



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Sectorprognoses 2016

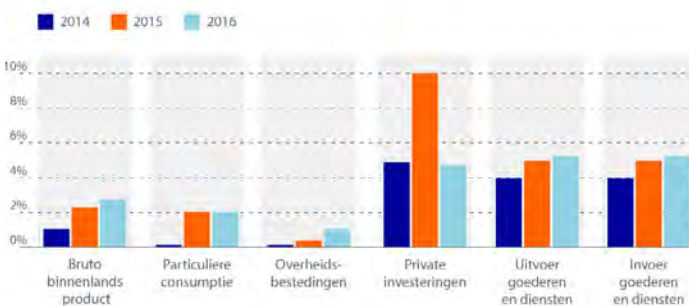
Breed herstel bij uitdagende marktomstandigheden voor ondernemers

Het herstel van de Nederlandse economie ligt onverminderd op koers en krijgt een steeds bredere basis. Zowel export, private investeringen als particuliere consumptie nemen toe. Het volume in alle sectoren zal in 2016 groeien. Vooral de zakelijke dienstverlening profiteert van de aantrekkelijke economie en de toegenomen bedrijvigheid die daar het gevolg van is. Daarnaast zorgen digitalisering van bedrijfsprocessen en flexibilisering ervoor dat met name dienstverleners in outsourcing en ICT-oplossingen goede zaken doen. Ook de bouw profiteert volop, nu de consument weer durft te investeren in nieuwe woningen.

Toch is alertheid geboden. De marktomstandigheden zijn uitdagend. Volumegroei leidt nog niet overal tot prijsherstel. Daarnaast kunnen nieuwe technologieën 'game-changers' worden, waardoor concurrentieverhoudingen snel kunnen wijzigen. Ook internationale kwesties kunnen opspelen. Meer dan ooit wordt daarom van de ondernemers strategisch management gevraagd. De 'flexibiliteit' van de individuele onderneming staat daarin centraal.

Kerngegevens Nederland

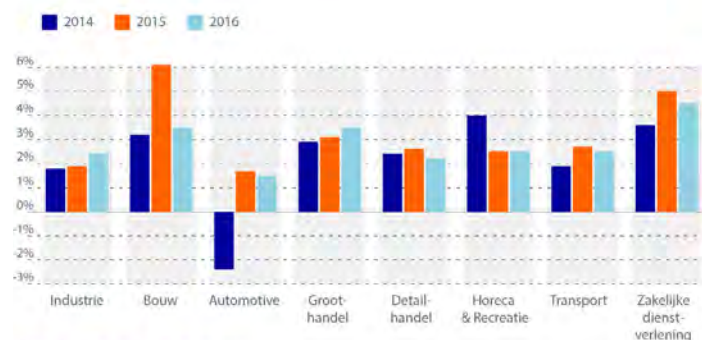
Jaar op jaar volumemutaties in %



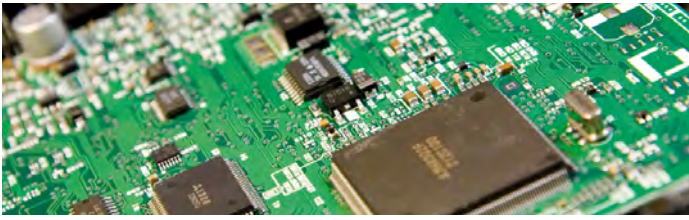
Bron: CBS, Rabobank, september 2015

Sectorontwikkelingen

Jaar op jaar volumemutaties in % per sector



Bron: CBS, Rabobank, september 2015



Industrie

Nieuwe technologie belangrijke uitdaging

De Nederlandse industrie houdt de opgaande lijn goed vast. Voor 2016 zien we een volumegroei van 2,4%. Dit komt door de toenemende binnenlandse bedrijvigheid en de export van Nederlandse goederen naar kansrijke buitenlandse markten. De internationale concurrentie is fel en dat vraagt om flexibiliteit van ondernemingen; flexibiliteit als het gaat om het voldoen aan klantwensen en het continue verbeteren van het onderscheidende vermogen.

