

Brancherapporten

Zakelijke dienstverlening

Detailhandel

Horeca

Groothandel

Markt, trends, ontwikkelingen en risico's

delta lloyd



Inhoud

Inleiding

1 Zakelijke dienstverlening [pagina 6](#)

1 ICT-dienstverlening [pagina 8](#)

2 Advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingkantoren [pagina 12](#)

3 Organisatieadvies-, onderzoeks- en PR-bureaus [pagina 16](#)

4 Reclamebureaus [pagina 20](#)

5 Architecten- en ingenieurbureaus [pagina 24](#)

6 Schoonmaakbedrijven [pagina 28](#)

7 Uitzendbureaus [pagina 32](#)

2 Detailhandel [pagina 36](#)

1 Voedingsmiddelenwinkels [pagina 38](#)

2 Mode- en gebruiksartikelenwinkels [pagina 42](#)

3 Doe-het-zelfwinkels [pagina 46](#)

4 Markt- en straathandel [pagina 50](#)

5 Postorderbedrijven en webwinkels [pagina 54](#)

3 Horeca [pagina 58](#)

1 Hotels en pensions [pagina 60](#)

2 Restaurants, snackbars en catering [pagina 64](#)

3 Café's [pagina 68](#)

4 Groothandel [pagina 72](#)

1 Kleding en textiel [pagina 74](#)

2 Computers en randapparatuur [pagina 78](#)

Voorwoord

Beste relatie,

Een Amerikaanse kredietcrisis of niet; de MKB-ondernemers hebben in 2008 veel vertrouwen in het eigen bedrijf. Hun orderportefeuille is goed gevuld en de bedrijven hebben het afgelopen jaar duidelijk geïnvesteerd in de eigen winstgevendheid. Daarnaast neemt het MKB steeds meer verzekeringen af en is het een zeer adviesgevoelige markt.

Kortom, een bijzonder aantrekkelijke markt, die we samen met u willen benaderen. Maar het MKB bestaat uit tal van verschillende branches, met elk zijn eigen dynamiek en behoeften. Het is niet eenvoudig om daar snel zicht op te krijgen. Daarom hebben we onze uitgebreide kennis van het MKB overzichtelijk voor u gepresenteerd in een aantal brancherapporten.

Wie een klant bezoekt, wil immers goed voorbereid op pad. Met de brancherapporten heeft u direct overzicht in het reilen en zeilen van een branche. Wat zijn de omzetten? Hoeveel mensen zijn er werkzaam? Hoe conjunctuurgevoelig is de markt? We schetsen ook de trends en ontwikkelingen voor u. En uiteraard hebben wij op basis van dit alles een analyse gemaakt voor de risico's van een bedrijfstak. Met deze kennis komt u bij ieder adviesgesprek goed beslagen ten ijs.

Nu hebt u de gebundelde brancherapporten in uw handen voor de horeca, de zakelijke dienstverlening, de groothandel en de detailhandel. Deze sectoren dekken ruim de helft van de MKB-markt en hebben de grootste verzekeringspotentie. De rapporten zijn ingedeeld in subbranches die vergelijkbare risicoprofielen hebben. Onze analyse heeft aangetoond dat juist dáár de grootste behoefte is aan verzekeringen. Op www.ddd.nl/mkb kunt u de rapporten digitaal vinden. In de loop van het jaar zijn meer brancherapporten te downloaden. Maak daar gebruik van.

Van harte hoop ik dat de brancherapporten u zullen helpen bij menig succesvol adviesgesprek.

Harry van der Zwan
Directeur Marketing & Verkoop

Maart 2008

Zakelijke dienstverlening

- 1 ICT-dienstverlening**
- 2 Advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingkantoren**
- 3 Organisatieadvies-, onderzoeks- en PR-bureaus**
- 4 Reclamebureaus**
- 5 Architecten- en ingenieursbureaus**
- 6 Schoonmaakbedrijven**
- 7 Uitzendbureaus**



ICT-dienstverlening

De markt

De ICT-dienstverlening is onderdeel van de florierende ICT-markt. ICT-dienstverleners adviseren hun klanten over automatisering of voeren activiteiten uit als:

- ontwikkeling van nieuwe ICT-programmatuur
- implementatie van nieuwe ICT-programmatuur
- onderhoud, updating en aanpassing van ICT-programmatuur
- beheer van servers en databanken.

Figuur 1. Aantal ICT-dienstverleners verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Hardware consultancy	510	115	15	10	5	0	0	655
Software ontwikkelaars	12.235	3.405	765	535	345	110	85	17.480
Computercentra, data-entry en databanken	1.080	285	45	30	25	10	0	1.475
Reparatie	535	75	15	5	5	0	5	640
Overige ICT diensten	535	160	30	15	10	5	5	760
Totaal	14.895	4.040	870	595	390	125	95	21.010

Bron: CBS, maart 2007

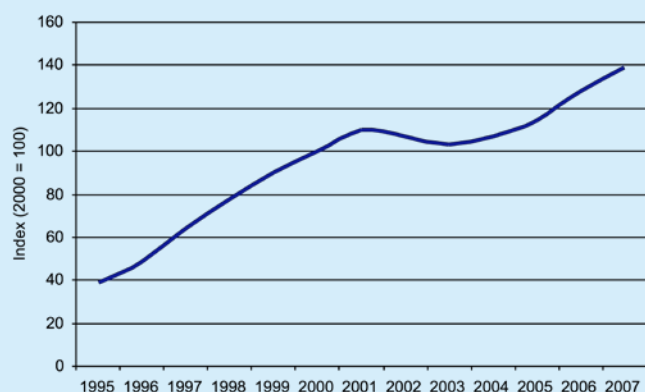
Figuur 1 laat de verdeling van ICT-dienstverleners zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- ICT-dienstverlening is een relatief jonge branche, met een stormachtige ontwikkeling in het recente verleden.
- Veel van de huidige ICT-dienstverleners zijn in de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw ontstaan.
- In de jaren negentig heeft de sector zich onstuimig ontwikkeld. ICT leek een nieuw wondermiddel om productiviteit te verbeteren, terwijl de rol van internet bijvoorbeeld bij effectiviteitsverbetering van marketing en sales toenam.
- Andere belangrijke ontwikkelingen waren de introductie van standaardprogrammatuur zoals Microsoft en de doorbraak van pc's en laptops.
- Met de opkomst van internet ontstonden veel nieuwe bedrijven. Slechts weinige zijn erin geslaagd de grote beloften waar te maken. Amazon, E-bay en Google zijn gunstige uitzonderingen.
- De rond het jaar 2000 tot grote hoogte gestegen verwachtingen van internet kwamen niet snel genoeg uit. Dat heeft geleid tot veel faillissementen en het barsten van de 'internet bubble'.

Feiten en cijfers

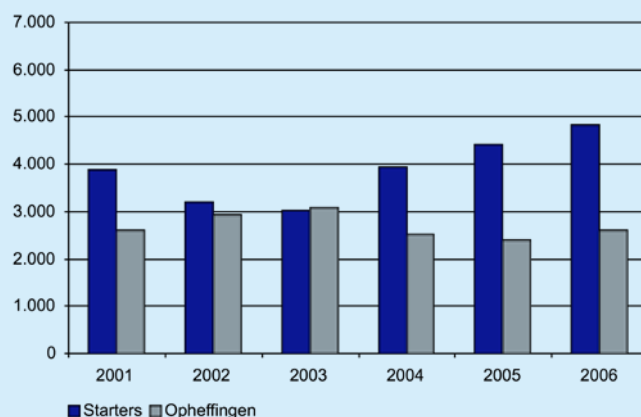
- De branche van ICT-dienstverlening bestaat uit ruim 21.000 bedrijven.
- Ongeveer 15.000 bedrijven zijn zogenaamde Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ongeveer 5.000 bedrijven een grote groep.
- Zo'n 1.200 ICT-dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers in dienst.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De meeste ICT-dienstverleners houden zich bezig met ontwikkeling van software.
- In 2006 telde de branche circa 4.800 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2007 bedroeg circa € 19,5 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij ICT-dienstverleners



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Aantal ICT-starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien in de ICT-dienstverlening in de periode 1995-2007.

De branche is sterk conjunctuurgevoelig en heeft in economisch minder goede tijden vaak te kampen met flinke terugval in de omzetten.

Er is een opvallende stagnatie tussen 2001 en 2004. Die is direct terug te voeren op het barsten van de 'bubble', die werd gevolgd door een brede economische terugval. Opdrachtgevers hielden de hand op de knip, ook waar het ging om ICT-dienstverlening.

De branche heeft inmiddels het oude groeitempo hervonden en ICT valt niet meer weg te denken uit het bedrijfsleven. Professionele ICT-dienstverleners ontwikkelen zich sterk. Er tekent zich specialisatie af. Sommige bedrijven leggen zich toe op software-ontwikkeling, andere op het overnemen van bepaalde bedrijfsactiviteiten, zoals salaris- en personeelsadministratie.

Het huidige groeitempo is vergelijkbaar met de groei tussen 1996 en 2000. In totaal werd in 2007 circa € 19,5 miljard omzet gerealiseerd.

De ICT-dienstverlening is een branche met veel bedrijfsdynamiek. Er zijn veel starters en ondernemers die nog steeds goede kansen zien. De startende bedrijven zijn aanzienlijk talrijker dan de bedrijfsopheffingen, met name in 2001 en ook vanaf 2004. In 2002 en 2003 was het aantal starters en het aantal opheffingen redelijk in evenwicht (zie figuur 3).

Startende ondernemers in ICT-dienstverlening zijn vaak relatief jonge mannen: 60% van hen is jonger dan 34 en 90% van hen is man.

Marktsegmenten die de laatste jaren binnen de ICT-dienstverlening relatief snel zijn gegroeid, zijn beheer en exploitatie van systemen, reparatie en onderhoudscontracten en het uitvoeren van databankactiviteiten.

De ICT behaalde volgens CBS-cijfers tussen 2001 en 2005 gemiddeld een bedrijfsresultaat van 9%, wat hoger is dan het marktgemiddelde (6,3%). ICT-dienstverleners maken dus meer dan gemiddelde winsten.

ICT-dienstverlening

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De meest gesloten verzekeringen binnen de ICT-dienstverlening zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en personenauto.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Verzekeringen op het gebied van pensioen, WIA, computer & elektronica en ziekteverzuim worden vaker gesloten dan gemiddeld.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche minder verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

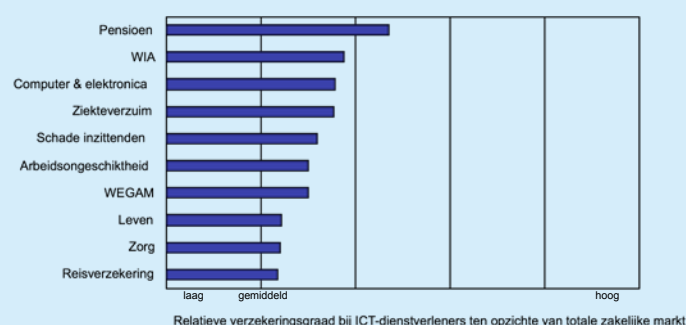
Trends & ontwikkelingen

- Het gebruik van ICT neemt verder toe in zowel de zakelijke als de particuliere markt. Dat leidt tot meer vraag naar specialistische kennis over de inzet van ICT bij het optimaliseren van bedrijfsprocessen.
- De vraag naar meer capaciteit op internet, bijvoorbeeld voor 'video streaming', wordt zo groot dat digitale opstoppingen kunnen ontstaan.
- Online dienstverlening neemt toe: internet wordt gebruikt om te winkelen, te vergelijken en om aankopen te doen. Dit leidt tot meer omzet voor gespecialiseerde ICT-dienstverleners.
- De afhankelijkheid van ICT neemt bij veel bedrijven toe. Uitval van ICT-functies kan ondernemingen soms volledig platleggen.
- ICT biedt veel mogelijkheden tot innovaties, bijvoorbeeld in de gezondheidszorg en de dienstverlening door overheden. De overheid stimuleert de toepassing van dergelijke innovaties met subsidies.
- ICT-dienstverleners kiezen vaker voor outsourcing van activiteiten als softwareontwikkeling naar lagelonenlanden. Belangrijkste redenen daarvoor zijn personeelsschaarste en de hoge kosten van personeel in Nederland.

Risico's

- Toename van het gebruik van internet vereist nieuwe, vaak duurdere apparatuur en daarmee ook meer uitgaven aan computer- en elektronicaverzekeringen.
- De afhankelijkheid van ICT leidt bij veel bedrijven tot meer uitgaven ten behoeve van risicobeheersing bij uitval van ICT-systemen.
- Groei van online dienstverlening leidt tot nieuwe vraagstukken rond aansprakelijkheid, onder meer bij onvoldoende beveiliging of bij fouten in de programmatuur.
- Het laten ontwikkelen van software in bijvoorbeeld India kan zijn weerslag hebben op de kwaliteit van ICT-producten, of op de controle die een onderneming daarop uitoefent. Een adequate aansprakelijkheidsverzekering en heldere algemene voorwaarden zijn daarom steeds belangrijker, net als goede afspraken met de leveranciers in het buitenland.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen ICT-dienstverleners



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Op technologisch gebied is er sprake van convergentie. Vroeger waren telefonie, internet en video verschillende en gescheiden media, ondersteund door aparte apparatuur. Tegenwoordig worden meer en meer functies via één kanaal geleverd: tegenwoordig kan men bijvoorbeeld telefoneren en video's bekijken via internet.
- Nieuw is de opkomst van freeware of open source applicaties: ICT-pakketten die gratis of tegen beperkte kosten beschikbaar zijn en vaak vrijwel even goed werken als dure alternatieven.
- Nieuwe technologieën zijn bijvoorbeeld: cloud computing (gedeelde infrastructuur), management van metadata, virtualisatie-technologieën voor bijvoorbeeld trainingen, open source software, real world webapplicaties (bijvoorbeeld real time informatie bij navigatiesystemen) en zogenaamde social software zoals Hyves.

Risico's

- Convergentie is een complex thema dat de verzekeringsbehoefte verandert, ook doordat bedrijven nieuwe activiteiten ontwikkelen waarvan ze risico's niet altijd goed kunnen inschatten. Dekkingen van bestaande computer- en elektronicaverzekeringen kunnen dan ontoereikend zijn.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Verzekeringen voor pensioen-, WIA, computer & elektronica- en ziekteverzuim, zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Verzekeringen voor beroepsaansprakelijkheid is een mogelijk aanknopingspunt, maar is nu nog beperkt.

Belangrijke organisaties

- ICT-Office, branchevereniging van IT-, Telecom-, Internet- en Officebedrijven.

- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan ertoe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige computer- en elektronicaverzekeringen.
- ICT-dienstverleners dienen zich ook op het gebied van (beroeps)aansprakelijkheid goed te beschermen.
- Innovatieve bedrijfsmodellen kennen mogelijk een ander risicoprofiel, waardoor aanpassing in de bestaande dekkingen wenselijk of zelfs noodzakelijk wordt.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Het tekort aan ICT-specialisten is groot en dat blijft naar verwachting zo, in vrijwel alle sectoren. Dit wordt onder meer veroorzaakt door onvoldoende aanbod van nieuw, goed geschoold personeel met vooral bèta-opleidingen. De salarissen in deze branche zijn vaak al hoger dan gemiddeld.

Risico's

- Het tekort aan ICT-personeel leidt tot spanning op de arbeidsmarkt, toename van ziekteverzuim door hoge werkdruk en in ernstige gevallen zelfs tot arbeidsongeschiktheid. Preventie, reïntegratie en goede ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Om nieuw personeel te werven en te vast te houden worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarregelingen. Er is geen verplicht bedrijfstakpensioenfonds in deze branche.
- Een specifiek aanbod voor zzp'ers, bijvoorbeeld op het gebied van (beroeps)aansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente, kan toegevoegde waarde leveren.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van MKB-Nederland, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is geen algemeen verbindend verklaarde cao.

