regeling houdt in dat het btw-tarief op arbeidsloon geen 19 maar 6 procent is. Bouwend Nederland schat in dat deze regeling de bouwsector € 6 miljard op kan leveren.

De schildersbranche heeft al enige tijd ervaring met een lager btw-tarief. De Fosag geeft aan dat de verlaging zijn uitwerking niet heeft gemist. De omzet van de schilders zou door de maatregel met 8 tot 10% zijn gestegen en daarnaast vermoedt men dat reguliere schildersbedrijven het drukker hebben gekregen omdat er minder zwart gewerkt wordt¹³.

Een ander gevolg van de btw-verlaging zou kunnen zijn dat mensen minder snel zullen gaan verhuizen¹⁴. De meningen van betrokken organisaties hierover lopen uiteen. De beroepsorganisatie voor makelaars en taxateurs (VastgoedPro) verwacht dat mensen eerder geneigd zullen zijn om te verbouwen in plaats van te verhuizen. De NVM denkt juist dat opgeknapte woningen weer mee zullen doen op de verkoopmarkt en dat huiseigenaren op de lange termijn zullen profiteren van de waardeinstijging van hun woning.

ING verwacht een toename van de concurrentie in de onderhoudssector¹⁵. Doordat bouwbedrijven in de burgerlijke en utiliteitsbouw te maken hebben gekregen met een sterke productiekrimp in de nieuwbouw, zullen zij op zoek gaan naar andere mogelijkheden om hun personeel aan het werk te houden. Hierbij kunnen zij hun heil zoeken op de renovatiemarkt.

Duurzaam bouwen neemt toe

De vraag naar duurzaam bouwen neemt toe¹⁶. Energiebesparing staat bij overheden, consumenten en bedrijven hoog op de wensenlijst. Deze ontwikkeling speelt een belangrijke rol in de toekomst van de burgerlijke en utiliteitsbouw en heeft ook invloed op de aanleg van de infrastructuur. Ook voor de beide andere deelsectoren geldt dat de trend naar duurzaamheid van groot belang is. De overheid koopt met ingang van 2010 producten en diensten duurzaam in, hier dienen installatiebedrijven rekening mee te houden. Ook afwerkers zoals schilders dienen in toenemende mate aandacht te besteden aan duurzaamheids- en milieuaspecten. Overheden stellen strengere eisen aan het gebruik van bepaalde producten en ook consumenten (klanten) zullen vaker vragen om milieuvriendelijke producten te gebruiken bij de uit te voeren werkzaamheden.



De detailhandel 2011



Inhoudsopgave

De detailhandel gepositioneerd	27
De detailhandel van jaar op jaar	27
De detailhandel in beweging	28
De detailhandel naar schaalgrootte	29
De visie van de detailhandel op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	30
De detailhandel actueel	33

De detailhandel is langzaam aan het herstellen van de economische crisis en maakt tegelijkertijd een grote vernieuwing door als gevolg van de snelle opmars van de online verkoop. Het te veel aan winkelmeters in Nederland wordt nu duidelijk zichtbaar. Sommige winkelcentra verliezen door leegstand hun charme en proberen met pop-up winkels de schade te beperken. De vraag is of er voor sommige B- en C-locaties nog wel toekomst is. Grote retailers en merkfabrikanten weten de consument met WWW en apps naar zich toe te trekken en van steeds meer gemak te voorzien. De detailhandel laat zich weer van haar dynamische kant zien: cross channel retailing is nu de sleutel naar de toekomst.

- ¹ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid.
- ² De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ³ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 3 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.

De detailhandel gepositioneerd

De detailhandel is misschien wel de meest herkenbare sector in de maatschappij. Met 79.000 ondernemingen omvat de sector 10% van het totale aantal ondernemingen in ons land. Tot die ondernemingen behoren 108.500 fysieke winkels, 20.000 ambulante handelaren (m.n. marktkooplieden) en 20.000 webwinkels (al of niet in combinatie met fysieke winkels en/of postorderbedrijf) Het ondernemen gebeurt op relatief kleine schaal. Dit is te zien aan het lagere aandeel van de detailhandel in de totale omzet (7%).

Van iedere euro die de consument in de detailhandel uitgeeft gaat 51% naar dagelijkse artikelen (levensmiddelen, persoonlijke verzorging) en 49% naar niet-dagelijkse artikelen (mode, wonen, DHZ, huishoudelijk, elektronica, educatie en vrije tijd). De detailhandel kent een ruimtelijk patroon dat nauw verbonden is met de genoemde marktsegmenten en het bijbehorende koopgedrag. Winkelen doe je in de binnensteden, waar de helft van alle winkels te vinden is. Boodschappen doe je het buurt/wijkwinkelcentrum. Even verderop ga je naar de bouwmarkt of het tuincentrum en voor grote aankopen in het huis zijn de woonboulevards en -malls een optie. Dit ruimtelijke

patroon staat nu onder invloed van de snelle groei in de online consumentenbestedingen.

De detailhandel in 2010
79.000 ondernemingen
495.000 arbeidsjaren
€ 92 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010		Sectorstelsamenstelling naar omzet, 2010	
ondernemingen	10%	food	39%
werkgelegenheid	10%	wonen, DHZ, huishoudelijke artikelen	22%
omzet	7%	textiel, kleding en schoeisel	12%
exportwaarde	0%	overige non-food	20%
bruto toegevoegde waarde	5%	niet in winkel	6%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De detailhandel van jaar op jaar

De omzet in de Nederlandse detailhandel is in 2010 vrijwel stabiel gebleven. Het herstel na de economische crisis komt hier trager op gang dan in de meeste andere West-Europese landen (waaronder België, Frankrijk, Duitsland). Een beter resultaat was eigenlijk ook niet te verwachten. De particuliere consumptie in 2010 steeg namelijk met slechts 0,4%.

Loonmatigingen en banenkrimp hebben het reëel beschikbaar inkomen onder druk gezet en een herstel van het consumentenvertrouwen vertraagd. Daarnaast blijft de huizenmarkt in mineur, wat direct merkbaar is in een groot deel van de detailhandel: wonen, dhz en tuincentra. Vooral de wonenbranche moet uit een diep dal klimmen. De branche zag in 2010 haar omzet voor de vierde keer op rij dalen, hoewel de schade dit keer beperkt bleef tot krap 1% (in 2009 was de daling nog 13%). Ook de DHZ-branchen toont al drie jaren een omzetzdaling van gemiddeld ruim 4% per jaar. De stabiliteit van de detailhandelsomzet in 2010 komt dus niet vanuit deze hoek. Het komt wel van de supermarkten, sportzaken, drogisterijen, huishoudelijke artikelenzaken en andere winkels, die 2010 afsloten met een beperkte groei van 1 tot 2%. Ook komt het van de webwinkels die 2010 afsloten met een sterke groei (+14,6% volgens het CBS).

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-3,75	-0,50	-0,50	0,25
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-0,25	0,75	0,00	-0,50
winst	-14,00	-1,00	0,00	0,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

Volgens het Hoofdbedrijfschap Detailhandel is 2011 qua omzetontwikkeling bescheiden begonnen. Het eerste kwartaal laat een omzetplus zien van 0,5% ten opzichte van dezelfde periode van 2010. ABN-AMRO voorspelt in zijn 'Visie op Retail Sectorupdate 2011' voor de meeste nonfood-branches een omzetgroei in 2011 van 1 tot 2%, met uitzondering van de wonenbranche die op nul zal komen te staan. De supermarktbranche kan op een groei van 3,5% rekenen, waarmee de branche zich weer in het gebruikelijke tempo ontwikkelt. De online retail zal de grootste stijger zijn met +15%.

Het MKB in de detailhandel moet echter voor 2011 rekenen op een volumedaling van -0,50. Dit zal gepaard gaan met een stabilisatie van de werkgelegenheid.

De detailhandel in beweging

De detailhandel is altijd al een dynamische sector geweest: veel starters, stoppers, overnames, filiaalvorming en formulesamenwerking. Statistisch gezien komt die bedrijvendynamiek niet helemaal uit de verf. Qua bedrijfsoprichtingen en -opheffingen scoort het totale Nederlandse bedrijfsleven namelijk hoger. Qua bedrijfsgroei scoort de detailhandel ook iets onder het gemiddelde.

Het dynamische karakter van de sector openbaart zich nu vooral in andere vorm: de opmars van het online winkelen, de toenemende winkelleegstand, nieuwe winkelformules en schaalvergroting in de levensmiddelenbranche.

- In 2010 bedroegen de online consumentenbestedingen volgens Blauw Research € 8,2 miljard. Dat is 11% meer dan in 2009. Krap de helft hiervan wordt besteed aan producten (detailhandel), die een omzetgroei van 16% boekten. De grootste online spelers zijn Wehkamp, Bol.com en Neckermann, maar kleinere spelers komen in rap tempo op. Onder hen zijn veel retailers met fysieke winkels die webwinkels openen. Vrijwel alle grote retailers hebben nu een crosschannel-strategie. Hoewel de online verkoop 'nog maar' 7% van de detailhandelsbestedingen in Nederland voor haar rekening neemt, is het effect op de sector(structuur) nu al groot te noemen.
- In het straatbeeld zijn steeds vaker zogenoemde pop-up winkels te zien. Zij geven tijdelijk invulling aan het toegenomen aantal leegstaande winkelpanden.

Hiermee wordt getracht de aantrekkelijkheid van het winkelgebied te behouden. De winkelleegstand bedroeg begin 2011 gemiddeld 6%. Volgens DTNP hebben 109 gemeenten in ons land te kampen met structurele leegstand. Een groot deel hiervan ligt in Limburg, maar ook in de Randstad zijn momenteel de winkelmeters in sommige plaatsen te ruim bemeten. De leegstand is onder andere toe te schrijven aan de vergrijzing en de groei van het online winkelen, en treft met name de B- en C-locaties. Vrijkomende A1-locaties in de grote steden zijn echter nog steeds schaars en gewild vanwege hun potentie tot recreatief en vergelijkend winkelen. Hierdoor zijn in 2010 de huurprijzen in de zes grootste winkelsteden van Nederland toch weer licht gestegen, aldus Jones Lang LaSalle.

- Een geheel andere dynamiek vindt plaats in de ambulante handel, waar veel warenmarkten een moeilijke tijd van teruglopende bezoekersaantallen, dalende omzetten en verslechtering van kwaliteit doormaken. De vaste kern van kooplieden is steeds kleiner geworden en de leegstand wordt in toenemende mate opgevuld door losse kooplieden. Deze vaak allochtone 'invallers' zorgen voor een verdere verschraving van het aanbod. De marktwerking en het organisatiemodel (op basis van anciënniteit) falen. Een aantal gemeenten wil nu bijsturen en de warenmarkten staan daar aan de vooravond van verandering.

Indicatoren van dynamiek, 2010	detailhandel	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	1,6%	2,1%
- nieuwe dochters	6,4%	6,8%
- totaal	8,0%	8,9%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,3%	0,6%
- overig	8,7%	6,0%
- totaal	9,0%	6,7%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	28%	38%
- gelijkblijvers	32%	26%
- (groei-)krimpers	40%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	28%	24%
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	12%	7%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	34%	39%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De detailhandel naar schaalgrootte

De bedrijven in de detailhandel zijn overwegend kleinschalig van opzet: een gemiddeld bedrijf had in 2010 6 arbeidsjaren en een omzet van € 1,2 miljoen.

De detailhandel bevindt zich al jaren in een proces van schaalvergroting. Dit doet zich voor in de vorm van filialisering, samenwerking, vergroting van de winkels en - sinds kort - crosschannel-strategieën.

In de afgelopen tien jaar nam het aantal filiaalbedrijven toe van 28% naar 35% van het totaal aantal ondernemingen. Van alle verkooppunten in Nederland behoort volgens het HBD nu 42% tot een grootwinkelbedrijf, franchiseorganisatie of in- en verkooporganisatie. Combinaties van deze vormen doen zich veelvuldig voor. Met name franchising is als organisatievorm sterk toegenomen.

De totale winkelloppervlakte in Nederland nam in de afgelopen 10 jaar toe met een kwart tot 27,3 miljoen m². Een gemiddelde winkel groeide uit van 215 m² wvo naar 266 m² wvo. Op grootschalige (perifere) locaties zoals woonboulevards zijn de winkels gemiddeld ruim 1.340 m² wvo. Bouwmarkten en tuincentra spannen echter de

kroon: verkoopruimten van 5.000 en 10.000 m² zijn bij hen niet ongebruikelijk.

Met de komst van het online winkelen zijn dergelijke meters niet meer nodig om toch schaalvergroting te realiseren. Voor veel retailers is de webwinkel een toevoeging aan de fysieke winkel(s), waarmee ze een groter verzorgingsgebied kunnen bedienen.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	6
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 1,2
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	94%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	52%
- werkgelegenheid	61%
- bruto toegevoegde waarde	54%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de detailhandel op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

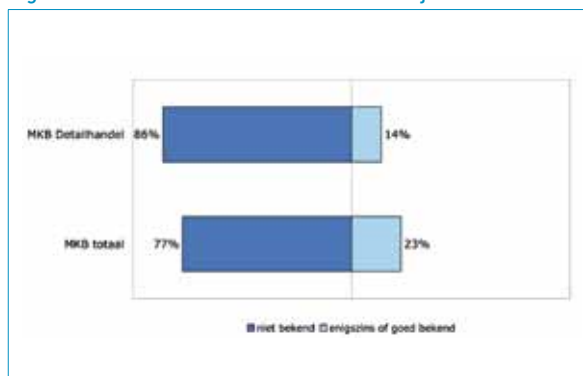
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij met name wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Eén op de zeven MKB-ondernemers in de detailhandel is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage hoger namelijk 23%. Zie Figuur 1.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Aan de ondernemers in het MKB is gevraagd of ze een zakelijke relatie hebben met bedrijven uit een of meer topsectoren, bijvoorbeeld als toeleverancier of afnemer. Het blijkt dat geen van de MKB-ondernemers in de detailhandel een dergelijke relatie heeft. Ook beschouwt geen enkele ondernemer de detailhandel als een topsector.

Beoordeling

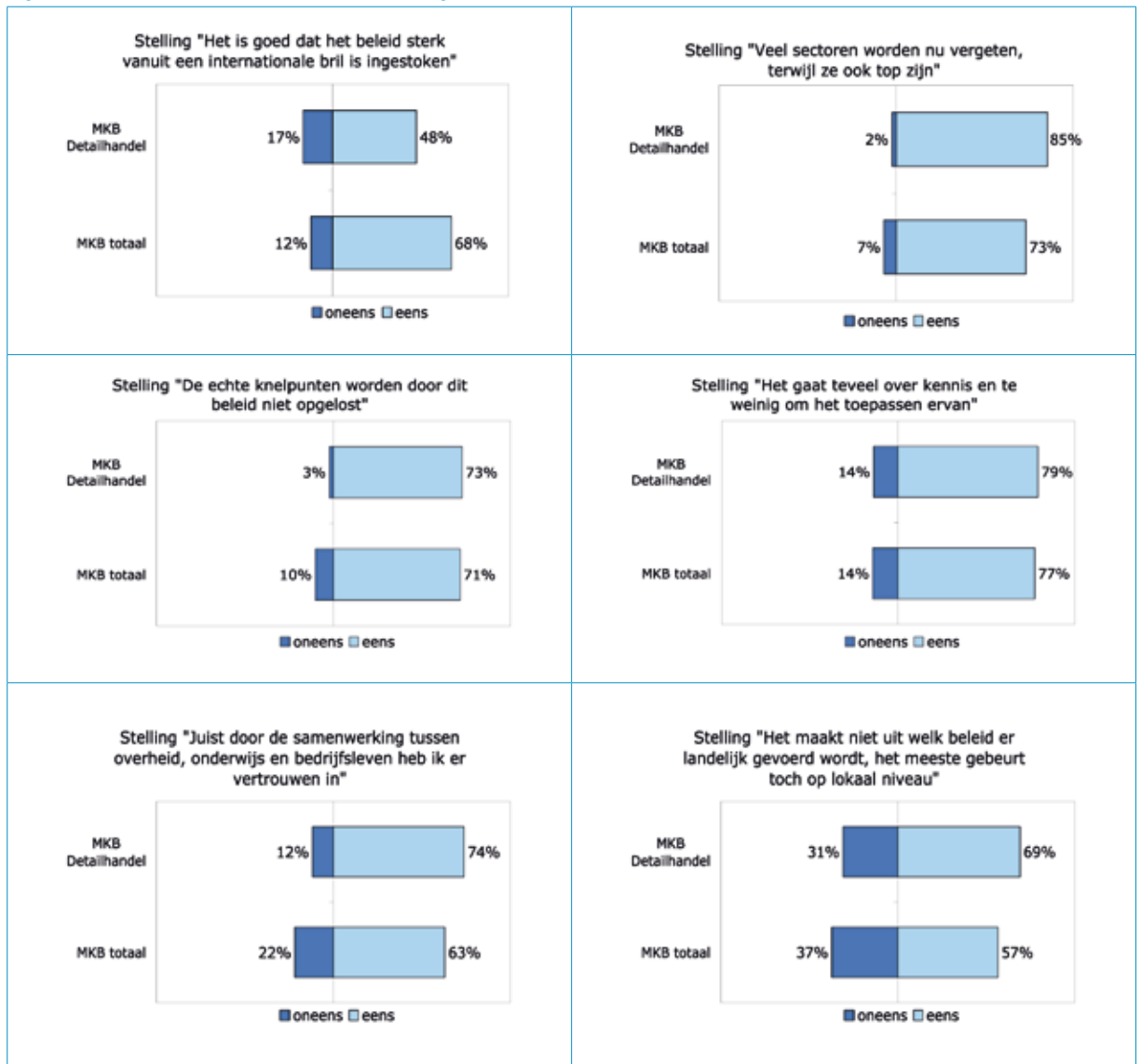
Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 2¹.

Uit de figuur blijkt het volgende:

- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan niet op grote instemming van het MKB in de detailhandel rekenen. Dat lag ook niet in de lijn der verwachting, omdat deze sector hoofdzakelijk op de lokale, regionale en nationale markt gericht is.
- Dit wordt nog eens versterkt door het feit dat ruim tweederde van mening is, dat het niet uitmaakt welk landelijk beleid er gevoerd wordt, omdat het meeste toch op lokaal niveau gebeurt.

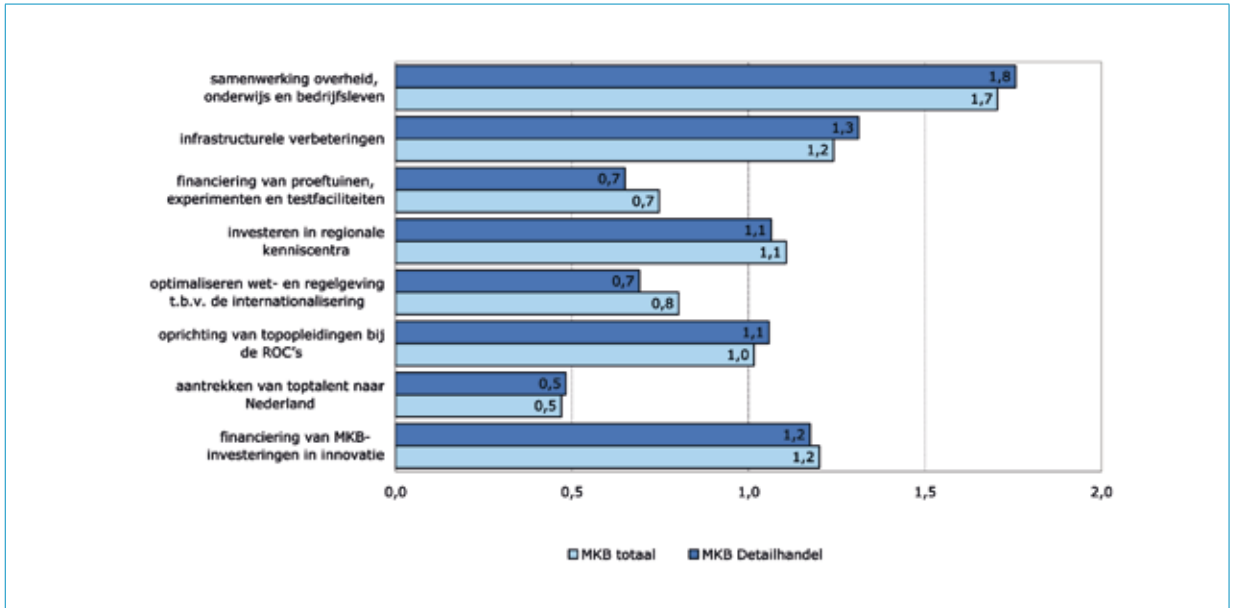
Het leeuwendeel van het MKB in de detailhandel (85%) is het eens met de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector. Dit percentage is hoger dan gemiddeld in het MKB, waar 73% die mening is toegedaan. Dat de detailhandel zelf niet tot de topsectoren behoort speelt uiteraard mee in dit resultaat.

Figuur 2: Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen²



Bron: EIM, 2011

Figuur 3 Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Acties

Uit Figuur 3 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf³.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgen infrastructurale

verbeteringen en financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen'. Dit geldt ook voor de MKB-ondernemers in de detailhandel. Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort daarentegen het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten en het optimaliseren van wet- en regelgeving ten behoeve van internationalisering.



De detailhandel actueel

Wat staat de detailhandel het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2012 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume zich op de nullijn bevinden. Dat zal ook nog in de tweede helft van 2011 het geval zijn. De prognoses van de werkgelegenheid in de detailhandel laat nagenoeg eenzelfde beeld zien.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	-0,50	-0,50	0,00	0,00
werknemers (aantal)	0,50	0,00	0,00	-0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Crosschannel retailing

Internet is de meest gebruikte oriëntatiebron voor consumptieve aankopen geworden. Volgens de Multichannel Monitor 2010 van Blauw Research is 41% van de aankopen voorafgegaan aan 'internetten'. 34% van de aankopen is voorafgegaan door winkelbezoek en 33% door het inzien van folders, advertenties en dergelijke. Internet wordt vooral gebruikt voor prijs- en productinformatie. De werkelijke aankopen vinden nog altijd voor 71% op de winkelvloer plaats; 23% gaat via internet. Bij een kwart van de aankopen is sprake van een kanaalswitch, d.w.z. de aankoop wordt niet bij het oriëntatiekanaal gedaan, maar elders. Die switch komt vooral het winkelkanaal ten goede.

Wat betekent dit voor de detailhandel? De (fysieke) winkels krijgen in toenemende mate te maken met doelgerichte en prijsbewuste kopers. Als het gewenste product niet in de winkel aanwezig is, dan is de switch naar een aankoop via internet gauw gemaakt. Duidelijk is dat het aanbieden van beide opties het beste is, en dat gebeurt nu ook steeds vaker. Vrijwel iedere grote retailer heeft 'clicks & bricks'. Ook merkfabrikanten treden in toenemende mate op als online-verkoper. Zij kunnen meer producten bieden dan de retailer, maar missen weer de fysieke winkel en service. Samen kunnen zij de consument optimaal bedienen. Crosschannel retailing is de toekomst. Dit vraagt een andere manier van denken en ondernemen. Zo zijn bezoekers van een website niet dezelfde als bezoekers van een winkel. De conversie in webwinkels ligt namelijk aanzienlijk lager dan in fysieke winkels.

Mobiel

Consument gaan steeds meer met hun mobiel shoppen. Er komen steeds meer applicaties op de markt die de consument helpen met het boodschappen doen, wijzen op aanbiedingen in bepaalde winkels, reviews van producten laten zien, et cetera. Ook wordt er tijdens het

winkelen steeds vaker 'getwittert' en 'gefacebookt' om de mening van vrienden en vriendinnen te polsen. Voor de detailhandel en merkfabrikanten betekent een sterkere focus op gemak en social media.

Winkelcriminaliteit

De detailhandel wordt samen met de horeca het meest geconfronteerd met criminaliteit. In 2010 had 44% van de bedrijven te maken met een of meer vormen van criminaliteit, zo blijkt uit de Monitor Criminaliteit Bedrijfsleven 2010 van WODC. Concreet gaat het dan over 1,7 miljoen diefstallen, 26.000 inbraken en 62.000 vernielingen. Slachtoffers zijn met name levensmiddelenzaken, drogisterijen en modezaken; winkels die vaak in winkelcentra en binnensteden gevestigd zijn. Criminaliteit is een grote kostenpost voor de ondernemers. In 2010 bedroeg de schade € 241 miljoen. Ten opzichte van 2004 is het aantal delicten toegenomen (+8%), maar de schade als gevolg van criminaliteit afgenomen (-14%).

In de detailhandel neemt 81% van de ondernemers preventieve maatregelen, waaronder het plaatsen van alarmsystemen, camera's, extra hang- en sluitwerk, extra verlichting en het inschakelen van een beveiligingsdienst. Van de ondernemers wint 28% extern advies in en doet 7% mee aan projecten ter voorkoming van criminaliteit. Eén van die projecten is het Keurmerk Veilig Ondernemen, dat zich richt op het beveiligen van de omgeving en criminaliteitspreventie in algemene zin. De deelname hieraan groeit; steeds meer winkelcentra dragen nu het keurmerk.

Bereikbaarheid & parkeren

Goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden zijn belangrijke redenen voor de consument om voor een bepaald winkelgebied te kiezen. Wijzigingen in het gemeentelijke parkeerbeleid kunnen dan ook grote consequenties hebben voor de betreffende

detailhandel. Nu veel gemeenten moeten bezuinigen staan de parkeervoorzieningen en –tarieven volop in de belangstelling.

