

# De groothandel

## Sectorbeschrijving

18 oktober 2013



---

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>2</b>
<b>Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>1. Werkgelegenheid en vacatures</b>	<b>6</b>
1.1. Werkgelegenheid in vogelvlucht	6
1.2. Vacatures in de groothandel	11
<b>2. Trends</b>	<b>14</b>
2.1. Economische trends	14
2.2. Arbeidsmarktrends	22
<b>3. Tekorten en overschotten</b>	<b>30</b>
3.1. Huidige situatie	30
3.2. Toekomst tot 2016	32
<b>4. Kansen</b>	<b>34</b>
4.1. Instroomprofiel	34
4.2. Kansen voor studenten en gediplomeerden	35
4.3. Kansen voor niet-werkend werkzoekenden (NWW'ers)	40
4.4. Kansen van uitstromers	42
4.5. De regio centraal	43
4.6. Conclusies en aanbevelingen	46
Bijlage I <b>Sociale organisatie in de groothandel</b>	<b>48</b>
Bijlage II <b>Verslag brainstorm- en netwerksessie groothandel</b>	<b>52</b>
Bijlage III <b>Literatuurlijst</b>	<b>58</b>
<b>Colofon</b>	<b>60</b>

---

# Samenvatting

## Werkgelegenheid blijft ondanks de crisis groeien

Groothandelsbedrijven leveren aan bedrijfsmatige afnemers goederen die buiten de eigen onderneming zijn vervaardigd. Zij treden op als intermediair die vraag naar en aanbod van een bepaald type goederen bij elkaar brengt en die voor zijn afnemers deels de functie van voorraadbeheer vervult.

Als grootste in- en uitvoerder neemt de groothandel bijna 40 procent van de totale goederen in- en uitvoer voor zijn rekening en is daarmee een enorme waardegenerator voor de Nederlandse economie: de omzet bedraagt bijna € 420 miljard. In de groothandel werkten in 2012 ruim 520.000 personen. De sector kent in dat jaar 470.000 werknemers en 51.000 zelfstandigen. De werkgelegenheid in de sector groothandel is ondanks de crisis blijven groeien. Vooral het aantal zelfstandigen is met een groeipercentage van ruim 6 procent sinds 2005 fors toegenomen.

UWV verwacht dat het aantal banen in de groothandel ook de komende jaren zal blijven stijgen, al ligt het groeitempo lager dan in voorgaande jaren. In 2018 zijn er naar verwachting 500.000 banen van werknemers, terwijl het aantal zelfstandigen ook toeneemt, met zo'n 5%.

## Veel vaste banen op middelbaar en hoger niveau in de groothandel

In de sector groothandel werken meer mannen dan vrouwen. Wel is het aantal vrouwen de afgelopen jaren sterker gestegen dan het aantal mannen. Inmiddels is ruim 30 procent van de werkzame personen vrouw. Wat daarbij ook opvalt, is dat het in de sector groothandel gaat om 'grote banen'. Dat betekent dat de gemiddelde werkweek in de groothandel voor mannen 34 uur bedraagt en voor vrouwen 27 uur. Het percentage flex in de groothandel is met een range van 3 tot 6 procent zeer beperkt.

Het gemiddelde opleidingsniveau in de groothandel is betrekkelijk hoog in vergelijking met andere sectoren. Slechts een beperkt deel van de (technisch) commerciële medewerkers in de groothandel beschikt niet over een startkwalificatie. Daarnaast ligt bijna een derde van de banen op elementair en lager niveau, zoals die van laders, lossers, magazijnmedewerkers en inpakkers.

Er werken gemiddeld zeven personen in een groothandel, waarvan zes werknemers. Daarmee kenmerkt de sector zich door kleinschaligheid.

## Na dramatische terugval gaat de komende jaren het aantal vacatures weer groeien

Was na de hausse in 2007 sprake van een dramatische terugval in het aantal vacatures (van 84.000 naar 43.000), daarna krabbelde de sector weer licht op (50.000 vacatures in 2011), waarna het aantal vacatures wederom daalde in 2012 (40.000 vacatures). Met name de binnenlandse groothandel, die sterk verbonden is met en afhankelijk van de investeringsmarkt en consumptieve bestedingen, heeft het zwaar te verduren. De grootste daling aan vacatures doet zich voor op lagere beroepsniveaus: magazijnmedewerkers, vrachtwagenchauffeurs en heftruckchauffeurs. Het aantal openstaande vacatures in het hogere segment laat stijging zien: inkopers, commercieel-administratief medewerkers en leidinggevenden inkoop en verkoop.

UWV verwacht dat het aantal vacatures in de groothandel de komende jaren weer licht zal stijgen zodat tussen 2015 en 2018 een gemiddeld niveau van 50.000 ontstane vacatures per jaar wordt bereikt. Dat ligt evenwel nog ver onder het niveau van de topjaren van voor de crisis.

## Er verandert veel in de groothandel

Van oudsher is de groothandel ook financier van veel ketens. De groothandel wordt steeds vaker gedwongen tot het nemen van meer risico in de keten. Dan neemt de groothandel het risico over van de ketenpartners terwijl daar niets of weinig tegenover staat. De groothandel is lang het toonbeeld geweest van weinig faillissementen. Mede door het nemen van meer risico's in de keten neemt ook het aantal faillissementen in de groothandel toe.

Er verandert veel in de groothandel. Voorbeelden hiervan zijn: concentratie en centralisatie van processen, minder fysieke vestigingen, langere bedrijfstijden, van onechannel naar multichannel (online bestellen en fysiek in de winkel door merchandisers), toevoegen van waarde in de keten (door verticale of horizontale integratie), de rol van automatisering en ict (van kassa-automatisering tot het volgen van het product in de keten, robotisering van magazijnen) en meer focus op risicobeheersing.

---

## **Inhoud van functies en samenstelling werkgelegenheid wordt anders**

Dat heeft ook invloed op de inhoud van functies en het functiegebouw. De werkgelegenheid in de sector Groothandel blijft op peil, maar de kernbezetting in de groothandel wordt beperkter en er worden meer taken en activiteiten geoutsourcet, bijvoorbeeld rond ICT. Er is ook sprake van verandering in functies: meer ICT, meer automatisering, meer technisch personeel en commercieel technisch talent dat in de huid van de klant kan kruipen, verenigd in één functie. Andere functies verdwijnen deels (vorkheftruck, orderpickers, caissières). Het functiegebouw schuift omhoog. En er is behoefte aan meer focus op kennis van vreemde talen.

## **Schaarste in commerciële functies en bij productspecialisten**

Uit de sectorbeschrijving komt ook naar voren dat bevroegde groothandels – ondanks de crisis – schaarste zien voor een aantal functies in de groothandel. Groothandels zien vooral schaarste bij commercieel-technische medewerkers, technisch/productmanagement, productspecialisten die zowel technisch, commercieel en adviesvaardig moeten zijn en teamleiders/ eerstelijns-managers. Relatief weinig schaarste wordt ervaren op het gebied van staffuncties op hbo/wo-niveau, arbeidsintensief productiewerk en op het gebied van logistieke activiteiten. De sectorbeschrijving groothandel laat zien dat er tot 2016 grote wervingsproblemen zijn voor technisch-commercieel medewerkers. Dit is een beroepsgroep die daarmee de komende jaren goede arbeidsmarktperspectieven laat zien.

## **Aantal MBO- studenten gestegen maar krimp verwacht in komende jaren**

In het schooljaar 2012/2013 volgen ruim 11 duizend mbo-studenten een opleiding voor de groothandel. Dit is 32 procent meer dan in het jaar daarvoor. Deze toename wordt vooral veroorzaakt door een stijging van het aantal BBL-studenten van de opleidingen Assistent logistiek medewerker en Logistiek medewerker. Een andere sterke stijging vond plaats bij deelname aan de BOL-opleiding (junior) Accountmanager. Het totaal aantal mbo-studenten dat een groothandelsopleiding volgt, neemt naar verwachting de komende jaren af.

De perspectieven op werk zijn in het algemeen 'goed' voor gediplomeerde schoolverlaters die de arbeidsmarkt opstromen. In de groothandel zijn voor de meeste opleidingen ook meer dan voldoende stageplaatsen beschikbaar.

## **Forse stijging NWW-bestand duidt op ruime arbeidsmarkt**

De meeste niet-werkende werkzoekenden (NWW'ers) staan ingeschreven voor het beroep commercieel-administratief medewerker verkoopafdeling, voor vrachtwagenchauffeur, voor verkoper groothandel en voor handmatig inpakker. Overigens komen veel beroepen uit de groothandel ook in andere sectoren voor. De grootste stijging van het aantal NWW'ers is te zien bij de managers groot-/ detailhandel (+64 procent), inkopers (hoger, +62 procent) en vertegenwoordigers van technische producten (+61 procent). Gedeeltelijk arbeidsgeschikten zoeken vooral – en in toenemende mate – werk als handmatig inpakker en vrachtwagenchauffeur.

De spanningsindicator geeft een goede indicatie van overschotten en tekorten. De spanningsindicator toont dat er in 2013 voor bijna alle beroepen in de groothandel sprake is van een (zeer) ruime arbeidsmarkt. In de loop van de periode 2011-2013 is die arbeidsmarkt ook steeds ruimer geworden. In 2012 was de arbeidsmarkt nog krap voor de volgende beroepen: lader, lossen, magazijnknecht; bezorger, koerier; inkoper; vertegenwoordiger niet eerder genoemd (neg) en vertegenwoordiger technische producten.

## **Veel mogelijkheden voor zij-instroom**

Het volume instroom in de groothandel bedroeg in 2010 ruim 75.000. Dat is afgezet tegen de omvang van de werkgelegenheid zo'n 19 procent en ligt ruim boven het landelijke gemiddelde voor alle sectoren (16 procent). In vergelijking met andere sectoren zijn veel instromers in de groothandel afkomstig uit een andere sector. De instroom van schoolverlaters in een baan in de groothandel ligt met 8-9 procent veel lager dan het landelijke gemiddelde (17 procent). De instroom vanuit een uitkering ligt iets lager dan het landelijke gemiddelde van alle sectoren.

## **Arbeidsmarktperspectieven naar regio zeer verschillend**

De arbeidsmarktperspectieven in de sector Groothandel zijn heel gunstig in de volgende arbeidsmarktregio's: Food Valley, Rivierenland, Flevoland, Midden-Holland en Drechtsteden. De arbeidsmarktperspectieven in de sector Groothandel zijn gunstig in de volgende arbeidsmarktregio's: Zuid-Gelderland, Groot-Amsterdam, Haaglanden, Zuid-Holland Centraal en Midden-Brabant. De arbeidsmarktperspectieven in de sector Groothandel zijn minder gunstig in IJsselvechtstreek en Twente. De arbeidsmarktperspectieven in de sector Groothandel zijn veel minder gunstig in de volgende arbeidsmarktregio's: Groningen, Friesland, Drenthe, Stedendriehoek, Midden-Gelderland, Achterhoek, Gooi- en Vechtstreek, Noord-Holland Noord, Zuid-Kennemerland, Zeeland en de drie Limburgse arbeidsmarktregio's. De andere arbeidsmarktregio's laten een gemiddeld beeld zien.

---

# Inleiding

In tijden van crisis is het van belang om te weten waar zich werkgelegenheidsmogelijkheden aandienen. In vrijwel elke sector van de economie – of het nu om een krimp- of groeisector gaat – doen zich tegelijkertijd overschotten en tekorten voor, in verschillende beroepen of regio's. Kennis over die te verwachten tekorten en overschotten kan voorkomen dat vacatures onnodig lang openstaan of dat mensen onnodig werkloos worden of blijven.

UWV maakt samen met werkgevers-, werknemersorganisaties en arbeidsmarktdeskundigen beschrijvingen van meer dan twintig sectoren. Dit project wordt begeleid door een landelijke klankbordgroep, waarin – naast UWV – landelijke werkgevers- en werknemersorganisaties, VNG en de stichting Samenwerking Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB) zitting hebben.

Deze sectorbeschrijvingen bieden een actueel beeld van de overschotten en tekorten en van kansen en mogelijkheden voor (bijvoorbeeld) doelgroepen. Ook geven de sectorbeschrijvingen inzicht in trends op de arbeidsmarkt, in de samenstelling en (toekomstige) ontwikkeling van de werkgelegenheid en van het aantal vacatures. De sectorbeschrijvingen bieden daarnaast een beeld van de samenstelling en ontwikkeling van het arbeidsaanbod.

Alle beschrijvingen worden gepubliceerd op [www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie](http://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie) en zijn bedoeld voor arbeidsmarktprofessionals van gemeenten, brancheorganisaties, bonden, opleidingsinstellingen, (grote) werkgevers, uitzendbureaus et cetera.

Deze sectorbeschrijving van de groothandel is een coproductie van UWV en Kenniscentrum Handel. De focus ligt in deze beschrijving op de arbeidsmarktontwikkelingen in de sector groothandel en is mede gebaseerd op rapporten en informatie van het Kenniscentrum Handel, van het Nederlands Verbond van de Groothandel (NVG), van andere brancheorganisaties, van Panteia/EIM, van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), banken (Rabobank en ING) en van UWV.

Kenniscentrum Handel heeft als sectorale verbinder samen met UWV een brainstorm & netwerk bijeenkomst georganiseerd om belangrijke bijdragen te vergaren van 25 sectordeskundigen.

In hoofdstuk 1 wordt een beeld geschetst van de actuele werkgelegenheid, de werkgelegenheidsprognose en de ontwikkeling van het aantal vacatures. In hoofdstuk 2 zijn markante trends in de groothandel beschreven. Hoofdstuk 3 geeft een overzicht van (toekomstige) overschotten en tekorten. Hoofdstuk 4 beschrijft de kansen en mogelijkheden die de groothandel aan doelgroepen biedt en de uitstroomperspectieven voor (potentieel) boventallig personeel.

Bijlage 1 geeft een beeld van de sociaaleconomische organisatie van de groothandel (cao's, kennisorganisaties, werkgevers- en werknemersorganisaties, links naar interessante sociaaleconomische informatie en arbeidsmarktinformatie). Bijlage 2 beschrijft de resultaten van de Brainstorm- en netwerksessie, die in juni 2013 met deskundigen uit de sector groothandel is gehouden. Bijlage 3 bevat de literatuurlijst.



# 1. Werkgelegenheid en vacatures

## 1.1. Werkgelegenheid in vogelvlucht

### 1.1.1. Introductie

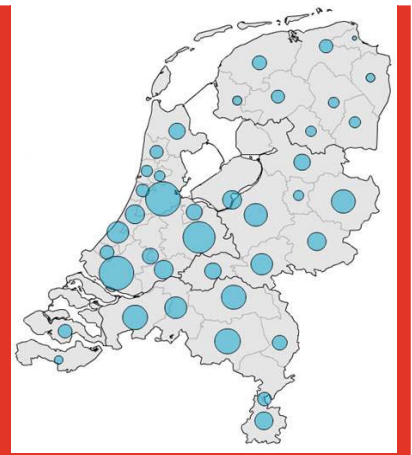
Groothandelsbedrijven leveren aan bedrijfsmatige afnemers goederen die buiten de eigen onderneming zijn vervaardigd. Zij treden op als intermediair die vraag naar en aanbod van een bepaald type goederen bij elkaar brengt en die voor zijn afnemers deels de functie van voorraadbeheer vervult. Vier grote productgroepen zijn: investeringsgoederen (machines en apparatuur), consumptiegoederen, intermediaire goederen (o.a. brandstoffen, chemicaliën en diverse grondstoffen) en voedings- en genotmiddelen. Het aandeel van de groothandel in het Nederlandse bedrijfsleven maakt duidelijk dat er veel wordt omgezet met relatief weinig mensen.

Er zijn in de groothandel 73.000 ondernemingen actief, verspreid over ruim 83.000 vestigingen. De meeste vestigingen zijn te vinden in Noord- en Zuid-Holland. Bij deze bedrijven zijn in 2013 ruim 520.000 mensen werkzaam. Van de totale marktomzet van Nederlandse bedrijven wordt meer dan een kwart gerealiseerd door de groothandel (28 procent). Daarmee realiseert de groothandel een bijdrage van 14 procent aan de bruto toegevoegde waarde van Nederland. Als grootste in- en uitvoerder neemt de groothandel bijna 40 procent van de totale goederen in- en uitvoer voor zijn rekening en is daarmee een belangrijke waardegenerator voor de Nederlandse economie. Bij een omzet van € 418 miljard is er sprake van bijna 460.000 arbeidsjaren.

Belangrijker nog dan deze getallen is de rol die de groothandel speelt voor veel sectoren. Van chemie, bouw, automotieve en industrie tot gezondheid, agro, voeding en grondstoffen speelt de groothandel een belangrijke rol bij ontwikkelingen op het gebied van innovatie, duurzaamheid, kostenverlaging en flexibiliteit. Daarmee is de groothandel een belangrijke partner voor veel sectoren. Tabel 1 laat de kerngegevens zien van de groothandel.

**Tabel 1: Kerngegevens groothandel 2012<sup>1</sup>**

groothandel	2012
ondernemingen	73.025
bedrijfsvestigingen	83.275
aandeel in totaal aantal ondernemingen Nederland	6%
werkzame personen	521.000
arbeidsjaren	459.000
aandeel in totale werkgelegenheid Nederland	8%
omzet (exclusief btw)	€ 418 miljard
aandeel in totale marktomzet Nederland	28%
aandeel in totale exportwaarde Nederland	13%
aandeel bruto toegevoegde waarde Nederland	14%



Figuur 1 laat de samenstelling en de belangrijkste functie zien van de groothandel.

<sup>1</sup>Bronnen: CBS (2013), Statline; Kenniscentrum Handel (juni 2013), *Cijfers & Trends groothandel*; Panteia/EIM (2012), *Ondernemen in de sectoren, de groothandel*

**Figuur 1: Samenstelling en functie van de groothandel**

De Groothandel haalt de wereld naar Nederland ..., en brengt Nederland naar de wereld !



**Werkdefinitie DBSC:** Een Groothandel heeft de volgende kenmerken:

1. handelt voor eigen rekening en risico
2. verzamelt goederen van verschillende toeleveranciers en verdeelt deze ten behoeve van (een groot aantal) afnemers in kleinere hoeveelheden ('break bulk')
3. levert B2B (aan bedrijfsmatige afnemers)

Bron: DBSC in opdracht van NVG (2011), *Geen topprestaties zonder topgroothandel*, pag. 3

### 1.1.2. Ontwikkeling werkgelegenheid

In de groothandel werkten in 2012 521.000 personen. De sector telt in dat jaar 470.000 werknemers en 51.000 zelfstandigen (tabel 2). De werkgelegenheid in de groothandel is, ondanks de crisis – en met een kleine dip in de eerste crisisjaren – blijven groeien. Vooral het aantal zelfstandigen is met een groeipercentage van ruim 6 procent fors toegenomen.

**Tabel 2: Ontwikkeling van de werkgelegenheid sector groothandel 2005-2012 (x 1.000)**

X 1.000	2009	2010	2011	2012	Mutatie 2009-2012 in %
<b>Werkzame personen</b>	<b>514</b>	<b>509</b>	<b>513</b>	<b>521</b>	<b>+1,4%</b>
w.v. werknemers	466	459	463	470	+0,9%
w.v. zelfstandigen	48	49	50	51	+6,3%
<b>Totaal aantal banen</b>	<b>535</b>	<b>530</b>	<b>535</b>	<b>543</b>	<b>+1,5%</b>
Banen van werknemers	480	473	477	484	+0,9%
Banen van zelfstandigen	55	57	58	58	+5,5%

Bron: CBS, *Arbeidsrekeningen 2013*; UWV (2013), *Arbeidsmarktprognose 2013-2014 – Met een doorkijk naar 2018*

UWV verwacht dat het aantal banen in de groothandel ook de komende jaren blijft stijgen, al ligt het groeitempo lager dan in voorgaande jaren. In 2018 zijn er 500.000 banen van werknemers en het aantal zelfstandigen neemt in die periode toe met zo'n 5 procent (tabel 3).



**Tabel 3: Prognose werkgelegenheidsontwikkeling sector groothandel 2013-2018**

X 1.000	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Mutatie 2013-2018 in %
<b>Banen totaal</b>	<b>536</b>	<b>539</b>	<b>544</b>	<b>550</b>	<b>556</b>	<b>561</b>	+4,7%
Werknemers	478	480	485	490	495	500	+4,6%
Zelfstandigen	58	59	59	60	61	61	+5,2%
<b>Arbeidsjaren werknemers</b>	<b>412</b>	<b>414</b>	<b>418</b>	<b>422</b>	<b>426</b>	<b>431</b>	+4,6%

Bron: UWV (2013), *Arbeidsmarktprognose 2013-2014 – Met een doorkijk naar 2018*

### 1.1.3. Samenstelling van de werkgelegenheid

#### Persoonskenmerken

In de groothandel werken meer mannen dan vrouwen (tabel 4). Wel is het aantal vrouwen de afgelopen jaren sterker gestegen dan het aantal mannen. Inmiddels is 30 procent van de werkzame personen vrouw. Opvallend is dat het in de regel gaat om 'grote banen'. De deeltijdfactor (werkzame personen: arbeidsjaren) bedraagt voor mannen .94 en voor vrouwen .75. Dat betekent dat de gemiddelde werkweek in de groothandel (uitgaande van een 36-urige werkweek als standaard) voor mannen 34 uur bedraagt en voor vrouwen 27 uur. Deze deeltijdfactor is door de tijd gezien stabiel.

**Tabel 4: Ontwikkeling van de werkgelegenheid sector groothandel naar geslacht, 2005-2012**

X 1.000	2005	2007	2009	2010	2011	2012	Mutatie 2005-2012 in %
<b>Werkzame personen (1)</b>							
Mannen	339	353	358	355	358	363	+7,1%
Vrouwen	142	151	156	154	155	158	+11,3%
<b>Arbeidsjaren (2)</b>							
Mannen	318	330	335	333	335	340	+6,9%
Vrouwen	106	114	117	116	117	119	+12,3%
<b>Omvang baan (2:1)</b>							
Mannen	.94	.93	.94	.94	.94	.94	0
Vrouwen	.75	.75	.75	.75	.75	.75	0

Bron: CBS, *Arbeidsrekeningen 2013*

Op basis van gegevens van het Researchcentrum Onderwijs Arbeidsmarkt (ROA) is een beeld te schetsen van de samenstelling van het personeelsbestand in de groothandel naar beroepsgroep. ROA onderscheidt drie beroepsgroepen, die – naast andere sectoren – veel voorkomen in de groothandel: commercieel medewerkers op middelbaar en hoger niveau en technisch-commercieel medewerkers. Tabel 5 laat de uitkomsten zien.

**Tabel 5: Persoonskenmerken naar beroepsgroep**

	Commercieel medewerkers (middelbaar)		Commercieel medewerkers (hoger)		Technisch-commercieel medewerkers (middelbaar)	
	Niveau	Trend	Niveau	Trend	Niveau	Trend
% vrouw	39%	0	31%	0	14%	-
% niet-westerse allochtoon	6%	+	6%	0	2%	--
% jonger dan 29	21%	0	13%	0	14%	0
% ouder dan 50	19%	0	22%	+	23%	0
% deeltijd	28%	0	17%	0	11%	-
% flex	6%	0	3%	+	3%	

Bron: ROA (2012), *Arbeidsmarktinformatiesysteem (AIS)*

De uitkomsten op een rij:

- Het aandeel vrouwen is het hoogst onder middelbaar commercieel medewerkers (39 procent); het aandeel vrouwen onder technisch commercieel medewerkers neemt af.
- Het aandeel niet-westerse allochtonen is met 6 procent bij de commercieel medewerkers hoger dan bij de technisch-commercieel medewerkers. Opvallend is dat er net zoveel niet-westerse allochtonen op hoger niveau (hbo) werken als op middelbaar niveau (mbo); op middelbaar niveau stijgt het aantal niet-westerse allochtonen, terwijl het bij technisch-commercieel medewerkers juist sterk afneemt.
- Het aandeel jongeren is op middelbaar niveau (logischerwijze) hoger dan op hoger niveau.
- Het aandeel ouderen (ouder dan 50 jaar) ligt net boven de 20%. Bij hoger commercieel medewerkers neemt dit aandeel toe.
- Het aandeel deeltijd is relatief beperkt (zoals we ook al eerder zagen), maar het grootst bij de commercieel medewerkers op middelbaar niveau (28 procent).
- Het percentage flex is met een range van 3 tot 6 procent zeer beperkt.

Een soortgelijke exercitie kan op basis van het ROA-materiaal worden uitgevoerd, waarbij de samenstelling van de werkgelegenheid naar opleidingsniveau en beroepsgroep in kaart wordt gebracht. Tabel 6 biedt het inzicht.