Duurzaamheid

Trends & ontwikkelingen

- ICT-apparatuur verbruikt aanzienlijke hoeveelheden elektriciteit en draagt daarmee bij aan CO₂-uitstoot. Volgens onderzoeksbureau Gartner bedraagt het aandeel circa 2%, wat bijna net zoveel is als het mondiale vliegverkeer. Nieuwe regelgeving inzake bijvoorbeeld elektriciteitsverbruik, CO₂-uitstoot en andere milieueffecten kan hoge investeringen en aanpassingen vereisen. Zo wil de gemeente Amsterdam een groene ICT-sector stimuleren door te eisen dat men gebruikmaakt van moderne koeltechnieken, zuiniger apparatuur en restwarmte.

Bron

De in dit brancherapport gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingkantoren

De markt

Advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingkantoren zijn onderdeel van de markt voor zakelijke dienstverlening. Ze adviseren bedrijven over specialistische onderwerpen of voeren activiteiten uit als:

- juridische procedures en rechtszaken
- administratieve taken of belastingzaken
- boekhouding of de controle daarop.

Figuur 1. Aantal advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingkantoren verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)*

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Advocatenkantoren	325	1.020	230	150	80	20	25	1.850
Rechtskundige adviesbureaus	550	230	30	15	15	5	5	850
Notarissen	10	115	205	175	65	5	0	575
Deurwaarders	5	45	30	40	35	10	5	170
Octrooibureaus	20	25	10	5	5	5	0	70
Registeraccountants	635	315	85	70	60	20	20	1.205
Accountants-administratieconsulent	765	515	200	145	75	25	15	1.740
Administratiekantoren (boekhouden)	5.590	2.135	280	120	45	5	10	8.185
Belastingconsulenten	1.075	485	80	35	10	0	5	1.690
Overige administratiekantoren	845	475	55	35	20	10	5	1.445
Totaal	9.820	5.360	1.205	790	410	105	90	17.780

Bron: CBS, maart 2007

Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

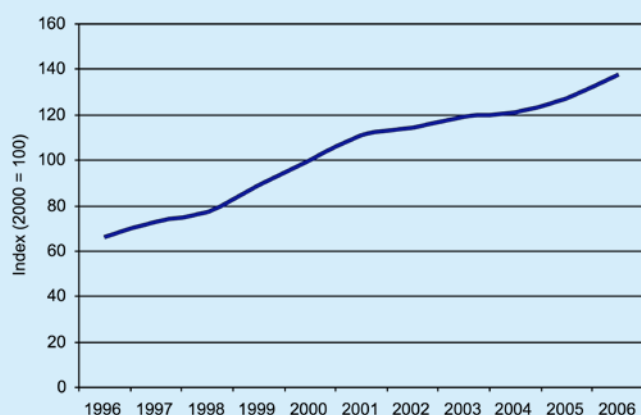
- Gespecialiseerde zakelijke dienstverleners bestaan als beroepsgroep al vrij lang, namelijk sinds de industriële revolutie. Dat is veel langer dan bijvoorbeeld de ICT-dienstverleners. De groep heeft dan ook een minder stormachtig verleden en vormt een vrij stabiel onderdeel van de economie.
- De schaal en professionaliteit van adviesbureaus is de laatste decennia enorm toegenomen.
- Opdrachtgevers nemen zakelijke dienstverleners uit deze branche in de arm met de bedoeling gebruik te maken van hun specifieke expertise en adviezen.
- In deze branche worden uiteenlopende diensten geleverd. De adviesbureaus kunnen daardoor sterk verschillen in organisatie, stijl, tariefstelling, omvang et cetera.

* De economische, technische en organisatorische adviesbureaus worden beschouwd als een aparte branche.

Feiten en cijfers

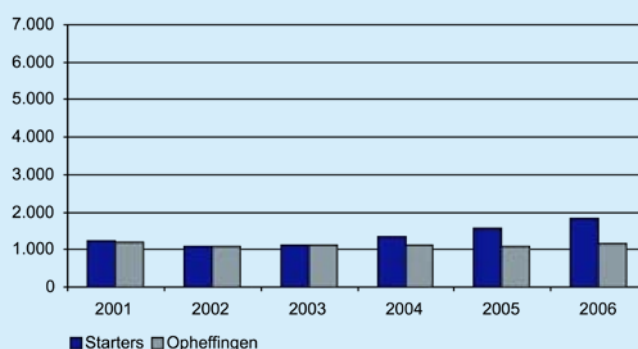
- De branche van advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingkantoren bestaat uit ongeveer 18.000 bedrijven.
- Bijna 10.000 bedrijven zijn zogenaamde Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ongeveer 6.500 bedrijven een grote groep.
- Ongeveer 1.400 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche bestaat uit administratiekantoren (boekhouders).
- In 2006 telde de branche circa 1.800 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2006 bedroeg circa € 12,1 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij advocaten, notarissen, accountants, administratie-, belastingkantoren



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Advocaten, notarissen, accountants, administratie-, belastingkantoren - starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingadviseurs in de periode 1996-2006.

De branche is weinig conjunctuurgevoelig en heeft in economisch minder goede tijden maar beperkt te kampen met terugval in omzetten.

Tussen 1998 en 2000 was er lichte versnelling in de omzetontwikkeling als gevolg van een economische hausse. In de jaren daarna was sprake van een lichte groeivertraging.

In totaal werd in 2006 circa € 12,1 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent minder bedrijfddynamiek dan bijvoorbeeld de branche van ICT-dienstverleners. Het aantal starters is beperkter, hetzelfde geldt voor bedrijfsopheffingen. Sinds 2004 is het aantal starters echter gestaag gestegen, terwijl het aantal opheffingen vrijwel constant is gebleven.

Dat wijst erop dat een groeiend aantal professionals uit deze branche ervoor kiest zelf een bureau op te zetten. Redenen daarvoor kunnen zijn dat men flexibeler wil kunnen werken of dat men zich op een bepaald specialisme wil concentreren. Vaak wordt hierbij vanuit het eigen huis gewerkt.

Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en wat vaker vrouw: 69% van hen is ouder dan 34 en 39% van hen is vrouw.

Met name het aantal startende algemene rechtskundige adviesbureaus, administratiekantoren en belastingconsulenten is sterk toegenomen.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 21%, wat aanzienlijk hoger is dan het marktgemiddelde (6,3%).

Advocaten, notarissen, accountants, administratie- en belastingkantoren

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en computers & elektronica.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Met name verzekeringen op het gebied van beroepsaansprakelijkheid en computer & elektronica zijn vaker gesloten dan gemiddeld.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche minder verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

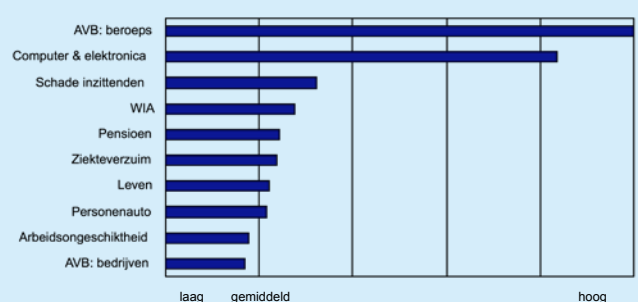
Trends & ontwikkelingen

- De markt voor gespecialiseerde adviesbureaus groeit doordat de wereld complexer wordt. Door veranderende wet- en regelgeving is er meer werk voor bijvoorbeeld juristen.
- Nieuwe regels van toezichthouders als de AFM voor adviesdienstverleners (bijvoorbeeld IFRS, SOx, WTa) bieden kansen aan bedrijven die hun zaken goed op orde hebben. Zij kunnen de bijbehorende opleidingscertificaten als 'keurmerk' gebruiken.
- Klanten eisen meer transparantie over de kosten van adviestrajecten. Sommige nieuwe bedrijven spelen daar op in en positioneren zich als prijsvechter.
- Met name de grote, internationaal opererende dienstverleners zijn erg actief in outsourcing van bepaalde activiteiten, zoals het verzamelen en analyseren van informatie en het maken van templates voor rapportages. Belangrijke redenen daarvoor zijn schaarste aan personeel en hoge kosten van personeel in Nederland.

Risico's

- De toename van complexere zaken en strengere eisen rond onafhankelijkheid en transparantie kunnen met name van invloed zijn op de (beroeps)aansprakelijkheid.
- De rechtsbijstand- en aansprakelijkheidsverzekeringen zijn een belangrijke bron van inkomsten voor juridische adviesbureaus.
- Een specifiek aanbod voor zzp'ers binnen de subbranches van administratiekantoren en belastingconsulenten kan toegevoegde waarde leveren. Te denken valt aan verzekeringen op het gebied van (beroeps)aansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente.
- Het uitbesteden van bepaalde dienstverlening naar kantoren in bijvoorbeeld India kan zijn weerslag hebben op de kwaliteit van eindproducten, of op de controle die een onderneming daarop uitoefent. Een adequate aansprakelijkheidsverzekering en duidelijke algemene voorwaarden zijn daarom steeds belangrijker, net als goede afspraken met de leveranciers in het buitenland.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen advocaten, notarissen, accountants, administratie-, belastingkantoren



Relatieve verzekeringsgraad bij advocaten, notarissen, accountants, administratie-, belastingkantoren t.o.v. totale zakelijke markt

Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Er is sprake van voortschrijdende digitalisering. Vooral bij accountants en belastingadviseurs worden steeds meer eisen gesteld ten aanzien van het digitaal aanleveren van gegevens en rapportages. Daarmee wordt outsourcing, bijvoorbeeld naar Oost-Europa of India, eenvoudiger. Het opstellen en verwerken van gegevens hoeft niet meer op één plek plaats te vinden.
- Online boekhouden is in opkomst. Het geeft bedrijven de mogelijkheid via internet hun gegevens in te voeren en een overzicht van alle grootboekposten te krijgen. Hierbij geldt een 24 uursbeschikbaarheid.
- Doordat veel mensen zakelijk toegang hebben tot internet, zijn ze in staat vanaf de werkplek privé zaken af te handelen. Zo kan het risico van verspreiding van vertrouwelijke bedrijfsgegevens toenemen. Een goede computerbeveiliging wordt dus belangrijker, ook omdat internetcriminaliteit toeneemt.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Beroepsaansprakelijkheid en computer & elektronica zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Inkomensverzekeringen (WIA en ziekteverzuim) worden ook vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- College Belastingadviseurs (CB)
- Nederlandse Federatie van Belastingadviseurs (NFB)
- Vereniging van accountants- en belastingadviesbureaus (VLB)
- De Nederlandse Orde van Accountants-Administratieconsulenten (NOvAA)
- Koninklijk Nederlands Instituut Registeraccountants (NIVRA)
- Nederlandse Orde van Administratie- en Belastingdeskundigen (NOAB)
- Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie (KNB)
- Koninklijke Beroepsorganisatie van Gerechtsdeurwaarders (KBvG)
- Nederlandse Orde van Advocaten (NOVA)
- Nederlandse Vereniging van Rechtskundige Adviseurs
- Vereniging van Letselschade Advocaten (LSA)
- Samenwerkende Registeraccountants en Accountants-Administratieconsulenten (SRA)

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen ertoe leiden dat de dekking van de huidige computer- en elektronica-verzekeringen tekortschiet. Door analyse moet worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's er zijn ontstaan die (nog) niet zijn afgedekt. Dit kan tot uitgebreidere, aanvullende of zelfs nieuwe verzekeringsbehoeften leiden.
- Innovatieve bedrijfsmodellen kennen mogelijk een ander risicoprofiel, waardoor aanpassing in de bestaande dekkingen wenselijk of zelfs noodzakelijk wordt.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventie maatregelen kan ertoe leiden dat schade niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige computer- en elektronica-verzekeringen.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Personeel is in deze branche de motor van de onderneming.
- Het tekort aan geschikt personeel is groot. Doordat er te weinig instroom is vanuit opleidingen en steeds meer mensen parttime willen werken, zal dat naar verwachting zo blijven.
- Het personeel staat soms onder grote druk. Vaak maken ze te veel overuren, zodat de balans tussen werk en privéleven verstoord raakt. Veel mensen vinden de verdiensten niet opwegen tegen de hoge werkdruk. Het grote personeelsverloop dat hierdoor ontstaat, is een belangrijk probleem binnen deze branche.

Risico's

- Het tekort aan personeel leidt tot spanning op de arbeidsmarkt, toename van ziekteverzuim door hoge werkdruk en in ernstige gevallen zelfs tot arbeidsongeschiktheid. Preventie, reïntegratie en goede ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Om nieuw personeel te werven en vast te houden worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarregelingen. In deze branche is er alleen voor medewerkers in het notariaat een verplicht gesteld bedrijfstakpensioenfonds.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van MKB-Nederland, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is geen algemeen verbindend verklaarde cao.

Bron

De in dit brancherapport gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Organisatieadvies-, onderzoeks- en PR-bureaus

De markt

Organisatieadvies-, onderzoeks- en PR-bureaus zijn een onderdeel van de markt van zakelijke dienstverleners. Ze adviseren over specialistische zaken en voeren taken voor klanten uit als:

- ontwikkeling en implementatie van organisatievormen
- onderzoek naar en advies over markt, klanten, strategie, organisatie, processen & systemen
- marketing en PR-activiteiten
- projectmanagement.

Figuur 1. Aantal organisatieadviesbureaus verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Markt- en opinie-onderzoekbureaus	2.295	635	130	75	60	20	5	3.220
Organisatieadviesbureaus	22.235	4.170	495	285	145	45	20	27.395
Public relationsbureaus	1.075	340	60	40	10	5	0	1.530
Overige economisch onderzoek en advies	3.745	1.170	160	90	40	10	5	5.220
Totaal	29.350	6.315	845	490	255	80	30	37.365

Bron: CBS, maart 2007

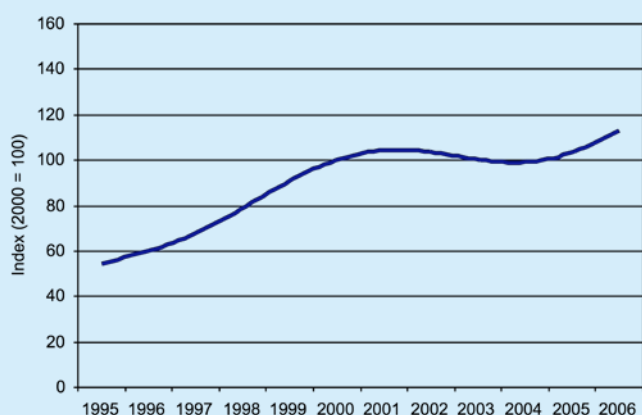
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Organisatieadviesbedrijven bestaan al sinds het begin van de twintigste eeuw; veel langer bijvoorbeeld dan ICT-dienstverleners. De markt heeft een minder stormachtig verleden en vormt een stabiel onderdeel van de economie.
- De schaal en de professionaliteit van organisatieadviesbureaus is de laatste decennia sterk toegenomen; eerst door consolidatie in nationale markten, later door internationalisatie.
- Opdrachtgevers huren organisatieadviesbedrijven in met het oog op hun specialistische kennis en expertise. Steeds vaker gaat het ook om het implementeren van de voorgestelde organisatieveranderingen.
- De adviesbureaus in deze branche kunnen verschillen op het gebied van dienstenpakket, organisatievorm, stijl, tariefstelling, omvang et cetera.

Feiten en cijfers

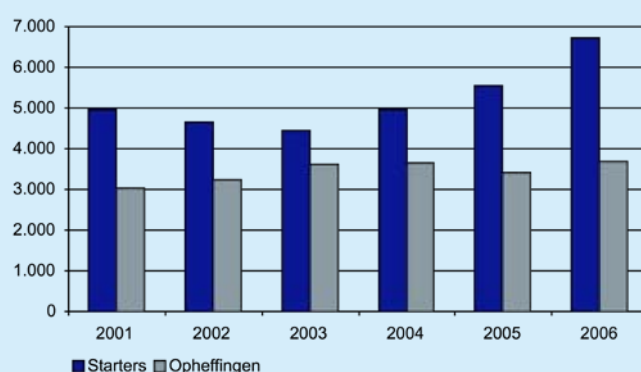
- De branche van organisatieadvies-, onderzoeks- en PR-bureaus bestaat uit ruim 37.000 bedrijven.
- Ruim 29.000 bedrijven zijn zogenaamde Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 7.000 bedrijven een grote groep.
- Ongeveer 850 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door organisatieadviesbureaus.
- In 2006 telde de branche circa 6.700 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2006 bedroeg circa € 10,2 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij organisatieadviesbureaus



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Organisatieadviesbureaus - starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij organisatieadviesbedrijven in de periode 1995-2006.