De Parkeertest 2011 van Detailhandel Nederland wijst uit, dat in bijna tweederde van de 79 onderzochte parkeergarages en in meer dan de helft van de 26 onderzochte steden de tarieven in het afgelopen jaar verhoogd zijn. Daarnaast is het vinden en gebruiken van de parkeergarages niet altijd even gemakkelijk. Eén op de drie garages is niet goed aangegeven en twee op de vijf garages geven niet of te laat aan of er nog plaats. Daarnaast kan er bij één op de drie niet gepind worden. Tarieven worden uitermate gedifferentieerd weergegeven; veel garages zijn te krap, te donker en te vies.

Behalve fysieke ingrepen om de parkeervoorzieningen te verbeteren kunnen blauwe zones, progressieve parkeertarieven en parkeren per minuut de attractiviteit van het winkelgebied verhogen. Het recreatieve en vergelijkend winkelen in de binnensteden blijft dan ook funshoppen.



De groothandel 2011



Inhoudsopgave

De groothandel gepositioneerd	37
De groothandel van jaar op jaar	37
De groothandel in beweging	38
De groothandel naar schaalgrootte	39
De visie van de groothandel op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	40
De groothandel actueel	43

De groothandel heeft zich in 2010 hersteld en de omzetgroei in 2011 weten voort te zetten. Dit geldt vooral voor de groothandels in landbouwproducten, olie en steenkool en chemische producten. Zij zagen hun omzetten met dubbele cijfers stijgen als gevolg van de aantrekkelijke wereldhandel en prijsstijgingen. Groothandels die op de BRIC-landen geïnteresseerd zijn, profiteren van de sterk groeiende vraag vanuit deze landen. Hun collega's op de binnenlandse markt of met een focus op West-Europa, ontberen deze positieve impuls.

- ¹ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid.
- ² De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ³ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.
- ⁴ In de Strategische Visie van Rabobank Cijfers & Trends van juni 2011, wordt het onderwerp global sourcing en de gevolgen daarvan voor de groothandel uitgebreid besproken.

De groothandel gepositioneerd

Traditioneel kocht de groothandel in bij binnen- en buitenlandse fabrikanten en leveranciers en verkocht weer aan bedrijfsmatige afnemers. Met de voorraadhoudende functie werd vraag en aanbod door de groothandel min of meer in evenwicht gebracht. Dat is tegenwoordig niet anders, maar we zien wel dat de groothandel steeds meer toegevoegde waarde weet te realiseren door strak supply chain management en meer gebruik maakt van elektronische informatie-uitwisseling. De groothandel is steeds meer in staat om de regie in de keten naar zich toe te trekken. In enkele gevallen zelfs, zien we het belang van de distributiefunctie zodanig toenemen dat producten onder eigen merknamen op de markt worden gebracht.

Van de totale groothandelsomzet wordt iets meer dan 40% geëxporteerd. Daarbij gaat het vooral om kapitaalgoederen, grondstoffen, halffabricaten en bouwmaterialen. De omzet in kapitaalgoederen, vooral machines en transport- en vervoermiddelen, is was altijd koploper wat export betreft. Deze sectoren zijn echter na het intreden van de crisis in 2008 voorbij gestreefd door grondstoffen, halffabricaten en bouwmaterialen. Ruim 70% van de werkgelegenheid in de groothandel zit bij MKB-bedrijven, dat geldt ook voor ruim 60% van de omzet.

De groothandel in 2010
64.000 ondernemingen
450.000 arbeidsjaren
€ 373 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010		Omzetverdeling naar sector, 2009	
ondernemingen	8%	handelsbemiddeling	1%
werkgelegenheid	9%	agrarische producten en levende dieren	9%
omzet	27%	voedings- en genotmiddelen	18%
exportwaarde	14%	consumptiegoederen	21%
bruto toegevoegde waarde	11%	investeringsgoederen	26%
		intermediaire goederen	19%
		bouwmaterialen	6%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De groothandel van jaar op jaar

Na een wat minder jaar 2009 zien we dat de groothandelsomzet zich vanaf 2010 weer behoorlijk heeft hersteld. Met name de omzetten van groothandels in land- en akkerbouwproducten en olie en steenkool en chemische producten, zijn in 2010 fors gestegen (tussen 8% en meer dan 20%). Dit is deels een gevolg van de weer aantrekkende wereldhandel en deels een gevolg van prijsstijgingen van deze producten. De groothandelsomzetten in bloemen en planten en kleding en schoenen liepen in 2010 echter nog steeds achter op het jaar daarvoor. Dit zal voor een deel worden veroorzaakt door de nog steeds niet toenemende consumentenbestedingen, waardoor de vraag achter blijft bij voorgaande jaren.

Economische groei vond de afgelopen jaren vooral plaats in de BRIC-landen (Brazilië, Rusland, India en China). Deze landen zijn inmiddels goed voor ongeveer de helft van de wereldhandel. Groothandels die exporteren naar deze landen profiteren mee door de vaak sterk gestegen vraag. Groothandels die het moeten hebben van

binnenlandse handel of export binnen West-Europa of de Verenigde Staten, hebben niet of veel minder kunnen profiteren van aantrekkende marktgroei. Zij zullen zich de vraag moeten stellen in hoeverre heroriëntatie op nieuwe afzetmarkten mogelijk is. Wanneer zij het niet direct al te ver weg willen zoeken biedt wederexport van producten uit Azië naar opkomende landen in Centraal- en Oost-Europa wellicht aantrekkelijke mogelijkheden.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-8,25	9,00	4,00	2,75
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-1,50	0,00	1,50	0,50
winst	-29,25	18,50	3,50	1,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De groothandel in beweging

De groothandel vervult een belangrijke functie wanneer we kijken hoe de goederen van producent naar consument komen. Dat zal de komende tijd niet snel veranderen. We zien dat de groothandel duidelijk oog heeft voor verbeteringen van de dienstverlening, die het voor hun klanten weer aantrekkelijk maken om met hen te blijven werken. De groothandel biedt meerwaarde op commercieel en logistiek gebied. Bijvoorbeeld door de detailhandel extra opslagfaciliteiten aan te bieden of door in de juiste verpakkingen te leveren, die direct in winkel geplaatst kunnen worden. Bestelsystemen zijn volledig ICT-gestuurd en producten kunnen worden gevolgd door het gebruik maken van RFID.

Vergeleken met het totale bedrijfsleven is de groothandel relatief innovatief in hun toepassingen van nieuwe technieken en diensten. Er worden nieuwe diensten aangeboden en verbeteringen c.q. vernieuwingen doorgevoerd in de interne bedrijfsprocessen. Hiermee blijft de groothandel een aantrekkelijke partner voor zowel producenten als detaillisten. De groothandel zorgt ervoor dat binnen de keten efficiënt wordt samengewerkt. Verdere verbeteringen zullen de komende tijd zeker de aandacht van ondernemers in de groothandel opeisen. De belangstelling voor onderwerpen als duurzaamheid en veiligheid groeit nog steeds. Innovaties die minder transportbewegingen nodig maken, het invoeren van betere verpakkingen met betere houdbaarheidscondities en de automatische registratie daarvan bieden logistieke voordelen en zorgen voor meer duurzaamheid.

Indicatoren van dynamiek, 2010	groothandel	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	1,8%	2,1%
- nieuwe dochters	3,0%	6,8%
- totaal	4,8%	8,9%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,6%	0,6%
- overig	5,4%	6,0%
- totaal	6,0%	6,7%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	50%	38%
- gelijkblijvers	21%	28%
- (groei-)krimpers	28%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*	*
- nieuwe producten/diensten op de markt	38%	24%
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	20%	7%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	45%	39%

Bron: 'Bedrijvendynamiek en werkgelegenheid. Periode 1987-2010'. EIM, 2011

*)= totaal MKB

De groothandel naar schaalgrootte

De relatief geringe toegevoegde waarde die door groothandelsbedrijven wordt gegeneerd, maakt het noodzakelijk om hoge omzetten te realiseren. Alleen bij een forse omzet zal er in euro's voldoende marge zijn om alle kosten te kunnen betalen. Nationaal en internationaal heeft de groothandel te maken met stijgende inkooprijzen. Ook hierom is het van belang om grotere volumes om te zetten, waardoor gunstiger inkoopcondities en prijzen bedongen kunnen worden. Het aantal ondernemingen in de groothandel is de afgelopen tijd licht gestegen.

De gemiddelde omvang van de bedrijven blijft echter klein, zowel in arbeidsjaren als in omzet. Groothandels zouden daarom moeten nagaan of er soortgelijke bedrijven zijn, of bedrijven die aanvullende producten bieden, waarmee samengewerkt kan worden. Hierdoor kunnen belangrijke efficiencywinsten worden geboekt. Bijvoorbeeld op de gebieden van ICT, transport en logistiek en administratie. Samenwerking binnen de internationale handel wordt steeds belangrijker om de Nederlandse concurrentiepositie in stand te houden. Betere samenwerking en meer volume versterken de Nederlandse positie binnen Europa en daarbuiten. Binnen de markten van West-Europa zien we al enige tijd een verzadiging optreden.

Oost-Europa daarentegen is duidelijk nog steeds een groeimarkt en kijken we wereldwijd, dan zijn er veel meer groeimarkten waarop de Nederlandse exporterende groothandels hun pijlen kunnen richten. Dat laatste betekent natuurlijk veel voor de bedrijven die zich voor het eerst op nieuwe markten willen richten. Samenwerken met ervaren partners en/of strategische overnames doen lijken hier twee goed toe te passen instrumenten om de noodzakelijke groei te realiseren.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	7
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 5,8
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	86%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	61%
- werkgelegenheid	72%
- bruto toegevoegde waarde	67%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de groothandel op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

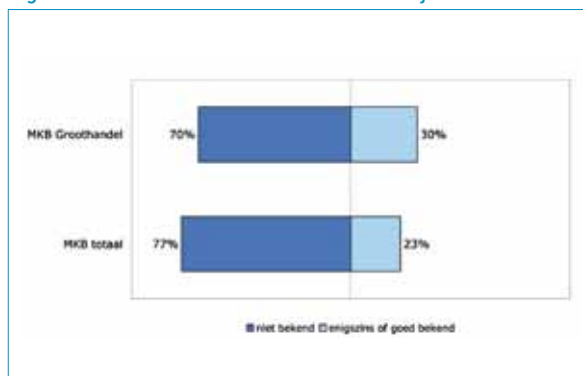
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij met name wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Bijna een derde van de MKB-ondernemers in de groothandel (30%) is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets lager (23%). Zie Figuur 1.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de industrie met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

Van de MKB-ondernemers in de groothandel heeft 18% géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat meer dan de helft (55%).

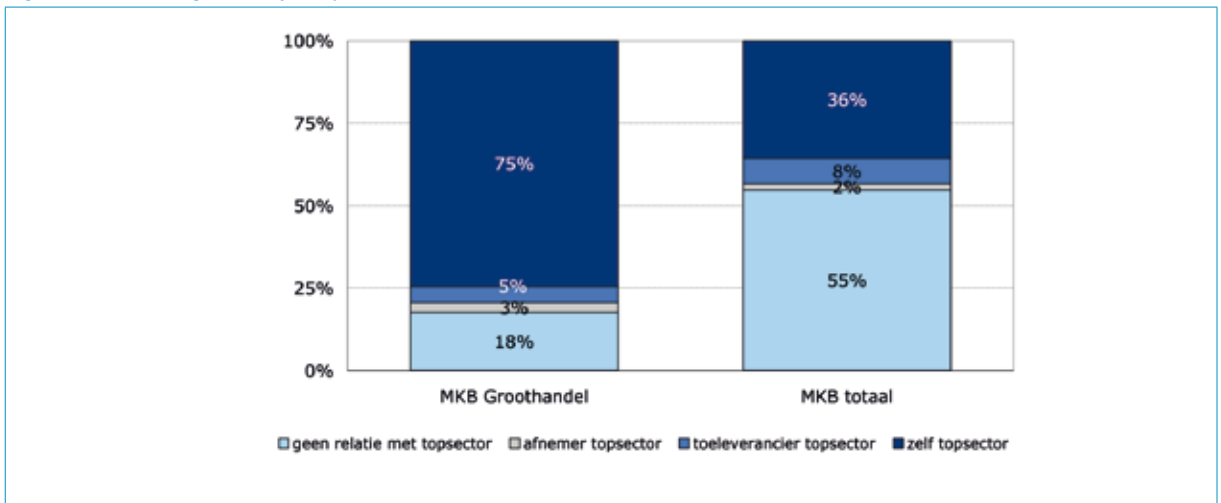
Driekwart van het MKB in de groothandel rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is meer dan het dubbele dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid¹. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

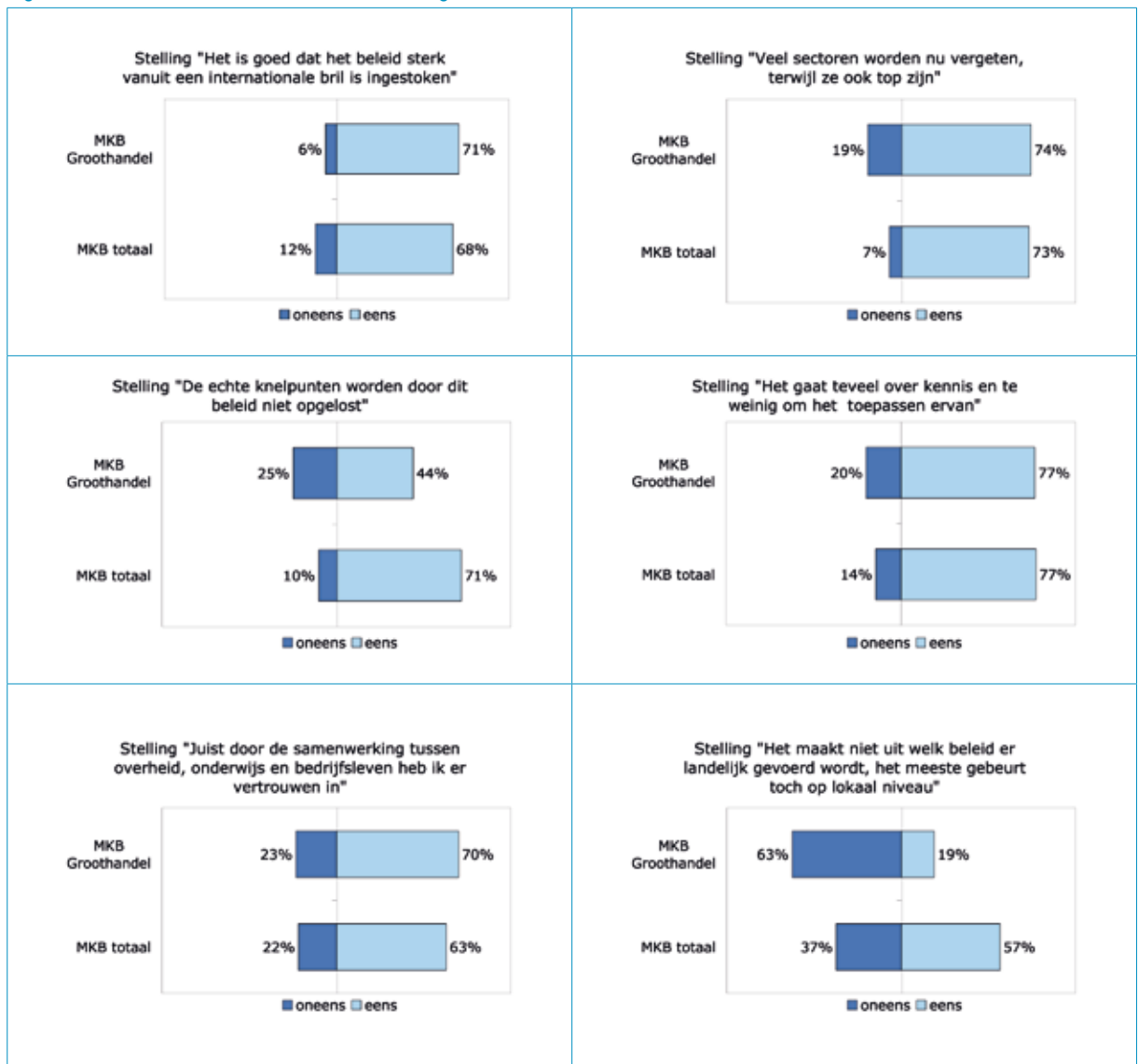
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen. Van het MKB in de groothandel onderschrijft 71% de stelling, nagenoeg even veel als in het totale MKB.
- Ook een grote meerderheid (74%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- "Slechts" 44% van de MKB-ondernemers in de groothandel vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Op dit punt zijn zij veel positiever dan gemiddeld in het MKB.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens een meerderheid van de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. Zowel in de groothandel als in het totale MKB is 77% deze mening toegedaan.
- Van de MKB-ondernemers in de groothandel zegt 70% vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is iets meer dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2: Relatie eigen bedrijf - topsector



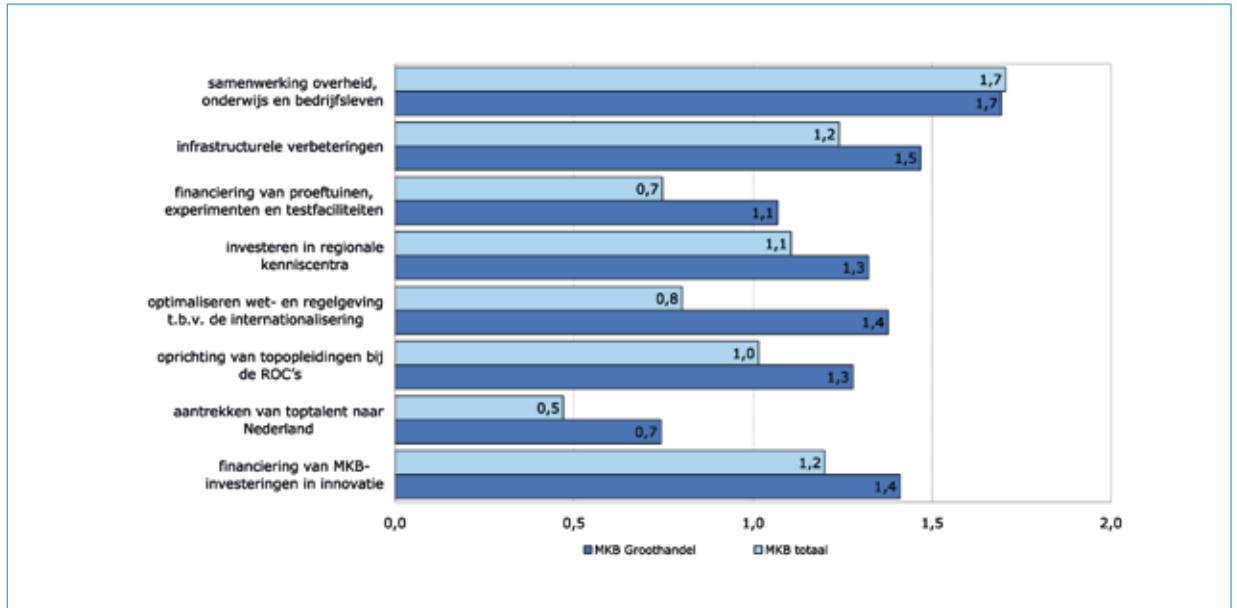
Bron: EIM, 2011

Figuur 3: Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen²



Bron: EIM, 2011

Figuur 4: Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

In veel sectoren wordt het effect van dit landelijke beleid door de MKB-ondernemers gerelativeerd, omdat men vindt dat het meeste op lokaal niveau gebeurt. MKB-ondernemers in de groothandel doen dat niet. Bijna tweederde verwerpt de betreffende stelling.

Acties

Uit Figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf³.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid,

onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgen infrastructuurverbeteringen en financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen. Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort echter het laagst. Dat is niet zo vreemd, gelet op het feit dat de meeste ondernemers daar niet mee te maken (zullen) hebben. Het MKB in de groothandel vindt de acties ten aanzien van de infrastructuur, internationale wet- en regelgeving, topopleidingen, toptalent en proeftuinen relevanter voor het eigen bedrijf dan gemiddeld in het MKB. Dit wijst op het innovatieve en internationale karakter van de groothandel.



De groothandel actueel

Bankencrisis, eurocrisis, landencrisis, beurzen crisis, kredietcrisis, het ondernemen wordt er niet makkelijker op. Zijn er lichtpuntjes voor de groothandel? In 2010 daalde het aantal faillissementen in de groothandel met 13% ten opzichte van 2009, aldus Dun & Bradstreet. De groothandel was de op een na grootste daler. Over alle sectoren van het bedrijfsleven daalde het aantal faillissementen in 2010 met 9%.

De groothandel komt nog relatief sterk door de verschillende crises. Het omzetvolume ontwikkelt zich bij de groothandel (+ 2,75% verwacht over geheel 2012) sterker dan in andere sectoren van het bedrijfsleven (+ 1,75% verwacht voor 2012). Wel zien we dat de prijsontwikkeling achterblijft. De groothandel is dus nog onvoldoende in staat om gestegen inkooprijzen volledig aan de klant door te berekenen.

Toegevoegde waarde: toverwoord voor de groothandel?

De traditionele positie van de groothandel in de bedrijfsketen komt steeds verder onder druk te staan. Markten en prijzen worden transparanter door een toename van het internetgebruik. Transportkosten stijgen, terwijl er juist meer aandacht wordt gevraagd voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Marges in de groothandel waren al niet hoog, maar worden steeds krappere. De uitdaging is dus om op zoek te gaan naar mogelijkheden om meer toegevoegde waarde te creëren. Dat laatste lukt sommige groothandels heel goed, getuige het onderstaande voorbeeld.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	4,50	3,25	2,50	3,50
werknemers (aantal)	1,25	1,25	0,50	0,50

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Ter illustratie:

[Theo Engels \(56\) directeur/eigenaar van Amacom \(elektronicagroothandel\) in Management Team, 15 september 2011:](#)

'Doordeweeks thuis moeten zijn: belachelijk'

"Dankzij onze full service e-commerce-poot hebben wij de laatste jaren onze business door het plafond zien gaan. Zo verkopen we elke maand meer dan 30.000 tv-schermen, onder meer via grote webwinkels als Bol.com en Plasmadiscouter.nl. Zij hebben daar geen omkijken naar. Wij voorzien als fulfillment partner in de data-feed en de beschikbare voorraad voor de online shops, regelen desgewenst in hun naam betaling en bezorging, het zogeheten dropshipping, en de nazorg, de retouren en het garantietraject in naam van de fabrikanten. Ik zeg het zo: vroeger verkochten we een Sony-tv, nu verkopen we ons systeem. De webwinkels kunnen zich concentreren op datgene waar ze goed in zijn: vindbaarheid, voorlichting en assortimentspresentatie. Zij genieten van de verkoopmarge en lopen geen voorraadrisico, wij excelleren in service.

We leveren bijvoorbeeld nu op zaterdag en zijn serieus aan het kijken naar leveringen op zondag. Veel webwinkels verlangen dat de klant tussen 8 en 5 thuis is op doordeweekse dagen. Dat is belachelijk. Wij leveren wanneer en waar de klant maar wil. Ik ben ervan overtuigd dat die extra service herkenbaar is en dat je daar ook een redelijke vergoeding voor kunt vragen. Onze producten, snuffjes van de modernste techniek, heb ik met lede ogen zien afzakken tot een commodity-niveau van een kilo suiker. Omdat op internet een veel groter assortiment toegankelijk is dan in de speciaalzaak, en online productpresentatie inmiddels volwassen is geworden, hebben wij ons bedrijf omgevormd, om zo zelf rust en stabiliteit in de markt te kunnen creëren. Nu leveren we ruim driekwart van alle in Nederland op internet verhandelde consumentenelektronica. Ondertussen is onze omloopsnelheid, de verhouding tussen voorraad en omzet, omhooggeschoten naar 40, terwijl die bij een traditioneel groothandelsbedrijf slechts een factor 6 tot 10 bedraagt. Het succes smaakt goed. Op korte termijn voorzien we daarom een assortimentsuitbreiding die in de lijn ligt met de huidige producten, zoals gereedschappen, woonaccessoires en verlichting."

Een belangrijke strategie voor continuïteit en groei in de groothandel is dus het bieden van meer toegevoegde waarde. Het momentum voor een strategische heroriëntatie is goed. Het gaat door verschillende crises over het algemeen minder goed met bedrijven. Deze zijn daardoor geneigd om hun bedrijfsprocessen door te lichten en na te gaan welke verbeteringen kunnen worden gerealiseerd. Een andere wijze van inkopen, elders inkopen of outsourcing van bepaalde activiteiten kan goede kansen bieden voor groothandels. Veel Nederlandse groothandels zijn al internationaal, of zelfs wereldwijd, actief. Veel grondstoffen, halffabricaten en kant en klare producten zijn afkomstig uit landen met opkomende economieën⁴. Tegelijk zijn dit ook de landen waarvan de economie (bovengemiddeld) groeit. Dat betekent dat hun exportprijzen stijgen en dat wellicht een steeds groter deel van de productie in deze landen bestemd is voor de binnenlandse consumptie. Dat leidt voor de Nederlandse groothandels weer tot scherpere concurrentie en druk op de marges om marktaandeel te behouden c.q. te groeien. Het onderscheidend vermogen ten opzichte van de concurrentie zit zeker in de toegevoegde waarde. Daarnaast kan het aangaan van strategische samenwerking in de keten belangrijker worden.

