

Ondernemen in sectoren



Inhoudsopgave

De autosector 2010	5
De bouwnijverheid 2010	15
De detailhandel 2010	25
De groothandel 2010	35
De horeca 2010	45
De metalelektro 2010	55
De overige dienstverlening 2010	65
De transportsector 2010	75
De voedings- en genotmiddelenindustrie 2010	85
De zakelijke dienstverlening 2010	95



De autosector 2010



Inhoudsopgave

De autosector gepositioneerd	7
De autosector van jaar op jaar	7
De autosector in beweging	8
De autosector naar schaalgrootte	9
De autosector in tegenwind	10
De autosector actueel	13

Voor de autosector was 2009 een moeilijk jaar. Door de economische crisis en het afgenomen vertrouwen van consumenten en bedrijven nam de verkoop van nieuwe en gebruikte auto's af. Ook de reparatie- en onderdelenbedrijven kregen te maken met een dalende omzet. Trends die doorgezet hebben, zijn: de aanschaf van kleinere en schonere auto's, dalende marges en schaalvergroting.

Bedrijven in de autosector proberen door het aanscherpen van hun debiteurenbeleid en door efficiëntieverhoging de crisis het hoofd te bieden.

De autosector gepositioneerd

De autosector telt 24.000 ondernemingen, die vrijwel uitsluitend op de binnenlandse markt gericht zijn. De autosector bestaat uit de autogroothandel: importeurs van personen- en bedrijfswagens, en de autodetailhandel: auto- en reparatiebedrijven, autoservicebedrijven en benzinestations.

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

De autosector in 2009

24.000 ondernemingen
132.000 arbeidsjaren
€ 58 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009

ondernemingen	3%
werkgelegenheid	3%
omzet	5%
exportwaarde	0%
bruto toegevoegde waarde	2%

Omzetverdeling naar sector, 2009

autogroothandel	36%
autodetailhandel en benzinestations	64%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De autosector van jaar op jaar

De omzet in de autosector is in 2009 met 22% gedaald ten opzichte van 2008. Belangrijke oorzaken zijn de kredietcrisis en het gedaalde vertrouwen van consumenten en bedrijven. Bedrijven die reparaties, keuringen en onderhoud uitvoeren en bedrijven die handelen in onderdelen zijn iets minder zwaar geraakt. Dat er nu gemiddeld langer in een auto wordt gereden, is een gunstige ontwikkeling voor hen.

Voor de jaren 2010 en 2011 wordt een licht herstel van de omzet verwacht, maar het zal nog jaren duren voordat de omzet weer op het 'oude' niveau is.

Het aantal werknemers is in 2009 vooral gedaald bij de autobedrijven, de truckdealerbedrijven, de tankstations en de autoverhuurbedrijven (BOVAG). Bij bergingsbedrijven, motorrevisiebedrijven en autowasbedrijven groeide het aantal werknemers. De verwachting voor de totale autosector is dat de werkgelegenheid ook in de komende jaren nog zal dalen.

Ontwikkeling 2007-2010	2008	2009	2010*	2011*
omzet (volume)	-0,50	-23,00	10,25	3,75
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	0,25	-2,25	-1,25	-0,25
winst	-5,00	-18,50	21,75	4,75

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

In 2009 is de verkoop van nieuwe personenauto's ten opzichte van 2008 gedaald met 22,5%, de verkoop van gebruikte personenauto's met 1,5% en de verkoop van nieuwe bestelauto's met 39,4%. De verkoop van gebruikte auto's via professionele autobedrijven is overigens toegenomen ten opzichte van 2008. De verkoop van gebruikte personenauto's tussen particulieren daalde daarentegen. Als verklaringen voor deze ontwikkeling geeft de BOVAG aan: de garantie bij een professioneel bedrijf, de onderhoudsbeurt voor de aflevering en de montage van zelf gekozen accessoires. Bij de bestelwagens is de daling toe te schrijven aan de afgenomen verkoop van nieuwe trucks.

Ontwikkeling van de autoverkoop in de periode 2005-2009

Jaar	Nieuwe personen-auto's	Gebruikte personen-auto's	Nieuwe bestelwagens	Nieuwe zware bedrijfs-wagens
2005	465.196	1.804.392	65.899	14.872
2006	483.999	1.842.734	64.837	19.929
2007	504.300	1.895.849	79.831	17.402
2008	499.980	1.874.899	84.659	19.496
2009	387.699	1.847.241	51.286	12.922

Bron: BOVAG-RAI, RDC Datacentrum

De verwachting is dat de verschillende markten zich in 2010 zullen stabiliseren. BOVAG en RAI Vereniging verwachten een verkoop van 410.000 auto's. BOVAG denkt verder dat de verkoop van occasions op gelijk niveau zal blijven. Reden van de voorzichtige verwachtingen zijn het niet optimale economische klimaat, uitstel van

investeringen door het bedrijfsleven en het relatief jonge wagenpark. De reparatiebedrijven en onderdelenverkopers lieten beiden in 2009 een dalende omzet zien (-5,6% respectievelijk -9%), maar de branches lijken eind 2009 de weg omhoog weer gevonden te hebben (CBS).

De autosector in beweging

De dynamiek in de autosector is lager dan gemiddeld. In 2009 startten 1.302 nieuwe bedrijven, wat neerkomt op 1,9% van het totale aantal startende bedrijven in Nederland. Een bedrijf starten in de autosector vraagt grote investeringen in bedrijfsruimte, auto's, autoaccessoires en -onderdelen, apparatuur en gereedschap, waardoor de toetredingsdrempel relatief hoog is.

Innovatie komt bij het MKB in de autosector minder voor dan gemiddeld in het MKB. Een mogelijke verklaring is dat de vernieuwing van producten en/of diensten al eerder in de keten plaatsvindt. Innovaties worden dan toegeschreven aan de autoindustrie. Vernieuwing of verbetering van interne bedrijfsprocessen komt in de sector wel vaker voor, maar ook hier blijft de sector iets achter.

Indicatoren van dynamiek, 2009	autosector	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	4,6%	7,1%
- nieuwe dochters	1,3%	2,3%
- totaal	5,9%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,7%	0,7%
- overig	4,5%	5,7%
- totaal	5,2%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	38%	38%
- gelijkblijvers	45%	46%
- (groei)krimpers	17%	17%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*]	*]
- nieuwe producten/diensten op de markt	15%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	8%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	40%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*]= totaal MKB

De autosector naar schaalgrootte

Het merendeel (91%) van de autosector behoort tot het kleinbedrijf. Gemiddeld heeft een bedrijf in de autosector 5 werknemers in dienst. De gemiddelde omzet per onderneming bedraagt in 2009 € 2,4 miljoen tegen € 2,8 miljoen in 2008.

Van de totale omzet en de bruto toegevoegde waarde in de sector wordt bijna twee derde gerealiseerd door het MKB. In werkgelegenheid is het MKB verantwoordelijk voor driekwart van de totale werkgelegenheid in de sector. Een klein percentage (9%) grote bedrijven in de autosector is nog altijd verantwoordelijk voor 36% van de omzet, 22% van de werkgelegenheid en 34% van de bruto toegevoegde waarde.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte	6
gemiddelde omzet per onderneming (in mln.)	€ 2,5
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	91%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	64%
- werkgelegenheid	78%
- bruto toegevoegde waarde	67%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De autosector in tegenwind

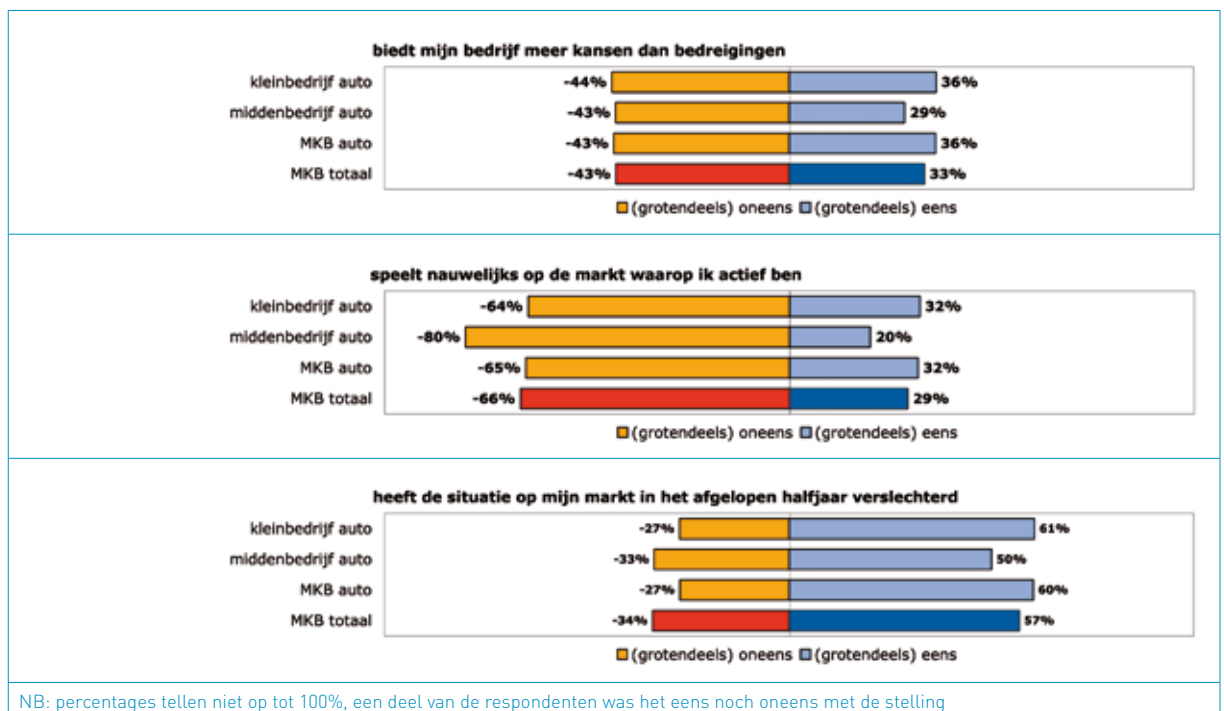
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...



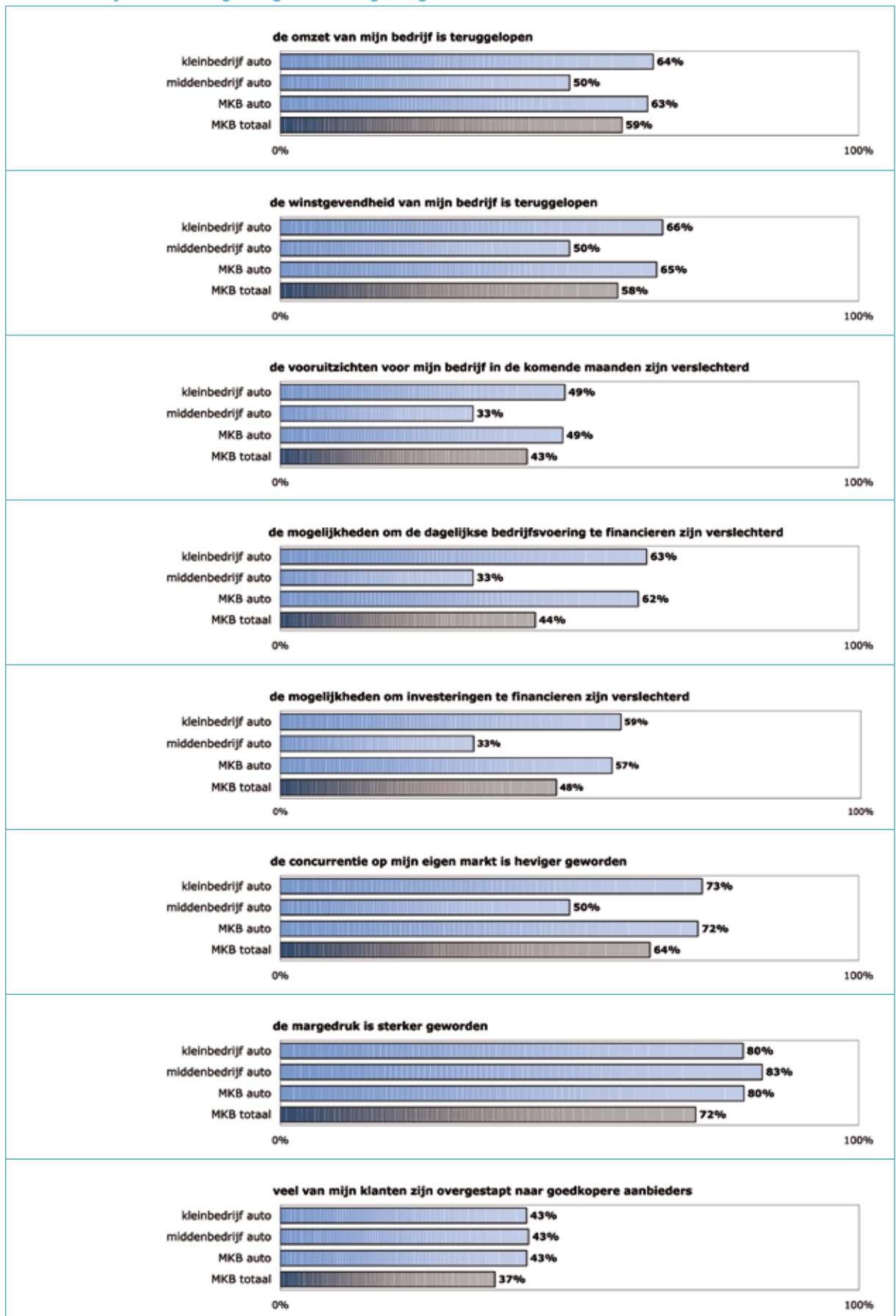
Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Het MKB in de autosector is positiever over de kansen die de crisis biedt dan het grootbedrijf. Van de kleine bedrijven ziet 36% meer kansen dan bedreigingen; bij de middenbedrijven is dit 29%. Het middenbedrijf is het vaker (grotendeels) oneens met de stelling dat de crisis

nauwelijks op hun markt speelt. Ook geeft een groter percentage van de bedrijven in de autosector aan, dat de crisis de situatie op de automarkt in het afgelopen half jaar verslechterd heeft. Hier is het kleinbedrijf wat positiever dan het middenbedrijf.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Bij bijna twee derde van de bedrijven in de autosector is de omzet en de winstgevendheid teruggelopen. Opvallend resultaat is dat de middelgrote bedrijven hier minder vaak mee te maken zeggen te hebben. Van de middenbedrijven in de autosector geeft een derde aan dat de financieringsmogelijkheden voor de dagelijkse bedrijfsvoering en het doen van investeringen zijn verslechterd. Bij de kleine bedrijven ligt dit percentage

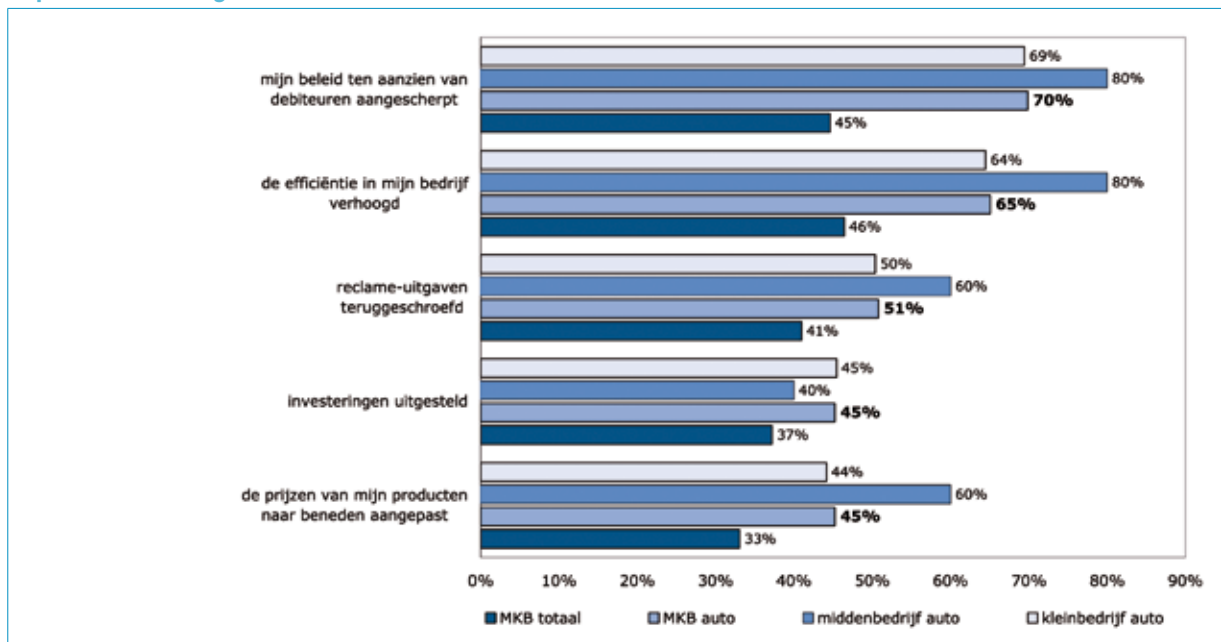
bijna twee keer zo hoog. Bijna driekwart van de autobedrijven ervaart een toegenomen concurrentie op de markt. Autobedrijven ervaren, in vergelijking met het totale bedrijfsleven, een sterkere druk op de marges. Van de autobedrijven geeft 43% aan dat veel klanten zijn overgestapt naar goedkopere aanbieders. Overstappen naar andere aanbieders lijkt in de autosector ten opzichte van andere sectoren eenvoudiger.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken.

Het MKB in de autosector neemt twee maatregelen om de economische crisis te bestrijden. Ten eerste geeft 70% van de bedrijven aan dat zij het debiteurenbeleid hebben aangescherpt. Daarnaast neemt twee derde van de bedrijven maatregelen om de efficiëntie van het bedrijf te

verhogen. Beide maatregelen komen in het middenbedrijf vaker voor dan in het kleinbedrijf. Drie op de vijf middenbedrijven heeft daarnaast de reclameuitgaven teruggeschoefd en de prijzen van de producten verlaagd.

Top 5 van maatregelen door het MKB in de autosector:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

De autosector actueel

Wat staat de autosector het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 4% stijgen ten op-zichte van de tweede helft van 2010. Dat is een afzwakkende groei, vergeleken met de situatie op dit moment. Het aantal werknemers blijft volgens de prognose voor de eerste helft van 2011 gelijk en neemt in de tweede helft van het jaar iets af.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	11,50	9,00	4,00	3,00
werknemers (aantal)	-1,75	-1,00	0,00	-0,50

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

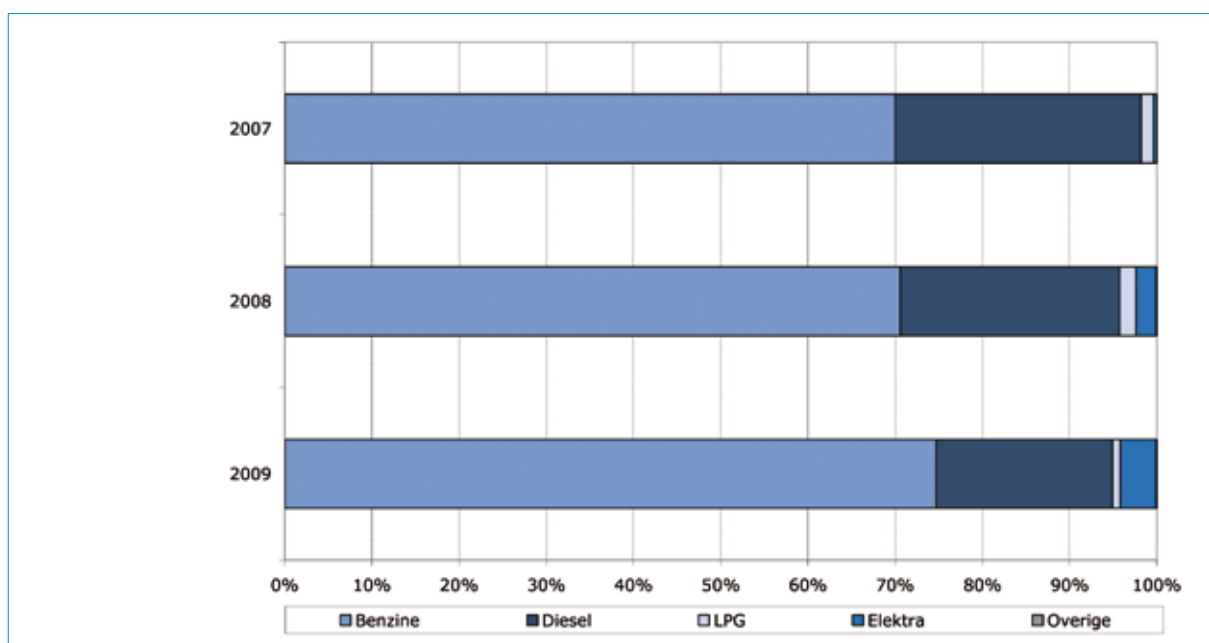
Verkoop kleine en schone modellen neemt toe

Consumenten kiezen de laatste jaren steeds vaker voor kleinere en milieuvriendelijkere auto's. Deze trend geldt zowel bij de verkoop van nieuwe als bij die van gebruikte auto's. De overheid stimuleert de aanschaf van zuinige modellen door een korting op de aanschafbelasting (BPM) en de motorrijtuigenbelasting (MRB) voor particulieren en door een lagere bijtelling voor zakelijke rijders. Het aandeel van de benzineauto's in de verkoop van nieuwe personenauto's is sinds 2008 weer aan het toenemen. Daartegenover staat een daling van het aantal dieselauto's. In de onderstaande figuur is duidelijk de toename van het aandeel van de elektrische auto's in

de verkopen te zien. De RAI Vereniging verwacht dat elektrisch rijden in de komende jaren nog een grotere vlucht kan nemen, omdat er sneller dan voorzien grote aantallen elektrische auto's beschikbaar komen.

Naast de toegenomen vraag uit de markt zijn de milieuboetes van de Europese overheid een tweede reden waarom Europese autofabrikanten kleiner en zuiniger gaan produceren. Het aandeel gefabriceerde auto's dat aan een maximale uitstootnorm (120 gram CO₂ per kilometer) voldoet, moet toenemen van 11% in 2007 naar 100% in 2015.

Ontwikkeling verkoop van nieuwe personenauto's naar brandstofsoort in %, 2007-2009



Bron: Bovag/RAI

Toenemende verkoop van brom-, snor- en elektrische fietsen

Naast de keuze voor kleinere en schonere auto's neemt ook de verkoop van alternatieve vervoermiddelen toe. In 2009 steeg de verkoop van brom- en snorfietsen aanzienlijk. Het aantal bromfietsen steeg met 7% tot een totaal aantal van 508.000. Het aantal snorfietsen nam zelfs met 13% toe tot een totaal van 423.000 op 1 januari 2010 (CBS). Bromfietsen zijn geliefd op het platteland en onder jongeren, snorfietsen blijken vooral populair onder ouderen en in de steden. Ook de elektrische fiets vervangt bij woon- en werkverkeer de auto steeds vaker. De verkopen van dergelijke fietsen zijn in 2009 met 30% gestegen ten opzichte van 2008.

Gemiddelde aanschafprijs daalt

De gemiddelde aanschafprijs van nieuwe auto's is in 2009 verder gedaald naar € 22.076 (BOVAG). Sinds 2007 heeft de dalende trend zich ingezet. Er zijn verschillende oorzaken aan te wijzen: stijgende verkopen van kleinere en zuinigere auto's (gestimuleerd door fiscale stimuleringsmaatregelen), de in 2008 ingevoerde afbouw van de aanschafbelasting (BPM) als voorbereiding op de kilometerheffing, de prijsdaling van occasions sinds 2007 als gevolg van een groeiend aanbod en de door internet toegenomen markttransparantie.

Invoering nieuwe distributieverordening verscherpt concurrentie

Door de invoering van de Europese Distributieverordening met meer vrijheden op het terrein van merkenbeleid en de vestiging van autodealers is de concurrentie in de autosector verscherpt. Een gevolg hiervan is dat het gemiddelde dealerrendement in 2009 voor veel dealers en garages tot de nullijn is gedaald (ABN).

ABN verwacht door de druk op de marges een verdergaande schaalvergroting naar een kleiner aantal meer universele dealers met grote showrooms.

Reparatie en onderhoud

Er is een aantal zaken voor de reparatie- en onderhoudsmarkt die het werkplaatsaanbod beïnvloeden.

Doordat de onderdelen van nieuwe personenauto's beter van kwaliteit worden en de betrouwbaarheid van de auto's toeneemt, slaan autobezitters reguliere onderhoudsbeurten sneller over. Sinds 2008 is er een nieuw APK-regime ingevoerd. Nieuwe personenauto's hoeven pas na 4 jaar voor het eerst APK-gekeurd te worden, daarna om de 2 jaar en vervolgens ieder jaar. Een andere ontwikkeling waar de schadeherstelbranche mee te maken heeft, is de gestuurde schade. Grote verzekeraars, leasemaatschappijen en fleetowners/wagenparkbeheerders sturen steeds grotere onderhoudsvolumes en zetten hiermee de prijzen en marges van de reparatie- en onderhoudsbedrijven onder druk. De FOCWA verwacht ook de komende jaren onrust in de gestuurde schadestroom. Door overcapaciteit bij de schadeherstelbedrijven en een geleidelijk afnemend werkaanbod verwachten zij een neerwaartse prijsdruk.



De bouwnijverheid 2010



Inhoudsopgave

De bouwnijverheid gepositioneerd	17
De bouwnijverheid van jaar op jaar	17
De bouwnijverheid in beweging	18
De bouwnijverheid naar schaalgrootte	19
De bouwnijverheid in tegenwind	20
De bouwnijverheid actueel	23

De bouwnijverheid bevindt zich in een diepe put waar de sector voorlopig ook nog niet uit zal komen. Weliswaar is de regering de sector met verschillende stimuleringsmaatregelen te hulp geschoten, maar omdat de bouw laatcyclisch is, zal de internationale kredietcrisis de bouwnijverheid nog lang in zijn greep houden. Op zijn gunstigst mag de sector rekenen op een kentering van de neerwaartse ontwikkeling. De ingezakte bouwproductie en de slechte vooruitzichten maken dat de ondernemers in de bouwnijverheid uiterst pessimistisch zijn.

De bouwnijverheid gepositioneerd

De bouwnijverheid bood in 2009 met 107.000 ondernemingen werkgelegenheid met een omvang van 461.000 arbeidsjaren (waarvan 338.000 in het MKB).

In de loop van de jaren is de betekenis van de sector in de Nederlandse economie toegenomen. In 2009 was een op de zeven ondernemingen een onderneming in de bouwnijverheid. De omzet bedroeg € 92 miljard, waarvan € 57 miljard door het MKB gerealiseerd werd. Gemeten in omzetaandeel blijft de betekenis van de sector binnen de Nederlandse economie enigszins achter en de bijdrage van de sector aan de exportpositie van Nederland stelt nauwelijks iets voor.

De bouwnijverheid in 2009
107.000 ondernemingen
461.000 arbeidsjaren
€ 92 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009		Sectorstamstelling naar omzet, 2009	
ondernemingen	14%	burgerlijke en utiliteitsbouw	43%
werkgelegenheid	10%	grond-, weg- en waterbouw	24%
omzet	7%	afwerkers	10%
exportwaarde	1%	bouwinstallatiebedrijven	23%
bruto toegevoegde waarde	9%	totaal	100%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De belangrijkste deelsector binnen de bouw is de burgerlijke en utiliteitsbouw. De deelsector met de geringste bijdrage aan de sectoromzet, die van de afwerkers, omvat schilders, stukadoors, wand-, vloer- en overige afwerkingsbedrijven. Evenals in de deelsector bouwinstallatiebedrijven, die elektrotechnische installatiebedrijven, centraleverwarmings- en luchtbehandelingsbedrijven en loodgieters-, fitters- en sanitairinstallatiebedrijven omvat, zijn hier veel kleine bedrijven actief. De beide andere deelsectoren zijn veel grootschaliger.

De bouwnijverheid van jaar op jaar

De internationale kredietcrisis en de daaruit volgende recessie hebben grote gevolgen voor de bouwnijverheid. Terwijl andere sectoren tekenen van (voorzichtig) herstel tonen, zullen de gevolgen van de crisis in de bouwnijverheid zich vooral in 2010 manifesteren. De daling van het aantal bouwvergunningen en orders in 2009 zal in 2010 voelbaar zijn.