**Tabel 6: Opleidingsniveau naar beroepsgroep**

	Commercieel medewerkers (middelbaar)	Commercieel medewerkers (hoger)	Technisch-commercieel medewerkers (middelbaar)
basisonderwijs	2%	1%	4%
vmbo, mbo-1	10%	6%	9%
havo/vwo, mbo	49%	27%	82%
hbo	28%	44%	3%
wo	11%	21%	0

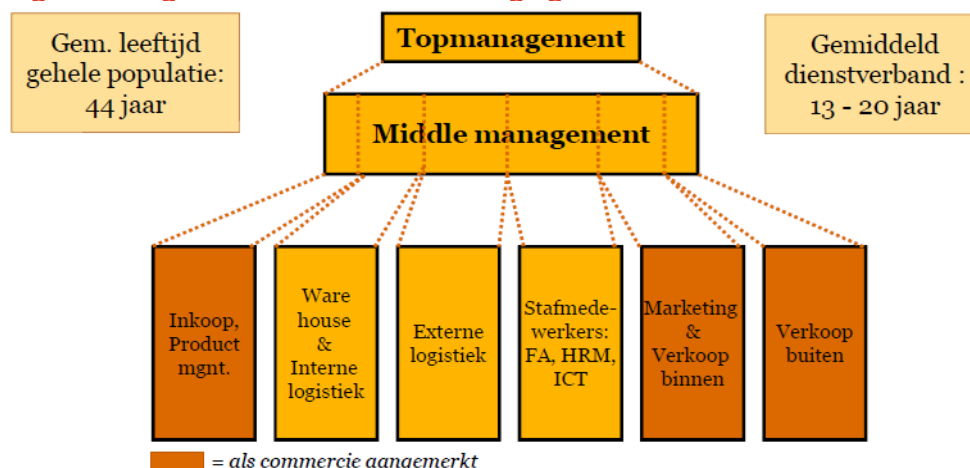
Bron: ROA (2012), *Arbeidsmarktinformatiesysteem (AIS)*

Het gemiddelde opleidingsniveau in de groothandel is redelijk hoog in vergelijking met andere sectoren. Slechts een beperkt deel van de werknemers in de groothandel beschikt niet over een startkwalificatie. Opvallend is dat de samenstelling naar opleidingsniveau van technisch commercieel medewerkers (sterk) afwijkt van de commercieel medewerkers, hoewel het in beide gevallen om beroepen op middelbaar niveau gaat. Slechts 3 procent van de technisch-commercieel medewerkers heeft een hbo-diploma. Van de algemene commercieel medewerkers die werkzaam zijn op middelbaar niveau beschikt 39 procent over minimaal een kwalificatie op hbo-niveau.

### Beroepen in de groothandel

Het belang van commerciële functies in de groothandel wordt ook duidelijk in figuur 2. In figuur 2 is een organisatieschema (naar afdeling) weergegeven van een willekeurige groothandel. De donkerbruin gearceerde afdelingen kunnen worden gekenschetst als commercieel. Die maken de overgrote meerderheid van de werkgelegenheid binnen een groothandelsbedrijf uit.

**Figuur 2: Organisatieschema willekeurige groothandel**



Bron: Kenniscentrum Handel & NVG (2012), *Human Capital in de groothandel – Op weg naar 2020*

In tabel 7 zijn de belangrijkste beroepen naar beroepsniveau in de groothandel weergegeven. Het CBS heeft speciaal voor de sector een beroepentabel gemaakt met de belangrijkste beroepen naar beroepsniveau. Ook deze tabel maakt duidelijk dat de meeste beroepen voorkomen op middelbaar en hoger niveau. Toch zijn er ook redelijk wat banen op elementair en lager niveau (29 procent), zoals banen van laders, lossers, magazijnmedewerkers, vrachtwagenchauffeurs en inpakkers.

**Tabel 7: Samenstelling werkgelegenheid naar beroepsniveau**

	in %	Belangrijkste beroepen
elementair	12%	Lader, lossers, pakhuis-, magazijnknecht
lager	17%	Vrachtwagenchauffeur, winkelbediende
middelbaar	43%	Advertentie-, reclameacquisiteur; verkoper groothandel, vertegenwoordiger artikelen en producten neg, acquisiteurs van zakelijke diensten (geen advertenties, reclame, verzekeringen)
hoger	24%	Leidinggevend groothandelaar, hoofd middelgrote afdeling verkoop, export, inkoop
wetenschappelijk	4%	Accountant

Bron: CBS

**Werkgelegenheid naar branche en grootteklasse**

Tabel 8 toont de verdeling van de werkgelegenheid over de diverse branches in de groothandel. De meeste werkgelegenheid is te vinden in de groothandel non-food, een bonte verzamelaam van diverse soorten groothandels (van kleding tot elektronica). Een groot deel van de werkgelegenheid is ook terug te vinden in de groothandel in industriemachines, de groothandel in overig gespecialiseerd (onder andere olie, metaal en bouwmaterialen) en de groothandel voor voedingsmiddelen.

**Tabel 8: Werkzame personen in de groothandel naar branche**

Branche	% Werkzame personen
Groothandel in non-food	24%
Groothandel in industriemachines	17%
Groothandel, overig gespecialiseerd	17%
Groothandel in voedingsmiddelen	17%
Groothandel in ict-apparatuur	11%
Groothandel in landbouwproducten	7%
Handelsbemiddeling	5%
Groothandel, niet-gespecialiseerd	2%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>

Bron: CBS (2013), *Statline*

## Seizoensarbeid

Ook in de groothandel is sprake van seizoensarbeid. Met name rond evenementen, feestdagen en zomer & winterperiodes is de behoefte aan seizoen gerelateerde arbeid aanwezig. Ook de groothandel in land- & tuinbouwproducten heeft seizoensgebonden behoefte aan arbeid.

In totaal zijn er nu meer dan 73.000 bedrijven in de groothandel actief (tabel 9). Afgezet tegen de omvang van de werkgelegenheid betekent dit dat er gemiddeld zeven personen in een groothandel werken, waarvan zes werknemers. Daarmee kenmerkt de sector zich door kleinschaligheid. Tussen 2009 en 2013 is het aantal bedrijven gegroeid met 1,4%. De grootste stijging deed zich voor bij de branche handelsbemiddeling (+9 procent) en bij de niet-gespecialiseerde groothandel (+7,5 procent). Een daling van het aantal bedrijven deed zich voor bij de groothandel in landbouwproducten en de groothandel in ict-apparatuur.

**Tabel 9: Ontwikkeling aantal bedrijven groothandel, 2009-2013**

	2009	2010	2011	2012	2013	Mutatie 2009-13 in %
Handelsbemiddeling	9.020	9.430	9.270	9.430	9.835	+9,0%
Groothandel in landbouwproducten	6.040	5.975	6.075	5.975	5.810	-3,8%
Groothandel in voedingsmiddelen	7.825	7.870	8.080	7.870	8.110	+3,6%
Groothandel in non-food	19.215	19.375	19.575	19.375	19.400	+1,0%
Groothandel in ict-apparatuur	6.655	6.560	6.755	6.560	6.285	-5,6%
Groothandel in industriemachines	10.880	10.890	10.990	10.890	1.0910	+2,8%
Overige gespecialiseerde groothandel	10.270	10.480	10.625	10.480	10.410	+1,4%
Niet-gespecialiseerde groothandel	2.330	2.445	2.445	2.445	2.505	+7,5%
<b>Totaal</b>	<b>72.235</b>	<b>73.025</b>	<b>73.815</b>	<b>73.025</b>	<b>73.265</b>	<b>+1,4%</b>

Bron: CBS (2013), *Statline*

## 1.2. Vacatures in de groothandel

### 1.2.1. Kwantitatief beeld

#### Huidige situatie

Ligt het aandeel van de sector Groothandel in de werkgelegenheid op zo'n 8%, het aandeel in de totale vacaturemarkt ligt in 2012 met 6,7 procent iets lager. Dat aandeel is vanaf 2007 gedaald. Er is in de groothandel gemiddeld gesproken sprake van een hechte werkgever-werknemer relatie met betrekkelijk lange dienstverbanden. De keerzijde van de medaille is dan dat er sprake is van een lagere externe mobiliteit. Opvallend is dat het aantal vacatures in de groothandel zich in 'golven' ontwikkelt (tabel 10). Na de hausse in 2007 was er sprake van een dramatische terugval in het aantal vacatures tot 43.000 in 2009. Daarna krabbelde de sector weer licht op, maar in 2012 daalde het aantal vacatures wederom (40.000 vacatures). Met name de binnenlandse groothandel, die sterk verbonden is met en afhankelijk is van de investeringsmarkt (bijvoorbeeld de bouw) en consumptieve bestedingen (non-food, mode bijvoorbeeld) heeft het zwaar te verduren.

**Tabel 10: Ontstane vacatures groothandel, 2007-2012**

X 1.000	2007	2008	2009	2010	2011	2012	mutatie 2007-2013 in %
Aantal vacatures	84	68	43	47	50	40	-52%
Aandeel groothandel in totaal aantal vacatures	7,5%	6,6%	5,9%	6,3%	6,5%	6,1%	

Bron: UWV (2013), *Arbeidsmarktprognose 2013-2014 – Met een doorkijk naar 2018*

#### Verwachte ontwikkeling

UWV verwacht dat het aantal vacatures in de groothandel de komende jaren weer licht stijgt en dat tussen 2015 en 2018 een gemiddeld niveau van 54.000 ontstane vacatures wordt bereikt. Dat ligt evenwel nog ver onder het niveau van de topjaren van voor de crisis. Het aandeel van de groothandel in de totale vacaturemarkt zal ook de komende jaren een lichte daling te zien geven (tabel 11).

**Tabel 11: Vacatures groothandel (ontstane vacatures x 1.000)**

X 1.000	2013	2014	2015-2018 (gemiddeld p.j.)
Ontstane vacatures	43	50	54
Aandeel groothandel in totaal aantal vacatures	6,7%	6,8%	6,4%

Bron: UWV (2013), *Arbeidsmarktprognose 2013-2014 – Met een doorkijk naar 2018*

### 1.2.2. Kwalitatief beeld

Tabel 12 geeft inzicht in de omvang en de ontwikkeling van het aantal vacatures voor belangrijke groothandelsberoepen. Het gaat hier niet alleen om vacatures in de groothandel maar om alle openstaande vacatures in het betreffende beroep, c.q. de betreffende beroepen in enig jaar. Getoond worden de beroepen met de meeste openstaande vacatures in 2012 en 2011.

**Tabel 12: Openstaande vacatures naar beroep 2011-2012 (peilmaand juni)**

Beroep	2011	2012	mutatie 2011-2012 in %
advertentie-, reclameacquisiteur; verkoper groothandel, productiebedrijf, zakelijke diensten	26.959	22.686	-16%
commercieel-administratief medewerker verkoopafdeling	9.594	10.001	+4%
vrachtwagenchauffeur	14.084	9.474	-33%
acquisiteurs van zakelijke diensten (geen advertenties, reclame, verzekeringen)	6.235	7.081	+14%
lader, lossen, pakhuis-, magazijnknecht, verhuizer	6.452	3.862	-40%
heftruckchauffeur, lier-, winchdrijver	5.696	3.518	-38%
vertegenwoordiger technische producten (excl. automatisering; middelbaar)	2.449	2.196	-10%
vertegenwoordiger artikelen en producten neg	2.683	2.173	-19%
bezorger-chauffeur bestelauto	2.663	1.931	-27%
inkoper (hoger)	1.425	1.594	+12%
groothandelaar, makelaar in roerende goederen, effectenarbitrageant, hoofd kleine afd. verkoop, export, inkoop	1.125	1.379	+23%
transportplanner, administratief employé bevrachting	1.606	1.164	-28%
leidinggevend groothandelaar, hoofd middelgrote afdeling verkoop, export, inkoop	693	842	+22%
verkoopchef groothandel (binnendienst)	314	607	+93%
manager groot-, detailhandel, bankbijkantoren, bioscoop, afd. verkoop, afd. inkoop	549	555	+1%
leidinggevende marketingadviseur, -specialist, reclamemedeskundige, -adviseur	459	501	+9%
inkoper (middelbaar)	197	151	-23%

Bron: UWV, *Jobfeed*

Voor veel beroepen stonden in 2012 minder vacatures open dan in 2011. De sterkste daling doet zich voor op lagere beroepsniveaus:

- magazijnmedewerkers -40%
- vrachtwagenchauffeurs -33%
- heftruckchauffeurs -38%

Het aantal openstaande vacatures voor inkopers op hoger niveau (+12 procent) en commercieel-administratief medewerkers (+4 procent) lag in 2012 hoger dan in 2011. Ook steeg het aantal openstaande vacatures voor leidinggevende functies in inkoop en verkoop. Daarmee kan worden gesteld dat de hogere segmenten in de groothandel zich qua vacatureaanbod beter ontwikkelen dan de lagere segmenten.

Naar branche zijn de meeste vacatures terug te vinden bij groothandelsbedrijven in consumentenartikelen (non-food) en bij de groothandel in ict-apparatuur (tabel 13). Verhoudingsgewijs neemt het aandeel in het aantal vacatures toe bij de groothandel in ict-apparatuur en de groothandel in voedings- en genotmiddelen. Daarentegen neemt het aandeel van de groothandel in industriemachines en van de overige gespecialiseerde groothandel tussen 2010 en 2013 af.

**Tabel 13: Ontstane vacatures Groothandel naar branche, 2010-2012 (in procent van het totaal)**

	2010	2011	2012	2013	Mutatie 2010-2013 in pt.
Groothandel in consumentenartikelen (non-food)	27%	24%	28%	27%	0
Groothandel in ict-apparatuur	16%	17%	16%	19%	+3
Groothandel in industriemachines	20%	21%	20%	18%	-2
Groothandel in voedings- en genotmiddelen	13%	12%	12%	15%	+2
Overige gespecialiseerde groothandel	14%	16%	12%	10%	-4
Handelsbemiddeling	4%	5%	5%	5%	+1
Groothandel in landbouwproducten & levende dieren	4%	4%	4%	4%	0
Niet-gespecialiseerde groothandel	1%	2%	3%	2%	+1
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Bron: UWV

## 2. Trends

### 2.1. Economische trends

#### 2.1.1. Algemeen beeld

De ontwikkeling van de Nederlandse groothandel heeft alles te maken met de sterk internationale oriëntatie. Een aanzienlijk deel van de groei is toe te schrijven aan de toename van de handel met het buitenland. Consumptiedaling en de stagnatie in de bouw in eigen land hebben een afvlakkende invloed op de groei van de groothandelsafzet. De stagnatie op belangrijke buitenlandse markten had tot gevolg dat in 2012 de afzet van de groothandel niet is toegenomen. Ook in 2013 zetten de beperkte groei in Duitsland en België en de economische stagnatie in met name de Zuid-Europese landen de groei van de groothandelsafzet nog onder druk. De weer aantrekkende buitenlandse handel zorgt voor betere perspectieven in 2014 (figuur 3).

**Figuur 3: Ontwikkeling afzet, sector groothandel, 2000-2014**



Bron: Panteia/EIM (juni 2013), *Prognose kerngegevens MKB*

De ontwikkeling van de wereldeconomie heeft belangrijke gevolgen voor exportgeoriënteerde sectoren zoals de groothandel. Een belangrijk deel van de afzet komt voor rekening van de export en import. Niet alleen de uitvoer van in Nederland geproduceerde goederen is de afgelopen tijd toegenomen, ook was er weer meer doorvoer van goederen uit Azië naar andere landen in Europa. Zo vervult de Nederlandse groothandel voor Europa een belangrijke handels- en distributierol van goederen die uit China komen. Andere opkomende economieën, die niet of nauwelijks hebben geleden onder de wereldwijde crisis, bieden doorlopend kansen voor Nederlandse groothandelondernemingen vanwege hun uitgebreide ervaring op het gebied van internationale distributie. Vooral in Azië zijn de groeipercentages van opkomende economieën hoog. Deze groeipercentages nemen wel af. Een tegenvallende ontwikkeling van een belangrijke afzetmarkt als de Verenigde Staten, heeft zijn weerslag op de groei in Azië.

Inmiddels heeft het aanhouden van de eurocrisis een kentering teweeg gebracht. De uitvoermogelijkheden van Nederland naar andere landen in Europa zijn op korte termijn minder positief. Door economische herstel in de belangrijkste exportlanden zal de afzet van de groothandel in 2014 weer toenemen.

De branches binnen de groothandel die met name gericht zijn op de buitenlandse markt zullen het eerst profiteren van de weer groeiende economie. De branches die met name gericht zijn op het binnenlandse bedrijfsleven blijven voorsnog onder druk staan en gaan pas in 2014 echt profiteren van betere afzetmogelijkheden. Toch verwacht in Nederland een op de drie groothandelsbedrijven dat zijn omzet al in 2013 zal groeien: groothandelaren zijn optimistisch van aard (tabel 14).

**Tabel 14: Verwachting groothandelsbedrijven over omzetontwikkeling in 2013 (in procenten)**

	toenemen	gelijk	afnemen	saldo
Nederland	32,0	50,4	17,6	+14,3
Noord-Nederland	30,2	51,1	18,7	+11,5
Oost-Nederland	34,7	46,5	18,8	+15,9
West-Nederland	31,4	51,6	16,9	+14,5
Zuid-Nederland	31,3	50,7	18	+13,3

Bron: CBS (2013), COEN

## 2.1.2. Ontwikkelingen van subsectoren

### Conjunctuurgevoeligheid verschilt

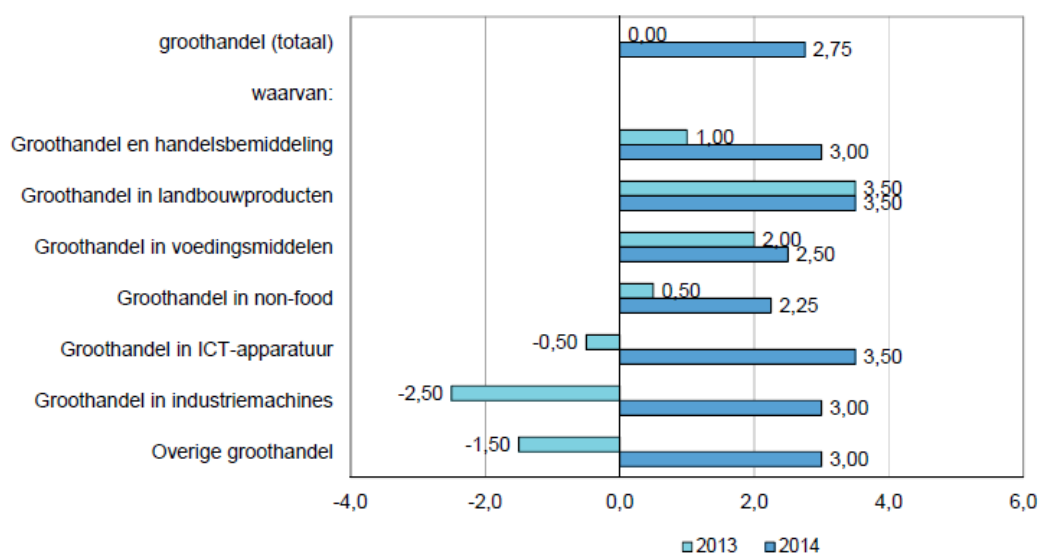
Verschillende afzetmarkten kunnen ook meer of minder conjunctuurgevoelig zijn. Zo is de omzet van de groothandel in hout en bouwmaterialen voor een belangrijk deel een afgeleide van de bouwproductie, met name de (regionale) woningnieuwbouw. Een groothandel in investeringsgoederen merkt dat industriële bedrijven nog steeds beperkt investeren in nieuwe apparaten. Ook met het bestaande – in de topjaren uitgebreide – machinepark kunnen ze de productie makkelijk aan. Mogelijk is er al wel behoefte aan nieuw intern transportmaterieel in de distributie. Een machinegroothandel zal zijn omzet voorlopig meer moeten halen uit onderhoudsuren. Hiermee zijn de groothandel in investeringsgoederen en de groothandel in onderdelen/onderhoud vergelijkbaar.

De conjuncturele gevolgen voor de groothandel in de handelsketen verschillen zeer sterk per branche. De consumentenbestedingen staan onder druk en de overheid is terughoudend met haar uitgaven. De vraag blijft waaraan de consument zijn geld wil uitgeven. Uitgaven aan levensmiddelen zijn over het algemeen minder conjunctuurgevoelig, maar er kunnen wel verschuivingen in het bestedingspatroon plaatsvinden. Zo kan de consument minder buitenshuis gaan eten waardoor de horecagroothandel wel omzet derft. In de non-foodketen kunnen de gevolgen nog meer verregaand zijn. De consument maakt andere keuzes bij de aanschaf. Bepaalde merken zullen juist sterker groeien, omdat ze hip zijn of ze net die prijs-kwaliteitverhouding hebben die de consument op dat moment aanspreekt. Ondanks de economische dip zijn er dus ook bedrijven en groothandels die hun omzet zien stijgen.

Bron: UWW/Kenniscentrum Handel

Figuur 4 laat de ontwikkeling van de afzet zien voor de verschillende groothandelsbranches. Zoals we hierboven al beschreven zijn er onderscheidende verschillen tussen de branches. De meeste branches laten voor 2013 en 2014 een groei van de afzet zien. Dat geldt evenwel niet voor de groothandel in industriemachines, de groothandel in ict-apparatuur en de overige groothandel. Die laten in 2013 juist krimp zien, maar in 2014 weer een bovengemiddelde groei.

**Figuur 4: Ontwikkeling afzet sector groothandel naar branche, 2013-2014 (in procent)**



Bron: Panteia/EIM (juni 2013), *Prognose kerngegevens MKB*

### Groothandel in landbouwproducten en in voedingsmiddelen



---

De groothandel in agrarische producten en levende dieren en de groothandel in voedingsmiddelen zijn minder conjunctuurgevoelig dan de andere groothandelssectoren. De binnenlandse consumptie van voedingsmiddelen heeft minder te lijden onder de bezuinigingen op de uitgaven van huishoudens dan de bestedingen aan non-food. Deze subsectoren profiteren ook van de aanhoudend groeiende vraag naar deze producten als gevolg van de wereldwijde bevolkings- en welvaarts-groei.

### **Groothandel in non-food**

De groothandel in consumentenproducten profiteert van een toenemende internationale vraag. Vooral de doorvoer van producten uit Azië naar andere landen in Europa speelt hierbij een belangrijke rol. De teruggelopen binnenlandse bestedingen aan non-food producten tempert de groei van deze subsector. Wanneer de binnenlandse afzetmarkt in 2014 weer iets aantrekt, zal de groei van deze subsector omvangrijker zijn.

### **Groothandel in industriemachines en in ict-apparatuur**

De groothandel in industriemachines profiteerde in de afgelopen jaren van een weer aantrekkende vraag van bedrijven naar machines. Hieraan is echter een einde gekomen; bedrijven zijn weer terughoudend met investeringen. Ook in 2013 zal deze subsector de gevolgen ondervinden van de terughoudendheid van veel bedrijven wat betreft investeringen. Wanneer bedrijven vanwege de toenemende vraag naar producten in 2014 weer gaan investeren, heeft deze subsector ook weer betere groeikansen. De groothandel in ict-apparatuur profiteert van de aanhoudende vraag naar ict-systemen waarin bedrijven juist investeren om de efficiency te verbeteren en op de kosten te besparen. Als bedrijven in 2014 weer gaan investeren komt daar extra vraag naar ict-systemen bij.

### **2.1.3. Factoren die de concurrentiepositie bepalen**

ABN-Amro en TNO<sup>2</sup> brachten de belangrijkste zes trends in kaart die de concurrentiepositie van de Nederlandse groothandel bepalen:

1. Klant heeft de regie in handen.
2. Groothandel als leverancier van stedelijke gebieden;
3. Vergrijzing van de beroepsbevolking;
4. Globalisering;
5. Groothandel als schakel in de duurzame economie;
6. Groothandel als schakel in betrouwbare informatieketens.

Hieronder volgt een korte toelichting op deze zes thema's.

#### **1. Klant heeft regie in handen**

Klanten worden steeds mondiger, zijn goed geïnformeerd en hebben een keuze uit verschillende distributiekanaalen waar zij 24/7 producten en diensten kunnen kopen. Zij willen op elk gewenst moment – ongeacht de locatie – kunnen bestellen, hun producten geleverd of bezorgd krijgen en op elke locatie kunnen terugbrengen. Naar verwachting zijn online transacties via webwinkels en 'mobile commerce' in 2020 goed voor 20 tot 30 procent van de bestedingen. Nu al verloopt 57 procent van het internetgebruik via een elektronisch handapparaat (handheld devices).

Door de opkomst van 3D-printing zijn klanten in de toekomst zelf in staat om op locatie specifieke producten te produceren. Producten worden diensten, waarbij de grenzen tussen 'harde producten' en 'zachte service' steeds verder vervagen. Klanten beoordelen bedrijven in termen van snelheid, betrouwbaarheid en beschikbaarheid en ze betalen uitsluitend voor de diensten die zij daadwerkelijk afnemen. Kortom: de klant zit aan de knoppen en het bieden van toegevoegde waarde staat centraal. Dit maakt een snelle afstemming en vlekkeloos functionerende interne processen – van orderverwerking en facturering tot after sales en retouren – noodzakelijk.

#### **2. Groothandel als leverancier van stedelijke gebieden**

In 2040 woont en werkt 70 procent van alle burgers ter wereld in steden. Deze verstedelijking vraagt om een snelle en veilige bevoorrading van een fijnmazig netwerk van steeds kleinere eenheden in steden (consumenten, winkels, small-office-home-office, bouwplaatsen en horeca). De groothandel heeft de beste uitgangspositie om steden te bevoorraden. Dit geldt vooral voor de groothandel in food, bouwmaterialen en retail. Distributiecentra aan de rand van steden zorgen met schone, stille en veilige voertuigen voor de bevoorrading. Retourstromen vanuit de steden worden eveneens via deze centra geregeld.