Nederlandse bedrijven hebben een goede uitgangspositie. Dat komt door een prima positionering in nichemarkten en een gedegen samenwerking met ketenpartners en kennisinstellingen. Nieuwe technologieën zoals 3d-printen, cobotisering – een cobot is een robot die feilloos met en tussen mensen kan werken -, sensing en augmented reality in combinatie met online diensten bieden kansen. Dit stelt de individuele ondernemer echter ook voor cruciale strategische beslissingen. Er moet niet alleen worden beslist over in welke bedrijfsmiddelen moet worden geïnvesteerd, maar ook wat het effect is van deze ontwikkelingen op het bestaande businessmodel én hoe deze nieuwe technologieën gaan helpen om de klant beter, sneller of efficiënter te bedienen. Medewerkers met competenties op het gebied van deze nieuwe disciplines zijn schaars, maar van belang om de concurrentie voor te blijven.

Voor meer informatie kijk op
www.rabobank.nl/industrie



Groothandel

Wie leidt de keten?

De toenemende internationale dynamiek heeft ook een positieve impact op de groothandels. Voor de totale sector verwacht de Rabobank een volumegroei in 2016 van circa 3,5%. Een waarschuwing is wel op zijn plaats. In alle ketens is prijsdruk voelbaar en deze komt steeds vaker bij de groothandels terecht. De kracht van de positie in de keten wordt voor groothandels steeds belangrijker, want wie leidend is in de keten, bepaalt waar de marge terecht komt. Groothandels moeten hun ketenpositie versterken om te voorkomen dat anderen hun marge dicteren. Groothandels in consumentengoederen zien wij daarom steeds meer opschuiven richting 'merkhouders', die via eigen merken en winkels hun ketenpositie versterken en daarmee meer marge kunnen halen.

Voor meer informatie kijk op
www.rabobank.nl/groothandel



De binnenvaart profiteert in 2016 van hogere volumes en tarieven: het containervervoer groeit door en de tankvaart profiteert van vraag naar opslagvolume door de lage olieprijs. Geopolitieke gebeurtenissen maken deze branches echter gevoelig voor extreme schommelingen.

Voor meer informatie kijk op www.rabobank.nl/transport



Bouw

Eenzijdig herstel

De forse groei in private investeringen met 10% komt voor een belangrijk deel door een aantrekkelijke vraag in de (nieuwbouw) woningmarkt. Voor 2016 koerst de woningmarkt op aanhoudende hoge groeicijfers, mede door het effect van een inhaalvraag. De bouw profiteert hiervan ten volle met 6,1% groei in 2015 en 3,5% in 2016.

Vooraf ontwikkelende aannemers zien hun orderportefeuille structureel toenemen. Het herstel in de infra- en utiliteitsmarkt houdt echter geen pas met de opleving in de woningmarkt. De utiliteitsmarkt gaat gebukt onder de grote voorraad structureel leegstaande kantoren en een afnemende behoefte aan winkelruimte.

Een positieve uitzondering is de toename in de nieuwbouw van logistiek vastgoed en een stijging van het aantal renovatie- en transformatieprojecten. Er is echter sprake van duidelijke verschillen per regio en landelijk zal de groei slechts beperkt toenemen. De branche heeft last van een onbalans tussen vraag en aanbod. Prijzen en winstgevend-

Transport

Twee gezichten in de transport

Voor de transportsector is er vooral goed nieuws. De stijgende volumes van dit jaar zetten komend jaar door met een verwachte volumegroei van 2,5%. De komst van diverse grote Europese distributiecentra, de aantrekkelijke consumentenmarkt en groei in de bouw zijn belangrijke aanjagers. De marktomstandigheden blijven wel uitdagend door tarievendruk, personeelsschaarste en toenemende complexiteit in de supply chain. De stijgende behoefte aan fijnmazige distributie stelt hogere eisen aan de interne organisatie van transportbedrijven.