De aanhoudend slechte weersomstandigheden in de afgelopen winter, waardoor de bouw lange tijd heeft stilgelegen, hebben de situatie nog eens extra verergerd. In februari dit jaar besloot het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid zelfs dat bouwplaatsmedewerkers in aanmerking konden komen voor een uitkering krachtens een tijdelijke regeling voor vorst-WW. In 2011 zal de productie in de bouwnijverheid zich weer licht herstellen.

De deelsector burgerlijke en utiliteitsbouw is verantwoordelijk voor het grootste deel van de negatieve ontwikkeling. Deze deelsector heeft zwaar te lijden onder de ingestorte markten voor nieuwbouwprojecten van woningen, kantoren en overige bedrijfspanden. De deelsector grond-, weg- en waterbouw doet het het best, omdat de overheidsopdrachten waarvan deze deelsector sterk afhankelijk is, wel doorgaan en soms zelfs naar voren zijn gehaald.

Ontwikkeling 2007-2011	2008	2009	2010*	2011*
omzet (volume)	5,75	-4,25	-9,25	2,50
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	1,75	-1,50	-3,50	-0,25
bruto toegevoegde waarde	5,75	-4,25	-9,50	3,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De bouwnijverheid in beweging

De bouwnijverheid kent een hogere mate van bedrijvendynamiek dan het bedrijfsleven als totaal. Zowel de oprichtingsquote als de opheffingsquote ligt er hoger. Hoewel de bouw zware klappen heeft gekregen van de internationale kredietcrisis, is het aandeel van faillissementen in de opheffingen niet hoger dan in het bedrijfsleven als totaal. Wel is het aandeel van bedrijven die kunnen worden gekarakteriseerd als (groei)krimper hoger.

Vergeleken met het Nederlandse MKB als totaal is het MKB in de bouwnijverheid niet erg innovatief. Bij innovaties ligt er een duidelijk accent op vernieuwingen en/of verbeteringen van interne bedrijfsprocessen. Onderzoek van het EIB¹ laat zien dat de meeste bouwbedrijven innovaties toepassen die door derden zijn bedacht en ontwikkeld. Eigen ontwikkeling vindt vooral plaats op het terrein van de projectorganisatie. Vooral de toeleveranciers zijn in de bouw de bedenkers en makers van nieuwe producten en productiesystemen. Veranderingen op het gebied van proces- en systeeminnovatie zijn in de meeste deelsectoren nog maar beperkt zichtbaar. Het zijn vooral grote bedrijven die de omzet uit innovatieve organisatievormen zien stijgen.

¹ Economisch Instituut voor de Bouwnijverheid, Persbericht 'Procesintegratie en innovatief ondernemerschap in het bouwproces, meting 2008'.

Indicatoren van dynamiek, 2009	bouwnijverheid	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	11,8%	7,1%
- nieuwe dochters	2,1%	2,3%
- totaal	13,9%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,7%	0,7%
- overig	6,6%	5,7%
- totaal	7,3%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	21%	22%
- gelijkblijvers	50%	56%
- (groei)krimpers	29%	23%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*]	*]
- nieuwe producten/diensten op de markt	13%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	8%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	34%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*]= totaal MKB

De bouwnijverheid naar schaalgrootte

De bouwnijverheid wordt gekenmerkt door kleinschaligheid. Het overgrote deel van de bedrijven in de bouwnijverheid behoort tot het kleinbedrijf. Het toenemende aantal zzp'ers dat in de sector actief is, is er debet aan dat de sector in de loop der jaren kleinschaliger is geworden.

Volgens onderzoek van het EIB¹ halen zzp'ers het merendeel van hun omzet uit klantenwerk in het onderhoud van woningen en gebouwen. Circa 80% verricht wel eens werk voor particulieren en voor bijna de helft van de zzp'ers zijn particulieren de belangrijkste opdrachtgever. Circa tien tot twintig procent van de zzp'ers heeft met drie of minder opdrachtgevers per jaar een kwetsbare marktpositie.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	4
gemiddelde omzet per onderneming	€ 0,9 mln.
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	92%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	62%
- werkgelegenheid	73%
- bruto toegevoegde waarde	73%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

¹ Economisch Instituut voor de Bouwnijverheid, Persbericht 'ZZP'ers in de bouw'.



De bouwnijverheid in tegenwind

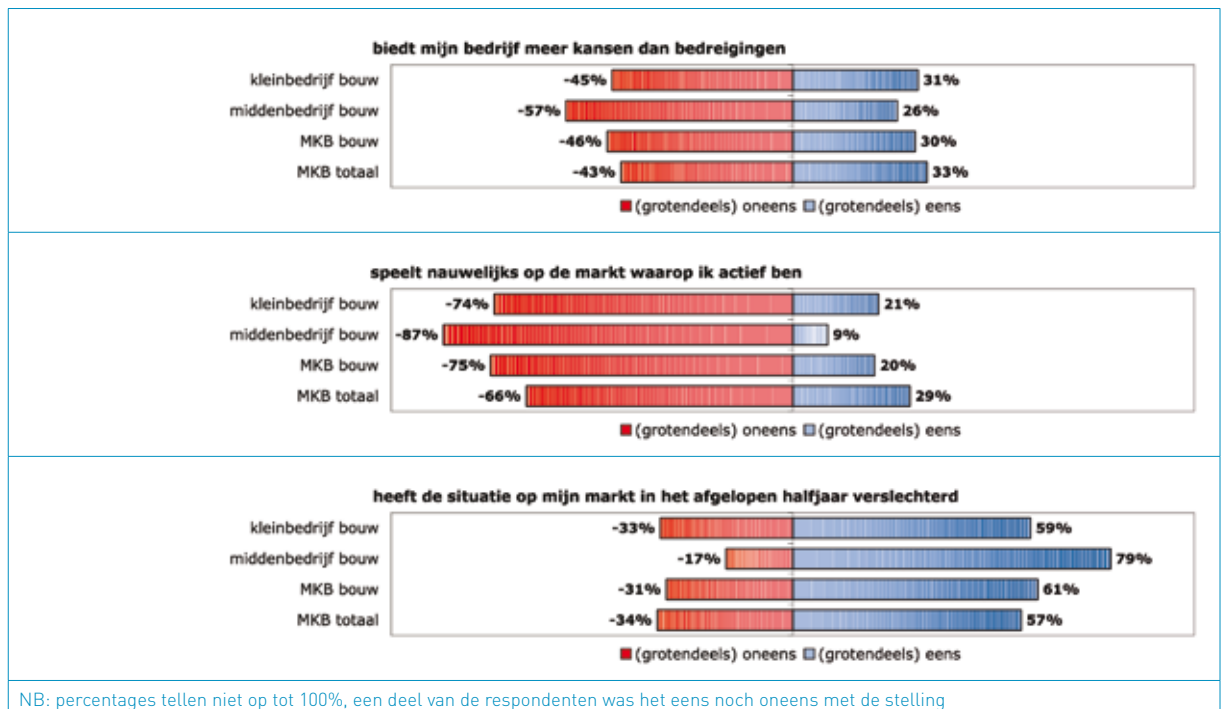
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

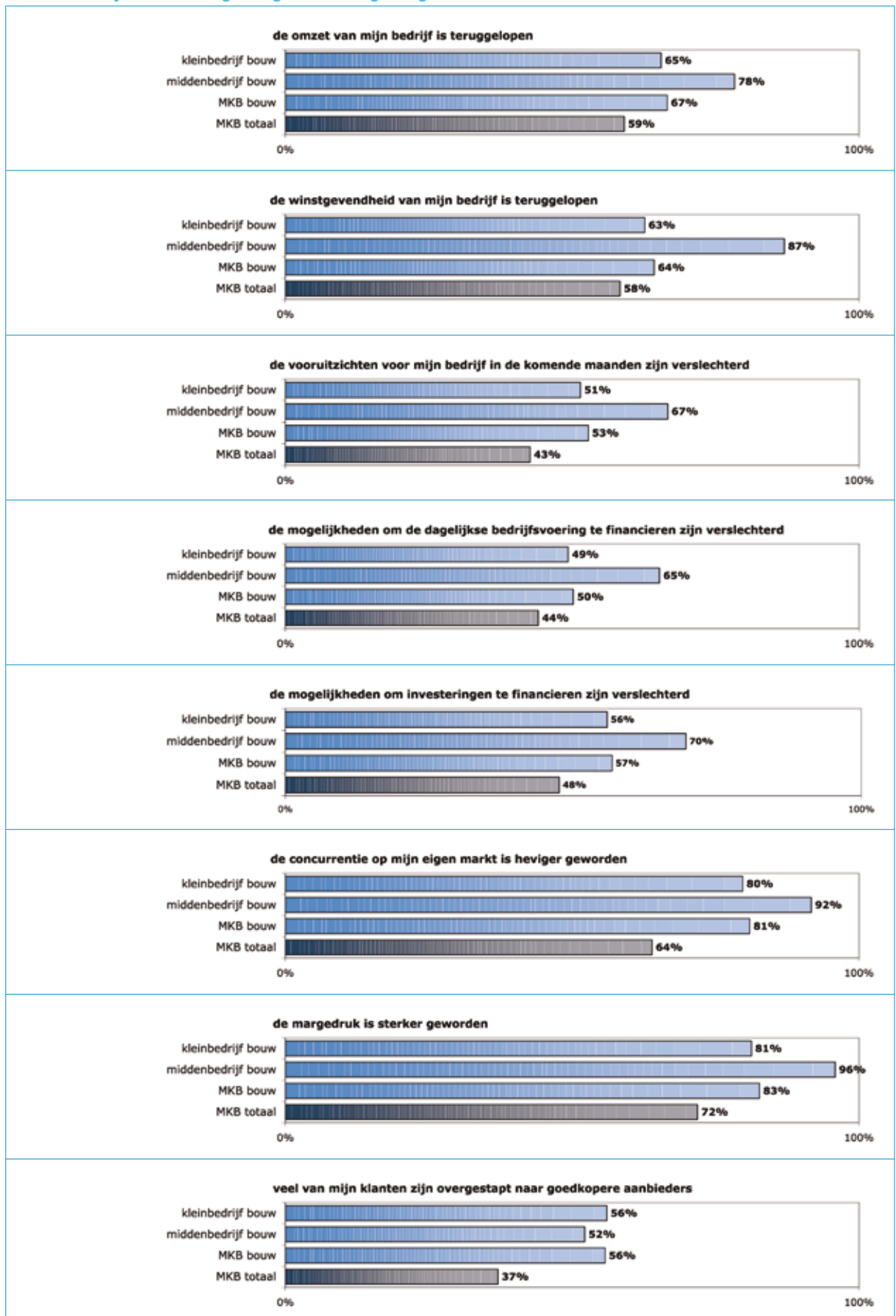
De economische crisis...



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

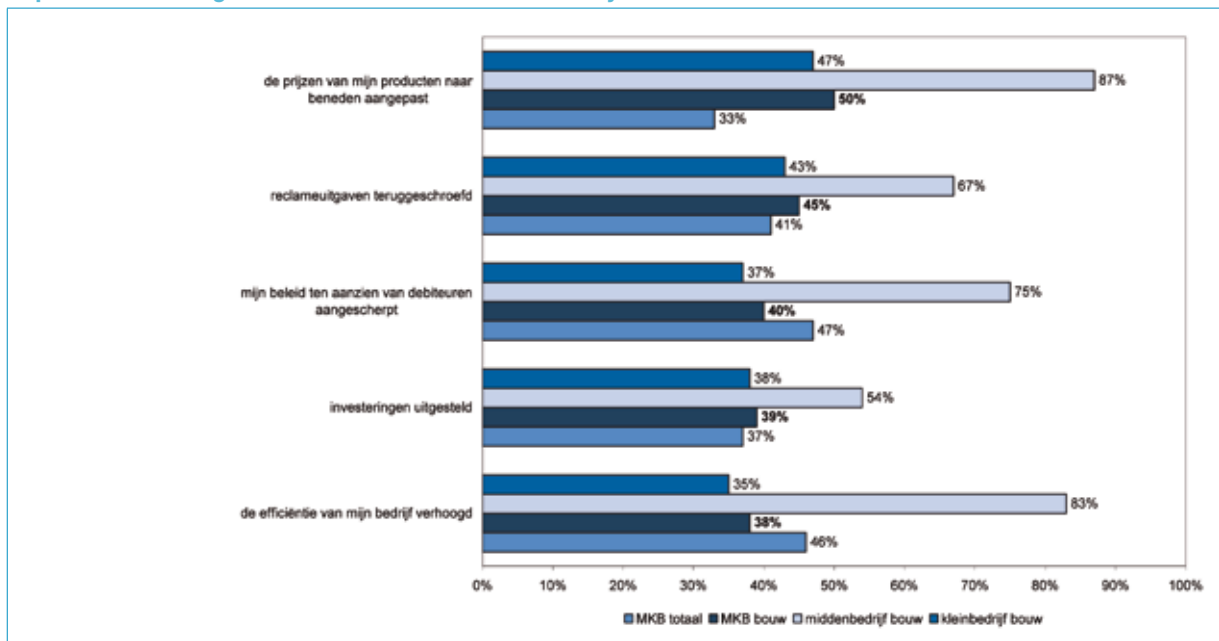
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



Maatregelen om gevolgen van de economische crisis te beperken

Top 5 van maatregelen door het MKB in de bouwnijverheid:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

De impact van de internationale kredietcrisis op de bouwbedrijven is groter dan op het MKB in het algemeen en binnen de bouwnijverheid is de impact op het middenbedrijf veel groter dan op het kleinbedrijf. Middelgrote bedrijven in de bouw hebben dan ook in veel grotere mate dan kleine bedrijven maatregelen genomen.

Evenals in andere sectoren is de algemene stemming onder MKB-ondernemers in de bouwnijverheid dit jaar positiever dan een jaar geleden, maar voor ondernemers in de bouwnijverheid ligt het vertrouwen

in de economie wel ver beneden het gemiddelde. De ingezakte bouwproductie en de slechte vooruitzichten maken dat de ondernemers in de bouwnijverheid uiterst pessimistisch zijn. Desondanks heeft de helft van de ondernemers in de bouwnijverheid plannen om in 2010 te investeren. Daarmee blijft de investeringsgeneigdheid in de bouwnijverheid achter bij het algemene beeld van de investeringsgeneigdheid in het MKB, terwijl het aandeel van de bouwondernemers die in 2009 hebben geïnvesteerd, met twee derde nog op hetzelfde niveau lag als bij het MKB als geheel.



De bouwnijverheid actueel

Wat staat de bouwnijverheid het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 2% dalen ten opzichte van de tweede helft van 2010. Dat is een minder grote daling dan in de eerste en tweede helft van 2010. Hetzelfde geldt ten aanzien van de werkgelegenheid. Het aantal werknemers in de bouw zal nog afnemen (-1,25%), maar niet meer zo hard als in de afgelopen periode.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	-13,00	-5,50	-2,00	2,00
werknemers (aantal)	-4,75	-5,25	-1,25	0,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De overheid stimuleert de bouwnijverheid

Maatregelen van de overheid om de bouwnijverheid in tijden van economische recessie te steunen ten spijt, verkeert de sector in een diep dal. De bouw is laatcyclisch. Terwijl andere sectoren inmiddels (voorzichtig) tekenen van herstel tonen, manifesteren de gevolgen van de internationale kredietcrisis zich in de bouw vooral in 2010. Ook voor 2011 blijven de vooruitzichten achter bij andere sectoren. De teruggang op zowel de markt voor nieuwbouwwoningen als die voor bedrijfspanden zal nog lange tijd een negatief effect hebben op de sector. Maatregelen van de regering om de woningmarkt een impuls te geven, kunnen ook een impuls geven aan de bouwnijverheid. Daarnaast heeft de regering diverse maatregelen genomen die beogen de bouwnijverheid directer te stimuleren. Investerings in het kader van de versnelde uitvoering van infrastructurele projecten, ruimtelijke ingrepen als uitvloeisel van de crisis- en herstelwet en het beschikbaar stellen van enkele honderden miljoenen euro's voor het ondersteunen van woningbouwprojecten, die als gevolg van de crisis zijn stilgevallen of niet van start konden gaan, voorkomen dat de bouw in een nog dieper dal geraakt. De crisis- en herstelwet heeft overigens een ruimere horizon, maar behoud van de werkgelegenheid op korte termijn is een hoofddoel. Daarom bevat de wet prikkels voor ruimtelijke ontwikkeling op korte termijn en is een aantal maatregelen van tijdelijke aard.

Vooraf kleine en middelgrote bouwbedrijven zullen kunnen profiteren van de nieuwste maatregel van de regering, gericht op het stimuleren van de sector. Van 1 oktober dit jaar tot 1 juli 2011 geldt voor de arbeidskostencomponent van renovatie en herstel van woningen die minimaal twee jaar oud zijn, het lage btw-tarief van 6%. Het vrijgeven

van de opgebouwde spaartegoeden in het kader van de spaarloonregeling zou volgens de regering een extra stimulant kunnen geven aan verbouwing van het huis. Naar verwachting zal vooral het MKB daarvan profiteren, omdat de consument de belangrijkste klant is van het MKB in de bouw.

Om ook kleine ondernemers een goede en eerlijke kans te bieden op overheidsopdrachten, heeft de regering in juni jongstleden een voorstel gepubliceerd voor een nieuwe aanbestedingswet. Deze wet geldt voor alle overheidsopdrachten. De nieuwe aanbestedingswet moet ervoor zorgen dat de eisen die worden gesteld aan overheidsopdrachten, in redelijke verhouding staan tot de opdracht. Aanbestedende overheidsdiensten zullen in de toekomst opdrachten vaker zo moeten opstellen dat MKB-bedrijven erop kunnen inschrijven, bijvoorbeeld op onderhoudswerkzaamheden aan gebouwen. Er komt ook een einde aan de verschillende formulieren die aanbestedende diensten gebruiken en ondernemers kunnen alle aanbestedingen op Tender.net vinden. Ten slotte moeten aanbestedende diensten en het bedrijfsleven binnen vier jaar afspraken maken over uniformering en vereenvoudiging van de procedures bij het aanbesteden onder de Europese grens.

Zzp'ers zijn een belangrijke pijler onder de sector

Waar in de bouw tot nog niet zo lang geleden sprake was van een groei van het aantal startende ondernemers, vertoont het aantal starters sinds het begin van de crisis een dalende tendens. Die groei werd in hoge mate veroorzaakt door toetredende zzp'ers. De malaise in de bouw zou nog groter zijn geweest wanneer de neerwaartse ontwikkeling van de bouwactiviteiten niet deels door de zzp'ers in de sector zou zijn opgevangen. Deze flexibele schil bewijst in de sector waar de zzp'er is uitgevonden, haar macro-economische betekenis.

De groei van het aantal zzp'ers in de bouw werd mede veroorzaakt door Oost-Europese, in het bijzonder Poolse,

ondernemers die hun kans in Nederland zagen. Een deel van hen is inmiddels weer vertrokken, maar zij die wel zijn gebleven, vormen nog steeds een geduchte concurrentie voor de Nederlandse zzp'ers in de bouw. Om de positie van de georganiseerde zzp'ers in de bouw te verstevigen zijn in hun kring initiatieven genomen om te komen tot een keurmerk waarmee de vakondernemer zich kan onderscheiden en dat opdrachtgevers de zekerheid moet geven dat zij te maken hebben met een ondernemer die het vak verstaat. Betrokkenen verwachten dat zzp'ers met een keurmerk beter kunnen concurreren op kwaliteit en dienstverlening. Nu wordt vooral op prijs geconcurrereerd, wat onmogelijk is vol te houden met de lage tarieven van de Oost-Europeanen.



De detailhandel 2010



Inhoudsopgave

De detailhandel gepositioneer	27
De detailhandel van jaar op jaar	27
De detailhandel in beweging	28
De detailhandel naar schaalgrootte	29
De detailhandel in tegenwind	30
De detailhandel actueel	33

De detailhandel ervaart de gesloten beurs van de consument als geen ander. De enorme diversiteit en dynamiek in de sector wordt door de economisch moeilijke tijd geaccentueerd. Het segment in-en-om-het-huis zit samen met de woningmarkt nog steeds op slot en hoopt op het spaarlooneffect. Het foodsegment weet zich door de vele aanbiedingen te handhaven. De online aanbieders groeien spectaculair met dubbele cijfers. Ondernemers gaan over tot 'multichanneling', marktverbreding en -verdieping en het gebruik van 'social media'. De detailhandel schudt haar traditionele imago af.

De detailhandel gepositioneerd

Van alle bestedingen door Nederlandse consumenten komt een derde in de detailhandel terecht.

In 2009 was dat gemiddeld € 11.700,- per huishouden. Met 108.000 winkels, 20.000 ambulante handelaren, 13.600 webwinkels en postorderbedrijven, 770.000 werkzame personen en een omzet van € 82 miljard is de detailhandel een belangrijke sector in ons bedrijfsleven (bron: HBD). De detailhandel omvat relatief veel kleinschalige bedrijven. Het omzetaandeel ligt bijvoorbeeld lager (7%) dan het ondernemingen- en werkgelegenheidsaandeel (10%). De sector staat ook bekend om zijn vele deeltijdbanen. Het totale aantal arbeidsjaren bedraagt 'slechts' 485.000. Het detailhandelsaanbod is te verdelen naar de drie 'basics': eten, wonen en kleding, die tezamen driekwart van het aanbod uitmaken, overige non-food en daarnaast nog een bijzondere categorie. De bijzonderheid van deze categorie zit niet in het productenaanbod, maar in het verkoopkanaal: webwinkels, postorderbedrijven en andere niet-winkels.

De detailhandel in 2009
77.000 ondernemingen
492.000 arbeidsjaren
€ 88 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009		Sectorsamenstelling naar omzet, 2009	
ondernemingen	10%	food	39%
werkgelegenheid	10%	wonen, dhz, huishoudelijke artikelen	22%
omzet	7%	textiel, kleding en schoenen	12%
exportwaarde	0%	overige non-food	20%
bruto toegevoegde waarde	5%	niet in winkel	6%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De detailhandel van jaar op jaar

De detailhandel ondervindt direct de gevolgen van de economische recessie. In 2009 is er 5% minder in volume omgezet dan in 2008. Ook de werkgelegenheid en de winst lieten 'een min' zien. Vooral het woonsegment werd en wordt nog zwaar getroffen door de terughoudende en sparende consument. Het foodsegment is daarentegen minder conjunctuurgevoelig en weet de omzet op peil te houden, alhoewel ook hier de consument nu veel zwaarder op de prijs let dan voorheen. Prijzenstunts van supermarkketens zijn aan de orde van de dag.

In de eerste helft van 2010 daalde de detailhandelsomzet met 1,1% ten opzichte van dezelfde periode in 2009. De supermarkten boekten een 2%-omzetplus, terwijl het met de andere deelsectoren nog niet goed gaat (bron: HBD).

EIM-prognoses laten voor 2010 een totale krimp van 1,5% zien, waarbij het woonsegment nog steeds het zwaarst getroffen wordt (-7%). ING verwacht een totale krimp van 2% met omzetsijgingen tot 1% in de food en drogisterijen en omzetsdalingen van 5 tot 6% in elektro, wonen en bouwmarkten.

De werkgelegenheid in de detailhandel zal ook in 2011 nog een min laten zien, zij het een kleinere dan in 2010.

Ontwikkeling 2007-2011	2008	2009	2010*	2011*
omzet (volume)	0,50	-5,00	-1,50	-0,75
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-1,75	-0,25	-1,75	-0,50
bruto toegevoegde waarde ¹	-21,75	-29,75	-13,00	-19,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

Positieve uitblikker in dit verhaal zijn de webwinkels. Zij zagen hun gezamenlijke omzet in 2009 met 17% groeien ten opzichte van 2008. In 2009 deden 8,6 miljoen consumenten een of meer online aankopen. Zij zorgden voor een totale omzet van bijna € 6,4 miljard. Voor 2010 wordt wederom een omzetsijging met dubbele cijfers verwacht.

Bron: Thuiswinkel Markt Monitor 2009-2, Blauw Research

¹ Bruto toegevoegde waarde tegen marktprijzen.

De detailhandel in beweging

De bedrijvendynamiek is in deze sector altijd erg groot: veel starters, stoppers, filiaalvorming, overnames en formulesamenwerking. Toch liggen de starters- en oprichtingenquota nu lager dan gemiddeld in het bedrijfsleven. Dit is onder andere toe te schrijven aan de slechte omzetontwikkeling (matig perspectief) en het ontbreken van een 'zzp-hausse' zoals die zich in de bouw- en dienstensector al enige jaren voordoet en die de startersquota sterk beïnvloedt.

Het aantal bedrijfsopheffingen ligt in de detailhandel hoger dan gemiddeld. Dit wordt niet zozeer veroorzaakt door faillissementen, maar meer door pensionering van ondernemers en door andere omstandigheden.

Sinds 1-1-2009 is de winkelleegstand toegenomen van 5,0 naar 5,6%. De leegstand op A1-locaties bedraagt 2%, op B2-locaties 9% en op C-locaties 11%. Op de twee laatst genoemde is ook de grootste terugval in winkelpassanten waar te nemen. Het gaat veelal om voormalige panden

van woonwinkels, modezaken, financiële diensten en mediawinkels (bron: Locatus). De geconstateerde dynamiek in leegstand wordt hoofdzakelijk toegeschreven aan de economische malaise en aan de groei van de online aankopen.

Hoewel de detailhandel niet bekendstaat als een zeer innovatieve sector, vindt er continu vernieuwing plaats. Het gaat dan niet om nieuwe fysieke producten en technologieën (dat doen de toeleveranciers wel), maar om nieuwe marketingtechnieken, verkoopkanalen en winkelformules. Zo kan het gebruik van sociale netwerken en blogs om consumenten te benaderen ('social media') als nieuw gezien worden. Van de 100 grootste Nederlandse merken zijn er 67 actief hiermee; een jaar geleden waren dat er nog maar 35. Bol.com, Rabobank en HEMA voeren de scorelijst aan. Twitter, LinkedIn en YouTube zijn het populairst

Bron: Social Embassy

Indicatoren van dynamiek, 2009	detailhandel	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	5,1%	7,1%
- nieuwe dochters	1,8%	2,3%
- totaal	6,9%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,3%	0,7%
- overig	8,5%	5,7%
- totaal	8,8%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	38%	38%
- gelijkblijvers	45%	45%
- (groei)krimpers	17%	17%
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*]	*]
- nieuwe producten/diensten op de markt	34%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	17%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	39%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*]= totaal MKB

De detailhandel naar schaalgrootte

De detailhandel wordt gedomineerd door het kleinbedrijf. Van alle ondernemingen behoort 94% tot deze categorie. Een gemiddelde detailhandelonderneming telt 6 fte's en maakt een omzet van € 900.000 op jaarbasis. Toch is het totale beeld anders, namelijk dat het grootbedrijf domineert. De consument ziet de hoofdwinkelstraten voor 70 tot 80% gevuld met landelijk bekende namen. Hij/zij weet niet dat het hier grotendeels gaat om franchiseformules en formules van in- en verkoopverenigingen: allemaal kleine zelfstandige bedrijven.