#### **3. Vergrijzing van de beroepsbevolking**

---

<sup>2</sup> ABN-Amro en TNO (2012) i.o.v. NVG, *Data alignment*

Als gevolg van de vergrijzing staat de groothandel in 2020 voor de uitdaging op het terrein van transport en distributie minstens dezelfde werkzaamheden als in 2010 te verrichten, maar dan met minder werknemers. Dit dwingt groothandelsbedrijven niet alleen te investeren in een substantiële verbetering van de productiviteit, maar ook om in te zetten op een meer efficiënte inzet van transportmiddelen, op het realiseren van meer efficiency in de keten en op de automatisering van logistieke processen. Dit is alleen mogelijk door goederenstromen van verschillende leveranciers te bundelen.

#### 4. Globalisering

Als gevolg van steeds meer internationale vrijhandel, deregulering en de harmonisatie van producten bevindt de groothandel zich in een uiterst competitief speelveld. Nieuwe markspelers doen overal ter wereld hun intrede en in verschillende regio's ontstaan nieuwe markten. De exporterende groothandel anticipeert op deze ontwikkelingen en fungeert hiermee als één van de belangrijkste motoren van de Nederlandse economie. Groothandels opereren wereldwijd. Besluitvorming over strategie, productontwikkeling, sourcing en logistiek vindt op internationaal niveau plaats. Internationale ondernemingen moeten elk deel van hun logistieke netwerk op de juiste schaal en de juiste locatie uitbreiden. Zij gaan over tot de uitbesteding van kernactiviteiten die niet tot hun core business behoren.

Bovendien moet elk bedrijf zich rekenschap geven van nieuwe regelgeving, veranderingen in wisselkoersen en belastingtarieven, handelsblokkades, schommelende oliepijzen en reële operationele risico's. De concurrentie tussen regio's leidt tot een verschuiving in economische machtsstructuren en handelsstromen. Zo geven opkomende economieën als India, China en Brazilië, maar ook Afrikaanse landen steeds meer de toon aan. Tegelijkertijd groeit de wereldbevolking – naar 9 miljard burgers in 2050 – wat op den duur resulteert in een evenredige stijging van de consumptie. Dit zet de behoefte aan grondstoffen, ruimte, energie, water en voedsel extra onder druk.

#### 5. Groothandel als schakel in duurzame economie

Duurzaamheid en een gezonde leefomgeving staan hoog op de agenda. Klanten kiezen hun leveranciers steeds vaker op basis van duurzame criteria. Een goede omgang met schaarse grondstoffen en natuurlijke hulpbronnen is een van de belangrijkste prioriteiten voor ondernemingen. Als de groothandel helpt kringlopen te sluiten, ontwikkelt hij zich tot een verbindende schakel in de internationale circulaire economie. Dat kan door gebruikte producten of restproducten weer in te zamelen en verder te distribueren.

#### 6. Groothandel als schakel in betrouwbare informatieketens

Groothandels delen steeds meer data via online communities en de cloud. Handelstransacties worden verwerkt via systemen als Portbase/Cargonaut en internationale douane- en financiële systemen, zoals Swift. Deze staan of vallen met de integriteit van de data die deze systemen ontsluiten. Data-integriteit binnen handelsketens stelt hoge eisen aan de groothandel en is een voorwaarde voor een effectieve samenwerking en uitwisseling van informatie.

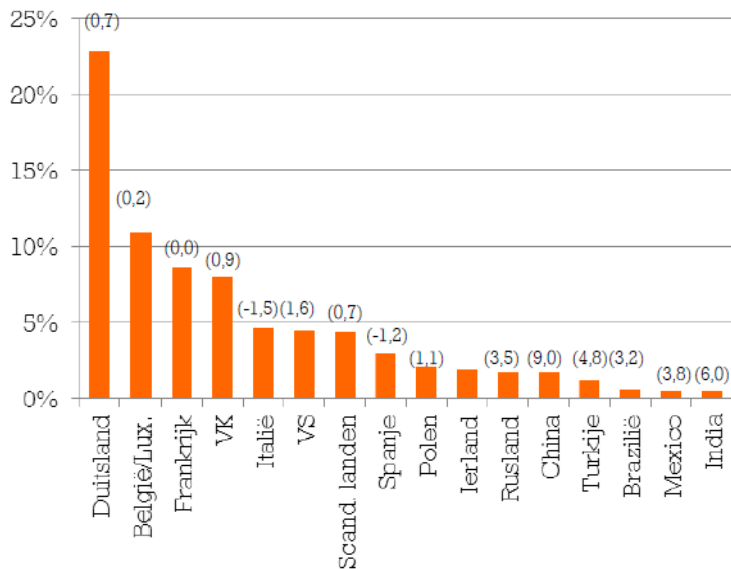
##### 2.1.4. Nederlandse handel steeds internationaler

De groothandel is zeker niet alleen afhankelijk van ontwikkelingen op de Nederlandse markt. Zij speelt ook een belangrijke rol in de internationale handel. Grenzen vervagen en kansen voor volumegroei liggen buiten Nederland. De invloed van internationale handel op het BBP wordt hierdoor steeds groter. Dat groothandels succesvol zijn op het internationale front heeft het recente verleden aangetoond. Inmiddels gaat circa 48 procent van de omzet naar het buitenland. Ook in de groothandel is de afzet met ruim 50 procent nog overwegend gericht op de Benelux, Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk (figuur 5), maar de sector weet meer dan andere sectoren omzet uit opkomende landen buiten de Eurozone te behalen. Anderzijds moet ook geconstateerd worden dat de export naar de BRIC<sup>3</sup>-landen en landen als Turkije en Mexico met circa 7 procent nog altijd naar verhouding een erg klein deel van de afzet beslaat en dat hier nog veel te winnen is. Overigens zijn internationale handelsvoorwaarden daarbij wel extreem belangrijk.

Een combinatie van toegenomen ondernemersvertrouwen in Europa en een aantrekkelijke Amerikaanse economie moet ervoor zorgen dat de Nederlandse export in de loop van 2013 aan vaart gaat winnen. De verwachte lagere dollarkoers levert hierbij een steun in de rug op voor export naar landen buiten de eurozone. Positief voor de groothandel is dat de vooruitzichten voor de wederuitvoer het gunstigst zijn.

#### Figuur 5: Aandeel exportlanden van de groothandel (y-as) en verwachte economische groei in 2013 (in procenten)

<sup>3</sup> Brazilië, Rusland, India en China



Bron: ING, Kwartaalbericht maart 2013, *Groothandel maakt pas op de plaats*

### 2.1.5. Pas op de plaats geeft aanleiding tot nieuwe impuls

Ondanks de recente succesvolle fase (2010-2011) is met de nieuwe economische terugval de bedrijvigheid in de groothandel in 2012 teruggelopen. Doordat de kosten niet zijn gedaald, gaat dit voor het eerst sinds jaren gepaard met een lagere gemiddelde winstgevendheid per werknemer. Uit het naar verhouding nagenoeg gelijk gebleven aantal faillissementen (1,2 procent van het totaal) blijkt dat de sector een stootje kan hebben. Dit neemt niet weg dat het belangrijk is voor te sorteren op de toekomst. Gegeven de matige economische groeivoorzichten, is het belangrijk dat de groothandel met innovatie nieuwe waardegroei initieert.

De groothandel is voortdurend bezig met innoveren. Groothandels nemen inmiddels op een aantal punten voorzichtig de regie over in de logistieke keten. Hiermee wordt meerwaarde voor klanten geboden. Innovaties op het gebied van verpakkingen, geconditioneerd vervoer, integratie van ict-systemen e.d. worden gemeengoed. De laatste jaren besteden bedrijven meer en meer aandacht aan duurzaam ondernemen. Beter planning en bijvoorbeeld het vervullen van een opslagfunctie voor de (web)detailist zorgen voor een afname van het aantal vervoersbewegingen. De samenwerking tussen de groothandel en de (top)sector logistiek kan ook een belangrijke bijdrage leveren op het terrein van duurzaamheid.

### 2.1.6. Groothandel lijstaanvoerder door innovatie

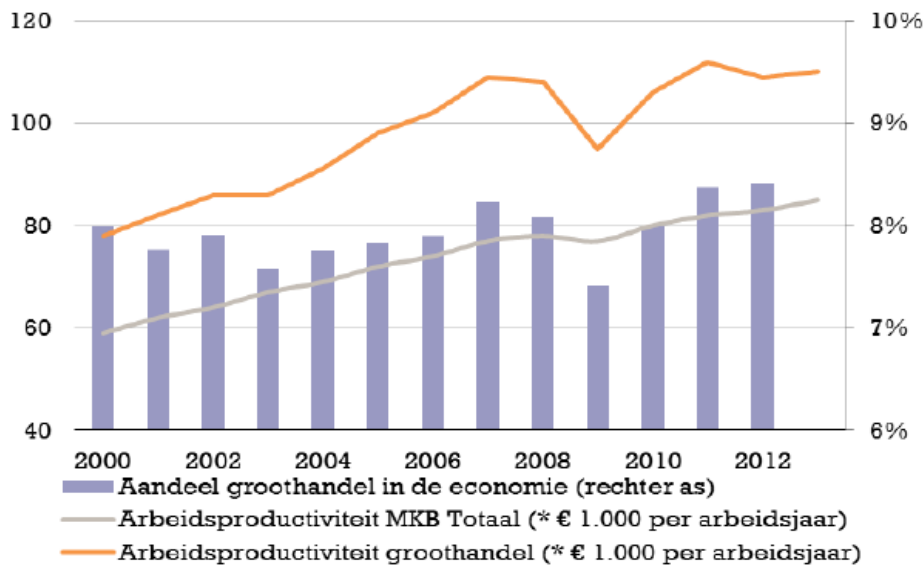
De Nederlandse groothandel heeft van 2002 tot 2012 de hoogste groei in toegevoegde waarde laten zien van alle commerciële sectoren. Dit blijkt ook uit de sterke groei in arbeidsproductiviteit (figuur 6). Door inzet van ict en slimmer werken hebben groothandels meer waarde gecreëerd met nauwelijks meer mensen. De gestage groei van het aantal bedrijven is ook een blijk van veel nieuwe initiatieven.

Het verminderen van transactiekosten door vraag en aanbod op efficiënte wijze bij elkaar te brengen is hét bestaansrecht van de groothandel. Productkennis, marktkennis en netwerk zijn daarbij cruciale assets die het commerciële succes bepalen. Daarbij profiteert de groothandel van de ontwikkeling dat (industriële) bedrijven zich in toenemende mate op hun kerntaken willen concentreren.

Productiviteitsgroei in de groothandel moet echter voor het belangrijkste deel van procesvernieuwing komen. Dat wil zeggen sneller en beter. Het gaat er dus om het inkoop-opslag- (voorraadmanagement) en verkoopproces op een kwalitatief hoog niveau te optimaliseren. Investerings in ict-systemen en magazijnautomatisering zijn hiervoor essentieel.

Samen met logistieke dienstverleners zal de groothandel zich de komende tijd moeten inspannen om kansen te verzilveren op de terreinen van duurzaamheid, schaalvergroting, samenwerking en ketenverkorting. Hierdoor zal de toegevoegde waarde toenemen en blijft het bestaansrecht voor de groothandel verzekerd.

### Figuur 6: Productiviteit van de groothandel groeit bovengemiddeld, maar de opmars stopt



Bron: ING, *Kwartalbericht maart 2013, 'Groothandel maakt pas op de plaats'*

### 2.1.7. Impact van informatie- en communicatietechnologie

Informatie- en communicatietechnologie heeft een sterke impact op de groothandel: de markt verandert doordat afnemers informatie over producten, prijzen en leveranciers online kunnen raadplegen en vergelijken en producten desgewenst ook online kunnen bestellen. Daardoor ontstaat druk op prijzen en marges en dreigt de uitschakeling van de groothandel als intermediair. De voorspelling dat maximale transparantie via internet de intermediaire functie van de groothandel serieus zou ondermijnen, is echter niet uitgekomen: die functie is ook in het digitale tijdperk nog springlevend. Met deze technologie verbetert de groothandel ook zijn eigen efficiency:

- door procesverbeteringen zoals het gebruik van warehousemanagementsystemen en koppeling daarvan aan de administratieve verwerking van bestellingen en facturen;
- door online bestelmogelijkheden;
- door via de eigen website informatie over producten te verschaffen;
- en door de rol van informatiemakelaar tussen leveranciers en afnemers op zich te nemen.

Enkele groothandels bieden voor hun (retail)klanten in Nederland inmiddels digitale platforms, waarop zij met de juiste ict-applicaties kunnen inpluggen. De groothandel verzorgt dan de volledige fulfilment voor de retailer. Dat betekent dat de retailer geen fysiek magazijn meer hoeft aan te houden en zich ook geen zorgen meer hoeft te maken over de distributie van de verkochte artikelen. Deze mogelijkheden worden nu voornamelijk aangeboden aan webwinkels, maar vormen ook prima oplossingen voor fysieke winkels, bijvoorbeeld in witgoed en andere volumineuze producten.

#### Case: Amacom

Het Bossche bedrijf Amacom heeft de afgelopen jaren de spelregels binnen haar keten volledig herschreven. Was het bedrijf voorheen een traditionele groothandel die zijn witgoed en consumentenelektronica aan speciaalzaken leverde, nu is het een logistieke partner voor belangrijke webwinkels. Amacom-directeur Theo Engels ziet hierdoor zijn business hard groeien. Maandelijks levert hij vele tienduizenden tv-schermen via grote webwinkels als bol.com en Plasma-discounter.nl. Amacom voorziet in de datafeed voor de online shops, regelt desgewenst betaling en bezorging in naam van de webshop (dropshipping), de nazorg, de retouren en in naam van de vaak Aziatische fabrikanten het garantietraject. 'Vroeger verkochten we een Sony-televisie', vertelt Engels. 'Nu verkopen we ons systeem. De webwinkels kunnen zich concentreren op datgene waar ze goed in zijn: vindbaarheid, voorlichting en assortimentspresentatie. De webwinkels genieten louter van de marge op de verkoop, terwijl Amacom in hun naam excelleert in service.'

Bron: *Twinkle Magazine*

Het bovenstaande voorbeeld van innoveren in de groothandel, waarmee een bedrijf zich kan onderscheiden kan worden aangevuld met andere voorbeelden van vernieuwend gedrag en verbeterde service waarmee een concurrentievoorsprong kan worden verkregen of behouden.

### 2.1.8. Nieuwe diensten

De traditionele groothandelsfuncties als inkoop, opslag, verkoop, informatie, financiering en marketing zijn in veel gevallen nog steeds noodzakelijk maar niet meer toereikend. In een 'platter' wordende wereld waar toeleveranciers en afnemers schaal vergroten, zoeken vraag en aanbod elkaar op om rechtstreeks zaken te doen. Om dit te pareren heeft de groothandel de focus verschoven van puur productgericht naar product- én dienstengericht. De groothandel is voortdurend op zoek naar die dienstverlening die voor haar afnemers en toeleveranciers de juiste toegevoegde waarde biedt. Deze kan bestaan uit het bieden

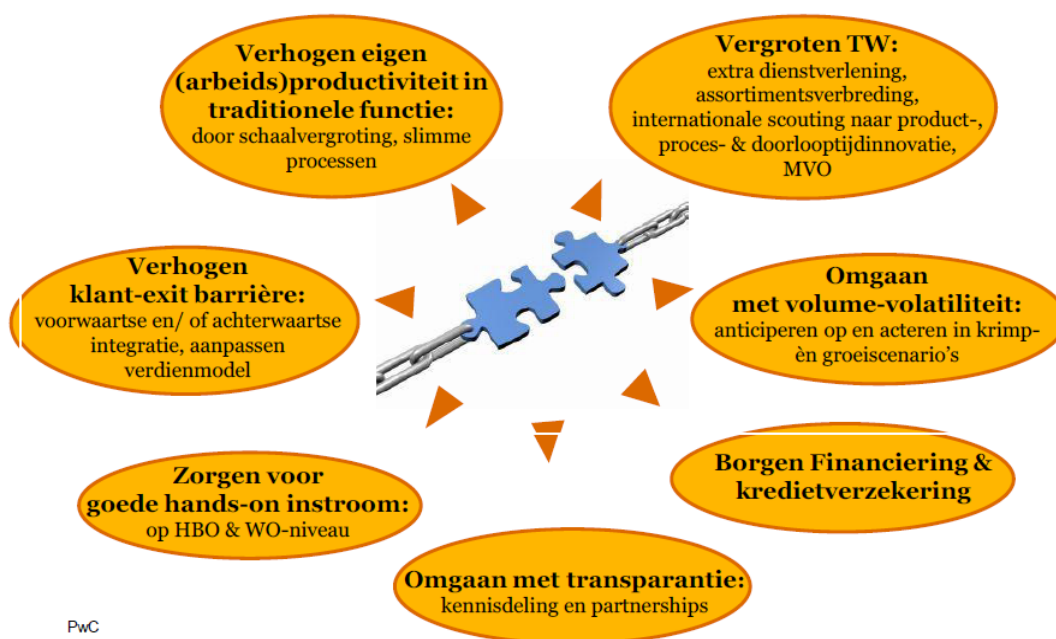
van after sales, uitgebreide productondersteuning, het aanbieden van innovatieve bestel- en distributieconcepten maar ook uit productiegerelateerde activiteiten zoals assemblage.

### Financieringsrol

Van oudsher is de groothandel ook financier van veel ketens. De groothandel wordt steeds vaker gedwongen tot het nemen van meer risico in de keten. Dan neemt de groothandel het risico over van de ketenpartners terwijl daar niets of weinig tegenover staat. De groothandel is lang het toonbeeld geweest van weinig faillissementen. Mede door het nemen van meer risico's in de keten neemt ook het aantal faillissementen in de groothandel toe.

Het internationaal concurrerende bedrijfsleven (de afnemers van de groothandel) focust zich steeds meer op haar eigen kerncompetenties en is op zoek naar een betrouwbare toeleverancier om haar niet-kerntaken aan uit te besteden. Wanneer deze niet-kerntaken zijn verbonden aan fysieke producten is de groothandel in veel gevallen een preferred supplier om deze taken over te nemen. Hiervoor dient de groothandel dan wel de juiste kennis en expertise in huis te halen. De bedoelde uitbestedingstrend gaat gepaard met een voortdurende focus van afnemers en toeleveranciers op de laagste integrale kostprijs (Total Cost of Ownership), gecombineerd met een focus op een voortdurende stroom van innovatie in producten, processen en toepassingen. De rol van de groothandel evolueert steeds verder tot die van het optimaliseren van de waardeketen: de Value Chain Optimiser. Figuur 7 visualiseert deze uitdaging.

**Figuur 7: Strategische agenda voor de groothandel**



Bron: Kenniscentrum Handel en NVG (2012), *Human Capital in de groothandel - Op weg naar 2020*

### 2.1.9. Mvo en duurzaam bieden kansen

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) wordt een steeds belangrijker onderwerp voor de Nederlandse groothandel. Er komen strengere voorwaarden vanuit retail, consumenten en politiek. De afnemers leggen steeds meer eisen op het gebied van mvo neer bij hun toeleverancier, de groothandel. De groothandel krijgt daardoor in toenemende mate de rol van poortwachter. En deze specialisatie past: de groothandel heeft immers grote kennis van de plaatselijke productiemethode in sourcinglanden. De groothandel neemt het risico van haar klanten over en zorgt dat vanaf de bron aan mvo- en duurzaamheidseisen wordt voldaan.

Enkele mvo-kansen en uitdagingen voor de groothandel:

- Om het mvo-beleid transparant te maken, wordt 'tracking & tracing' steeds belangrijker. Ook deze taak wordt bij de groothandel neergelegd.
- Om aan stakeholders aan te tonen dat wordt voldaan aan mvo- en duurzaamheidseisen, wordt deelname aan een keurmerk op termijn verplicht. De uitdaging is een keuze te maken uit het oerwoud van keurmerken. Een vraag daarbij is of het meest bekende keurmerk de voorkeur moet krijgen boven een variant die meer van toepassing is op een specifieke branche of andersom.
- Naast het stellen van inkoop-eisen kan de groothandel ook zelf een mvo-bijdrage leveren. Bijvoorbeeld door haar keuze van distributiemiddelen en -locaties. Denk aan minder gereden kilometers door een uitgekend netwerk van regionale distributiecentra.
- Bij de samenstelling van het productassortiment kan verantwoordelijkheid genomen worden door bepaalde producten niet meer te vervoeren.

- Als 'food miles' in de toekomst een prijskaartje krijgen en worden meegewogen in de kostprijs, beïnvloedt dat de keuze van sourcinglanden.

#### Case: Safari Fresh

Kijken we bijvoorbeeld naar Safari Fresh, dan zien we dat deze importeur van agrarische producten (groenten), vis en bloemen zich perfect heeft aangepast aan de wensen van zijn klanten en daarmee aan de wensen van de consument. Het bedrijf importeert peulvruchten vanuit Kenia. Deze worden gekoeld door de lucht naar Nederland getransporteerd, waarbij voortdurend de temperatuur van de vracht wordt gemeten en geregistreerd. Hierdoor kan het bedrijf aan de klant, in dit geval Albert Heijn, aantonen dat de producten voortdurend onder optimale condities worden vervoerd en dus een zekere houdbaarheid garanderen wanneer de producten in de winkels liggen. Het bedrijf verzorgt bovendien het verpakken van de producten in de door de retailer gewenste consumentenverpakkingen. Ook op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen draagt Safari Fresh bij, door de groenten die niet geschikt zijn voor de export naar Nederland aan de plaatselijke bevolking te geven. Daarnaast worden diverse ontwikkelingsprojecten in Kenia financieel ondersteund.

Bron: EIM (2012), *Ondernemen in sectoren, De groothandel*

Duurzaamheid is duidelijk een maatschappelijke trend. Duurzaamheid biedt ook zeker kansen voor de groothandel. Kort samengevat zijn er drie kansen voor de groothandel:

- Overnemen van ketenverantwoordelijkheid. De klanten van de groothandel worden door hun klanten aangesproken op diverse mvo-issues. Zoals het gebruik van biologisch katoen in kleding, het vermijden van kinderarbeid en het aanpakken van onveilige werkomstandigheden. De groothandel kan die ketenverantwoordelijkheid van zijn klanten overnemen. De groothandel kent immers de (internationale) inkoopmarkten en weet wat daar speelt.
- Verkopen van producten met een mvo-claim. De groothandel kan een 'groen' (deel)assortiment voeren. Dat kunnen producten zijn met een lager energieverbruik, minder CO<sub>2</sub>-uitstoot of die onder betere arbeidsomstandigheden zijn gemaakt. Een voorbeeld zijn fairtrade-producten. Er liggen hier ook kansen om de producten onder een 'private label' aan te bieden. Dat geeft veelal hogere marges.
- Kritisch kijken naar de eigen bedrijfsvoering en deze verbeteren. Denk hierbij aan het verminderen van het aantal transportbewegingen, verbetering van de arbeidsomstandigheden, vermindering van energieverbruik en verpakkingsmaterialen. Naast positieve mvo-effecten leveren dit soort maatregelen ook kostenbesparingen op.

Een belangrijke randvoorwaarde om op deze trend in te spelen is transparantie. De groothandel moet transparant zijn in wat zij doet en niet doet: naar klanten, overheid, leveranciers, werknemers en overige stakeholders.

#### Case: Nature's pride

Nature's pride is een import- en exportbedrijf in exotische groenten en fruit in 60 landen. Dit bedrijf neemt zijn ketenverantwoordelijkheid heel serieus. In het bedrijf is speciale aandacht voor de impact van de activiteiten op de samenleving in het land van herkomst. Het bedrijf onderhoudt langdurige relaties met telers waarbij een faire prijs, veilige werkomstandigheden en duurzame arbeidsomstandigheden voor de werknemers centraal staan. Het bedrijf investeert ook in de leefomgeving van de telers met scholing en waterputten. Met een van de belangrijkste producten, mango's, heeft Nature's pride in 2012 de IMO-certificering ontvangen voor 'Fair for Life- Fairtrade'. Nature's pride wil het aandeel van de omzet dat sociaal gecertificeerd is via 'Fair for Life' of 'For Life' de komende jaren verder uitbreiden.

Bron: Rabobank (2012), *thema-update groothandel*

#### 2.1.10. Strategische positionering van de groothandel bepaalt succes

De marge van de gehele supply chain staat onder druk. De groothandel krijgt daardoor steeds vaker de financieringsfunctie binnen de keten opgedrongen. Dat schept ook kansen. Om deze kansen te verzilveren zijn een goede liquiditeitspositie en een solide vermogenspositie van de groothandel belangrijk. Naast eigen vermogen en bancaire financiering wordt deze steeds vaker ook bepaald door participatie van nieuwe aandeelhouders zoals private-equitypartijen. Zo kan een betere buffer worden gerealiseerd.

Vaak zien we dat de strategische positionering van de groothandel zich focust op een van de drie volgende elementen:

- Product leadership: het bieden van producten die wezenlijk onderscheidend zijn; deze propositie is lastig voor veel groothandels omdat zij in producten van anderen handelen.
- Customer intimacy: het bieden van de beste oplossing voor de klant en leverancier op basis van zijn specifieke behoeften; dit levert veel toegevoegde waarde maar vereist ook diepgaande kennis van de specifieke wensen van de klant en leverancier. Bovendien moeten er in de groothandel ook mogelijkheden zijn om het product op deze specifieke eisen en wensen toe te snijden.
- Operational excellence: het bieden van de laagste kosten, niet alleen de kale productkosten, maar de totale kosten die een klant maakt om het product te verkrijgen en te behouden. Dit biedt veel mogelijkheden als de groothandel erin slaagt om het begrip van Total Cost of Ownership (TCO) tussen

de oren van de klant te krijgen. Ook moet de groothandel het pad op om deze TCO met klant en leverancier actief te verlagen.