Financieel rendement komt vooral door het maken van strategische keuzes in klantgroepen en geografische regio's in combinatie met een efficiënte bedrijfsvoering en een up-to-date automatisering- en managementinformatiesysteem.

De vooruitzichten voor de diverse branches in transport zijn verder goed, maar kwetsbaarder. Zo profiteren koeriersbedrijven van de groei in online verkopen, maar zal tegelijkertijd thuisbezorging veel efficiënter moeten worden door:

- het realiseren van meer pick-up- en drop-offpunten
- het aanbieden van andere frequentie en aanrijtijden
- bundeling van non-food en fresh food

heid staan onder druk, met name door projecten verworven in de aanbestedingsmarkt met een slecht risico-rendementsprofiel.

De inframarkt heeft enig voordeel bij een aantrekkelijke markt, maar moet het toch vooral hebben van de overheid als voornaamste opdrachtgever. Een aantrekkelijke economie is een goede voedingsbodem voor een beter investeringsklimaat en zal uitgaven door (semi-)overheden en bedrijven op de middellange termijn stimuleren.

Voor meer informatie kijk op

www.rabobank.nl/bouw



Zakelijke dienstverlening

Flexibiliseren essentieel

Ook de zakelijke dienstverleners profiteren van de aantrekkelijke private investeringen, waardoor de sector komend jaar verder zal groeien met 4,5%. Toch blijft het voor dienstverleners noodzaak om continu te innoveren vanwege de intense concurrentie.

Technologische ontwikkelingen zorgen voor een snel veranderend speelveld, met nieuwe toetreders en verdienmodellen. Daarnaast verandert de klantvraag voortdurend. Om als dienstverlener hierop in te spelen, is flexibiliteit essentieel, in verdien-, business- en organisatie-model. Flexibiliteit en wendbaarheid kunnen bijvoorbeeld worden verkregen door slimmer gebruik van ICT. Bijkomend voordeel is dat veel ICT-oplossingen 'as-a-service' beschikbaar zijn. Op deze

manier kan nieuwe technologie worden gebruikt zonder hoge eigen investeringen.

Technologie maakt het mogelijk om te differentiëren in benadering van klantgroepen en verdienmodellen. Nu de arbeidsmarkt steeds meer flexibiliseert, biedt dit voor ondernemingen kansen om mensen met de juiste kennis en competenties in huis te halen. Door de inzet van een flexibele schil en zelfsturende teams, groeit de wendbaarheid van de organisatie. Een open organisatie is hiervoor wel een randvoorwaarde. Sterk hiërarchische organisatievormen, zoals een partnermodel, kunnen flexibiliteit in de weg staan.

Voor meer informatie kijk op

www.rabobank.nl/dienstverlening



Detailhandel non-food

De klant bepaalt

In de detailhandel non-food zien we een duidelijke sentimentsverbetering. Door de toename van de particuliere bestedingen, kopen consumenten simpelweg meer producten. Over vrijwel de gehele linie is dit zichtbaar. Doe-het-zelfzaken en woninginrichters profiteren van de aantrekkelijke woningmarkt. Modewinkels en elektronica-zaken hebben baat bij het verbeterde consumentenvertrouwen waardoor consumenten meer luxe goederen kopen.

Helaas is de sector hiermee niet uit de problemen; er is sprake van prijsdruk. Hierdoor wordt de omzetstijging minder sterk. De prijsdruk komt door de enorme concurrentie die zich vertaalt naar aanhoudende kortingsacties en afprijzingen. Consumenten zijn hieraan gewend geraakt en zijn steeds bewuster op zoek naar waarde voor hun euro's; de prijsdruk zal daarom aanhouden. Retailers moeten hierop blijven inspelen en duidelijke keuzes maken voor doelgroep, locatie, klantverleiding en het juiste serviceniveau.