We hebben nog steeds een voorsprong in Nederland

Kijkend naar de exporterende groothandel kunnen we constateren dat Nederland met de havens en goede infrastructuur richting de groeiende economieën in Oost-Europa, een belangrijk doorvoerland blijft van Aziatische- en Amerikaanse producten. Uiteraard hebben de groothandels een gezamenlijk belang, met de (lucht) havens en de logistieke bedrijven, om ervoor te zorgen dat de Nederlandse voorsprong gehandhaafd blijft. In hun lobby richting politiek en belangenbehartigers moet voortdurende aandacht zijn voor behoud en verbetering van onze infrastructuur. Daarnaast zal, zeker ook op Europees niveau, aandacht moeten zijn voor belemmerende regelgeving en onpraktische uitvoering van regels. Deze aandachtspunten vereisen ook samenwerking tussen groothandels, het gezamenlijke belang van een op alle fronten soepel ondernemingsklimaat weegt hier zwaar genoeg.

Kritische blik op de kosten

Goed zicht op kosten en opbrengsten, voor het eigen bedrijf en binnen de keten, leidt tot efficiencyverbeteringen. Daarom is constante aandacht vereist voor optimale automatisering van processen binnen de keten. Door betere, slimmere ICT-toepassingen zijn kostenvoordelen te behalen die wellicht een deel

van de margedruk, door gestegen inkooprijzen en bedrijfskosten, kan compenseren. Kostenvoordelen zijn ook te behalen door kritisch te kijken naar de locatie en de omvang van de voorraden. Voorraden dicht bij de klant opslaan kan besparingen opleveren op opslag- en transportkosten. Dicht bij de klant opslaan betekent ook sneller (just-in-time) kunnen leveren. Dat biedt weer toegevoegde waarde voor de klant en wellicht kan daardoor de omvang van de aangehouden voorraden ook omlaag met kostenverlaging voor de groothandel als gevolg.

Nu beginnen met: Maatschappelijke Verantwoord Ondernemen

Een aspect van de bedrijfsvoering dat eigenlijk geen enkel bedrijf meer mag laten liggen is het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Bij MVO blijven bedrijven natuurlijk gewoon ondernemen en zijn de economische prestaties onverminderd belangrijk (profit), maar wel met aandacht en respect voor de sociale kant (people) en binnen de ecologische randvoorwaarden (planet). Bij MVO spelen normen en waarden van een bedrijf, maatschappelijke betrokkenheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid een grote rol. In het MKB wordt in plaats van over MVO meestal gesproken over Duurzaam Ondernemen. Hiervoor wordt de volgende definitie gehanteerd: "Duurzaam Ondernemen is bij alle bedrijfsbeslissingen zowel een hoger bedrijfsrendement nastreven, als de kansen benutten voor een beter milieu en meer welzijn van de medewerkers en de maatschappij. Het gaat om activiteiten die een stap verder gaan dan waartoe de wet verplicht; vanuit maatschappelijke betrokkenheid en een toekomstgerichte visie". Voor groothandels betekent het toenemende belang dat wordt gehecht aan MVO o.a. dat ze hun manier van zaken doen transparant(er) moeten maken, bijvoorbeeld waar het import betreft uit lage lonen landen. Er mag geen sprake zijn van kinderarbeid. Producenten moeten een faire prijs voor hun producten ontvangen. Er mogen geen inefficiënte of zelfs overbodige transportbewegingen plaatsvinden.

In eerste instantie zal MVO voor sommige groothandels kostenverhogend werken, maar het biedt op korte termijn vooral kansen om onderscheidend te zijn ten opzichte van de concurrentie. Afnemers zullen eisen stellen aan de ingekochte producten (overheden doen dit vaak al). Op langere termijn zullen de meeste groothandels de gedachten van MVO onderschrijven en valt het onderscheidend voordeel weg. Maar daarmee zijn dan wel de maatschappelijke doelstellingen bereikt en leveren de groothandels hieraan een belangrijke bijdrage.

De horeca 2011



Inhoudsopgave

De horeca gepositioneerd	47
De horeca van jaar op jaar	47
De horeca in beweging	48
De horeca naar schaalgrootte	49
De visie van de horeca op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	50
De horeca actueel	53

De horeca draait weer goed, dankzij een goede eerste helft van 2011 als gevolg van het mooie weer en de groei van het buitenlandse toerisme. De gevreesde sterke omzetzdaling als gevolg van het rookverbod bleef uit. Toch gaat het nog niet van een leien dakje. Het prijsbeleid in relatie tot de terughoudende Nederlandse consument blijft een punt van aandacht.

- ¹ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid.
- ² De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ³ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.

De horeca gepositioneerd

De horeca telt 38.000 ondernemingen die actief zijn in de horeca, catering en verblijfsrecreatie. Deze zijn weer te verdelen in diverse branches. Het Bedrijfschap Horeca & Catering gebruikt de indeling in drankensector, fastservicesector, restaurantsector, hotelsector en partycatering. In 2010 en 2011 is het aantal ondernemingen in de partyservice het sterkst gegroeid (+42%, +32%). Ook de hotelsector laat op dit vlak een groei zien (+4%, +3%). De fastservice- en restaurantsector zijn vrij stabiel en de drankensector laat als enige een daling in het aantal ondernemingen zien (-1%, -2%).

De horeca is een arbeidsintensieve sector. In 2010 waren circa 333.500 ondernemers, werknemers, meewerkende gezinsleden en uitzendkrachten werkzaam in deze sector. Een flink deel van de werkgelegenheid betreft kleine banen. Het aantal FTE's of arbeidsjaren bedroeg in 2010 195.000 en dat is 4% van de totale werkgelegenheid in het Nederlandse bedrijfsleven. Qua omzet en bruto toegevoegde waarde is de horeca een kleine sector (omzetaandeel van 1%).

De horeca in 2010
38.000 ondernemingen
195.000 arbeidsjaren
€ 18 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010		Sectorsamenstelling naar omzet, 2010	
ondernemingen	5%	hotels/pensions	20%
werkgelegenheid	4%	vakantiecentra en jeugdherbergen	7%
omzet	1%	restaurants, cafe-taria's	40%
exportwaarde	0%	café's etc.	19%
bruto toegevoegde waarde	2%	besloten horeca-inrichtingen	13%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De horeca van jaar op jaar

Het gaat weer goed met de omzetontwikkeling in de horeca. Het slechte jaar 2009 ligt al weer ver in het verleden; 2010 stond in het teken van herstel en 2011 laat groei zien. De mooie weersomstandigheden in de eerste helft van 2011 en het toenemende aantal buitenlandse toeristen deden de consumptieve bestedingen stijgen. Daarnaast bleek het rookverbod een geringere invloed te hebben dan was aangenomen. De hotelsector profiteerde van de buitenlandse toeristen en zakenmensen. Steden als Amsterdam en Maastricht trekken met hun vele (inter)nationale beurzen, congressen en vergaderingen vooral veel hotelgasten. Amsterdam zit in de top van congressteden en is hierin zelfs Londen, Kopenhagen en Beijing voorbij gestreefd (ATCB, 2011).

De cafetaria's en ijsalons herstellen zich goed door het mooie weer in de eerste helft van dit jaar. Ze profiteerden van de grote vraag naar ijs en het feit dat consument vaker voor hen zijn gaan kiezen dan voor de duurdere restaurants. Minpunten voor de horecasector blijven de Nederlandse consument die de hand op de knip houdt in de onzekere economische tijden, de verlaging van de koopkracht en de oplopende voedselprijzen

die doorberekend worden in de verkoopprijzen (ING, 2011). Helaas bleken de zomermaanden van 2011 qua weersomstandigheden zeer slecht, wat een duidelijk stempel zal drukken op het eindresultaat van 2011. Dit geldt vooral voor de strandpaviljoenhouders. Vanwege hun grote afhankelijkheid van de weergoden gaan deze ondernemers steeds meer over tot horecaformules die het hele jaar door omzet genereren (luxe restaurants, loungegelegenheden).

De restaurants zullen dit jaar naar verwachting een kleine omzetgroei realiseren, maar moeten steeds meer 'schipperen' tussen hun prijsbeleid (doorrekenen van hogere kosten) en hun aantrekkingskracht voor de klant (gevaar van een lagere bezoekfrequentie of wegblijven van klanten).

De café's draaien minder goed. Veel café's hebben hun deuren moeten sluiten als gevolg van de afgenomen bestedingen in de laatste paar jaar. Nu zien we dat met minder café's een grotere brancheomzet behaald gaat worden. Dit kan als een gezonde sanering gezien worden.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-7,00	-2,25	2,00	0,25
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-2,00	2,00	0,25	0,00
winst	-7,25	-9,00	12,25	1,75

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De horeca in beweging

Hoewel het aantal bedrijven in de horeca volgens het Bedrijfschap is toegenomen, blijkt dit niet uit de cijfers over de bedrijvendynamiek. Hier zorgen hoogstwaarschijnlijk definitieverschillen ervoor dat een dergelijke vergelijking mank gaat.

Het aantal oprichtingen ligt namelijk lager en het aantal opheffingen hoger dan gemiddeld in het bedrijfsleven. Uiteraard zijn de verschillen tussen de deelsectoren groot. Het starten van een lunchroom is bijvoorbeeld laagdrempeliger dan het starten van een hotel of een vakantie- of conferentieoord. Zoals al vermeld heeft de cafébranche de laatste jaren met relatief veel

bedrijfsbeëindigingen te maken. En het aantal ijssalons groeit sterk, vanwege de grote vraag naar hun schepijs en kwaliteitskoffie (ING, 2011).

De horeca heeft vergeleken met het totale MKB minder MKB-ondernemers die als innovatief bestempeld kunnen worden, waarbij innovatie gedefinieerd wordt als het op de markt brengen van nieuwe producten en diensten of het doorvoeren van vernieuwingen/verbeteringen in interne bedrijfsprocessen. Wel is er sprake van vernieuwingen in de horecaformules, waarmee de veranderende consument beter bereikt en bediend wordt.

Indicatoren van dynamiek, 2010	horeca	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	5,1%	6,8%
- nieuwe dochters	2,0%	2,1%
- totaal	7,1%	8,9%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	6,6%	6,0%
- overig	0,7%	0,6%
- totaal	7,3%	6,7%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	31%	38%
- gelijkblijvers	23%	28%
- (groei-)krimpers	47%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*]	*]
- nieuwe producten/diensten op de markt	19%	24%
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	6%	7%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	29%	39%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB
*)= totaal MKB

De horeca naar schaalgrootte

Het MKB bepaalt voor driekwart de omzet, werkgelegenheid en bruto toegevoegde waarde in de horecasector. De ondernemingen zijn dan ook relatief kleinschalig met gemiddeld 5 arbeidsjaren en € 500.000 omzet op jaarbasis.

Uiteraard zijn ook hier grote verschillen tussen en binnen de deelsectoren:

De hotelbranche realiseert bijvoorbeeld met 7% van het aantal ondernemingen 20% van de sector, terwijl de café's met 28% van het aantal ondernemingen 19% van de sectoromzet realiseren. De hotelbranche kent bijvoorbeeld grote internationale hotelketens, maar ook kleine 'bed & breakfasts'. De cafetariabranche kent op zijn beurt grote landelijke fastfoodketens, maar ook kleine lokale 'friettenten'.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	5
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 0,5
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	89%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	75%
- werkgelegenheid	83%
- bruto toegevoegde waarde	73%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de horeca op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

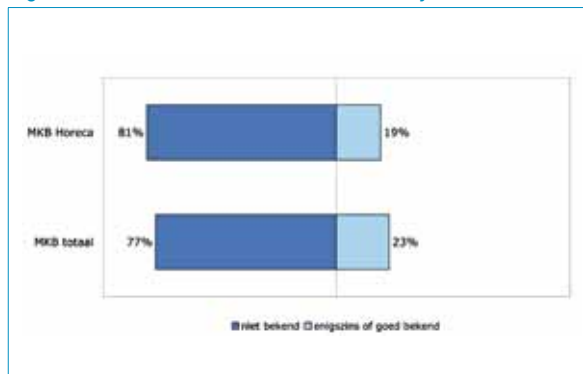
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij vooral wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Eén op de vijf MKB-ondernemers in de horeca is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets hoger; 23% is ermee bekend. Zie Figuur 1.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de horeca met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

Bijna tweederde van de MKB-ondernemers in de horeca heeft géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat één op de twee.

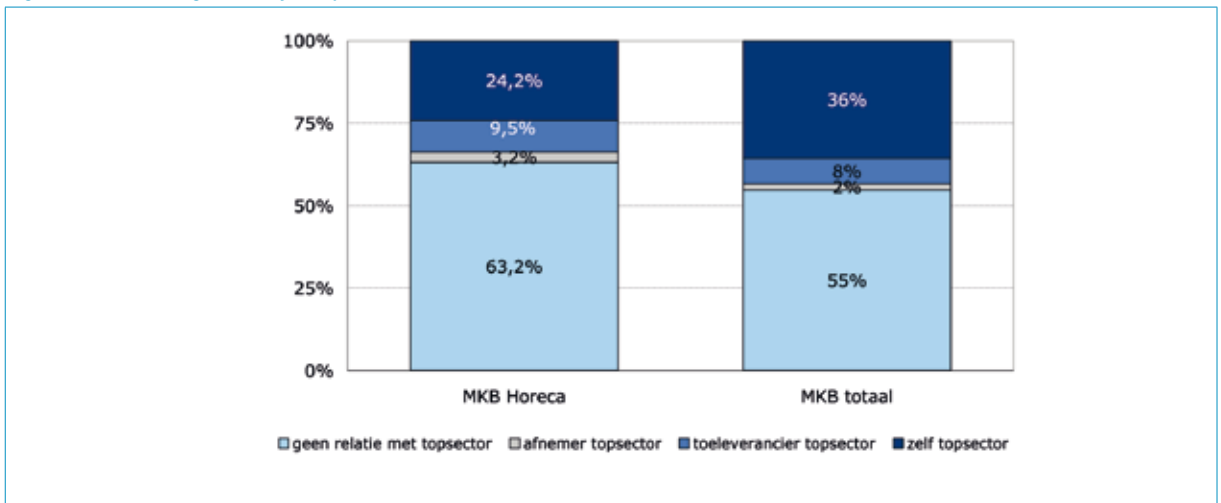
Van de horecaondernemers is 10% toeleverancier van bedrijven uit de topsectoren. Bijna een kwart rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is beduidend minder dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid¹. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

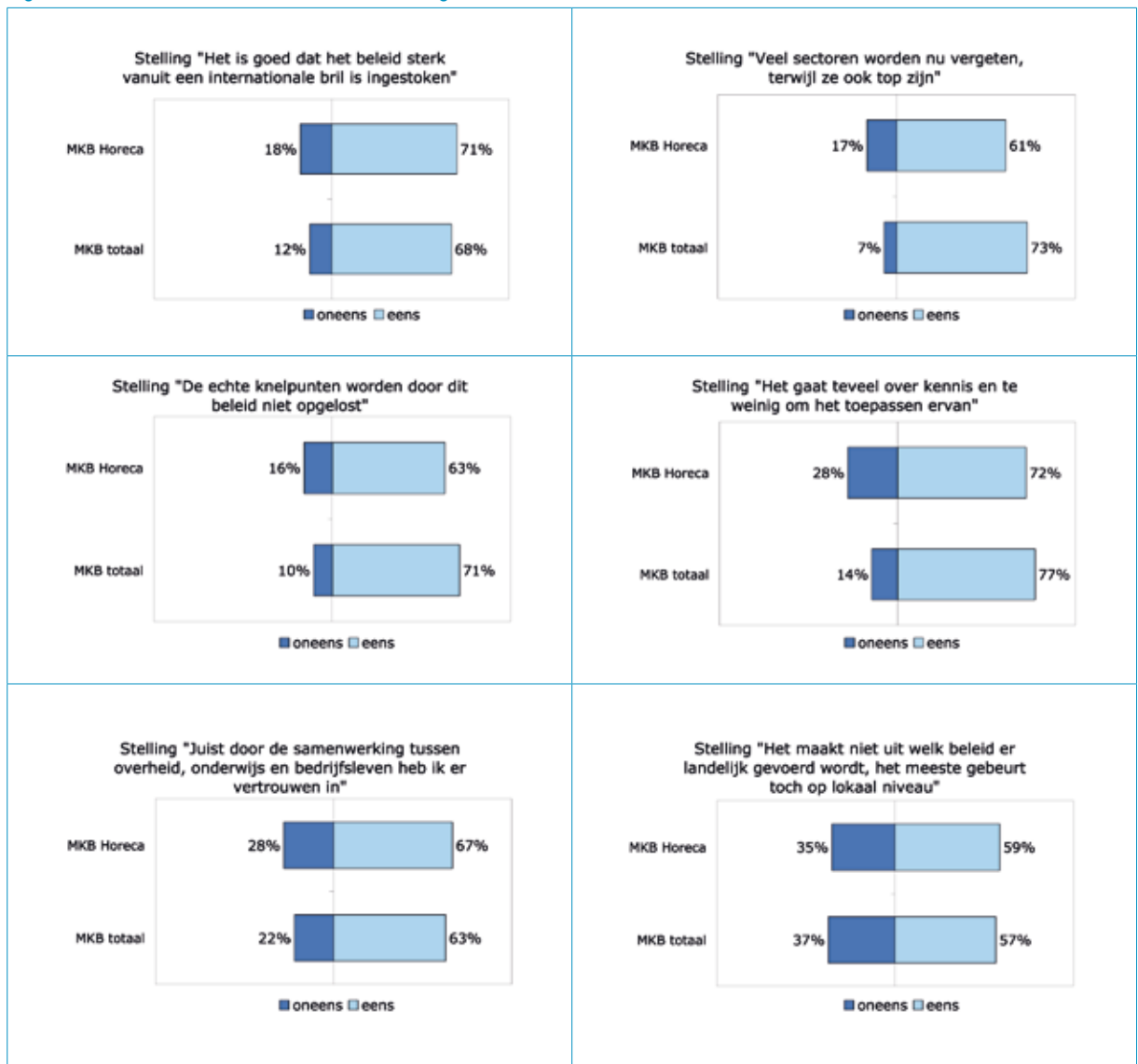
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen: 71% van de ondernemers onderschrijft de stelling.
- Ook een grote meerderheid (72%) onderschrijft de stelling dat het te veel over kennis gaat en te weinig over de toepassing ervan.
- Bijna tweederde van de MKB-ondernemers in de horeca vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Op dit punt zijn zij iets positiever dan gemiddeld in het MKB.
- Ruim tweederde van de MKB-ondernemers in de horeca (67%) zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit ongeveer evenveel als gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2: Relatie eigen bedrijf - topsector



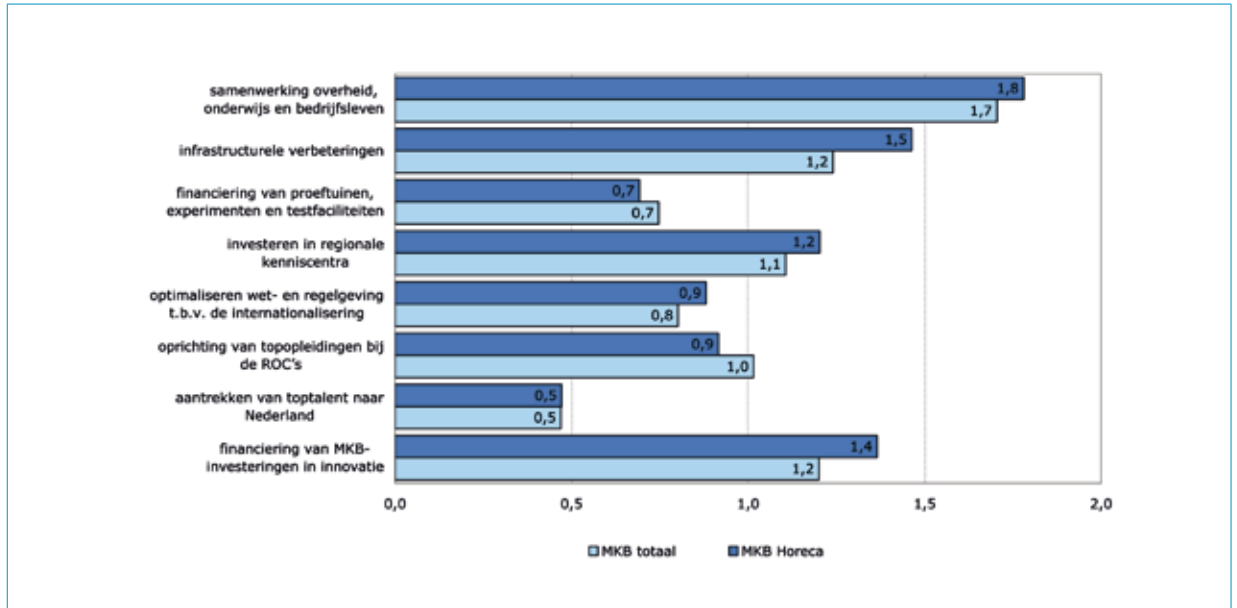
Bron: EIM, 2011

Figuur 3: Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen²



Bron: EIM, 2011

Figuur 4: Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid. De meerderheid is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'.

Acties

Uit Figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf³.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgt financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen en infrastructurele verbeteringen. Deze twee acties wegen

in de horeca zwaarder dan gemiddeld in het MKB. Dit kan verklaard worden door het feit dat financiering in de horeca (beperkte kredietverlening door banken) al lange tijd een knelpunt is, en een groot deel van de horeca te maken heeft met moeilijk bereikbare binnensteden, beperkte parkeervoorzieningen daar en dikwijls bouwwerkzaamheden in hun directe omgeving.

Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort echter het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal MKB-bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt ook voor de horeca.



De horeca actueel

Wat staat de horeca het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2012 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 0,5% toenemen. Daarna zal de groei iets sterker zijn en voor de tweede helft van 2012 uitkomen op +1%. De prognoses van de werkgelegenheid in de horeca zijn eerst nog licht negatief, maar geven in de tweede helft van 2012 een positief signaal af.

Halfjaarpoggnose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	2,75	1,25	0,50	1,00
werknemers (aantal)	0,75	0,25	-0,25	1,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

In de komende jaren zal de horecasector rekening moeten houden met een toename van de buitenhuisconsumptie. Die consumptie kan in steeds meer kanalen plaats gaan vinden: horeca, recreatie en detailhandel. De concurrentie wordt groter en daarmee ook het belang voor bedrijven om zich goede te profileren.

Verantwoord inkopen en verduurzaming

Gezond en verantwoord voedsel wordt de standaard: voedsel dat bereid is met respect voor mens, dier en milieu. Ook in de horeca let de consument in toenemende mate op de kwaliteit en herkomst van het product dat hij/zij voorgeschoteld krijgt. Het Bedrijfschap Horeca & Catering heeft nu een digitale wegwijzer samengesteld, waarmee de ondernemers en inkoopers bewuste keuzes kunnen maken bij de inkoop van voedsel. Een stap verder dan verantwoord inkopen is verduurzaming. Hiermee wordt bedoeld alle inspanningen die leiden tot productieprocessen die bevorderend zijn voor het milieu, dierenwelzijn en eerlijke handel. Het werkt bij de horeca dus door in de voedselbereiding en -verwerking in de keuken. De horecabezoekers zullen in de restaurants steeds vaker 'groene' menukaarten tegenkomen (bron: BH&C).

Social media in hotellerie

De groei van sociaal media heeft een grote impact op de hotelbranche. Ongeveer driekwart van de hotelgasten gebruikt internet als referentie bij het zoeken naar een hotelkamer. Een derde van de boekingen wordt online via een derde partij of via de eigen website van het hotel gemaakt.

De invloed van social media zoals Hyves, Facebook en Twitter zit onder andere in de recessies die hotelgasten met elkaar delen.

Rapportcijfers over de kamer, het ontbijt, het personeel, de ligging en dergelijke worden op boekingssites en speciale sites zoals Zoover en Hotelcheck gezet. De recensies bepalen in toenemende mate de keuze voor een overnachtingsplaats en daarmee de omzet in de hotelbranche. Voor de ondernemers betekent dit dat een strategische visie nodig is om de kansen die hieruit voortvloeien te gaan pakken (bron: ING).

Roken in kleine café's

Sinds 3 december 2010 mag er in kleine café's tot 70 m² zonder personeel weer gerookt worden. Voor alle andere horecagelegenheden geldt nog steeds het rookverbod sinds 1 juli 2008. Uit onderzoek is gebleken dat 42% van de café's en discotheken zich niet houdt aan het rookverbod. Het aantal overtreders is gestegen, toen er van de rechter in de kleine café's weer gerookt mocht worden. Zij hebben er mede toe bijgedragen dat het te verwachten negatieve effect van het rookverbod op de omzet van de cafébranche beperkt is gebleven. Ook speelde hierbij mee dat rokers de café's bleven bezoeken, omdat de ondernemers er creatief mee omgaan (speciale rookruimtes, buiten roken). Onderzoek van ING Economisch Bureau wijst uit dat het rookverbod nauwelijks effect heeft en nog zal hebben op het horecabezzoek.