Het MKB neemt nog altijd iets meer dan de helft van de omzet, werkgelegenheid en bruto toegevoegde waarde voor haar rekening in de totale detailhandel. Schaalvergroting vindt in de sector continu plaats door filialisering, formulesamenwerking en uitbreiding van verkoopvloeroppervlakten. De gemiddelde winkel is volgens Locatus tussen 2003 en 2010 18% groter geworden. Voor gemeenten met historische binnensteden is dat soms een probleem, omdat zij aan de ex-panderende winkelketens geen geschikte

panden kunnen bieden. Oplossingen zijn veelal: meer panden van eenzelfde formule in dezelfde straat, panden samenvoegen en doorbreken met behoud van oorspronkelijke gevels en/of aparte GDV-locaties ontwikkelen. Deze oplossingen komen alle drie in toenemende mate in de praktijk voor.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009

gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	6
gemiddelde omzet per onderneming (€ miljoen)	€ 0,9
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	94%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet (waarde)	51%
- werkgelegenheid	62%
- bruto toegevoegde waarde	53%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De detailhandel in tegenwind

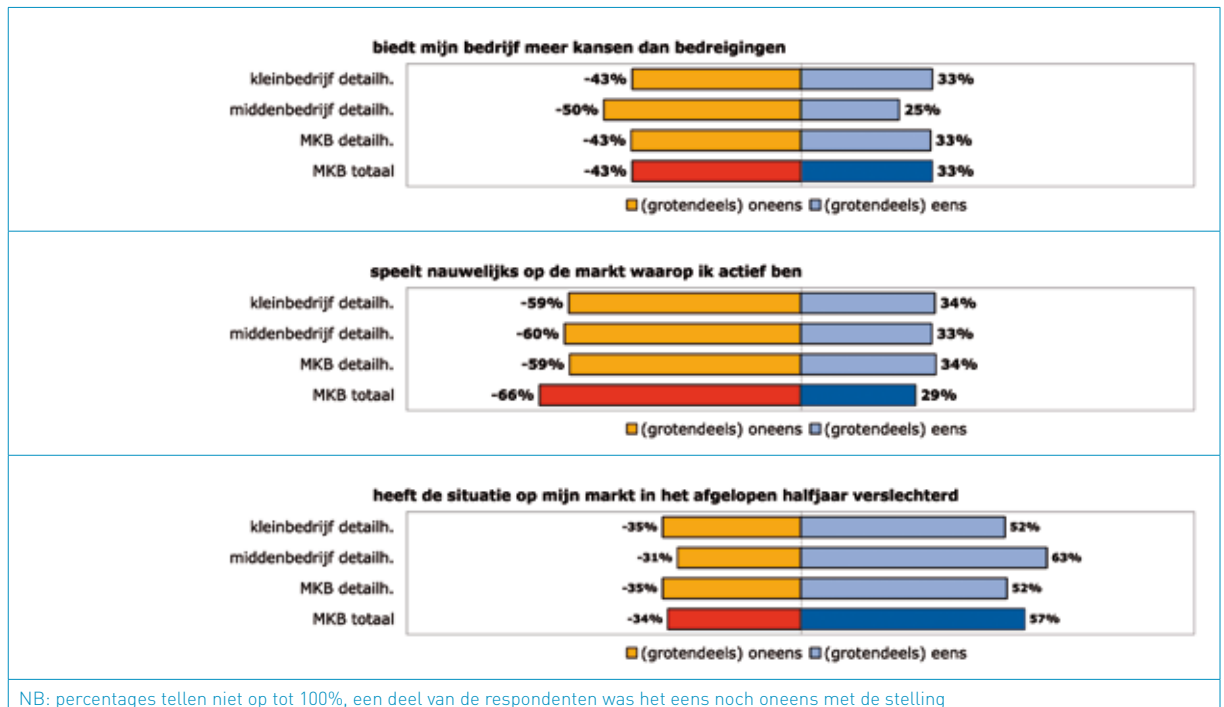
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...

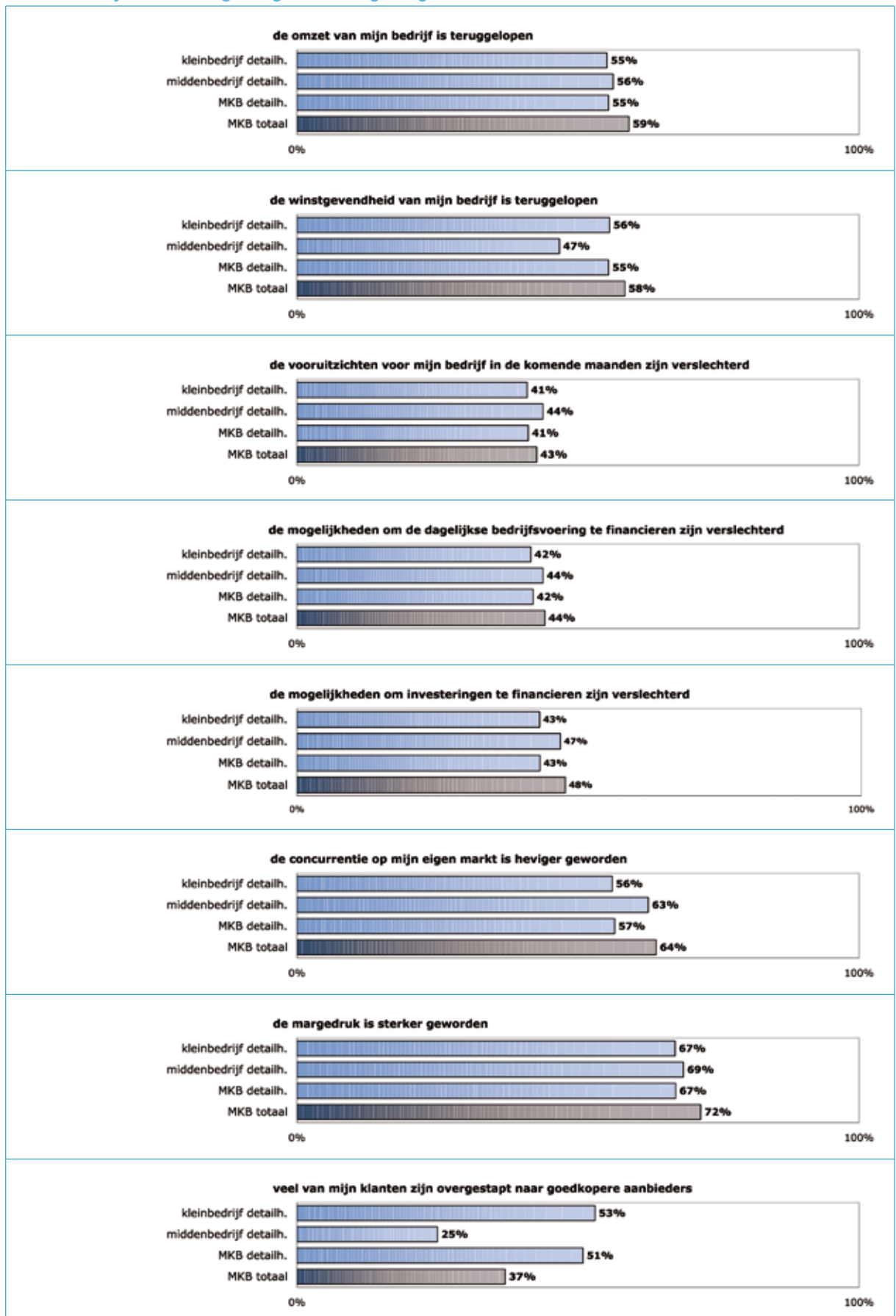


Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Eén op de drie detaillisten vindt dat de economische crisis meer kansen biedt dan bedreigingen. Het aantal optimisten is kleiner dan het aantal pessimisten. Dit beeld komt overeen met dat van ondernemers uit andere sectoren. Alleen de impact van de crisis op de markt wordt door de detaillisten zwaarder ingeschat.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

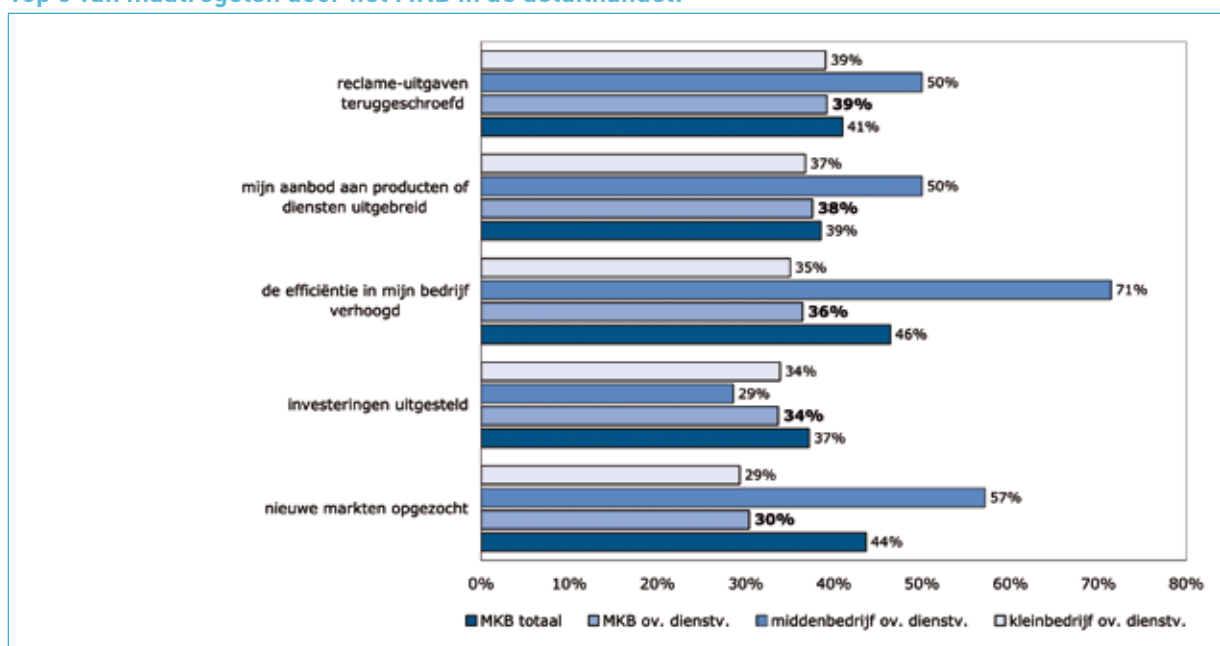
Bij ruim de helft van de detaillisten zijn de omzet en de winst teruggelopen. Het middenbedrijf weet de winst overigens beter op peil te houden dan het kleinbedrijf. Twee vijfde ziet de vooruitzichten voor het bedrijf, het financieren van de bedrijfsvoering en het doen van investeringen somber in. Dit beeld komt nagenoeg overeen met ondernemers uit andere sectoren.

Het merendeel van de detaillisten ervaart een toegenomen concurrentie- en margedruk. In andere sectoren lijkt die druk vaker voor te komen.

De helft ziet zijn klanten overlopen naar goedkopere aanbieders. Dit is een typisch detailhandelsprobleem: de drempel voor de afnemers om naar de concurrent over te stappen, is aanzienlijk lager dan in andere sectoren.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken.

Top 5 van maatregelen door het MKB in de detailhandel:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

De detailhandel slaat twee wegen in om de economisch mindere tijd door te komen. De eerste weg is die van efficiëntieverhoging en kostenreductie (48%). Vooral het middenbedrijf gaat over tot deze maatregel. Dat is ook niet zo vreemd, omdat daarvoor de mogelijkheden om dit te doen doorgaans groter zijn dan bij de kleine winkels. De tweede weg is die van uitbreiding van het

aanbod van producten en diensten (41%). Hiermee worden kansen in andere marktsegmenten benut en wordt de kwetsbaarheid van het totale bedrijf verminderd.

In vergelijking met andere sectoren uit het bedrijfsleven blijkt dat in de detailhandel meer ondernemers een of meer acties ondernemen.

De detailhandel actueel

Wat staat de detailhandel het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 2,25% stijgen ten opzichte van de tweede helft van 2010. Dat is een iets afzwakkende groei, vergelen met de situatie op dit moment.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	-3,75	4,50	2,25	1,50
werknemers (aantal)	-6,00	2,00	3,00	-2,50

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

'Online' hand in hand met 'stenen'

Ruim 40% van alle detailhandelsaankopen wordt beïnvloed door internet. Dit percentage zal in de komende jaren alleen maar toenemen. Het aantal online kopers, internetaankopen en webwinkels groeit immers zeer sterk. Het vertrouwen in het betalingsverkeer via internet is flink toegenomen. Het Thuiswinkel Waarborg Certificaat biedt de consument houvast en levert een grote bijdrage aan de kwaliteit van de webwinkels.

Een paar feiten: In 2009 zijn 53,5 miljoen bestellingen met een waarde van € 6,38 miljard door 8,65 miljoen Nederlanders via internet gedaan. Het gemiddelde aantal bestellingen bedraagt 6,2 en het gemiddelde bestedingsbedrag € 737,-. Vergeleken met 2008 is het marktvolume met 17% gestegen, het aantal kopers met 10%, het aantal bestellingen met 24%, het gemiddelde aantal bestellingen met 19% en het gemiddelde bestedingsbedrag met 13%

Bron: Thuiswinkel markt monitor 2009-2, Blauw Research

In toenemende mate openen 'traditionele' detailhandelsondernemingen naast hun fysieke winkel(s) een online webwinkel. Een dergelijke 'multichannel' benadering bestendigt de toekomst, mits optimaal ingezet. Elke maand komen er wel weer nieuwe webwinkels bij. Zo heeft bijvoorbeeld het jeansmerk G-Star onlangs een webshop (testfase) gelanceerd en opent schoenenketen Van Haren dit najaar een webwinkel. Een omgekeerde ontwikkeling vindt ook plaats. Webwinkel Garden of Fashion opent juist een fysieke winkel om zich te onderscheiden van andere webwinkels. Dit kan erop duiden dat 'online' en 'steen' voortaan hand in hand zullen gaan.

Webwinkelen beïnvloedt niet alleen de marktposities en strategie van de aanbieders, maar ook de detailhandelsstructuur in ruimtelijke zin. De stijgende leegstand in winkelcentra wordt zoals eerder gezegd behalve aan de economische re-cessie en overvloedige

nieuwbouw, ook toegeschreven aan het online shoppen door consumenten. Voor de 'stenen' boekwinkels, reisbureaus, cd-winkels en elektronikawinkels ligt leegstand in het verschiet

bron: Locatus, Jones Lang Lasalle, Erasmus Universiteit

Gezond zet door

In het foodsegment zet de trend naar gezond eten en biologische producten door. In de eerste helft van 2010 is de omzet van biologische voeding in de Nederlandse supermarkten met 12% gestegen ten opzichte van dezelfde periode in 2009. De totale voedingsmarkt nam met 0,2% toe.

Bron: Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw

Sommige supermarktketens hebben programma's opgezet om de consument tot een gezonder eetpatroon aan te zetten. Albert Heijn heeft bijvoorbeeld het Ik eet het beterprogramma waarbij de basisscholen met speciale acties benaderd worden. En Lidl werkt samen met de Nederlandse Hartstichting om obesitas bij kinderen te voorkomen/verminderen.

Bron: Levensmiddelenkrant, Distrifood

Herstel van omzet?

In de detailhandel zijn wisselende geluiden te horen als het gaat om de ontwikkeling van de verkopen. De modedetailhandel zit volgens de Modemonitor van CBW-Mitex nog niet op het oude niveau. De omzet was in de eerste helft van 2010 1,7% lager dan in dezelfde periode vorig jaar. Met de verkopen van consumentenelektronica gaat het weer beter, mede dankzij de smart phone, LCD-TV en noviteiten als eBooks en tablet pc's. De verkoop van het traditionele wit- en bruingoed heeft echter nog last van de slechte woningmarkt. Macintosh Retail (formule-eigenaar van o.a. Dolcis, Brantano, Halfords en Kwantum) maakte een lichte omzetstijging door in de eerste helft van

2010. Vooral in het woonsegment blijft de consument nog terughoudend. De supermarkten realiseerden tenslotte in de eerste helft van 2010 een lichte omzetgroei als gevolg van de vele aanbiedingen om koopjesbewuste consumenten te trekken.

Bron: Retailnews, RetailActueel, GfK

Alle ogen zijn nu gericht op de eventuele impuls die het vrijvallen van het spaar-loon met zich zal brengen. Brancheorganisatie CBW-Mitex verwacht hier veel van, omdat de consument bij zijn maandelijkse koopindicator een grotere koopintentie heeft aangegeven en omdat de consument juist met grote en bij-zondere aankopen heeft gewacht. Minister de Jager verwacht dat 15% van het vrijvallende spaarloon wordt uitgegeven.

Aanpassing Winkeltijdenwet en Huurwet

Er ligt momenteel een initiatief wetsvoorstel 'Winkeltijdenwet' van D66 en GroenLinks bij de Tweede Kamer dat het voor gemeenten mogelijk maakt om zelf te bepalen hoeveel koopzondagen er mogen zijn.

Nu wordt dat nog door de rijksoverheid vastgesteld. Gemeenten moeten dan wel afwegen of de koopzondagen in het belang zijn van de lokale middenstand en of de inwoners er geen bezwaar tegen hebben. Het eerdere wetsvoorstel (dat nu nog in de Eerste Kamer ligt) om de koopzondagen te beperken, zal het waarschijnlijk niet halen, omdat op Europees niveau al is aangegeven dat de onderbouwing ervan (de toeristenbepaling) niet klopt. Een andere ontwikkeling vanuit de overheid die de detailhandel rechtstreeks zal raken, betreft een concept wetsvoorstel om de Huurwet aan te passen. De aan-passing moet voorkomen dat verhuurders de huurovereenkomst opzeggen wegens 'dringend eigen gebruik' en moet ervoor zorgen dat de winkeliers een stuk huurbescherming terugkrijgen.



De groothandel 2010



Inhoudsopgave

De groothandel gepositioneerd	37
De groothandel van jaar op jaar	37
De groothandel in beweging	38
De groothandel naar schaalgrootte	39
De groothandel in tegenwind	40
De groothandel actueel	43

De groothandel is een belangrijke schakel tussen vraag en aanbod op de B2B-markt. Het MKB is er goed voor twee derde van de toegevoegde waarde. De exporterende groothandel klimt door de aantrekkende wereldhandel eerder uit het dal van de crisis dan de binnenlandse groothandel. Digitale informatietransparantie zet prijzen en marges onder druk. Inkopen wordt steeds meer een vak apart, wat weer kansen schept voor de groothandel.

De groothandel gepositioneerd

Groothandelsbedrijven leveren goederen die buiten de eigen onderneming zijn vervaardigd, aan bedrijfsmatige afnemers. Zij treden op als intermediair die vraag naar en aanbod van een bepaald type goederen bij elkaar brengt en die deels voor zijn afnemers een voorraadfunctie vervult. Behalve naar type product kunnen zij worden onderscheiden naar hun internationale activiteit: exporterende en importerende groothandels en handelshuizen die worden gekenmerkt door een relatief grote omvang en een breed assortiment.

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 weinig mensen en met relatief weinig toegevoegde waarde. Dit vloeit voort uit de intermediaire functie. Het aandeel in de totale Nederlandse exportwaarde is juist hoog. De exporterende groothandel vervult een belangrijke rol als (intermediair) exporteur van producten van het industriële en agrarische MKB in Nederland.

De groothandel in 2009

69.000 ondernemingen
450.000 arbeidsjaren
€ 349 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009

ondernemingen	9%
werkgelegenheid	9%
omzet	28%
exportwaarde	14%
bruto toegevoegde waarde	11%

Omzetverdeling naar sector, 2009

handelsbemiddeling	1%
agrarische producten, levende dieren	9%
voedings- en genotmiddelen	18%
consumptiegoederen consumptiegoederen	21%
Investeringsgoederen	26%
intermediaire goederen	19%
bouwmaterialen	6%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De groothandel van jaar op jaar

De Nederlandse groothandel geeft een vrij gelijkmatige ontwikkeling van omzet en toegevoegde waarde te zien, maar in 2009 is er een forse dip als gevolg van de kredietcrisis. In 2010 komen de cijfers naar verwachting weer in de plus. Dit is echter een gemiddelde dat met name positief wordt beïnvloed door de exporterende groothandel: die profiteert van het herstel van de wereldhandel en van de weer iets aantrekkelijke conjunctuur binnen de Europese Unie. Voorbeelden zijn de groothandel in consumenten- en in intermediaire producten.

Overwegend op de binnenlandse markt gerichte groothandelssectoren geven een minder gunstig beeld te zien. Met name de groothandel in bouwmaterialen ondervindt de gevolgen van de malaise in de Nederlandse bouw.

Groothandelsbedrijven zijn na een flinke groei van de werkgelegenheid, direct voorafgaande aan het intreden van de crisis, nu nog voorzichtig met het aannemen van extra werknemers, getuige de minimale groei van de werkgelegenheid die wordt voorzien voor het lopende en het komende jaar. De crisis heeft in 2009 overigens ook niet geleid tot veel ontslagen, ondanks de diepte van de dip.

Ontwikkeling 2007-2010	2008	2009	2010*	2011*
omzet	4,0	-8,0	4,25	4,25
werkgelegenheid	3,25	-1,25	0,25	0,5
bruto toegevoegde waarde ¹	2,75	-7,5	3,75	4,0

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De groothandel in beweging

De dynamiek in de Nederlandse groothandel is benedengemiddeld, wanneer die wordt beoordeeld aan de hand van het relatieve aantal bedrijfsoprichtingen en bedrijfsbeëindigingen. Start en opheffing bij zzp'ers beïnvloeden het gemiddelde van het bedrijfsleven in zijn totaliteit wel, terwijl die in de groothandel niet of nauwelijks voorkomen.

Dynamiek is er duidelijk wel bij vergelijking van het aandeel bedrijven dat groei te zien geeft, gelijk blijft, of krimpt dan wel groeit in omzet bij een krimpende werkgelegenheid (= 'groeikrimp').

De Nederlandse groothandel telt meer groeibedrijven en minder bedrijven die uitsluitend pas op de plaats maken. Ook wat betreft gerealiseerde vernieuwingen onderscheidt de Nederlandse groothandel zich in positieve zin. Er is sprake van een bovengemiddeld aandeel van bedrijven die nieuwe producten op de markt hebben gebracht, dan wel vernieuwingen hebben aangebracht in hun bedrijfsprocessen. Daarbij komen de product-innovaties overigens doorgaans van de leveranciers. Wel geeft de groothandel als link met de afnemer, vaak signalen of suggesties door die leveranciers gebruiken om hun producten te verbeteren of te wijzigen. Procesinnovaties zijn vooral aanpassingen op het gebied van logistiek en ICT (orderpicksystemen, RFID-toepassingen, ERP-systemen et cetera), voor een efficiëntere goederenstroom en administratieve afhandeling alsmede de koppeling van die twee.

¹ Bruto toegevoegde waarde tegen marktprijzen.

Indicatoren van dynamiek, 2009	groothandel	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	2,8%	7,1%
- nieuwe dochters	2,0%	2,3%
- totaal	4,8%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	nb	0,7%
- overig	nb	5,7%
- totaal	5,9%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	36%	38%
- gelijkblijvers	49%	46%
- (groei)krimpers	16%	17%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	49%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	27%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	48%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De groothandel naar schaalgrootte

Groothandelsbedrijven zijn groot in aantal en vrij klein van omvang, met een gemiddeld arbeidsvolume van zeven (arbeidsjaren). Ruim twee derde van de werkgelegenheid en de toegevoegde waarde in de groothandel komt voor rekening van het MKB. Per ingezet arbeidsjaar haalt een gemiddelde groothandel een omzet van bijna € 0,8 miljoen. Die omzet gaat echter gepaard met een relatief geringe toegevoegde waarde. De toegevoegde waarde ligt in het MKB wat hoger dan in het grootbedrijf: het MKB-aandeel in de toegevoegde waarde is hoger dan dat in de omzet.

De combinatie van (buitenlandse) concurrentie en nieuwe kansen op buitenlandse markten, de toegenomen digitale transparantie en de noodzaak van efficiencyverbetering leidt tot schaalvergroting in de groothandel. Het aantal kleine groothandelsbedrijven neemt af en het aantal grotere neemt toe. Ook bundelen groothandelsbedrijven vaker hun krachten met het oog op kostenvoordelen:

via kwantumkortingen bij de inkoop, optimalisering van voorraden en het ter beschikking krijgen van een groter distributienetwerk.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009

gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	7
gemiddelde omzet per onderneming (€ mln.)	5,5
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	87%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	61%
- werkgelegenheid	71%
- bruto toegevoegde waarde	68%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De groothandel in tegenwind

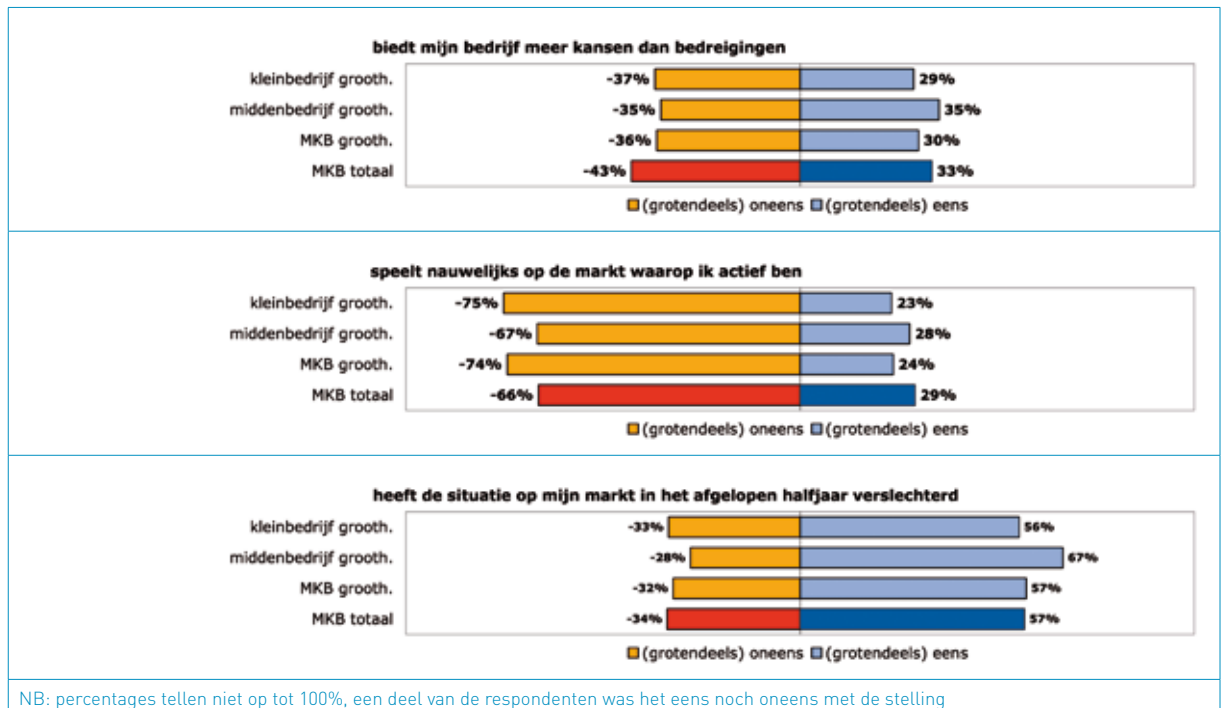
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...



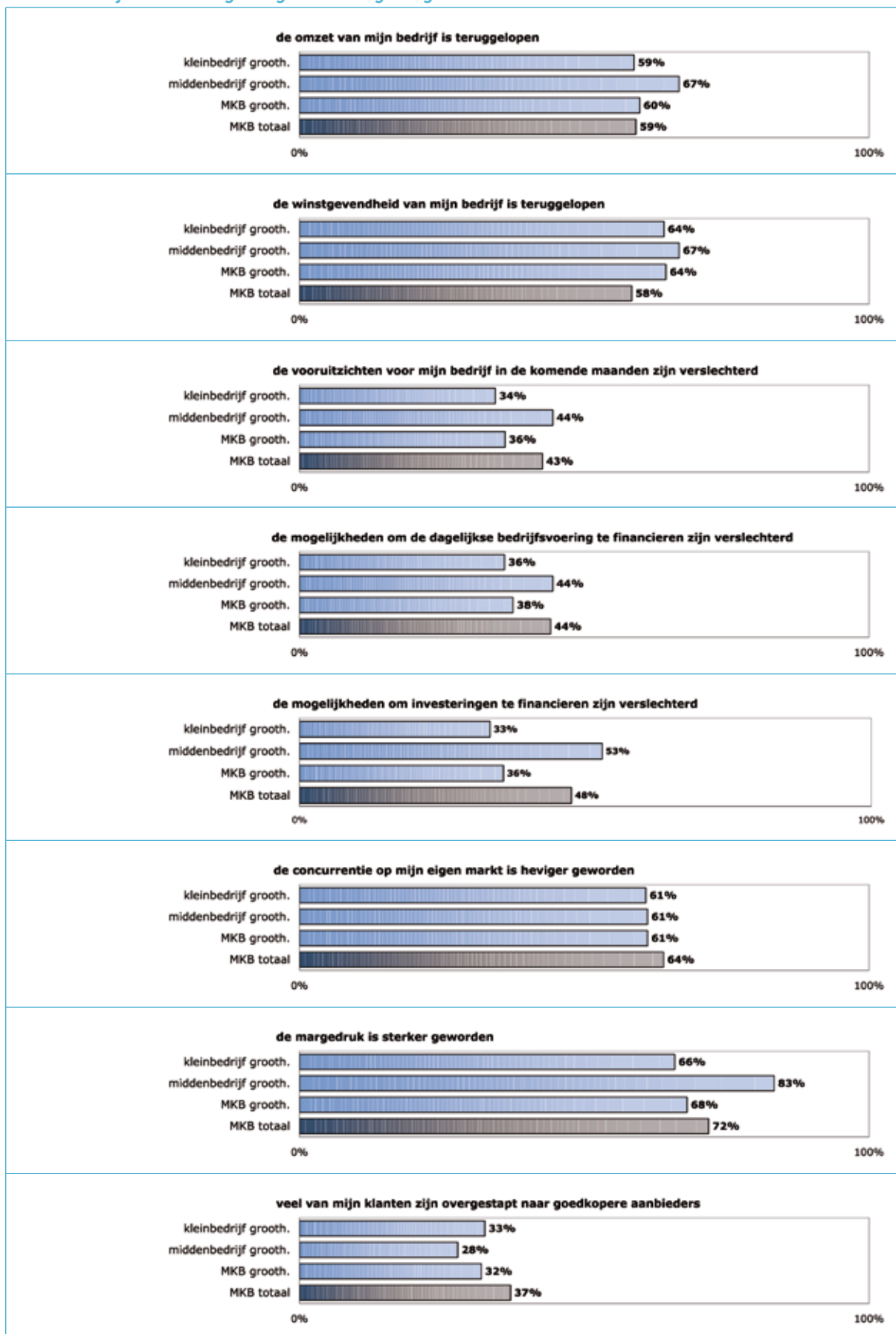
Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

MKB-ondernemers in de groothandel vinden vaker dan ondernemers in (de meeste) andere delen van het bedrijfsleven, dat de crisis de markt waarop zij actief zijn, flink heeft geraakt. Het feit dat zij als importeur en exporteur vaker internationaal actief zijn, heeft daar ongetwijfeld mee te maken.