De groothandel moet daarbij via verschillende kanalen bereikbaar zijn voor zijn klanten. De belangrijkste kanalen zijn: fysieke vestigingen, telefoon (via vestigingen of een callcenter), internet (informatieve site en webshop), mobiel (website die met tablets/smartphones bereikbaar is, bijvoorbeeld via apps), post (fysiek en elektronisch, denk aan gepersonaliseerde e-mails en catalogus) en social media (bijvoorbeeld Twitter en Facebook).

We noemen dat omnichannelling. De groothandel moet ervoor zorgen dat alle kanalen beschikbaar zijn voor de klanten. De kanalen moeten bovendien een gecoördineerd geheel vormen. Dit laatste betekent dat de aangeboden informatie op alle kanalen gelijklopend moet zijn. Dit omnichannel-bedrijfsmodel heeft verschillende voordelen: betere service voor de klant, een betere klantrelatie en lagere kosten.

Daarmee komt nauwere samenwerking tussen groothandel, klant en leverancier binnen bereik. We zien daarbij drie vormen van samenwerking: horizontaal (tussen groothandels), verticaal (binnen de keten) en platform (door alle ketens en sectoren heen).

- Horizontale samenwerking is vooral gericht op het realiseren van schaalvoordelen. Denk bijvoorbeeld aan inkoopcombinaties;
- Verticale samenwerking beoogt ketenintegratie, waardoor omloopsnelheden verhoogd kunnen worden, voorraden verlaagd kunnen worden en het voorraadrisico kan worden verminderd;
- Platformsamenwerking is veelal thematisch gericht. Bijvoorbeeld bundeling van logistiek. Het gezamenlijk uitbesteden van logistiek aan één logistieke dienstverlener kan zorgen voor bundeling van verschillende vervoerstromen naar klanten, lagere vervoerskosten en minder milieubelasting.

## 2.2. Arbeidsmarkttrends

### 2.2.1. Verslag van de brainstorm- en netwerksessie

In een brainstorm- en netwerksessie in juni 2013 hebben 27 deskundigen uit de verschillende segmenten van de groothandel zich gebogen over de vraag welke ontwikkelingen op het terrein van arbeidsmarkt en onderwijs gaande zijn. Ook is een vertaling gemaakt van de economische en technologische ontwikkelingen naar de uitdagingen die de groothandel te wachten staan. In bijlage 2 is een verslag opgenomen van deze bijeenkomst.

Tijdens de bijeenkomst is in twee werkgroepen gesproken en gediscussieerd over trends en ontwikkelingen in de groothandel. Daarbij stonden de volgende vragen centraal:

- Welke trends zijn dominant?
- Welke implicaties hebben deze trends op de factor arbeid?
- Welke beleidsimplicaties hebben deze trends?
- Welke kansen en mogelijkheden bieden deze trends?

De resultaten uit de werkgroepen zijn plenair teruggekoppeld, geprioriteerd en gevalideerd. Hieronder treft u de uitkomsten aan, per onderwerp geclusterd. Onderstaande matrix bevat de trends die volgens deze deskundigen dominant (zullen) zijn.

**Tabel 15: Belangrijkste trends in de groothandel**

Thema	Trend
<b>Onderscheid binnen de groothandel</b>	Dé groothandel bestaat niet. De sectorbeschrijving moet rekening houden met de verschillen binnen de groothandel (nationaal versus internationaal, food versus non-food etc.).
<b>Snelle veranderingen binnen de groothandel</b>	Er is sprake van een tweedeling tussen 'oude' en 'nieuwe' economie. In de groothandel is sprake van snel opvolgende veranderingen. Ook is sprake van nieuw consumentengedrag: dat biedt kansen voor innovatie, maar brengt ook bedreigingen met zich mee als de groothandel i.c. de individuele ondernemer daarop niet proactief inspeelt.
	De belangrijkste veranderingen in de groothandel: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Concentratie en centralisatie van processen: minder fysieke vestigingen zorgen voor efficiëntere inrichting van processen.</li> <li>■ Ict en technologie: 'data is King', de bedrijven die hun ict op orde hebben, kunnen zich onderscheiden; de kleinere MKB-bedrijven die deze investering niet kunnen doen gaan zich richten op nichemarkten, de meer specialistische groothandel of de groothandel met een grote flexibiliteit (leveringstijd, leveringshoeveelheid, e.d.).</li> </ul>
	De veranderingen in de groothandel betreffen daarnaast: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Langere bedrijfstijden (grotere bereikbaarheid).</li> <li>■ Van onechannel naar multichannel (online bestellen en fysiek in de winkel door merchandisers).</li> <li>■ De rol van automatisering en ict (van kassa-automatisering tot het volgen van het product in de</li> </ul>

	keten, robotisering van magazijnen). <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Meer focus op risicobeheersing.</li> </ul>
<b>Kansen in de groothandel</b>	Achterwaartse en voorwaartse integratie vergen innovatie: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nieuwe markten, nieuwe buitenland (bijvoorbeeld China)</li> <li>■ Nieuwe concepten (duurzaam, fairtrade, etno, consumentenverpakkingen, convenience food etc.).</li> <li>■ Nieuwe diensten (voorbeeld: de werknemer helpt de horecaondernemer met het samenstellen van de wildmenukaart). Toegevoegde waarde leveren is noodzakelijk; meer bieden dan de klant vraagt, service.</li> </ul>
	Vergroten onderscheidend vermogen is een cruciale succesfactor. Globalisering biedt kansen. De kansen die nieuwe economieën bieden beter benutten.
	Ketenintegratie! Voorwaartse en achterwaartse integratie in één organisatie maar ook uitbesteden van activiteiten. De groothandel levert tot in het schap. De grenzen tussen detailhandel en groothandel verdwijnen. De groothandel legt zich, naast business-to-business, steeds meer toe op business-to-consumer.
	Geen dozen schuiven, wel toegevoegde waarde. Werken aan imago.
	De groothandel kan/moet werken aan de vergroting van het onderscheidend vermogen: de groothandel als center of excellence. De nadruk verschuift van 'het toevoegen van waarde' naar 'het toekennen van waarde' die belangrijk is voor de klant.
	De meerwaarde van de groothandel kan ook liggen in consultative selling: de adviesfunctie wordt steeds belangrijker.
<b>Personeel</b>	Er komen minder functies op mbo-niveau en meer op hbo- en universitair niveau, terwijl aan de onderkant meer eenvoudige functies (handjes) komen. Het functiegebouw krijgt daarmee steeds meer weg van het zandlopermodel: eenvoudige werkzaamheden aan de onderkant, minder in het midden segment en specialisme en meer verantwoordelijkheden aan de bovenkant. Dit heeft gevolgen voor de looncomponent.
	De werkgelegenheid in de sector groothandel blijft op peil, maar niet iedereen werkt in de fysieke organisatie groothandel. De kernbezetting in de groothandel wordt beperkter, er worden meer taken/activiteiten geoutsourcet, bijvoorbeeld rond ict.
	Er is sprake van verandering in functies: meer ict, meer automatisering, meer technisch personeel; andere functies worden minder/verdwijnen (zoals vorkheftruckchauffeurs, orderpickers, caissières). Het functiegebouw schuift omhoog. Er is behoefte aan meer focus op kennis van meer vreemde talen. Functies veranderen ook qua inhoud. Met name door de toepassing van ict en automatisering zijn de functies sterk veranderd: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ meer aandacht voor de backoffice van de organisatie: aan de voorkant veel regelen en organiseren, zodat de levering zelf efficiënter verloopt;</li> <li>■ de mbo-functies worden complexer; mbo+ wordt hbo-universitair;</li> <li>■ tegelijkertijd blijft het orderpickproces bestaan, alleen in kleinere aantallen;</li> <li>■ de groep middenfuncties mbo 2/3 verdwijnt;</li> <li>■ de webshop vraagt andere binnendienst medewerkers;</li> <li>■ de commercieel medewerker binnendienst moet meer bij de klant binnen kijken en hem begrijpen, zijn processen begrijpen;</li> <li>■ de ontwikkelingen gaan behoorlijk snel, daardoor is het lastig om de oudere werknemers ook te laten aanhaken bij het proces (flexibiliteit, kennisniveau, werktijden).</li> </ul>
	Met ict en automatisering verandert de functie van orderpicken: de functie wordt tegelijkertijd complexer en makkelijker; door een herdefiniëring van de taken en het herbeleggen van die taken (jobcarven en jobcomposing) kan een betere match van het opleidingsniveau van de werknemer en zijn taakinhoud worden gerealiseerd.
	De inkoop- en verkoopfunctie wordt anders georganiseerd. Bezorgen/bestellen gaat automatisch.
	De groothandel heeft nog steeds mogelijkheden voor lager opgeleiden.
	Het is van belang dat er in de keten wordt samengewerkt tussen het onderwijs, het bedrijfsleven en cao-partijen aan sociale vraagstukken. Er liggen ook mogelijkheden in het kader van het Sociaal Akkoord.
<b>Opleiden</b>	Opleidingen sluiten onvoldoende aan op de behoefte van de groothandel en op de genoemde snelle veranderingen. Dat leidt ertoe dat groothandels zelf gaan opleiden, gebruik makend van partnerships.
	Er is behoefte aan bredere competenties (kennis en vaardigheden) en de attitude (gedrag, motivatie en meedenken) wordt belangrijker. Omdat de kernbezetting in de groothandel kleiner wordt, speelt het kunnen vervangen (continuïteit) een steeds belangrijkere rol.

### 2.2.2. Commerciële functie verandert

Partijen in de groothandel verwachten dat de commerciële functie van cruciaal belang blijft maar wel indringend zal veranderen. Dat de commerciële functie verandert komt ook nadrukkelijk naar voren uit een onderzoek van Kenniscentrum Handel en het Nederlands Verbond van de Groothandel (NVG) dat in 2012 is uitgevoerd. Voor dit onderzoek (Human Capital voor de Groothandel, op weg naar 2020) zijn interviews gehouden met 18 groothandels (met de ceo's, vaak vergezeld van de eindverantwoordelijke



voor HR). Het percentage commerciële medewerkers bij de geïnterviewde groothandels varieert van 40 tot soms wel 70 procent. De variatie hangt er met name van af of de externe logistiek door eigen werknemers wordt verricht of door externe. Commercie betreft dan ook veruit de belangrijkste en grootste groep werknemers in de groothandel.

Daarbij worden veel functiegebieden onderscheiden binnen het vakgebied commercie:

- inkoop;
- productmanagement;
- binnendienst;
- buitendienst;
- accountmanagement;
- catalogusmanagement.

Omdat groothandels gespitst zijn op het voortdurend leveren van toegevoegde waarde en zij daarvoor steeds vaker 'in de huid kruipen' van hun afnemers, zijn ze meer en meer op zoek naar commerciële medewerkers die vanuit de techniek oplossingen en concepten kunnen verkopen (in plaats van losse producten). Daarbij is technische kennis vereist om serieus genomen te worden door de afnemer; daarnaast is commerciële vaardigheid nodig om de geleverde kennis rondom de producten ook betaald te krijgen en de 'deal te closen'. De attitude van de toekomstige werknemer speelt hierbij een belangrijke rol. Vooral in de traditionele rollen 'verkoop binnen' en 'verkoop buiten' zien de groothandels veranderingen optreden. Door de inzet van (veelal webbased) technologie is er een verschuiving aan de gang van het klassieke orders-ophalen-door-de-buitendienst-en-order-verwerken-door-de-binnendienst, naar veel meer zelfwerkzaamheid door de afnemers of toeleveranciers. Hierdoor neemt het belang van de klassieke invulling van deze rollen af ten gunste van het ondersteunen en adviseren van klanten bij bijvoorbeeld hun keuzeproces. Ook het aloude accountmanagement zal verder verschuiven naar 'consultative selling'. De toename in het benodigde kennisniveau en de hoge(re) it-component vraagt om een hoger opleidingsniveau. Dat kan wervend werken voor nieuwe werknemers, mits de groothandel daarvoor wil betalen. Figuur 8 brengt de veranderingen in de commerciële functie 'nu' en 'straks' in beeld.

**Figuur 8: De commerciële functie nu en straks**

	Inkoop	Product mgt.	Verkoop BiDi	Verkoop BuDi	Account mgt.	Catalogus mgt.
<b>rol nu</b>	leveranciers & assortiment	assortiment & advies	order intake	order verwerving	klantbeheer	catalogus mgt.
<b>Δ</b>	minder, grotere leveranciers	meer klant-contacten	online, zelf. Grotere, minder klanten	online, zelf. Grotere, minder klanten	klant doorgronden, zit anders in vel	standaardiseren
<b>straks</b>	onderhandelen TCO, bepaalt marge, schakelen met productmgt.	hoogwaardig adviseren, schakelen met acc.mgr	vooral uitzonderingen behandelen	meer advies, richting consultative selling	consultative selling, klantprocessen en concepten	conversie, vasthouden & verleiden
<b>belang</b>	gelijk	gelijk	↓	↓	↑	↑
<b>in #</b>	gelijk	gelijk	↓	↓	↑	↑

Bron: Kenniscentrum Handel en NVG (2012): *Human Capital in de groothandel - Op weg naar 2020*

### 2.2.3. Human Capital Agenda

Over het algemeen is het verloop laag en blijkt werken voor een groothandel, als werknemers binnen zijn, interessant. Een gemiddelde groothandel is kleinschalig, waardoor een brede taakinfilling mogelijk is. Daarnaast kenmerkt het werken in de groothandel zich door:

- pragmatische insteek, snel zelfstandig werk;
- veel klantcontacten;
- internationale mogelijkheden;
- snel klantcontact, afwisseling, learning-on-the-job.

De schaarste aan personeel, veroorzaakt door de te verwachten forse uitstroom van de (staart van de) babyboomgeneratie en de in veel gevallen genoemde noodzaak te kunnen beschikken over technisch-

commercieel goed gekwalificeerde mensen om de strategische agenda überhaupt te kunnen uitvoeren, maakt dat de groothandel veel moet investeren in de human capital agenda. De bedrijfsstrategie zal veel meer nog dan nu het geval is, moeten worden doorvertaald naar human-capitalmanagement. Daarbij is het van belang de strategische keuze van het bedrijf ook daadwerkelijk te verbinden met de uitvoering via het aannemen en behouden van die mensen die bij de uitvoering van die strategie noodzakelijk zijn. Onderstaande figuur 9 geeft de human capital agenda van de toekomst weer.

**Figuur 9: Human Capital Agenda voor de groothandel**



Bron: Kenniscentrum Handel en NVG (2012), *Human Capital in de groothandel - Op weg naar 2020*

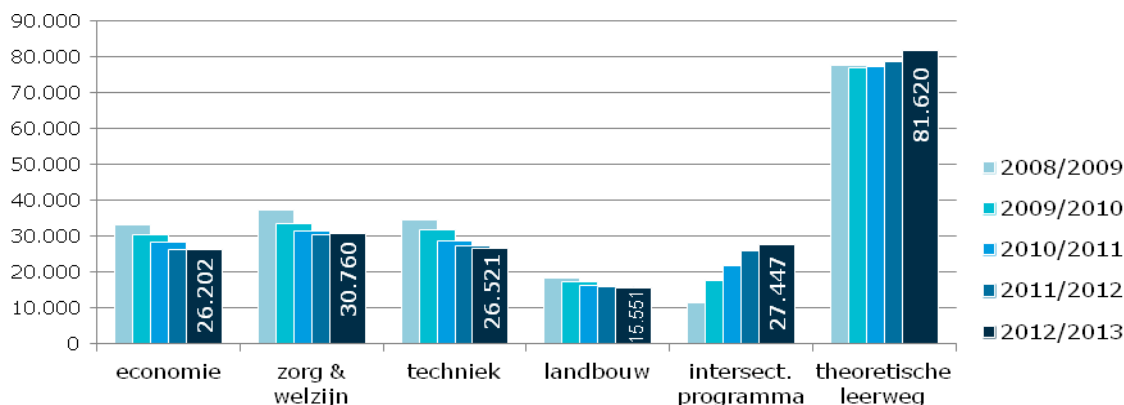
#### 2.2.4. Trends in het onderwijs

In deze paragraaf wordt nader ingegaan op de ontwikkeling van het aantal leerlingen en gediplomeerden en op de bestemming na afronding van een groothandelsopleiding. Eerst wordt ingegaan op de ontwikkeling van het aantal vmbo-leerlingen, daarna op de ontwikkelingen van de groothandelsopleidingen op mbo-niveau en ten slotte de ontwikkeling van het aantal studenten in het hbo.

#### Vmbo

Instream in mbo-opleidingen voor de groothandel bestaat voor 30 procent uit gediplomeerden van de theoretische leerweg van het vmbo en voor 23 procent uit leerlingen vanuit het sectorale vmbo. 15 procent van de studenten komt van een andere (al dan niet voltooide) mbo-opleiding. In het schooljaar 2012/2013 telt het vmbo ruim 208.000 leerlingen. Een stijging van 2 procent ten opzichte van 2011/2012 (figuur 10).

**Figuur 10: Leerlingen vmbo per sector (leerjaar 3 en 4)**



Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

Vooraf het aantal vmbo-leerlingen dat de theoretische leerweg of een intersectoraal programma volgt, neemt toe. Het leerlingenaantal binnen de sector economie daalde het afgelopen jaar met 0,5%.

## Mbo

In het schooljaar 2012/2013 volgen ruim 11 duizend mbo-studenten, verdeeld over 38 ROC's, een opleiding voor de groothandel (tabel 16). Dit is 32 procent meer dan in het jaar daarvoor (BOL+21 procent en BBL +65 procent).

**Tabel 16: Aantal studenten mbo groothandel naar kwalificatie, 2010/2011 – 2012/2013**

Niveau	Kwalificatie	2010/'11	2011/'12	2012/'13	Mutatie 2010-2012 in %
1	Assistent logistiek medewerker	252	248	707	+185%
	<b>totaal niveau 1</b>	<b>252</b>	<b>248</b>	<b>707</b>	<b>+185%</b>
2	Logistiek medewerker	1.183	1.109	2.183	+97%
	Balie-/shopmedewerker	0	0	1	-
	<b>totaal niveau 2</b>	<b>1.183</b>	<b>1.109</b>	<b>2.184</b>	<b>+97%</b>
3	Logistiek teamleider	1.043	927	1.042	+12%
	Commercieel medewerker binnendienst	1.757	1.957	2.430	+24%
	Commercieel medewerker buitendienst	133	98	81	-17%
	<b>totaal niveau 3</b>	<b>2.933</b>	<b>2.982</b>	<b>3.553</b>	<b>+19%</b>
4	Logistiek supervisor	372	432	395	-9%
	Assistent-manager internationale handel	182	87	55	-37%
	Assistent Manager internationale handel binnendienst	188	250	140	-44%
	Assistent Manager internationale handel buitendienst	23	36	71	+97%
	(Junior) accountmanager	765	889	1.420	+60%
	Vestigingsmanager groothandel	2.464	2.296	2.494	+9%
	<b>totaal niveau 4</b>	<b>3.994</b>	<b>3.990</b>	<b>4.575</b>	<b>+15%</b>
	<b>Totaal</b>	<b>8.362</b>	<b>8.329</b>	<b>11.019</b>	<b>+32%</b>

Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

Er is vooral sprake van een sterke stijging van het aantal BBL-studenten van de opleidingen Assistent logistiek medewerker (niveau 1) en Logistiek medewerker (niveau 2) en van het aantal BOL-studenten van de opleidingen Commercieel medewerker binnendienst (niveau 3) en (Junior) Accountmanager (niveau 4).

De sterke toename van het aantal BBL-studenten (Assistent) Logistiek medewerker is vooral het gevolg van detacheerders die hun buitenlandse werknemers scholing op dit niveau hebben aangeboden. Gezien de aanstaande afschaffing van de WVA<sup>4</sup> zullen dergelijke scholingstrajecten naar verwachting vanaf 2014 sterk afnemen.

De sterke stijging bij de BOL-varianten van de opleidingen Commercieel medewerker binnendienst en (Junior) Accountmanager komt onder andere doordat meer ROC's deze opleidingen zijn gaan aanbieden.

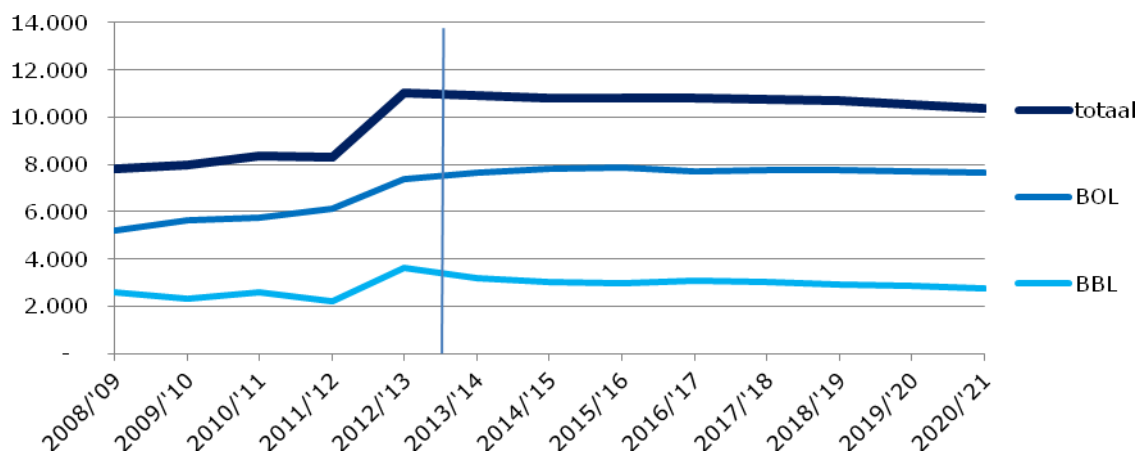
Alleen de opleidingen Commercieel medewerker buitendienst, Logistiek supervisor en Assistent-manager internationale handel (binnendienst) telden in 2012/2013 minder studenten dan in het voorgaande jaar.

Het totaal aantal mbo-studenten dat een groothandelsopleiding volgt, neemt naar verwachting de komende jaren af. Het aantal BOL-studenten stijgt eerst, maar door een daling van het totaal aantal mbo-

<sup>4</sup>WVA = Wet vermindering afdracht loonbelasting en premie voor de volksverzekeringen. De belangrijkste doelen van de afdrachtverminderingen zijn het stimuleren van de werkgelegenheid en het bevorderen van onderwijs en onderzoek. De WVA wordt per 1 januari 2014 afgeschaft.

studenten neemt ook het aantal studenten van groothandelsopleidingen vanaf 2019 af. Het aantal BBL-studenten neemt naar verwachting vanaf 2013/2014 al jaarlijks af (figuur 11).

**Figuur 11: Ontwikkeling en prognose van het aantal studenten mbo groothandel, 2008-2020**

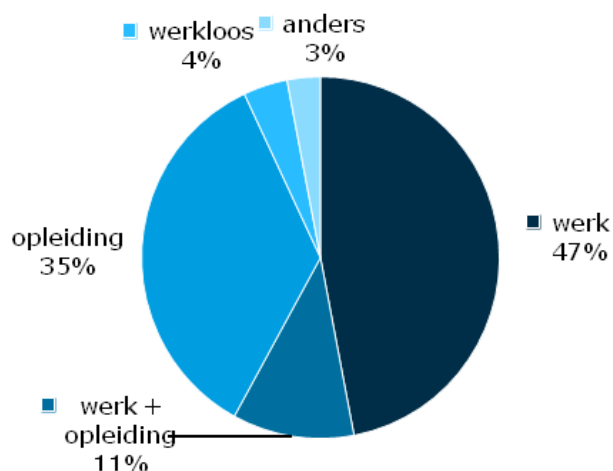


Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

### Bestemming mbo-geplomeerden

Van de gediplomeerden van groothandelsopleidingen die het mbo verlaten, gaat bijna de helft (47 procent) werken. Van de gediplomeerden die gaan werken, gaat 65 procent in de handel aan de slag. Van hen bekleedt bijna de helft een functie die direct in het verlengde ligt van de gevolgde opleiding. Vooral BOL-geplomeerden van de niveau 4 opleiding Vestigingsmanager groothandel zijn in een andere functie werkzaam. Zij hebben op papier wel het juiste niveau, maar missen nog de benodigde werkervaring. Zij beginnen op een lager functieniveau om van daaruit door te groeien.

**Figuur 12: Bestemming gediplomeerde mbo-verlaters groothandel**



Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

### Hbo

Een op de drie gediplomeerde mbo-verlaters kiest na een groothandelsopleiding voor een vervolgoopleiding buiten het mbo. Het zijn vooral gediplomeerden op niveau 4 die naar het hbo gaan. Populaire hbo-studies na een groothandelsopleiding zijn Commerciële economie en Bedrijfseconomie.

Studenten die na een groothandelsopleiding naar het hbo gaan, kiezen vooral opleidingen binnen het hoger economisch onderwijs (heo). Het aantal heo-studenten ligt in 2012/2013 iets lager dan in 2011/2012 maar wel 11 procent hoger dan in 2008 (tabel 17). Opvallend is dat het aantal gediplomeerden minder sterk is gestegen dan het aantal studenten. Dat kan zijn oorzaak hebben in het gegeven dat de opleidingseisen strenger zijn geworden.