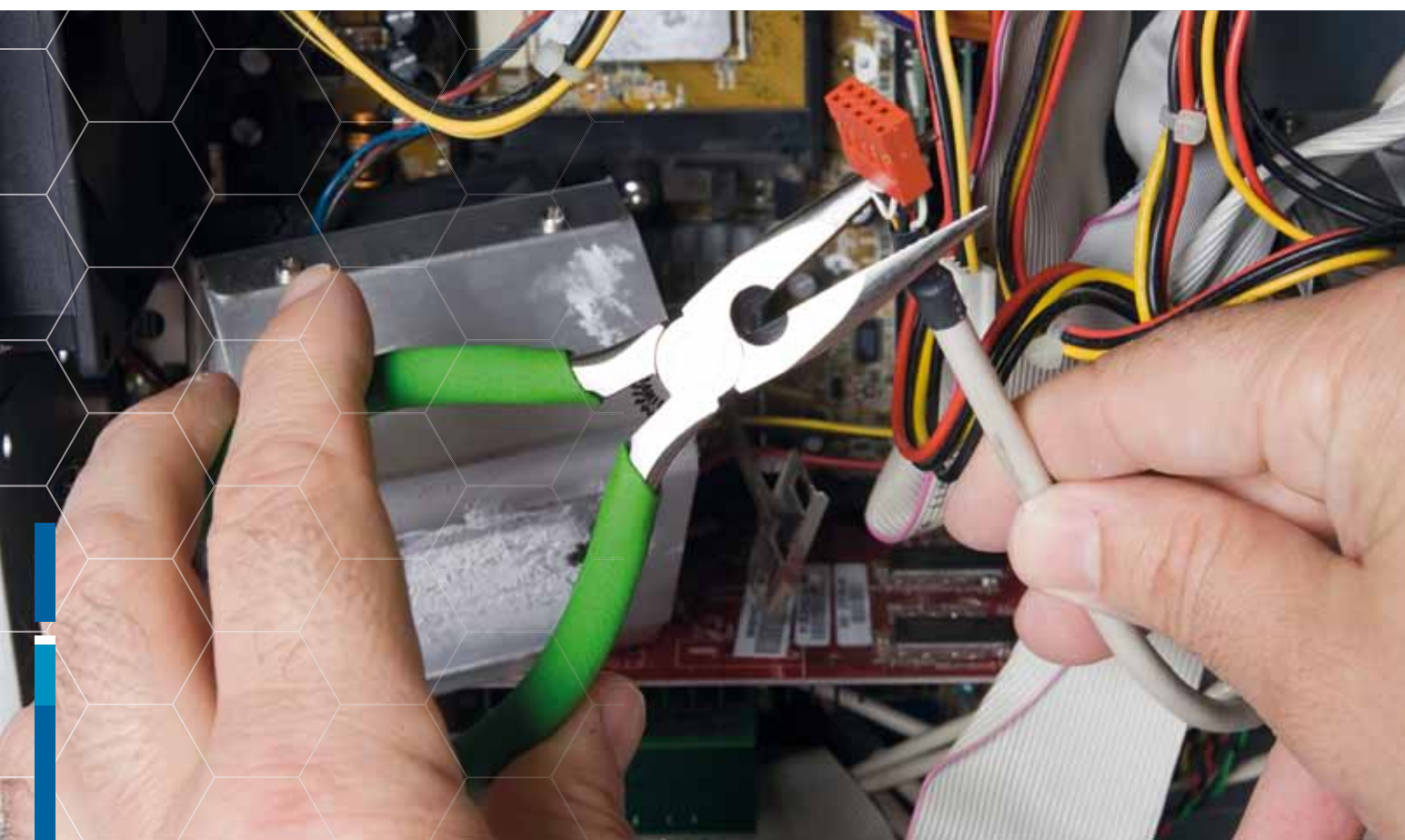
Ondernemingsdossier Horeca

Horecaondernemers hebben te maken met veel wet- en regelgeving en administratieve verplichtingen en inhoudelijke nalevingen, die daarmee gepaard gaan. Denk aan de Drank- en Horecawet, de Warenwet en de Wet Milieubeheer, maar ook aan de verschillende lokale lasten. Om de regeldruk te verminderen werkt de Horecabranche nu samen met de overheden en is er het Ondernemingsdossier Horeca ontwikkeld.

Alle gegevens van het horecabedrijf worden in één keer hierin vastgelegd en actueel gehouden. Als er een vergunning moet worden aangevraagd of een maatregel moet worden getroffen krijgt de ondernemer automatisch bericht. Dit kan dan vervolgens digitaal geregeld worden. Deze werkwijze leidt tot een efficiënte informatie-uitwisseling, minder ergernis en minder lokale inspectie (bron: KHN, BH&C).



De metalelektro 2011



Inhoudsopgave

De metalektro gepositioneerd	57
De metalektro van jaar op jaar	57
De metalektro in beweging	58
De metalektro naar schaalgrootte	59
De visie van de metalektro op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	60
De metalektro actueel	63

De metalektro heeft in 2010 goed gepresteerd. Dit jaar verloopt ook positief, hoewel de groeicijfers lager uit zullen komen. De transportmiddelenindustrie profiteert van de aantrekkende autoverkopen en orders voor schepen. Deze deelsector laat de grootste groei zien, gevolgd door de machine-industrie. De sector is sterk internationaal georiënteerd en afhankelijk van ontwikkeling in het buitenland. Door een verschuiving van de productie naar China en andere landen met betere voorwaarden voor arbeidsintensieve productie, ligt het perspectief van de Nederlandse metalektro op producten met een hoge toegevoegde waarde.

¹ Groeikrimpers zijn bedrijven met een gestegen omzet en een gekrompen werkgelegenheid.

² Zie respectievelijk <http://www.m2i.nl/>, <http://www.senternovem.nl/automotive/>, <http://www.senternovem.nl/innovatieindialog/innovatieprogrammas/maritiem.asp>, en <http://www.point-one.nl/>.

³ Afzonderlijke scores voor de metalektro zijn niet beschikbaar.

⁴ De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".

⁵ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid

⁶ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.

De metalektro gepositioneerd

De metalektro omvat alle bedrijven die metaal produceren, en metaal- en elektrotechnische producten, met inbegrip van machines, apparaten, transportmiddelen en hun onderdelen. Ook gespecialiseerde dienstverleners zoals las- en oppervlaktebewerkingsbedrijven horen er toe.

De Nederlandse metalektro behaalt met inzet van circa 309.000 arbeidsjaren een omzet van € 94 miljard. In de metalektro is het MKB goed voor bijna 40% van de omzet, en zelfs voor ruim de helft van de werkgelegenheid. De sector is daarmee arbeidsintensiever dan andere industriële sectoren. De helft van de afzet (51%) gaat naar het buitenland: een bedrag van € 47 miljard. Hiervan komt € 10 miljard voor rekening van het MKB. Fabrikanten van elektrotechnische producten en instrumenten zijn naar omzet de grootste deelsector, gevolgd door de machine-industrie en de metaalproductenindustrie. De metaalproductenindustrie is echter de grootste qua werkgelegenheid. Dit is de deelsector met het grootste MKB-aandeel, en (dus) ook de meest arbeidsintensieve. De elektrotechnische en instrumentenindustrie zijn de minst arbeidsintensieve deelsectoren.

De metalektro in 2010	
21.000 ondernemingen	
309.000 arbeidsjaren	
€ 94 miljard omzet	

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010		Sectorsamenstelling naar omzet, 2010	
ondernemingen	3%	basismetalaalindustrie	8%
werkgelegenheid	6%	metaalproductenindustrie	20%
omzet	7%	machine-industrie	26%
exportwaarde	18%	elektrotechnische-, instrumenten- en optische industrie	31%
bruto toegevoegde waarde	6%	transportmiddelenindustrie	16%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De metalektro van jaar op jaar

De metalektro herstelt in 2010 spectaculair van de in het voorafgaande crisisjaar opgelopen averij. Dit jaar wordt die lijn naar verwachting doorgetrokken, zij het met wat gematigder groeicijfers.

De transportmiddelenindustrie is koploper binnen de metalektro, met groeicijfers die in 2011 nauwelijks onderdoen voor die van het voorgaande jaar. Aantrekkelijke autoverkopen en meer orders voor schepen zijn de achtergrond. Op enige afstand volgt de machine-industrie. De basismetalaalindustrie valt terug naar bescheidener groeicijfers. Datzelfde geldt voor de metaalproducten- en voor de elektrotechnische industrie.

De groei wordt gedragen door de export waarvan de metalektro in sterke mate afhankelijk is. Dat geldt overigens niet voor de metaalproductenindustrie, die het meer moet hebben van de binnenlandse markt, waaronder de bouw.

De werkgelegenheid in de metalektro neemt verder af, al is het tempo van de krimp in 2011 aanzienlijk verminderd. Bedrijven hebben als reactie op de crisis gesneden in

hun personeelsbestand, en geïnvesteerd in verdere verbetering van de arbeidsproductiviteit. Vanaf 2010 profiteren zij van hun als gevolg daarvan toegenomen slagkracht.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-16,75	16,00	7,50	3,50
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-4,25	-3,00	-0,25	-0,50
winst	-90,50	599,00	38,25	0,75

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De metalektror in beweging

De bedrijvendynamiek in de metalektror is teruggelopen: het verloop in termen van nieuwe en opgeheven bedrijven ligt beneden het gemiddelde van het totale bedrijfsleven. Een mogelijke oorzaak is de combinatie van een kapitaalbehoefte die voor de start van een industrieel bedrijf doorgaans relatief groot is, met hogere eisen en strengere criteria voor kredietverlening van banken en andere kredietverstrekkers.

Het aantal bedrijfsbeëindigingen is benedengemiddeld, vergeleken met het totale bedrijfsleven, maar het aantal faillissementen ligt na de crisis iets boven dat gemiddelde. Het aandeel groeibedrijven wijkt niet af van dat in het totale bedrijfsleven, maar het aantal (groei)krimpers is wel wat groter ¹. Dat laatste is logisch, gezien de sterk teruggelopen afzet in 2009.

De metalektror is bovengemiddeld innovatief op het gebied van productvernieuwing en nog sterker innovatief op het gebied van vernieuwing van productieprocessen. Er zijn wel aanzienlijke verschillen tussen deelsectoren. De elektrotechnische en de machine-industrie komen daarbij als het meest innovatief uit de bus en de metaalproductenindustrie als (gemiddeld) het minst innovatief.

Voor de metalektror lopen momenteel, in een samenwerking tussen bedrijfsleven en kennisinstellingen, diverse relevante en door de overheid gesteunde innovatieprogramma's. Genoemd kunnen worden: de programma's voor materialen (M2i), High Tech Automotive Systems (HTAS), Maritiem (o.a. scheepsbouw) en Point One, voor nano-elektronica, embedded systems en mechatronica².

Indicatoren van dynamiek, 2010	metalektror	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	1,6%	1,6%
- nieuwe dochters	4,2%	4,2%
- totaal	5,8%	5,8%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	1,4%	0,6%
- overig	4,1%	6,0%
- totaal	5,6%	6,7%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	39%	38%
- gelijkblijvers	27%	28%
- (groei-)krimpers	34%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*	*
- nieuwe producten/diensten op de markt	38%	24%
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	21%	7%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	53%	39%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De metaalektro naar schaalgrootte

Bij het gemiddelde metaalektrobedrijf werken 15 mensen die een omzet behalen van ruim € 4 miljoen. Driekwart hoort tot het kleinbedrijf, met minder dan 10 mensen. Het kleinbedrijf is sterk vertegenwoordigd in de metaalproductenindustrie.

Het midden- en kleinbedrijf in de metaalektro is goed voor ruim de helft van de totale werkgelegenheid in de sector. Het omzetaandeel is met 39% een stuk minder. Het MKB is dan ook vooral te vinden in meer arbeidsintensieve activiteiten met beperkte mogelijkheden voor productie in grote series en voor automatisering. Hiertoe behoren ook zippers; dit zijn vooral gespecialiseerde lassers.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	15
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	4,3
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	77%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	39%
- werkgelegenheid	53%
- bruto toegevoegde waarde	46%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de metalectro op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

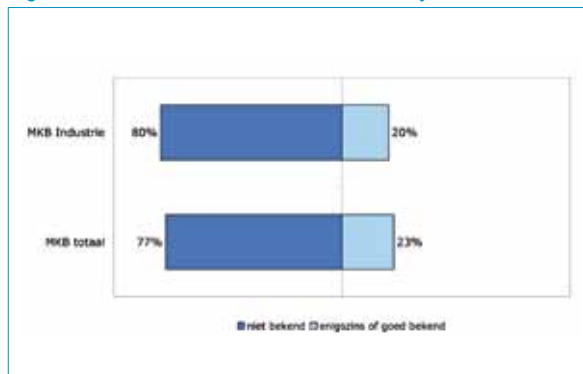
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij vooral wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid³

Eén op de vijf MKB-ondernemers in de industrie is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets hoger; 23% is ermee bekend.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de industrie met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

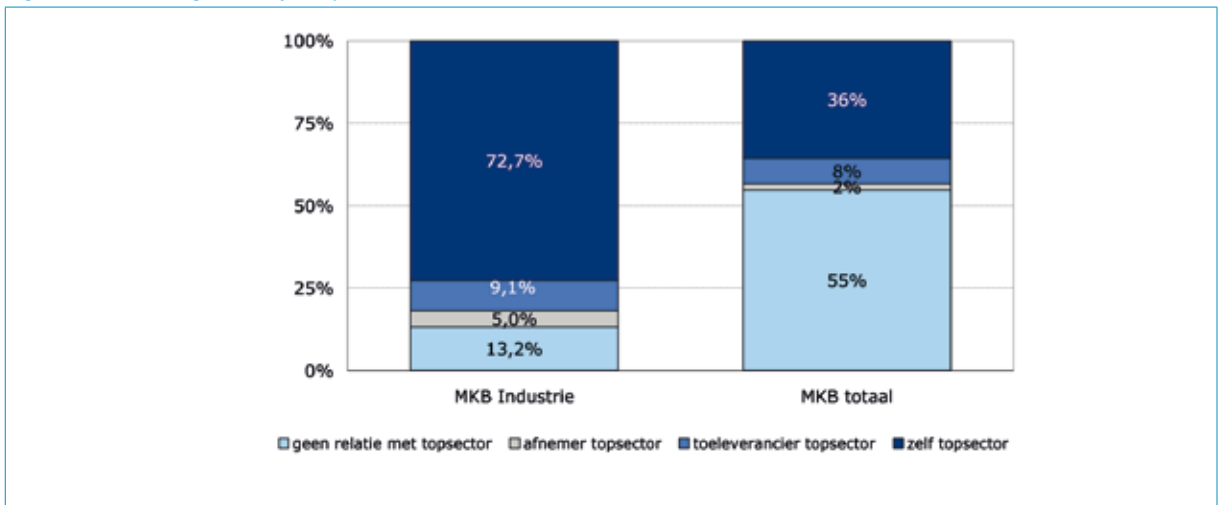
Eén op de acht MKB-ondernemers in de industrie heeft géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat één op de twee. Bijna driekwart van het industriële MKB rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is aanzienlijk meer dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid⁵. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

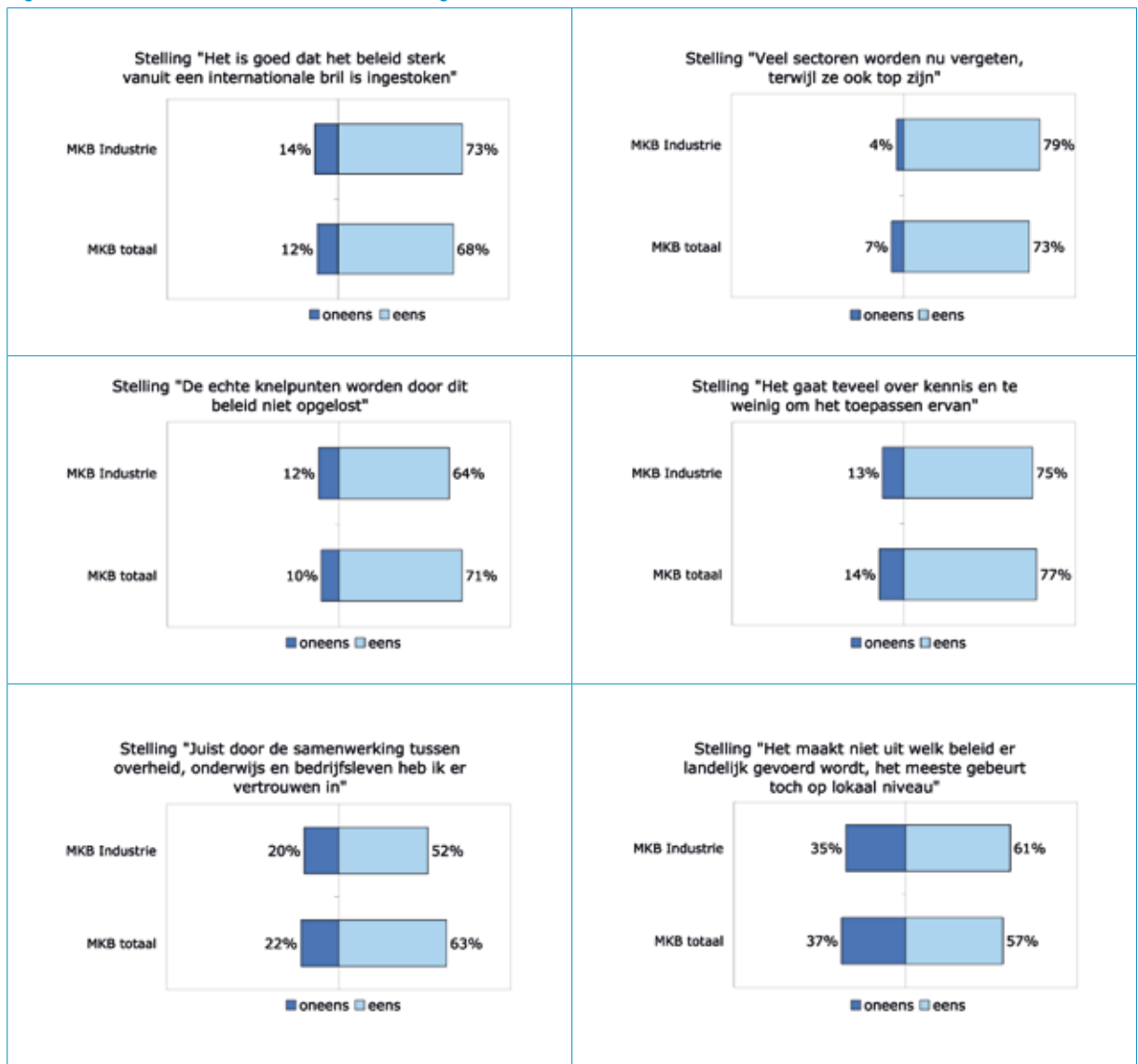
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen. Bijna driekwart onderschrijft de stelling.
- Ook een grote meerderheid (79%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- Bijna tweederde van de industriële MKB-ondernemers vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Op dit punt zijn zij positiever dan gemiddeld in het MKB.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. Zowel in de industrie als in het totale MKB is driekwart deze mening toegedaan.
- Ruim de helft van de MKB-ondernemers in de industrie (52%) zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is minder dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2: Relatie eigen bedrijf - topsector



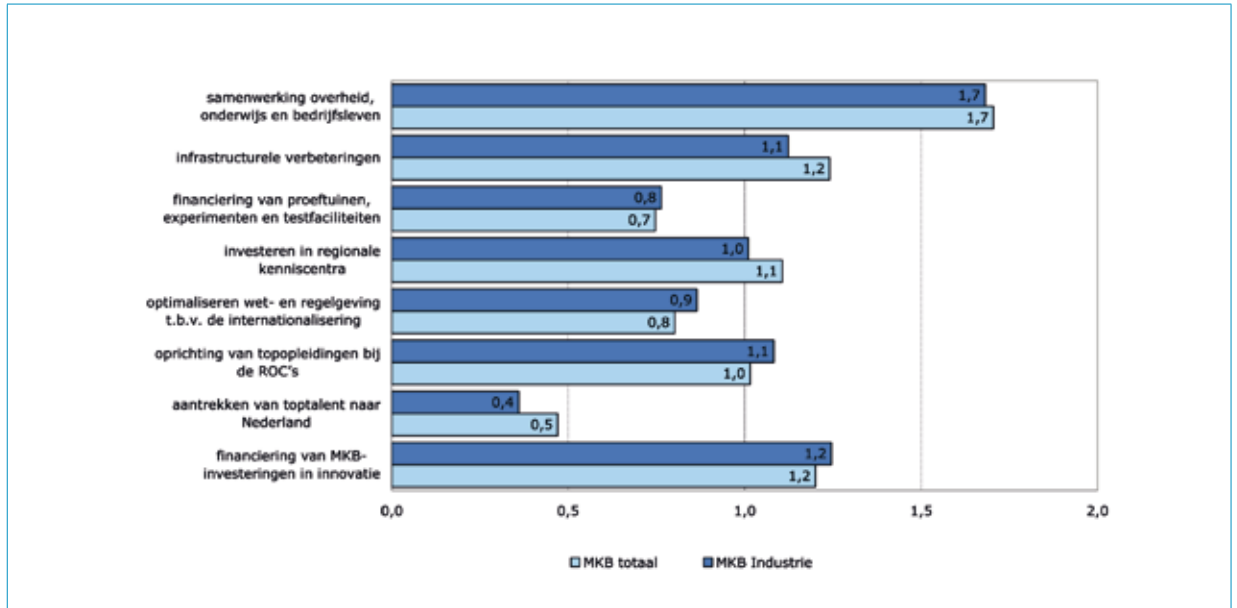
Bron: EIM, 2011

Figuur 3: Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen⁴



Bron: EIM, 2011

Figuur 4: Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid. De meerderheid is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. Dat het industriële MKB deze stelling nog wat vaker onderschrijft dan het totale MKB mag enigszins verrassend genoemd worden, gezien het feit dat de markt van industriële ondernemingen vaker regionaal en (inter)nationaal is dan lokaal.

Acties

Uit figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf⁶.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgt financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen'. Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort echter het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt zeker voor het MKB, waardoor een hoge score op deze acties ook niet verwacht kon worden. Het valt ten slotte op dat de scores van het industriële MKB niet of nauwelijks afwijken van die van het totale MKB-gemiddelde.



De metalektrou actueel

Wat staat de voedings- en genotmiddelenindustrie het komende half jaar te wachten? In het lopende en het komende jaar ligt volgens de EIM-prognoses een stijging van het omzetvolume in het verschiet. In de tweede helft van 2011 is die bijna 4%, en in 2012 nog altijd ruim 3%. De werkgelegenheid neemt in 2011 nog licht toe, maar in 2012 buigt de ontwikkeling om naar een lichte vermindering van de werkgelegenheid. Gegeven de groei van de productie betekent dit dat de arbeidsproductiviteit in de Nederlandse metalektrou toeneemt.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	11,75	3,75	3,00	4,00
werknemers (aantal)	1,00	1,00	-0,50	-1,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Sterke fluctuaties in de bedrijvigheid vragen om 'strategie'

De metaal- en elektrotechnische industrie heeft te maken met heftiger conjunctuurgedreven fluctuaties dan de meeste andere sectoren. Dit heeft te maken met de grotere afhankelijkheid van export, investeringen en de afzet van duurzame consumptiegoederen. Dat vraagt om ondernemingsstrategieën waarmee de risico's van die fluctuaties worden afgedekt of gespreid, bijvoorbeeld door niet (te) afhankelijk te zijn van één type product of afnemer.

Investeren in kennisintensieve productie

Massaproductie en grootschalige productie waarvoor veel arbeid nodig is, verdwijnen naar China en andere landen met betere voorwaarden voor arbeidsintensieve productie. Het accent verschuift naar producten met een hogere toegevoegde waarde. Gelijktijdig komt in machines en apparaten toenemend kennis en kunde samen op het gebied van werktuigbouw, elektronica en ICT. Dat brengt toenemende specialisatie, en de noodzaak om te investeren in die kennis: voor ontwerp en ontwikkeling, voor verkoop en marketing bij nieuwe klanten, maar ook voor operators die andere taken en minder routinematig werk te doen krijgen. Ook besteden merkfabrikanten in het grootbedrijf ontwikkelingsactiviteiten aan onderdelen en modules van hun producten in toenemende mate uit aan hun toeleveranciers. Dit is een trend die deze bedrijven eveneens dwingt om te investeren in kennis.

Internationalisering van het industriële MKB

Ondernemen in de industrie wordt nog steeds internationaler, zowel aan de inkoop- als aan de verkoopkant. Het aandeel buitenlandse afzet neemt met name bij het MKB toe, mede via de specialisatie in hoogwaardiger producties: daardoor worden nichemarkten betreden waarvoor de binnenlandse markt al gauw te klein is. Het aandeel inkoop uit het buitenland groeit door productie van onderdelen te outsourcen. Daarnaast starten veel bedrijven eigen productie op in het buitenland (offshoring).





De overige dienstverlening 2011



Inhoudsopgave

De overige dienstverlening gepositioneerd	67
De overige dienstverlening van jaar op jaar	67
De overige dienstverlening in beweging	68
De overige dienstverlening naar schaalgrootte	69
De visie van de overige dienstverlening op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	70
De overige dienstverlening actueel	73

De overige dienstverlening heeft zich aardig gehandhaafd in de afgelopen jaren, hoewel ook voor hen roerige tijden aanbreken. De cultuursector moet bijvoorbeeld op zoek naar nieuwe en aanvullende financieringen nu de overheid terugtreedt. De persoonlijke dienstverlening moet meer op de verkoopprijzen letten, nu de consument dat ook doet. En in andere branches doet schaalvergroting door overnames en fusies haar invloed gelden. Voor dit jaar en volgend jaar laten de sectorprognoses een ontwikkeling rond de nullijn zien.