Vooral de wat grotere bedrijven vinden dat de crisis de situatie op hun markt in het voorgaande halfjaar heeft verslechterd, maar zij zien tegelijkertijd ook wat vaker kansen voor hun bedrijf.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



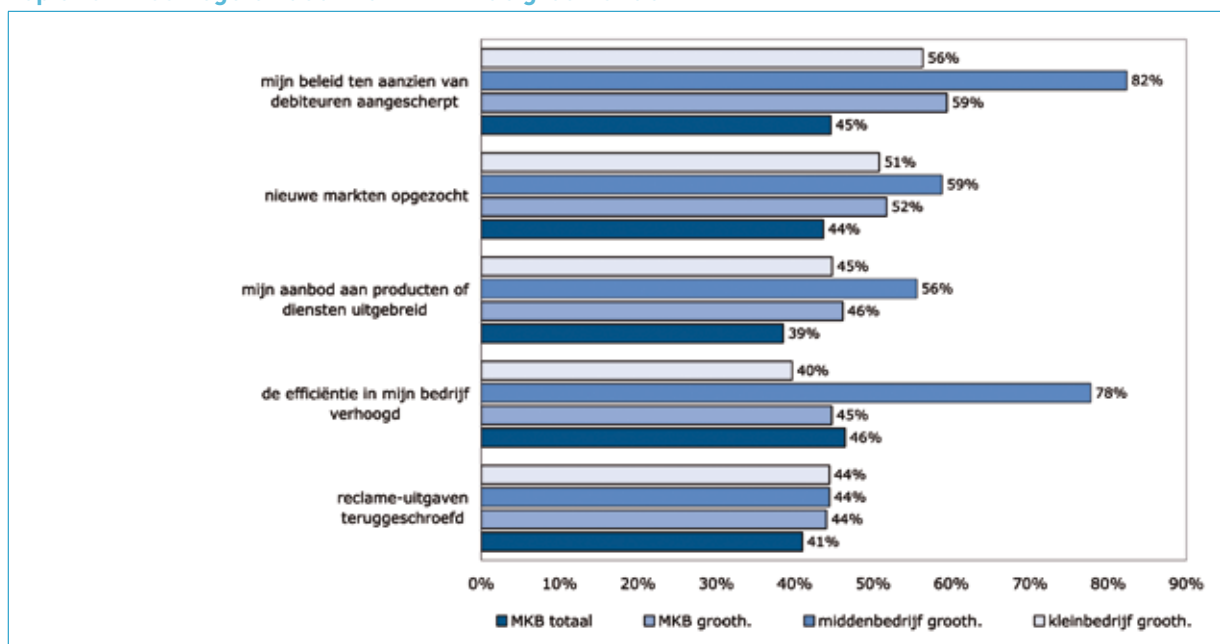
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

MKB-ondernemers in de groothandel noemen een teruggelopen winstgevendheid als het belangrijkste negatieve effect van de crisis. Zij noemen dit vaker als effect van de crisis dan ondernemers in andere sectoren. Effecten zoals verslechterde vooruitzichten en financieringsmogelijkheden, meer concurrentie, hogere margedruk en klanten die overstappen naar goedkopere

aanbieders noemen zij juist iets minder vaak. Hierbij moet de kanttekening geplaatst worden, dat de bedrijfsomvang nadrukkelijk van invloed is op dit oordeel. Binnen het MKB in de groothandel noemen de grotere bedrijven namelijk veel vaker dan de kleinere bedrijven de toegenomen margedruk en de verslechterde financieringsmogelijkheden als negatieve effecten van de crisis voor hun bedrijf

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken.

Top 5 van maatregelen door het MKB in de groothandel:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Ondernemers in de groothandel noemen in de eerste plaats aanscherping van hun debiteurenbeleid als maatregel tegen de gevolgen van de crisis. Zij noemen die maatregel ook aanzienlijk vaker dan de gemiddelde MKB-ondernemer in andere sectoren. In wat mindere mate geldt hetzelfde voor het opzoeken van nieuwe markten en

het uitbreiden van het aanbod van producten en diensten. Twee maatregelen springen eruit doordat ze veel vaker worden genoemd door ondernemers in grotere dan door ondernemers in kleine MKB-bedrijven in de groothandel, namelijk: 1) aanscherping van het debiteurenbeleid en 2) verhoging van de efficiency.

De groothandel actueel

Wat staat de groothandel het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 4% stijgen en de werkgelegenheid met 1% ten opzichte van de tweede helft van 2010. Dat is een lichte daling ten opzichte van de groei op dit moment.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	6,00	4,75	4,00	4,00
werknemers (aantal)	-1,00	1,50	1,00	0,75

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Internationalisering van de groothandel

De wereldhandel neemt aanzienlijk sneller toe dan de productie door 'global sourcing' en een nieuwe arbeidsverdeling op wereldschaal. Grondstoffen, halfproducten (onderdelen, modules) en eindproducten komen uit de hele wereld. Inkopen wordt daardoor steeds meer een vak apart. Dat schept kansen voor

de groothandel, als intermediaire inkoper en als informatiemakelaar.

Tegelijkertijd neemt de concurrentie toe, van buitenlandse branchegenoten en van 'doe-het-zelvers' die de groothandel als intermediair overslaan: fabrikanten met eigen dealernetten en 'outlets' en inkoopafdelingen van grootwinkelbedrijven.



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 desgewenst ook online kunnen bestellen. Dat creëert dreiging van uitschakeling van de groothandel als intermediair en druk op prijzen en marges. 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 steeds springlevend. Met deze technologie verbetert de groothandel ook zijn eigen efficiency: door procesverbeteringen zoals gebruik van warehousemanagementsystemen en koppeling daarvan aan de administratieve verwerking van bestellingen en facturen, door online bestelmogelijkheden en door via de eigen website informatie over producten te verschaffen en de rol van informatiemakelaar tussen leveranciers en afnemers op zich te nemen.

Uitbreiding van diensten

Groothandelsbedrijven trachten de margedruk het hoofd te bieden door meer toegevoegde waarde te creëren, in de vorm van aanvullende diensten zoals logistieke diensten, installeren, repareren en onderhouden. Ook stelt bijvoorbeeld de groothandel in machines, apparaten en intermediaire producten zijn kennis van de lokale markt en van klachten en wensen van afnemers mede in dienst van productontwikkeling door de OEM¹ wiens producten hij verkoopt. Een aantal groothandelsbedrijven laat zelfs eigen producten ontwerpen en produceren door industriebedrijven.

¹ OEM = Original Equipment Manufacturer.



De horeca 2010



Inhoudsopgave

De horeca gepositioneerd	47
De horeca van jaar op jaar	47
De horeca in beweging	48
De horeca naar schaalgrootte	49
De horeca in tegenwind	50
De horeca actueel	53

Innovatie loont, zo blijkt uit de ontwikkeling van de horecasector in het afgelopen jaar. Innovatieve bedrijven doen het overwegend goed, ondanks de economische tegenslag en het rookverbod.

De drankverstrekkers hebben het zwaar en de logiesverstrekkers hebben het ergste achter de rug. Cafeteria's en fastfoodaanbieders blijken het minst conjunctuurgevoelig. Voor alle ondernemers in de horeca, catering en verblijfsrecreatie geldt dat de marges onder druk staan en het een uitdaging is om de financiering rond te krijgen.

De horeca gepositioneerd

De horeca omvat alle bedrijven, die actief zijn in de horeca, catering en verblijfsrecreatie. De sector bestaat uit 37.000 ondernemingen, biedt werk voor circa 191.000 arbeidsjaren en realiseert een omzet van 18 miljard euro.

De sector is arbeidsintensief en kleinschalig. Met een aandeel van 4% in de totale werkgelegenheid behaalt de horeca een aandeel van 1% in de totale omzet van het Nederlandse bedrijfsleven. Het overgrote deel van de omzet wordt in Nederland gerealiseerd. Toch zijn er onderdelen binnen de sector waar een relatief hoge export wordt gerealiseerd, zoals in pretparken en hotels.

De groothandel in 2009

37.000 ondernemingen
191.000 arbeidsjaren
€ 18 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009

ondernemingen	5%
werkgelegenheid	4%
omzet	1%
exportwaarde	0%
bruto toegevoegde waarde	2%

Omzetverdeling naar sector, 2009

hotels/pensions	20%
vakantiecentra en jeugdherbergen	7%
restaurants, cafe-taria's	40%
cafés etc.	19%
besloten horeca-inrichtingen	13%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De horeca van jaar op jaar

De dalende lijn in de horeca heeft zich ook in 2009 doorgezet en er is vooralsnog voor de sector geen herstel zichtbaar, zij het dat voor 2011 slechts een lichte daling wordt voorzien. De enige deelsector binnen de horeca die zich enigszins aan de malaise kan onttrekken, is die van de vakantiecentra.

De grootste dalers binnen de sector zijn de cafés en de besloten inrichtingen. Een deel van het verlies kan verklaard worden door de invoering van het rookverbod, maar de belangrijkste reden is toch de financiële crisis. Ook de verliezen aan werkgelegenheid zijn groot. In de periode 2007 tot 2011 wordt een totaal verlies aan werkgelegenheid van bijna 10% verwacht.

Ontwikkeling 2008-2011	2008	2009	2010*	2011*
omzet (volume)	-3	-7,5	-4	-0,25
werkgelegenheid	-3,75	-3,25	-2	-0,5
winst (miljarden euro's)	2,5	2,1	1,9	2

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

De horeca in beweging

De bedrijfsdynamiek, afgemeten aan het aantal starters, is in de horeca aan de lage kant, vergeleken met de rest van het Nederlandse bedrijfsleven. Gezien het percentage bedrijfsbeëindigingen is er zelfs sprake van krimp. Opvallend daarbij is dat de daling van het aantal ondernemingen niet wordt veroorzaakt door een bovengemiddeld aantal faillissementen, maar door andere bedrijfsbeëindigingen zoals de opheffing van bedrijven dan wel het samenvoegen ervan.

Het aantal groeiende bedrijven blijft enigszins achter bij de rest van het bedrijfsleven, terwijl het aantal groeikrimpers (bedrijven waarvan de omzet groeit, maar waar de werkgelegenheid afneemt) lager is dan in de rest van de economie.

Ondernemers in de horeca zoeken vooral naar verbeteringen van de bedrijfsprocessen en naar het brengen van nieuwe producten (zie tabel indicatoren van dynamiek). Vooral op het gebied van het verbeteren van bedrijfsprocessen scoort de horeca hoog. Verbeteringen in bedrijfsprocessen worden ook wel backoffice veranderingen genoemd. Gedacht moet worden aan zaken als personeelsbeleid. In het bijzonder dragen vernieuwingen in de serviceverlening of klantvriendelijkheid en in het assortiment bij aan een verbetering van de bedrijfsresultaten.

Ter illustratie: er zijn een aantal restaurants die het assortiment hebben teruggebracht, maar die wel de kwaliteit van het assortiment (de kaart) hebben verhoogd. Hierdoor is de beheersing van het assortiment verhoogd. Daarnaast wordt in de backoffice meer gebruikgemaakt van internet voor bijvoorbeeld online boekingen of voor het plaatsen van reviews door gasten die als input kunnen dienen voor verdere verbeteringen.

Vernieuwende ondernemers hechten relatief het meeste belang aan medewerkers en collega-ondernemers als informatiebronnen van vernieuwing. Het blijkt dat de vernieuwende ondernemers duidelijk over betere marktkennis beschikken dan hun niet-vernieuwende collega's. Zij maken veel meer gebruik van hun eigen ondernemersnetwerk, internet, hun brancheorganisaties en andere kennisbronnen om de nodige marktkennis te verwerven. Naarmate men meer en betere marktkennis heeft, is de ondernemer ook veel meer bereid te veranderen. Ondernemers die niet vernieuwen, blijken ook veel meer vast te willen houden aan bestaande zekerheden, terwijl vernieuwende ondernemers juist op zoek gaan naar nieuwe mogelijkheden. Hoe meer de ondernemer bereid is te vernieuwen, des te meer hij ook daadwerkelijk vernieuwt. Daarmee leidt meer kennis niet alleen tot een positievere houding ten aanzien van vernieuwen, maar feitelijk ook tot meer vernieuwend gedrag!¹

¹ EIM, 2009, Innovatief ondernemerschap binnen de Horeca, Verbetering door vernieuwing, Zoetermeer.

Indicatoren van dynamiek, 2009	groothandel	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	3,9%	7,1%
- nieuwe dochters	2,1%	2,3%
- totaal	6,0%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,6%	0,7%
- overig	6,2%	5,7%
- totaal	6,8%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	40%	38%
- gelijkblijvers	42%	45%
- (groei)krimpers	18%	17%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	29%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	8%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	46%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De horeca naar schaalgrootte

De gemiddelde horecaonderneming is met een werkgelegenheid van 5 arbeidsjaren en een omzet van een half miljoen euro niet groot. De schaal van de horecaondernemingen hangt samen met het marktsegment waarin de onderneming actief is. Hotels zijn met een gemiddelde werkgelegenheid van 16 arbeidsjaren aanzienlijk grootschaliger dan bijvoorbeeld de cafés met een gemiddelde werkgelegenheid van 3,5 arbeidsjaren.

De restaurants en cafetaria's zijn goed voor de helft van het aantal ondernemingen, 45% van de werkgelegenheid en 40% van de totale omzet van de horecasector.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	5
gemiddelde omzet per onderneming (€ mln.)	€ 0,5
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	90%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	74%
- werkgelegenheid	84%
- bruto toegevoegde waarde	73%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De horeca in tegenwind

De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

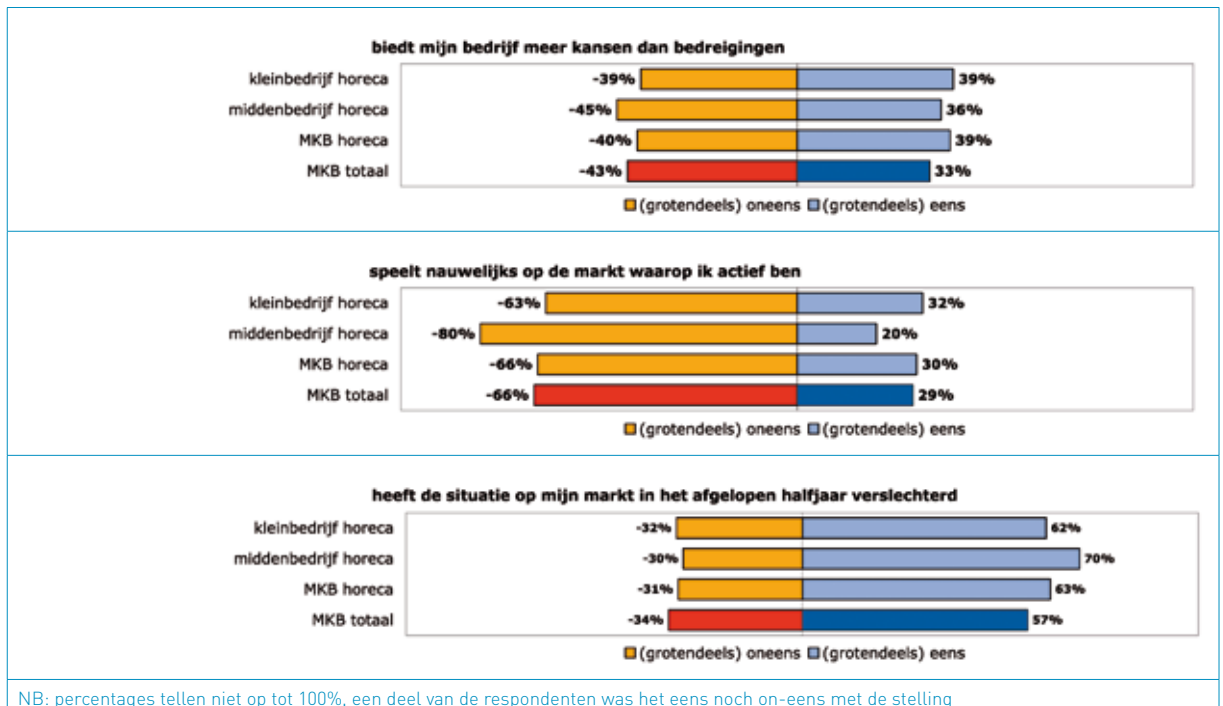
Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.

Hoewel de economische crisis de horeca hard getroffen heeft, ziet een bovengemiddeld aantal ondernemers kansen voor de sector. Dit sluit wel aan bij het aantal ondernemers dat nieuwe producten in de markt heeft gezet. De kleine bedrijven zien overigens meer kansen dan de middelgrote ondernemingen in de horecasector.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

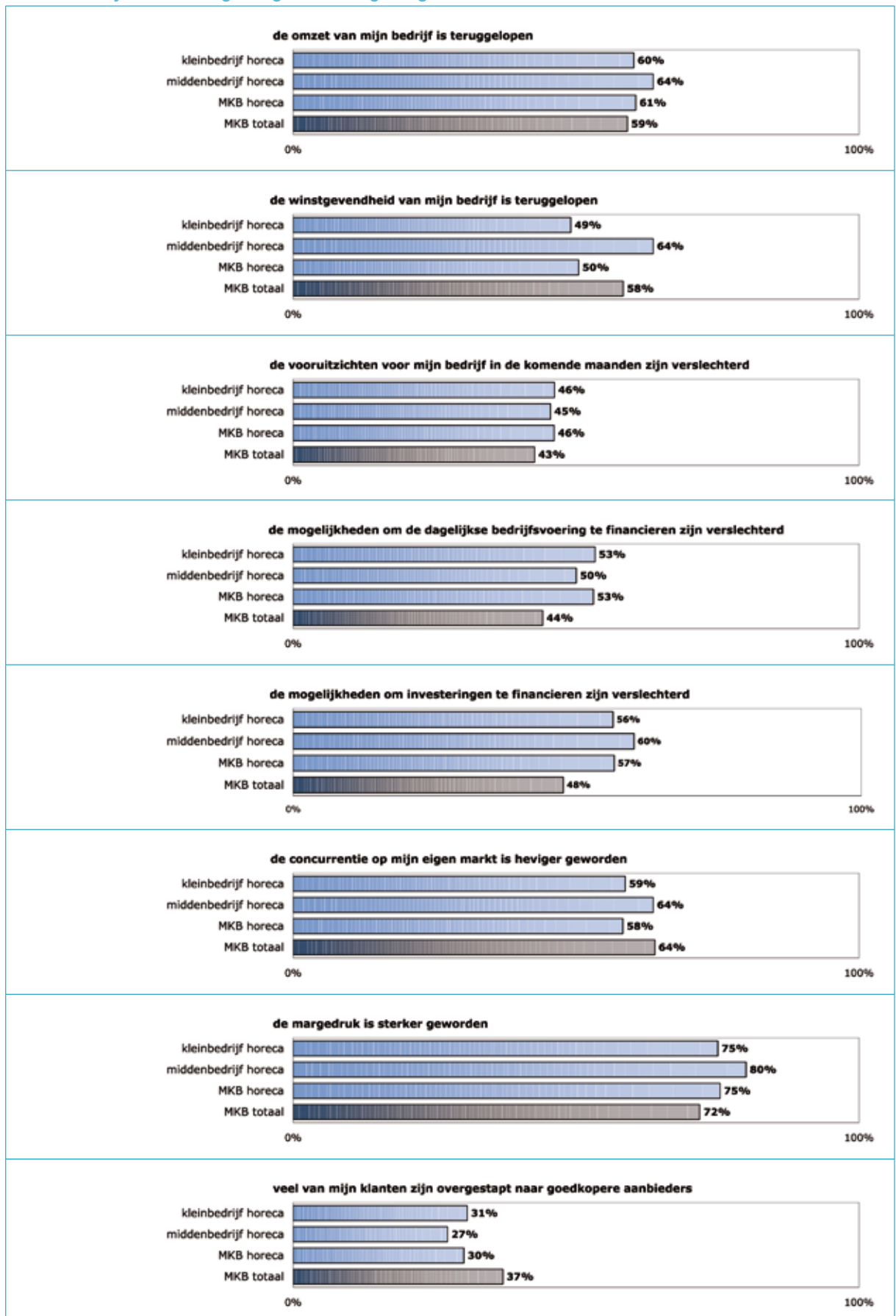
De economische crisis...



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



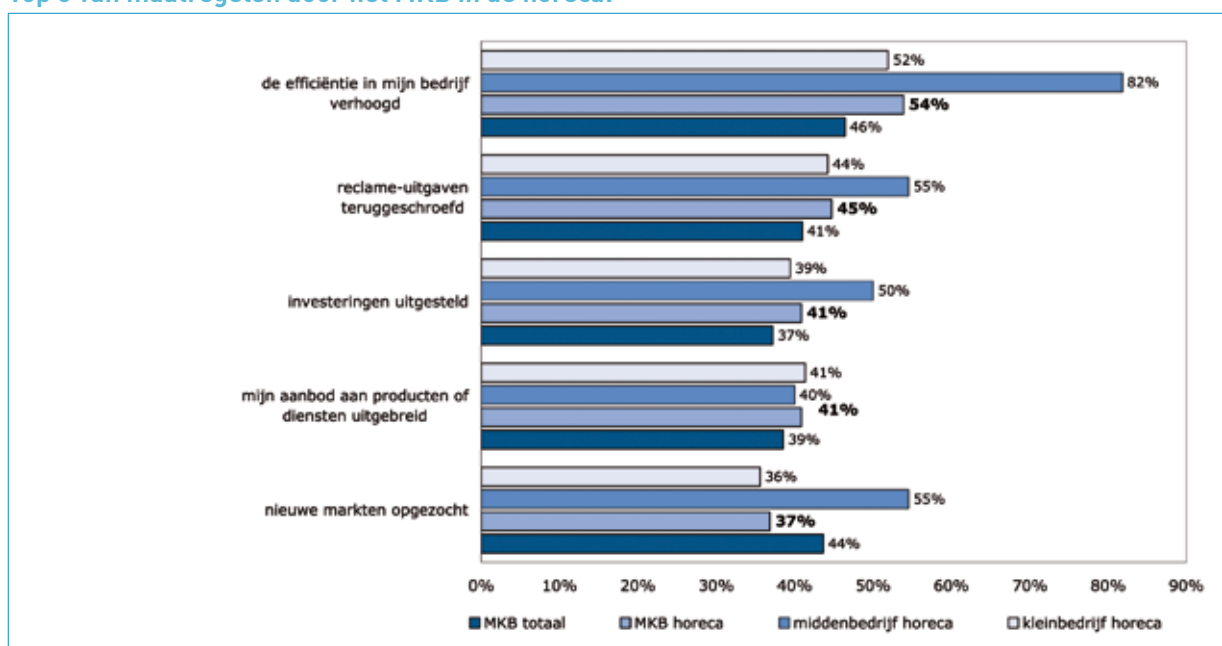
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Vergeleken met de rest van het MKB heeft de horeca het moeilijker om de financiering van zowel de dagelijkse bedrijfsvoering als de investeringen rond te krijgen. Afgaande op de antwoorden van de bedrijven op de stellingen lijkt dit vooral verband te houden met een margeverslechtering en een teruglopende omzet. Het beeld van de horeca als weinig transparant ten aanzien

van bedrijfseconomische gegevens en als een sector met een groot verloop onder exploitanten/uitbaters speelt bovendien mee bij de beperkte kredietverstrekking door derden. Het overstappen van klanten naar andere (goedkopere) aanbieders wordt in de horeca minder vaak ervaren dan in de rest van het MKB.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken

Top 5 van maatregelen door het MKB in de horeca:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Vooraf het middenbedrijf in de horeca is actief in het bevechten van de gevolgen van de crisis. Er worden zowel offensieve maatregelen genomen zoals het betreden van nieuwe markten, als defensieve maatregelen zoals het

nemen van efficiëntieverbeterende maatregelen. In het laatste geval denken veel ondernemers aan bezuinigen op energie en inkopen.¹

¹ <http://www.missethoreca.nl/1082334/home/nieuwsoverzicht/nieuws/ForseOmzetsdalingInHoreca.htm>.

De horeca actueel

Wat staat de horeca het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 0,5% dalen ten opzichte van de tweede helft van 2010. Daarna zal de omzet zich stabiliseren en kan wellicht de weg naar omzetgroei weer ingezet worden. De werkgelegenheid zal zich in het komende half jaar al stabiliseren.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	-6,25	-2,25	-0,50	0,00
werknemers (aantal)	-0,25	-4,00	0,00	0,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De bestedingen door de consument blijven achter; consumenten letten kritischer op de prijzen. Echter, de prijsontwikkeling in de horeca overtreft die van de inflatieontwikkeling. Hierdoor wordt de horeca relatief duurder. Dit heeft een (versterkt) negatieve invloed op de volumeontwikkeling van de totale horecaomzet.

Hoewel er sprake is van een voorzichtig herstel van de Nederlandse economie en de aantrekkende internationale handel voor een toename van de internationale (handels) contacten zorgt, blijven de zakelijke bestedingen in de horeca voorlopig onder druk staan. De hotelsector zal overigens als eerste profiteren van een herstel op deze markt. In 2011 zal het omzetvolume met 0,25% nog licht afnemen. Dit is vooral toe te schrijven aan de nog afnemende consumentenbestedingen. In de periode 2012-2015 zal er een beperkt herstel zijn. Het omzetvolume zal dan gemiddeld met 0,75% op jaarbasis toenemen.

Voor 2010 en 2011 wordt in de sector uitgegaan van een prijsontwikkeling in de horeca van respectievelijk 2% en 2,25%. In de jaren 2012-2015 wordt uitgegaan van een prijsontwikkeling van 2,5% per jaar. In combinatie met bovengenoemde ontwikkeling van het omzetvolume betekent dit dat de waardeontwikkeling van de omzet in 2010 en 2011 uitkomt op respectievelijk -3,0% en 2%. In de periode 2012-2015 komt de gemiddelde waardegroei van de omzet uit op 3,5% per jaar.

Hotels/pensions

Ongeveer de helft van de accommodatieaanbieders is voornamelijk gericht op de zakelijke markt. Deze bedrijven hebben de gevolgen van de economische recessie in alle hevigheid ondervonden. Ook ondervond de hotelsector de gevolgen van een terughoudende opstelling van consumenten. Om de bezettingsgraad toch op niveau te houden, is in 2009 het prijsinstrument ingezet. Hoewel de economie weer iets begint aan te trekken, zal de zakelijke markt in 2010 nog steeds terughoudend zijn met het organiseren van conferenties en zakelijke besprekingen. Verwacht wordt dat in de loop van 2010 de zakelijke markt weer iets zal gaan aantrekken. Consumenten boeken daarnaast minder hotelovernachtingen door hun keuze voor andere bestedingsdoelen. Per saldo zal in 2010 het omzetvolume met 2,5% afnemen. In 2011 zal het omzetvolume met 1% toenemen en zal de werkgelegenheid vrijwel gelijk blijven. Voor de periode 2012-2015 wordt voor de hotels/pensions een gemiddelde omzetvolumestijging van 1,75% per jaar voorzien.