De branche is conjunctuurgevoelig en heeft in economisch minder goede tijden vaak te kampen met terugval in de omzetten.

Tussen 1997 en 2000 was er een versnelling in de groei als gevolg van de economische hausse maar in de jaren daarna was sprake van een duidelijke groeivertraging en terugval. Dat was het gevolg van een brede economische terugval. Er werden toen veel minder externe experts ingehuurd.

De branche heeft het oude groeitempo hervonden. In totaal werd in 2006 circa € 10,2 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een grote bedrijfsdynamiek. Het aantal starters is al jaren groter dan het aantal bedrijfsopheffingen. In de periode 2001-2003 nam dit verschil af, maar sinds 2004 stijgt het aantal starters gestaag terwijl het aantal opheffingen relatief constant is.

Dat geeft aan dat steeds meer professionals uit deze branche er voor kiezen een eigen bureau op te zetten. Daarbij spelen verschillende motieven een rol, bijvoorbeeld het verbeteren van de inkomenssituatie of van de mogelijkheden om flexibeler te werken. Sommige starters willen zich op een bepaald specialisme concentreren.

Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot het marktgemiddelde wat ouder en wat vaker vrouw: 75% van hen is ouder dan 34 en 34% van hen is vrouw.

Belangrijkste marktsegmenten binnen de organisatieadviesbureaus zijn projectmanagement (11%), ondernemingsstrategie en organisatieontwikkeling (10%) en marketing en corporate communicatie (6%).

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 17%, wat aanzienlijk hoger is dan het marktgemiddelde (6,3%).

Organisatieadvies-, onderzoeks- en PR-bureaus

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en personenauto.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Met name verzekeringen op het gebied van beroepsaansprakelijkheid worden in deze branche vaker gesloten dan gemiddeld.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche minder verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

Trends & ontwikkelingen

- De markt voor organisatieadviesbureaus groeit. Dit is het gevolg van complexe veranderingen op het gebied van wet- en regelgeving en technische innovaties. De veranderingen stellen hoge eisen aan bedrijven en instellingen. Organisatieadviesbedrijven leveren de kennis en ervaring die nodig is om met deze veranderingen om te kunnen gaan.
- Klanten worden kritischer, 'shoppen' meer rond voor de juiste adviseur en zullen vaker van adviseur wisselen. Zij eisen ook meer transparantie over de kosten van adviestrajecten. Sommige nieuwe bedrijven spelen daar op in en positioneren zich als prijsvechter.
- Grote gespecialiseerde adviesdienstverleners zijn vooral actief bij internationale bedrijven en instellingen en veel minder in nationale markten of bij lokale mkb-bedrijven. Mkb'ers maken in het algemeen minder vaak gebruik van de diensten van adviseurs.
- Met name de grote, internationaal opererende dienstverleners zijn erg actief in outsourcing van bepaalde activiteiten, zoals het verzamelen en analyseren van informatie, het maken van templates voor rapportages et cetera. Belangrijkste redenen daarvoor zijn personeelsschaarste en de relatief hoge kosten van personeel in Nederland.

Risico's

- De toename van complexe vraagstukken en wet- en regelgeving kunnen met name invloed hebben op de (beroeps)aansprakelijkheid.
- Een specifiek aanbod voor zzp'ers, bijvoorbeeld op het gebied van (beroeps)aansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente, kan toegevoegde waarde leveren.
- Het uitbesteden van bepaalde dienstverlening naar kantoren in bijvoorbeeld India kan zijn weerslag hebben op de kwaliteit van eindproducten, of op de controle die een onderneming daarop uitoefent. Een adequate aansprakelijkheidsverzekering en heldere algemene voorwaarden zijn daarom steeds belangrijker, net als goede afspraken met de leveranciers in het buitenland.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen organisatieadviesbureaus



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Er is steeds vaker sprake van publicatie van markt- en bedrijfsinformatie op internet. Dit geeft adviesdienstverleners mogelijkheden om op afstand markt- en bedrijfsanalyses te laten maken door relatief goedkoop personeel in landen in Oost-Europa of Azië.
- De inzet van ICT en internet in vrijwel alle bedrijfsprocessen biedt nieuwe mogelijkheden. Organisatieadviesbureaus kunnen bedrijven assisteren bij het maken van keuzes omtrent de inzet van ICT en bij het implementeren van de organisatieaanpassingen die daarmee samenhangen.
- Doordat veel mensen zakelijk toegang hebben tot het internet, zijn ze in staat vanaf de werkplek privé zaken af te handelen. Daardoor kan het risico voor verspreiding van vertrouwelijke bedrijfsgegevens toenemen. Een goede computerbeveiliging wordt dus belangrijker, ook omdat internetcriminaliteit toeneemt.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen ertoe leiden dat de dekking van de huidige computer- en elektronicaverzekeringen tekortschiet. Door analyse moet worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's er zijn ontstaan die (nog) niet zijn afgedekt. Dit kan tot uitgebreidere, aanvullende of zelfs nieuwe verzekeringsbehoeften leiden.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Verzekeringen voor beroepsaansprakelijkheid zijn een belangrijk aanknopingspunt.
- Verzekeringen voor pensioen, computer & elektronica, reizen en personenauto worden ook vaker afgesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- Algemene Beroepsvereniging voor Counseling (ABvC)
- Brancheorganisatie voor Bedrijfsoverdracht Bemiddelaars (BOBB)
- Raad van Organisatie-Adviesbureaus (ROA)
- Vereniging Nederlandse Orde van Register-Managers
- Dutch Dialogue Marketing Association (DDMA)
- MarktOnderzoekAssociatie (MOA)
- VPRA brancheorganisatie voor public relations en communicatie-adviseurs

- Innovatieve bedrijfsmodellen kennen mogelijkwerwijs een ander risicoprofiel, waardoor aanpassing in de bestaande dekkingen wenselijk of zelfs noodzakelijk wordt.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventie maatregelen kan er toe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige computer- en elektronicaverzekeringen.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Personeel is in deze branche de motor van de onderneming.
- Het tekort aan geschikt personeel is groot. Naar verwachting blijft dat zo doordat er veel vraag is naar tijdelijke, specialistische expertise en interim-invulling van bepaalde bedrijfsfuncties.
- Adviseurs staan soms onder grote druk. Ze maken veel overuren en lopen verhoogd risico op een verstoorde balans tussen werk en privéleven. Een groot personeelsverloop is het gevolg van deze discrepantie tussen verdiensten en hoge werkdruk.
- Veel adviseurs stappen na verloop van tijd over naar functies in bedrijven waaraan ze voordien adviesdiensten verleenden. Een ander deel besluit bij kleinere adviesbureaus te gaan werken of verhuurt zichzelf als zzp'er aan klanten, meestal voor interim-adviesdiensten.

Risico's

- Het tekort aan personeel leidt tot spanning op de arbeidsmarkt, toename van ziekteverzuim door hoge werkdruk en in ernstige gevallen zelfs arbeidsongeschiktheid. Preventie, reïntegratie en goede ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Om nieuw personeel te werven en vast te houden, worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarregelingen. Er is geen verplicht bedrijfstakpensioenfonds in deze branche.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van MKB-Nederland en een RI&E Marktonderzoek, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is geen algemeen verbindend verklaarde cao.

Bron

De in dit brancherapport gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Reclamebureaus

De markt

Reclameontwerp- en adviesbureaus en organisaties die reclamediensten verlenen, zijn onderdeel van de markt voor zakelijke dienstverlening. Zij voeren uiteenlopende werkzaamheden uit rond reclamecampagnes, waaronder:

- adviseren over marketingstrategie en reclamecampagnes
- bedenken en ontwikkelen van reclamecampagnes
- begeleiden en uitvoeren van reclamecampagnes
- analyseren van resultaten en effecten van campagnes.

Grafische vormgeving en dtp-bedrijven behoren niet tot deze branche.

Figuur 1. Aantal reclamebureaus verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Reclameontwerp- en -adviesbureaus	7.410	1.975	345	190	70	20	5	10.015
Overige reclamediensten	2.140	725	150	85	50	10	10	3.170
Totaal	9.550	2.700	495	275	120	30	15	13.185

Bron: CBS, maart 2007

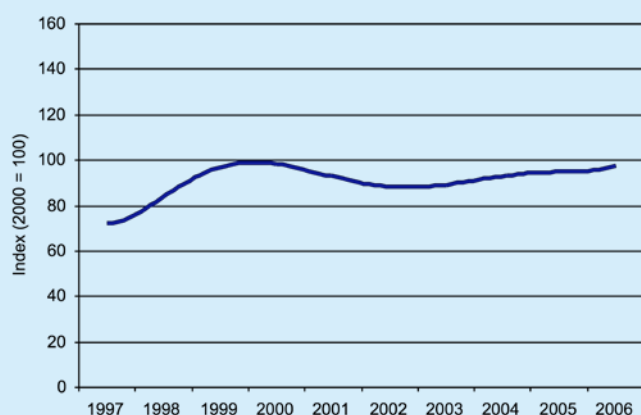
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- De reclamewereld bestaat sinds de industrialisatie. In Rotterdam en Amsterdam vestigden zich reeds aan het eind van negentiende eeuw de eerste reclamebureaus.
- De reclamewereld ontwikkelt zich de laatste jaren in hoog tempo. Met nieuwe concepten en nieuwe technologie is het mogelijk specifieke reclameboodschappen direct bij de juiste doelgroepen onder de aandacht te brengen.
- Tegelijkertijd wordt de consument minder goed voorspelbaar en treden soms snelle veranderingen op in het koopgedrag van bepaalde doelgroepen.
- Mede daardoor is micromarketing in opkomst, worden de massamedia anders ingezet en ontstaan allerlei nieuwe vormen van reclame.
- Door convergentie van de verschillende reclamekanalen als televisie, internet et cetera ontstaan niet alleen nieuwe mogelijkheden voor, maar ook meer behoefte aan een geïntegreerde multimediale aanpak.
- De snel veranderende consumentenbehoeftes vragen om veel interactie met consumenten. Op die manier kan de producent er zeker van zijn dat nieuwe producten en diensten voldoen aan de meest actuele eisen en wensen.
- De reclamewereld is veelomvattender geworden en de dienstverlening uitgebreider.
- De rendementen in de branche staan onder druk als gevolg van een toename van het aantal bureaus en door professionalisering van de inkoop door opdrachtgevers.
- Geografisch is de reclamebranche sterk geconcentreerd rond Amsterdam (nationaal) en Londen (Europees).
- De branche heeft de naam niet transparant te zijn als het gaat om de kostenstructuur en de opbouw van offerteberekeningen. In reactie hierop wordt een gedragscode ontwikkeld.
- De thema's maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en duurzaamheid worden steeds populairder. Dit biedt nieuwe mogelijkheden en deze thematiek wordt dan ook steeds vaker opgenomen in reclame- en marketingplannen.

Feiten en cijfers

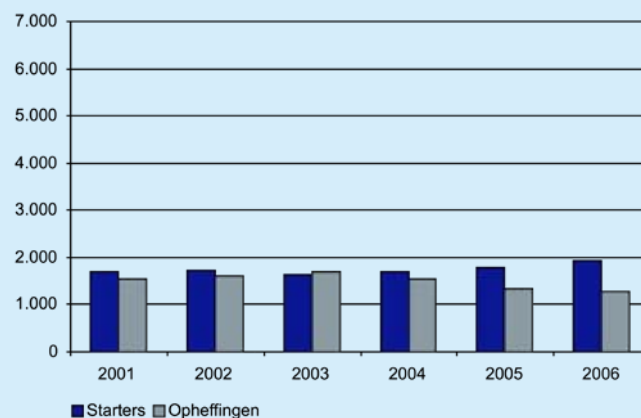
- De branche van reclamebureaus bestaat uit ongeveer 13.000 bedrijven.
- Bijna 10.000 bedrijven zijn Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ongeveer 3.200 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Ruim 400 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door de categorie reclameontwerp- en adviesbureaus.
- In 2006 telde de branche bijna 2.000 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2006 ongeveer € 6,9 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij reclamebureaus



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Reclamebureaus - starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij reclamebureaus in de periode 1997-2006.

De branche is zeer conjunctuurgevoelig. In minder goede economische tijden wordt snel bezuinigd op de diensten van reclamebureaus.

Tussen 1997 en 2001 is de branche stormachtig gegroeid als gevolg van de economische hausse. De terugval in de jaren erna is navenant groot geweest. Sinds 2003 neemt de omzet weer gestaag toe. In totaal werd in 2006 ongeveer € 6,9 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een flinke bedrijfsdynamiek, waarbij het aantal starters redelijk in evenwicht is met het aantal bedrijfsopheffingen. In de periode 2004-2006 is het aantal starters echter licht gestegen en het aantal opheffingen sterker teruggelopen, waardoor het netto aantal nieuwe bedrijven op dit moment enkele honderden per jaar bedraagt.

De relatief sterke daling in het aantal bedrijfsopheffingen sinds 2004 geeft aan dat de markt in die periode relatief goed is geweest en dat veel bureaus succesvol zijn.

Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en een gemiddeld aantal onder hen is vrouw: 60% is ouder dan 34 en 32% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 9,7%, wat hoger is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Reclamebureaus

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en computer & elektronica.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- De verzekeringen voor computer & elektronica, lijfrente en reizen worden in de branche vaker gesloten dan gemiddeld bij Nederlandse bedrijven.
- Over het algemeen zijn deze bedrijven gemiddeld verzekerd vergeleken met andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

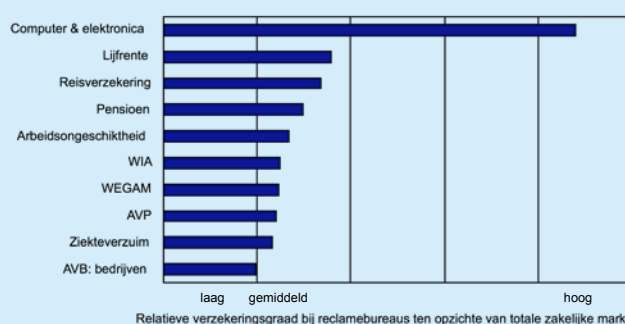
Trends & ontwikkelingen

- De markt is competitiever geworden, mede doordat een aanzienlijk aantal professionals voor zichzelf begint en zich verhuurt aan opdrachtgevers.
- Inkoop van reclamedienstverlening door grote bedrijven wordt geprofessionaliseerd. Dat betekent dat opdrachtgevers meer dwingende eisen stellen aan de uitvoering van opdrachten.
- Er worden steeds weer nieuwe, complexe reclame- en marketinginstrumenten ingezet.
- Reclamebureaus werken steeds meer internationaal.
- In de branche hebben bedrijven veel te maken kwesties rond intellectueel eigendom.