**Tabel 17: Aantal studenten en gediplomeerden heo-opleidingen, 2008-2012**

	2008	2009	2010	2011	2012	Mutatie 2008-2012 in %
<b>Aantal studenten heo</b>	153.220	161.708	167.039	171.713	170.423	+11,2%
Ontwikkeling t.o.v. het voorgaande jaar	+3,5%	+5,5%	+3,3%	+2,8%	-0,8%	
<b>Aantal diploma's heo</b>	23.928	24.012	23.563	25.339	-	+5,9%
Ontwikkeling t.o.v. het voorgaande jaar	+4,9%	+0,3%	-1,9%	+7,5%		

Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

Een op de vijf hbo-studenten die als vooropleiding een mbo-opleiding groothandel heeft gedaan, stopt binnen een jaar met zijn/haar hbo-studie. Dit aandeel is gelijk aan het gemiddelde van alle gediplomeerden mbo'ers (alle sectoren totaal) die naar het hbo gaan.



## 3. Tekorten en overschotten

### 3.1. Huidige situatie

#### 3.1.1. Schaarste in sommige functies

Uit het onderzoek van Kenniscentrum Handel<sup>5</sup> en NVG komt ook naar voren dat de bevroegde groothandels – ondanks de crisis – nagenoeg allemaal een situatie van schaarste ervaren voor een aantal functies. Zij zijn van mening dat deze zich direct voordoet zodra de conjunctuur maar enigszins aantrekt. Deze schaarste vindt zijn kwantitatieve oorsprong in de vergrijzing van de (beroeps)bevolking. De lagere instroom van jongeren is onvoldoende om de uitstroom van de babyboomers te compenseren. Kwalitatief vindt de schaarste zijn oorsprong in een daling van het niveau van de opleidingen: volgens de groothandels schiet het onderwijs tekort in relatie tot waar zij behoefte aan hebben. Daarnaast wordt de schaarste veroorzaakt door de beperkte aantrekkingskracht van de groothandel voor nieuwe werknemers (onbekend maakt onbemind, maar de groothandel betaalt gemiddeld genomen ook minder) en in de tweede plaats door de snelle verandering van functies.

Groothandels zien vooral schaarste bij:

- commercieel-technische medewerkers;
- technisch/productmanagement: productspecialisten die zowel technisch, commercieel en adviesvaardig moeten zijn;
- teamleiders/eerste-lijnmanagers: leidinggevend, specifiek aan productiemedewerkers.

Met betrekking tot commercieel medewerkers wordt aangegeven dat door de schaalvergroting het aantal afnemers daalt, waardoor de behoefte aan het aantal commerciële medewerkers naar verwachting in de toekomst zal dalen; dit staat los van e-businessontwikkelingen.

Relatief weinig schaarste wordt ervaren op het gebied van:

- staffuncties op hbo- en wo-niveau; hiervoor is voldoende aanbod;
- arbeidsintensief productiewerk (inzet Polen, Roemenen, Bulgaren);
- logistieke activiteiten.

#### 3.1.2. WW-uitkeringen

De ontwikkeling van het aantal WW-uitkeringen is een indicatie van de ontwikkeling van de arbeidsmarkt in een bepaalde sector. Gaat het niet goed met de werkgelegenheid, dan loopt het aantal instromers in de WW op en is de uitstroom naar werk kleiner. Gaat het weer beter met de werkgelegenheid, dan is het omgekeerde het geval.

Tabel 18 laat de instroom en de uitstroom van WW-gerechtigden zien die voorheen in de sector Groothandel hebben gewerkt. De conclusies op een rij:

- Een behoorlijke stijging van het aantal nieuwe en het aantal lopende uitkeringen in de groothandel.
- Het aantal beëindigde uitkeringen blijft met een stijging van 13 procent daarbij achter.
- Het aantal beëindigingen vanwege werk ligt met een toename 10 procent nog weer lager.
- Het aandeel uitstromers naar werk is in 2013 iets gedaald en bedraagt nu 51 procent. Dat ligt op hetzelfde niveau als het gemiddelde voor alle sectoren.

**Tabel 18: Instroom en uitstroom WW-rechten groothandel, 2012-2013 (t/m juni)**

Groothandel	2012	2013	Mutatie in %
Nieuw	15.055	18.908	+26%
Lopend	20.987	26.742	+27%
Beëindigd	13.543	15.293	+13%
w.v. werk	7.048	7.762	+10%
% werk	52%	51%	

Bron: UWV

<sup>5</sup> Kenniscentrum Handel (2012), *Human Capital voor de Groothandel, op weg naar 2020*

### 3.1.3. Niet-werkende werkzoekenden (NWW'ers)

De bij UWV ingeschreven niet-werkende werkzoekenden (NWW'ers) bestaan behalve uit personen met een WW-uitkering ook uit personen met een bijstandsuitkering en personen zonder uitkering, zoals herintredende vrouwen en schoolverlaters. Het NWW-bestand biedt de mogelijkheid om gedetailleerder zicht te krijgen op de samenstelling van deze groep werkzoekenden.

Tabel 19 laat de resultaten zien voor de belangrijkste beroepen in de groothandel. Getoond worden die beroepen, waarvoor in enig jaar (2012 of 2013) meer dan 500 NWW'ers ingeschreven stonden.

De meeste NWW'ers staan ingeschreven voor het beroep commercieel-administratief medewerker verkoopafdeling, voor vrachtwagenchauffeur, voor verkoper groothandel en voor handmatig inpakker. Overigens zijn veel beroepen die in de groothandel voorkomen ook in andere sectoren aanwezig.

De grootste stijging van het aantal NWW'ers is te zien bij de managers groot-/ detailhandel (+64 procent), inkopers (hoger, +62 procent) en vertegenwoordigers van technische producten (+61 procent). Gedeeltelijk arbeidsgeschikten zoeken vooral – en in toenemende mate – werk als handmatig inpakker en vrachtwagenchauffeur.

**Tabel 19: NWW-bestand en ingeschreven gedeeltelijk arbeidsgeschikten naar beroep, 2012 en 2013 (junicijfers)**

Beroep	NWW		Mutatie in %	Gedeeltelijk arbeids-geschikten		Mutatie in %
	2012	2013		2012	2013	
commercieel-administratief medewerker verkoopafdeling	5.599	8.850	+58%	391	522	+34%
vrachtwagenchauffeur	5.695	8.135	+43%	533	715	+34%
advertentie-, reclameacquisiteur; verkoper groothandel, productiebedrijf, zakelijke diensten	4.305	6.241	+45%	502	637	+27%
inpakker handmatig	4.715	5.663	+20%	721	1.127	+56%
heftruckchauffeur, lier-, winchdrijver	4.419	5.583	+26%	449	553	+23%
groothandelaar, makelaar in roerende goederen, effectenarbitrageant, hoofd kleine afd. verkoop, export, inkoop	1.660	2.583	+56%	49	70	+43%
vertegenwoordiger artikelen en producten neg	1.555	2.138	+37%	103	125	+21%
leidinggevend groothandelaar, hoofd middelgrote afdeling verkoop, export, inkoop	1.141	1.793	+57%	50	66	+32%
leidinggevend magazijnbeheerder (administratief)	894	1.260	+41%	51	61	+20%
vertegenwoordiger technische producten (excl. automatisering; middelbaar)	638	1.024	+61%	32	44	+38%
manager groot-, detailhandel, bankbijkantoren, bioscoop, afd. verkoop, afd. inkoop	588	963	+64%	15	24	+60%
inkoper (hoger)	589	956	+62%	26	34	+31%
verkoopchef groothandel (binnendienst)	366	517	+41%	16	23	+44%
magazijnbediende (administratief; lager)	367	504	+37%	24	30	+25%

Bron: UWV

Op basis van UWV-gegevens is ook een beeld te schetsen van de spanning op de arbeidsmarkt naar beroep. Daarvoor heeft UWV de spanningsindicator ontwikkeld. Deze indicator is het verhoudingsgetal tussen het totaal aantal openstaande vacatures<sup>6</sup> aan de ene kant en het aantal ingeschreven NWW'ers dat korter dan zes maanden niet-werkend is, aan de andere kant. Tabel 20 maakt duidelijk voor welke beroepen er een ruime arbeidsmarkt is (veel aanbod van NWW'ers tegenover een gering aantal

<sup>6</sup> Het totaal aantal openstaande vacatures is gebaseerd op Jobfeed. Dit bestand met internetvacatures is ontdubbeld, herwogen en opgehoogd naar het totaal aantal openstaande vacatures volgens het CBS.



vacatures) of een krappe arbeidsmarkt (veel vacatures tegenover weinig ingeschreven NWW'ers). De spanningsindicator geeft dus een goede indicatie van overschotten en tekorten. In de tabel 20 zijn de beroepen gesorteerd naar aantal vacatures. De beroepen met de meeste vacatures staan bovenaan.

De tabel toont dat er in 2013 voor bijna alle beroepen in de groothandel sprake is van een (zeer) ruime arbeidsmarkt. In de loop van de periode 2011-2013 is die arbeidsmarkt ook steeds ruimer geworden.

In het peiljaar 2012 was de arbeidsmarkt nog krap voor de volgende beroepen:

- lader, lossen, magazijnknecht;
- bezorger, koerier;
- inkoper;
- vertegenwoordiger niet eerder genoemd (neg);
- vertegenwoordiger technische producten.

In het peiljaar 2011 was er daarnaast ook nog krapte bij:

- commercieel-administratief medewerker verkoopafdeling;
- leidinggevend groothandelaar, hoofd middelgrote afdeling verkoop, export, inkoop.

**Tabel 20: Spanningsindicator groothandel naar beroep 2011-2013 en gesorteerd naar meeste vacatures (junificijfers)**

Beroep	2011	2012	2013
inpakker handmatig	zeer ruim	zeer ruim	zeer ruim
lader, lossen, pakhuis-, magazijnknecht, verhuizer	zeer krap	krap	zeer ruim
Vrachtwagenchauffeur	zeer ruim	zeer ruim	zeer ruim
bezorger, koerier	zeer krap	krap	ruim
heftruckchauffeur, lier-, winchdrijver	zeer ruim	zeer ruim	zeer ruim
magazijnbediende (administratief; lager)			zeer ruim
commercieel-administratief medewerker verkoopafdeling	zeer krap	gemiddeld	ruim
inkoper (middelbaar)	zeer krap	zeer krap	ruim
vertegenwoordiger artikelen en producten neg	zeer krap	zeer krap	zeer ruim
acquisiteurs van zakelijke diensten (geen advertenties, reclame, verzekeringen)	zeer ruim	zeer ruim	gemiddeld
advertentie-, reclameacquisiteur; verkoper groothandel, productiebedrijf, zakelijke diensten	zeer ruim	zeer ruim	ruim
verkoopchef groothandel (binnendienst)	zeer ruim	zeer ruim	zeer ruim
artsen-, dierenartsenbezoeker; vertegenwoordiger farmaceutische producten	ruim	ruim	zeer ruim
groothandelaar, makelaar in roerende goederen, effectenarbitrageant, hoofd kleine afd. verkoop, export, inkoop	ruim	ruim	ruim
inkoper (hoger)	ruim	ruim	ruim
leidinggevend groothandelaar, hoofd middelgrote afdeling verkoop, export, inkoop	krap	gemiddeld	zeer ruim
vertegenwoordiger technische producten (excl. automatisering; hoger)	zeer krap	zeer krap	nb
manager groot-, detailhandel, bankbijkantoren, bioscoop, afd. verkoop, afd. inkoop	ruim	zeer ruim	zeer ruim

Bron: UWV

### 3.2. Toekomst tot 2016

Het Researchcentrum Onderwijs Arbeidsmarkt (ROA) gebruikt de Indicator Toekomstige Knelpunten in de Personeelsvoorziening (ITKP) om toekomstige kwantitatieve discrepanties te duiden. De ITKP wordt modelmatig berekend, waarbij prognoses van het Centraal Planbureau worden 'versleuteld' naar sector en vervolgens naar beroep. Tabel 21 biedt het beeld voor de commerciële beroeps groepen in de

groothandel: commercieel medewerkers op middelbaar en hoger niveau en technisch-commercieel medewerkers. 'Groot' in tabel 21 betekent dat werkgevers bij hun personeelswerving grote knelpunten zullen ondervinden. Staat er 'geen', dan hebben zij daar geen problemen mee.

**Box: Vervangingsvraag en uitbreidingsvraag**

De personeelsbehoefte in een sector is deels afhankelijk van de uitstroom van personeel dat vervangen moet worden. Die uitstroom kan zijn veroorzaakt door baanverandering naar een bedrijf buiten de sector of door pensionering, emigratie, ontslag of arbeidsongeschiktheid of door bijvoorbeeld zorgtaken. Dit wordt vervangingsvraag genoemd. De behoefte aan personeel is ook afhankelijk van veranderingen in de productie. Bij groei ervan is sprake van uitbreidingsvraag. Spreken we van groei van de werkgelegenheid, dan is het aantal baanopeningen gelijk aan de uitbreidingsvraag plus de vervangingsvraag. Bij krimp is het aantal baanopeningen gelijk aan de vervangingsvraag.

**Tabel 21: Verwachte baanopeningen en knelpunten in de personeelsvoorziening tot 2016, Groothandel**

Beroepsgroep groothandel	Uitbreidingsvraag	Vervangingsvraag	Baanopeningen totaal	Typering knelpunten
<b>Commercieel medewerkers (middelbaar)</b>	1.900	50.700	52.700	Vrijwel geen
gemiddeld per jaar	0,1%	2,6%	2,7%	
<b>Commercieel medewerkers (hoger)</b>	-3.800	62.600	62.600	Geen
gemiddeld per jaar	-0,2%	3,6%	3,6%	
<b>Technisch-commercieel medewerkers (middelbaar)</b>	200	4.400	4.600	Groot
gemiddeld per jaar	0,2%	4,4%	4,6%	

Bron: ROA (2012), *Arbeidsmart naar opleiding en beroep*

ROA verwacht geen wervingsproblemen voor bedrijven die op zoek zijn naar commercieel medewerkers op middelbaar of hoger niveau. Wel zijn er grote wervingsproblemen voor technisch-commercieel medewerkers. Daarmee laat deze beroepsgroep voor de komende jaren goede arbeidsmarktperspectieven zien. De sector zelf voorziet overigens voor vrijwel alle commerciële beroepen goede arbeidsmarktperspectieven.

## 4. Kansen

### 4.1. Instroomprofiel

Op verzoek van UWV heeft het CBS voor alle sectoren aangegeven door wie vacatures worden vervuld: werknemers uit een andere sector, schoolverlaters, zelfstandigen, uitkeringsgerechtigden of niet-uitkeringsgerechtigden (NUG'ers). Ook heeft het CBS gekeken naar de persoonskenmerken van deze nieuwe werknemers in de sector Groothandel. Tabel 22 beperkt zich tot de mobiliteit van buiten de groothandel naar een baan in de groothandel.

**Tabel 22: Instroomprofiel groothandel: percentage instromers in de groothandel naar herkomst, 2000 en 2010**

Herkomst	2000		2010		Niveau t.o.v. alle sectoren	Trend 2000-2010
	Groot-handel	Alle sectoren	Groot-handel	Alle sectoren		
Andere sector	68%	55%	69%	56%	++	0
w.v.						
Uitzend	14%		8%			--
Detailhandel	8%		8%			0
Zakelijke dvl.	7%		12%			0
Metaal	6%		7%			++
Scholieren/studenten	9%	17%	8%	17%	--	0
Uitkering	6%	9%	9%	11%	-	+
w.v.						
WW	2%	2%	6%	6%	0	++
AO	1%	1%	0	1%	--	--
Bijstand	2%	4%	1%	2%	-	--
Anders	1%	2%	1%	2%	-	0
NUG/overig	14%	17%	12%	14%	-	-
w.v. migrant	3%	3%	4%	3%	0	+
Zelfstandigen	2%	2%	2%	3%	0	0
Pensioen/VUT	0	0	0	0	0	0
Uit UWV-bestand				9%		
<b>Omvang instroom</b>	<b>91.670</b>	<b>1.255.980</b>	<b>75.470</b>	<b>1.062.790</b>	<b>+</b>	<b>-</b>
<b>Als % van de werkgelegenheid</b>	<b>23%</b>	<b>20%</b>	<b>19%</b>	<b>16%</b>		

Bron: CBS/UWV

In vergelijking met andere sectoren zijn veel instromers in de groothandel afkomstig uit een andere sector. De uitzendbranche spande in 1999 met 14 procent de kroon. Die aanwas uit de uitzendbranche is tussen 2000 en 2010 sterk afgekald. In 2010 was nog 'maar' 8 procent van de instromers via een uitzendbaan in de groothandel aan de slag gekomen. In 2010 waren de meeste instromers afkomstig uit de overige zakelijke dienstverlening (12 procent). Dat aandeel is in de loop der jaren juist sterk gegroeid.

De instroom van schoolverlaters in een baan in de groothandel ligt met 8 à 9 procent veel lager dan het landelijke gemiddelde (17 procent voor alle sectoren). Ook de instroom vanuit een uitkering ligt lager dan het landelijke gemiddelde van alle sectoren. Wel is de instroom vanuit een uitkering procentueel gegroeid. Vooral de instroom van WW'ers is toegenomen. In 2010 was 6 procent van de nieuwe werkenden in de groothandel voorheen WW'er, in 2000 gold dit voor 2%.

De instroom in de groothandel bedroeg in 2010 ruim 75.000. Dat is afgezet tegen de omvang van de werkgelegenheid zo'n 19 procent. Het instroompercentage is tussen 2000 en 2010 weliswaar gedaald (dat geldt overigens voor de meeste van de sectoren, in crisistijd is de arbeidsmobiliteit altijd lager), maar het instroompercentage in de groothandel ligt altijd nog ruim boven het landelijk gemiddelde voor alle sectoren.

Tabel 23 beschrijft de persoonskenmerken van instromers in de sector Groothandel. De belangrijkste conclusies op een rij:

- Twee derde van de nieuwe werknemers in de groothandel is man. Het instroompercentage van vrouwen ligt met 32 procent iets boven het werkgelegenheidsaandeel, dat 30 procent bedraagt. Het aandeel vrouwen in de groothandel groeit nog wel, maar de daling van het instroompercentage vrouwen (van 37 procent in 1999 tot 32 procent in 2010) laat zien dat er druk op deze ontwikkeling staat.
- Er stromen relatief weinig jongeren in de groothandel in, het instroompercentage is ook gedaald van 25 procent naar 21 procent. Dat komt overeen met de constatering dat de groothandel geen grote sector is voor startbanen.
- De instroom van 45-55 jarigen is in het tijdvak van 10 jaar waarop de tabel betrekking heeft fors toegenomen (van 10 procent naar 17 procent). Deze stijging is groter dan in andere sectoren van de Nederlandse economie. De instroom van 55-plussers is verdubbeld en ligt op het gemiddelde van alle sectoren.
- De instroom van allochtonen ligt in de groothandel iets lager dan het gemiddelde van alle andere sectoren.

**Tabel 23: Instroomprofiel groothandel: persoonskenmerken van instromers, 2000 en 2010**

Persoonskenmerk	2000		2010		Niveau t.o.v. alle sectoren	Trend 2000-2010	
	Groot-handel	Alle sectoren	Groot-handel	Alle sectoren			
<b>Geslacht</b>	M	63%	52%	68%	54%	++	+
	V	37%	48%	32%	46%	--	-
<b>Leeftijd</b>	15-25	25%	30%	21%	29%	-	-
	25-45	63%	56%	56%	49%	+	-
	45-55	10%	12%	17%	16%	0	++
	55-65	3%	3%	6%	6%	0	++
<b>Herkomst</b>	Autochtoon	79%	77%	78%	75%	+	0
	Allochtoon	21%	23%	22%	25%	-	0

Bron: CBS/UWV

## 4.2. Kansen voor studenten en gediplomeerden

### Kans op werk en kans op stage

De Kenniscentra Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (KBB's) bepalen voor alle mbo-kwalificaties de kans op werk en de kans op stage. Dit gebeurt op landelijk en regionaal niveau. De stichting Samenwerking Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB) publiceert deze perspectieven op [www.kansopwerk.nl](http://www.kansopwerk.nl). Kans op werk toont de toekomstkansen voor afgestudeerde mbo'ers in ruim zeshonderd beroepen. Het gaat om de kans op een baan in het verlengde van de opleiding. Bekeken wordt wat die kans is als de student nu met de opleiding begint en deze binnen de normale studieduur afrondt. Bij een tweejarige opleiding gaat het dus om de kans op werk over twee jaar. Kans op stage laat zien wat voor de meer dan zeshonderd beroepsopleidingen in het mbo op dit moment de kans op een stage of leerbaan is. Meer informatie op [www.kansopwerk.nl](http://www.kansopwerk.nl)

#### 4.2.1. Kans op werk

Het arbeidsmarktperspectief voor gediplomeerde mbo-studenten (beginnend beroepsbeoefenaars) wordt bepaald door hun kans op werk in het verlengde en op het niveau van de gevolgde opleiding. Deze kans is gebaseerd op de verhouding tussen de vraag en het aanbod op de arbeidsmarkt. De vraag is gebaseerd op het aantal vacatures per functie dat geschikt is voor recent gediplomeerden (met weinig/geen werkervaring). Het aanbod bestaat uit het aantal gediplomeerde mbo'ers dat na afronding van de studie de arbeidsmarkt betreedt (dus niet verder studeert).

De kans op passend werk voor gediplomeerde mbo'ers wordt in tabel 24a op landelijk en UWW-districtsniveau en in tabel 24b per arbeidsmarktregio (G35) gevisualiseerd aan de hand van de volgende schaalverdeling:

+	<b>goed</b>	kandidaten kunnen gemakkelijk een baan vinden voor het beroep waarvoor zij een opleiding hebben gevolgd
+/=	<b>ruim voldoende</b>	kandidaten kunnen redelijk snel een baan vinden, meestal voor het beroep waarvoor zij een opleiding hebben gevolgd
=	<b>voldoende</b>	kandidaten kunnen met enige moeite een baan vinden, maar niet per se in het verlengde van de opleiding die zij hebben gevolgd
=/-	<b>matig</b>	kandidaten moeten moeite doen om een baan te vinden, de kans is groter dat zij in een ander beroep aan de slag gaan dan waarvoor zij een opleiding hebben gevolgd
-	<b>ongunstig</b>	kandidaten moeten veel moeite doen om een baan te vinden, de kans is zeer groot dat zij geen baan vinden in het verlengde van hun opleiding
		er zijn (vrijwel) geen vacatures en (vrijwel) geen gediplomeerden

Tabel 24a: Kans op werk kwalificaties groothandel (2012/2013)

niveau	kwalificatie	NL	Noord	Oost	Noord West	Midden West	Zuid West	Zuid Oost
1	Assistent logistiek medewerker	=	-	=/-	-	+/=	+	+
2	Logistiek medewerker	+	+	+	+	+	+	+
2	Balie-/shopmedewerker	+		+	+	+	+	+
3	Logistiek teamleider	+	+	+	+	+	+/=	+
3	Commercieel medewerker binnendienst	+	+	+	+	+	+	+
3	Commercieel medewerker buitendienst	+	+	+	+	+	+	+
4	Logistiek supervisor	=	=/-	=/-	+	=	-	+
4	(Junior) accountmanager	+	+	+	+	+	+	+
4	Ass. manager internationale handel binnendienst						-	-
4	Ass. manager internationale handel buitendienst				+	+	+	+
4	Vestigingsmanager groothandel	=	-	-	+	+	-	+

Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage Arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

Tabel 24b: Kans op werk kwalificaties groothandel (2012/2013) per arbeidsmarktregio (G35)

niveau en kwalificatie		1		2			3			4		
		Assistent logistiek medewerker	Logistiek medewerker	Balle-/shopmedewerker	Logistiek teamleider	Commercieel medewerker binnendienst	Commercieel medewerker buitendienst	Logistiek supervisor	(Junior) accountmanager	Ass. manager internationale handel binnendienst	Ass. manager internationale handel buitendienst	Vestigingsmanager groothandel
district/arbeidsmarktregio												
Noord	Drenthe	-	+		+	+	+		+			-
	Friesland		+			+	+		+			-
	Groningen		+			+	+		+			-
Oost	Achterhoek		+		-	+	+		+			
	Food Valley	-	+	+	+	+	+	=/-	+			
	IJsselVechtstreek		+		+	+	+		+			-
	Midden-Gelderland	-	+	+	+	+	+	=/-	+			
	Rivierenland		+			+	+		+			+
	Stedendriehoek	+	+	+	+	+	+		+			-
	Twente	-	+		+	+	+		+			-
	Zuid-Gelderland	+	+		+	+	+		+			
Noordwest	Flevoland		+			+	+		+			=/-
	Groot-Amsterdam	-	+	+	+	+	+	+	+			=
	Noord-Holland-Noord	-	+		-	-	+		+			
	Zaanstreek-Waterland		+			+	+					
	Zuid-Kennemerland		+		+	+	+		+			+
Midden-West	Gooi en Vechtstreek		+			+	+		+			
	Haaglanden		+		+	+	+	+/=	+			+
	Holland Rijnland		+		+/=	+	+	-	+			
	Midden-Holland		+	+		+	+		+			
	Midden-Utrecht		+	+	+	+	+		+			+
	Oost-Utrecht		+		+	+	+		+			
Zuidwest	Zuid-Holland Centraal		+		+	+	+	+/=	+			+
	Drechtsteden		+		-	+	+	=/-	+			
	Gorinchem		+		-	+	+	=/-	+			
	Rijnmond	+	+	+	+	+	+	+/=	+			-
	West-Brabant		+		=	+	+	-	+			-
Zuidoost	Zeeland	-	+		+	+	+	-	+			
	Helmond-De Peel		+		+	+	+	+	+			=/-
	Midden-Brabant		+	+	+	+	+		+			=/-
	Midden-Limburg		+	+	+	+	+		+			+
	Noord-Limburg	+	+		+	+	+	+	+			+
	Noordoost-Brabant		+		=	+	+	-	+			=
	Zuid-Limburg	+	+	+	+	+	+		+			+
Zuidoost-Brabant		+		+	+	+	+	+				

Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage Arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

Het totaal aantal vacatures in de groothandel neemt af. Toch zijn er over het algemeen nog voldoende vacatures beschikbaar voor het aantal gediplomeerde schoolverlaters dat de arbeidsmarkt opstroomt. Sommige bedrijven hebben zelfs moeite om geschikte kandidaten voor vacante commerciële functies te vinden.