Voor meer informatie kijk op www.rabobank.nl/detailhandel



Detailhandel food

Gemaksmaximalisatie voor hybride consument

De detailhandel food is minder conjunctuurgevoelig en profiteert daardoor beperkt van toenemende consumentenbestedingen. Door het gewijzigde consumentengedrag ontstaan er wel interessante nichemarkten, zoals de groeiende vraag naar biologische producten. Supermarkten blijven dominant met een omzetaandeel van ruim 51% in eten en drinken. Dit omzetaandeel zal verder groeien ten koste van foodservice en speciaalzaken. De impact van de hybride consument wordt duidelijk zichtbaar. Zo zet de groei van het marktaandeel van kwaliteitsdiscounters door.

Aan de andere zijde van het spectrum ontstaan concepten met een hoge toegevoegde waarde en een premium prijs. De concurrentie neemt toe, en vaak uit onverwachte hoek

(blurring). Zo wordt de traditionele retailer uitgedaagd door nieuwe concepten zoals bijvoorbeeld STACH en het Vlaamsch Broodhuys. De groei van online is aantrekkelijk en het aantal aanbieders neemt gestaag toe. Om in online tot de blijvers te behoren zijn drie aspecten in het businessmodel van belang:

- schaalbaarheid
- gemaksmaximalisatie voor de consument
- uitgekiende distributie en efficiënte logistiek

Mede door technologie neemt de transparantie toe met een focus op prijs en kwaliteit.

Voor meer informatie kijk op www.rabobank.nl/food



Horeca & Recreatie

Groeiende tweedeling

De horeca en recreatie profiteert momenteel optimaal van de aantrekkelijke economie. In nagenoeg alle branches is sprake van groei. Zowel in 2015 als 2016 verwachten wij 2,5% groei door hogere consumentenbestedingen, een aantrekkelijke zakelijke vraag en meer inkomend toerisme. Echter, de sterke groeicijfers moeten wel worden genuanceerd. De concurrentie is moordend. Niet alleen in de sector zelf groeit het aanbod jaar op jaar, ook vanuit branchevreemde aanbieders, zoals de foodretail, AirBnB en thuisbezorgformules.

Er is een groeiende tweedeling zichtbaar. Met name de grote steden, Amsterdam voorop, profiteren van de sterke economische dynamiek en het groeiend toerisme. Dit laatste geldt ook voor ondernemers in de kustgebieden. Locatie wordt dus steeds belangrijker om tot een succesvolle exploitatie te komen. Ondernemingen die niet op een A-locatie gelegen zijn, resteert het prijswapen in combinatie met schaalgrootte en een sterke online profilering. Of zij zullen moeten investeren in een uniek, onderscheidend concept.

Voor meer informatie kijk op www.rabobank.nl/horeca



Automotive

2016 overgangsjaar

Ook de automotive profiteert van het algemeen economisch herstel. Vooral de particulier is sinds halverwege dit jaar weer meer bereid een nieuwe auto aan te schaffen. In 2016 worden er naar verwachting 15.000 à 20.000 meer auto's aan particulieren verkocht. Ook met de verkoop van bestelauto's gaat het goed, al blijft de markt zeer concurrerend.

De voortschrijdende kostenbeheersing bij de Nederlandse bedrijven zorgt voor een stabilisering van de zakelijke leasevloot. De fiscale regelgeving met betrekking tot leaseauto's heeft ook in 2016 marktversturende effecten. De vraag naar en handel in gebruikte auto's blijft vrij constant, een duidelijke graadmeter voor het belang dat de consument hecht aan individuele mobiliteit.

De gestage druk op aftersales blijft voortduren door betere techniek en de felle prijsconcurrentie. De schademarkt blijft dalen door minder schades en een gemiddeld lager schadebedrag. Het aanpassen van het businessmodel is voor nagenoeg alle partijen in de automotive essentieel om te kunnen voortbestaan.

Voor meer informatie kijk op www.rabobank.nl/auto

Contactgegevens

Rabobank, Sectormanagement
kennis@rn.rabobank.nl | www.rabobank.nl/kennis