Risico's

- De toename in complexiteit en strengere eisen rondom opdrachtuitvoering, eigendomsrechten et cetera kunnen vooral hun weerslag hebben op de (beroeps) aansprakelijkheid.
- De inzet van innovatieve reclame-instrumenten kan leiden tot andere risicoprofielen. Hierdoor kan aanpassing in de bestaande dekkingen noodzakelijk worden.
- Reisverzekeringen worden veel afgesloten. Goede dekkingen zijn hier belangrijk.
- Een goede rechtsbijstandverzekering kan bescherming bieden tegen misbruik van intellectueel eigendom door concurrenten.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen reclamebureaus



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- In de markt voor reclamebureaus is onderscheidend vermogen een belangrijk criterium. Er worden nieuwe concepten en technologieën ingezet, onder andere audiovisueel materiaal via internet, computerprogrammatuur en games. Traditionele kanalen zoals folders worden minder gebruikt.
- Doordat veel mensen zakelijk toegang hebben tot internet zijn bedrijven kwetsbaarder voor internetcriminaliteit.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen ertoe leiden dat de dekking van de huidige computer- en elektronica-verzekeringen tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die (nog) niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schade niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige computer- en elektronica-verzekeringen.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- De computer & elektronica-, lijfrente- en reisverzekeringen vormen belangrijke aanknopingspunten.
- Verzekeringen voor pensioen, arbeidsongeschiktheid, WIA en ziekteverzuim worden ook vaker afgesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- Vereniging van communicatieadviseurs (VEA)
- GVR stond vroeger voor Genootschap Voor Reclame, tegenwoordig GVR / De Kennisconnectie

- Innovatieve bedrijfsmodellen kennen mogelijkwerwijs een ander risicoprofiel, waardoor aanpassing in de bestaande dekkingen wenselijk of zelfs noodzakelijk wordt.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige computer- en elektronicaverzekeringen.
- Er is geen verplicht bedrijfstakpensioenfonds in deze branche, maar wel Een facultatief bedrijfstakpensioenfonds voor de media, het pensioenfonds PNO Media.
- Zzp'ers missen een wettelijk vangnet voor ziekte en arbeidsongeschiktheid. Een specifiek aanbod voor zzp'ers kan toegevoegde waarde leveren, bijvoorbeeld op het gebied van bedrijfsaansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente.
- Er is geen Algemeen Verbindend Verklaarde cao voor de branche.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Personeel is een belangrijke, creatieve factor in deze branche. Personeelskosten vormen een aanzienlijk deel in de totale kosten van bedrijven.
- De grote afhankelijkheid van geschikt personeel is een heikel punt. Er is een nijpend tekort. Dit zal voorlopig zo blijven, mede als gevolg van de lage instroom vanuit opleidingen. Bovendien willen steeds meer mensen parttime werken.
- Professionals in de reclamebranche staan soms onder grote druk; een veelgehoorde klacht is dat er veel overuren worden gemaakt en dat daardoor de balans tussen werk en privéleven verstoord raakt. Dat leidt tot een relatief groot personeelsverloop, omdat veel mensen de verdiensten niet vinden opwegen tegen de hoge werkdruk.
- Het aantal zzp'ers in de branche is relatief hoog. Redenen daarvoor kunnen zijn dat men graag zelfstandig en flexibeler wil kunnen werken of dat men zich op een bepaald specialisme wil concentreren. Hierbij wordt vaak vanuit het eigen huis gewerkt.

Risico's

- Het tekort aan personeel leidt tot spanning op de arbeidsmarkt, toename van ziekteverzuim door hoge werkdruk en in ernstige gevallen zelfs tot arbeidsongeschiktheid. Preventie, reïntegratie en goede ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Om nieuw personeel te werven en te vast te houden worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarregelingen. Deze zaken worden binnen de zakelijke dienstverlening relatief nog minder verzekerd.

Bron

De in dit brancherapport gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Architecten- en ingenieursbureaus

De markt

Architecten- en ingenieursbureaus maken deel uit van de markt voor zakelijke dienstverlening. Ze maken ontwerpen en adviseren over gebouwen, infrastructuur en installaties. Belangrijke categorieën daarbinnen zijn:

- huizen, flats en kantoren
- wegen, waterwegen en spoorwegen
- fabrieken en technische installaties.

Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers. N.B. De economische en organisatorische adviesbureaus worden beschouwd als aparte branches.

Figuur 1. Aantal architecten , ingenieurs , technisch ontwerpers verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Architecten, ingenieurs ohgv B&U	4.220	1.650	440	290	160	35	15	6.810
Technischontwerpstedenbouw, planologie	1.130	305	65	50	40	10	10	1.610
Technisch ontwerp van weg- en waterbouw	530	170	50	35	15	5	5	810
Technisch ontwerp elektro-, installatietechniek	1.440	520	100	75	40	10	5	2.190
Technisch ontwerp werktuig-, machinebouw	1.095	375	100	60	55	15	5	1.705
Technisch ontwerp van deprocestechniek	430	140	30	20	15	5	5	645
Technisch ontwerp (geen specialisatie)	1.525	340	60	35	25	10	10	2.005
Overig technisch ontwerp en advies	1.035	295	70	75	40	10	15	1.540
Totaal	11.405	3.795	915	640	390	100	70	17.315

Bron: CBS, maart 2007

Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

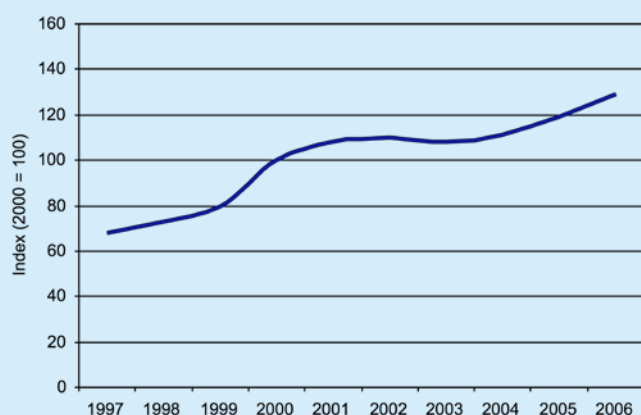
- Architecten- en ingenieursbureaus bestaan al meer dan honderd jaar. Ze vormen een stabiel onderdeel van de economie.
- In de eerste periode na het jaar 2000 was er een grote terugval in projecten. Net als in de rest van de bouwwereld is er de laatste jaren sprake van herstel bij architecten- en ingenieursbureaus.
- Inmiddels groeit de branche weer aanzienlijk. De vooruitzichten zijn vooralsnog goed.
- In de branche vindt reeds enige tijd aanzienlijke schaalvergroting plaats. Kleinere bureaus worden opgekocht door grotere.
- Doordat een deel van de (bouw)projecten steeds groter en complexer wordt, is er behoefte aan bureaus die specialisten in huis hebben op een groot aantal expertisegebieden.
- De noodzaak veel expertises in huis te hebben is een van de oorzaken van de schaalvergroting.
- Complexe projecten vragen om een sterke rol als 'ketenregisseur': de partij die het gehele project overziet, coördineert of zelf aanstuurt.
- Er zijn ook innovatieve, nieuwe vormen van opdrachtgever-opdrachtnemerrelaties ontstaan, zoals het publiek-private samenwerkingsverband (PPS).
- Bij aanbestedingen gaat het vaak om de prijs en krijgen innovatie en creativiteit weinig ruimte.
- Grote bureaus zijn vaak internationaal actief en daardoor gevoelig voor conjunctuurwisselingen in de wereldeconomie. De meeste kleinere ontwerp bureaus richten zich hoofdzakelijk op Nederland.
- Vooral Azië is een aantrekkelijke groeimarkt, maar ook Oost-Europa biedt goede kansen.

* De economische en organisatorische adviesbureaus worden beschouwd als aparte branches.

Feiten en cijfers

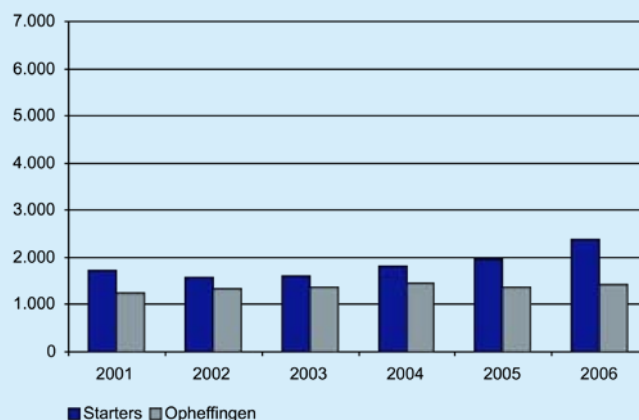
- De branche van architecten- en ingenieursbureaus bestaat uit ongeveer 17.000 bedrijven.
- Ruim 11.000 bedrijven zijn zogenaamde Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ongeveer 4.700 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Circa 1.200 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door de categorie architecten- en ingenieursbureaus op het gebied van burgerlijke en utiliteitsbouw.
- In 2006 telde de branche bijna 2.400 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2006 ongeveer € 11,7 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij architecten, ingenieurs, technisch ontwerpers



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Architecten, ingenieurs, technisch ontwerpers - starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij architecten- en ingenieursbureaus in de periode 1997-2006.

De branche kent een flinke conjunctuurgevoeligheid. In economisch slechte tijden wordt minder gebouwd en is er dus ook minder werk voor architecten- en ingenieursbureaus.

Tussen 1999 en 2000 was er een goed zichtbare versnelling in de ontwikkeling als gevolg van een economische hausse. In de jaren daarna was sprake van stagnatie. Dit was het gevolg van de brede economische recessie, die tot een verminderde bouwactiviteit leidde.

In totaal werd in 2006 ongeveer € 11,7 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent minder bedrijfsdynamiek dan bijvoorbeeld die van de ICT-dienstverleners: zowel het aantal starters als bedrijfsopheffingen is beperkter. In de gehele periode 2001-2006 is het aantal starters groter dan het aantal opheffingen. Vanaf 2003 neemt het verschil toe.

Dat wijst erop dat een groeiend aantal professionals uit deze branche ervoor kiest zelf een bureau op te zetten. Redenen daarvoor kunnen zijn dat men graag zelfstandig wil werken, flexibeler wil zijn of dat men zich op een bepaald specialisme wil concentreren. Hierbij wordt in de beginfase vaak vanuit het eigen huis gewerkt.

Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en maar weinigen zijn vrouw: 71% is ouder dan 34 en slechts 11% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 9,7%, wat hoger is dan het marktgemiddelde (6,3%).

Architecten- en ingenieursbureaus

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en computer & elektronica.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- De verzekeringen voor computer & elektronica, lijfrente en reizen worden in de branche vaker gesloten dan gemiddeld bij Nederlandse bedrijven.
- Over het algemeen zijn deze bedrijven gemiddeld verzekerd vergeleken met andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

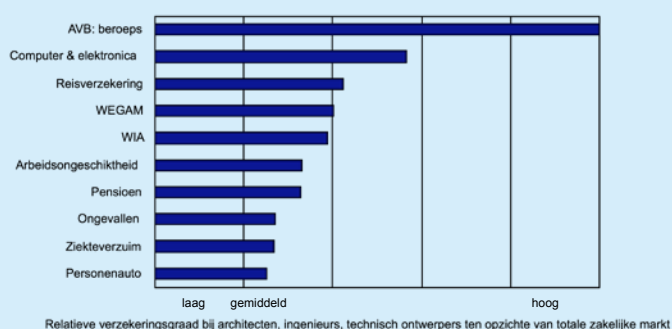
Trends & ontwikkelingen

- De markt kent steeds meer grote en complexe projecten. Hierdoor ontstaat vraag naar meer expertisevelden en efficiënte coördinatie daarvan.
- De toename van complexere ontwikkel- en bouwprojecten gaat hand in hand met strengere eisen van de overheid, die vorm krijgt in aanvullende wet- en regelgeving.
- Europese aanbestedingsregels worden complexer en veelomvattend. Vooral kleinere bureaus ondervinden daar last van. Soms echter stellen de regels inzake internationale aanbestedingen ook grotere bureaus voor problemen.
- Nieuwe regels van toezichthouders voor specialistische adviesdienstverleners bieden ook kansen. Bedrijven die hun zaken goed op orde hebben, kunnen dat als 'keurmerk' gebruiken.
- Grote specialistische bureaus zijn vooral actief bij internationale projecten en veel minder in nationale of regionale markten.
- Bij architectenbureaus is sprake van een verbreding van het activiteitenpakket. Interieur en stedenbouwkundige zaken krijgen steeds meer aandacht.
- Vooral de grote, internationaal opererende dienstverleners zijn actief in outsourcing van bepaalde gestandaardiseerde activiteiten. Belangrijke redenen daarvoor zijn schaarste aan personeel en hoge personeelskosten in Nederland.

Risico's

- De toename van complexere projecten en strengere eisen rond onafhankelijkheid en transparantie zijn vaak van invloed op de (beroeps)aansprakelijkheid.
- Uitbreiding van het takenpakket kan impact hebben op de aansprakelijkheidsdekkingen, bijvoorbeeld ontwerpansprakelijkheid.
- Innovatieve bedrijfsmodellen kennen vaak andere risicoprofielen, wat aanpassing in de bestaande dekkingen kan vereisen.
- Het uitbesteden van bepaalde dienstverlening naar kantoren in bijvoorbeeld India kan zijn weerslag hebben op de kwaliteit van eindproducten, of op zijn minst op de controle die een onderneming daarop uitoefent. Een adequate aansprakelijkheidsverzekering en duidelijke algemene voorwaarden zijn daarom steeds belangrijker, net als goede afspraken met de leveranciers in het buitenland.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen architecten, ingenieurs, technisch ontwerpers



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Er wordt steeds meer gebruikgemaakt van computers, zowel in de ontwikkeling als bij de uitvoering van projecten (bijvoorbeeld moderne CAD/CAM software).
- Doordat veel mensen zakelijk toegang hebben tot internet, zijn bedrijven kwetsbaarder voor internetcriminaliteit.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen ertoe leiden dat de dekking van de huidige computer- en elektronica-verzekeringen tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- Goede internetbeveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schades, bijvoorbeeld data- en softwaredekking, niet of onvoldoende zijn gedekt door de huidige computer- en elektronica-verzekeringen.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Beroepsaansprakelijkheid, computer & elektronica en reisverzekeringen zijn belangrijke aanknopingspunten.
- WEGAM-, WIA-, arbeidsongeschiktheid-, pensioen en ongevallenverzekeringen worden ook vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- **Bond van Nederlandse Architecten (BNA):** brancheorganisatie voor architecten
- **KIVI NIRIA:** beroepsvereniging van en voor ingenieurs

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- In deze branche is personeel een belangrijke motor van de onderneming. De kwaliteit van het personeel is bepalend voor het prestatieniveau. Het tekort aan geschikt personeel is echter groot en dat blijft naar verwachting zo, doordat er te weinig instroom is vanuit de opleidingen. Ook willen steeds meer mensen parttime werken.
- Architecten en ingenieurs staan soms onder grote druk. Een veelgehoorde klacht is dat er te veel overuren worden gemaakt, waardoor de balans tussen werk en privéleven verstoord raakt. Veel mensen vinden de verdiensten niet opwegen tegen de hoge werkdruk. Een belangrijk probleem binnen deze branche is dan ook het grote personeelsverloop.
- Er zijn relatief veel zzp'ers in de branche.

Risico's

- Het tekort aan personeel leidt tot spanning op de arbeidsmarkt, toename van ziekteverzuim door hoge werkdruk en in ernstige gevallen zelfs tot arbeidsongeschiktheid. Preventie, reïntegratie en goede ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Er is een (digitale) Risico Inventarisatie & Evaluatie (RI&E), toegespitst op arbeidsomstandigheden en risico's in de architectenbranche. Bij bedrijven tot 25 man hoeven de daarin geformuleerde eisen slechts licht te worden getoetst door een arbodeskundige. Daarnaast is een protocol Gezond Werken opgesteld, dat zich vooral richt op problemen rond RSI en werkdruk.
- Om nieuw personeel te werven en te vast te houden worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarreregelingen. Dergelijke zaken worden binnen de zakelijke dienstverlening nog relatief weinig verzekerd. Er is een verplicht bedrijfstakpensioenfonds voor architectenbureaus (Stichting Pensioen Fonds Architectenbureaus) maar niet voor ingenieursbureaus.

- Architectenbureaus vallen onder een Algemeen Verbindend Verklaarde cao. Deze verplicht de werkgever een verzekering af te sluiten voor inkomensaanvulling in derde en volgende arbeidsongeschiktheidsjaren als een werknemer door gedeeltelijke arbeidsongeschiktheid is aangewezen op een WIA-uitkering. Ingenieursbureaus kennen uitsluitend ondernemings-cao's.
- Zzp'ers missen een wettelijk vangnet voor ziekte en arbeidsongeschiktheid. Een specifiek aanbod voor zzp'ers kan toegevoegde waarde leveren, bijvoorbeeld op het gebied van bedrijfsaansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente.