Voor assistent logistiek medewerker (niveau 1), voor logistiek supervisor (niveau 4) en voor vestigingsmanager groothandel (niveau 4) zijn de perspectieven niet goed, maar 'slechts' voldoende. Het merendeel van de gediplomeerden van niveau-4-opleidingen vervolgen evenwel hun schoolloopbaan op het hbo.

Vanaf 2014 hebben de aantrekkende internationale handel en de vergrijzing een positief effect op de baankansen voor jongeren, aldus Kenniscentrum Handel<sup>7</sup>.

#### 4.2.2. Kansen op stage

De groothandel telt ongeveer 7.700 erkende leerbedrijven. Dit betekent dat op een totaal van 73.000 bedrijven ruim 11.000 mbo-studenten groothandel gemiddeld bij een op de tien bedrijfsvestigingen in de groothandel terecht kunnen voor een stageplaats en/of leerbaan voor de noodzakelijke beroepspraktijkvorming (BPV) tijdens hun opleiding.

De kans op stage voor mbo-studenten wordt bepaald door de verhouding tussen het aantal BOL-studenten<sup>8</sup> en het aanbod van stageplaatsen voor een bepaalde kwalificatie (in een bepaalde regio). Bij een verhoudingsgewijs hoog aanbod van stageplaatsen zullen studenten makkelijk een stageplaats kunnen vinden. Is het aantal studenten daarentegen veel hoger dan het aantal beschikbare stageplaatsen, dan zullen studenten veel moeite moeten doen om tijdig een stageplaats te vinden. Zij zullen dan waarschijnlijk bij meer bedrijven moeten solliciteren en/of op grotere reisafstand een stageplaats moeten zoeken.

De kans op stage voor BOL-studenten wordt in tabel 25a op landelijk en UWV-districtsniveau en in tabel 25b per arbeidsmarktregio (G35) gevisualiseerd aan de hand van de volgende schaalverdeling:

+	<b>goed</b>	studenten kunnen gemakkelijk een stageplaats vinden, het aantal stageplaatsen is beduidend hoger dan het aantal BOL-studenten
+/=	<b>ruim voldoende</b>	studenten kunnen redelijk snel een stageplaats vinden, er zijn ruim voldoende stageplaatsen ten opzichte van het aantal BOL-studenten
=	<b>voldoende</b>	over het algemeen vinden studenten zonder veel moeite een stageplaats, er is evenwicht tussen het aantal stageplaatsen en het aantal BOL-studenten
=/-	<b>matig</b>	studenten moeten moeite doen om een stageplaats te vinden, zij zullen wellicht vaker moeten solliciteren en/of verder moeten reizen voor een geschikte stageplaats
-	<b>ongunstig</b>	studenten moeten veel moeite doen om een stageplaats te vinden, er is een reële kans dat zij vaak moeten solliciteren en ver moeten reizen voor een stageplaats
		er zijn (vrijwel) geen stageplaatsen en (vrijwel) geen studenten

Tabel 25a: Kansen op stage kwalificaties groothandel (2012/2013)

niveau	kwalificatie	NL	Noord	Oost	Noord West	Midden West	Zuid West	Zuid Oost
1	Assistent logistiek medewerker	+	+	+	+	+	+	+
2	Logistiek medewerker	+	+	+	+	+	+/=	+
2	Balie-/shopmedewerker							
3	Logistiek teamleider	=	=/-	+	=	+/=	-	+
3	Commercieel medewerker binnendienst	+/=	+	+/=	=/-	=	=/-	+
3	Commercieel medewerker buitendienst	+	+	+	+	+	+	+
4	Logistiek supervisor	+	+	+	+	+	-	+
4	(Junior) accountmanager	-	-	-	-	-	=/-	=/-
4	Ass. manager internationale handel binnendienst	+	+	+	+	-	+	-
4	Ass. manager internationale handel buitendienst	+		+	-	+	+	+
4	Vestigingsmanager groothandel	-	-	-	=/-	=	-	-

Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage Arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

<sup>7</sup> Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage Arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

<sup>8</sup>BOL = beroepsopleidende leerweg

Tabel 25b: Kans op stage kwalificaties groothandel (2012/2013) per arbeidsmarktregio (G35)

niveau en kwalificatie		1	2	3	4
district/arbeidsmarktregio		Assistent logistiek medewerker	Logistiek medewerker Balie-/shopmedewerker	Logistiek teamleider Commercieel binnendienst medewerker Commercieel medewerker buitendienst	Logistiek supervisor (Junior) accountmanager Ass. manager internationale handel binnendienst Ass. manager internationale handel buitendienst Vestigingsmanager groothandel
Noord	Drenthe		+		
	Friesland	+	+	=/-	=/-
	Groningen	+	+	=/-	
Oost	Achterhoek		+	+/=	
	Food Valley		+		
	IJsselvechtstreek	+	+	+	
	Midden-Gelderland		+/=	+	
	Rivierenland			+	+
	Stedendriehoek		+	+	
	Twente	+	+	+	+/=
	Zuid-Gelderland			+	
Noordwest	Flevoland		+	+/=	
	Groot Amsterdam	+	+	+/=	
	Noord-Holland Noord	+	+	=/-	
	Zaanstreek/Waterland			=/-	
	Zuid-Kennemerland			=/-	
Middenwest	Gooi- en Vechtstreek			+	
	Haaglanden		+/=	+/=	+
	Holland Rijnland		+	+/=	
	Midden-Holland		+	+/=	
	Midden-Utrecht		+	=	
	Oost-Utrecht		+	+	
	Zuid-Holland Centraal			+	
Zuidwest	Drechtsteden		=	=/-	+/=
	Gorinchem			=/-	
	Rijnmond	+	=/-	=/-	+
	West-Brabant	+	=	+/=	+
	Zeeland			+/=	
Zuidoost	Helmond-De Peel			+	
	Midden-Brabant			+	
	Midden-Limburg			+	+
	Noord-Limburg		+	+	+
	Noordoost-Brabant		+	+	+
	Zuid-Limburg	+	+	+	+
	Zuidoost-Brabant		+	+	

Bron: Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage Arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013/2014*

In de groothandel zijn voor de meeste opleidingen meer dan voldoende stageplaatsen beschikbaar. Studenten van de opleidingen (junior) Accountmanager en Vestigingsmanager groothandel ervaren veel moeite met het vinden van een geschikte leerplaats. Het merendeel van deze studenten stroomt na diplomering door naar het hbo. Bij groothandelsbedrijven is echter beperkt ruimte voor het uitvoeren van hun mbo-stages.

Naar regio zijn grote verschillen zichtbaar in de kans op een stageplaats. Zo hebben commercieel medewerkers binnendienst in het westen minder kans op een stageplaats dan in het noorden en het



oosten. En ondervinden assistent-managers internationale handel binnendienst in Midden-West en Zuid-Oost veel meer problemen om een stageplaats te vinden dan in de andere landsdelen.

### 4.2.3. Praktijkvoorbeelden

#### Samen Doen – stageplekken voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt

Samen Doen is een concept waarbij bedrijven, overheid, onderwijs en Kenniscentrum Handel (KCH) door het creëren van stageplekken samenwerken aan de loopbaan van (jeugdige) werklozen en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt om zo de kans op duurzame plaatsing op de arbeidsmarkt te vergroten.

De kracht van deze KCH-aanpak zit niet alleen in de combinatie van leren en werken, maar vooral in de intensieve begeleiding van de kandidaten tijdens hun route naar een baan. Tot nu toe zijn ruim 1000 trajecten uitgevoerd in Amsterdam, Alkmaar, Den Bosch, Emmeloord, Gouda, Gorinchem, Helmond en Lelystad. De kandidaten zijn door KCH geplaatst bij leerbedrijven in de handel zoals Gerritse IJzerwaren en Sligro.

De intensieve begeleiding tijdens de praktijkleertijd wordt uitgevoerd door de 'vakmentor', een persoon die de 'taal' van het bedrijf en de school spreekt en beschikt over uitstekende pedagogische kwaliteiten om een persoon in opleiding te begeleiden; hij legt de verbinding tussen de praktijk en de theorie en is een coach voor de betrokkenen.  
Bron: Kenniscentrum Handel

#### Het Ervaringscertificaat is een zinvol instrument!

Lasaulec is een technische groothandel op het gebied van materialen, onderdelen en gereedschappen voor de industrie en gespecialiseerd in las-, lucht- en reinigingstechniek en Persoonlijke Beschermingsmiddelen. Met zo'n driehonderd medewerkers op acht vestigingen, ondersteund door Lasaulec Techniek te Sneek, levert Lasaulec producten en diensten aan professionele afnemers in heel Nederland.

Door de recessie moest Lasaulec in 2009 noodgedwongen tachtig medewerkers ontslaan. 'Wij zijn gelijk gaan kijken wat we konden doen voor deze medewerkers', vertelt Kees van der Heijden, manager P&O bij Lasaulec. 'We wilden hen graag helpen bij het vinden van ander werk. Kenniscentrum Handel maakte ons attent op het Ervaringscertificaat. Na een gesprek met UWV WERKbedrijf en het Mobiliteitscentrum zijn we hier vrij snel mee aan de slag gegaan.'

#### Veranderende markt

'Binnen ons bedrijf vindt momenteel een verschuiving plaats in functies', aldus Van der Heijden. 'Onze klanten en hun koopgedrag veranderen. Het bezoek aan onze vestigingen daalt en het aantal bestellingen via internet neemt toe. Wij boren nu andere logistieke kanalen aan en kiezen voor centralisering.'

#### Ervaringscertificaat

'Wij hebben de medewerkers die weg moesten allemaal een EVC-traject aangeboden', gaat Van der Heijden verder. 'Het is interessant om te zien dat vrijwel iedereen die een Ervaringscertificaat heeft behaald nu ook weer een baan heeft gevonden. Mensen krijgen met het Ervaringscertificaat erkenning voor hun (werk)ervaring. Vaak hebben zij competenties ontwikkeld in hun werk en daar liggen geen diploma's onder. Met een EVC-traject wordt in kaart gebracht wat zij kunnen. Het geeft mensen waardering en zelfvertrouwen. Het Ervaringscertificaat werkt verhelderend voor de medewerkers zelf én voor potentiële werkgevers. Eén van onze ex-medewerkers zei naderhand: 'Dankzij het Ervaringscertificaat ben ik dit proces beter uit gekomen dan dat ik er in ben gegaan!' Van de tachtig mensen die wij vorig jaar moesten ontslaan zijn er inmiddels weer tweeënzeventig aan de slag. Daar zijn wij zeer tevreden mee. Voor de mensen die nog geen ander werk hebben, hebben we nog een bescheiden bedrag om ondersteunende opleidingsactiviteiten te bekostigen.'

#### Voor meerdere doeleinden toepasbaar

Maar het Ervaringscertificaat is ook een prima instrument om in te zetten voor medewerkers die niet met ontslag worden bedreigd. Het kan ook dienen als 0-meting; om te kijken waar iemand staat of met het doel om te kijken op welke manier iemand door kan groeien binnen de organisatie. Op basis van een Ervaringscertificaat kan iemand vrijstellingen krijgen voor een opleiding en zo een verkort opleidingstraject volgen. Dat is efficiënt en werkt kostenbesparend. Meer informatie over het Ervaringscertificaat (EVC) op [www.kch.nl/evc](http://www.kch.nl/evc)

## 4.3. Kansen voor niet-werkend werkzoekenden (NWW'ers)

### 4.3.1. Algemeen beeld

Op basis van zijn polisadministratie heeft UWV in kaart gebracht uit welke sector NWW'ers die in de groothandel gaan werken afkomstig zijn (tabel 26). Ook toont de tabel in welke sector NWW'ers die voorheen in de groothandel hebben gewerkt een nieuwe bestemming vinden. In het eerste geval is de sector vóór NWW een andere dan de groothandel en in het tweede geval gaat het om NWW'ers die eerder in de groothandel hebben gewerkt maar nu in een andere sector gaan werken.

#### Schematisch:

sector voor NWW: andere sector	-> NWW ->	instroom groothandel
sector na NWW: groothandel	-> NWW ->	instroom andere sector

De totale instroom van NWW'ers is in 2011 met zo'n 3.000 gedaald ten opzichte van 2010. De afname van de uitstroom is met een kleine 5.000 nog wat omvangrijker. Niet-werkende werkzoekenden die

voorheen in de groothandel hebben gewerkt gaan vaker in een andere sector werken dan andersom. Wel is het saldo instroom-uitstroom tussen 2010 en 2011 met meer dan de helft afgenomen. De groothandel verliest vooral ex-werknemers aan de financiële en zakelijke dienstverlening (waaronder ook uitzendbureaus vallen). Ook de sector Gezondheidszorg, welzijn en cultuur laat een behoorlijk negatief saldo zien. De grootste instroom in de groothandel komt van NWW'ers die voorheen in de financiële en zakelijke dienstverlening hebben gewerkt (bijna 5.000 in 2011) en vanuit de industrie (ruim 2.000 in 2011). Waar verwacht mocht worden dat er ook behoorlijke stromen van en naar de detailhandel en het vervoer en opslag zouden zijn, wordt dit beeld door tabel 26 gelogenstraft. Deze stromen zijn relatief beperkt. Kortom, de groothandel is geen sector waar NWW'ers makkelijk werk vinden. De grootste kans hebben NWW'ers met een technische achtergrond.

**Tabel 26: Sector vóór NWW=groothandel, resp. sector ná NWW=andere sector, 2010 en 2011**

Sector voor resp. na NWW groothandel	Instroom vanuit NWW in de groothandel		(ex-groothandel) Uitstroom uit NWW naar andere sector		Saldo	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Onbekend	101	33	23	22	78	11
Landbouw en visserij	146	152	169	121	-23	31
Bouwnijverheid	389	247	179	163	210	84
Industrie en delfstoffen	2.578	2.008	1.903	1.568	675	440
Energie, water en afvalvoorziening	10	9	13	12	-3	-3
Detailhandel, ambachten en grootwinkelbedrijf	1.360	1.158	1.423	1.103	-63	55
Groothandel	(5.766)	(4.847)	(5.766)	(4.748)	0	0
Vervoer en opslag	727	552	783	629	-56	-77
Horeca	415	387	444	334	-29	53
Gezondheidszorg, welzijn en cultuur	426	474	1.167	898	-741	-424
Financiële en zakelijke dienstverlening	5.540	4.819	8.774	6.470	-3.234	-1.651
Onderwijs	71	56	191	139	-120	-83
Openbaar bestuur	125	109	226	84	-101	25
<b>Totaal</b>	<b>17.654</b>	<b>14.851</b>	<b>21.061</b>	<b>16.291</b>	<b>-3.407</b>	<b>-1.440</b>

Bron: UWV

#### 4.3.2. Praktijkvoorbeelden

##### 'Eigen volk eerst' bij vacatures Greenport

*De Gelderlander, 07-03-2013*

Om te voorkomen dat nieuwe bedrijven in Greenport Venlo alleen Polen in dienst nemen, gaat de regio de werkgevers nadrukkelijk aansporen tot inzet van eigen inwoners. De zeven Noord-Limburgse gemeenten, ontwikkelaar Development Company Greenport Venlo (DCGV), uitkeringsinstantie UWV en de sociale werkplaatsen in Noord-Limburg hebben met elkaar afspraken gemaakt om werkgevers in Greenport Venlo te bewegen zoveel mogelijk eigen inwoners met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst te nemen. Daarbij gaat het vooral om bijstandsgerechtigden, jonge gehandicapten, mensen die langdurig ziek zijn geweest, werkloze jongeren en (potentiële) cliënten van de sociale werkplaats. In Noord-Limburg gaat het daarbij in totaal om enkele duizenden mensen.

"De meeste banen die in Greenport Venlo komen zijn voor laaggeschoolden", zegt wethouder Peter Fleuren van Horst aan de Maas. "We willen niet dat alleen Polen die banen krijgen en dat een deel van onze eigen bevolking werkloos thuis zit. Daarom gaan we werkgevers die een bedrijf willen starten in Greenport Venlo in een vroeg stadium, bijvoorbeeld nog vóór het verlenen van de bouwvergunning of als ze bij DCGV aankloppen voor bouwgrond, attenderen op onze eigen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt."

Die groep is vaak minder productief, maar daar staat volgens Fleuren tegenover dat de werkgevers kunnen rekenen op aantrekkelijke financiële bijdragen van de overheid. "Bovendien kunnen ze zich profileren als maatschappelijk verantwoord ondernemer", zegt Fleuren. "Door er vroeg bij te zijn, kan bovendien bij de bouw van het bedrijf nog rekening worden gehouden met handicaps, gebreken en een groter aantal werknemers. Bijvoorbeeld door een grotere kantine te bouwen."

## Convenanten UWV-groothandel

In de groothandel heeft UWV de volgende landelijke en regio-overstijgende convenanten afgesloten:

### Convenant UWV-Fugri Venta

Frugi Venta, Groenten en Fruit Handelsplatform Nederland ([www.frugiventa.nl](http://www.frugiventa.nl)) is de toonaangevende ondernemersorganisatie voor 430 bedrijven op het gebied van de groot- en tussenhandel, import- en exporthandel in verse groenten en fruit. In het kader van mvo is in de cao de afspraak gemaakt over een periode van twee jaar 100 werkplekken voor Wajongers aan te bieden bij de aangesloten bedrijven. De helft van de aangesloten bedrijven zijn bedrijven met 1-2 medewerkers en Frugi Venta richt zich voor de Wajongplaatsen vooral op de overige bedrijven. Deze bedrijven zijn voornamelijk geconcentreerd gevestigd op handelsterreinen zoals Foodcenter Amsterdam, Foodcenter Leidschendam, ABC Westland PoeldijkFreshworld Barendrecht, Zon Freshpark in Venlo, Maasdijk/De Lier etc.

### Samenwerkingsovereenkomst Staalmarkt-UWV

Staalmarkt (onderdeel van MCB) heeft op dit moment 10 vestigingen in Doetinchem, Alkmaar, Almere, Beuningen, Breda, Culemborg inclusief hoofdkantoor, Den Bosch, Eindhoven, Nederweert en Almelo) en wil gaan uitbreiden naar 18 vestigingen (er is nog niet bekend waar en op welke termijn). Staalmarkt wil voor de werving van personeel UWV inschakelen. Daarnaast heeft Staalmarkt het streven om op elke vestiging een Wajonger of WIA-kandidaat aan te nemen zodra de formatie dat toelaat. Informatie over mogelijkheden voor Wajongers wordt door Staalmarkt vermeld bij het melden van de vacature/arbeidsplaats.

Bron: UWV

## 4.4. Kansen van uitstromers

In opdracht van UWV heeft het CBS voor de groothandel een uitstrooprofiel opgesteld. Daarin wordt beschreven welke bestemming werknemers uit de groothandel hebben gevonden: een baan in een andere sector, pensioen, uitkeringsgerechtigd et cetera. De gegevens hebben betrekking op het jaar 2000 en het (crisis)jaar 2010<sup>9</sup>. Tabel 27 toont de uitkomsten.

**Tabel 27: Uitstrooprofiel groothandel: percentage uitstromers uit groothandel naar bestemming, 2000 en 2010**

Herkomst	2000		2010		Niveau t.o.v. alle sectoren	Trend
	Groot- handel	Alle sectoren	Groot- handel	Alle sectoren		
<b>Naar andere sector</b>	69%	61%	62%	54%	+	-
w.v.						
zakelijke dienstverlening	10%		8%			-
Uitzend	8%		7%			-
Detailhandel	7%		8%			+
Metaal	6%		6%			0
Procesindustrie	6%		6%			0
<b>Naar student</b>	2%	4%	2%	5%	--	0
<b>Naar uitkering</b>	9%	11%	18%	18%	0	++
w.v.						
WW	3%	3%	12%	10%	+	++
AO	3%	4%	1%	2%	-	--
Bijstand	1%	1%	1%	2%	-	0
anders	3%	4%	3%	4%	0	0
<b>Naar NUG/overig</b>	14%	15%	10%	12%	-	-
w.v. migrant	3%	3%	3%	2%	0	0
<b>Naar zelfstandigen</b>	4%	4%	4%	4%	0	0
<b>Naar pensioen/VUT</b>	2%	4%	4%	6%	--	++
<b>Totaal uitstroom</b>	<b>84.970</b>	<b>686.350</b>	<b>77.880</b>	<b>584.110</b>	+	-
<b>Als % werkgelegenheid</b>	<b>21%</b>	<b>11%</b>	<b>19%</b>	<b>9%</b>		

Bron: CBS/UWV

<sup>9</sup> De tabel laat de status van een persoon zien op twee peilmomenten: voor het getoonde jaar 2010 één in 2010 en één in 2009. Tussen deze momenten kan de persoon meer dan één keer van positie hebben gewisseld (bijvoorbeeld werkend-uitkering-werkend).

De totale uitstroom uit de groothandel is met 19 procent zeer omvangrijk en meer dan twee maal zo hoog als de gemiddelde uitstroom uit andere sectoren. Wel is de uitstroom tussen 2000 en 2010 zowel absoluut als relatief afgenomen.

De uitstroom van werknemers die een baan vinden in een andere sector ligt in 2010 op 62%. Dat is hoger dan het gemiddelde voor alle sectoren (54 procent). In percentage is de uitstroomkans naar een andere baan in 2010 lager dan in 2000. Dat komt door de crisis: de uitstroom naar een uitkering is fors gestegen en in de groothandel (18 procent in 2010) nog hoger dan in andere sectoren van de Nederlandse economie. Zo is het uitstroombestand naar WW in de groothandel in tien jaar tijd verviervoudigd. De uitstroom naar een arbeidsongeschiktheidsuitkering is juist sterk afgenomen. De uitstroom naar pensioen ligt weliswaar onder het niveau van de andere sectoren, maar is in de periode 2000-2010 wel verdubbeld.

Tabel 28 toont het saldo instroom van werkenden in de groothandel uit een andere sector en de uitstroom van werkenden uit de groothandel naar diezelfde sector.

**Tabel 28: Saldotabel instroom en uitstroom groothandel, 1999 en 2010**

Sector	Instroom vanuit sector naar de groothandel		Uitstroom uit groothandel naar andere sector		Saldo	
	1999	2010	1999	2010	1999	2010
<b>Uitzendsector</b>	12.930	6.410	6.890	5.310	6.040	1.100
<b>Detailhandel</b>	7.730	6.390	5.940	6.340	1.790	50
<b>Zakelijke dienstverlening</b>	6.200	9.200	8.680	6.250	-2.480	2.950
<b>Metalektro en metaalnijverheid</b>	5.150	5.140	4.990	5.040	160	100
<b>Procesindustrie</b>	5.040	3.950	4.970	4.490	70	-540
<b>Bouwnijverheid</b>	3.180	2.320	3.610	2.600	-430	-280
<b>Ict en telecommunicatie</b>	3.160	4.260	4.660	2.490	-1.500	1.770
<b>Vervoer en opslag</b>	2.400	2.440	2.550	2.580	-150	-140
<b>Land- en tuinbouw</b>	1.540	1.420	1.130	1.310	410	110
<b>Motorvoertuigen en tweewielers</b>	1.860	1.180	1.500	1.030	360	150
<b>Financiële dienstverlening</b>	1.500	1.530	1.970	1.060	-470	470
<b>Overig</b>	11.880	8.210	11.770	9.800	110	-1.590
<b>Totaal</b>	<b>62.570</b>	<b>52.450</b>	<b>58.660</b>	<b>48.300</b>	<b>3.910</b>	<b>4.150</b>

Bron: UWV

Waar de groothandel bij de NWW'ers een uitstroomoverschot kent, is bij de werkenden het omgekeerde het geval. De groothandel is een instroomsector: het aantal werkenden dat uit andere sectoren instroomt in een groothandelsbaan is groter dan de stroom vanuit de groothandel naar andere sectoren. Het instroomsaldo is in 2010 ook hoger dan in 2000.

Sectoren met het grootste saldo zijn: zakelijke dienstverlening inclusief uitzendbranche (2010 instroomsaldo: bijna 3.000, in 2000 nog een uitstroombestand) en ict en communicatie (2010 instroomsaldo bijna 1.800, in 2000 nog een uitstroombestand).