- ¹ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid.
- ² De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ³ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 3 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.

De overige dienstverlening gepositioneerd

Zoals de naam al aangeeft is de overige dienstverlening een zeer gemêleerde sector. De sector bestaat uit 72.000 ondernemingen en 336.000 FTE's, die actief zijn in de milieudienstverlening, ideële-/belangenorganisaties, cultuur, sport en recreatie en de overige diensten. De sector bestrijkt 9% van het aantal ondernemingen, 7% van de werkgelegenheid en 3% van de omzet van het totale Nederlandse bedrijfsleven.

De grootste deelsector is de cultuur, sport en recreatie met een omzetaandeel van 47%. Hiertoe behoren onder andere het filmwezen, de podiumkunsten en de musea. Een andere grote deelsector is de milieudienstverlening met een omzetaandeel van 23%. Deze bestaat uit particuliere bedrijven op het gebied van afvalwaterinzameling en -behandeling, afvalinzameling, afvalbehandeling en sanering van milieuverontreiniging. Een derde en qua omzetaandeel nagenoeg even belangrijke deelsector is die van de overige diensten. Dit zijn bijvoorbeeld de kappers, schoonheidssalons, vakfotografen, beveiligingsbedrijven, stomerijen en schoonmaakbedrijven. Relatief nieuw in deze deelsector zijn de persoonlijke dienstverleners die gemaksdiensten zoals strijkservice, hondenuitlaatservice, kinderopvang op maat aan huis en zorgmakelaardij aanbieden. Ten slotte maken ideële en belangenorganisaties zoals bedrijfs- en werkgeversorganisaties deel uit van de sector. Hun omzetaandeel is beperkt.

De overige dienstverlening in 2010

72.000 ondernemingen
336.000 arbeidsjaren
€ 41 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010

ondernemingen	9%
werkgelegenheid	7%
omzet	3%
exportwaarde	1%
bruto toegevoegde waarde	5%

Sectorsamenstelling naar omzet, 2010

milieudienstverlening	23%
ideële en belangenorganisaties	10%
cultuur, sport en recreatie	47%
overige dienstverlening	20%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De overige dienstverlening van jaar op jaar

De overige dienstverlening heeft zich ten tijde van de economische crisis in de afgelopen jaren aardig gehandhaafd. Het omzetvolume daalde wel, maar bleef beperkt tot -1%. In 2011 zal het omzetvolume zich stabiliseren om in 2012 weer een lichte groei te tonen. De werkgelegenheid zal op het niveau van 2010 blijven.

De deelsectoren laten in hun ontwikkeling een wisselend beeld zien:

De milieudienstverleners ervaren vanaf 2008 al een afname in de gewichtshoeveelheid van afval. Deze daling is mogelijk een gevolg van de economische crisis (bron: CBS, Compendium voor de leefomgeving). Dit is van invloed op de ontwikkeling van de omzet en bedrijfsprestaties. Het afvalvolume neemt overigens toe als gevolg van de veranderende samenstelling. In 2010 en 2011 zag deze deelsector zijn omzetvolume dan ook toenemen met 1,25 en 1,5%. De kappers hebben het op dit moment moeilijk. Volgens de Kamer van Koophandel zijn in de eerste helft van 2011 al 565 kapsalons opgeheven en failliet gegaan.

Klanten blijven wel komen, maar stellen hun bezoek uit en kopen minder vaak verzorgingsproducten bij hun kapper. De fitnesscentra hebben niet te klagen over de ontwikkeling van het aantal bezoeken: hun dienstverlening is onverminderd populair. Zij zitten nu echter in een verdringingsmarkt met overaanbod, waar prijsconcurrentie de kop op steekt. Dit drukt de resultaten en sanering vindt al plaats. In de cultuursector is de kaartverkoop bij de podiumkunsten teruggelopen (in 2010 met 6% en in 2009 met 7%) en de BTW-verhoging in 2011 zal naar verwachting de kaartverkoop met nog eens 10% verminderen (bron: VSCD). Niet alleen de BTW speelt parten, ook de stijgende kosten van organisatie, gages aan artiesten en huisvesting stuwden de prijzen omhoog. Het publiek kiest steeds vaker voor voorstellingen met goedkopere kaartjes. Voor de beveiligingsbedrijven verwacht ABN-Amro dit jaar een omzetgroei van 2%. Groei is vooral weggelegd voor grotere bedrijven die het overnamepad zijn ingegaan en hun activiteiten uitbreiden met facilitaire dienstverlening, maar ook voor kleinere

hightech bedrijven die een nichemarkt bedienen of samenwerking zoeken met partijen uit de private en/ of publiek sector. De schoonmaakbedrijven hebben aan de vraagzijde te maken met bedrijfsmatige klanten die in toenemende mate de facilitaire werkzaamheden uitbesteden. Toch krimpt hun 'vertrouwde' markt. De malaise op de kantorenmarkt (momenteel 15% leegstand) en de invoering van Het Nieuwe Werken (inrichting van minder vaste werkplekken) hebben de drukkend effect op de vraag. Groei is nog wel te realiseren in de 'nieuwe' zorgmarkt.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-1,00	-1,00	0,00	0,25
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	2,50	0,25	0,00	0,00
winst	11,00	0,75	4,50	4,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De overige dienstverlening in beweging

In de overige dienstverlening zijn in 2010 ruim 12.000 nieuwe bedrijven gestart. Dat is 18% van het totaal aantal startende bedrijven in Nederland. Voor een belangrijk deel is dit toe te verklaren door het feit dat de sector veel branches heeft waarin de toetredingsdrempel laag is. Met andere woorden in deze branches met relatief weinig kennis, ervaring en kapitaal gestart worden (bijvoorbeeld in de huidverzorging, beveiliging, schoonmaak, autorijschool). Er zijn hier ook veel zzp'ers actief.

Het aantal opheffingen in de overige dienstverlening is iets hoger dan gemiddeld en bedraagt 'slechts' de helft van

het aantal oprichtingen. De sector heeft minder groeiers onder haar bedrijven dan gemiddeld in het bedrijfsleven (29% t.o.v. 38%) en meer gelijkblijvers (41% t.o.v. 28%). Dit kan verklaard worden door het grote aantal zeer kleine bedrijven en zzp'ers. Deze hebben minder vaak de ambitie om te groeien. De vernieuwingen in de sector liggen bij de MKB-bedrijven veelal op het gebied van nieuwe verkoop- en serviceformules, parallelisatie en specialisatie. Dit zien we onder andere bij de beveiligingsbedrijven, schoonmaakbedrijven en fitnesscentra. Toch scoort de overige dienstverlening vergeleken met het gemiddelde bedrijfsleven lager op de innovatie-indicatoren, in die zin dat zijn minder bedrijven zich bezighouden met innovatie.

Indicatoren van dynamiek, 2010	overige dienstverlening	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	12,7%	6,8%
- nieuwe dochters	1,5%	2,1%
- totaal	14,3%	8,9%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,3%	0,6%
- overig	7,0%	6,0%
- totaal	7,3%	6,7%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	29%	38%
- gelijkblijvers	41%	28%
- (groei-)krimpers	30%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:		
- nieuwe producten/diensten op de markt	*)	*)
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	15%	24%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	7%	9%
	26%	39%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De overige dienstverlening naar schaalgrootte

Een gemiddelde onderneming in de overige dienstverlening draait circa € 600.000 op jaarbasis en doet dat met 5 FTE's. Van alle ondernemingen behoort 93% tot het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen). Het MKB bepaalt voor bijna tweederde de omzet, werkgelegenheid en bruto toegevoegde waarde in de sector.

In een aantal deelsectoren vindt schaalvergroting, die deels een noodzakelijk gevolg zijn van verdringing op de markt. In deze deelsectoren is ook vaak een tweedeling te zien in enkele grote spelers versus een grote groep kleine spelers. In de fitnessbranche zijn bijvoorbeeld in de afgelopen jaren veel fitnessketens (waaronder de 'lowbudgetclubs') ontstaan. Deze breiden zich in rap tempo uit. Daarnaast zijn er veel kleine bedrijven die zich richten op specifieke doelgroepen (ladiescentra, seniorenfitness, personal training, medische fitness). In de beveiligingsbranche nemen de drie grootste bedrijven - Trigion, G4S en Asecuritas - branchegenoten over; zij hebben nu gezamenlijk 60% van de markt in handen. De kloof tussen hen en het MKB neemt toe.

In de schoonmaakbranche is de dominantie van grote bedrijven iets minder sterk, maar ook daar groeit het grootbedrijf sneller dan het MKB. De 10 grootste bedrijven realiseerden in 2010 een omzetgroei van bijna 4%, terwijl het branchegemiddelde op 0,5% bleef steken.

(bron: ABN Amro)

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	5
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 0,6
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	93%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	60%
- werkgelegenheid	66%
- bruto toegevoegde waarde	61%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de overige dienstverlening op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

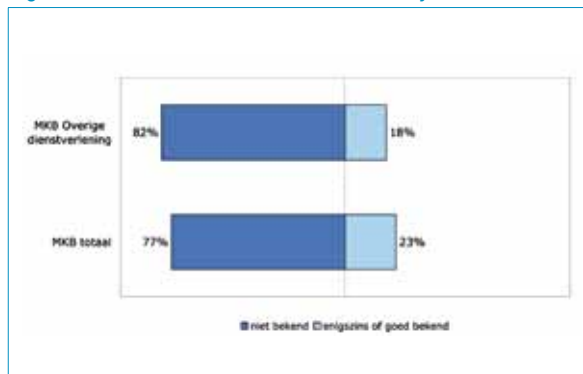
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij vooral wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Bijna één op de vijf MKB-ondernemers in de overige dienstverlening is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets hoger; 23% is ermee bekend. Zie Figuur 1.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

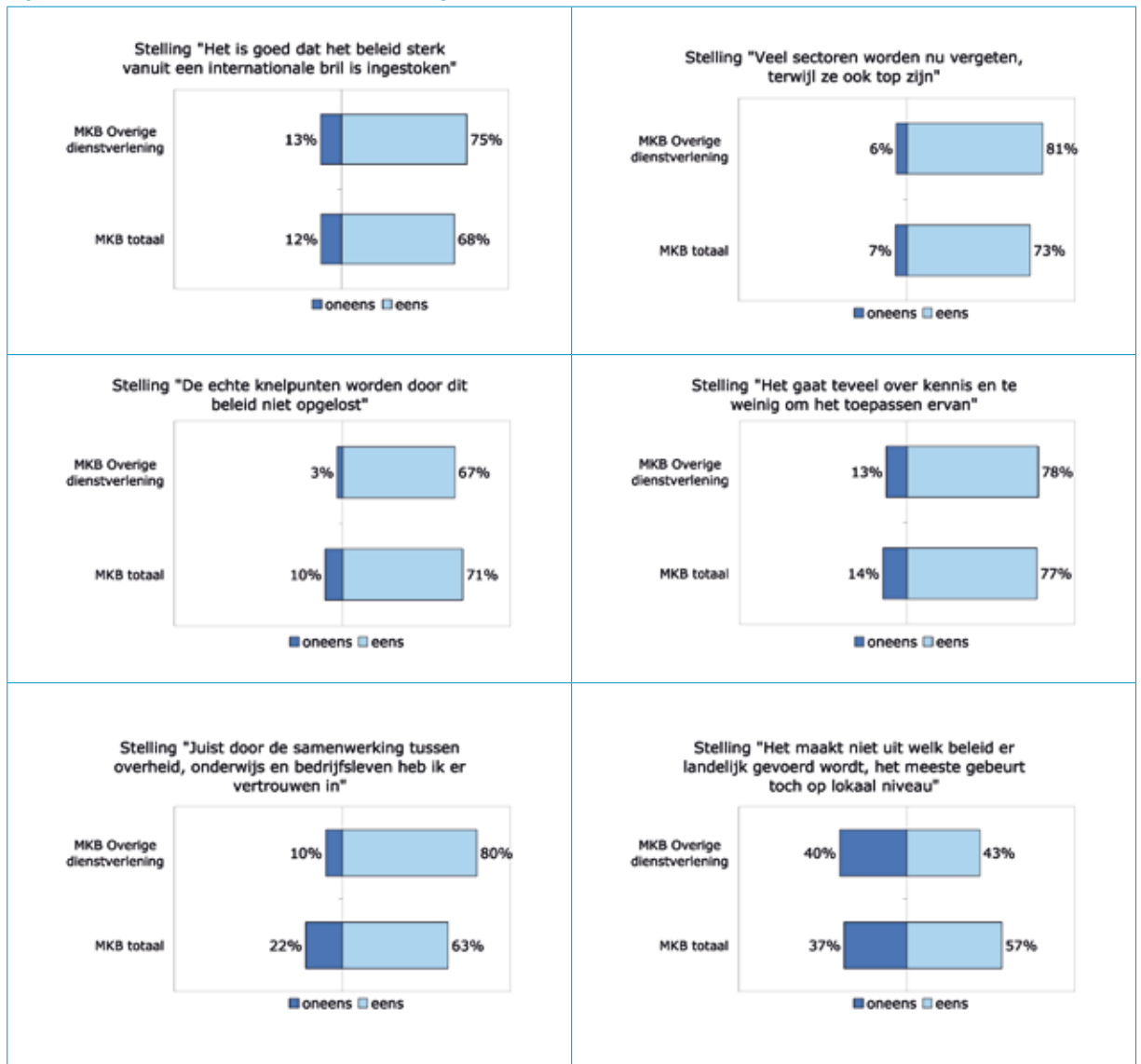
Aan de MKB-ondernemers is gevraagd of ze verbonden zijn met bedrijven uit de topsectoren via een toeleverings- en afnemersrelatie. Het blijkt dat geen van deze ondernemers op deze wijze een relatie heeft met de topsectoren. Ook vinden de ondernemers in de overige dienstverleners, dat hun sector geen topsector is.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid¹. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 2. Uit de figuur blijkt het volgende:

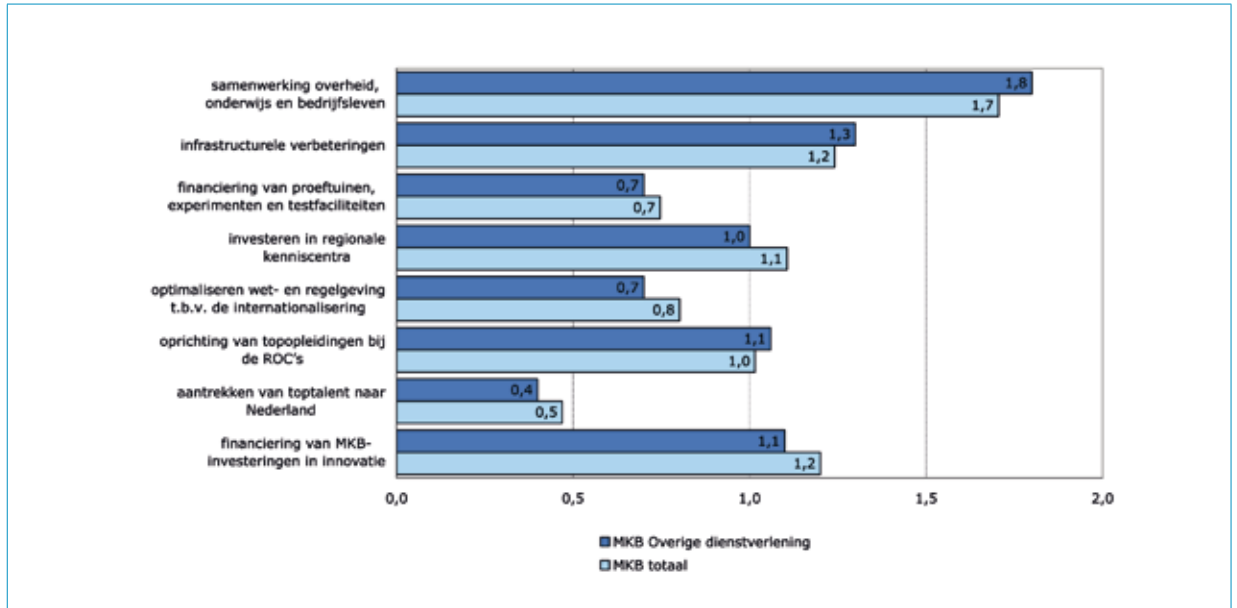
- De internationale aandacht van het topsectorenbeleid kan op een brede instemming van het MKB rekenen. Driekwart van de overige dienstverleners onderschrijft deze stelling en dat is meer dan gemiddeld in het MKB.
- Ook een grote meerderheid (81%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- Het topsectorenbeleid gaat teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan en de echte knelpunten worden niet opgelost. Zowel in de overige dienstverlening als in het totale MKB is driekwart van de ondernemers deze mening toegedaan.
- Een overgrote meerderheid van de MKB-ondernemers in de overige dienstverlening (80%) zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is meer dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2 Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen²



Bron: EIM, 2011

Figuur 4: Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Het effect van dit landelijke beleid wordt enigszins gereduceerd. Ruim tweevijfde van de ondernemers (43%) is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. Dat is minder dan in het totale MKB (57%).

Acties

Uit Figuur 3 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf³.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin

dit beleid voorziet. Daarna volgen infrastructurale verbeteringen en financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen.

Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort echter het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt zeker voor het MKB, waardoor een hoge score op deze acties ook niet verwacht kon worden.

Het valt ten slotte op dat de scores van het MKB in de overige dienstverlening niet of nauwelijks afwijken van die van het totale MKB-gemiddelde.



De overige dienstverlening actueel

Wat staat de overige dienstverlening het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2012 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume zich op de nullijn bevinden. In de tweede helft van 2011 zal weer een kleine plus te zien zijn. De werkgelegenheid ontwikkelt zich in 2012 in eerste instantie positief, maar zal daarna toch weer een kleine dipje laten zien.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	0,50	-0,50	0,00	0,50
werknemers (aantal)	-0,50	-0,50	0,25	-0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Nieuwe financieringsbronnen voor de cultuursector

Het kabinet gaat vanaf 2013 € 200 miljoen bezuinigen op subsidies aan de cultuursector. Samen met de BTW-verhoging op de toegangskarten luidt dit grote veranderingen voor de ondernemingen in deze sector in. De publieke omroepen, theatergezelschappen, orkesten en andere cultuur aanbieders moeten nieuwe financieringsbronnen aanboren en nieuwe samenwerkingen opzoeken. Er is al de nodige activiteit op dit vlak te zien:

Zo is er de crowdfunding site www.voordekunst.nl van het Amsterdams Fonds voor de Kunst, waarop kunstprojecten op zoek zijn naar financiering door particulieren en bedrijven. Het Concertgebouworkest, het Nederlands Danstheater en het Mauritshuis hebben het fonds The Dutch Masters opgericht om in het buitenland particuliere financiers te werven. Het Prins Bernhard Cultuurfonds ontpopt zich als landelijke makelaar voor donateurs en culturele instellingen.

Kwaliteitskeurmerken in de fitnessbranche

De sterke groei in de fitnessbranche van de afgelopen jaren heeft niet alleen geleid tot een diversiteit van het aanbod, maar ook tot een diversiteit aan kwaliteit. Velen proberen immers een graantje mee te pikken van een groeiende markt. Om zich te onderscheiden van de massa en de consument zekerheid te bieden op het gebied van kwaliteit en veiligheid hebben veel bedrijven zich aangesloten bij Fit!Vak. Deze brancheorganisatie vertegenwoordigt ruim 850 sport- en bewegingscentra die het Keurmerk Fitness Basis hebben. Dit keurmerk wordt afgegeven door de Stichting Landelijke ErkenningsRegeling Fitness (LERF). Die stichting geeft ook het Keurmerk Fitness Totaal af, de hoogste kwaliteitstandaard. Bedrijven die deze standaard

hebben (90 stuks), zijn aangesloten bij de Vereniging Exclusieve Sportcentra (VES). Zij promoten zich als centra voor een uitgekiend en persoonlijk sportprogramma.

Schoonmaakbranche

Ondanks het feit dat de uitbestedingsgraad van schoonmaakwerkzaamheden jaarlijks toeneemt (momenteel 65% volgens ABN-Amro) zien de marktomstandigheden er voor deze branche er niet goed uit. De concurrentie is zwaar en wordt uitgevochten op prijs.

Er zijn zelfs bedrijven die onder de kostprijs aanbieden. Deze invulling van het prijsbeleid zorgt voor marge- en kwaliteitsdruk. Nu komt daar een vraaguitval bij. Deze uitval wordt veroorzaakt door de slechte situatie in de kantorenmarkt. De grote leegstand levert immers geen contracten op. Tegelijkertijd neemt nu de vraag naar kantoorruimte af als gevolg van het nieuwe werken. Vernieuwing bij de haarverzorgingsbedrijven

In de kappersbranche staan de prijzen onder druk als gevolg van het groeiende aantal prijsvechters. Dit zijn de kleine kapperszaken aan huis en de ketenbedrijven waar klanten zonder afspraak zich voor € 15,- kunnen laten knippen. Het zijn nieuwe formules die inspelen op bepaalde doelgroepen.

Een ander voorbeeld van vernieuwing is het hanteren van andere (avond-)openingstijden dan gebruikelijk. Hiermee worden de fulltime werkenden bediend. Ook met het maken van afspraken online wordt ingespeeld op de huidige gemakconsument.

Gemaksdiensten in de persoonlijke verzorging

De vraag naar persoonlijke dienstverlening en zorg is groot en groeit enerzijds door de vergrijzing en anderzijds door het aantal tweeverdieners. Nederlanders die arbeid en zorg voor kinderen (en/of ouders) combineren hebben het vaak druk. Persoonlijke dienstverleners kunnen dit verminderen door taken in en rond het huishouden over te nemen. Het zijn vooral vrouwen die in flexibele deeltijd als zzp'er aan de slag gaan in deze markt.



De transportsector 2011



Inhoudsopgave

De transportsector gepositioneerd	77
De transportsector van jaar op jaar	77
De transportsector in beweging	78
De transportsector naar schaalgrootte	79
De visie van de transportsector op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	80
De transportsector actueel	83

Na een moeilijk 2009 krabbelde de transportsector in 2010 weer enigszins op. Veel modaliteiten hebben in 2010 de omzet weer zien stijgen al liggen deze nog ver beneden het niveau van voor de economische crisis. In veel branches is sprake van overcapaciteit waardoor de vrachtprijzen onder druk blijven staan. Bijna een kwart van de MKB-ondernemers in de vervoer en communicatie is enigszins tot goed bekend met het nieuwe bedrijfslevenbeleid. De actie om infrastructurale verbeteringen door te voeren vinden de ondernemers in de sector vervoer en communicatie het belangrijkste voor het eigen bedrijf.

- ¹ ABN, Sectormonitor transport en logistiek, oktober 2011
- ² CBS, Monitor Logistiek en Supply Chain Management rapportage 2009, 2011
- ³ NIWO, Faillissementen wegtransport, 2011
- ⁴ Stichting Rail Cargo Information Netherlands, Spoor in cijfers 2011, 2011
- ⁵ ABN-Amro, Visie op transport en logistiek. Sectorupdate 2011, mei 2011
- ⁶ Topteam Logistiek, Partituur naar de top. Adviesrapport Topteam Logistiek, juni 2011
- ⁷ In tegenstelling tot de rest van het rapport worden in dit hoofdstuk de resultaten besproken van de sector Vervoer en communicatie. In het MKB-beleidspanel wordt de transportsector als onderdeel gezien van de sector Vervoer en communicatie.
- ⁸ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid.
- ⁹ De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ¹⁰ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 5 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.
- ¹¹ KNV, KNV verheugd over goedkeuring Taxiwet, persbericht, 26 april 2011
- ¹² KNV, KNV Taxi: tevreden over evenwichtig dubbeltarief, persbericht 1 juni 2011
- ¹³ Rabobank, Cijfers & Trends. Taxibedrijven., maart 2011
- ¹⁴ Topteam Logistiek, Partituur naar de top. Adviesrapport Topteam Logistiek, juni 2011
- ¹⁵ Groenten en fruitmagazine. Thema transport & logistiek, Lekker land en bijzonder besparend de weg op, nummer 6, 2011.
- ¹⁶ Truckstar, Ze maken het voor ons kapot, nr. 11 2011

De transportsector gepositioneerd

Ondanks een beperkt aandeel in het totaal aantal ondernemingen in Nederland is de transportsector van groot belang voor de Nederlandse economie. De sector is verantwoordelijk voor het vervoer van personen en goederen over land, water en door de lucht. Transportondernemingen vervoeren goederen van productieplaatsen naar de eindbestemming en spelen een belangrijke rol in de doorvoer van producten van lucht- en zeehavens. Hierbij zijn met name de Rotterdamse haven en de luchthaven Schiphol verantwoordelijk voor een groot deel van de door te voeren goederen.

De transportsector is sterk internationaal georiënteerd, wat blijkt uit de hoge exportwaarde. Vooral in de binnenvaart, het wegtransport en de dienstverlening ten behoeve van het vervoer speelt het Nederlandse bedrijfsleven een belangrijke rol in Europa.