Bron

De in dit brancherapport gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Schoonmaakbedrijven

De markt

Schoonmaakbedrijven zijn onderdeel van de markt van zakelijke dienstverleners. Hun dienst bestaat in hoofdzaak uit het uitvoeren van schoonmaakwerkzaamheden voor derden. Daarbij kan het gaan om in- en exterieur van gebouwen en transportmiddelen.

Figuur 1. Aantal schoonmaakbedrijven verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Reiniging van gebouwen	3.120	1.760	445	370	350	135	105	6.285
Reiniging transportmiddelen	330	165	40	30	25	10	5	605
Totaal	3.450	1.925	485	400	375	145	110	6.890

Bron: CBS, maart 2007

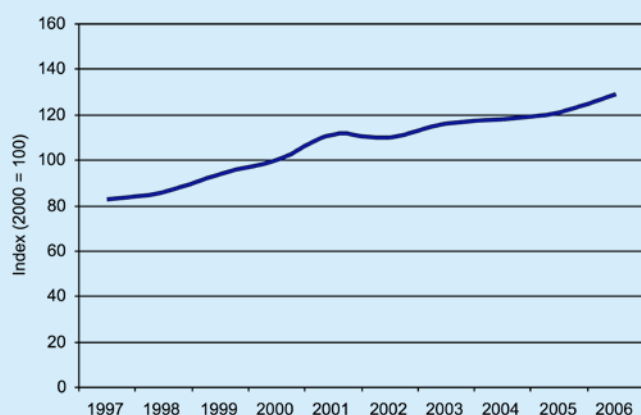
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Opdrachtgevers besteden de schoonmaak van hun bedrijf en/of bedrijfsmiddelen uit om de managementaandacht voor facilitaire zaken beperkt te kunnen houden. Men vertrouwt erop dat de dienstverlener een en ander efficiënt en kosteneffectief organiseert.
- De opkomst van schoonmaakbedrijven gedurende de laatste decennia is een gevolg van de algemene trend zaken uit te besteden die niet tot de core business behoren.
- De groei van de branche werd mede gevoed door beschikbaarheid van nieuw, relatief goedkoop personeel, vaak uit het buitenland.
- De schaal en de professionaliteit van de leidende schoonmaakbedrijven is in het recente verleden sterk gegroeid door consolidatie in nationale en internationale markten.
- Schoonmaakbedrijven ontwikkelen zich soms tot brede facilitaire dienstverleners die ook andere diensten aanbieden, bijvoorbeeld specialistische schoonmaak van computerruimtes. Ook receptiediensten, ICT-ondersteuning, catering, office support, koeriersdiensten et cetera kunnen deel uitmaken van het dienstenpakket.
- De schoonmaakactiviteiten zelf bieden maar beperkt mogelijkheden tot productiviteitsverbetering. Door schaalvergroting is het wel mogelijk personeel efficiënter in te zetten en grote, vaak internationale, accounts met meerdere locaties vanuit één organisatie te bedienen.

Feiten en cijfers

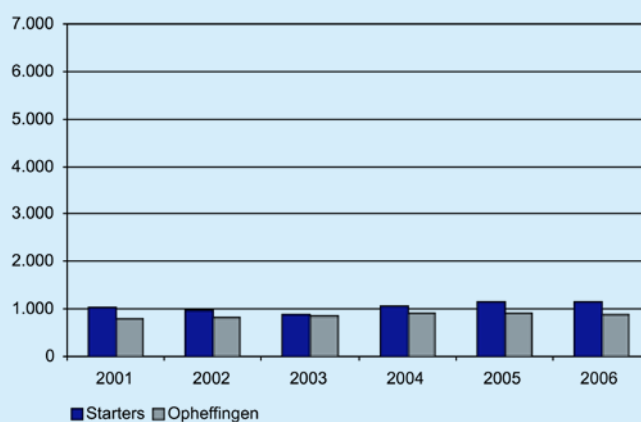
- De branche van schoonmaakbedrijven bestaat uit circa 7.000 bedrijven.
- Ongeveer 3.500 bedrijven zijn zogenaamde Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 2.400 bedrijven de grootste groep.
- Ruim 1.000 bedrijven in deze branche hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door reiniging van gebouwen.
- In 2006 telde de branche circa 1.200 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2006 bedroeg circa € 4,2 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij schoonmaakbedrijven



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Schoonmaakbedrijven - starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij schoonmaakbedrijven in de periode 1997-2006.

De branche is weinig conjunctuurgevoelig en heeft in economisch minder goede tijden maar beperkt te kampen met terugval in omzetten.

Tussen 2000 en 2001 was er lichte versnelling in die omzetontwikkeling als gevolg van een economische hausse. In de jaren daarna was er een lichte terugval.

In totaal werd in 2006 circa € 4,2 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een relatief grote bedrijfsdynamiek als gevolg van lage toetredingsdrempels en de toestroom van laag geschoolde werkzoekenden uit het buitenland. Het aantal starters is structureel hoger dan het aantal bedrijfsopheffingen.

Vanaf 2004 neemt het aantal starters snel toe terwijl het aantal opheffingen afneemt. Het groeiend aantal starters wijst op optimisme onder de starters. Zij zien kansen in de groeiende economie.

Startende ondernemers in deze branche zijn ten opzichte van de totale markt vaak relatief jonge mannen: 53% van hen is jonger dan 34 en 75% van hen is man.

Belangrijkste marktsegmenten zijn reiniging interieur van gebouwen (60%), specialistisch industrieel schoonmaken (11%) en glazenwassen (8%).

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 11%, wat aanzienlijk hoger is dan het marktgemiddelde (6,3%).

Schoonmaakbedrijven

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn bedrijfsaansprakelijkheid, brand en bestelauto.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- De schade inzittenden en bestelauto verzekering worden vaker dan gemiddeld gesloten.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

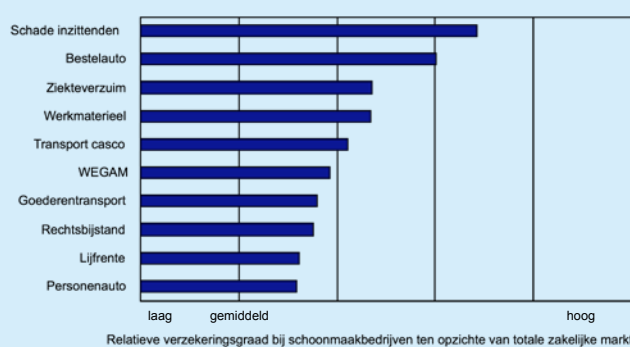
Trends & ontwikkelingen

- De in wet- en regelgeving vastgelegde eisen ten aanzien van kwaliteit en veiligheid zijn strenger geworden. Mede daardoor zijn certificering en keurmerken actuele onderwerpen in de branche. Bedrijven die wat dit betreft hun zaken op orde hebben, kunnen zich positief onderscheiden.
- Europese aanbestedingsregels vormen een grote uitdaging voor de branche. Opdrachtgevers die omvangrijke schoonmaakdiensten willen uitbesteden, moeten een openbare aanbesteding organiseren. In de markt heeft dit tot veel onduidelijkheid en wantrouwen geleid.
- De Wet Maatschappelijke Ondersteuning (WMO) en de toenemende vergrijzing bieden kansen voor het aanbieden van schoonmaakdiensten aan particulieren.

Risico's

- Personeel van schoonmaakbedrijven werkt in het algemeen bij de klant met allerhande schoonmaakapparatuur en -middelen. Een goede aansprakelijkheidsverzekering voor werknemers is daarom belangrijk.
- Certificaten en keurmerken kunnen een belangrijke basis vormen voor preventie-eisen van verzekeraars en leiden tot een betere beheersing van risico's.
- Europese aanbesteding kan leiden tot zwaardere eisen met betrekking tot aansprakelijkheid.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen schoonmaakbedrijven



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Er is sprake van een trend naar uitbreiding van dienstverlening, zoals toevoeging van specialistische schoonmaak van bijvoorbeeld computerruimtes of industriële complexen. Ook worden receptiediensten, beveiliging, ICT-ondersteuning, catering, office support, koeriersdiensten et cetera aangeboden.
- Er wordt steeds vaker gesproken van facility management. Daarmee wordt de uitbesteding bedoeld van alle activiteiten die buiten de core business van een bedrijf vallen, aan één enkele externe dienstverlener. Schoonmaak is onderdeel van dat pakket.

Risico's

- Innovaties en toevoeging van nieuwe technologieën in de dienstverlening kunnen er toe leiden dat de dekking van de huidige technische of bestelauto- en transportverzekeringen niet meer toereikend is, of dat bepaalde dekkingen niet meer van toepassing zijn. Soms ontstaan nieuwe risico's die (nog) niet zijn afgedekt.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Verzekeringen voor bestelauto en schade inzittenden zijn belangrijke aandachtspunten.
- Verzekeringen voor ziekteverzuim, werkmateriaal en transport casco worden ook vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- Ondernemersorganisatie Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten (OSB)
- Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA)

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- De schoonmaakbranche kent een grote verscheidenheid aan werknemers, in achtergrond, land van herkomst en ervaring.
- De branche kent een groot aantal parttime medewerkers die vaak in de avonduren werken, als kantoren, fabrieken en instellingen gesloten zijn.
- Hoge werkdruk, fysieke belasting en lage status maken werken in deze branche niet aantrekkelijk. Dit leidt tot groot personeelsverloop en daardoor is het moeilijk kwalitatief goed personeel te werven en te behouden.

Risico's

- De branche kent specifieke beroepsziekten die onder andere het gevolg zijn van het omgaan met schoonmaakmiddelen.
- Het tekort aan personeel leidt tot extra werkdruk, relatief hoog ziekteverzuim en in ernstige gevallen zelfs tot arbeidsongeschiktheid. Preventie, reïntegratie en goede ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen zijn in deze branche erg belangrijk.
- Om nieuw personeel te werven en vast te houden worden de secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker. Er is een verplichtgestelde deelname aan het bedrijfstakpensioenfonds voor het Schoonmaak- en Glazenwassersbedrijf.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van de branche, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is een algemeen verbindend verklaarde cao voor het schoonmaak en glazenwassersbedrijf.

Duurzaamheid

Trends & ontwikkelingen

- Duurzaam ondernemen kan ook zijn weerslag hebben op de manier waarop schoonmaakdiensten worden uitgevoerd. Hoewel de schoonmaakbedrijven zelf geen grote energieverbruikers zijn en maar beperkt bijdragen aan CO₂-uitstoot, kan nieuwe regelgeving (bijvoorbeeld ten aanzien van elektriciteitsverbruik, CO₂-uitstoot en andere milieu-effecten) wel betekenen dat er meer werk ontstaat voor schoonmakers.
- Er is steeds meer aandacht voor duurzame schoonmaakmiddelen, zoals onder andere blijkt uit het Europees Ecolabel voor non-food artikelen van de Europese Commissie. De A.I.S.E. (International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products) heeft een Charter voor Duurzaam Schoonmaken opgericht. Hier liggen kansen voor ondernemers die zich van hun concurrenten willen onderscheiden.

Bron

De in dit brancherapport gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Uitzendbureaus

De markt

Uitzendbureaus en werving- en selectiebureaus zijn onderdeel van de markt zakelijke dienstverlening. Ze bieden een breed palet aan werkzaamheden aan die ze uitvoeren voor derden. In veel gevallen gaat het om het zoeken en vinden van personeel en om het detacheren van personeel op locatie bij de klanten.

Figuur 1. Aantal uitzendbureaus verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Uitzendbureaus	710	945	325	375	260	95	100	2.810
Uitleenbedrijven	480	460	145	190	180	85	85	1.625
Werving & selectiebureaus	1.495	675	125	95	40	10	10	2.450
Totaal	2.685	2.080	595	660	480	190	195	6.885

Bron: CBS, maart 2007

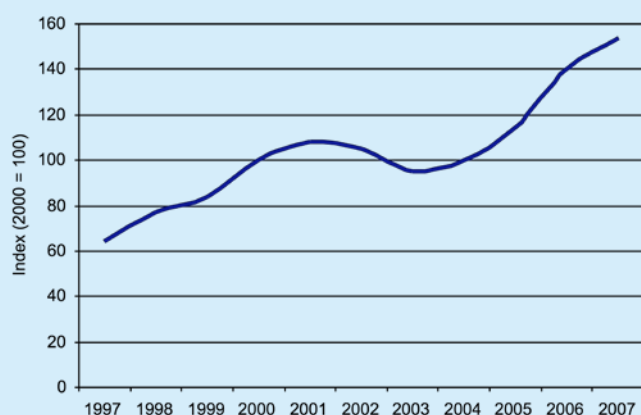
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- De branche is al sinds de jaren zeventig in opkomst, maar is vooral de laatste twintig jaar sterk gegroeid en geprofessionaliseerd. Daarbij is een veelheid aan bedrijven en specialismen ontstaan.
- De uitzendbranche levert zijn opdrachtgevers extra mankracht die tijdelijk en flexibel kan worden ingezet voor korter of langer lopende activiteiten.
- Opdrachtgevers vinden uitzendbureaus aantrekkelijke partners omdat zij fluctuaties in werkdruk flexibel kunnen opvangen. Doordat het tijdelijke uitzendpersoneel niet op de eigen loonlijst komt te staan, zijn de opdrachtgevers financieel minder kwetsbaar.
- Werknemers die moeite hebben om toegang te krijgen tot de arbeidsmarkt kunnen dankzij uitzendbureaus werkervaring opdoen in verschillende sectoren.
- Het werken via uitzendbureaus sluit aan bij de wens van sommige werknemers om flexibel en afwisselend te werken.
- De schaal en mate van professionaliteit waarin uitzendbureaus zich manifesteren, neemt toe door fusies en overnames in internationale markten.

Feiten en cijfers

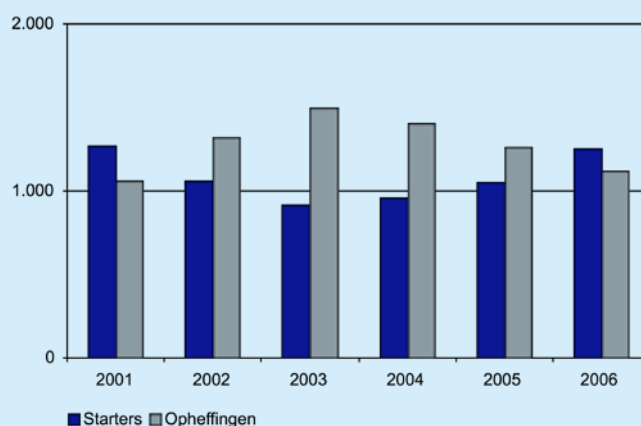
- De branche van uitzendbureaus bestaat uit bijna 7.000 bedrijven.
- Ruim 2.500 bedrijven zijn zogenaamde Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met circa 2.700 bedrijven de grootste groep.
- Ruim 1.500 bedrijven uit deze groep hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door uitzendbureaus.
- In 2006 waren er circa 1.200 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2007 bedroeg circa € 17,1 miljard omzet.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij uitzendbureaus



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op kwartaalcijfers)

Figuur 3. Uitzendbureaus - starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij uitzendbureaus in de periode 1997-2007.

De branche is zeer conjunctuurgevoelig en heeft in economisch minder goede tijden te kampen met sterke terugval in omzetten.

De branche heeft vanaf 2004 haar groei hervonden en lijkt zelfs sneller te groeien dan in de periode tot 2001.

Eind 2007 lijkt de groei weer wat af te nemen.

In totaal werd in 2007 circa € 17,1 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een tamelijk grote bedrijfsdynamiek. Het aantal bedrijfsopheffingen was in de periode 2002-2005 groter dan het aantal starters als gevolg van de economische recessie, die een forse impact had op de uitzendbranche.

Vanaf 2003 neemt het aantal starters weer toe terwijl het aantal bedrijfsopheffingen daalt. In 2006 zijn er meer starters dan opheffingen. Dat wijst op herwonnen optimisme bij de ondernemers, die kansen zien in deze branche.

Startende ondernemers in deze branche zijn vaak relatief jonge mannen: 48% van hen is jonger dan 34 en 69% van hen is man.