Restaurants

Het restaurantbezoek neemt nog altijd sterk af. De negatieve gevolgen van de recessie op de zakelijke bestedingen worden in dit horecasegment nog sterk gevoeld. Het bedrijfsleven zal, met een licht economisch herstel, nog terughoudend blijven, maar wel minder sterk terughoudend. De consument zal minder besteden aan het buiten de deur eten. Voor 2010 wordt uitgegaan van een omzetvo-lumedaling van 7,5%. In 2011 zal het omzetvolume weer iets toenemen, vooral als gevolg van licht aantrekkende zakelijke bestedingen (0,25%). In de periode 2012-2015 zal het omzetvolume met gemiddeld 1,5% per jaar toenemen.

Cafetaria's/fastservice

De cafetaria's zijn naar verhouding het minst gevoelig voor de economische ontwikkeling. De traditionele snackbar komt steeds meer onder druk te staan, daar-tegenover nemen 'de formules' in belang toe. Ook ijssalons en lunchrooms mogen zich in een goede belangstelling van de consument verheugen. Toch let de consument ook in deze sector op zijn uitgaven. De terugval is echter beperkter dan in andere delen van de horeca. Per saldo zullen deze horeca-aanbieders in 2010 met een omzetvolumedaling van 3,25% worden geconfronteerd. In 2011 zal de omzet met 0,25% toenemen. In de volgende jaren zullen de bestedingen blijven toenemen met gemiddeld 1% per jaar.

Cafés

De cafés hebben te maken met een jarenlange daling van het cafébezoek. De invoering van het rookverbod heeft de daling versterkt. Dit leidt tot het sluiten van een aantal cafés. Het omzetvolume zal zowel in 2010 als in 2011 dalen, met respectievelijk 7,0% en 3,0%. Niet alleen trekken de bedrijven minder klanten, ook de gemiddelde besteding per bezoeker loopt terug. De prijsstijging bij

de cafés is fors boven het gemiddelde in de horecasector. Die prijsstijging versterkt de dalende volumeontwikkeling van de omzet. Naast de gevolgen van de recessie wordt het cafébedrijf geconfronteerd met branchevervaging. Het aantal drankverstrekkende bedrijven buiten de horeca groeit. Voor de periode 2012-2015 zal de omzet met gemiddeld 1,5% per jaar afnemen.

Kostenontwikkelingen in 2010 en 2011

Ondernemers hebben in 2009 hun kostenpeil moeten aanpassen aan de dalende omzet. Bij veel van hen dalen de kosten echter minder snel dan de omzet. Het personeelsbestand kan in veel gevallen pas na verloop van tijd op de vraag worden afgestemd. De winst is daardoor in 2009 flink gedaald. Door een verdere daling van de omzet zal de winst ook in 2010 dalen. Voor 2010 wordt een daling met 13,25% voorzien. Voor 2011 wordt weer een licht herstel (+2,5%) voorzien.

Voor de kleinere bedrijven in de horeca is de financiering een knelpunt. Banken staan niet te trappelen om bedrijven van kapitaal te voorzien. De horeca verandert van een sector die aanbodgestuurd was, naar een sector waar de vraagkant overheersend wordt. De ondanks alles toegenomen welvaart uit zich in de vraag naar steeds nieuwere concepten. Dit betekent dat de horecaondernemers zich altijd bewust moeten zijn van de kansen die deze veranderingen bieden. Innoveren lijkt de oplossing.

Eerder al is melding gemaakt van het gebruik van internet door hotels en restaurants en van het belang van reviews voor het vernieuwingsproces. Reviews bieden immers snel goedkope marktinformatie. Daarnaast kan vernieuwd worden op het vlak van bijvoorbeeld online boekingen en reserveringen, nieuwe concepten en specialisaties waarbij de gezondheid- en wellnesstrend sterker benut wordt en/of waarbij senioren als klantgroep worden aangesproken.



De metalektro 2010



Inhoudsopgave

De metalektro gepositioneerd	57
De metalektro van jaar op jaar	57
De metalektro in beweging	58
De metalektro naar schaalgrootte	59
De metalektro in tegenwind	60
De metalektro actueel	63

De Nederlandse metalektro is een grote en divers samengestelde sector. Deze sector heeft harde klappen gekregen van de voorbije crisis, maar klimt momenteel uit het dal, met de machine-industrie als koploper. De verschuiving naar producten met een hogere toegevoegde waarde zet door en zorgt voor toenemende specialisatie. De werkgelegenheid loopt nog terug, maar het herstel, de specialisatietrend en de uitstroom van oudere werknemers stellen nieuwe schaarste in het vooruitzicht.

De metaalktro gepositioneerd

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

In de Nederlandse metaalktro behalen 20.000 ondernemingen met ruim 318.000 arbeidsjaren een omzet van € 80 miljard, waarvan het MKB 179.000 arbeidsjaren en € 31 miljard voor haar rekening neemt. De sector heeft een iets groter aandeel in de werkgelegenheid dan in de omzet van het totale Nederlandse bedrijfsleven en is gemiddeld dus vrij arbeidsintensief. Bijna de helft van de afzet gaat naar het buitenland: een bedrag van € 38 miljard. Hiervan is € 9 miljard door het MKB gerealiseerd. Fabrikanten van elektrotechnische producten en instrumenten zijn naar omzet de grootste deelsector, gevolgd door de machine-industrie en de metaalproductenindustrie. De metaalproductenindustrie is de grootste qua werkgelegenheid. Dit is de meest arbeidsintensieve deelsector binnen de metaalktro. De elektrotechnische en instrumentenindustrie zijn de minst arbeidsintensieve.

De metaalktro in 2009

20.000 ondernemingen
318.000 arbeidsjaren
€ 80 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009

ondernemingen	3%
werkgelegenheid	7%
omzet	6%
exportwaarde	16%
bruto toegevoegde waarde	6%

Omzetverdeling naar sector, 2009

basismetalaalindustrie	8%
metaalproductenindustrie	20%
machine-industrie	26%
elektrotechn./instrument./optische industrie	31%
transportmiddelenindustrie	16%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De metaalktro van jaar op jaar

De economische ontwikkeling van de metaalktro geeft na de kredietcrisis een uitzonderlijk diepe dip te zien in 2009. De verwachting voor dit jaar is een stevig herstel van omzet en toegevoegde waarde. Dit met de kanttekening dat het vanaf het laatste kwartaal van 2008 verloren terrein, ook bij volledige realisatie van de prognose, pas na 2011 is teruggewonnen.

De machine-industrie slaat zich het best door de crisis en evenaart of overtreft naar verwachting al in 2010 de omzet van 2008. Daar blijven de overige deelsectoren nog ruim bij achter en de transportmiddelenindustrie (vrachtauto's, auto- en vliegtuigonderdelen, scheepsbouw en -reparatie) zelfs zeer ruim. Bij de verschillende ontwikkelingen naar deelsector is de kanttekening te plaatsen dat de machine-industrie doorgaans als eerste te maken krijgt met een conjuncturomslag en in 2008 juist het minst 'presteerde'.

De werkgelegenheid in de metaalktro krimpt zowel in 2009 als naar verwachting in 2010 met meer dan 4% en ook in 2011 nog met bijna 2%. Medio 2010 zijn er echter ook al signalen, via uitzendbureaus en personeelsadvertenties van bedrijven in de sector, dat in een deel van de bedrijfstak weer extra mensen gevraagd worden.

Ontwikkeling 2007-2010	2008	2009	2010*	2011*
omzet	-1,25	-16,75	7,25	4,25
werkgelegenheid	1,75	-4,5	-4,25	-1,75
bruto toegevoegde waarde ¹	2,25	-13,25	8,25	5,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

¹ Bruto toegevoegde waarde tegen marktprijzen.

De metalektror in beweging

De metalektror kent een bovengemiddelde dynamiek met relatief veel starters. Voor een onbekend maar vermoedelijk niet gering deel zijn dat zzp'ers. Het aantal bedrijfsbeëindigingen is benedengemiddeld, vergeleken met het totale bedrijfsleven, maar het aantal faillissementen ligt na de crisis iets boven dat gemiddelde. Het aandeel groeibedrijven wijkt niet af van dat in het totale bedrijfsleven, maar het aantal (groei)krimpers is wel wat groter². Dat laatste is logisch, gezien de sterk teruggelopen afzet in 2009.

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

Voor de metalektror lopen momenteel, in een samenwerking tussen bedrijfsleven en kennisinstellingen, diverse relevante en door de overheid gesteunde innovatieprogramma's. Genoemd kunnen worden: de programma's voor materialen (M2i), high tech automotive systems (HTAS), maritiem (o.a. scheepsbouw) en Point One, voor nanoelektronica, embedded systems en mechatronica³.

² Groeikrimpers zijn bedrijven met een gestegen omzet en een gekrompen werkgelegenheid.

³ Zie respectievelijk <http://www.m2i.nl/>, <http://www.senternovem.nl/automotive/>, <http://www.senternovem.nl/innovatieindialog/innovatieprogrammas/maritiem.asp>, en <http://www.point-one.nl/>.

Indicatoren van dynamiek, 2009	metalektror	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	7,5%	7,1%
- nieuwe dochters	1,8%	2,3%
- totaal	9,3%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	1,5%	0,7%
- overig	4,2%	5,7%
- totaal	5,7%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	36%	38%
- gelijkblijvers	42%	46%
- (groei)krimpers	21%	17%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*]	*]
- nieuwe producten/diensten op de markt	37%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	20%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	55%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*]= totaal MKB

De metaalektro naar schaalgrootte

Het gemiddelde metaalektrobedrijf is met 16 personeelsleden en een omzet van bijna € 4 miljoen niet al te groot. Driekwart van de bedrijven hoort tot het kleinbedrijf, met minder dan 10 mensen. Het kleinbedrijf is sterk vertegenwoordigd in de metaalproductenindustrie.

Het midden- en kleinbedrijf in de metaalektro is goed voor de helft van de totale werkgelegenheid in de sector. Het omzetaandeel is met 38% een stuk minder. Het MKB is dan ook vooral te vinden in meer arbeidsintensieve activiteiten met beperkte mogelijkheden voor productie in grote series en voor automatisering. Er vallen ook zzp'ers onder, zoals vooral gespecialiseerde lassers.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	16
gemiddelde omzet per onderneming (€ mln.)	3,9
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	76%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	38%
- werkgelegenheid	51%
- bruto toegevoegde waarde	44%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De metalektro in tegenwind

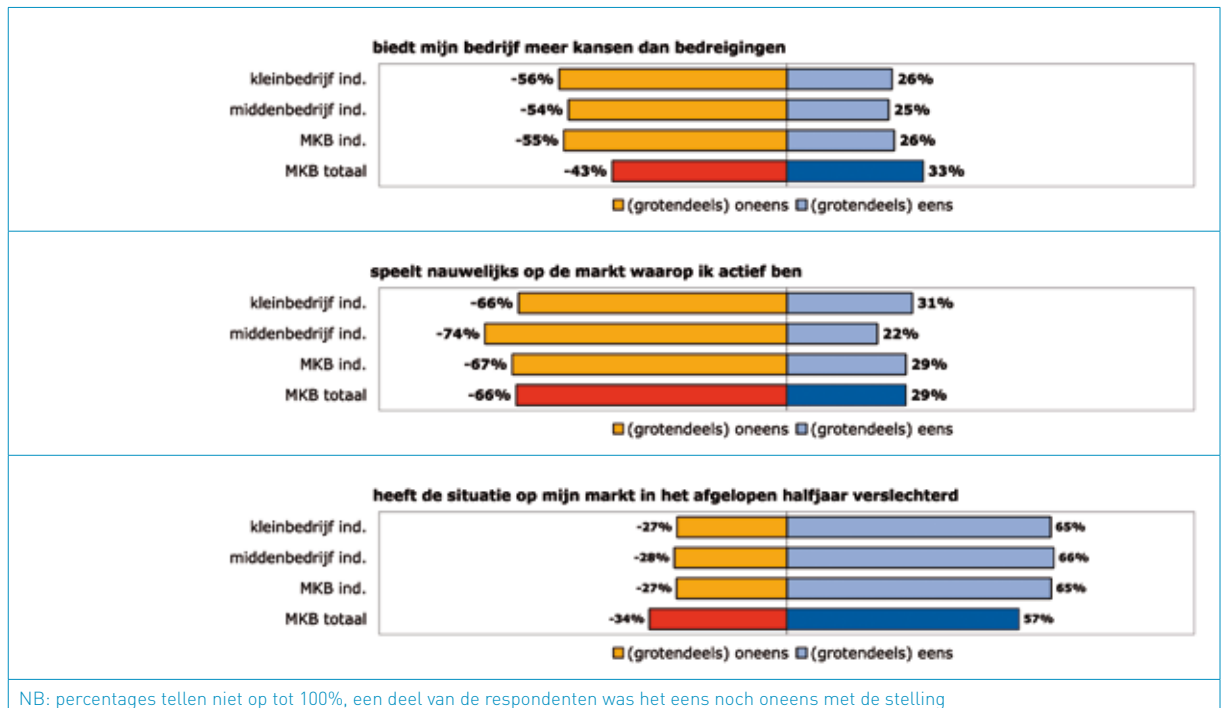
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...



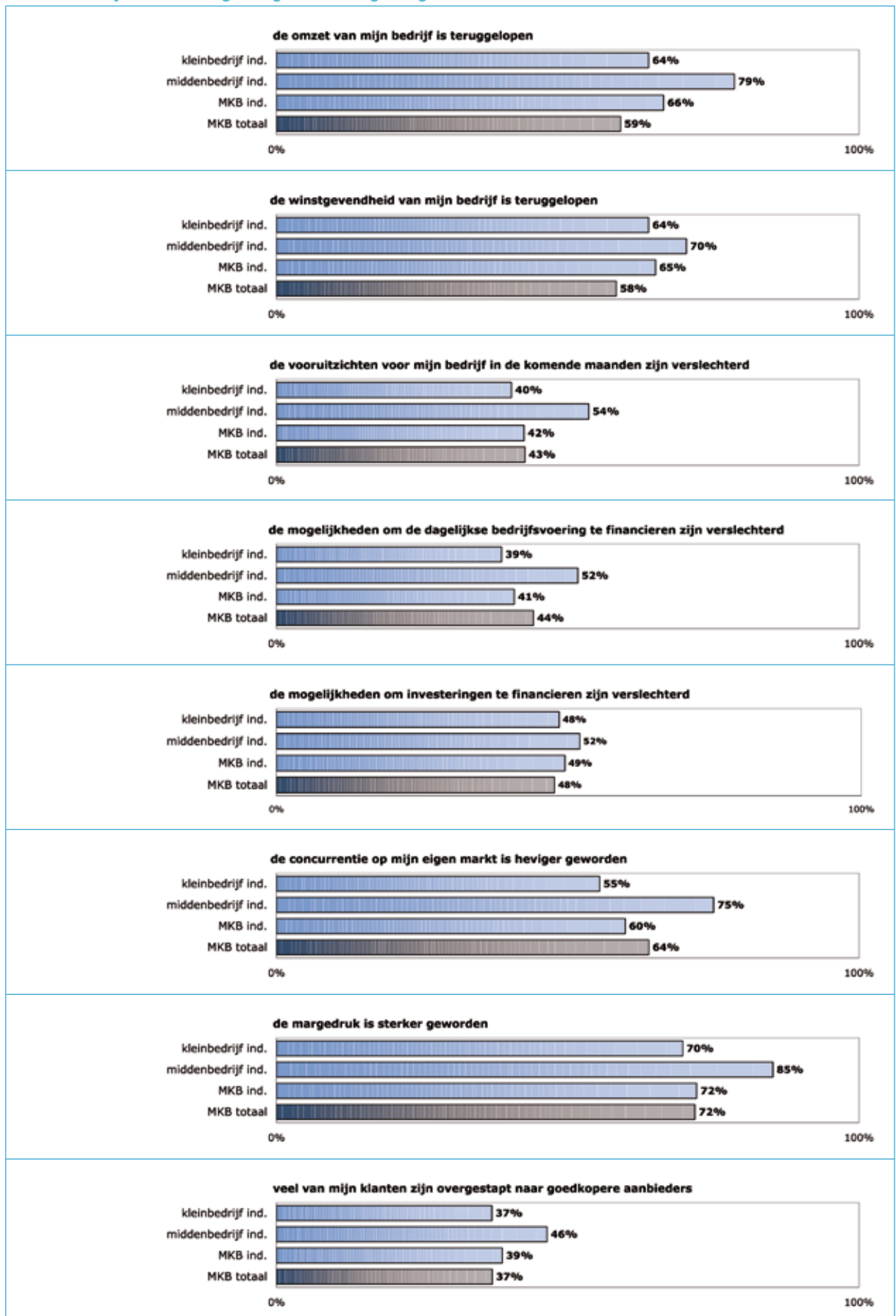
Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Industriële ondernemers zijn wat somberder over de effecten van de crisis dan de gemiddelde MKB'er: ze vinden vaker dat de crisis de situatie op hun markt heeft verslechterd en dat de crisis minder vaak zorgt voor een positief saldo van kansen en bedreigingen.

Dit lijkt deels een schaafeffect: bij middelgrote industriebedrijven vinden ondernemers vaker dat de effecten van de crisis voelbaar zijn in de markt waarop zij actief zijn.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



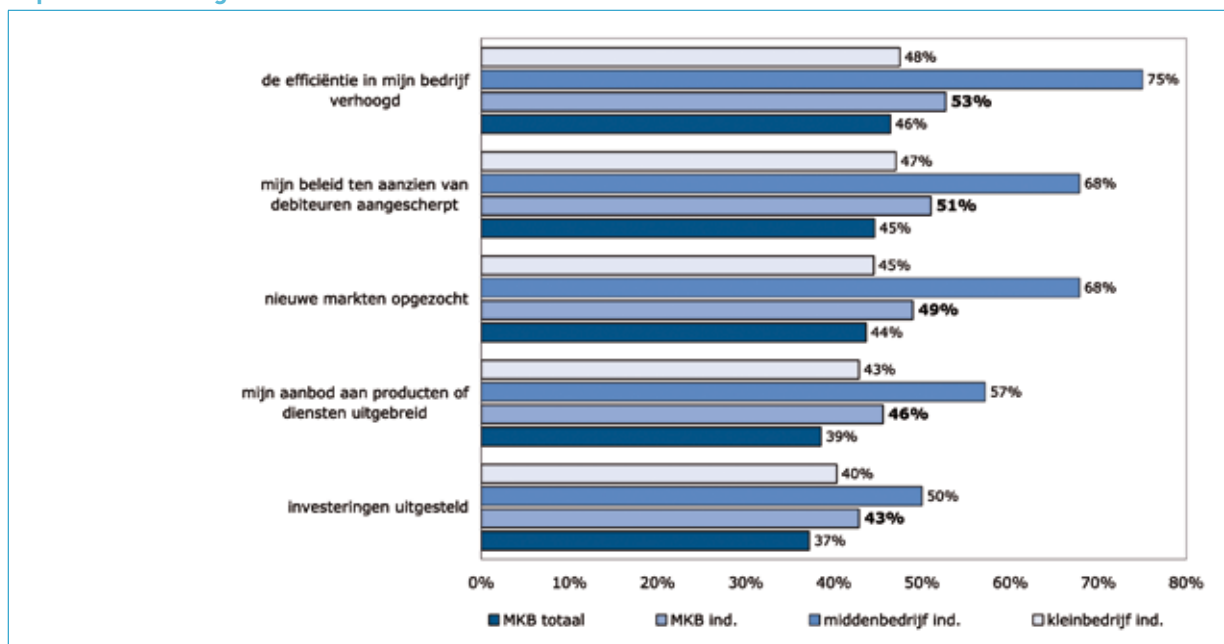
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

De effecten voor het eigen bedrijf zijn in lijn met de hiervoor al geconstateerde verschillen: industriële MKB-ondernemers zien sterkere negatieve effecten van de crisis op omzet en winst dan MKB-ondernemers in andere sectoren. Het is aannemelijk dat dit voor de metalectro in versterkte mate geldt, gegeven de diepe dip van 2009.

De effecten van de crisis verschillen wel, afhankelijk van de markt waarop men opereert. De exportindustrie kreeg het bijvoorbeeld al in een vroeg stadium hard te verduren, terwijl de terugslag voor de bouwtoeleverende industrie (zoals staalconstructiebedrijven) later kwam, maar ook in 2010 nog voelbaar is.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken

Top 5 van maatregelen door het MKB in de industrie:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Vijf mogelijke maatregelen om de gevolgen van de crisis te bestrijden, zijn alle vijf door meer dan 40% van de ondernemers genoemd. Het verschil tussen de vijf is niet groot. Ondernemers in het industriële MKB, die het vaakst negatieve effecten van de crisis signaleren, hebben ook vaker maatregelen getroffen. Het industriële kleinbedrijf

wijkt daarbij nauwelijks af van het gemiddelde in het totale MKB, maar het middenbedrijf in de industrie heeft duidelijk meer maatregelen getroffen zoals verbeteren van de efficiency, opzoeken van nieuwe markten en aanscherpen van het debiteurenbeleid.

De metalektror actueel

Wat staat de metalektror het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 5,5% stijgen ten op-zichte van de tweede helft van 2010. Dat is een iets lagere groei dan in 2010. De werkgelegenheid zal het komende half jaar nog dalen en wel met 2,25%.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	10,50	8,50	5,50	3,50
werknemers (aantal)	-6,25	-3,75	-2,25	-0,50

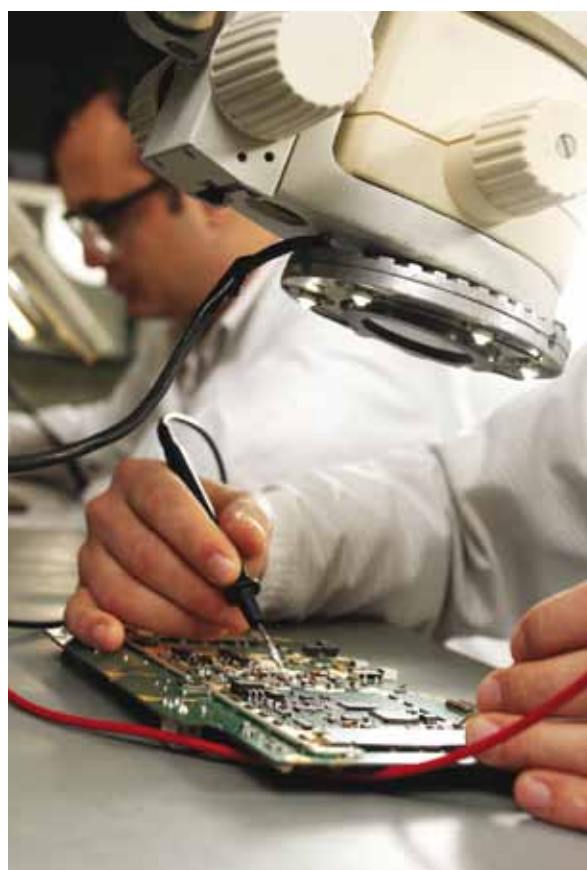
Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Opschuiven in de waardeketen en specialiseren

Massaproductie en grootschalige productie waarvoor veel arbeid nodig is, verdwijnen uit Nederland en andere hoogontwikkelde landen naar lage(re)lonenlanden. Het accent verschuift naar producten met een hogere toegevoegde waarde. Dat brengt toenemende specialisatie in een bepaald(e) product/markt en/of in een bepaalde techniek. Daartoe moeten bedrijven meer investeren in kennis, dus in mensen voor R&D, in contacten met de (nieuwe) klant en in operators die meer zullen moeten kunnen en minder routinematig werk te doen zullen krijgen. Zowel toeleveranciers als bedrijven met eigen producten krijgen te maken met deze specialisatietrend.

Internationalisering bij het MKB in de metalektror

Ondernemen in de industrie is in nog steeds toenemende mate internationaal ondernemen: door buitenlandse markten te zoeken voor producten (export) en buitenlandse leveranciers van onderdelen voor die producten (outsourcing). Ook eigen productie in het buitenland (offshoring) is een inmiddels op ruime schaal gebruikte optie. De voortgaande internationalisering van de Nederlandse metalektror zit vooral bij MKB-bedrijven. Outsourcing, (een deel van) de productie uit-besteden in het buitenland, is de meest voorkomende vorm.



Schaalvergroting en schaalverkleining

De metalektro heeft te maken met twee tegengestelde trends als het gaat om 'economies of scale'.

Enerzijds laten merkfabrikanten de feitelijke productie steeds meer over aan toeleveranciers. Hun eisen aan die partners stijgen op het gebied van kwaliteit en leverzekerheid, maar ook op het gebied van comakership ofwel het zelf meeontwerpen van het onderdeel of de module die men levert. Bovendien moeten de partners vaak kunnen leveren aan vestigingen van hun afnemer in verschillende landen en wenst de merkfabrikant zijn transactiekosten in de hand te houden door het aantal leveranciers te beperken. Die ontwikkeling begunstigt grote toeleveranciers, met de autoindustrie als het duidelijkste voorbeeld.

Anderzijds bewerkstelligt het verplaatsen van massaproductie naar het buitenland en de daarmee samenhangende specialisatie in producties met een hogere toegevoegde waarde, juist schaalverkleining. In de plaats van een groot aantal betrekkelijk laag geschoolde uitvoerders komt een geringer aantal ontwerpers, planners en hoger gekwalificeerde uitvoerders.

Dreigende tekorten aan gekwalificeerde arbeidskrachten

De Nederlandse metalektro ontwikkelt een toenemende vraag naar hoger geschoolde werknemers, zoals ook blijkt uit het voorgaande. Vaak gaat het daarbij om gespecialiseerde technici. Sinds de crisis neemt de werkgelegenheid in de sector af en is het eerder bestaande grote tekort aan technisch geschoolde werknemers even verleden tijd. In de komende jaren gaan er echter veel met pensioen en de eerste tekenen dat er weer meer vraag is naar deze werknemers zijn er ook. Nieuwe tekorten zijn te verwachten, mogelijk al op betrekkelijk korte termijn.



De overige dienstverlening 2010



Inhoudsopgave

De overige dienstverlening gepositioneerd	67
De overige dienstverlening van jaar op jaar	67
De overige dienstverlening in beweging	68
De overige dienstverlening naar schaalgrootte	69
De overige dienstverlening in tegenwind	70
De overige dienstverlening actueel	73

De overige dienstverlening heeft relatief weinig last gehad van de economische crisis. De omzet liet in 2009 een daling zien en er wordt ook een (lichte) krimp verwacht in 2010, maar deze is veel minder groot dan bij andere sectoren. De verwachting is dat de daling van de omzet in 2011 tot staan wordt gebracht. De bezuinigingen van het nieuwe kabinet zullen ook de overige dienstverlening treffen. Door koopkrachtverlies zullen Nederlanders als eerste bezuinigen op luxe consumptie zoals persoonlijke verzorging, cultuur en sport. Ook zal er bezuinigd gaan worden op de publieke omroep, de kinderopvang en subsidies voor kunst en cultuur, waardoor vraaguitval te verwachten is.

De overige dienstverlening gepositioneerd

In de overige dienstverlening zijn ongeveer 74.000 bedrijven actief. De sector kent vier belangrijke deelsectoren. De grootste deelsector, met een omzetaan-deel van 47%, is cultuur, sport en recreatie. Hierin zijn onder andere het filmwezen en fitness- en sportscholen vertegenwoordigd. De qua omzet tweede grootste deelsector is de milieudienstverlening. Hierin zijn bijvoorbeeld afval(water)inzamelingsbedrijven en saneerders van milieuverontreiniging actief. De derde deelsector overige dienstverlening bestaat uit persoonlijke dienstverleners zoals kappers, schoonheidsverzorgende bedrijven, vakfotografen en het begrafeniswezen. Ook textielreinigingsbedrijven en beveiligings- en opsporingsbedrijven behoren tot deze sector. De vierde deelsector bestaat uit ideële en belangenorganisaties waaronder bedrijfs- en werkgeversorganisaties.

De overige dienstverlening bevat zeer veel kleine ondernemingen, die voornamelijk op de binnenlandse markt gericht zijn (getuige het lage exportaan-deel). In verhouding tot het totaal aantal ondernemingen en arbeidsjaren is de totale omzet van de sector beperkt.