De transportsector in 2010

25.000 ondernemingen
309.000 arbeidsjaren
€ 68 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010

ondernemingen	3%
werkgelegenheid	6%
omzet	5%
exportwaarde	7%
bruto toegevoegde waarde	6%

Sectorsamenstelling naar omzet, 2010

Personenvervoer	6%
Goederenvervoer over land	35%
Scheep- en luchtvaart	18%
Dienstverlening t.b.v. vervoer	41%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De transportsector van jaar op jaar

In 2009 werd de transportsector hard getroffen door de economische crisis. De sector heeft sinds het tweede kwartaal van 2010 weer omzetgroei laten zien¹. Omdat de omzetsdaling in 2009 sterker was dan de omzetgroei in 2010 is de sector nog niet op het niveau van voor de crisis.

Uit cijfers van het CBS² blijkt dat de deelsectoren in 2010 verschillende ontwikkelingen laten zien. Het goederenvervoer over het spoor is in 2010 met bijna een half procent gedaald. Het wegtransport kende over het hele jaar een omzetgroei van circa 3%. De omzet in de binnenvaart is als gevolg van de opleving van de wereldhandel met 2% gestegen. De omzettoename kwam vooral door de toegenomen vrachtvolumes; de vrachttarieven in de binnenvaart stonden in 2010 nog onder druk. In de luchtvaart was in alle kwartalen van 2010 sprake van omzetgroei ten opzichte van dezelfde kwartalen in 2009. De omzet steeg zowel door een toename van het vracht- als van het passagiersvervoer. De dienstverlening ten behoeve van het vervoer heeft in 2010 een omzetgroei van bijna 6% geboekt. Vooral de subbranches tussenpersonen vrachvervoer, dienstverleners voor vervoer over water en laad-, los- en overslagbedrijven hebben omzetsijgingen behaald.

Ontwikkeling	2009	2010	2011	2012*
2009-2012				
omzet (volume)	-7,50	2,50	2,25	1,50
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-4,00	-2,00	1,00	0,50
winst	-87,50	138,75	31,75	4,75

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De transportsector in beweging

In 2010 steeg het aantal bedrijven in de transportsector tot 26.300. In 2009 was het aantal bedrijven nog 26.145, ruim 800 bedrijven meer dan in 2008. Ondanks de economische crisis is dus het aantal bedrijven in de sector vervoer en opslag toegenomen. Omdat iedere modaliteit in de transportsector zijn eigen dynamiek kent volgt hieronder een kort beeld per deelsector:

Personenvervoer

Het personenvervoer heeft twee belangrijke segmenten: taxivervoer en openbaar vervoer. Op het Nederlandse spoor zijn negen reizigersvervoerders actief: NS Reizigers, Arriva, Connexion, HSA, Thalys, Syntus, Prignizer, DB Autozug en DB Regio. De overheid trekt zich mede door de bezuinigingen terug op de drukste trajecten. Het aantal taxibedrijven is in 2010 met 25 toegenomen tot 4.025. Het taxivervoer heeft vooral een belangrijke rol in het voor- en natraject van het openbaar vervoer. In 2010 is in vier plaatsen een proef gestart met de NS Zonetaxi, een initiatief van KNV Taxi en de NS, in 2011 is de proef uitgebreid. Het concept houdt in dat voor een vast tarief in drie zones rond het station een hoogwaardige taxidienst wordt aangeboden.

Goederenvervoer over het land

Uit gegevens van het NIWO³ blijkt dat Nederland op 1 januari 2011 11.952 transportbedrijven telt met een vergunning voor beroepsgoederenvervoer over de weg. Van deze bedrijven heeft 85% een Eurovergunning en de overige 15% heeft alleen een binnenlandse vergunning. Verder blijkt het aantal faillissementen van wegtransportbedrijven in 2010 ten opzichte van 2009 is gedaald met 8%. In totaal is in 2010 142 keer een faillissement uitgesproken. Met name in het derde kwartaal van 2010 zijn minder wegtransportbedrijven failliet gegaan (zie Figuur 1).

Figuur 1 Ontwikkeling van het aantal faillissementen in het wegvervoer, 2006-2010



Bron: NIWO

De Nederlandse spoormarkt is de afgelopen jaren sterk veranderd. Door de liberalisering is er vrije toetreding tot de markt en hiermee is het aantal bedrijven in het spoorgoederenvervoer toegenomen. Railgoederenvervoerders mogen op het spoor rijden als zij de beschikking hebben over een bedrijfsvergunning, een veiligheidsattest en een toegangsovereenkomst. Op dit moment zijn er 15 railgoederenvervoerders met toestemming om op het Nederlandse spoor te mogen rijden⁴.

Scheep- en luchtvaart

In 2010 telt de binnenvaart 3.055 bedrijven actief in de vracht- en sleepvaart met in totaal ongeveer 6.750 binnenvaartschepen. Bijna 90% van de bedrijven in de binnenvaart heeft slechts één schip. In de goede jaren voor de crisis heeft de binnenvaart sterk geïnvesteerd in nieuwe grotere schepen. Door het wegvallen van de transportvraag tijdens de economische crisis en de oplevering van de bestelde schepen is overcapaciteit ontstaan. Dit heeft vervolgens gezorgd voor een neerwaartse druk op de vrachtprijzen. Naast de vracht- en sleepvaart zijn er in de binnenvaart 670 bedrijven actief in de passagiersvaart.

In de luchtvaart zijn ongeveer 265 bedrijven actief. Dit aantal is al een aantal jaren redelijk stabiel. Van de luchtvaartbedrijven vervoeren 260 bedrijven personen en 5 bedrijven goederen. Martinair heeft in 2010 besloten om te stoppen met passagiersvluchten en alleen vracht te gaan vervoeren. De totale Nederlandse luchtvloot is in omvang iets afgenomen van 2.796 in 2009 naar 2.785 vliegtuigen in 2010.

Dienstverlening ten behoeve van het vervoer

De dienstverlening ten behoeve van het vervoer heeft een aantal subbranches. In de opslagbranche zijn bedrijven actief in de tankopslag, koel- en vrieshuizen, selfstorage, algemene opslag en distributiecentra (dc's). In totaal zijn er circa 635 bedrijven in de opslagbranche actief. Daarnaast vallen expediteurs in deze deelsector. Er zijn in Nederland 2.335 expediteurs die verladings ondersteunen bij de regie van de logistieke processen en het uitvoeren van de goederenstromen. ABN AMRO⁵ geeft aan dat steeds meer expediteurs naast het afhandelen van de administratieve formaliteiten en de keuze voor een vervoersvorm andere diensten gaan aanbieden. Zo bieden sommige expediteurs ook warehousing en opslagmogelijkheden aan en beschikken sommige van hen over eigen transportmiddelen.

Startende bedrijven in de transportsector

In 2010 zijn 2.670 bedrijven in de transportsector gestart. Hiermee heeft de sector een aandeel van 3,9% in het totaal aantal starters in Nederland. Het aantal startende bedrijven en het aandeel in het totaal aantal starters in Nederland is in 2010 iets gestegen ten opzichte van 2009 (2.537 starters, aandeel van 3,6%).

Innovatie als belangrijk thema

Innovaties blijven in de transportsector iets achter bij het gemiddelde in het MKB. Een kwart van de transportbedrijven heeft in 2010 vernieuwingen of verbeteringen in het eigen bedrijfsproces doorgevoerd, tegen 39% in het totale MKB.

Het Topteam Logistiek benoemt het innovatie- en vestigingsklimaat als een belangrijk thema voor

de toekomst⁶. Ten aanzien van innovatie noemt het adviesrapport vier acties om de aantrekkelijkheid van Nederland als vestigingsland in de komende jaren te vergroten: vereenvoudiging van wet- en regelgeving, verkleinen van de kloof tussen kennis en bedrijfsleven (vooral) MKB, betere wisselwerking tussen onderwijs en arbeidsmarkt en één nationale kennis- en innovatieagenda logistiek.

Indicatoren van dynamiek, 2010	transportsector	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	2,0 %	2,1 %
- nieuwe dochters	6,2 %	6,8 %
- totaal	8,1 %	8,9 %
aantal opheffingen:		
- faillissementen	1,0 %	0,6 %
- overig	5,9 %	6,0 %
- totaal	6,8 %	6,7 %
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	46 %	38 %
- gelijkblijvers	22 %	28 %
- (groei-)krimpers	32 %	34 %
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	15 %	24 %
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	7 %	7 %
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	25 %	39 %

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De transportsector naar schaalgrootte

Van de bedrijven in de transportsector behoort 84% tot het kleinbedrijf. De gemiddelde onderneming in de transportsector heeft 12 werknemers in dienst. Vooral de taxibranche, de binnenvaart en het wegvervoer hebben veel kleinschalige bedrijven. De gemiddelde omzet per onderneming is ten opzichte van 2009 gedaald met € 0,1 miljoen tot € 2,7 miljoen in 2010.

Het aandeel van het MKB in de totale omzet en werkgelegenheid ligt rond de 50%. Dit duidt erop dat een klein aantal grote ondernemingen verantwoordelijk is voor een groot gedeelte van de omzet en werkgelegenheid.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	12
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 2,7
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	84 %
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	49 %
- werkgelegenheid	51 %
- bruto toegevoegde waarde	44 %

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De visie van de transportsector op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

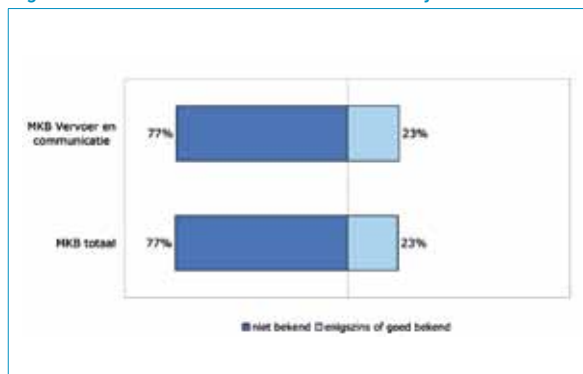
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij met name wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Bijna een kwart van de MKB-ondernemers in de sector vervoer en communicatie⁷ is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage gelijk; 23% is ermee bekend. Zie Figuur 2.

Figuur 2 Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 3 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de vervoer en communicatie met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

Eén op de zeven MKB-ondernemers in de vervoer en communicatie heeft géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat één op de twee.

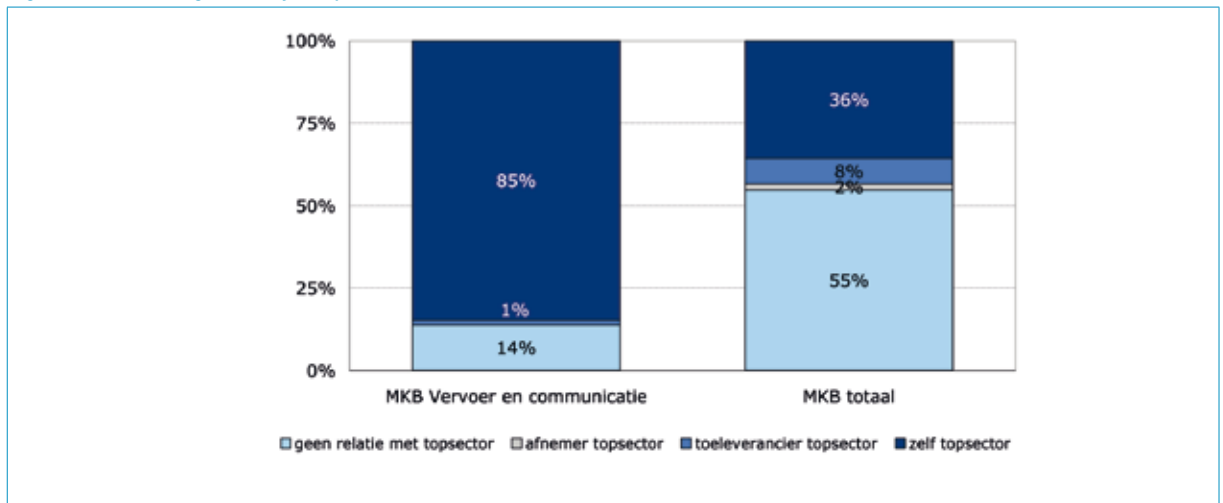
85% van het MKB in de Vervoer en Communicatie rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is aanzienlijk meer dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt. Dit verschil kan verklaard worden door het feit dat de logistieke sector ook daadwerkelijk als een topsector is aangewezen.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid⁸. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 4. Uit de figuur blijkt het volgende:

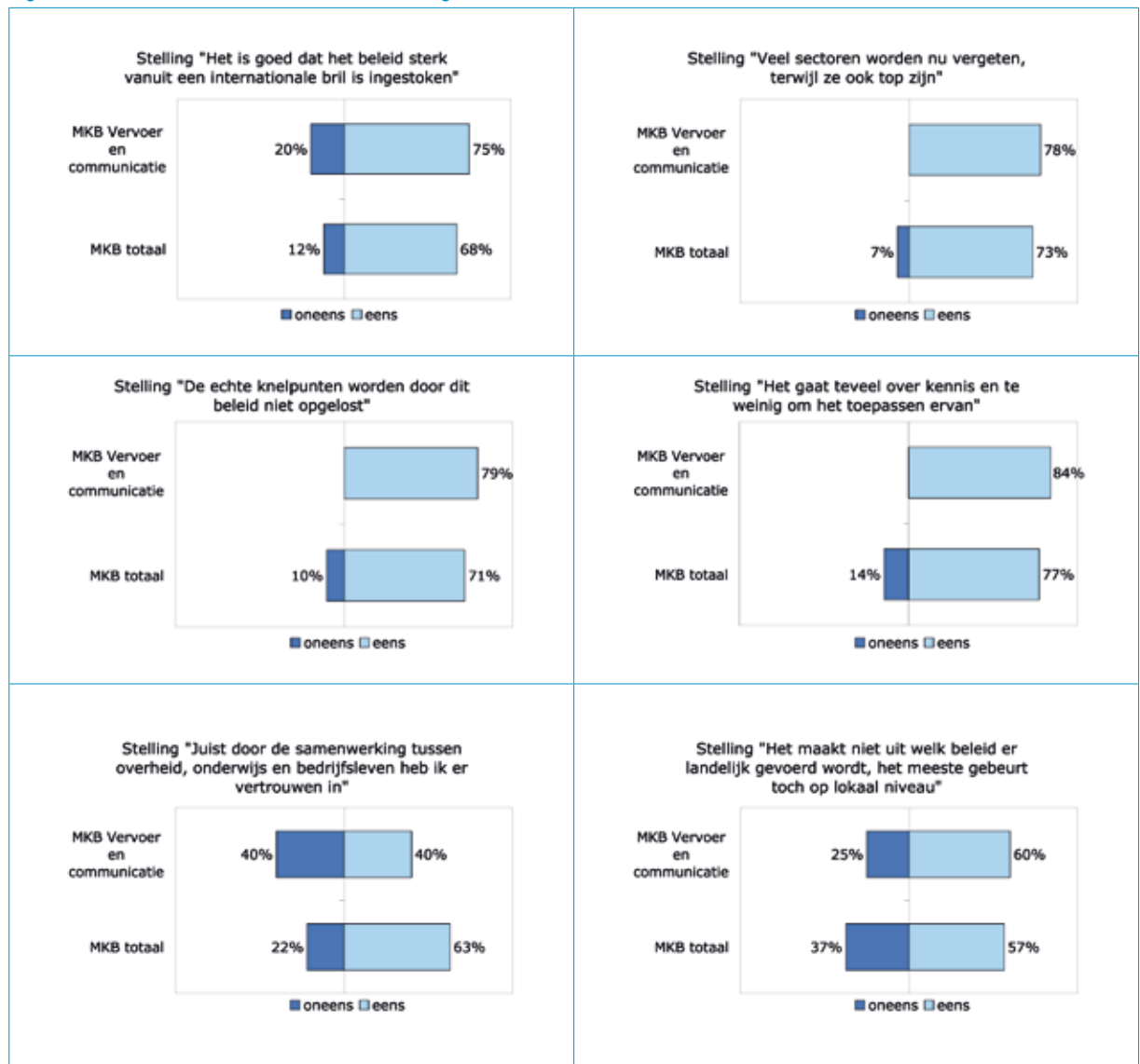
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen. Bijna driekwart onderschrijft de stelling.
- Ook een grote meerderheid (79%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- Bijna 80% van de MKB-ondernemers in de vervoer en communicatie vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Op dit punt zijn zij negatiever dan gemiddeld in het MKB.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. In de vervoer en communicatie is 84% deze mening toegedaan, in het totale MKB 77%.
- 40% van de MKB-ondernemers in de vervoer en communicatie zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is minder dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 3 Relatie eigen bedrijf - topsector



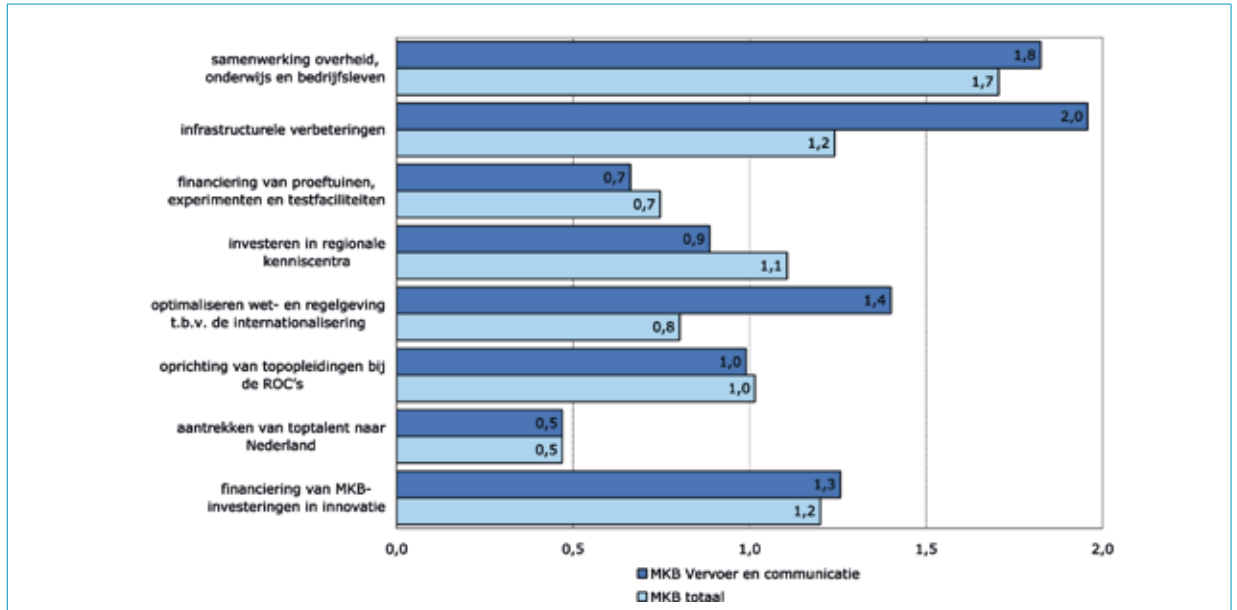
Bron: EIM, 2011

Figuur 4 Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen⁹



Bron: EIM, 2011

Figuur 5 Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid. De meerderheid is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. Dat het MKB in vervoer en communicatie deze stelling nog iets vaker onderschrijft dan het totale MKB mag enigszins verrassend genoemd worden, gezien het feit dat de markt van ondernemingen in de vervoer en communicatie vaker (inter)nationaal is dan lokaal.

Acties

Uit Figuur 5 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf¹⁰.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgt financiering van

investeringen in vernieuwing van producten en processen'. Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort daarentegen het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt zeker voor het MKB, waardoor een hoge score op deze acties ook niet verwacht kon worden. De scores van het MKB in de sector vervoer en communicatie wijken op een aantal terreinen af van die van het totale MKB-gemiddelde. Zo kent het MKB Vervoer en communicatie de hoogste score toe aan de actie infrastructurele verbeteringen. Ook het optimaliseren van wet- en regelgeving ten behoeve van internationalisering wordt door de sector Vervoer en communicatie aanzienlijk hoger beoordeeld. Bij de andere acties liggen de scores voor de verschillende acties van het MKB in deze sector op ongeveer gelijk niveau met het totaal in het MKB.



De transportsector actueel

Uit de halfjaarprognoses blijkt dat de verwachting van EIM ten aanzien van de omzet in de transportsector voor het eerste halfjaar van 2011 positief is. Daarna laat de prognose een afnemende groei zien om in de tweede helft van 2012 weer toe te nemen. Het aantal werknemers in de transportsector zal volgens de prognose stabiel blijven tot de tweede helft van 2012 om dan licht af te nemen.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	3,50	1,50	1,00	2,00
werknemers (aantal)	0,00	0,00	0,00	-0,50

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Nieuwe Taxiwet en dubbeltariefsysteem

In april 2011 heeft de Tweede Kamer de nieuwe Taxiwet goedgekeurd¹¹. Gemeenten krijgen hiermee de bevoegdheid om de kwaliteit van het taxivervoer te bevorderen. Gemeenten mogen taxiondernemers die actief willen worden op de lokale opstapmarkt verplichten om zich bij een nieuwe of bestaande groep van taxiondernemers aan te sluiten. De groep krijgt gezamenlijk één vergunning. De gemeente bepaalt hierbij de minimale grootte van de groep, de wijze waarop de groep herkenbaar is voor de reiziger en kan andere kwaliteitseisen stellen aan de taxiondernemer, zoals de lokale stratenkennis. Daarnaast gaat eind 2011 het dubbeltariefsysteem gelden voor de straattaxi¹²; zowel de tijdsduur als de afgelegde afstand gaan de prijs van een taxirit bepalen. Het rendement van de branche is een punt van zorg, omdat kostenstijgingen van bijvoorbeeld brandstof nog onvoldoende kunnen worden doorberekend aan de reiziger¹³. Mogelijk brengt het nieuwe tariefsysteem hier verandering in. De verwachtingen voor de taxibranche op de middellange termijn zijn goed. De overheid gaat zich ten aanzien van het openbaar vervoer steeds meer richten op de dikke vervoersstromen. Dit wordt mede ingegeven door de bezuinigingen. Voor de taxibedrijven kan door deze ontwikkeling een belangrijke rol zijn weggelegd in de voor- en natrajecten.

Topsteam Logistiek geeft richting aan

De logistieke sector is één van de tien topsectoren daarom is een Topsteam Logistiek aangesteld om advies uit te brengen. In juni 2011 heeft het Topsteam Logistiek haar adviesrapport uitgebracht waarmee zij de richting aangeeft die de sector zou moeten volgen om de logistieke positie van Nederland verder uit te bouwen¹⁴. Het Topsteam Logistiek geeft aan dat de internationale toppositie van Nederland in de logistiek sector niet gegarandeerd is,

omdat andere landen groeien en Nederland stagneert. Er zijn daarom acties nodig om "de verwachte toekomstige groei van de goederenstromen duurzaam te kunnen blijven accommoderen en om maximaal bij te dragen aan het versterken van de internationale concurrentiepositie van Nederland". De actieagenda heeft drie thema's: Nederland als één samenhangend logistiek systeem, Ketenregie en Innovatie- en vestigingsklimaat.

Toenemende aandacht voor duurzaamheid

Duurzaamheid wordt voor steeds meer bedrijven in de transportsector een belangrijk thema. Vervoerders en verladers zijn bezig om hun milieuprofiel te verbeteren. De binnenvaart en het goederenvervoer per spoor worden door de (Europese) overheid gestimuleerd en binnen de transportsector gezien als de meest duurzame modaliteiten. De positie van het wegvervoer is nog zwak ten opzichte van deze concurrerende modaliteiten. Ook het Topsteam Logistiek geeft het belang van duurzaamheid voor de toekomst van de logistieke sector aan. Daarbij wordt opgemerkt dat het niet alleen gaat om het verminderen van de CO2 uitstoot, maar ook om vermindering van negatieve effecten als geluidsoverlast en congestie, het efficiënt gebruiken van de publieke ruimte en het hergebruik van middelen.

Overcapaciteit in de binnenvaart en goederenvervoer over de weg

Door de sterke afname van de vervoersvraag tijdens de economische crisis is in een aantal deelsectoren overcapaciteit ontstaan. Vooral de binnenvaart en het goederenvervoer over de weg kregen hiermee te maken, omdat in beide deelsectoren voor de economische crisis stevig geïnvesteerd is in nieuw materieel. De verwachting is dat de overcapaciteit enkele jaren zal aanhouden. Rabobank verwacht voor het goederenvervoer over de

weg dat het evenwicht tussen vraag en aanbod eerder bereikt zal zijn in het grensoverschrijdende vervoer dan in het binnenlands vervoer, ABN AMRO geeft aan dat de overcapaciteit in het begin van 2011 al grotendeels verdwenen lijkt te zijn. Als gevolg van de overcapaciteit staan de vrachttarieven voor de beide modaliteiten onder druk en de verwachting is dat dit nog wel enkele jaren kan aanhouden.