Het uitzenden van personeel is goed voor 53% van de omzet en detacheren voor 44%. Een derde van alle uitzenduren wordt gerealiseerd in de industrie. Het marktsegment medisch is de laatste jaren sterk gegroeid.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 6%, wat ongeveer gelijk is aan het marktgemiddelde (6,3%).

Uitzendbureaus

Trends, ontwikkelingen en risico's

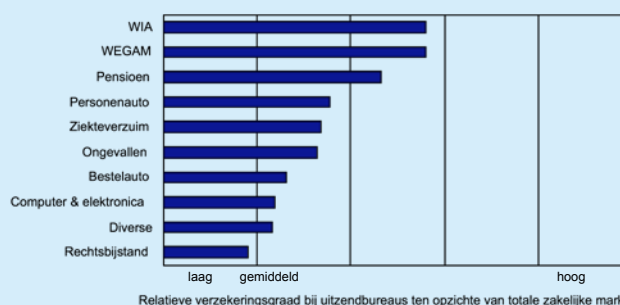
- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn personenauto, bedrijfsaansprakelijkheid en brand.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Met name verzekeringen voor WIA, WEGAM en pensioen worden in deze branche vaker gesloten dan gemiddeld.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche minder verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

Trends & ontwikkelingen

- Sommige grotere uitzendbureaus hebben de strategische keuze gemaakt hun dienstenpalet uit te breiden. Zij verzorgen bijvoorbeeld ook zaken als werving & selectie en payroll services.
- Daarnaast ontstaan steeds meer kleinere, gespecialiseerde uitzendbedrijven die zich richten op een bepaalde niche. Vaak gaat het dan om zeer specialistisch en hoog opgeleid personeel dat geen probleem heeft met flexwerken.
- Er zijn ook uitzendbureaus die zich profileren met een bepaald type personeel, zoals oudere personeelsleden.
- Europese aanbestedingsregels bieden kansen voor grote spelers in de branche. Vaak is het alleen met aanzienlijke schaalgrootte mogelijk aan de voorwaarden te voldoen die de uitbesteders aan contractpartijen stellen.
- Sinds de grenzen met enkele Oost-Europese landen zijn opengestaan voor werknemers die werk zoeken in West-Europa, is ook het aantal uitzendbureaus dat dit type werknemers inzet snel toegenomen.
- Er doen steeds meer berichten de ronde over illegale tewerkstelling door malafide uitzendbureaus. Deze partijen verdienen daar vaak grote bedragen mee. Dergelijke ontwikkelingen hebben een negatief effect op het imago van de branche. In reactie hierop probeert de branche tot een vorm van zelfregulering te komen en fraude tegen te gaan.
- De branche kent een relatief hoge administratieve lastendruk als gevolg van de vele en frequent veranderende wetten en regels. Oorzaken liggen onder meer bij de omvang van het aantal uitzendkrachten, de hoge mutatiegraad, het grote aantal wetswijzigingen en het systeem van weekverloning.
- De subbranche werving- en selectiebureaus kent een groot aantal zzp'ers.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen uitzendbureaus



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Risico's

- Specialisatie kan leiden tot meer en specifieke risico's met betrekking tot aansprakelijkheid.
- Markttuitbreiding met nieuwe diensten kan ook voor aansprakelijkheid en WIA-verzekeringen tot nieuwe dekkingengebieden leiden.
- Europese aanbesteding leidt naar verwachting tot meer eisen op het gebied van verzekeringen.
- De uitzendkrachten uit bijvoorbeeld Polen en andere Oost-Europese landen vormen een aparte risicogroep. Hun verzekeringen verdienen speciale aandacht.
- Een specifiek aanbod voor zzp'ers binnen bijvoorbeeld de subbranche van werving- en selectiebureaus kan toegevoegde waarde leveren. Te denken valt aan bedrijfsaansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente.
- Door de sterk veranderende wet- en regelgeving bestaat de kans dat inkomens- en aansprakelijkheidsverzekeringen regelmatig bijgesteld moeten worden.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Met name verzekeringen voor WIA, WEGAM en pensioen bieden belangrijke aanknopingspunten.
- Ook verzekeringen voor personenauto, ziekteverzuim en ongevallen worden ook vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- Nederlandse Bond voor Bemiddelings- en Uitzendondernemingen (NBBU)
- Algemene Bond Uitzendondernemingen (ABU)

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Innovaties in de uitzendbranche worden gedreven door veranderende wet- en regelgeving. Hierdoor ontstaan nieuwe contracttypen. Andere innovaties zijn het gevolg van de inzet van nieuwe technologie in het uitzendproces, meestal op verzoek van klanten. Vooral uitzendbureaus die zich richten op hooggeschoold, vaak technisch personeel krijgen hiermee te maken.
- Uitzendbureaus maken veel gebruik van personeelswebsites op internet. De verwachting is dat deze ontwikkeling doorzet, niet alleen op de eigen internetsites van uitzendbureaus, maar ook op de steeds talrijker verzamelsites die het aanbod van verschillende aanbieders combineren.

Risico's

- Innovaties en toevoeging van nieuwe typen dienstverlening kunnen ertoe leiden dat dekkingen van huidige verzekeringen tekortschieten. Ook kunnen bepaalde dekkingen niet meer van toepassing zijn of ontstaan nieuwe risico's die (nog) niet zijn afgedekt.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- De uitzendbranche kent een hoog ziekteverzuim.
- De branche kent een groot aantal parttime medewerkers.
- Uitzendpersoneel is vaak bij meerdere bureaus ingeschreven.
- Pensioenopbouw is vaak een complex vraagstuk in de branche. Uitzendpersoneel werkt namelijk soms parttime, soms bij meerdere uitzendorganisaties tegelijk en soms gedurende een bepaalde periode intensief en later juist minder.

Risico's

- Het relatief hoge ziekteverzuim kan worden bestreden met preventie- en reïntegratiemaatregelen en worden verzekerd met ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen.
- Er is een verplicht bedrijfstakpensioenfonds voor personeel van uitzendbureaus en overige diensten zoals detachering. Voor de uitzendkrachten zelf is er echter geen bedrijfstakpensioenfonds. De verplichte basisregeling biedt de gelegenheid individueel bij te sparen tegen gunstige fiscale voorwaarden.
- Door diversificatie in activiteiten worden meer verschillende personeelstypen ingezet. Hierdoor is er sprake van een groter scala aan risico's.
- Het verzekeren van inkomensrisico's voor uitzendkrachten is veelal niet mogelijk.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van MKB-Nederland, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is een algemeen verbindend verklaarde cao voor uitzendkrachten en één voor de vaste medewerkers in de uitzendbranche.

Bron

De in dit brancherapport gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Detailhandel

- 1 Voedingmiddelenwinkels
- 2 Mode & gebruiksartikelenwinkels
- 3 Doe-het-zelf winkels
- 4 Markt- en straathandel
- 5 Postorderbedrijven en webwinkels



Voedingsmiddelenwinkels

De markt

Voedingsmiddelenwinkels zijn onderdeel van de detailhandel. De voedingsmiddelenwinkels kunnen verdeeld worden in twee categorieën: algemene voedingsmiddelenwinkels zoals supermarkten en daarnaast speciaalzaken voor bijvoorbeeld:

- groente en fruit
- vlees en vleeswaren
- brood en banket
- kaas en noten
- tabak.

Figuur 1. Aantal voedingsmiddelenwinkels verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Supermarkten	665	1.015	245	310	630	140	45	3.050
Groentewinkels	340	885	90	15	5	0	0	1.335
Slagerijen en poeliers	410	1.705	385	100	25	5	0	2.630
Viswinkels	140	415	40	10	0	0	0	605
Brood, banket en zoetwaren	270	500	80	25	10	0	0	885
Slijterijen	425	495	30	5	5	0	5	965
Tabakswinkels	425	690	35	10	0	0	0	1.160
Kaaswinkels	95	310	15	5	0	0	0	425
Reformwinkels	185	195	35	10	0	5	0	430
Buitenlandse voedingsmiddelen	195	230	10	5	0	0	0	440
Overige voedingsmiddelen	230	300	40	10	5	0	0	585
Totaal	3.380	6.740	1.005	505	680	150	50	12.510

Bron: CBS, maart 2007

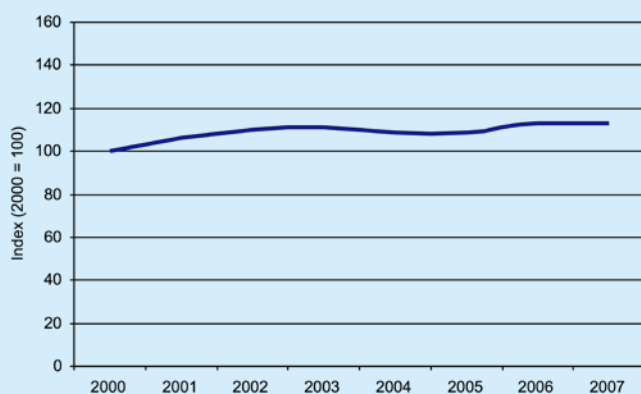
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Kruideniers bestaan al sinds de Middeleeuwen, maar de eerste echte supermarkten of zelfbedieningszaken verschenen in het begin van de 20e eeuw in de Verenigde Staten. In Nederland namen vanaf de zestiger jaren van de twintigste eeuw supermarkten een grote vlucht.
- In de branche van voedingsmiddelenwinkels treedt al geruime tijd schaalvergroting op.
- Kleine buurtwinkels verdwijnen terwijl de steeds grotere supermarkten marktaandeel winnen.
- De schaalvergroting wordt gedreven door de consument die efficiënt zijn boodschappen wil kunnen doen ('one stop shopping') en daarbij keuze wil hebben uit een divers aanbod aan artikelen, waaronder verse.
- Prijs speelt een minder belangrijke rol omdat de consument een steeds kleiner deel van zijn inkomen aan levensmiddelen besteedt. Gemak en genot spelen een steeds belangrijker rol.
- De prijzenoorlog die enkele jaren geleden woedde tussen verschillende supermarkten is ten einde. De rust lijkt weergekeerd.
- Huismerken rukken verder op. Zij verdringen bestaande A-merken en vergroten de winstgevendheid bij grote supermarkten omdat er voor huismerken minder of geen marketingkosten gemaakt hoeven worden. Ook is er keuze uit meerdere leveranciers.
- De bevoorrading van winkels is een belangrijk aandachtspunt, met name voor voedingsmiddelenwinkels in de binnensteden. Zij zijn soms erg moeilijk te bereiken voor transporteurs die dagelijks de verse artikelen moeten afleveren.

Feiten en cijfers

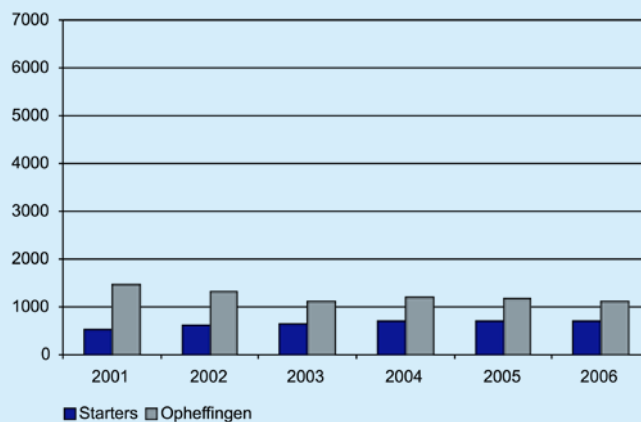
- De branche van voedingsmiddelenwinkels bestaat uit ongeveer 12.500 bedrijven.
- Ruim 3.400 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 7.700 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Bijna 1.400 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door de categorie supermarkten.
- In 2006 telde de branche ruim 700 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2007 ongeveer € 34,4 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij voedingsmiddelenwinkels



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Winkels in voedingsmiddelen - aantal starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij voedingsmiddelenwinkels in de periode 2000-2007.

De branche is weinig conjunctuurgevoelig. Ook in economische minder goede tijden doen mensen levensmiddelenboodschappen. Ze besparen dan vooral op duurzame goederen.

De voedingsmiddelenbranche groeit beperkt.

In totaal wordt er in 2007 naar verwachting ongeveer € 34,4 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een gemiddelde bedrijfsdynamiek, waarbij het aantal bedrijfsopheffingen al geruime tijd hoger ligt dan het aantal starters. Er is dus sprake van structurele krimp van het aantal voedingsmiddelenwinkels in Nederland met enkele honderden winkels per jaar. Dat is overeenkomstig de schaalvergroting die nu plaatsvindt en die naar verwachting nog zal doorzetten.

Toch zijn er jaarlijks nog circa 700 starters die kansen zien in bepaalde niches.

Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en vaker vrouw: 58% is ouder dan 34 en 37% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 3,4%, wat iets lager is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Voedingsmiddelenwinkels

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en bedrijfsschade.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Verzekeringen voor brand (koelschade), motor (ongekentekend) en fraude & geld worden in de branche vaker gesloten dan gemiddeld onder Nederlandse bedrijven.
- Over het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

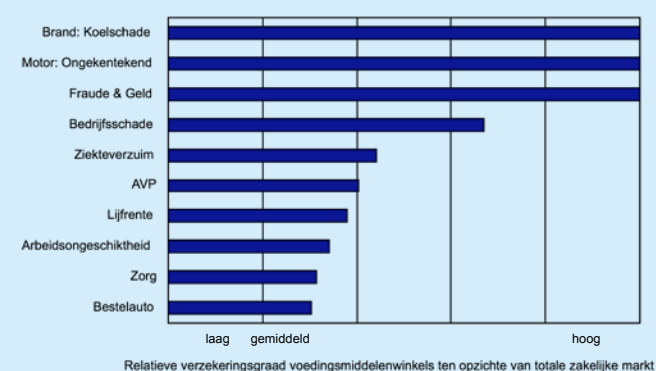
Trends & ontwikkelingen

- Er zijn steeds meer regels waar bedrijven aan moeten voldoen, bijvoorbeeld op last van de Voedsel en Waren Autoriteit, de brandweer of het Bevoegd Gezag.
- Veiligheid en criminaliteit binnen winkels – bijvoorbeeld diefstal door derden en door personeel – vormen een belangrijk punt van zorg.
- Het eetgedrag van consumenten verandert. Het wordt steeds diverser en luxer, waarbij vraag is naar nieuwe producten uit verre landen.
- De vraag naar levensmiddelen verandert ook door demografische veranderingen. Ouderen, allochtonen en kleinere huishoudens hebben een eigen consumptiepatroon.
- Doordat het aantal eenpersoonshuishoudens groeit, worden ook meer eenpersoonsmaaltijden en kant-en-klaarmaaltijden verkocht.
- Gezond (onbespoten, minder vet, meer vitamines et cetera) maar toch lekker is een belangrijk thema geworden.
- Binnen de branche neemt de aandacht voor gezondheid, duurzaamheid en milieu toe.

Risico's

- De toename in complexiteit en strengere eisen ten aanzien van bedrijfsvoering kunnen met name hun weerslag hebben op bedrijfs- en productaansprakelijkheid.
- Ook brandverzekeringen zijn erg belangrijk in de branche. Deze moeten wellicht worden uitgebreid, bijvoorbeeld als het winkelaanbod verandert of wanneer de wijze van bevoorrading wordt gewijzigd.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige verzekeringen.
- Ook goede geld- en fraudeverzekeringen kunnen belangrijke oplossingen bieden.