## 4.5. De regio centraal

Op verzoek van UWV heeft het CBS een maatwerktabel gemaakt, waarin het aantal banen naar sector en regio wordt weergegeven. Het betreft de stand per december 2011. Er zijn 35 arbeidsmarktregio's onderscheiden. Het CBS hanteert een ondergrens van 1.000 banen per regio. Zijn het er minder, dan worden de gegevens niet getoond. In tabel 29 wordt de omvang werkgelegenheid in de groothandel naar regio getoond. Ook wordt het aantal vacatures in 2012 getoond. Daarnaast laat tabel 29 naar arbeidsmarktregio zien, of de groothandel een kansrijke sector is of juist niet. Elke arbeidsmarktregio wordt op 4 variabelen vergeleken met (de ontwikkeling van) het landelijke gemiddelde:

- Het relatieve aandeel van de groothandel in de werkgelegenheid in de betreffende arbeidsmarktregio;
- Het relatieve aandeel van de groothandelsvacatures in het totaal aantal vacatures in de betreffende arbeidsmarktregio;

- 
- De ontwikkeling van de werkgelegenheid in 2013 in de groothandel in de betreffende arbeidsmarktregio in vergelijking met het landelijke gemiddelde;
  - De ontwikkeling van de werkgelegenheid in 2014 in de groothandel in de betreffende arbeidsmarktregio in vergelijking met het landelijke gemiddelde.

De legenda is als volgt:

**Legenda kolom 3, 4, 5 en 6**

Veel hoger dan gemiddeld
Hoger dan gemiddeld
Gelijk
Lager dan gemiddeld
Veel lager dan gemiddeld

Op basis van de vergelijking van de arbeidsmarktregio met het landelijke gemiddelde wordt dan in kolom 1 weergegeven of de groothandel in de betreffende arbeidsmarktregio (heel) belangrijk en kansrijk is of juist niet. Hieronder wordt de legende van kolom 1 weergegeven.

**Legenda kolom 1**

Heel belangrijk
Belangrijk
Gemiddeld
Minder belangrijk
Veel minder belangrijk

**Tabel 29: Vergelijking arbeidsmarktregio met het landelijke gemiddelde op 4 variabelen; Omvang werkgelegenheid (2011) en aantal vacatures (2012) per arbeidsmarktregio**

Arbeidsmarkt-regio	Aantal banen (x1.000) (2011)	Aandeel in werkgelegenheid arbeidsmarktregio	Aantal vacatures (x1.000) (2012)	Aandeel in vacatures arbeidsmarkt-regio	% mutatie banen '12-'13	% mutatie banen '13-'14
Groningen	9,0	2,9%	876	5,2%	-0,8%	0,3%
Friesland	9,4	3,7%	722	5,2%	-0,6%	0,5%
Drenthe	4,7	4,4%	277	6,7%	-0,8%	0,3%
IJsselvechtstreek	10,3	4,4%	990	7,3%	-0,5%	0,6%
Twente	15,2	5,4%	1.362	9,5%	-0,6%	0,5%
Stedendriehoek	15,2	5,2%	1.828	8,8%	-0,8%	0,3%
Midden-Gelderland	8,5	4,6%	893	6,5%	-0,6%	0,5%
Food Valley	9,7	6,9%	1.276	14,7%	-0,5%	0,6%
Zuid-Gelderland	6,2	4,4%	936	10,9%	-0,4%	0,7%
Achterhoek	7,4	5,9%	569	9,9%	-1,2%	-0,1%
Rivierenland	8,6	8,7%	1.642	19,7%	-0,7%	0,4%
Flevoland	13,6	9,6%	1.584	14,5%	0,6%	1,7%
Gooi en Vechtstreek	8,3	7,6%	778	7,6%	-1,2%	-0,2%
Midden-Utrecht	26,6	5,5%	3.886	8,6%	-0,4%	0,7%
Oost-Utrecht	10,5	6,8%	1.452	11,0%	-0,8%	0,3%
Noord-Holland-Noord	14,2	5,7%	1.410	8,5%	-0,8%	0,3%
Zuid-Kennemerland	7,4	4,9%	1.322	9,4%	-0,9%	0,2%
Zaanstreek-Waterland	6,5	6,3%	716	10,6%	-0,9%	0,2%
Groot-Amsterdam	55,2	6,8%	6.945	9,4%	-0,3%	0,8%
Holland-Rijnland	17,4	8,0%	2.031	12,1%	-0,8%	0,3%
Midden-Holland	8,5	9,2%	663	11,4%	-0,2%	0,9%
Haaglanden	16,4	3,9%	2.372	7,1%	-0,2%	0,9%
Zuid-Holland Centraal	8,6	7,3%	1.045	11,8%	-0,6%	0,5%
Rijnmond	37,5	6,0%	5.185	10,9%	-0,6%	0,5%
Drechtsteden	12,5	10,6%	1.146	14,9%	-0,6%	0,5%
Gorinchem	4,1	6,7%	688	16,1%	-1,0%	0,1%
Zeeland	7,4	4,8%	1.333	6,7%	-0,8%	0,3%
West-Brabant	23,3	7,4%	3.060	12,5%	-0,9%	0,2%
Helmond-De Peel	5,5	5,8%	550	11,0%	-0,6%	0,5%
Midden-Brabant	14,5	6,8%	1.765	10,8%	-0,5%	0,6%
Noord-Oost-Brabant	20,0	6,7%	2.795	11,9%	-0,9%	0,2%
Zuid-Oost-Brabant	16,0	5,5%	2.368	10,5%	-0,5%	0,6%
Noord-Limburg	7,2	5,3%	864	10,2%	-1,1%	0,0%
Midden-Limburg	5,7	5,6%	710	10,0%	-1,1%	0,0%
Zuid-Limburg	12,0	4,6%	1.399	7,0%	-1,0%	0,1%
<b>Totaal</b>	<b>463.100</b>		<b>57.438</b>			
<b>Gemiddeld</b>	<b>13.200</b>	<b>5,9%</b>	<b>1.641</b>	<b>9,8%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>0,5%</b>

Bron: CBS, UWV

De arbeidsmarktprospectieven in de sector Groothandel zijn heel gunstig in de volgende arbeidsmarktregio's: Food Valley, Rivierenland, Flevoland, Midden-Holland en Drechtsteden.

---

De arbeidsmarktperspectieven in de sector Groothandel zijn gunstig in de volgende arbeidsmarktregio's: Zuid-Gelderland, Groot-Amsterdam, Haaglanden, Zuid-Holland Centraal en Midden-Brabant.

De arbeidsmarktperspectieven in de sector Groothandel zijn minder gunstig in IJsselvechtstreek en Twente.

De arbeidsmarktperspectieven in de sector Groothandel zijn veel minder gunstig in de volgende arbeidsmarktregio's: Groningen, Friesland, Drenthe, Stedendriehoek, Midden-Gelderland, Achterhoek, Gooi- en Vechtstreek, Noord-Holland Noord, Zuid-Kennemerland, Zeeland en de drie Limburgse arbeidsmarktregio's.

De andere arbeidsmarktregio's laten een gemiddeld beeld zien.

## 4.6. Conclusies en aanbevelingen

In weerwil van de crisis is de arbeidsmarkt in de sector Groothandel redelijk overeind gebleven. De werkgelegenheid is niet gekrompen en het aantal vacatures is weliswaar afgenomen, maar minder dan in veel andere sectoren. De groothandel is een grote sector, maar ook een onbekende sector. Er is sprake van een grote diversiteit aan functies en de bedrijfsgrootte varieert van 2 tot 200 medewerkers of meer. De gemiddelde groothandel telt echter slechts 6 werknemers. De gemiddelde werkweek is bijna voltijds, terwijl het dienstverband bij een bedrijf met gemiddeld 14 jaar lang te noemen is. Als nieuwe medewerkers eenmaal binnen zijn, blijven ze vaak ook. Er moet wel een persoonlijke groei en ook doorgroei in functie aanwezig zijn om deze medewerkers te behouden voor de sector.

De meeste nieuwe werknemers in de groothandel hebben eerst in een andere sector gewerkt. Dat zegt iets over de eisen die aan een baan in de groothandel worden gesteld. Tegelijkertijd moet de constatering zijn dat de groothandel geen echte startersector is. Het startniveau is gemiddeld hoger dan in andere sectoren en ook ervaring is veelal een eis bij aanname. Het aandeel schoolverlaters in de instroom is beperkt. Dat komt mede door een gebrek aan kennis over de sector en de beroepsmogelijkheden die aanwezig zijn. De grotere groothandelsbedrijven hebben door de diversiteit van werkzaamheden ook meer behoefte aan personeel 'aan de onderkant': functies in de sfeer van opslag en orderpicking. Hier liggen kansen voor medewerkers met een lagere opleiding.

Binden en boeien is dan de uitdaging voor de sector. Aandacht voor instroom is van belang, mede omdat er sprake is van een behoorlijke vergrijzing. Daarmee neemt de vervangingsvraag de komende tijd sterk toe. Dat schept kansen voor studenten en schoolverlaters enerzijds (mbo en hbo), maar ook voor instroom vanuit krimpsectoren. Van-werk-naar-werk-trajecten bieden hier mogelijkheden. De groothandel heeft een grote diversiteit aan functies: dat biedt perspectieven voor instroom van diverse doelgroepen (mensen met afstand tot de arbeidsmarkt, wajongers, WW-ers en bijstandsgerechtigden). De sectorbeschrijving groothandel laat zien dat er ook op termijn voldoende werkgelegenheid op lager niveau aanwezig blijft. Wel dreigt het gevaar van verdringing, waardoor mensen onder hun opleidingsniveau aan de slag gaan.

Ruim de helft van de werkgelegenheid in de groothandel is commercieel gebonden: commercieel medewerker binnendienst, buitendienst, accountmanager, technisch commercieel medewerker. De sectorbeschrijving groothandel maakt duidelijk dat de inhoud van de commerciële functie de komende tijd stevig gaat veranderen. Meer focus op techniek, ICT, internationaal en een noemenswaardige versterking van de adviesfunctie van de commerciële medewerker in de sector. De groothandel kan hierop inspelen door het zittend personeel adequaat bij te scholen: gericht op de andere functie-eisen, mogelijk zelfs op een combinatie van commerciële taken. Tegelijkertijd dreigen tekorten in deze beroepen. Dat vergt een proactieve strategie gericht op instroom van jongeren en andere specifieke doelgroepen en gericht op zij-instroom uit andere sectoren.

Met de nieuwe diensten waarin de groothandel zich kan bewijzen, kan het een keyplayer in de keten zijn. Daarbij kan worden gedacht aan assortimentsverbreding, het aanbieden van fysieke opslag en voorraad voor webwinkels, het aanbieden van financieringsarrangementen en dergelijke. De sector krijgt een sterkere adviesfunctie naar haar ketenpartners (consultative selling). Daarmee ontstaan ook nieuwe functies enerzijds en complexere functies anderzijds. Het functiegebouw schuift omhoog. Dit vergt een gerichte aanpak voor scholings- en leerwerkarrangementen.

De sector Groothandel heeft de Human Capital Agenda voor de toekomst opgesteld. Deze agenda speelt in op toekomstige schaarste aan commercieel talent, het behouden van zittend personeel, het 'arbeidsfit' houden van ouder personeel en op de snel veranderende werkomgeving (met bijbehorende functies en functie-eisen). Het is nu aan de sector deze Human Capital Agenda proactief in te vullen. Scholing, leerwerktrajecten die inspelen op instroom en zij-instroom alsmede het anticiperen op de vergrijzing staan daarbij centraal! Een goed zicht op de mogelijkheden in de sector is belangrijk om voldoende nieuwe instroom te realiseren.





# Sociale organisatie in de groothandel

## 1. Inleiding

Werkgevers en werknemers in de sector Groothandel werken op diverse themagebieden samen. Een van de belangrijkste thema's daarbij is 'Human Capital'. Medewerkers moeten deskundig en flexibel zijn. Ook efficiëntie, is belangrijk, met name in de groothandel.

## 2. Brancheorganisaties en koepelorganisaties van werkgevers

Een brancheorganisatie wordt gevormd door een 'bundeling' van bedrijven in een bepaalde branche van een sector. Zo'n organisatie, vaak een stichting of een vereniging, streeft verschillende doelen na. Dat betreft bijvoorbeeld de collectieve belangenbehartiging van de aangesloten leden (bedrijven in de betreffende branche), de behartiging van deelbelangen van groepen leden en/of de behartiging van individuele leden.

Brancheorganisaties bieden hun leden daarnaast ook advisering aan op diverse werkgebieden, zoals: overleg over de totstandkoming van de CAO en pensioenregelingen, ondersteuning bij het bevorderen van het professionele ondernemerschap, het opstellen van consumentenvoorwaarden en/of het instellen van een geschillencommissie.

In de sector Groothandel zijn er branches beschikken over een O&O fonds. Dat heet ook wel: onds Collectieve Belangen. Doel van deze fondsen is om met opleidingen het niveau van medewerkers in de branche te verhogen. Meestal dragen bedrijven daarvoor maandelijks een percentage van de loonsom af. Bedrijven kunnen hierdoor effectief gebruikmaken van de O&O-fondsen doordat een deel van opleidingskosten voor medewerkers kan worden vergoed.

### Brancheorganisaties Groothandel

In de groothandel verenigen de brancheorganisaties bedrijven die actief zijn als groothandel in o.a.: geneesmiddelen, kantoorvakhandel, technische groothandel, groenten en fruit, bouwmaterialen, Tuinbouw, brandstoffen, Papier, Textiel, Schoenen, Smeeroliën, Sportbenodigdheden, Grafische artikelen, Verf, Levensmiddelen, Dranken. Brancheorganisaties zijn in regel naar productgroep georganiseerd. Veel brancheorganisaties zijn lid van het Nederlands Verbond van de Groothandel (NVG).

### NVG

Het NVG (opgericht in 1950) is de overkoepelende ondernemingsorganisatie die de veelzijdige belangen behartigt van de Nederlandse groothandel en de daaraan gelieerde internationale handel. Bijna 40 brancheverenigingen en circa 200 groothandelsondernemingen zijn lid van het NVG.

Handel drijven en beschikken over (inter-)nationale netwerken gaan hand in hand. Groothandelsverenigingen en bedrijven kunnen profiteren van de strategische positie van het NVG. Het NVG is een alom gerespecteerde gesprekspartner van alle noodzakelijke ingangen in politieke, maatschappelijke en commerciële organisaties. Waar nodig maakt het NVG een vuist om de belangen van de groothandel in de politieke arena zowel in Den Haag als Brussel te verdedigen. Het behartigt de belangen van de Nederlandse groothandel op ministerieel niveau en in de Tweede Kamer. De Europese Commissie, het Europe Parlement, de Internationale Kamer van Koophandel, de Wereldhandelsorganisatie en tal van andere buitenlandse organen erkennen het NVG als dé gesprekspartner namens de Nederlandse groothandel.

Het NVG is toekomstgericht en maakt zich in een globaliserende economie sterk voor het beginsel van vrijhandel. Het NVG en ondernemingsorganisatie VNO-NCW werken sinds 1 januari 2008 samen.

Hieronder enkele voorbeelden van branche- en/of werkgeversorganisaties:

### Frugi Venta

Frugi Venta, Groenten en Fruit Handelsplatform Nederland is de toonaangevende ondernemingsorganisatie voor 430 bedrijven op het gebied van de groot- en tussenhandel, importhandel en exporthandel in verse groenten en fruit.

Frugi Venta richt zich primair op bevordering van de concurrentiekracht van de sector door collectieve en individuele dienstverlening aan leden en belangenbehartiging op nationaal en internationaal niveau. Frugi Venta is ontstaan in 2001 uit drie organisaties. Zij vertegenwoordigden de importeurs, exporteurs en binnenlandse groothandelen.

---

## Hibin

Koninklijke Hibin richt zich enerzijds als brancheorganisatie voor de bouwmaterialen-handel op belangenbehartiging, advisering, cao en pensioenregelingen en anderzijds als servicecentrum op een aantal succesvolle diensten voor haar leden. Namens de bedrijfstak voert Hibin cao-onderhandelingen en neemt initiatieven om vanuit de bouwtoelevering samenwerking binnen de bouwketen te versterken. Voorts stimuleert Hibin innovaties en bevordert het professionele ondernemerschap binnen de branche.

Hibin Opleidingen biedt het instrumentarium voor werving, selectie, opleiding en loopbaanbegeleiding. De verzuim- en re-integratiebegeleiding van Hibin Personeel&Zorg brengt aantoonbaar lagere verzuimcijfers. Hibin Borg staat voor professionele consumentenvoorwaarden en een geschillencommissie. Koninklijke Hibin vertegenwoordigt 370 vestigingen en 90% van de omzet in de branche en telt tevens circa 50 fabrikanten/importeurs.

## GHD

De Vereniging van de Nederlandse Groothandel en Horecabenoedigheden (GDH) is de werkgeversorganisatie van de groothandel in dranken en horecabenoedigheden. Binnen de GDH zijn zowel de zelfstandige drankegroothandels als de diverse commerciële organisaties vertegenwoordigd. De omzet die door de Nederlandse groothandel in dranken en horecabenoedigheden wordt gerealiseerd via leden van de GDH, maakt de GDH dé gesprekspartner voor de Nederlandse overheid, de instanties van de Europese Unie in Brussel, producenten, afnemers, importeurs en andere organisaties die zich bewegen op de drankenmarkt. Internationaal werkt de GDH samen met de Europese brancheorganisatie CEGROBB waarbij de landen van de Europese Unie zijn aangesloten.

## SCTX

Het Sociaal Comité van Werkgevers in de Groothandel in Textielgoederen en Aanverwante Artikelen (SCTX) is in de Textielgroothandel de enige werkgeversorganisatie die namens haar leden CAO's en een bedrijfstakpensioenregeling afsluit met de werknemersorganisaties. Bij SCTX zijn zowel kleine-, middelgrote- als grote groothandelaren lid. De bedrijven zijn actief in zowel fashion als woningtextiel in de meest brede zin van het woord. Ook bedrijven met aanverwante artikelen zoals meubelen en textiele verpakkingen vallen onder de SCTX-CAO's. Ongeveer 400 bedrijven zijn lid van SCTX, waarbij ongeveer 6.000 mensen werkzaam zijn.

Daarnaast is een aantal brancheorganisaties dat zelfstandig opereert. Hieronder een korte beschrijving van de WTG.

## WTG

De Werkgeversvereniging Technische Groothandel WTG is dé werkgeversorganisatie die de sociale belangen van technische groothandels in Nederland behartigt.

WTG sluit namens haar bijna 800 leden (met meer dan 30.000 werknemers) de volgende regelingen af:

- de Arbeidsvoorwaarden-CAO
- de regeling voor Vervroegd Uittreden VUTECH/VP-TECH
- het sociaal fonds FKB, waaruit speciale projecten voor werkgevers en werknemers worden ontplooid.

Bijvoorbeeld: de Branche-RIE Technische Groothandel

WTG is een vereniging die meer dan 60 jaar geleden is opgericht. De Algemene Ledenvergadering van WTG is het hoogste orgaan van WTG. Het bestuur van WTG bestaat uit (oud) statutair directeuren van ledenondernemingen. Het WTG-bureau zorgt voor de dagelijkse gang van zaken en is de rechterhand van het bestuur en het aanspreekpunt voor de leden.

Leden krijgen toegang tot extra diensten en producten zoals modelcontracten tegen korting. Tevens kunnen leden te allen tijde bij het WTG-bureau terecht voor alle vragen op sociaal-arbeidsrechtelijk gebied.

### 3. Vakbonden

De werknemersorganisaties zijn FNV Bondgenoten, CNV Dienstenbond en De Unie.

Zij sluiten de CAO's in de groothandel af. Het betreft hier de arbeidsvoorwaarden-CAO en de CAO voor het Fonds Kollektieve Belangen (FKB). Tevens is er een Bedrijfstakpensioenfonds, Bpf-tex.

Doordat de CAO's algemeen verbindend zijn verklaard, hebben deze kracht van wet en zijn deze voor de gehele branche van toepassing, voor zowel leden als niet-leden. Alleen leden kunnen rechtstreeks invloed uitoefenen op de inhoud van de betreffende CAO's.

## FNV Bondgenoten

Missie van, FNV Bondgenoten de grootste vakbond in de marktsector. Wij behartigen de belangen van onze leden op het gebied van werk en inkomen. Voor werkgevers en overheid is FNV Bondgenoten een kritische, zelfbewuste onderhandelingspartner. Betrouwbaarheid, deskundigheid en gedrevenheid zijn daarbij vanzelfsprekend. Wat FNV Bondgenoten vooral bijzonder maakt, is dat we dichtbij mensen staan en oog hebben voor hun verscheidenheid. FNV Bondgenoten stelt haar leden in staat hun positie te

---

versterken en hun wensen te realiseren. Solidariteit is hiervoor de beste basis. Wij denken en werken vanuit een visie waarin democratie, mensenrechten en duurzaamheid centraal staan.

FNV Bondgenoten maakt deel uit van de vakcentrale FNV en werkt intensief met andere vakbonden samen. Nationaal en internationaal.

### **CNV Dienstenbond**

Het Christelijk Nationaal Vakverbond heeft als taak de belangen van mensen te behartigen op het gebied van werk en inkomen. Met een open, deskundige en persoonlijk betrokken stijl werkt de CNV Dienstenbond primair voor CNV-leden.

Het CNV vindt inspiratie in het christelijk sociaal denken dat zijn wortels heeft in het evangelie. Van daaruit gelooft de bond dat ieder mens als streven en doel heeft om 'tot bestemming te komen'. In onze prestatiegerichte en steeds complexere samenleving wil het CNV hieraan bijdragen door mensen weerbaar en wendbaar te maken bij het verrichten van werk. Dit zowel op materieel als immaterieel gebied.

Het CNV streeft naar een samenleving waarin mensen zoveel mogelijk gelijke kansen hebben en duurzaamheid een centraal begrip is. Medewerkers, vrijwilligers en leden van het CNV wenden hun talenten aan om deze idealen om te zetten in diensten op maat, aansprekende producten en opvallende acties. Om dit te bereiken voert het CNV een permanente dialoog met de leden, de samenleving en internationale organisaties op het gebied van mens en werk.

Het CNV wil een herkenbare beweging zijn en blijven. Voor iedereen die zich inzet voor het CNV wil het een inspirerende en uitdagende omgeving vormen waarin ieder zijn talenten kan ontwikkelen.

### **De Unie**

De Unie telt ruim 70.000 leden, werkend in alle beroepsgroepen en geledingen van (vooral) het bedrijfsleven en de (semi)overheid. De leden van De Unie hebben vaak een leidinggevende positie in het midden en hoger kader of streven naar een professionele carrière op hun vakgebied. In diverse branches en bedrijven in de groothandel vervult De Unie een belangrijke rol.

## **4. Kennisorganisaties en opleidingsinstituten**

### **KCH – Verzilveren van menselijk kapitaal**

KCH bestaat uit Kenniscentrum Handel, KCH Examens, KCH Human Capital Management en KCH International.

De medewerkers van KCH werken met een eigen specialisme en/of invalshoek aan het 'verzilveren van menselijk kapitaal'. Dat gebeurt met aandacht voor eigen aspecten en accenten, maar versterkend naar elkaar bij het vinden van oplossingen voor vragen en behoeften van klanten. Verreweg de grootste hoeveelheid van de werkzaamheden van KCH wordt verricht onder het label Kenniscentrum Handel.

### **De professionele ontwikkeling van mensen is de 'business' van KCH...**

De medewerkers van een bedrijf of organisatie (het menselijk kapitaal) zijn een niet te onderschatten 'bezit' van een bedrijf. Inkoop, logistiek en informatievoorziening moeten in een bedrijf op orde zijn om goed te kunnen presteren. Maar het uiteindelijk bedrijfsresultaat hangt af van de mensen die er invulling aan geven!

Een bedrijf moet daarom goed nadenken over hetgeen ze van medewerkers verwacht om ze zo goed mogelijk te laten presteren. Het soort bedrijf en het businessconcept zijn daarbij bepalend voor de bekwaamheden die medewerkers nodig hebben om de ondernemingsdoelstellingen te realiseren.

Centraal staan vragen als: 'welke bekwaamheden zijn er in een organisatie nodig', 'beschikken de medewerkers over die bekwaamheden', 'hoe kunnen dan de ontbrekende bekwaamheden in huis worden gehaald' of 'hoe kunnen de medewerkers zich ontwikkelen'. Als aan de beantwoording van die vragen veel aandacht wordt besteed en er gericht mee wordt omgegaan, draagt dat in hoge mate bij aan het optimaliseren van bedrijfsresultaten.

De visie van het management op het functioneren van mensen bepaalt de keuzes van een bedrijf. Hoe verschillend keuzes ook kunnen zijn, het gaat er om dat bedrijven bewust kiezen en handelen in het managen van hun 'human capital'.

### **...het verzilveren van menselijk kapitaal is de specialiteit van KCH!**

Het verzilveren van het menselijk kapitaal van bedrijven staat centraal in al het werk van KCH. Dat gebeurt binnen vier onderdelen:

---

### **1. Kenniscentrum Handel; condities creëren voor werken en leren**

Gedelegeerd vanuit het ministerie van OCW voert Kenniscentrum Handel voor de sector handel en de bedrijfstak MITT (Mode-, Interieur-, Tapijt en Textielindustrie) een aantal taken uit voor het middelbaar beroepsonderwijs. Zo stelt Kenniscentrum Handel de kwalificaties (diploma-eisen) op voor beroepen in deze sectoren, werft en ondersteunt het bedrijven bij het opleiden van mensen tot een erkend diploma en verricht het kwalitatief en kwantitatief arbeidsmarkt- en scholingsonderzoek.