De overige dienstverlening in 2009

74.000 ondernemingen
334.000 arbeidsjaren
€ 40 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009		Omzetverdeling naar sector, 2009	
ondernemingen	10%	milieudienstver- lening	23%
werkgelegenheid	7%	ideële en belangen- organisaties	10%
omzet	3%	cultuur, sport en recreatie	47%
exportwaarde	1%	overige dienstver- lening	20%
bruto toegevoegde waarde	5%		

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De overige dienstverlening van jaar op jaar

De overige dienstverlening laat een stabiele ontwikkeling zien over de jaren. De economische crisis heeft een relatief beperkte, negatieve invloed gehad op de sector. De omzet is in 2009 weliswaar gedaald en ook voor 2010 wordt een lichte omzetzakking verwacht, maar deze krimp is veel minder dan in andere sectoren. De werkgelegenheid en de bruto toegevoegde waarde zijn in 2009 op peil gebleven. De verwachting is dat dit ook in de komende twee jaar zo zal blijven.

Zzp'ers spelen een belangrijke rol in de overige dienstverlening. De groei van het aantal zzp'ers zorgt in sommige branches voor extra concurrentiedruk. In de kappersbranche neemt bijvoorbeeld het aantal kapsalons toe, terwijl het aantal kappersbezoeken vrijwel gelijk blijft². De omzet per kapsalon en de winstmarges zullen hierdoor onder druk komen te staan.

Hetzelfde geldt voor de fitnesscentra. Zij hebben nu te maken met een verdringingsmarkt door de opkomst van ketens, de bouw van nieuwe clubs en uitbreiding van bestaande centra. Ledenbehoud is een van de grote uitdagingen voor de fitnesscentra in de komende jaren.

Ontwikkeling 2007-2011	2008	2009	2010*	2011*
omzet (volume)	1,50	-1,75	-0,50	0,00
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	2,50	0,25	0,25	0,25
bruto toegevoegde waarde ¹	2,50	1,00	2,25	2,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

¹ Bruto toegevoegde waarde tegen marktprijzen.

² Rabobank, Rabobank cijfer & trends, 2010.

De overige dienstverlening in beweging

De overige dienstverlening kent een hoge dynamiek. Het percentage oprichtingen (het gaat dan met name om starters) ligt ruim boven die in het totale bedrijfsleven. De toetredingsdrempel voor deze sector is laag. De aanvangsinvesteringen zijn in veel branches beperkt en er is geen ondernemersdiploma nodig. Dit geldt bijvoorbeeld voor auto- en motorrij schoolbedrijven. De dynamiek in de overige dienstverlening is wat lager dan in het gehele bedrijfsleven als het gaat om groei- en krimpbedrijven.

Het aantal groeiers en krimpers ligt benedengemiddeld, terwijl het aantal bedrijven waarvan de omzet ongeveer gelijk is gebleven, hoger ligt.

De overige dienstverlening heeft een innovatief karakter. In de sector worden net zo vaak nieuwe producten en diensten op de markt gebracht als gemiddeld door het MKB in Nederland. Een voorbeeld van innovatie zijn de kappers die het dienstenpakket uitbreiden met schoonheids- en nagelverzorging, visagie en zonnebanken. Ook in de uitvaartbranche wordt regelmatig vernieuwd. Denk aan de introductie van budgetformules en full service concepten (zoals een luxe uitvaart), maar ook de digitale producten die worden aangeboden.

Indicatoren van dynamiek, 2009	overige dienstverlening	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	11,1%	7,1%
- nieuwe dochters	1,7%	2,3%
- totaal	12,8%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,3%	0,7%
- overig	6,7%	5,7%
- totaal	7,0%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	17%	22%
- gelijkblijvers	66%	56%
- (groei)krimpers	17%	23%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	30%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	15%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	43%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De overige dienstverlening naar schaalgrootte

Van de ondernemingen in de overige dienstverlening is 94% afkomstig uit het kleinbedrijf (minder dan 10 werkzame personen), waaronder veel zzp'ers.

De behoefte aan commerciële samenwerking om schaalvergroting te bewerkstelligen, neemt wel toe.¹ Bijvoorbeeld in de kappersbranche en de kinderopvang wordt steeds meer aansluiting gezocht bij formules. Belangrijke beweegredenen liggen in de sfeer van communicatie, marketing en efficiëntie.

Dit komt tot uitdrukking in de cijfers: de ondernemingen zijn in 2009 ten opzichte van 2008 groter geworden, zowel in omzet als in werkgelegenheid. De gemiddelde omzet per onderneming is gestegen naar € 0,6 miljoen (was € 0,5 miljoen). Ook de gemiddelde ondernemingsgrootte is gestegen van 4 naar 5 arbeidsjaren.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte (in arbeidsjaren)	5
gemiddelde omzet per onderneming (in € mln.)	€ 0,6
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	94%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	62%
- werkgelegenheid	75%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

¹ Rabobank, Rabobank Cijfers & Trends, 2010.



De overige dienstverlening in tegenwind

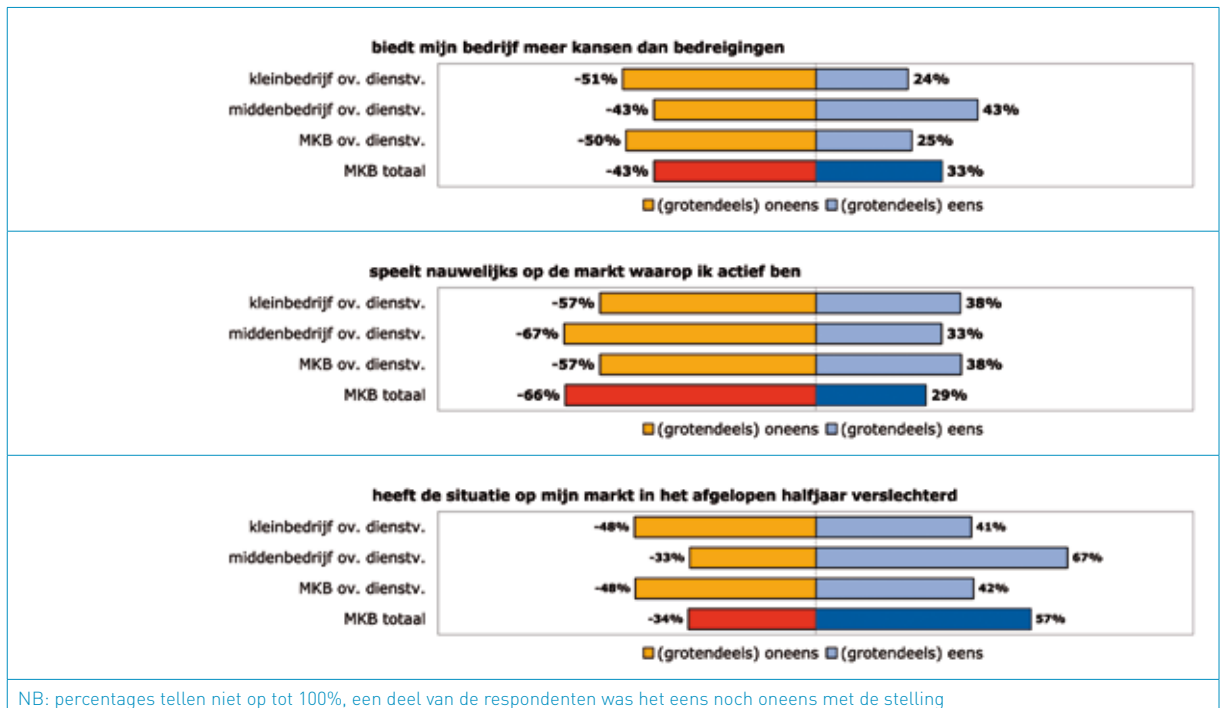
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uit-eenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...



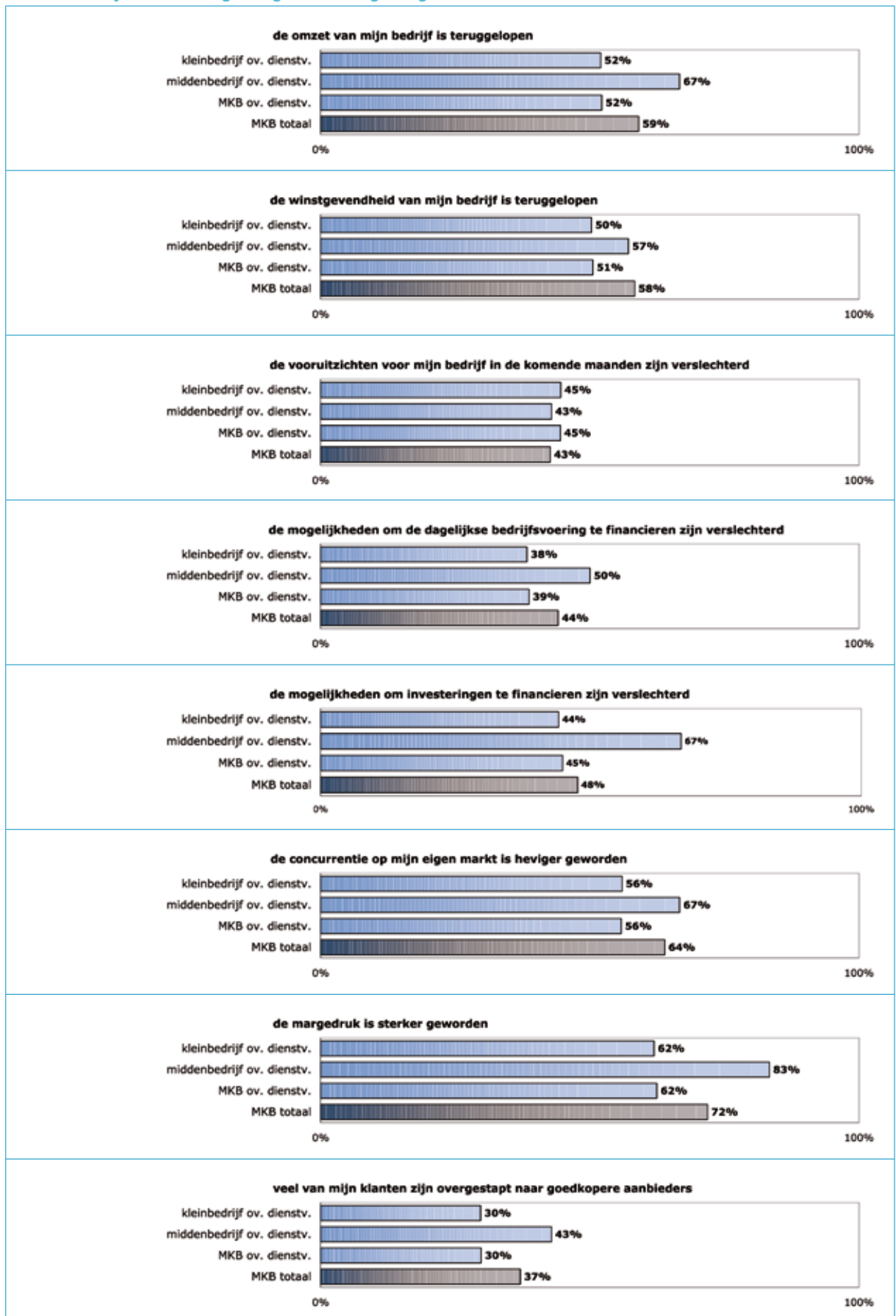
Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

De crisis heeft ook impact gehad op de overige dienstverlening, al is deze impact minder dan bij het gehele bedrijfsleven. Dit blijkt ook uit de eerder beschreven omzetcijfers. De omzet is weliswaar in 2009 met 1,75% gekrompen, maar de klap is veel minder hard aangekomen dan bij andere sectoren.

Wel zien de MKB-bedrijven in de overige dienstverlening meer bedreigingen dan kansen in vergelijking met het totale bedrijfsleven. Het middenbedrijf in de overige dienstverlening geeft vaker aan dat de situatie op de markt het afgelopen half jaar is verslechterd, ook in vergelijking met het gehele bedrijfsleven.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



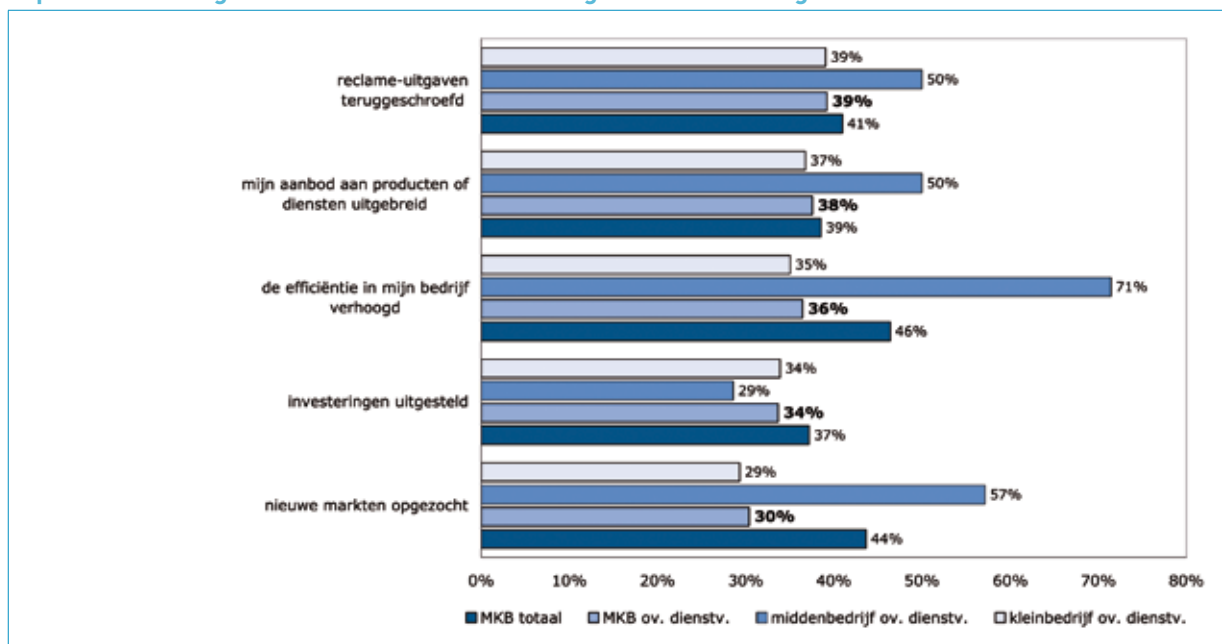
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Bedrijven in de overige dienstverlening hebben minder gevolgen ondervonden van de economische crisis dan andere sectoren, al geldt dit dus minder voor het middenbedrijf. De omzet bij het middenbedrijf is harder

teruggelopen, er zijn minder mogelijkheden om de dagelijkse bedrijfsvoering en investeringen te financieren, de margedruk is sterker geworden en er zijn vaker klanten overgelopen naar goedkopere aanbieders.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken

Top 5 van maatregelen door het MKB in de overige dienstverlening:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Het middenbedrijf in de overige dienstverlening heeft dus vaker de effecten van de crisis ondervonden. Zij hebben dan ook niet stilgezeten en hebben, vaker dan andere MKB-bedrijven, een aantal maatregelen genomen om de gevolgen van de economische crisis te beperken. Deze maatregelen zijn zowel defensief als offensief van aard. Het verhogen van de efficiency van het

bedrijf is als belangrijkste maatregel genoemd. Van de middenbedrijven heeft 71% deze maatregel genomen. Ook heeft het middenbedrijf in de overige dienstverlening vaker de reclameuitgaven beperkt en investeringen uitgesteld. Uitbreiding van het aanbod van producten en diensten en/of het opzoeken van nieuwe markten zijn ook relatief vaker door deze groep bedrijven genoemd.

De overige dienstverlening actueel

Wat staat de overige dienstverlening het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume gelijk blijven ten opzichte van de tweede helft van 2010. Hetzelfde geldt voor de werkgelegenheid in de sector. In de tweede helft van 2011 zal het omzetvolume weer groei vertonen.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	-1,00	-0,25	0,00	0,25
werknemers (aantal)	0,00	0,00	0,00	-0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

E-commerce in opkomst

Het verkopen van een product of dienst via het internet wordt voor veel branches in de overige dienstverlening steeds belangrijker. Een voorbeeld hiervan vormt de uitvaartbranche. De uitvaartbranche biedt online herinneringen, fotoalbums en filmopnamen.¹ Ook kunnen uitvaarten online geregeld worden. Ook voor de motor- en autorijscholen wordt de markt door het internet steeds transparanter.² Door de grote waarde die gehecht wordt aan individuele mobiliteit is er een toenemende belangstelling voor het behalen van het rijbewijs. Jongeren zijn opge-groeid met de computer en zij oriënteren zich vaak via dit medium. Het opzetten van een goede en actuele website door motor- en autorijscholen is daarbij een minimum vereiste om hierop in te spelen.

Voorgenomen overheidsbezuinigingen

In de doorrekening van het regeerakkoord van het nieuwe kabinet CDA-VVD (met gedoogsteun van PVV) zal de koopkracht van iedereen afnemen. Mensen krijgen dus minder te besteden. Dit gaat de consumentgerichte dienstverlening raken. Door de toegenomen onzekerheid en de dalende koopkracht leert de ervaring dat consumenten minder zullen gaan besteden aan (luke) goederen en als eerste gaan bezuinigen op de overige dienstverlening.

In het regeerakkoord zijn maatregelen genomen om € 18 miljard te bezuinigen op de overheidsfinanciën. Enkele van deze bezuinigen treffen direct de overige dienstverlening. Zo wordt € 200 miljoen bezuinigd op subsidies ten behoeve van kunst en cultuur. Culturele instellingen en kunstenaars moeten daarnaast een groter deel van hun inkomsten zelf verwerven. Ook wordt de btw op kaarten voor kunsten en podiumkunsten (concertkaartjes) verhoogd van 6 naar 19%. Dit zal hoogstwaarschijnlijk leiden tot vraagtval en tot het afgelasten van culturele evenementen omdat deze de financiering niet rond krijgen.

Ook gaat er bezuinigd worden op de publieke omroep. Dit kan onder andere de productiemaatschappijen treffen, die televisieformats leveren aan de publieke omroep.

Daarnaast wil het kabinet stapsgewijs de bijdrage aan de kinderopvang verlagen. Deze verlaagde bijdrage en de verwachte toename van de werkloosheid kan leiden tot vraagtval in de kinderopvang.

¹ ABN-AMRO, Visie op de zakelijke dienstverlening, 2010.

² Rabobank, Rabobank Cijfers & Trends, 2010.

Vergrijzing zorgt voor toenemende vraag

Kansen voor de sector zijn de vergrijzing van de samenleving en de daarmee samenhangende toenemende vraag naar persoonlijke dienstverlening. De vraag naar persoonlijke verzorging neemt toe door de vergrijzing van de Nederlandse bevolking. Ouderen zijn bijvoorbeeld voor de deelsector cultuur, sport en recreatie een belangrijke doelgroep, omdat zij over het algemeen voldoende tijd en financiële middelen beschikbaar hebben. Dienstverleners als pedicures, fysiotherapeuten en gezondheidscentra zullen te maken krijgen met een groeiende consumentenvraag.



De transportsector 2010



Inhoudsopgave

De transportsector gepositioneerd	77
De transportsector van jaar op jaar	77
De transportsector in beweging	78
De transportsector naar schaalgrootte	79
De transportsector in tegenwind	80
De transportsector actueel	83

De transportsector heeft een moeilijk jaar achter de rug. De economische crisis en de afgenomen vervoersvraag zorgden bij veel modaliteiten voor een omzetsdaling. De ontstane overcapaciteit zorgde voor dalende vrachtprijzen en winsten. Transportondernemers zijn dan ook negatiever dan gemiddeld over de impact van de crisis op het bedrijf. Efficiencyverhoging en een scherper debiteurenbeleid moeten nu de toekomst veiligstellen.

De transportsector gepositioneerd

De transportsector heeft een beperkt aandeel in het totaal aantal ondernemingen in ons land (3%), maar is toch van groot belang voor de Nederlandse economie. De sector draagt zorg voor het vervoer van personen en goederen over land en water en door de lucht. Transportondernemingen vervoeren goederen van productieplaatsen naar de eindbestemming en ze spelen een belangrijke rol in de doorvoer van producten van de lucht- en zeehavens naar het (Europese) achterland. De sterke internationale oriëntatie van de sector blijkt uit een hoge exportwaarde.

Qua omzet is de dienstverlening ten behoeve van het vervoer de grootste deelsector. Qua aantal ondernemingen is de scheep- en luchtvaart het grootst (aandeel van 51%). Qua werkgelegenheid is het goederenvervoer over land het grootst (aandeel van 34%).

De transportsector in 2009

24.000 ondernemingen
318.000 arbeidsjaren
€ 66 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009

ondernemingen	3%
werkgelegenheid	6%
omzet	5%
exportwaarde	8%
bruto toegevoegde waarde	6%

Omzetverdeling naar sector, 2009

personenvervoer	6%
goederenvervoer over land	35%
scheep- en luchtvaart	18%
dienstverlening t.b.v. vervoer	41%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De transportsector van jaar op jaar

De transportsector is hard getroffen door de economische crisis. De verwachting is dat de omzet en winst van de transportsector in 2010 en 2011 zich weer zullen herstellen. De werkgelegenheid zal in 2010 nog verder afnemen.

In 2009 kreeg de transportsector te maken met een sterke omzetzakking. Het CBS meldt dat hieraan in het eerste kwartaal van 2010 een einde is gekomen. Gemiddeld daalde de omzet van de transportbedrijven met 1,4% ten opzichte van het eerste kwartaal in 2009.¹ Bij de luchtvaart en de expediteurs was voor het eerst weer sprake van een stijgende omzet.

Het CBS constateert dat de grootste klappen vielen in de zeevaart en luchtvaart, bij expediteurs en in de binnenvaart. Zij werden het hardst getroffen door de verminderde vraag naar vervoerscapaciteit.² In de luchtvaart liep het aantal vluchten ten opzichte van 2008 terug met 9,4%, het aantal passagiers met 8%, het goederenvervoer met 17% en het postvervoer met 12%.³

Ontwikkeling 2007-2011	2008	2009	2010*	2011*
omzet (volume)	1,00	-7,25	3,50	2,50
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	1,75	-3,25	-3,25	0,25
winst	-10,25	-77,50	149,00	22,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

¹ CBS, Einde aan sterke omzetzakking transportsector, webmagazine, woensdag 7 juli 2010.

² CBS, Omzet transport in 2009 fors gekrompen, webmagazine, woensdag 31 maart 2010.

³ CBS Statline.

De transportsector in beweging

In de gehele transportsector zijn in 2009 2.537 bedrijven gestart. Hiermee heeft de sector een aandeel van 3,6% in het totale aantal starters in Nederland. Een beeld per deelsector:

Personenvervoer

Het aantal taxibedrijven is in 2009 voor het eerst in enkele jaren weer toegenomen. De taxi krijgt vooral een belangrijke rol in het voor- en natraject van het openbaar vervoer. Het openbaar vervoer trekt zich terug op de drukste trajecten, waardoor de behoefte aan een taxi zou kunnen ontstaan om de uiteindelijke bestemming te bereiken. Samen met de Nederlandse Spoorwegen is de KNV Taxi op zoek gegaan naar een mogelijkheid om de inzet van taxi's vanaf treinstations te vergroten, omdat in 2008 is gebleken dat het aandeel van het taxivervoer in het natraject van treinreizigers is gedaald van 3% naar 1%. Tot medio 2010 loopt in zes gemeenten een proefproject (NS Zonetaxi) waarbij een hoogwaardige taxidienst wordt aangeboden tegen een scherp, vast zonetarief.

Goederenvervoer over het land

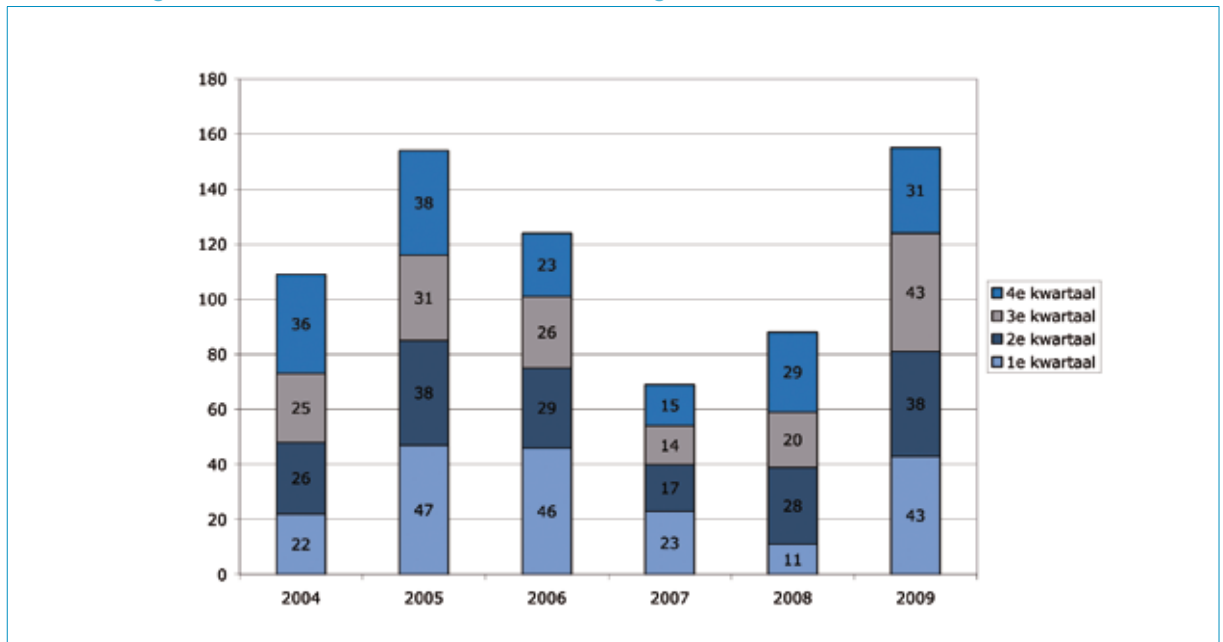
Sinds de liberalisering in het spoorvervoer zijn meer bedrijven op de vervoersmarkt actief. Om toe te treden moet een bedrijf beschikken over een bedrijfsvergunning/licentie en een veiligheidsattest van de Inspectie

Verkeer en Waterstaat. Vervolgens moet het bedrijf een toegangsovereenkomst sluiten met de beheerder van het Nederlandse spoornetwerk (ProRail en/of Keyrail). Op dit moment zijn er 14 spoorvervoerders met een officiële erkenning om op het Nederlandse spoorwagennet te mogen rijden. Het wegvervoer kende in 2009 een moeilijk jaar. Er zijn 155 vergunninghouders (wegvervoerders) failliet gegaan: een stijging van 74% ten opzichte van 2008.¹ In het eerste kwartaal van 2010 zijn 46 bedrijven failliet gegaan.

Scheep- en luchtvaart

In de binnenvaart zijn 3.650 bedrijven actief met gezamenlijk 6.500 schepen. Het aantal schepen wordt kleiner, maar het laadvermogen neemt toe. Doordat veel nieuwbouw al voor de kredietcrisis is gestart, is in de binnenvaartsector overcapaciteit ontstaan. Dit heeft een negatief effect op de omzet (als gevolg van prijsdruk). In de luchtvaart zijn circa 250 bedrijven actief. De totale Nederlandse luchtvloot groeide in 2009 met 2% naar 2.796 vliegtuigen. Dienstverlening ten behoeve van het vervoer in het teken van kostenbesparingen, personeelsinzet en duurzaamheid. In de logistieke dienstverlening is het vormen van samenwerkingsverbanden een belangrijke trend. Dit zal zich in de komende jaren voortzetten.

Ontwikkeling van het aantal faillissementen in het wegvervoer (2004-2010)



Bron: NIWO

¹ NIWO, Jaarverslag 2009, 2010.

² Stichting Rail Cargo Information Netherlands, Spoor in cijfers 2009, 2009.

³ EICB, Ondanks de crisis: Innovaties in de binnenvaart trekken aan, nieuwsbrief CBRB.

Innovatie

Innovaties blijven in de transportsector wat achter ten opzichte van het gemiddelde in het MKB.