Knelpunten goederenvervoer over de weg

Er wordt op dit moment in het kader van het Witboek Transport op Europees niveau gesproken over nieuwe voorstellen op het gebied van wegtransport¹⁵. Enkele knelpunten die Nederlandse bedrijfsleven onder de aandacht willen brengen: het toestaan van LZV (langere en zwaardere vrachtwagencombinaties) in het Europese goederenvervoer over de weg, het toestaan van aerodynamische trucks en vrije cabotage in heel Europa. Cabotage is het vervoeren van goederen of personen tussen twee punten in hetzelfde land door een bedrijf uit een ander land. In 2010 zijn ten aanzien van de cabotage nieuwe regels ingevoerd die de totale duur van cabotage beperken tot zeven dagen en maximaal drie cabotageritten. Vakbond (FNV) en werkgeversorganisaties (TLN) staan ten aanzien van cabotage tegenover elkaar; de FNV wil een intensievere controle, TLN wil cabotage volledig vrijgeven¹⁶.

De markt:

- T.a.v. de taxibedrijven: het rendement in de branche blijft zorgwekkend, omdat de kostenstijgingen (brandstof e.d.) onvoldoende kunnen worden doorberekend aan de klanten (Rabobank, taxibedrijven)
- Beroepsgoederenvervoer over de weg: in 2010 was sprake van een aantrekkende vraag naar vervoer, maar de prijzen bleven onder druk staan (Rabobank, maart 2011)
- Binnenvaart: door overcapaciteit met druk op de prijzen tot gevolg is 2010 opnieuw een slecht jaar geworden. Volgens de Rabobank is het dieptepunt voorbij, maar zal een evenwicht tussen vraag en aanbod nog wel even op zich laten wachten. Koppelen aan schaalvergroting (schepen en bedrijven) en de investeringsgolf die net voor de economische crisis heeft plaatsgehad.
- Omzetgegevens van de verschillende deelsectoren in de jaren 2009 en 2010 in de monitor Logistiek en Supply Chain Management, rapportage 2009
- Spoor: 2010 was beter dan 2009. De Betuweroute heeft inmiddels de grens van 500 treinen per week overschreden en heeft een marktaandeel van 75% in het railgoederenvervoer in Nederland.

De toekomst:

- T.a.v. de taxibedrijven: vooruitzicht op de middellange termijn niet somber, de overheid gaat zich (mede ingegeven door de bezuinigingen) steeds meer richten op de dikke vervoersstromen, waarbij een belangrijke rol kan zijn weggelegd voor de taxibedrijven in de voor- en natrajecten (Rabobank)
- Het beroepsgoederenvervoer over de weg heeft met een aantal negatieve zaken te maken: congestie op de snelwegen, de overheid stimuleert vervoer over water en over het spoor (Rabobank, beroepsgoederenvervoer over de weg), overcapaciteit en toenemende ladingdiefstal.
- De verwachtingen voor de binnenvaart op langere termijn zijn positief. Er wordt door de overheid gestimuleerd om meer over water te vervoeren. Met name containers worden vaker over water vervoerd. (nog zoeken naar informatie over initiatieven die worden genomen om in de distributie van bijvoorbeeld dranken meer gebruik te gaan maken van vervoer over water)
- Kansen voor het spoorvervoer in de goederen doordat het Havenbedrijf een groot gedeelte van de goederenstroom van de Tweede Maasvlakte via het spoor wil laten verlopen. Belangrijk om kansen te verzilveren is samenwerking tussen de verschillende partijen (spoor in cijfers 2011)
- Duurzaamheid: spreekt in het voordeel van het spoorvervoer en de binnenvaart, omdat daar minder CO2 en fijnstof wordt uitgestoten dan in het wegvervoer (Spoor in cijfers, 2011)

Wet- en regelgeving:

- Invoering van de nieuwe Wet Wegvervoer Goederen: toetreding tot de branche is eenvoudiger geworden (Rabobank)
- Wegvervoer wordt binnen de EU ontmoedigd met tolheffing en belastingheffingen, het vervoer per spoor of over het water wordt gestimuleerd
- Nederlandse regering pleit in Europa al jaren voor toestemming voor het gebruik van LZV's (Langere Zwaardere Vrachtwagencombinatie) met een lengte van 25,25 meter (i.p.v. 18,75 meter) en een maximaal gewicht van 60 ton in plaats van 50 ton. Andere knelpunten voor de Nederlandse transportsector zijn het niet toestaan van aerodynamischer vormgegeven trucks en geen vrije cabotage in heel Europa (buitenlandse chauffeurs mogen niet in een ander land transport verrichten) (bron: Groenten en Fruitmagazine, thema Transport & Logistiek).

De voedings- en genotmiddelenindustrie 2011



Inhoudsopgave

De voedings- en genotmiddelenindustrie gepositioneerd	87
De voedings- en genotmiddelenindustrie van jaar op jaar	87
De voedings- en genotmiddelenindustrie in beweging	88
De voedings- en genotmiddelenindustrie naar schaalgrootte	89
De visie van de voedings- en genotmiddelenindustrie op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	90
De voedings- en genotmiddelenindustrie actueel	93

De Nederlandse voedings- en genotmiddelenindustrie heeft goede papieren op een internationale groeiemarkt. Ook op korte termijn is er groei, maar prijsverhogingen van grondstoffen kunnen niet altijd in de prijzen worden doorberekend. Hierdoor komen de marges onder druk te staan.

¹ Wageningen University and Research Centre.

² Afzonderlijke scores voor de voedings- en genotmiddelenindustrie zijn niet beschikbaar.

³ De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".

⁴ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid: 20% van de ondernemers in de industrie, en 23% van MKB in zijn totaliteit.

⁵ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.

⁶ HACCP = Hazard Analysis and Critical Control Point: een zodanige inrichting van het productieproces dat de veiligheid van de producten daarmee gewaarborgd is.

⁷ Ministerie van EL&I, Topsector Agro&Food. Agro&Food: de Nederlandse groeidiamant, Den Haag, 2011. Zie <http://www.top-sectoren.nl/agrofood/document/adviesrapport-agrofood>.

De voedings- en genotmiddelenindustrie gepositioneerd

De voedings- en genotmiddelenindustrie produceert voedsel en drank voor mens en dier, inclusief grondstoffen en halffabricaten zoals meel, zetmeel, olie en suiker. Het is in Nederland een relatief grote bedrijfstak met circa 113.000 arbeidsjaren en een omzet van € 66 miljard.

Het aantal ondernemingen is met 4.000 beperkt. Het MKB draait € 16 miljard omzet met 47.000 arbeidsjaren. De verwerkingstechnieken variëren van ambachtelijk (o.a. een deel van bak- en zoetwaren) tot procesindustriële (o.a. suiker, bier, frisdrank, zuivel, meel, sigaretten). De bedrijfstak produceert veel met betrekkelijk weinig mensen en zet een groot deel van zijn productie in het buitenland af. Grote deelsectoren zijn vlees, vleesverwerking en zuivel (dierlijke voedingsmiddelen), bak- en zoetwaren, oliën en vetten (overige voedingsmiddelen).

De voedings- en genotmiddelenindustrie in 2010
4.000 ondernemingen
113.000 arbeidsjaren
€ 66 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010		Sectorsamenstelling naar omzet, 2010	
ondernemingen	1%	dierlijke voedingsmiddelenindustrie	28%
werkgelegenheid	2%	genotmiddelenindustrie	20%
omzet	5%	overige voedingsmiddelenindustrie	52%
exportwaarde	11%		
bruto toegevoegde waarde	4%		

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De voedings- en genotmiddelenindustrie van jaar op jaar

De ontwikkeling in de afgelopen paar jaar en de prognose voor het lopende en het komende jaar tonen herstel na de economische terugslag in 2009 als gevolg van de kredietcrisis. Vergeleken met andere industriële sectoren geeft de afzet van de voedings- en genotmiddelenindustrie zowel minder diepe dalen te zien als minder hoge pieken. Dit hangt samen met de aard van het product: de markt van voedingsmiddelen reageert minder heftig op conjunctuurbewegingen dan die van andere producten.

De prognose voor de economische ontwikkeling in de voedingsmiddelenindustrie is gunstiger dan die voor de genotmiddelenindustrie: daar krimpt het volume van de omzet in 2010, en ook nog licht in 2011, terwijl de voedingsmiddelenindustrie beide jaren duidelijk in de plus staat. De langere termijn trend in Nederland is er een van een afnemend alcohol- en sigarettengebruik.

Verder valt de gestaag teruglopende werkgelegenheid op in de bedrijfstak als geheel. Die ontwikkeling indiceert een voortgaande stijging van de arbeidsproductiviteit, met de crisis van 2008-2009 als aanjager voor productiviteitsverbeterende maatregelen. De voedings- en genotmiddelenindustrie is daarnaast de bestaande productiecapaciteit beter gaan benutten: er was overcapaciteit in de sector.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-1,25	1,75	1,50	1,25
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-0,75	-1,75	-2,25	-2,50
winst	35,00	3,75	5,00	2,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

¹ Bruto toegevoegde waarde tegen marktprijzen.

De voedings- en genotmiddelenindustrie in beweging

Er zit in het ondernemingenbestand van de voedings- en genotmiddelenindustrie minder verloop en beweging in termen van oprichting en opheffing van bedrijven dan gemiddeld in het bedrijfsleven. In deze industrie ligt de toetredingsdrempel weliswaar hoog door noodzakelijke investeringen en schaal, maar de dynamiek in de voedings- en genotmiddelenindustrie is ook minder dan elders in de industrie. Dit hangt samen met het door de bank genomen rijpe karakter van de markt. Het aantal faillissementen ligt in verhouding tot andere vormen van bedrijfsbeëindiging in de voedings- en genotmiddelenindustrie vrij hoog.

Het aantal bedrijven dat krimpt, dan wel groei van de omzet bij een afnemende werkgelegenheid ('groeikrimp') te zien geeft is groter dan gemiddeld in het bedrijfsleven. Het MKB in de voedings- en genotmiddelenindustrie scoort met betrekking tot productvernieuwing duidelijk bovengemiddeld. Meestal gaat het om betrekkelijk 'kleine' vernieuwingen: radicale innovaties komen in de bedrijfstak juist minder voor en het aandeel van bedrijven met eigen R&D is kleiner dan in de Nederlandse industrie als geheel. De Nederlandse voedingsmiddelenindustrie is een kern van de topsector agrofood, en maakt deel uit van een goed ontwikkelde kennisinfrastructuur, met onder andere de WUR¹ en innovatieprogramma's zoals 'Food & Nutrition Delta' waarin zowel grootbedrijf als MKB participeren.

Indicatoren van dynamiek, 2010	vgm-industrie	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	1,4%	2,1%
- nieuwe dochters	2,8%	6,8%
- totaal	4,3%	8,9%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	1,6%	0,6%
- overig	1,8%	6,0%
- totaal	3,4%	6,7%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	34%	38%
- gelijkblijvers	21%	28%
- (groei-)krimpers	44%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	47%	24%
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	16%	7%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	53%	39%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De voedings- en genotmiddelenindustrie naar schaalgrootte

Ondernemingen in de Nederlandse voedings- en genotmiddelenindustrie zijn gemiddeld vrij groot. Weliswaar hoort nog altijd tweederde tot het kleinbedrijf, dankzij een groot aantal brood- en banketbakkerijen, en verder ambachtelijke producenten van kaas, worst, ijs en dergelijke, maar de procesindustrie in de zuivel, bier-, frisdrank- en sigarettenindustrie legt voor het gemiddelde een groter gewicht in de schaal.

Nationale en internationale vergelijking laat zien dat de Nederlandse voedings- en genotmiddelenindustrie relatief grootschalig is. Dit blijkt ook uit het feit dat ruim driekwart van de toegevoegde waarde van de bedrijfstak wordt gerealiseerd in het grootbedrijf, met 100 of meer personeelsleden. Het midden- en kleinbedrijf heeft met 42% een veel groter aandeel in de werkgelegenheid. Dit is een gevolg van 'economies of scale', waarbij kleinere bedrijven zich toelagen op meer arbeidsintensieve producten.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	26
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	15,3
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	67%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	25%
- werkgelegenheid	42%
- bruto toegevoegde waarde	24%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de voedings- en genotmiddelenindustrie op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

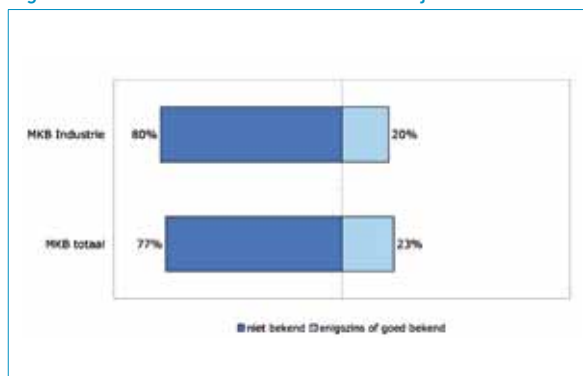
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij vooral wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid²

Eén op de vijf MKB-ondernemers in de industrie is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets hoger; 23% is ermee bekend.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de industrie met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

Eén op de acht MKB-ondernemers in de industrie heeft géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat één op de twee.

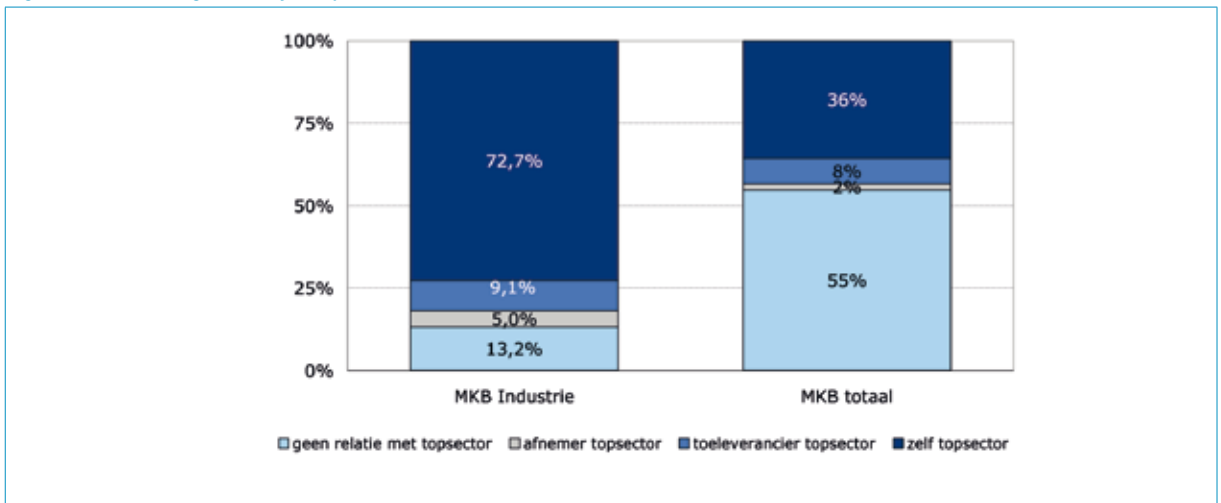
Bijna driekwart van het industriële MKB rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is aanzienlijk meer dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid⁴. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

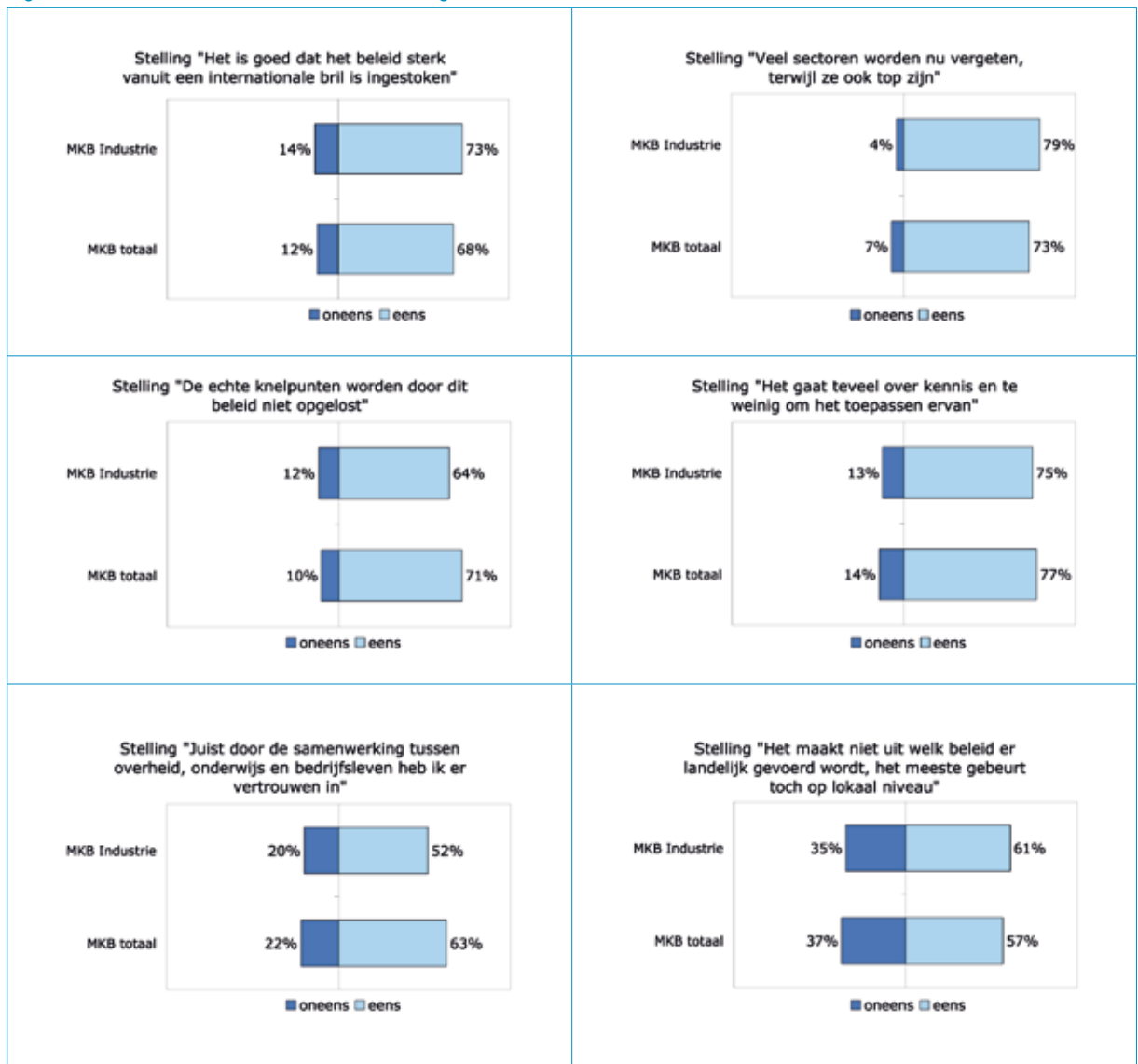
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen. Bijna driekwart onderschrijft de stelling.
- Ook een grote meerderheid (79%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- Bijna tweederde van de industriële MKB-ondernemers vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Op dit punt zijn zij positiever dan gemiddeld in het MKB.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. Zowel in de industrie als in het totale MKB is driekwart deze mening toegedaan.
- Ruim de helft van de MKB-ondernemers in de industrie (52%) zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is minder dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2: Relatie eigen bedrijf - topsector



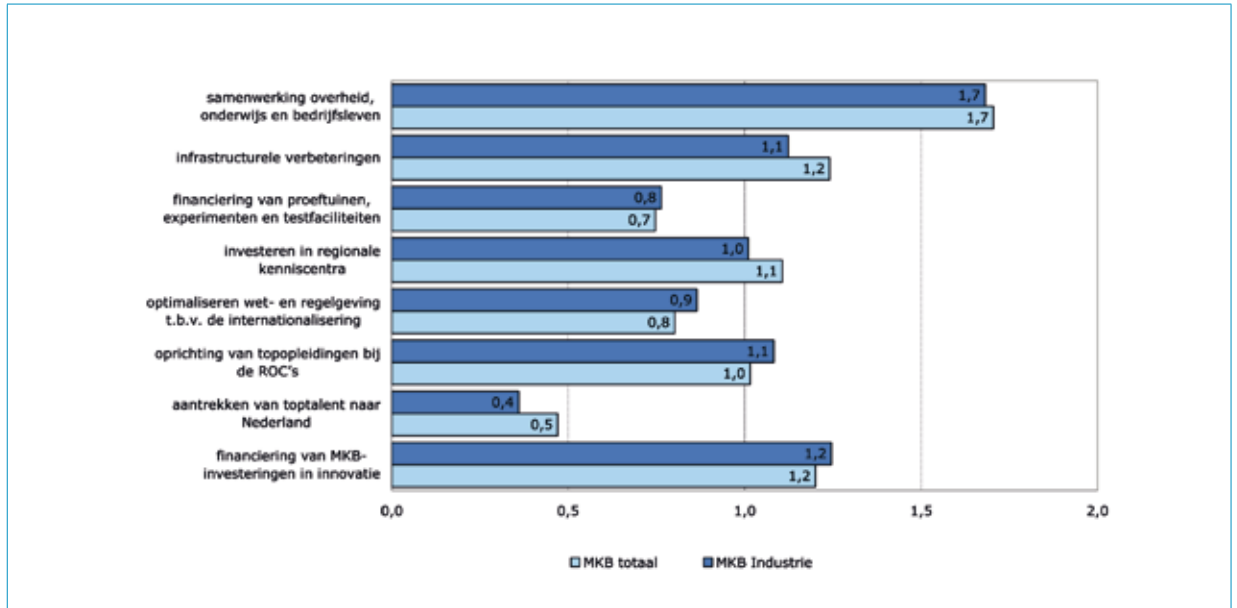
Bron: EIM, 2011

Figuur 3: Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen³



Bron: EIM, 2011

Figuur 4: Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid. De meerderheid is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. Dat het industriële MKB deze stelling nog wat vaker onderschrijft dan het totale MKB mag enigszins verrassend genoemd worden, gezien het feit dat de markt van industriële ondernemingen vaker regionaal en (inter)nationaal is dan lokaal.

Acties

Uit Figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf⁵.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgt financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen'. Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort echter het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt zeker voor het MKB, waardoor een hoge score op deze acties ook niet verwacht kon worden. Het valt ten slotte op dat de scores van het industriële MKB niet of nauwelijks afwijken van die van het totale MKB-gemiddelde.



De voedings- en genotmiddelenindustrie actueel

Wat staat de voedings- en genotmiddelenindustrie het komende half jaar te wachten? In het lopende en het komende jaar ligt volgens de EIM-prognoses een stijging van het omzetvolume in het verschiet. In de tweede helft van 2011 is die ruim 2%, en in 2012 nog altijd ruim 1%. De werkgelegenheid loopt in 2011 licht terug, maar in 2012 versnelt het tempo van de arbeidsuitstoot in de sector. Daarom zet de eerder al gesignaleerde ontwikkeling van een verder stijgende arbeidsproductiviteit in de Nederlandse voedings- en genotmiddelenindustrie door.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	0,50	2,25	1,25	1,25
werknemers (aantal)	-1,50	-1,25	-2,25	-3,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Voedings- en genotmiddelen: veel regels en controles

De voedings- en genotmiddelenindustrie koopt wereldwijd materialen in van plantaardige en dierlijke oorsprong, en verwerkt die tot producten die door mens en dier geconsumeerd worden. De volksgezondheid is dus in het geding, en voedselveiligheid en 'gezonde voeding' daarom een belangrijk onderwerp van overheidsbeleid. Biologische materialen zijn gevoelig voor aantasting en besmetting door schimmels, micro-organismen en insecten, en kunnen bij het vervoer ook nog eens in contact komen met uiteenlopende vormen van verontreiniging in scheepsruimen, op kades en in de laadruimte van vrachtwagens. Overgewicht, alcohol en roken zijn aan consumptie van voedings- en genotmiddelen gerelateerde risico's. Om die risico's te beheersen is een dicht web van regelgeving van kracht, variërend van hygiënevoorschriften (HACCP⁶), via registratie binnen de gehele logistieke keten, tot voorschriften voor informatie op etiketten en voor reclame en marketing. Vermindering van de wet- en regelgeving is niet te verwachten, gegeven de groeiende publieke aandacht voor gezondheid en de rol van voeding.

Uitstoot van arbeid, maar ook kans op tekorten

De vraag naar arbeid verandert in de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie. Weliswaar neemt de arbeidsproductiviteit toe en vermindert het aantal werknemers, maar de bedrijfstak krijgt ook te maken met een versnelde uitstroom. Tegelijk groeit de vraag naar gekwalificeerde levensmiddelentechnologen voor functies in R&D en kwaliteitszorg. Daar staat een bij potentiële sollicitanten wat bleek imago van het werk in de sector tegenover. Arbeidstekorten kunnen leiden

tot verplaatsing of outsourcing van R&D-activiteiten, en kunnen groei en concurrentiekracht van de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie daarmee aantasten.

Grondstoffenschaarste: nu een probleem, op termijn een kans

De groei van de wereldbevolking in de komende decennia, en de economische groei in landen als India en China zorgt voor een sterk toenemende vraag naar voedingsmiddelen en voor verschuivingen in die vraag naar meer 'luxe' producten. De beperkingen van het areaal voor agrarische productie en problemen bij de irrigatie daarvan gaan zorgen voor schaarste aan grondstoffen voor de voedingsmiddelenindustrie. Die schaarste tekent zich momenteel al af, en zorgt voor verhoging van inkooprijzen.

Op korte termijn tast dit in een deel van de sector de marges aan, omdat supermarktondernemingen gebruik makend van hun inkoopmacht doorberekening in de prijs niet of maar beperkt toestaan. Op langere termijn groeit de markt voor voedingsmiddelen. De Nederlandse sector kan daar van profiteren, mits voldoende wordt geïnvesteerd in nieuwe producten en procedés. De sector zelf zet daarbij in op producten met een hogere toegevoegde waarde en op duurzaamheid: meer hoogwaardig voedsel met minder gebruik van grondstoffen⁷.