### **2. KCH Examens; weten waar je staat**

KCH Examens is het expertisecentrum voor de ontwikkeling van beoordelingsinstrumenten, toetsen en examens. Daarnaast verzorgt KCH Examens trainingen, geeft voorlichting over beoordelen en is erkend EVC-aanbieder. Verder adviseert en ondersteunt het organisaties en personen in het gebruik van exameninstrumenten. KCH Examens is een geaccepteerd merk met een sterke positie in de markt van examenaanbieders in het beroepsonderwijs handel en MITT.

### **3. KCH Human Capital Management (KCH HCM); maatwerk voor uw vraag**

Vanuit de vraag van de klant adviseert KCH HCM bedrijven, organisaties en instellingen op basis van expertise en kennis over human capital management. Dat wil zeggen het individueel of in teamverband ontwikkelen van mensen ten faveure van het realiseren van de doelstellingen van een bedrijf/organisatie. KCH HCM adviseert bij het vormgeven van personeelsbeleid, helpt het bij het analyseren van competenties en bij het inzichtelijk maken van loopbaanperspectieven van medewerkers en leidinggevenden.

### **4. KCH International; broaden your horizon**

KCH International initieert en participeert in internationale projecten waarin elementen van opleiding en/of arbeidsmarkt worden onderzocht. Dat gebeurt in samenwerking met instituten en experts uit verschillende landen. Ook biedt KCH International deelnemers van het beroepsonderwijs de mogelijkheid om een deel van hun opleiding in buitenlandse leerbedrijven te volgen.

# Verlag brainstorm- en netwerksessie groothandel

## 28 juni 2013

Op de bijeenkomst is in twee werkgroepen gesproken en gediscussieerd over trends en ontwikkelingen in de groothandel. Daarbij stonden de volgende vragen centraal:

- Welke trends zijn dominant?
- Welke implicaties hebben deze ontwikkelingen op de factor arbeid?
- Welke beleidsimplicaties hebben deze trends?
- Welke kansen en mogelijkheden bieden deze trends?

De resultaten uit de werkgroepen zijn plenair teruggekoppeld, geprioriteerd en gevalideerd. Hieronder treft u de uitkomsten aan, per onderwerp geclusterd. De onderwerpen, trends en stellingen die de deelnemers het meest belangrijk vonden zijn vet gedrukt.

### Werkgroep 1

1. Er is sprake van een tweedeling tussen 'oude' en 'nieuwe' economie. In de groothandel is sprake van snel opvolgende veranderingen. Ook is sprake van nieuw consumentengedrag: dat biedt kansen voor innovatie, maar brengt als de groothandel i.c. de individuele ondernemer daarop niet proactief inspeelt ook bedreigingen met zich mee.
2. Dé groothandel bestaat niet. De sectorbeschrijving moet rekening houden met de verschillen binnen de groothandel (nationaal versus internationaal, food versus non-food, onderscheid technische groothandel etc.).
3. De veranderingen in de groothandel betreffen:
  - Langere bedrijfstijden (grotere bereikbaarheid);
  - Van onechannel naar multichannel (online bestellen en fysiek in de winkel door merchandisers);
  - De rol van automatisering en ICT (van kassa-automatisering tot het volgen van het product in de keten, robotisering van magazijnen);
  - Meer focus op risicobeheersing;
  - Centralisatie van distributiecentra (minder wielen) in sommige branches. Voorbeeld: monteurs hebben meer materiaal in de auto, waardoor minder fysieke magazijnen in het land nodig zijn en de vestigings- en beheerskosten omlaag kunnen;
  - Daar staat tegenover dat met de komst van internet sprake is van meer distributiekilometers in verband met webwinkels;
  - Rol van internetbestelling (frequenter bevoorrading/levering, meer wielen): maar de marges van webwinkels liggen erg laag;
  - Meer focus op de consument (consumentenverpakkingen, convenience food); de groothandel haalt taken uit de detailhandel naar zich toe;
  - Meer ruimte voor nichespelers, specialisten. In productaanbod of functie in de keten.
  - Achterwaartse en voorwaartse integratie vergt innovatie;
  - Nieuwe markten, nieuwe buitenlanden (bijvoorbeeld China).
  - Nieuwe concepten (duurzaam, fairtrade, etno, consumentenverpakkingen, convenience food etc.);
  - Nieuwe diensten (de medewerker helpt de horeca-ondernemer met het samenstellen van de wildmenukaart). Toegevoegde waarde leveren is noodzakelijk, meer bieden dan de klant vraagt (service).
  - Vergroten onderscheidend vermogen is een cruciale succesfactor (zie hierboven)
4. Maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt nu verinnerlijkt, maatschappelijk wordt intrinsiek, de eigen verantwoordelijkheid van de groothandel staat voorop. People, planet en profit.
5. Opleiden sluit onvoldoende aan op de behoefte van de groothandel en op de genoemde snelle veranderingen. Dat leidt ertoe dat groothandels zelf gaan opleiden, gebruikmakend van partnerships.
6. Er is behoefte aan bredere competenties (kennis en vaardigheden) en de attitude (gedrag, motivatie en meedenken) wordt belangrijker. Omdat de kernbezetting in de groothandel kleiner wordt, speelt het kunnen vervangen (continuïteit) een steeds belangrijkere rol.
7. De opleidingsbehoefte draait om de volgende centrale competenties: commercieel, administratief, logistiek.
8. De werkgelegenheid in de sector groothandel blijft op peil, maar niet iedereen werkt in de fysieke organisatie groothandel. De kernbezetting in de groothandel wordt beperkter; er worden meer taken/activiteiten geoutsourcet, bijvoorbeeld rond ict.

9. Het is van belang dat er in de keten wordt samengewerkt aan sociale vraagstukken: cao-partijen, onderwijs-bedrijfsleven. Er liggen ook mogelijkheden in het kader van het sociaal akkoord.
10. Er is sprake van verandering in functies: meer ict, meer automatisering, meer technisch personeel; andere functies worden minder/verdwijnen (vorkheftruck, orderpickers, caissières). Het functiegebouw schuift omhoog. Er is behoefte aan meer focus op kennis van vreemde talen.
11. Er is meer behoefte aan flexibele inzet; tegelijkertijd neemt het aantal Polen sterk toe.
12. De groothandel: onbekend maakt onbemind. Ook zijn veel groothandelsorganisaties klein; de gemiddelde bezetting is 10 medewerkers. Dan is opleiden logistiek lastig te organiseren. Om daarop in te spelen de volgende suggesties: plan docentendagen. Kom kijken en werken in de groothandel.
13. Invulling van de Participatiewet blijkt in de praktijk erg lastig. Er zijn onvoldoende vacatures die met mensen met een arbeidsbeperking kunnen worden ingevuld. Daarnaast is van belang dat de groothandelaar (in regel kleinschalig) wordt ontzorgd en geen papieren rompslomp aan zijn/haar broek krijgt.

## Werkgroep 2:

1. Globalisering biedt kansen. We moeten de kansen die nieuwe economieën bieden, beter benutten.
2. Local-for-local: productie, verwerking in dezelfde regio biedt expansiemogelijkheden op lokaal niveau.
3. Er is schaalvergroting nodig voor expansie. Maar ook: expertise, ondernemerschap en technologie. Dat zijn de drie belangrijkste succesfactoren voor succesvol ondernemerschap.
4. In de (internationale) groothandel komen de goederen steeds minder fysiek aan in Nederland. De groothandel voert in dit proces de regie over het gehele proces van import, doorvoer en/of export.
5. Finance: de rol van banken in de groothandel wordt onderschat.  
De belangrijkste veranderingen in de groothandel:
  - concentratie en centralisatie van processen: minder fysieke vestigingen zorgt voor efficiëntere inrichting processen;
  - Ict en technologie: 'data is king', de bedrijven die hun ict op orde hebben kunnen zich onderscheiden;
  - de kleinere mkb-bedrijven die deze investering niet kunnen doen, gaan zich richten op nichemarkten, de meer specialistische groothandel of de groothandel met een grote flexibiliteit (leveringstijd, leveringshoeveelheid, e.d.).
6. Met ict en automatisering verandert de functie van orderpicken: de functie wordt tegelijkertijd complexer en makkelijker; door een herdefiniëring van de taken en het herbeleggen van die taken (jobcarven en jobcomposing) kan een betere match van het opleidingsniveau van de medewerker en zijn taakinhoud worden gemaakt.
7. Ict wordt steeds belangrijker, maar wordt ook meer geoutsourcet: serviceproviders. De groothandel kijkt steeds meer naar haar core business en daar waar ze goed in is.
8. Toenemende aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen: de klant wil meer weten over de productie van goederen, herkomst van goederen, arbeidsvoorwaarden e.d.
9. Functies veranderen. Met name door de toepassing van ict en automatisering zijn de functies sterk veranderd:
  - meer aandacht voor de backoffice van de organisatie: aan de voorkant veel regelen en organiseren,
  - zodat de levering zelf efficiënter verloopt;
  - de mbo-functies worden complexer; mbo+ wordt hbo-universitair;
  - tegelijkertijd blijft het orderpickproces bestaan, alleen in kleinere aantallen;
  - de groep middenfuncties verdwijnt;
  - de webshop vraagt andere binnendienst medewerkers;
  - de commercieel medewerker binnendienst moet meer bij de klant binnen kijken en hem begrijpen, zijn processen begrijpen;
  - de ontwikkelingen gaan behoorlijk snel, daardoor is het lastig om de langer werkende medewerkers ook te laten aanhaken bij het proces (flexibiliteit, kennisniveau, werktijden).
10. De groothandel kan/moet werken aan de vergroting van onderscheidend vermogen: de groothandel als center of excellence. De nadruk verschuift van 'het toevoegen van waarde' naar 'het toekennen van waarde' die belangrijk is voor de klant.
11. De meerwaarde van de groothandel kan ook liggen in consultative selling: de adviesfunctie wordt steeds belangrijker.
12. De uitdaging is om ouderen in een andere functie te krijgen. Dit geldt onder andere voor de fysieke functies, maar ook voor de functies die een grote mate van veranderingsvermogen/-bereidheid en ict-kennis vergen. Duurzame inzetbaarheid moet hoger op de agenda.
13. De groothandel heeft nog steeds mogelijkheden voor lager opgeleiden.
14. Andere personele ontwikkelingen: jobcarving en jobcomposing toepassen, grote focus op attitude.
15. Er komen minder functies op mbo-niveau, meer op hbo- en universitair niveau, terwijl aan de onderkant meer eenvoudige functies (handjes) komen. Gevolgen voor looncomponent!
16. Het functiegebouw krijgt steeds meer weg van het zandlopermodel eenvoudige werkzaamheden aan de onderkant minder in het middensegment en specialisme en meer verantwoordelijkheden voor leidinggevend.
17. De in- en verkoopfunctie wordt anders georganiseerd. Bezorgen/bestellen gaat automatisch.

18. Ketenintegratie! Voorwaarts en achterwaarts in een organisatie maar ook uitbesteden van onderdelen. De groothandel levert tot in het schap. De grenzen tussen detailhandel en groothandel verdwijnen. Naast business-to-business legt de groothandel zich steeds meer toe op business-to-consumer.
19. Geen dozen schuiven, wel toegevoegde waarde. Werken aan imago.
20. Vergrijzing. Van-werk-naar-werk. Meer buddiesysteem: koppel expertise aan jongere medewerkers.
21. Onbekend maakt onbemind: vinden jongeren de groothandel echt interessant?
- 22.

De bovenstaande stellingen/ontwikkelingen kunnen vervolgens worden geclusterd naar onderwerp. Hieronder een uitwerking. De belangrijkste stellingen/onderwerpen treft u bovenaan. Naar onderwerp en geprioriteerd, leidt dit tot de volgende samenvatting van trends, stellingen en onderwerpen.

### Onderscheid binnen de groothandel

1. **Dé groothandel bestaat niet. De sectorbeschrijving moet rekening houden met de verschillen binnen de groothandel (nationaal versus internationaal, food versus non-food, onderscheid technische groothandel etc.).**

### Snelle veranderingen binnen de groothandel

1. **Er is sprake van een tweedeling tussen 'oude' en 'nieuwe' economie. In de groothandel is sprake van snel opvolgende veranderingen. Ook is sprake van nieuw consumentengedrag: dat biedt kansen voor innovatie, maar als de groothandel i.c. de individuele ondernemer daarop niet proactief inspeelt, brengt dit ook bedreigingen met zich mee.**
2. **De belangrijkste veranderingen in de groothandel:**
  - a. **concentratie en centralisatie van processen: minder fysieke vestigingen zorgen voor efficiëntere inrichting processen;**
  - b. **Ict en technologie: 'Data is King', de bedrijven die hun ict op orde hebben kunnen zich onderscheiden; de kleinere mkb-bedrijven die deze investering niet kunnen doen, gaan zich richten op nichemarkten, de meer specialistische groothandel of de groothandel met een grote flexibiliteit (leveringstijd, leveringshoeveelheid, e.d.).**
3. **De veranderingen in de groothandel betreffen:**
  - **Langere bedrijfstijden (grotere bereikbaarheid);**
  - **Van onechannel naar multichannel (online bestellen en fysiek in de winkel door merchandisers);**
  - **De rol van automatisering en ict (van kassa-automatisering tot het volgen van het product in de keten, robotisering van magazijnen);**
  - **Meer focus op risicobeheersing;**
  - **Centralisatie van distributiecentra (minder wielen) in sommige branches. Voorbeeld: monteurs hebben meer materiaal in de auto, waardoor minder fysieke magazijnen in het land nodig zijn en de vestigings- en beheerskosten omlaag kunnen;**
  - **Daar staat tegenover dat met de komst van internet er sprake is van meer distributiekilometers in verband met webwinkels;**
  - **Rol van internetbestelling (frequenter bevoorrading/levering, meer wielen): maar de marges van webwinkels liggen erg laag;**
  - **Meer focus op de consument (consumentenverpakkingen, convenience food); de groothandel haalt taken uit de detailhandel naar zich toe;**
  - **Meer ruimte voor nichespelers, specialisten. In productaanbod of functie in de keten;**
  - **In de (internationale) groothandel komen de goederen steeds minder fysiek aan in Nederland. De groothandel voert in dit proces de regie over het gehele proces van import, doorvoer en/of export.**

### Kansen in de groothandel

1. **Achterwaartse en voorwaartse integratie vergt innovatie**
  - **Nieuwe markten, nieuwe buitenland (bijvoorbeeld China);**
  - **Nieuwe concepten (duurzaam, fairtrade, etno, consumentenverpakkingen, convenience food etc.);**
  - **Nieuwe diensten (de medewerker helpt de horeca-ondernemer met het samenstellen van de wild-menukaart). Toegevoegde waarde leveren is noodzakelijk, meer bieden dan de klant vraagt service.**
2. **Vergroten onderscheidend vermogen is een cruciale succesfactor. Globalisering biedt kansen. We moeten de kansen die nieuwe economieën bieden beter benutten.**
3. **Ketenintegratie! Voorwaarts en achterwaarts in een organisatie maar ook uitbesteden van onderdelen. De groothandel levert tot in het schap. De grenzen tussen detailhandel en groothandel verdwijnen. Naast business- to-business legt de groothandel zich steeds meer toe op business-to-consumer.**
4. **Geen dozen schuiven, wel toegevoegde waarde. Werken aan imago.**
5. **De groothandel kan/moet werken aan de vergroting van onderscheidend vermogen: de groothandel als center of excellence. De nadruk verschuift van 'het toevoegen van waarde' naar 'het toekennen van waarde' die belangrijk is voor de klant.**

- 
6. **De meerwaarde van de groothandel kan ook liggen in consultative selling: de adviesfunctie wordt steeds belangrijker.**
  7. Er is schaalvergroting nodig voor expansie. Maar ook: expertise, ondernemerschap en technologie. Dat zijn de drie belangrijkste succesfactoren voor succesvol ondernemerschap.
  8. Maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt nu verinnerlijkt, maatschappelijk wordt intrinsiek, de eigen verantwoordelijkheid van de groothandel staat voorop. People, planet en profit. Toenemende aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen in de maatschappij: de klant wil meer weten over de productie van goederen, herkomst van goederen, arbeidsvoorwaarden e.d.
  9. Local-for-local: productie, verwerking in dezelfde regio biedt expansiemogelijkheden op lokaal niveau.

### Personeel

1. **Er komen minder functies op mbo-niveau, meer op hbo- en universitair niveau, terwijl aan de onderkant meer eenvoudige functies (handjes) komen. Het functiegebouw krijgt daarmee steeds meer weg van het zandlopermodel: eenvoudige werkzaamheden aan de onderkant, minder werk in het middensegment; specialisatie en meer verantwoordelijkheden aan de bovenkant. Gevolgen voor looncomponent!**
2. **De werkgelegenheid in de sector groothandel blijft op peil, maar niet iedereen werkt in de fysieke organisatie groothandel. De kernbezetting in de groothandel wordt beperkter, er worden meer taken/activiteiten geoutsourcet: bijvoorbeeld rond ict.**
  - **Er is sprake van verandering in functies: meer ict, meer automatisering, meer technisch personeel; andere functies worden minder/verdwijnen (vorkheftruck, orderpickers, caissières). Het functiegebouw schuift omhoog. Er is behoefte aan meer focus op kennis van vreemde talen. Functies veranderen ook qua inhoud. Met name door de toepassing van ict en automatisering zijn de functies sterk veranderd:**
    - **meer aandacht voor de backoffice van de organisatie: aan de voorkant veel regelen en organiseren, zodat de levering zelf efficiënter verloopt;**
    - **de mbo-functies worden complexer; mbo+ wordt hbo-universitair;**
    - **tegelijkertijd blijft het orderpickproces bestaan, alleen in kleinere aantallen;**
    - **de groep middenfuncties verdwijnt;**
    - **de webshop vraagt andere binnendienstmedewerkers;**
    - **de commercieel medewerker binnendienst moet meer bij de klant binnen kijken en hem begrijpen, zijn processen begrijpen;**
    - **de ontwikkelingen gaan behoorlijk snel, daardoor is het lastig om de langer werkende medewerkers ook aangehaakt te houden bij het proces (flexibiliteit, kennisniveau, werktijden).**
3. **Met ict en automatisering verandert de functie van orderpicken: de functie wordt tegelijkertijd complexer en makkelijker; door een herdefiniëring van de taken en het herbeleggen van die taken (jobcarven en jobcomposing) kan een betere match van het opleidingsniveau van de medewerker en zijn taakhoud worden gemaakt.**
4. **De in- en verkoopfunctie wordt anders georganiseerd. Bezorgen/bestellen gaat automatisch.**
5. **De groothandel heeft nog steeds mogelijkheden voor lageropgeleiden.**
6. **Het is van belang dat er in de keten wordt samengewerkt aan sociale vraagstukken: cao-partijen, onderwijs-bedrijfsleven. Er liggen ook mogelijkheden in het kader van het sociaal akkoord.**
7. De uitdaging is om ouderen in een andere functie te krijgen. Vergrijzing. Van werk naar werk. Meer buddysysteem: koppel expertise aan jongere medewerkers.
8. Dit geldt onder andere voor de fysieke functies, maar ook voor de functies die een grote mate van veranderingsvermogen/-bereidheid en ict-kennis vergen. Duurzame inzetbaarheid moet hoger op de agenda.
9. Andere personele ontwikkelingen: jobcarving en jobcomposing toepassen, grote focus op attitude.
10. Er is meer behoefte aan flexibele inzet; tegelijkertijd neemt het aantal Polen sterk toe.
11. Er is behoefte aan bredere competenties (kennis en vaardigheden) en de attitude (gedrag, motivatie en meedenken) wordt belangrijker. Omdat de kernbezetting in de groothandel kleiner wordt, speelt het kunnen vervangen (continuïteit) een steeds belangrijker rol.
12. Invulling van de Participatiewet blijkt in de praktijk erg lastig. Er zijn onvoldoende vacatures die met mensen met een arbeidsbeperking kunnen worden ingevuld. Daarnaast is van belang, dat de groothandelaar (in regel kleinschalig) wordt ontzorgd en geen papieren rompslomp aan zijn/haar broek krijgt.

### Opleiden

1. **Opleiden sluit onvoldoende aan op de behoefte van de groothandel en op de genoemde snelle veranderingen. Dat leidt ertoe dat groothandels zelf gaan opleiden, gebruikmakend van partnerships.**
2. **Er is behoefte aan bredere competenties (kennis en vaardigheden) en de attitude (gedrag, motivatie en meedenken) wordt belangrijker. Omdat de kernbezetting in de groothandel kleiner wordt, speelt het kunnen vervangen (continuïteit) een steeds belangrijker rol.**



3. De opleidingsbehoefte draait om de volgende centrale competenties: commercieel, administratief, logistiek.
4. Focus op vreemde talen.
5. Onbekend maakt onbemind: vinden jongeren de groothandel echt interessant?
6. De groothandel: veel groothandelsorganisaties zijn klein, gemiddelde bezetting, 6 tot 10 medewerkers. Dan is opleiden logistiek lastig te organiseren. Om daarop in te spelen de volgende suggesties: plan docentendagen. Kom kijken en werken in de groothandel.

### Overig

1. Finance: de rol van banken in de groothandel wordt onderschat.

### Gastelijst Brainstorm- & network meeting, sectortafel groothandel 28 juni 2013, locatie Kenniscentrum Handel

UWV - KCH	
Organisatie	Naam
KCH	Peter Cras, voorzitter brainstorm- en netwerksessie
	Theo Heintjes
	Roelf Jager
	Nico Burgman
	Monique Mol
UWV	Peter Rietbergen
	Kees van Uitert
	Jean Paul Bieber

Organisatie	Naam
Bouwmaat Nederland BV	Lique van Harn
CNV Vakmensen	Nicole Engmann
Deli XL	Erwin Bommerson,
Deli XL	Margriet van Dijck
Delinuts	Harry Budding
FNV Bondgenoten	Nico Meijer
Fugri Venta	Leo Welschen
Groothandel	Jan Letteboer
Koskamp Automaterialen BV	Bram-Teun Koskamp
Lasaulec Heerenveen	Kees van der Heijden
Metro	Henk Langeveld
Modint	Colette Hofman
NVG	Geo Aldershof
Onderzoek	Henk Gianotten
ROC Zadkine	Peter Speekenbrink
SBB	Ruud Baarda
The Greenery	Aart van Bockel
Uno-advies	Hans van den Berg
Ver. Nederlandse Groothandel in Dranken en Horecabenoedigheden (GDH)	Christiaan Hamminga
WSP Groot Amsterdam	Rohina Kartaram
WTG	Aernout Fetter



- ABN-Amro (2013), *Visie op groothandel*  
ABN-Amro (2012), *Elektrotechnische groothandel*  
ABN-Amro (2012), *Visie op food, sectorupdate*  
ABN-Amro, TNO en NVG (2012), *Data alignment*  
DBSC Consulting i.o.v. NVG (2011), *Geen topprestaties zonder topgroothandel*  
EIM/LINXX (2012) i.o.v. gezamenlijke productschappen, *Verbinden op mobiliteit*  
Panteia/EIM (2012), *Ondernemen in sectoren, de groothandel*  
Panteia/EIM (2013), *Arbeidsmarktprognose 2014, groothandel*  
Kenniscentrum Handel i.o.v. FKB technische groothandel (2013), *Arbeidsmarktmonitor technische groothandel 2013*  
Kenniscentrum Handel (2013), *Rapportage arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie 2013-2014 groothandel en internationale handel*  
Kenniscentrum Handel i.o.v. NVG (2012), *Geen topgroothandel zonder topbemanning!*  
Kenniscentrum Handel (2012), *Human capital in de groothandel, op weg naar 2020*  
Kenniscentrum Handel (2012), *Opleiden voor functies in de handel*  
Kenniscentrum Handel (2013), *Kerngegevens groothandel*  
ING (2012, 2013), *Economisch kwartaalbericht groothandel*  
Rabobank (2012, 2013), *Cijfers en trends groothandel*  
Rabobank (2013), *Sectorupdate groothandel*  
Rabobank (2012), *Thema-update Groothandel*  
Rabobank (2011), *Global sourcing en de groothandel*  
ROA (2012), *Arbeidsmarkt naar opleiding en beroep*  
RWI (2011), *Sectorale arbeidsmarktinformatie, de groothandel*  
TNO i.o.v. NVG (2012), *Duurzaam samenwerken in de logistiek*  
TNO i.o.v. NVG (2012), *Duurzaam voorraadbeheer*  
UWV (2013), *Arbeidsmarktprognose 2013-2014 – Met een doorkijk naar 2018*  
UWV (2012), *Brancheschets groothandel*  
UWV (2013), *Nieuwsflits*  
UWV (2012), *Landelijk brancheplan groothandel*



---

# Colofon

## **Uitgave**

UWV Afdeling arbeidsmarktinformatie en -advies

## **Postadres**

Postbus 58285  
1040 HG Amsterdam

## **Inlichtingen**

Tel. 06-22947956

## **Redactie**

Kees van Uitert (UWV)  
Mechelien van der Aalst (UWV)  
Theo Heintjes (Kenniscentrum Handel)  
Neeltje Corns (Kenniscentrum Handel)

## **Disclaimer**

Alles uit deze uitgave mag worden overgenomen, graag zelfs, maar gebruikt u wel de bronvermelding.  
UWV © 2013