Bij een aantal modaliteiten spelen innovaties een belangrijke rol. Zo loopt in het spoorvervoer het Innovatie Programma Geluid. Hiermee wil men de negatieve effecten van het spoorgoederenvervoer bestrijden. Een voorbeeld is de bestrijding van geluid en trillingen door middel van raildempers, wioldempers en een andere manier van slijpen van de rails.² Bij de logistieke dienstverleners staan samenwerkingsverbanden met klanten en collega's hoog

op de innovatielijst. Opmerkelijk is dat innovaties met betrekking tot ICT en voertuigen lager scoren. Ongeveer een op de vijf logistieke dienstver-leners is geïnteresseerd in samenwerking met het nieuwe instituut Dinalog (Logistiek). Ondanks de crisis merkt het Expertise- en Innovatiecentrum Binnenvaart (EICB) dat de innovaties in de binnenvaart aantrekken.³ In februari 2009 is – evenals in 2008 – een tijdelijke Subsidieregeling Innovatie Binnenvaart in het leven geroepen. Inmiddels is duidelijk dat ook in 2010 deze subsidieregeling zal gelden.

Indicatoren van dynamiek, 2009	transportsector	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	6,0%	7,1%
- nieuwe dochters	2,2%	2,3%
- totaal	8,2%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	1,1%	0,7%
- overig	5,6%	5,7%
- totaal	6,7%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	36%	38%
- gelijkblijvers	48%	46%
- (groei)krimpers	16%	17%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	22%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	8%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	44%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De transportsector naar schaalgrootte

De transportsector bestaat voor 83% uit het kleinbedrijf, bedrijven met minder dan 10 werkzame personen. Vooral in de taxibranche, in de binnenvaart en bij het wegvervoer is sprake van een groot aantal kleine bedrijven. Toch ligt de gemiddelde ondernemingsgrootte voor de hele sector op 13 arbeidsjaren, wat duidt op het feit dat de andere deelsectoren op grotere schaal opereren.

De gemiddelde omzet van een transportbedrijf bedroeg in 2009 € 2,8 miljoen. Dat is € 0,2 miljoen minder dan in 2008.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte	14
gemiddelde omzet per onderneming (in mln.)	€ 2,8
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	83%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	48%
- werkgelegenheid	51%
- bruto toegevoegde waarde	45%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De transportsector in tegenwind

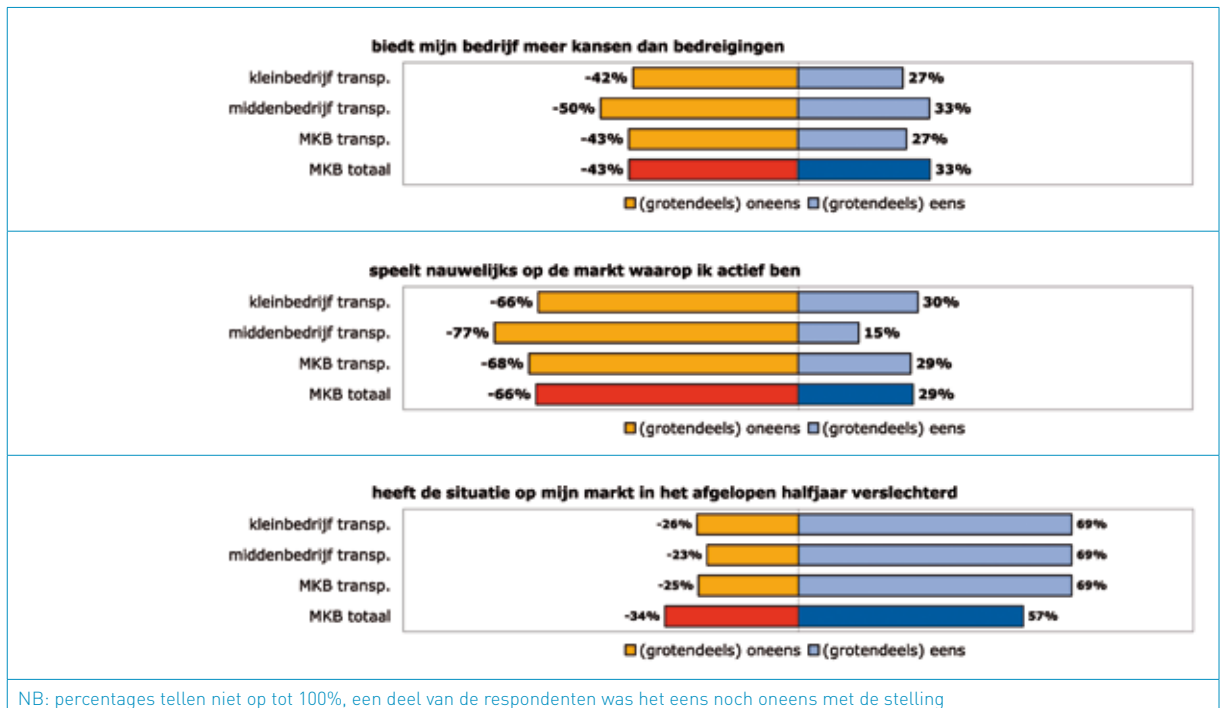
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...

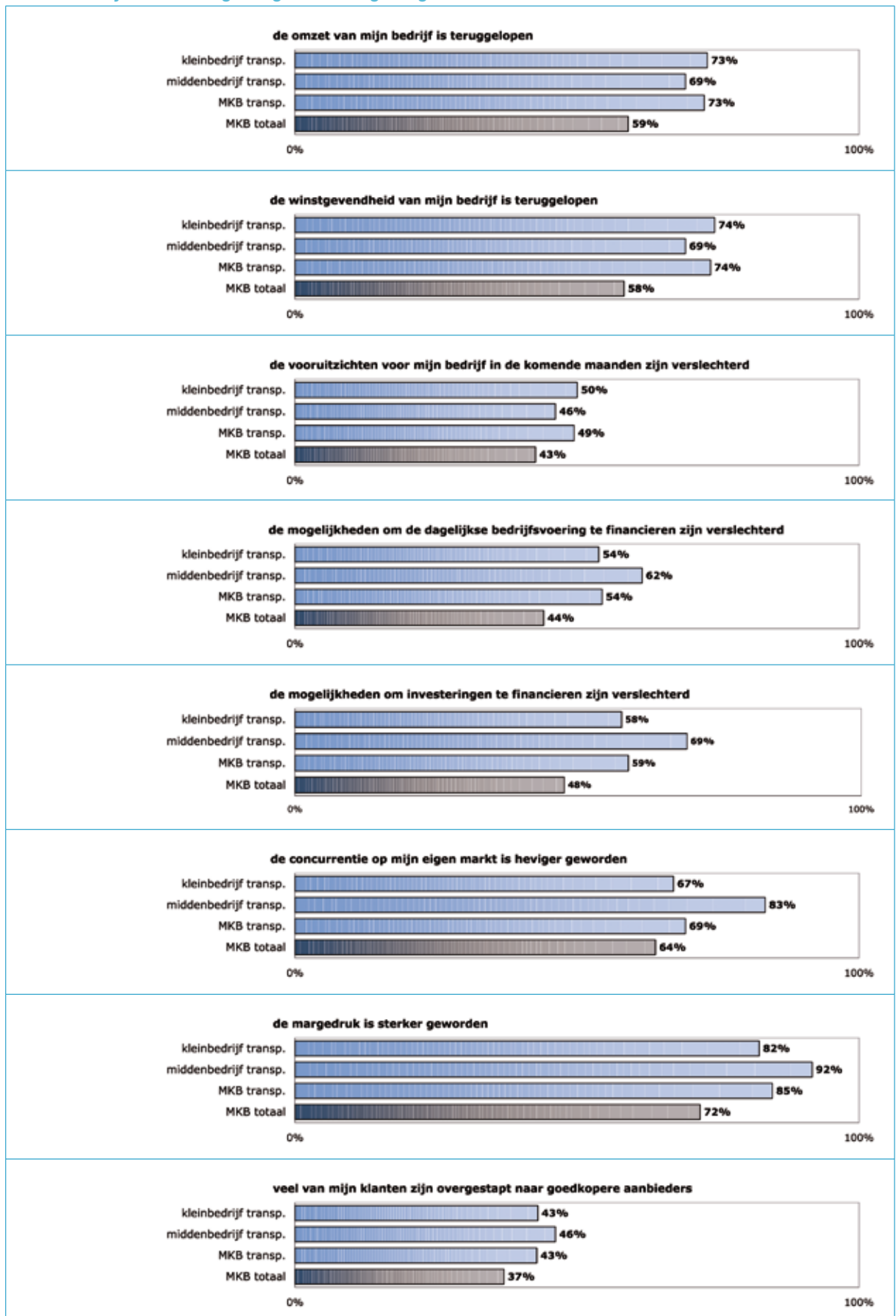


Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

MKB-ondernemers uit de transportsector zijn iets negatiever over de impact van de crisis dan gemiddeld. Bijna 70% van die ondernemers vindt dat de economische crisis de situatie op de transportmarkt heeft verslechterd. Dit is opvallend gezien de toegenomen vervoersvraag in het tweede halfjaar van 2009.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



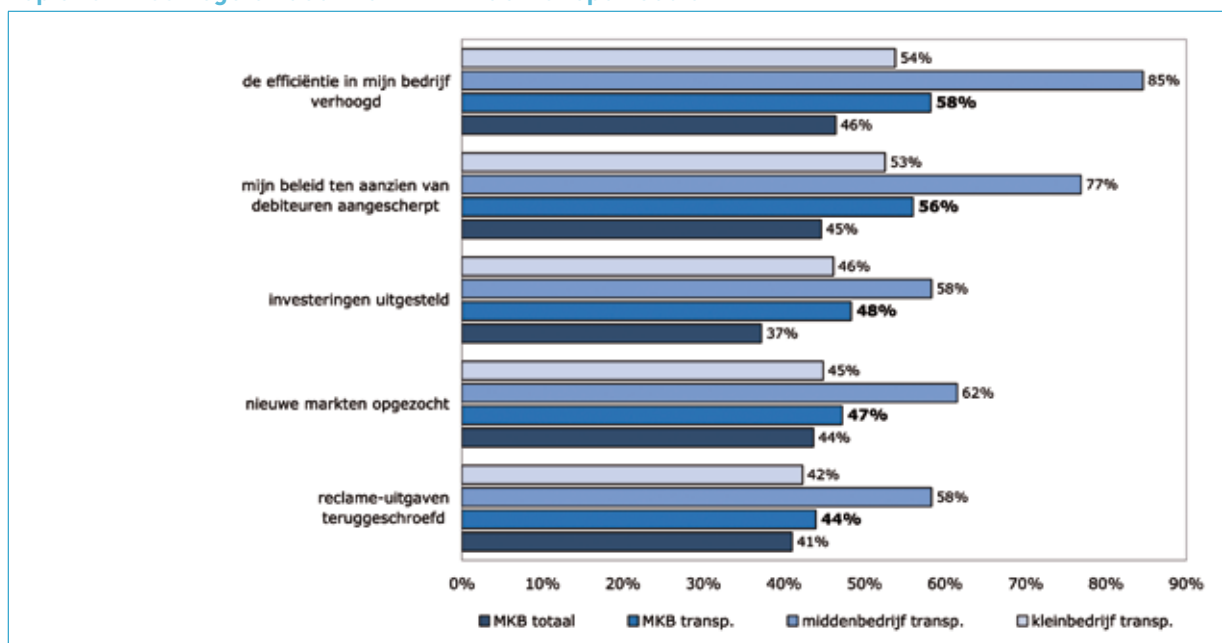
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Naast een algemeen oordeel over de economische crisis is de MKB-ondernemers gevraagd naar de effecten voor het eigen bedrijf. Relatief veel transportondernemers geven aan dat de omzet en winstgevendheid zijn

teruggelopen. Hierbij is het kleinbedrijf in de transportsector wat negatiever dan het middenbedrijf. Opvallend is echter dat ten aanzien van de vooruitzichten in de toekomst het middenbedrijf juist positiever is.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken

Top 5 van maatregelen door het MKB in de transportsector:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

De belangrijkste maatregel die door veel MKB-ondernemers uit de transportsector is genoemd om de gevolgen van de economische crisis te beperken, is het verhogen van de efficiëntie in het bedrijf. Dit geldt vooral voor het middenbedrijf.

De transportsector actueel

Wat staat de transportsector het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 2,75% stijgen ten opzichte van de tweede helft van 2010. Dat is een iets afzwakkende groei, vergeleken met de situatie op dit moment. De werkgelegenheid trekt in de eerste helft van 2011 weer aan.

Halfjaarpoggnose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	3,00	3,50	2,75	2,25
werknemers (aantal)	-5,00	-1,50	1,00	0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Oprichting topinstituut

Een belangrijke ontwikkeling voor de hele transportsector is de oprichting van het Dutch Institute for Advanced Logistics (Dinalog) in Breda. De oprichting van dit instituut komt voort uit het advies van de commissie van Laarhoven.¹ Dinalog financiert en coördineert onderzoek

en ontwikkeling op het gebied van innovatieve logistiek. Het instituut moet kennis van het bedrijfsleven, de overheid en kennisinstellingen met elkaar in verbinding brengen en bijdragen aan het streven van Nederland om in 2020 marktleider te zijn op het gebied van logistiek.

¹ Commissie Van Laarhoven, Naar een vitale supply chain door krachtige innovatie. Eindrapportage Commissie Van Laarhoven, 2006.



Personenvervoer: tariefstructuur

Sinds de invoering van de nieuwe tariefstructuur in 2008 zijn vooral de opbrengsten van ritten in de stad sterk gedaald. In 2010 komt de factor tijd weer terug in de meter via het zogenaamde dubbeltariefsysteem. In dit tariefsysteem zullen een opstaptarief, een tarief per gereden kilometer en een tarief per tijdseenheid worden meegenomen.²

Goederenvervoer over land: stimuleren duurzame modaliteiten

In Europa wordt het wegvervoer ontmoedigd door de heffing van tol en belastingen. Het vervoer over water of per spoor wordt gestimuleerd omdat deze vervoersmodaliteiten milieuvriendelijker geacht worden. Het vervoer van goederen via het spoor is in Nederland nog beperkt. Het gebruik van de Betuweroute bleef in 2009 achter bij de verwachtingen. Toch zijn de verwachtingen op de lange termijn positief. Het spoor is een relatief milieuvriendelijk alternatief voor het wegvervoer, maar

het is minder flexibel. De Stichting Rail Cargo Information Netherlands meldt een groeiende belangstelling voor railtransport bij verladers en wegvervoerders. Zij verwachten dat het vrachtvervoer per spoor op termijn kan profiteren van de roep om meer investeringen in duurzame vervoersconcepten.³

Overcapaciteit in het goederenvervoer drukt de prijzen

In de transportsector heeft de ontstane overcapaciteit in veel deelsectoren voor een drukkend effect op de vrachtprijzen gezorgd. Zo blijven lage vrachtprijzen voor het goederenvervoer over de weg een pijnpunt. Ook voor de binnenvaart is het vooral van belang om de ontstane overcapaciteit op te vangen. Het evenwicht tussen vraag en aanbod moet worden teruggevonden. ABN Amro ziet vooral kansen in samenwerking met andere modaliteiten⁴. Het wordt voor de bedrijven in de binnenvaart belangrijker om de klant over het gehele vervoerstraject te faciliteren.

² KNV, KNV Taxi en de taxibranche, 2010.

³ Stichting Rail Cargo Information Netherlands, Spoor in Cijfers 2009, 2009.

⁴ ABN Amro, Visie op Transport en Logistiek. Sectorupdate 2010. Binnenvaart, 2010.



De voedings- en genotmiddelenindustrie 2010



Inhoudsopgave

De VGM-industrie gepositioneerd	87
De VGM-industrie van jaar op jaar	87
De VGM-industrie in beweging	88
De VGM-industrie naar schaalgrootte	89
De VGM-industrie in tegenwind	90
De VGM-industrie actueel	93

De voedings- en genotmiddelenindustrie is een belangrijke pijler van de Nederlandse export. De internationale concurrentie neemt toe, maar Nederland beschikt over de kennisinfrastructuur op het gebied van agrarische en voedingsmiddelenproductie waarmee die het hoofd kan worden geboden. Dan zal wel geïnvesteerd moeten worden in nieuwe producten met een hogere toegevoegde waarde en in het opleiden en werven van levensmiddelentechnologen die daarvoor kunnen zorgen.

De voedings- en genotmiddelenindustrie gepositioneerd

De voedings- en genotmiddelenindustrie produceert voedsel en drank voor mens en dier, inclusief grondstoffen en halffabricaten zoals meel, zetmeel, olie en suiker.

Het is in Nederland een relatief grote bedrijfstak met bijna 114.000 arbeidsjaren en een omzet van € 64 miljard. Het aantal ondernemingen is met 4.000 beperkt. Het MKB draait € 15 miljard omzet met 50.000 arbeidsjaren. De verwerkingstechnieken variëren van ambachtelijk (o.a. een deel van bak- en zoetwaren) tot procesindustriële (o.a. suiker, bier, frisdrank, zuivel, meel, sigaretten). De bedrijfstak produceert veel met betrekkelijk weinig mensen en zet een groot deel van zijn productie in het buitenland af. Grote deelsectoren zijn vlees, vleesverwerking en zuivel (dierlijke voedingsmiddelen), bak- en zoetwaren, oliën en vetten (overige voedingsmiddelen).

De voedings- en genotmiddelenindustrie in 2009

4.000 ondernemingen
114.000 arbeidsjaren
€ 64 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009

ondernemingen	1%
werkgelegenheid	2%
omzet	5%
exportwaarde	12%
bruto toegevoegde waarde	4%

Sectorsamenstelling naar omzet, 2009

dierlijke voedingsmiddelen	28%
genotmiddelen	20%
overige voedingsmiddelen	52%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De voedings- en genotmiddelenindustrie van jaar op jaar

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

De prognose voor de economische ontwikkeling bij producenten van zuivel en vlees (dierlijke voedingsmiddelen) en van genotmiddelen is gunstiger dan die voor producenten van andere voedingsmiddelen: die zien hun omzet ook in 2010 nog krimpen, terwijl de afzet van zuivel, vlees en vleeswaren, sigaretten en dranken dan naar verwachting alweer in de lift zit.

Verder valt de gestaag teruglopende werkgelegenheid in de bedrijfstak op. Die impliceert een voortgaande stijging van de arbeidsproductiviteit, met de recente crisis als aanjager voor productiviteitsverbeterende maatregelen.

Ontwikkeling 2007-2010	2008	2009	2010*	2011*
omzet	0,0	-1,5	2,0	1,25
werkgelegenheid	-1,5	-1,75	-1,75	-1,5
bruto toegevoegde waarde ¹	4,5	-4,75	5,25	1,5

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

¹ Bruto toegevoegde waarde tegen marktprijzen.

De voedings- en genotmiddelenindustrie in beweging

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

Er is in de bedrijfstak wel een bovengemiddeld aantal groeibedrijven aanwezig, al staan daar ook iets meer bedrijven tegenover die krimp, dan wel groei van de omzet bij een afnemende werkgelegenheid ('groeikrimp') te zien geven. Het MKB in de voedings- en genotmiddelenindustrie scoort met betrekking tot productvernieuwing duidelijk bovengemiddeld. Meestal gaat het om betrekkelijk 'kleine' vernieuwingen: radicale innovaties komen in de bedrijfstak juist minder voor en het aandeel van bedrijven met eigen R&D is kleiner dan in de Nederlandse industrie als geheel. De Nederlandse voedingsmiddelenindustrie maakt deel uit van een goed ontwikkelde kennisinfrastructuur met WUR² en DLO³ en innovatieprogramma's zoals 'Food & Nutrition Delta' waarin zowel grootbedrijf als MKB participeren.

² Wageningen University and Research Centre.

³ Dienst Landbouwkundig Onderzoek.

Indicatoren van dynamiek, 2009	v&g-industrie	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	2,4%	7,1%
- nieuwe dochters	1,3%	2,3%
- totaal	3,7%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	1,6%	0,7%
- overig	2,3%	5,7%
- totaal	3,9%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	42%	38%
- gelijkblijvers	34%	46%
- (groei)krimpers	24%	17%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*	*
- nieuwe producten/diensten op de markt	57%	31
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	19%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsprocessen	49%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De voedings- en genotmiddelenindustrie naar schaalgrootte

Ondanks flinke aantallen bakkers, ambachtelijke kaasmakers enzovoorts die ervoor zorgen dat twee derde van de bedrijven is te rekenen tot het kleinbedrijf, is het gemiddelde bedrijf in de voedings- en genotmiddelenindustrie vrij groot. De procesindustrie in de bedrijfstak trekt het gemiddelde sterk omhoog.

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

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	28
gemiddelde omzet per onderneming (€ mln.)	15,8
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	68%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	24%
- werkgelegenheid	42%
- bruto toegevoegde waarde	23%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De voedings- en genotmiddelenindustrie in tegenwind

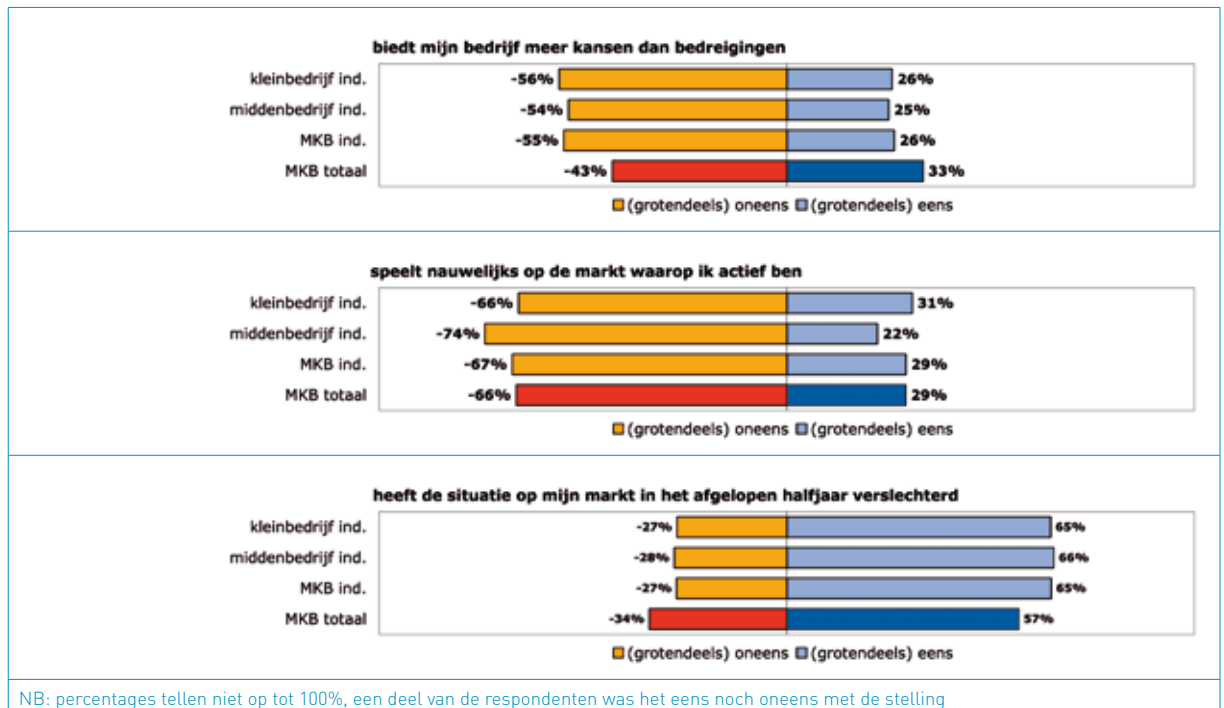
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...



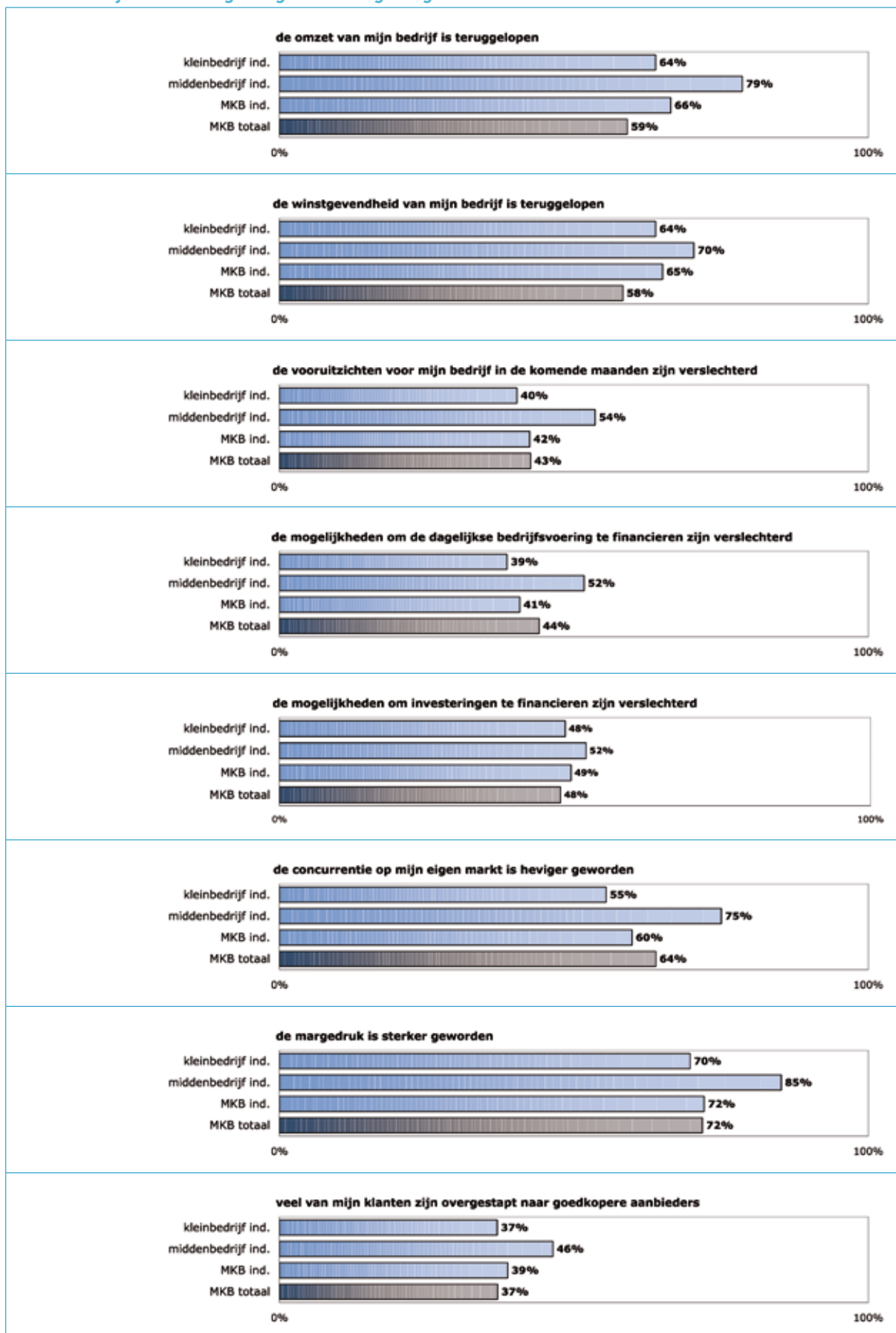
Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Industriële ondernemers zijn wat somberder over de effecten van de crisis dan de gemiddelde MKB'er: ze vinden vaker dat de crisis de situatie op hun markt heeft verslechterd en minder vaak zorgt voor een positief saldo van kansen en bedreigingen.