De zakelijke dienstverlening 2011



Inhoudsopgave

De zakelijke diensten gepositioneerd	97
De zakelijke diensten van jaar op jaar	97
De zakelijke diensten in beweging	98
De zakelijke diensten naar schaalgrootte	99
De visie van de zakelijke diensten het nieuwe bedrijfslevenbeleid	100
De zakelijke diensten actueel	103

De zakelijke diensten doen het economisch gezien vrij goed. De sector is relatief jong, innovatief en flexibel. Deze eigenschappen zorgen ervoor dat de sector de roerige tijden aan kan. Toch staan veel branches voor grote uitdagingen: omgaan met margedruk, reductie van de overhead, new business, structurele vraaguitval, social media, management van de flexibele schil, zzp'ers, fusies en overnames. Schaalvergroting en schaalverkleining. De zakelijke dienstverlening staat voor variatie in overvloed.

¹ Visie op zakelijke dienstverlening (ABN-Amro, 2011)

² Kwartaalbericht Zakelijke Dienstverlening (ING, 2011)

³ Accountancynieuws, 2011

⁴ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die tenminste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid.

⁵ De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".

⁶ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.

⁷ Visie op zakelijke dienstverlening (ABN-Amro, 2011)

De zakelijke dienstverlening gepositioneerd

In de zakelijke diensten zijn ruim 202.000 bedrijven actief. Hiertoe behoren veel zzp'ers en kleine bedrijven. Zij zijn ook grotendeels verantwoordelijk voor de relatief sterke toename van het aantal bedrijven in de sector. Vergeleken met 2009 is dit aantal met 24.100 gestegen (+12%).

Het is een zeer gevarieerde sector van uitzendbureaus, accountantskantoren, marketingbureaus, advocaten, notarissen, schoonmaakbedrijven en ICT-dienstverleners. De juridische en economische diensten vormen qua omzet de grootste te onderscheiden branche met een omzetaandeel van 22% omzetaandeel, gevolgd door de uitzendbureaus met een omzetaandeel van 14%. De kleinschaligheid van de zakelijke diensten komt tot uitdrukking in de sectorbijdrage aan de totale omzet van het Nederlandse bedrijfsleven. Deze is 'slechts' 9%.

De zakelijke diensten in 2010

202.000 ondernemingen
1.100.000 arbeidsjaren
€ 126 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010

ondernemingen	26%
werkgelegenheid	23%
omzet	9%
exportwaarde	7%
bruto toegevoegde waarde	20%

Sectorsamenstelling naar omzet, 2010

uitzendbureaus	14%
juridische-/economische diensten	22%
architecten- en ingenieursbureaus	11%
marketingbureaus	9%
overige zakelijke diensten	44%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De zakelijke dienstverlening van jaar op jaar

De ontwikkeling van de zakelijke diensten is net zo gevarieerd als de samenstelling van de sector, hoewel alle branches in 2010 en 2011 een omzetgroei laten zien. De uitzendbranche is koploper qua omzetontwikkeling en profiteert van het feit dat steeds meer bedrijven in Nederland hun flexibele schil uitbreiden en daarmee de vraag naar arbeidsbemiddeling toeneemt. Door het werken met tijdelijke arbeidscontracten kunnen bedrijven kosten besparen en beter inspelen op veranderde economische omstandigheden. Volgens EIM-prognoses zal het omzetvolume van de uitzendbureaus in 2011 met 12% stijgen.

Een zeer positieve ontwikkeling is er ook voor de advocatenkantoren. De vraag naar hun diensten neemt toe als gevolg van de juridisering en verzakelijking van het ondernemen, het toenemende aantal claims, faillissementen en arbeidsrechtzaken en een groei in het aantal fusies en bedrijfsovernames. Hiernaast kan de uitvaartbranche genoemd worden als economische activiteit met een bovengemiddelde groei. Dit is toe te schrijven aan de stijging van het aantal sterfgevallen in de afgelopen paar jaar en aan het feit dat bedrijven aanvullende activiteiten zijn gaan ondernemen, waaronder

uitvaartverzekeringen¹. Tot slot gaat het met de keuring- en controlediensten zeer goed, wat deels op disconto komt van de toegenomen wet- en regelgeving. Qua omzetontwikkeling vormen de adviseurs van de overheid hekkesluis. Door grote bezuinigingen bij ministeries en gemeenten is de vraag naar externe adviseurs en interimmanagers vanuit deze hoek volledig ingestort. Grote detacherings- en consultancybureaus snijden nu in hun personeel, kleine bureaus verdwijnen uit de markt en zzp'ers zien hun tarieven dalen. Architecten- en ingenieursbureaus hebben het daarnaast ook relatief zwaar. Voor hen lijkt het herstel in de bouwsector maar niet te komen. De overige branches in de zakelijke diensten 'plussen' momenteel 2 tot 3% in omzet.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-6,00	-2,25	0,75	1,25
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-4,25	-2,50	2,00	0,75
winst	-9,25	-0,25	0,25	5,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De zakelijke dienstverlening in beweging

De bedrijvendynamiek - het geheel van oprichtingen, opheffingen, groei en krimp van bedrijven - is in de zakelijke diensten groot. Het aantal oprichtingen ligt hoger dan in het totale bedrijfsleven (11,6% t.o.v. 8,9%), wat zoals gezegd voor het grootste deel zzp'ers betreft. In 2010 werden 24.100 starters in de sector welkom geheten. Dat is een stijging met 12% ten opzichte van het jaar daarvoor (in het totale bedrijfsleven groeide het aantal met 4%).

Het aantal opheffingen ligt in de zakelijke diensten lager dan in het totale bedrijfsleven (5,6% t.o.v. 6,7%).

De sector heeft meer bedrijven die als 'groeier' en minder bedrijven die als 'krimper of groeikrimper' getypeerd kunnen worden, dan gemiddeld in het bedrijfsleven. Dit is wederom een indicatie dat de zakelijke diensten er relatief goed voor staan.

Ondernemers in de zakelijke diensten zijn innovatiever dan gemiddeld in het bedrijfsleven. Zij ontwikkelen vaker

nieuwe producten of diensten en vernieuwen vaker hun interne bedrijfsprocessen. Dit is niet zo vreemd gezien het jeugdige en creatieve karakter van de sector. De grijze werknemersdruk (verhouding van het aantal 50- en 60-jarigen t.o.v. het aantal 30- en 40-jarigen) is laag en sommige branches trekken specifiek veel jonge mensen aan, waaronder reclamebureaus en IT-bedrijven. Relatief veel banen zijn pas in de laatste decennia ontstaan². Vernieuwing vraagt om creativiteit. In de sector is dit vooral te vinden bij de architectenbureaus, reclamebureaus en IT-bedrijven.

De toetreding van nieuwe ondernemers werkt ook positief op het innovatievermogen van de zakelijke diensten. Dit effect wordt versterkt door het feit dat in veel markten sprake is van vraaguitval, de concurrentie erg groot is en de prijzen onder druk staan. De noodzaak om nieuwe markten aan te boren, nieuwe producten te brengen en werkprocessen efficiënter te maken zorgt voor extra dynamiek in de sector.

Indicatoren van dynamiek, 2010	zakelijke diensten	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	8,6%	6,8%
- nieuwe dochters	3,0%	2,1%
- totaal	11,6%	8,9%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,6%	0,6%
- overig	5,0%	6,0%
- totaal	5,6%	6,7%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	47%	38%
- gelijkblijvers	27%	28%
- (groei-)krimpers	26%	34%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	26%	24%
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	15%	7%
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	41%	39%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De zakelijke diensten naar schaalgrootte

De sector kenmerkt zich door veel kleinschalige bedrijven. Dit blijkt ook uit de cijfers in 2010: een gemiddelde onderneming telt 5 arbeidsjaren en heeft een omzet van circa € 600.000. In 2009 lagen beide kengetallen iets hoger (6 arbeidsjaren en € 700.000 omzet). Van invloed op de daling zijn onder andere de groei van het aantal zzp'ers en het inkrimpen van de grotere bedrijven als gevolg van de economische crisis.

Ook hier zien we grote verschillen tussen de branches. De juridische en economische dienstverleners opereren relatief kleinschalig (36% van de ondernemingen zorgen voor 19% van de werkgelegenheid en 22% van de omzet in de sector). De uitzendbureaus opereren echter relatief grootschalig (4% van de ondernemingen zorgen voor 36% van de werkgelegenheid en 14% van de omzet in de sector).

De variatie in schaalgrootte is binnen de branches ook erg groot. Zo kent iedereen de Big Four in de accountancy: Deloitte, PwC, Ernst & Young en KPMG. Zij hebben wereldwijd meer dan 600.000 mensen in dienst en bieden meer dan 90% van alle grote ondernemingen in Nederland³. Tegelijkertijd komen veel eenmanskantoren op en zoeken middelgrote bedrijven expansie om de

dominantie van de Big Four te doorbreken. Fusies en overnames zijn aan de orde van de dag.

In de reisbranche en uitzendbranche draait het eveneens om een beperkt aantal grote aanbieders met daar omheen een aantal kleine aanbieders. Die kleine aanbieders richten zich vaak op nichemarkets, zitten in de online verkoop en worden geleid door nieuwe ondernemers.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	5
gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 0,6
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	93%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	60%
- werkgelegenheid	58%
- bruto toegevoegde waarde	57%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de zakelijke diensten het nieuwe bedrijfslevenbeleid

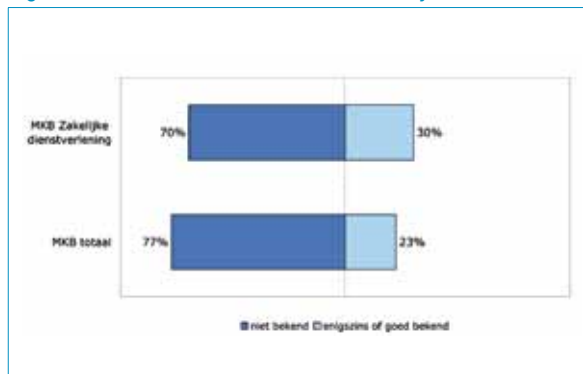
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij met name wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Bijna één op de drie MKB-ondernemers in de zakelijke dienstverlening is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage lager; 23% is ermee bekend. Zie Figuur 1.

Figuur 1: Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de zakelijke dienstverlening met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

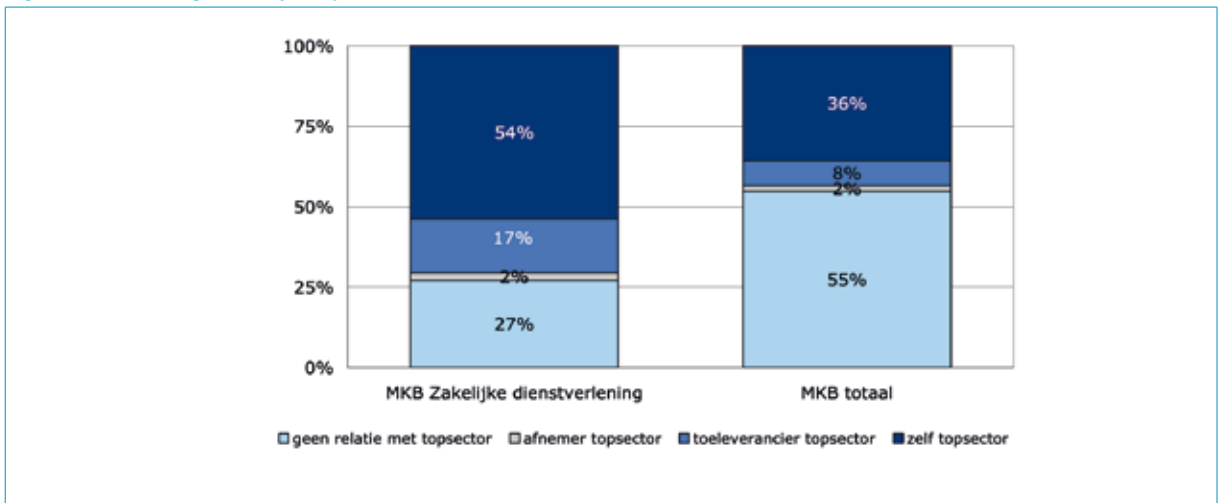
Ruim de helft van de zakelijke dienstverleners in het MKB (54%) vindt zijn eigen sector een topsector. Bij het totale MKB is dat ruim een derde. Daarnaast levert nog eens 17% van hen aan bedrijven die tot een van de topsectoren behoren. Ook dat is in het totale MKB veel minder. 'Slechts' een kwart van de zakelijke dienstverleners heeft geen enkele relatie met de topsectoren.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid⁴. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

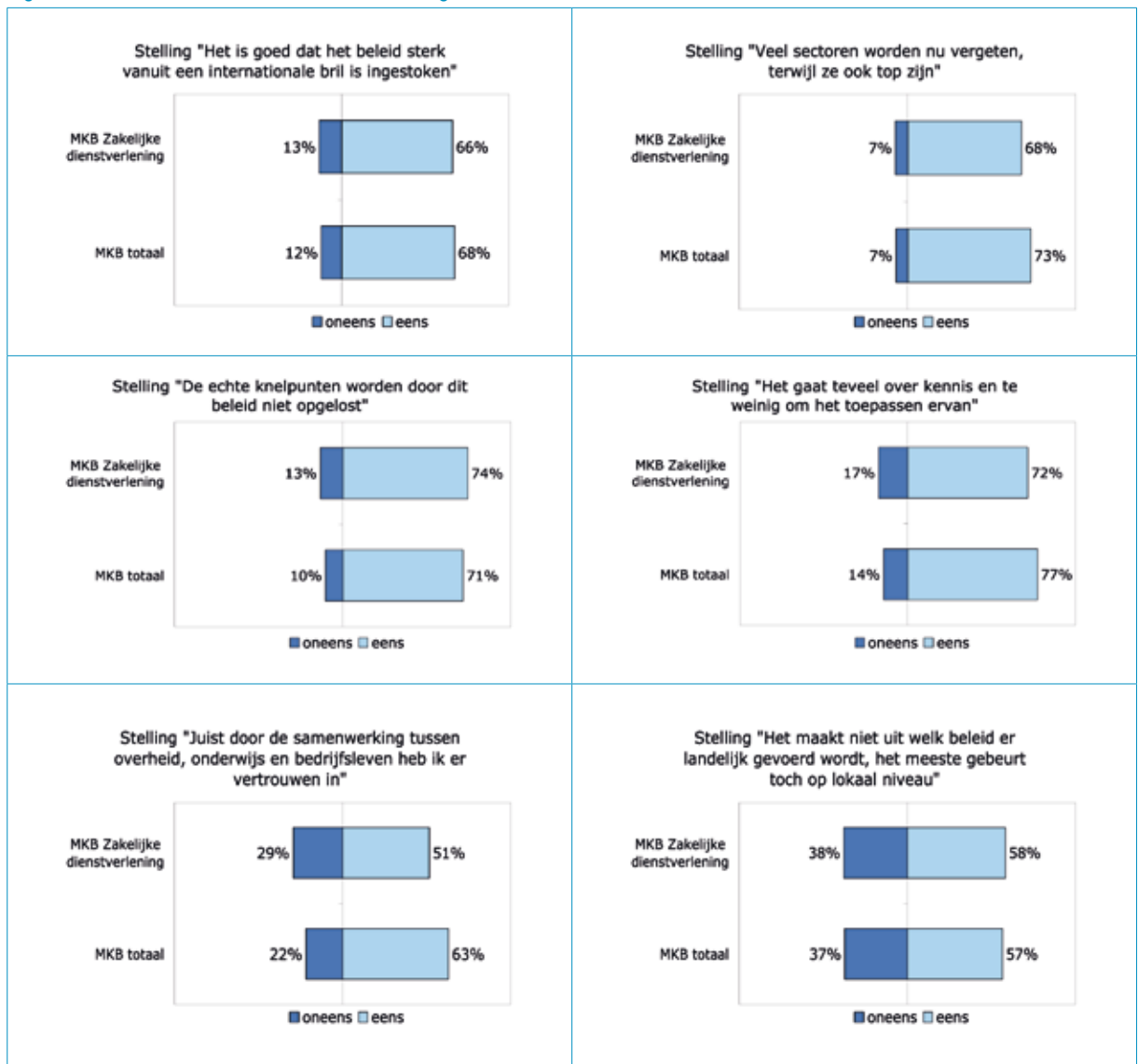
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op instemming van tweederde van het MKB in de zakelijke diensten rekenen.
- Een even grote groep ondernemers onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- Driekwart van het MKB in de zakelijke diensten vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. In de zakelijke dienstverlening is 72% deze mening toegedaan. In het totale MKB is dat percentage iets hoger.
- De helft van de MKB-ondernemers in de zakelijke dienstverlening (51%) zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is minder dan gemiddeld in het MKB (63%).
- Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid: 58% is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. Dat is een even grote groep als gemiddeld in het MKB.

Figuur 2: Relatie eigen bedrijf - topsector



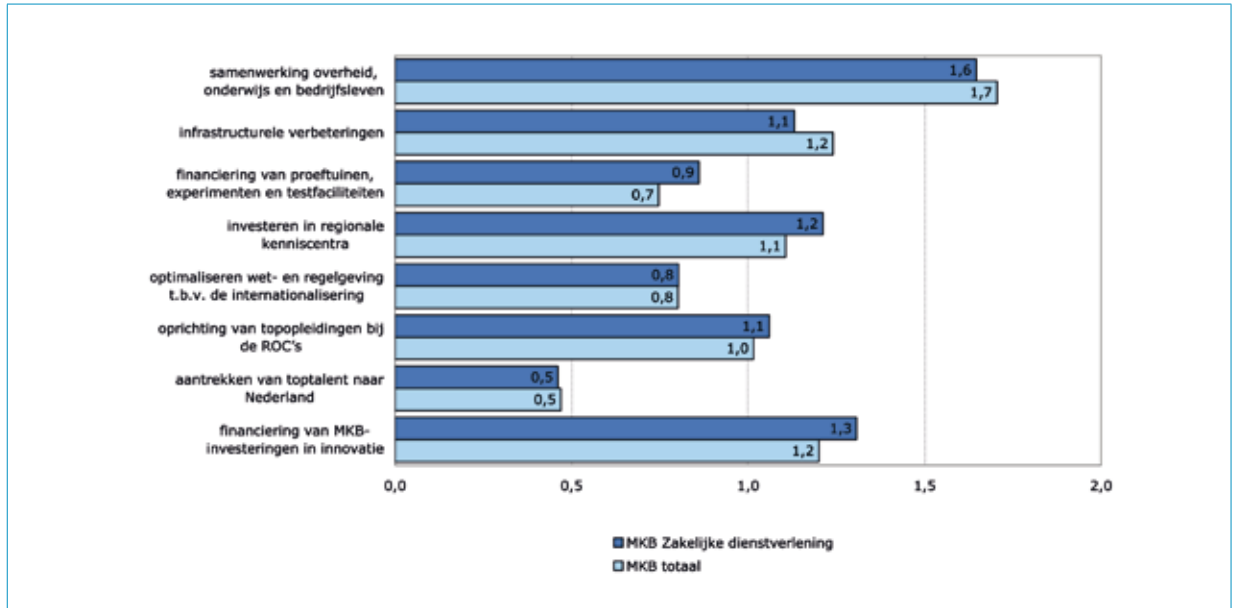
Bron: EIM, 2011

Figuur 3: Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen⁵



Bron: EIM, 2011

Figuur 4: Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Acties

Uit Figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf⁶.

MKB-ondernemers in de zakelijke dienstverlening kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven. Dit aspect wordt in deze sector belangrijker gevonden dan gemiddeld in het MKB. Hetzelfde geldt voor de infrastructuurverbeteringen die ook hoog scoren op

hun relevantie voor de zakelijke dienstverlening.

Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort echter het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft.

Het valt ten slotte op dat de scores van de zakelijke dienstverleners op een flink aantal aspecten lager zijn dan gemiddeld in het MKB.



De zakelijke diensten actueel

Wat staat de zakelijke diensten het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2012 zal volgens EIM-prognoses het volume van de omzet met 1% toenemen en de werkgelegenheid met een 0,5%. In de tweede helft van 2012 zal de groei iets sterker zijn.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	0,50	1,50	1,00	1,50
werknemers (aantal)	1,25	3,25	0,50	0,75

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Strijd met en om zzp'ers

In de zakelijke diensten gaan zzp'ers in de flexibele schil van bedrijven een steeds grotere rol spelen. De verwachting is dat door vergrijzing van de beroepsbevolking op termijn de schaarste onder hoog opgeleid personeel zich voor zal doen. Bedrijven zullen dan nog meer aanspraak moeten doen op hun netwerk en gebruik moeten maken van de diensten van zzp'ers. Deze zzp'ers krijgen dan een grotere keuze uit werkgevers en hun positie wordt steviger. Echter, vooralsnog zet de economische groei niet echt door en kunnen de meeste ondernemers hun personeelsbestand nog op niveau houden. De strijd is momenteel meer gericht met de zzp'er dan om de zzp'er.

Grote en middelgrote kantoren in onder meer de accountancy, advocatuur, marktonderzoek en consultancy zien namelijk in toenemende mate opdrachten naar éénpitters gaan. Hierdoor wordt er meer op prijs geconcurrerd, zeker als het om opdrachtgevers vanuit de bezuinigende overheid gaat.

Focus op efficiency en terugdringen overhead

In veel branches staan de tarieven onder druk. Bij onderzoeks- en adviesbureau is sprake van een grote vraaguitval. Vrijwel overal worden lagere omzetprognoses gesteld dan voorheen en bij grote kantoren lopen formaties terug.

Uit onderzoek van Berenschot blijkt dat er nu flink gesneden wordt in de overhead, vooral door de juridische en financiële dienstverleners die een relatief hoge overhead kennen. De IT-branche ging hen al voor in dit proces en zit nu in een veel lagere overhead. Naast het reduceren van indirecte functies en andere overheadkosten, worden andere efficiency- en margeverbeterende maatregelen genomen (flexibiliteit, het nieuwe werken, marketing, business development).

Gebruik van social media

Kennisintensieve zakelijke dienstverleners zijn sterk vertegenwoordigd op social media als LinkedIn, Twitter Hyves en Facebook. Meer dan de helft van alle management adviesbureaus en accountancybureaus is op alle vier genoemde media aanwezig. In de advocatuur wordt is dat iets lager (daar wordt minder getwittert en 'gefacebookt'). Dit heeft mogelijk te maken met het feit dat de ondernemingen in de zakelijke diensten een directe klantrelatie hebben. Ook het feit dat social media een efficiënte manier van personeelswerving is en het businessmodel kan versterken, speelt mee deze hoge scores. De meeste bedrijven zijn overigens (nog) passief aanwezig, zo blijkt uit onderzoek van ING Economisch Bureau. Het actieve gebruik neemt wel toe.

Malafide uitzendbureaus

In ons land zijn in de uitzendbranche ondernemingen actief die met werknemers uit Midden- en Oost-Europa (arbeidsmigranten) werken en het niet zo nauw nemen met de wet- en regelgeving. Zij betalen vaak minder dan het minimumloon, keren geen vakantiegeld uit, dragen geen pensioenpremie af en de CAO wordt niet (volledig) nageleefd. Zij leveren veel werknemers in de land- en tuinbouwsector, waar de bedrijven al lange tijd niet meer voldoende Nederlandse arbeidskrachten kunnen aantrekken. Er zijn schattingen dat het om enkele duizenden malafide uitzendbureaus gaat. Het lidmaatschap van de brancheorganisatie ABU, het keurmerk van de Stichting Normering Arbeid en de NEN 4400-1 certificering scheiden de bonafide uitzendbureaus van de malafide scheiden.

Hoogtij voor deurwaarders en incassobureaus

Bij economisch laagtij floreert de deurwaarders- en incassobranche. Veel bedrijven gaan dan over tot uitbesteding van hun debiteurenbeheer, waarmee zij hun liquiditeitspositie veilig willen stellen.

Dit is in de afgelopen twee jaar ook gebeurd. Het aantal incasso-opdrachten bij particulieren is gestegen, omdat steeds meer huishoudens in de schulden zijn gekomen door de gestegen werkloosheid. Het grotere aantal opdrachten is gunstig, maar leidt ook tot grotere voorfinancieringen en hogere risico's voor de bureaus. Daarnaast moeten de bureaus meer handelingen verrichten om de vorderingen te innen. Hierdoor daalt hun marge. Bovendien hebben de incassobureaus door de lage toetredingsdrempel met een relatief zware concurrentie (van kleine bureaus met 1 of 2 werkzame personen) te maken⁷.





Dit onderzoek is gefinancierd door het programmaonderzoek MKB en Ondernemerschap (www.ondernemerschap.nl)
Voor alle informatie over MKB en Ondernemerschap: www.ondernemerschap.nl
De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

COLOFON

ISBN nr. 978-90-371-1033-3

Dit rapport is een uitgave van EIM en programmaonderzoek MKB en Ondernemerschap en is onderdeel van de reeks Ondernemen in sectoren.

EIM B.V., Bredewater 26, Postbus 7001, 2701 AA Zoetermeer
T 079 343 02 00, F 079 343 02 02, E info@eim.nl, W www.eim.nl