Figuur 4. Relatieve penetratie top-10 verzekeringen voedingsmiddelenwinkels



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- In voedingsmiddelenwinkels zijn, net als in andere winkels, technologische ontwikkelingen vooral gericht op het vergroten van het gemak voor consumenten en op het monitoren van het consumentengedrag. Zelfscanning is een voorbeeld van zo'n nieuwe techniek.
- Binnen de winkellogistiek biedt Radio Frequency Identification (RFID) kansen om de bedrijfsvoering te optimaliseren en kosten te besparen.
- Voorraadbeheer, het bestellen en prijzen van artikelen wordt steeds meer geautomatiseerd.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen nieuwe risico's met zich meebrengen en ertoe leiden dat de dekking van huidige verzekeringen tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- De afhankelijkheid van elektronica en apparatuur heeft invloed op de bedrijfsschade- en computer- en elektronica-verzekeringen en zorgt voor een hoge verzekeringsgraad van koelschade. Goede dekking tegen schade aan voorraadbeheersystemen kan ook belangrijk zijn.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Brand (koelschade), motor (ongekentekend) en fraude & geld verzekeringen zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Verzekeringen voor bedrijfsschade worden ook vaker afgesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- **Mitex:** brancheorganisatie voor Nederlandse ondernemers in de modedetailhandel (textiel, schoenen en sport)
- **Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL):** brancheorganisatie van supermarkten
- **Nederlandse Brood- en Banketbakkers Ondernemers Vereniging (NBOV)**
- **Koninklijke Nederlandse Ambachtelijke Slagersorganisatie (KNS)**
- **AGF Detailhandel Nederland (ADN):** Aardappelen, Groenten en Fruit
- **Verbond van de Nederlandse Visdetailhandel (VNV)**
- **Vereniging Drankenhandel Nederland (VDN)**
- **Brancheorganisatie voor de Tabaksdetailhandel (NSO)**
- **Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD):** publieke koepelorganisatie voor de detailhandel

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Personeel binden is lastig in deze branche. Tegelijkertijd zijn personeelskosten, in samenhang met de relatief lage marges in de branche, een belangrijk aandachtspunt.
- Een breed personeelsbestand met veel tijdelijke krachten en een groot personeelsverloop is vaak het gevolg van bovenstaand gegeven.
- Personeel in winkels moet vaak lang staan, wat negatieve gevolgen kan hebben voor houding en bewegingsapparaat.

Risico's

- Om nieuw personeel te werven en vast te houden, worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarregelingen. Er zijn verplichte bedrijfstakpensioenfondsen voor het levensmiddelenbedrijf en het bakkersbedrijf.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren. Voor de meeste voedingsmiddelenwinkels met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E, waardoor zij niet langer verplicht zijn hun RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- In de cao voor het levensmiddelenbedrijf (supermarkten) is een werkgever verplicht een collectieve regeling te treffen om de WIA-uitkering aan te vullen.
- In de Algemeen Verbindend Verklaarde cao voor Aardappelen, Groente en Fruitwinkels (AGF) is er een collectieve werknemersverzekering waarmee het inkomen wordt aangevuld in geval van een WIA-gat of arbeidsongeschiktheid bij minder dan 35%.
- De branches bakkersbedrijf, slagersbedrijf, slijterijen, tabaksdetailhandel en visdetailhandel kennen ieder hun eigen cao.
- In de visdetailhandel zullen werkgevers worden verplicht een WIA-gatverzekeringscontract af te sluiten.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en brancheorganisaties.

Mode- en gebruiksartikelenwinkels

De markt

Mode- en gebruiksartikelenwinkels zijn onderdeel van de detailhandel. Het gaat hierbij om een grote en diverse groep winkels met uiteenlopende producten, zoals:

- kleding en schoeisel
- meubels en woninginrichting
- wit- en bruingoed en huishoudelijke artikelen
- boeken en kantoorartikelen
- computers.

Figuur 1. Aantal in mode- en gebruiksartikelenwinkels verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Drogisterijen en parfumerieën	330	845	195	80	25	0	10	1.485
Kleding en textiel	3.305	4.805	640	290	135	50	45	9.270
Schoenen en lederwaren	350	940	155	65	30	10	10	1.560
Meubels, woninginrichting en huish. app.	1.780	2.655	465	200	70	15	15	5.200
Wit- en bruingoed en elektronica	1.310	1.400	230	85	25	0	25	3.075
Boeken en kantoorartikelen	445	935	175	70	30	10	5	1.670
Fotografiewinkels	145	370	45	20	5	0	0	585
Opticiens	270	725	125	30	10	0	0	1.160
Juweliers	600	820	90	15	10	0	5	1.540
Schilderijen, prenten, kunst	840	270	5	5	0	0	0	1.120
Fietsenwinkel	640	1.090	120	30	0	0	0	1.880
Sport en kampeerartikelen	845	875	155	80	35	10	5	2.005
Bloemenwinkels en tuincentra	1.180	2.130	300	155	80	20	5	3.870
Dierenwinkels	590	695	65	20	5	0	0	1.375
Computerwinkels	880	350	35	10	5	0	0	1.280
Speelgoed en babyartikelen	455	400	60	20	5	0	10	950
Vloerbedekking	140	195	20	10	0	0	5	370
Overig	1.490	880	110	30	20	5	5	2.540
Totaal	15.595	20.380	2.990	1.215	490	120	145	40.935

Bron: CBS, maart 2007

Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Binnen de gehele detailhandel is een proces van schaalvergroting gaande. Er ontstaan ketens van grotere bedrijven die consumenten méér kunnen bieden wat betreft aanbod en prijsstelling.
- Er ontstaan echter ook nieuwe speciaalzaken die inspelen op de verschraving van het productaanbod bij ketens. Deze zaken bieden een nicheassortiment met een hogere marge aan.
- Door samenwerking in inkoopcombinaties kunnen deze winkels gunstige inkooprijzen bedingen.
- Het gedrag van consumenten verandert, wordt individualistischer en dus moeilijker te voorspellen. Consumenten worden ook steeds gevoeliger voor merk en kwaliteit.
- De gevoeligheid voor mode en trends is groot en de cyclus van sommige topwinkels wordt korter. Dat laatste is mede het gevolg van pogingen van Westerse producenten om het

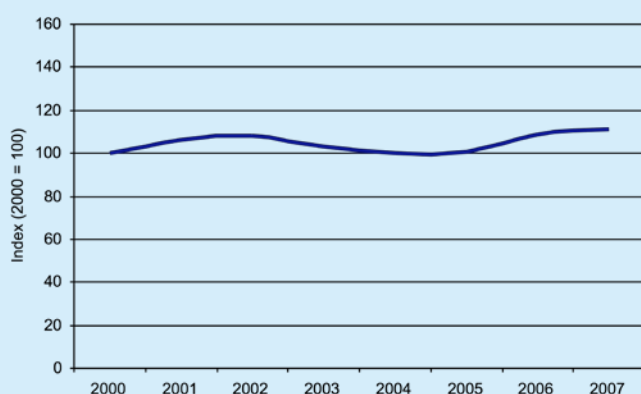
hun concurrenten uit het Verre Oosten moeilijker te maken (goedkope) kopieën op de markt te brengen.

- De competitie binnen de branche is toegenomen. Daarnaast ondervindt de branche als geheel concurrentie van aanbieders van andere branches, zoals bijvoorbeeld reizen en dure hobby's. Ook neemt de concurrentie met winkelformules uit het buitenland toe.
- Reclame blijft belangrijk en via vele kanalen en instrumenten wordt geprobeerd de aandacht van de consument te trekken.
- Het profiel van winkelstraten wordt vaak bepaald door de grote winkelketens. Die kunnen daardoor een dominante positie opeisen en kortingen bedingen op allerlei kosten.
- De beschikbaarheid van voldoende (grote) winkellocaties is een probleem. Sommige winkelketens zien zich hierdoor genoodzaakt hun concept in omvang terug te brengen of nieuwe concepten te introduceren.
- De bevoorrading van winkels, met name in binnensteden, is een belangrijk aandachtspunt. Sommige ketens kiezen daarom voor een winkellocatie buiten de bestaande winkelcentra.

Feiten en cijfers

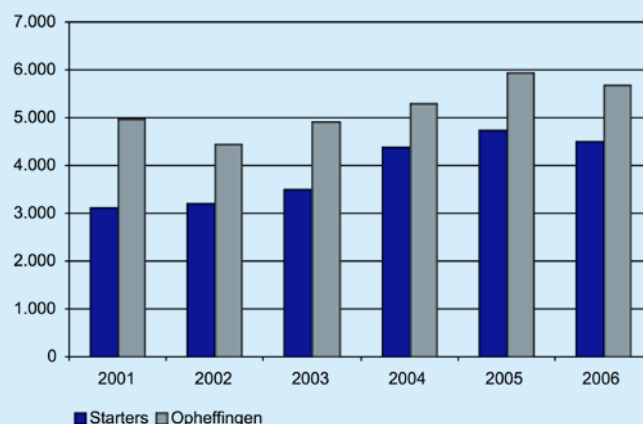
- De branche van mode- en gebruiksartikelenwinkels bestaat uit bijna 41.000 bedrijven.
- Ruim 15.500 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 23.000 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Bijna 2.000 bedrijven uit deze groep detailhandelbedrijven hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door de categorie kleding en textiel.
- In 2006 telde de branche circa 4.500 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2007 ongeveer € 30,1 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij mode- en gebruiksartikelenmiddelenwinkels



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Winkels in mode- en gebruiksartikelen-aantal starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 toont de omzetontwikkeling bij mode- en gebruiksartikelenwinkels in de periode 2000-2007.

De groei van de sector is sterk afhankelijk van de economische conjunctuur.

De branche van winkels in mode- en gebruiksartikelen groeit beperkt. In totaal werd er in 2007 ongeveer € 30,1 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een grote bedrijfsdynamiek waarbij het aantal bedrijfsopheffingen al geruime tijd hoger ligt dan het aantal starters. Er is dus sprake van een structurele afname van het aantal winkels in mode- en gebruiksartikelen in Nederland, met ruim duizend winkels per jaar. Dit is het gevolg van de gesignaleerde schaalvergroting. Deze zal naar verwachting doorzetten.

Toch zijn er jaarlijks nog duizenden nieuwe bedrijven die worden opgezet door ondernemers die kansen zien in bepaalde niches. Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat jonger en vaker vrouw: 52% is jonger dan 34 en 52% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 6,8%, wat vrijwel gelijk is aan het marktgemiddelde van 6,3%.

Mode- en gebruiksartikelenwinkels

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche betreffen brand, bedrijfsaansprakelijkheid en bedrijfsschade.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Verzekeringen voor fraude & geld en bedrijfsschade worden in de branche vaker gesloten dan gemiddeld bij Nederlandse bedrijven.
- Over het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

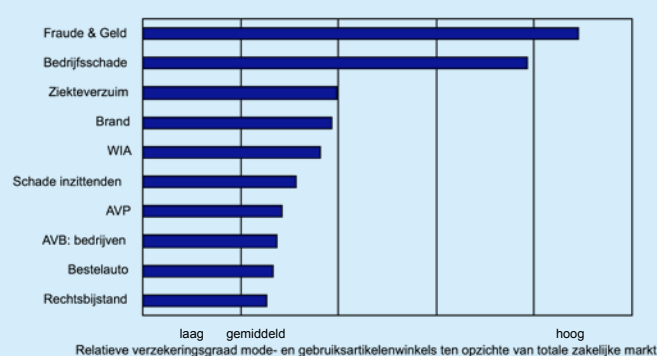
Trends & ontwikkelingen

- De markt is competitief en winkels moeten snel inspelen op de veranderende eisen en wensen van consumenten.
- Hierdoor, door technologische ontwikkeling én door opeenvolging van nieuwe modes en trends, verouderen producten snel.
- Daarnaast is er in sommige subbranches sprake van branchevervaging. Winkels breiden hun assortiment uit met branchevreemde producten.
- Bedrijven moeten aan steeds meer regels voldoen, bijvoorbeeld op last van de brandweer of het Bevoegd Gezag.
- Consumenten eisen meer transparantie. Ze willen niet achteraf worden geconfronteerd met 'kleine lettertjes', willen weten wát ze kopen, waar de producten worden gemaakt, welke grondstoffen zijn gebruikt en of er kinderarbeid aan te pas is gekomen. Ook willen ze informatie over mogelijke allergische reacties en de brandveiligheid van het product.
- Meer dan vroeger is winkelen een beleving. Bij funshopping is service extra belangrijk.

Risico's

- De toename in snelheid van cycli betekent onder meer dat winkels te maken hebben met grotere voorraadrisico's dan in het verleden. Ook de transportrisico's kunnen hierdoor veranderen.
- Schaalvergroting in combinatie met branchevervaging, plus complexere en strengere eisen ten aanzien van bedrijfsvoering, kunnen de dekking van bepaalde verzekeringen beïnvloeden.
- Door de toenemende eisen van consumenten zullen bedrijfs- en productaansprakelijkheid steeds meer aandacht vereisen.
- De trend naar meer funshopping leidt tot een toename van speciaal georganiseerde evenementen. Evenementenverzekering wordt daardoor ook belangrijker.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen winkels in mode- en gebruiksartikelenwinkels



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Technologische ontwikkelingen zijn vooral gericht op het vergroten van het gemak van de consument en op het monitoren van consumentengedrag. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om de introductie van klantenkaarten en zelfscanning.
- Binnen de winkellogistiek biedt Radio Frequency Identification (RFID) kansen om de bedrijfsvoering te optimaliseren en kosten te besparen.
- Voorraadbeheer, het bestellen en prijzen van artikelen wordt steeds meer geautomatiseerd.
- Criminaliteit binnen de detailhandel vormt een belangrijk probleem voor ondernemers. Het vraagt om voortdurende waakzaamheid en om snel en adequaat ingrijpen bij calamiteiten.

Risico's

- Door de afhankelijkheid van elektronica en apparatuur (van lifteninstallaties en roltrappen tot voorraadbeheerssystemen en dergelijke) worden bedrijfsschade- en computer- & electronicaverzekeringen belangrijker. Een goede dekking is essentieel.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Glasschade, bedrijfsschade, geld & fraude en brand (huurdersbelang) zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Brand- (inventaris/goederen), ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen worden vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- **Mitex:** brancheorganisatie voor Nederlandse ondernemers in de modedetailhandel
- **Centrale Branchevereniging Wonen (CBW)**
- **Centraal Bureau Drogisterijbedrijven (CBD)**
- **Nederlandse Boekverkopersbond (NBb)**
- **Unie van Elektrotechnische Ondernemers (UNETO-VNI)**
- **Stichting Nederlandse Fotovakhandel (SNF)**
- **VBW Centrale Vereniging Bloemendetailhandel**
- **Dibevo (Dieren benodigdheden en voeders)**
- **Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD):** publieke koepelorganisatie voor de detailhandel

- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige verzekeringen.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Personeel, een belangrijke factor in deze branche, is schaars.
- Een breed personeelsbestand met veel tijdelijke krachten en een groot personeelsverloop is vaak het gevolg.
- Personeel in winkels moet vaak lang staan, wat negatieve gevolgen kan hebben voor houding- en bewegingsapparaat.

Risico's

- Om nieuw personeel te werven en te vast te houden worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarreregelingen. Er is een verplicht bedrijfstakpensioenfonds voor de Mode (BPF MITT) en voor Gebruiksartikelen (BPF Levensmiddelenbedrijf). Daarnaast vallen een aantal subbranches onder het (verplichte) bedrijfstakpensioenfonds Detailhandel.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren. Werkgevers die een erkende branche-RI&E uitvoeren hoeven deze niet door een arbodienst te laten toetsen.
- Er zijn Algemeen Verbindend Verklaarde cao's voor de Mode- en Sportdetailhandel, Samenwerkende winkels en ketens (branche Beeld- en geluiddraggers en Detailhandel in Fotografische artikelen), Elektronische Detailhandel, Gemengde en Speelgoedbranche en Wonen.
- Er is een aanvraag tot verbindendverklaring voor de cao Bloemen en planten.

Duurzaamheid

Trends & ontwikkelingen

- Duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) bieden de branche nieuwe kansen.
- Stijgende energiekosten zetten aan tot investeringen in energiezuinige verlichting en apparatuur. Met het oog op duurzaamheid wordt ook bewuster nagedacht over openingstijden.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en brancheorganisaties.

Doe-het-zelfwinkels

De markt

Doe-het-zelfwinkels (DHZ-winkels) zijn een onderdeel van de detailhandel. Ze zijn in de laatste decennia sterk opgekomen doordat consumenten steeds meer zijn gaan klussen in en rondom het huis. De DHZ-branche levert:

- materialen om te klussen
- gereedschappen die nodig zijn om te klussen
- andere zaken die nodig zijn bij het klussen.