Dit lijkt deels een schaafeffect: bij middelgrote industriebedrijven vinden ondernemers vaker dat de effecten van de crisis voelbaar zijn in de markt waarop zij actief zijn.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



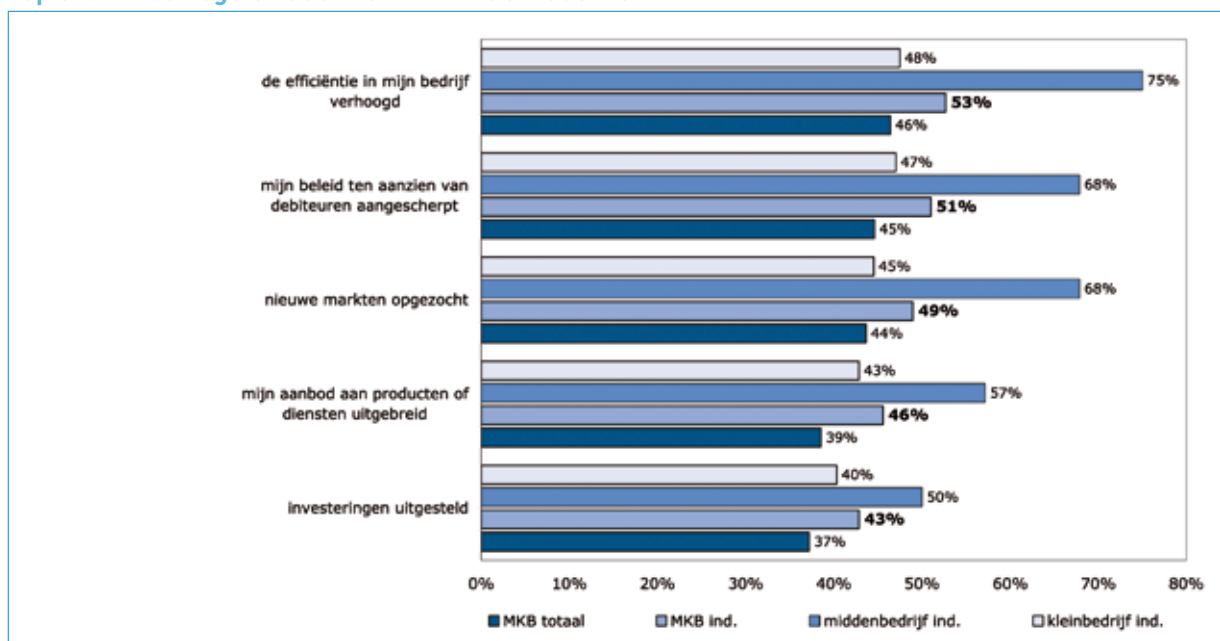
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

De effecten voor het eigen bedrijf zijn in lijn met de in de vorige paragraaf al geconstateerde verschillen: industriële MKB-ondernemers zien sterkere negatieve effecten van de crisis op omzet en winst dan MKB-ondernemers in andere sectoren. Het is goed denkbaar dat dit voor de voedings- en genotmiddelenindustrie weer wat minder geldt: die is wat minder conjunctuurgevoelig en sterker

dan andere industriële bedrijfstakken afhankelijk van de binnenlandse markt, terwijl de crisis in het bijzonder negatief heeft uitgewerkt voor de exportindustrie. Dit is mogelijk mede een verklaring voor het feit dat ondernemers van middelgrote bedrijven sterkere negatieve effecten van de crisis zien dan ondernemers uit het industriële kleinbedrijf.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken

Top 5 van maatregelen door het MKB in de industrie:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Vijf mogelijke maatregelen om de gevolgen van de crisis te bestrijden, zijn alle vijf door meer dan 40% van de ondernemers genoemd. Het verschil tussen de vijf is niet groot. Ondernemers in het industriële MKB, die het vaakst negatieve effecten van de crisis signaleren, hebben ook vaker maatregelen getroffen. Het industriële kleinbedrijf

wijkt daarbij nauwelijks af van het gemiddelde in het totale MKB, maar het middenbedrijf in de industrie heeft duidelijk meer maatregelen getroffen, zoals verbeteren van de efficiency, opzoeken van nieuwe markten en aanscherpen van het debiteurenbeleid.

De voedings- en genotmiddelenindustrie actueel

Wat staat de voedings- en genotmiddelenindustrie het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 1,5% stijgen ten opzichte van de tweede helft van 2010. Dat is een stabilisatie vergeleken met nu. De werkgelegenheid zal in de eerste helft van 2011 met 2% teruglopen.

Halfjaarpoggnose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	3,00	1,50	1,50	1,50
werknemers (aantal)	-1,50	-2,25	-2,00	-1,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Zijn er straks genoeg levensmiddelentechnologen voor de bedrijfstak?

De vraag naar arbeid verandert in de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie. Weliswaar neemt de arbeidsproductiviteit toe en vermindert dus het aantal werknemers. Anderzijds krijgt de bedrijfstak binnen enkele jaren te maken met een uitstroomversnelling en groeit de vraag naar gekwalificeerde levensmiddelentechnologen voor functies in R&D en kwaliteitszorg. Arbeidstekorten kunnen groei en concurrentiekracht van de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie aantasten en leiden tot verplaatsing of outsourcing van R&D-activiteiten.

Voedings- en genotmiddelen: een blijvend dicht web van regelgeving

De voedings- en genotmiddelenindustrie verwerkt agrarische grondstoffen, afkomstig van plant en dier, tot producten die uiteindelijk door mensen gegeten, gedronken en anderszins geconsumeerd worden. Een fout product kan ziekte of erger veroorzaken.

De risico's zijn talrijk: grondstoffen komen overal vandaan, van grote aantallen kleine producenten en ze kunnen door schimmels, insecten, bestrijdingsmiddelen en andere contactstoffen worden aangetast. In het belang van de volksgezondheid is er daarom een dicht web van regelgeving en controlerende instanties rond voedselveiligheid, in Nederland en binnen de EU. De herkomst moet ketenbreed geregistreerd en aangetoond kunnen worden, evenals de precieze samenstelling, de gebruikte additieven en technische hulpstoffen en het eventuele gebruik van genetisch gemodificeerde materialen. Verwerkingsprocessen moeten voldoen aan HACCP-richtlijnen¹. Daar komt nog regelgeving bij voor reclame en daarin geponeerde gezondheidsclaims en voor verpakking en etikettering, alsmede overheidsbeleid om overgewicht tegen te gaan. Vermindering van de regelgeving en de daaruit voortvloeiende administratieve lasten is niet te verwachten, gegeven de groeiende focus op gezondheid en de rol van voedsel daarbij.

¹ HACCP = Hazard Analysis and Critical Control Point: een zodanige inrichting van het productie-proces dat de veiligheid van de producten daarmee gewaarborgd is.

Toenemende internationale concurrentie

De internationale concurrentie op de markt voor voedingsmiddelen neemt toe. Daarbij wordt enerzijds ingezet op specialiteit en merk en in het algemeen op producten met een hogere toegevoegde waarde. Anderzijds komt er meer concurrentie van landen met een groot agrarisch potentieel, binnen de Europese Unie (zoals Polen) en daarbuiten (bijvoorbeeld Canada en Brazilië).

De Nederlandse voedingsmiddelenindustrie kan zijn sterk ontwikkelde kennisinfrastructuur in stelling brengen om het accent te verleggen naar producten met meer toegevoegde waarde. In het huidige exportpakket zijn die nog ondervertegenwoordigd. Verder kan worden ingespeeld op de toenemende vraag naar producten die bijdragen aan 'gezondheid' en aan het tegengaan van overgewicht.



De zakelijke dienstverlening 2010



Inhoudsopgave

De zakelijke dienstverlening gepositioneerd	97
De zakelijke dienstverlening van jaar op jaar	97
De zakelijke dienstverlening in beweging	98
De zakelijke dienstverlening naar schaalgrootte	99
De zakelijke dienstverlening in tegenwind	100
De zakelijke dienstverlening actueel	103

De zakelijke dienstverlening heeft het zwaar te verduren gekregen in het afgelopen jaar, al lijkt de klap van de economische crisis iets minder hard aangekomen dan bij het totale bedrijfsleven. De economische crisis is vooral merkbaar bij makelaars, notarissen, ICT-bedrijven en bij de reis- en uitzendbranche. De werkgelegenheid in de zakelijke dienstverlening is in 2009 met bijna 5% gedaald. Een (licht) herstel van de werkgelegenheid wordt in 2011 verwacht. De zakelijke dienstverlening krijgt steeds vaker te maken met opdrachtgevers die lagere kosten, meer flexibiliteit en betere kwaliteit eisen. Ondernemers in de sector reageren hierop door hun dienstenpakket te verbreden en meer toegevoegde waarde te realiseren.

De zakelijke dienstverlening gepositioneerd

In de zakelijke dienstverlening zijn 188.000 ondernemingen actief die in 2009 goed waren voor ruim 1,1 miljoen arbeidsjaren en € 127 miljard omzet. In de sector zijn veel zzp'ers en kleine bedrijven actief, getuige het grote aandeel van de zakelijke dienstverlening in het aantal ondernemingen (25%) en het relatief beperkte aandeel in de omzet (10%) in Nederland.

De zakelijke dienstverlening is een dynamische sector met een hoge professionaliteit en een zeer divers aanbod van diensten. De juridische en economische dienstverlening is met een omzetaandeel van 22% de grootste deelsector, gevolgd door de uitzendbureaus en de architecten- en ingenieursbureaus. De marketingbureaus zijn met een omzetaandeel van 9% de kleinste deelsector. Daarnaast is er een omvangrijk groep van overige diensten.

De zakelijke dienstverlening in 2009

188.000 ondernemingen
1.129.000 arbeidsjaren
€ 127 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2009

ondernemingen	25%
werkgelegenheid	23%
omzet	10%
exportwaarde	8%
bruto toegevoegde waarde	21%

Omzetverdeling naar sector, 2009

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

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De zakelijke dienstverlening van jaar op jaar

De zakelijke dienstverlening heeft de economische crisis gevoeld. Makelaars en notarissen hebben een moeilijk jaar gehad vanwege de teruggelopen woningmarkt en de toegenomen concurrentie. Hetzelfde geldt voor de reisbranche, die de zakelijke markt zag teruglopen en te maken had met een consument die de hand op de knip hield. Assurantietussenpersonen werden geconfronteerd met een vraaguitval en met reputatieschade vanwege de woekeraffaires. De ICT-sector had het moeilijk door de afnemende investeringsbereidheid van bedrijven. Doordat bedrijven gingen snijden in hun 'flexibele schil' heeft ook de uitzendbranche klappen gekregen.

Accountants- en advocatenkantoren bleken overigens minder recessiegevoelig te zijn. De vraag naar deze diensten bleef op peil. De omzet van advocatenkantoren groeide zelfs vanwege de toename van het aantal rechtszaken.

De juridisering van de samenleving en de verzakelijking van het ondernemen liggen hieraan ten grondslag.¹ In 2010 zal het effect van de crisis nog doorrijlen in de werkgelegenheid, al groeit de omzet alweer licht. De verwachting is dat de werkgelegenheid zich in 2011 licht zal herstellen.

Ontwikkeling 2007-2011	2008	2009	2010*	2011*
omzet (volume)	2,75	-4,50	1,50	2,00
werkgelegenheid	3,50	-4,75	-1,25	0,50
bruto toegevoegde waarde ²	5,00	-1,25	3,00	3,50

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

¹ Bron: ABN-AMRO, visie op de zakelijke dienstverlening, 2010.

² Bruto toegevoegde waarde tegen marktprijzen.

De zakelijke dienstverlening in beweging

De zakelijke dienstverlening is een dynamische en innovatieve sector. In vergelijking met het gehele bedrijfsleven zijn er als aandeel in de totale bedrijvigheid beduidend meer starters in deze sector. In 2009 lag het aantal starters op ruim 23.000. De economische dienstverlening en marktonderzoeksbureaus zijn tref-fende voorbeelden van branches binnen de zakelijke dienstverlening met een hoge dynamiek. Jaarlijks worden er veel nieuwe bedrijven gestart en is het aantal opheffingen laag. Zo groeide het aantal eenmansbedrijven in 2009 ten opzichte van 2008 met 14,7%.³ Door de laagdrempeligheid zijn deze branches aantrekkelijk voor starters.

De zakelijke dienstverlening kan ook worden getypeerd als een innovatieve sector. Het percentage bedrijven dat vernieuwingen doorvoert in de interne bedrijfsprocessen is hoger dan het landelijke gemiddelde. Ook vaker dan gemiddeld worden er nieuwe producten op de markt gebracht, die ook nieuw zijn voor de bedrijfstak. Een voorbeeld hiervan zijn de beveiligingsbedrijven die steeds vaker naast het beveiligingswerk onder andere ook schoonmaakdiensten aanbieden.

³ Bron: ABN-AMRO, visie op zakelijke dienstverlening, 2010.

Indicatoren van dynamiek, 2009	zakelijke dienstverlening	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	8,9%	7,1%
- nieuwe dochters	3,1%	2,3%
- totaal	12,0%	9,4%
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,7%	0,7%
- overig	4,8%	5,7%
- totaal	5,5%	6,4%
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	26%	22%
- gelijkblijvers	54%	56%
- (groei)krimpers	20%	23%
Innovatie, 2010		
aantal MKB-bedrijven met:	*]	*]
- nieuwe producten/diensten op de markt	38%	31%
- producten/diensten, nieuw voor de bedrijfstak	22%	15%
- vernieuwingen/verbeteringen van interne bedrijfsproces-sen	54%	45%

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*]= totaal MKB

De zakelijke dienstverlening naar schaalgrootte

Het merendeel van de bedrijven in de zakelijke dienstverlening is kleinschalig en richt zich op het bedrijfsleven. De gemiddelde ondernemingsgrootte is met zes arbeidsjaren en € 700.000 omzet relatief laag. Het aandeel van zzp'ers in de zakelijke dienstverlening neemt nog steeds toe. Vooral de economische dienstverlening is zeer kleinschalig: 75% van de bedrijven in deze branche heeft geen personeel in dienst.

De toegenomen regelgeving zorgt echter voor schaalvergroting binnen de sector. In de accountancy wordt het bijvoorbeeld voor MKB-bedrijven steeds moeilijker om de hoge investeringen voor regelgeving en automatiserings- en opleidingseisen op te brengen. Een zoektocht naar een potentiële (samenwerkings)partner wordt voor deze bedrijven steeds belangrijker.

Indicatoren van schaalgrootte, 2009	
gemiddelde ondernemingsgrootte (in arbeidsjaren)	6
gemiddelde omzet per onderneming (in mln.)	€ 0,7
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	93%
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	56%
- werkgelegenheid	58%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De zakelijke dienstverlening in tegenwind

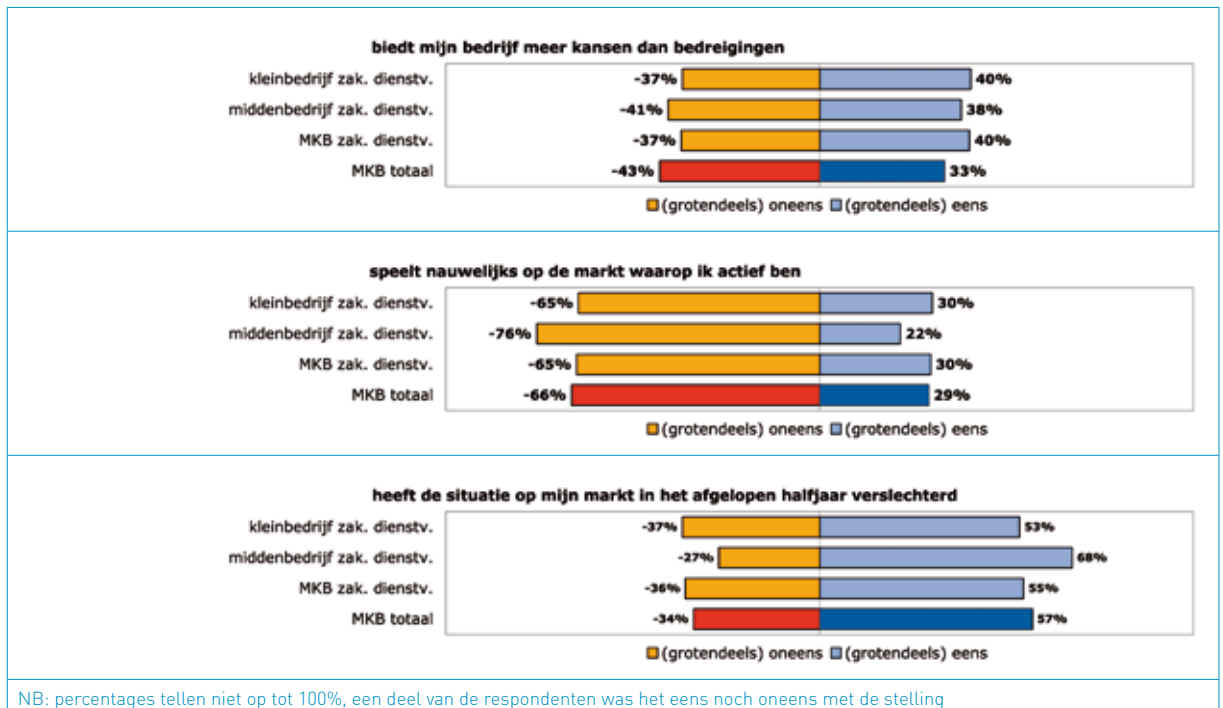
De volgende informatie is gebaseerd op een meting van het MKB-Beleidspanel (voorjaar 2010). Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'.

Aan hen zijn uiteenlopende vragen rondom het thema 'ondernemen in crisistijd' voorgelegd.



Algemeen oordeel over impact van de crisis

De economische crisis...



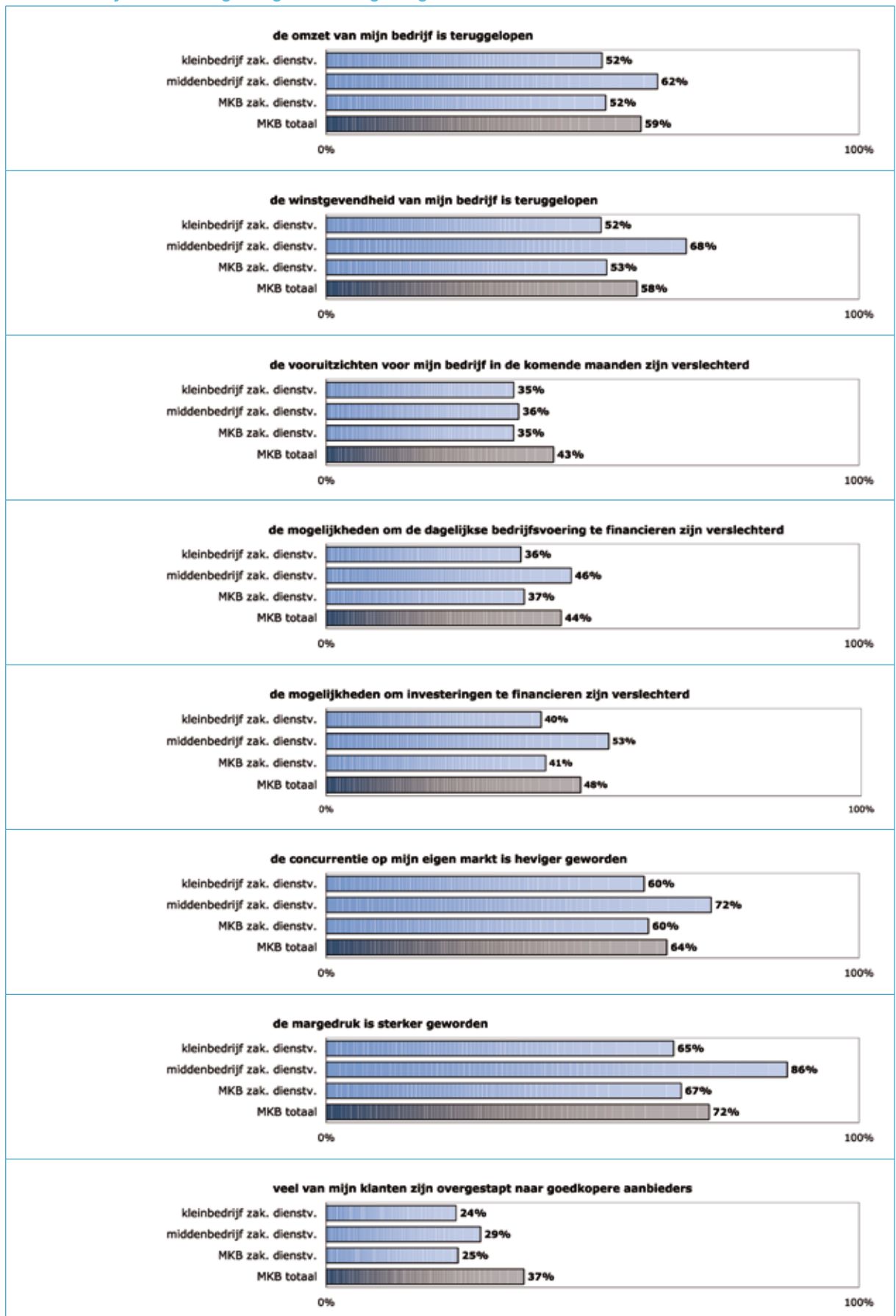
Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

De impact van de crisis lijkt iets minder hard aangekomen bij het MKB in de zakelijke dienstverlening dan bij het MKB van het totale bedrijfsleven. MKB-bedrijven in de zakelijke dienstverlening zien vaker kansen dan bedreigingen door de crisis en zij geven vaker aan dat de crisis nauwelijks op hun markt speelt.

Ook geven zij minder vaak aan dat de situatie op de markt is verslechterd. De impact van de crisis op het middenbedrijf is echter groter dan op het kleinbedrijf in de zakelijke dienstverlening.

Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

Aantal bedrijven dat aangeeft genoemde gevolgen te hebben ondervonden:



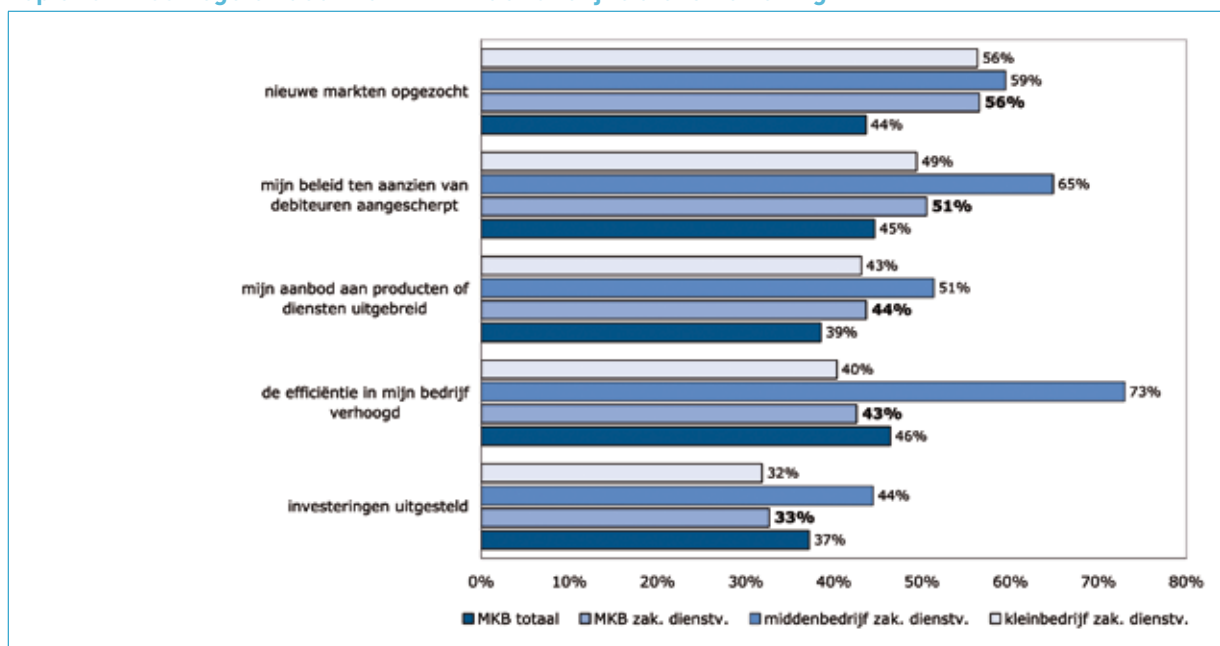
Effecten van de economische crisis voor het eigen bedrijf

De effecten van de economische crisis op het eigen bedrijf zijn ook minder neergeslagen bij het MKB in de zakelijke dienstverlening dan bij het gehele MKB. Ook hier geldt dat het middenbedrijf het zwaarder heeft gehad dan het

kleinbedrijf in de zakelijke dienstverlening. Vooral als het gaat om toegenomen margedruk en teruggelopen winst. Ook is de concurrentie voor deze bedrijven toegenomen.

Maatregelen om de gevolgen van de economische crisis te beperken

Top 5 van maatregelen door het MKB in de zakelijke dienstverlening:



Bron: EIM, MKB-Beleidspanel 2010

Het MKB heeft diverse maatregelen getroffen om de effecten van de economische crisis te lijf te gaan. Deze zijn zowel offensief als defensief van aard. De meest populaire maatregel was het opzoeken van nieuwe markten. Ook heeft ongeveer de helft van de ondernemers het aanbod van producten of diensten uitgebreid. Andere

maatregelen in de top vijf waren het aanscherpen van het debiteurenbeleid (2), het verhogen van de efficiëntie (4) en het uitstellen van investeringen (5).

Bedrijven in het middenbedrijf hebben de vijf genoemde maatregelen vaker genomen dan het kleinbedrijf.

De zakelijke dienstverlening actueel

Wat staat de zakelijke dienstverlening het komende half jaar te wachten? In de eerste helft van 2011 zal volgens EIM-prognoses het omzetvolume met 0,5% dalen ten opzichte van de tweede helft van 2010. Hiermee zal het tij voor de zakelijke dienstverlening nog niet gekeerd zijn. De werkgelegenheid zal in de eerste helft van 2011 nog een zeer lichte daling kennen (-0,25%). Dat is een verbetering vergeleken met de eerste en tweede helft van 2010.

Halfjaarprognose	2010 (I)	2010 (II)	2011 (I)	2011 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	-1,25	-0,50	-0,50	-0,50
werknemers (aantal)	-1,75	-1,75	-0,25	-0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Kritischer klant

De klanten of opdrachtgevers in de zakelijke dienstverlening worden steeds kritischer. De druk op kosten (uurtarieven) wordt opgevoerd en er wordt meer flexibiliteit en betere kwaliteit verwacht. Als reactie daarop kiezen bedrijven ervoor om hun dienstenpakket te verbreden, proactiever te ondernemen, nieuwe concepten te ontwikkelen en daarmee een grotere toegevoegde waarde te realiseren.

Nieuwe diensten

Bedrijven binnen de zakelijke dienstverlening werken steeds meer met multiservice concepten.¹ Dit geldt vooral in de schoonmaakbranche en in de beveiligingsbranche. Naast de standaarddienst worden ook andere diensten aangeboden zoals catering of verhuur van kantoren en vergaderruimte. Hiermee kan de klant een efficiëncyslag maken door te bezuinigen in ondersteunende diensten. De standaarddienst wordt vaak tegen een sterk gereduceerde prijs aangeboden om bij de klant binnen te komen. Als het bedrijf eenmaal binnen is, worden ook andere diensten aangeboden. Voor de zakelijke dienstverleners is het een manier om zich te onderscheiden van de concurrentie.

Toegevoegde waarde

Bij de economische adviesbureaus en marktonderzoeksbureaus zorgt de kritische klant ervoor dat bedrijven nog meer toegevoegde waarde moeten laten zien. Dit stelt bij de economische adviesbureaus hogere eisen aan de adviseurs ten aanzien van kennis, kunde en inhoud. Marktonderzoekers moeten steeds meer optreden als sparringpartner en visionair. Zij krijgen daarmee ook een adviserende rol en schuiven op in de richting van adviesbureaus.

Juridisering

De juridisering van de samenleving blijft toenemen. Dit heeft gevolgen voor de sector. Dienstverleners worden geconfronteerd met aanvullend toezicht (bijvoorbeeld AFM) en er ontstaat een claimcultuur. Er is een sterke behoefte aan zekerheid bij bedrijven en personen. Het aantal aansprakelijkheidsverzekeringen bij bedrijven en rechtsbijstandverzekeringen bij particulieren neemt toe.

¹ Bron: ABN-AMRO, visie op de zakelijke dienstverlening, 2010.

Toename formules

Binnen de zakelijke dienstverlening groeit de behoefte aan samenwerking. Deze behoefte neemt toe om inkoop- en kostenvoordelen te realiseren en een heldere communicatie naar de klant te tonen². Er is een toename van collectieve formules in de accountancy en de makelaardij, bij uitzendbureaus en notarissen. Voorbeelden van formules zijn ZUKA en Garantiemakelaars binnen de makelaarsbranche.

² Bron: Rabobank, Rabobank cijfer & trends, 2010.





Dit onderzoek is gefinancierd door het programmaonderzoek MKB en Ondernemerschap (www.ondernemerschap.nl)

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

COLOFON

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

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