Figuur 1. Aantal doe-het-zelfwinkels verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Ijzerwaren en gereedschappen	160	280	65	25	0	0	0	530
Verf en verfwaren en behang	145	280	45	20	0	0	0	490
Hout	75	85	20	5	0	0	0	185
Tegels	75	90	10	5	5	0	0	185
Keukens	145	320	75	60	20	5	5	630
Parket-, laminaat-, kurkvloeren	285	160	30	15	0	0	0	490
Overige gespecialiseerde bouwmaterialen	160	160	45	20	5	0	0	390
Bouwmaterialen algemeen assortiment	145	415	145	115	75	10	10	915
Totaal	1.190	1.790	435	265	105	15	15	3.815

Bron: CBS, maart 2007

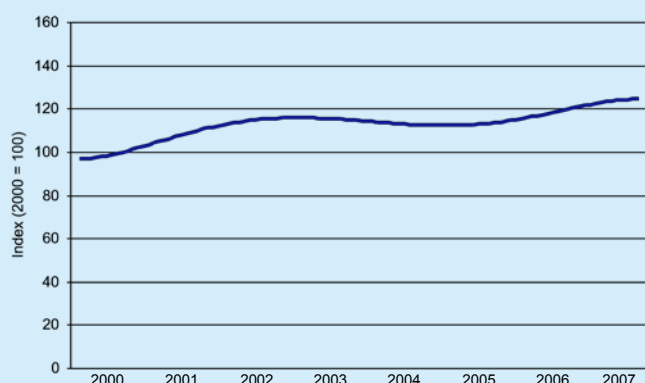
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Doe-het-zelfen of klussen is in de jaren zestig en zeventig van de twintigste eeuw populair geworden onder een groter publiek. Voor die tijd was het gebruikelijk om zaken kant-en-klaar aan te schaffen of werk te laten verrichten.
- Er is veel aandacht voor klussen in en rondom het huis in televisieprogramma's en bladen. Woontrends en de mogelijkheden om daaraan mee te doen worden er uitvoerig in besproken. Dit heeft een positieve uitwerking om de omzetten in de branche.
- Door een gestegen inkomen kan de consument meer besteden aan zaken in en rondom het huis. Dit geeft de branche goede vooruitzichten.
- Een groot deel van de huidige groei is toe te schrijven aan hogere prijzen en niet zozeer aan de verkoop van meer producten.
- De groei zit vooral in grootschalige bouwmarkten. Dat zijn eigenlijk geen detailhandelbedrijven meer, maar bedrijven met het karakter van groothandelsbedrijven die de particuliere markt op gaan.
- Het verkoopvloeroppervlak in de branche stijgt. Dit gaat ten koste van kleinere speciaalzaken.
- Als tegenreactie richten sommige kleinschalige doe-het-zelfzaken zich juist weer op de professionele markt.
- Er is ook sprake van een zekere branchevervaging. Bouwmarkten halen een aanzienlijk deel van hun omzet uit branchevreemde producten zoals planten en tuinbenodigdheden.
- Nieuwe doe-het-zelfzaken hebben relatief grote overlevingskansen.
- De bevoorrading van winkels is een belangrijk aandachtspunt. Met het oog daarop vestigen veel doe-het-zelfwinkels zich op industrieterreinen in de periferie van steden en dorpen.

Feiten en cijfers

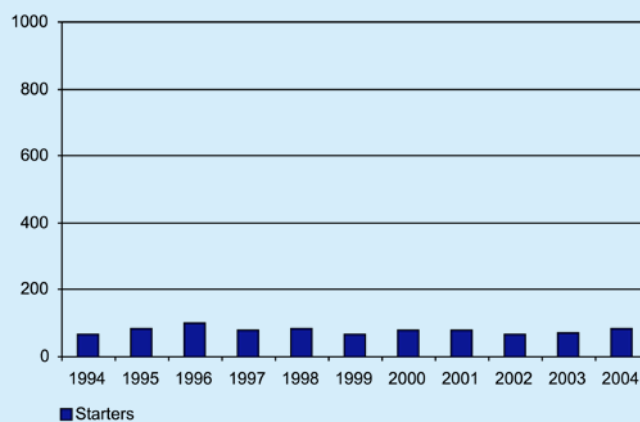
- De branche van doe-het-zelfwinkels bestaat uit ruim 3.800 bedrijven.
- Bijna 1.200 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 2.200 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Ongeveer 400 bedrijven uit deze groep detailhandelbedrijven hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep binnen deze branche wordt gevormd door de categorie bouwmaterialenwinkels.
- In 2006 telde de branche zo'n 80 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2007 ongeveer € 5,7 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij doe-het-zelf winkels



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op kwartaalcijfers)

Figuur 3. Doe-het-zelf winkels - aantal starters (1994-2004)



Bron: HBD

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij doe-het-zelfwinkels in de periode 2000-2007.

De doe-het-zelfbranche groeide tussen 2000 en 2002, maar daarna is er sprake van stagnatie en in de jaren 2004 en 2005 zelfs van krimp. Sinds 2005 is er weer groei. Er is dus een zekere mate van conjunctuurafhankelijkheid.

In totaal werd er in 2007 ongeveer € 5,7 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent weinig starters.

Nieuwe doe-het-zelfzaken hebben relatief zeer grote overlevingskansen. Een jaar na de oprichting bestaat gemiddeld genomen nog ruim 90%. Van de bedrijven die in 2002 startten, bestond in 2006 nog 80%. Voor de totale detailhandel geldt dat bijvoorbeeld voor slechts 52%.

Ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de detailhandel als totaal wat ouder; 47,5 jaar ten opzichte van 45,3 jaar.

Er zijn vier typen doe-het-zelfzaken te onderscheiden: bouwmarkten (71%), verf- en behangspeciaalzaken (11%), ijzerwarenzaken (9%) en breed-pakketzaken (9%). De bouwmarkten waren de enige subbranche die, ondanks de lichte terugval in 2005, elk jaar meer omzet behaalden (vanaf het jaar 2000). Zij zagen een omzetsijging van in totaal 20%.

De grootste terugval deed zich voor bij de ijzerwarenzaken; zij behaalden in 2005 ongeveer 12% minder omzet dan in 2000. De bouwmarkten hebben met name in de categorieën handgereedschap en ijzerwaren omzet afgesnoept van de ijzerwaren- en verf- en behangwinkels.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 7,8%, wat iets hoger is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Doe-het-zelfwinkels

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en bedrijfsschade.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Bedrijfsschade, fraude & geld en construction all risk (CAR) verzekeringen worden in deze branche vaker dan gemiddeld afgesloten.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

Trends & ontwikkelingen

- De markt is competitiever geworden en de marges nemen daardoor af.
- Er treedt schaalvergroting op en bedrijven gaan nieuwe assortimentscategorieën voeren. Hierdoor verandert hun risicoprofiel.
- Binnen de branche neemt de aandacht voor duurzaamheid en milieu toe.

Risico's

- De toename in bedrijfsomvang en –complexiteit, én de steeds strengere eisen ten aanzien van de bedrijfsvoering, kunnen van invloed zijn op de bedrijfsaansprakelijkheid.
- Ook brandverzekeringen worden steeds belangrijker in de branche en moeten wellicht worden uitgebreid, bijvoorbeeld wanneer het winkelaanbod wordt verbreed of aangepast.
- Naast de brandverzekeringen verdienen, in het verlengde daarvan, de bedrijfsschadeverzekeringen extra aandacht.

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- In de doe-het-zelfbranche is relatief weinig sprake van technologische vernieuwingen. Wel bevat het winkelaanbod af en toe innovatieve producten.
- Binnen de winkellogistiek biedt Radio Frequency Identification (RFID) kansen om de bedrijfsvoering te optimaliseren en kosten te besparen.
- Criminaliteit binnen de detailhandel is een belangrijk probleem voor ondernemers. Het vraagt om voortdurende waakzaamheid en om snel en adequaat ingrijpen bij calamiteiten.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen doe-het-zelf winkels



Bron: Delta Lloyd Datakluis * Beperkte steekproef

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen nieuwe risico's met zich meebrengen. Dit kan ertoe leiden dat de dekking van huidige verzekeringen tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventie maatregelen kan ertoe leiden dat schade niet of onvolledig is gedekt door de huidige verzekeringen.
- Ook goede fraude & geld verzekeringen kunnen belangrijke oplossingen bieden.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Bedrijfsschade, fraude & geld en construction all risk (CAR) verzekeringen zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Verzekeringen voor schade inzittenden en arbeidsongeschiktheid worden ook vaker gesloten dan gemiddeld in de markt.

Belangrijke organisaties

- Vertaz brancheorganisatie technische handel
- Vereniging Winkelketens in de Doe-Het-Zelfbranche (VWDHZ)
- Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD): publieke koepelorganisatie voor de detailhandel

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Personeel is een aandachtspunt in de branche. Het is vaak lastig goed personeel lang vast te houden, ook al omdat de personeelskosten hoog zijn ten opzichte van de relatief lage marges.
- Een breed personeelsbestand met veel tijdelijke krachten en een groot personeelsverloop is vaak het gevolg.
- Personeel in winkels moet vaak lang staan. Dit kan negatieve gevolgen hebben voor het houding- en bewegingsapparaat.

Risico's

- Personeel is een belangrijk punt van zorg in de branche omdat er maar beperkte mogelijkheden zijn om goed personeel te binden en betere arbeidsvoorwaarden te bieden.
- Om nieuw personeel te werven en vast te houden zijn aantrekkelijke secundaire arbeidsvoorwaarden nodig, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarregelingen. Er is een verplicht bedrijfstakpensioenfonds in deze branche.
- Er is een Algemeen Verbindend Verklaarde cao voor de doe-het-zelfbranche.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren. Werkgevers die een erkende branche-RI&E uitvoeren hoeven deze niet door een arbodienst te laten toetsen.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en brancheorganisaties.

Markt- en straathandel

De markt

De markt- en straathandel, ook wel 'ambulante handel' genoemd, is een onderdeel van de detailhandel. Het zijn verkopers zonder winkel, bijvoorbeeld:

- groentemannen
- bloemisten
- visboeren
- bakkers
- handelaren in stoffen
- kledingverkopers.

Figuur 1. Aantal markt- en straathandel bedrijven verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Markthandel groente, fruit	375	440	15	5	0	0	0	835
Markthandel overige voedingsmiddelen	1.015	915	45	10	0	0	0	1.985
Markthandel bloemen, planten, zaden	390	240	5	0	0	0	0	635
Markthandel kleding en textiel	2.175	470	5	0	0	0	0	2.650
Markthandel tweedehands goederen	970	100	0	0	0	0	0	1.070
Overige markthandel	2.395	340	10	0	0	0	0	2.745
Verkoop aan de deur (o.a. SRV)	1.165	300	15	25	5	0	0	1.510
Totaal	8.485	2.805	95	40	5	0	0	11.430

Bron: CBS, maart 2007

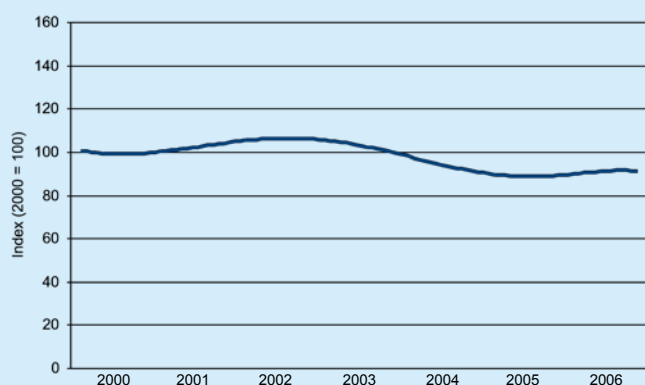
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Markt- en straathandel is een eeuwenoude branche, maar de meeste vaste marktplaatsen waar men op vaste tijden in de week waren kan aanbieden, bestaan sinds het begin van de 20e eeuw.
- Naar verwachting zal de markt- en straathandel ook in de komende jaren volop blijven bestaan.
- Markthandelaren bieden hun waren vanouds tegen aantrekkelijke prijzen aan. Zij kunnen dit doen omdat ze de lasten van een winkel niet hoeven op te brengen en omdat zij vaak de restpartijen van fabrieken tegen lage prijzen opkopen.
- Dat laatste heeft soms gevolgen voor de kwaliteit. Het staat daardoor niet onomstotelijk vast dat op de markt 'uw gulden een daalder waard is'.
- Het ligt voor de hand dat een aantal trends en ontwikkelingen in de detailhandel ook hun intrede doet in de markt- en straathandel. Daarbij gaat het om de vorming van inkoopcombinaties en het ontstaan van formules en franchising, zoals Bakkerij 't Stoepje.
- Naar verwachting zullen toezichthouders meer sturing geven aan het aanbod op markten, met de bedoeling een evenwichtig en aantrekkelijk aanbod voor de consument te creëren.
- Markten zullen zich steeds meer verplaatsen naar goed bereikbare locaties in de periferie van stad of dorp. Anders dan bij de traditionele locaties in het moeilijk bereikbare stadscentrum is hier voldoende ruimte en parkeergelegenheid.
- De openingstijden van markten zullen vaker worden aangepast aan de drukbezette consument.

Feiten en cijfers

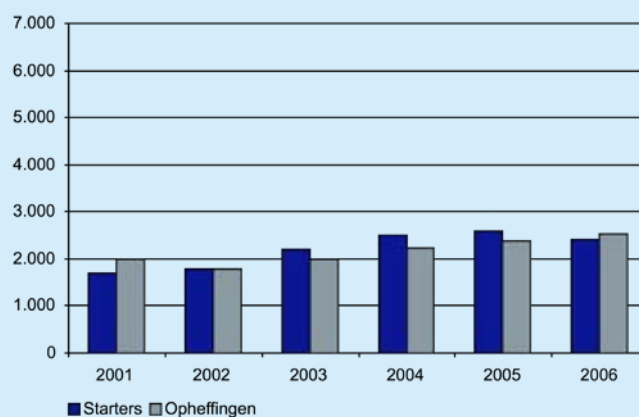
- De branche van markt- en straathandel bestaat uit ongeveer 11.400 bedrijven.
- Bijna 8.500 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met 2.900 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Slechts 45 bedrijven uit deze groep hebben meer dan 10 werknemers.
- De grootste groepen bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door de categorieën kleding en textiel en overige markthandel.
- In 2006 telde de branche ruim 2.400 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2006 ongeveer € 1,1 miljard omzet.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij markt- en straathandel bedrijven



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op combinatie van jaar- en kwartaalcijfers)

Figuur 3. Markt- en straathandel bedrijven - aantal starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij markt- en straathandel in de periode 2000-2006.

De omzet in de branche vertoont een neerwaartse beweging. Tussen 2001 en 2002 was er sprake van een bescheiden groei maar daarna is de lijn tot 2005 scherp neerwaarts. In 2006 was er een lichte opleving. Er lijkt een omgekeerde correlatie met de economie als geheel: als de economie beter wordt, gaan minder consumenten voor hun boodschappen naar de markt.

In totaal werd er in 2006 ongeveer € 1,1 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een aanzienlijke bedrijfsdynamiek, waarbij het aantal starters in de periode 2003-2005 hoger lag dan het aantal bedrijfsopheffingen. Er is dus sprake van een bescheiden groei in het aantal bedrijven in de markt- en straathandel. In 2006 is er echter een lichte krimp in dat aantal.

Jaarlijks worden ongeveer 2.400 nieuwe bedrijven gestart door ondernemers die kansen zien in bepaalde niches.

Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en vaker vrouw: 59% is ouder dan 34 en 43% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 14,0%, wat ruim hoger is dan het marktgemiddelde van 6,3%. Bedrijven en handelaren in de branche maken dus meer winst dan gemiddeld.

Markt- en straathandel

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen in de branche zijn brand, arbeidsongeschiktheid en bedrijfsaansprakelijkheid.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Motor (ongekentekend), particuliere aansprakelijkheid, lijfrente, fraude & geld, zorg en arbeidsongeschiktheid verzekeringen worden in deze branche vaker verzekerd dan gemiddeld in de detailhandel.
- Over het algemeen zijn bedrijven in de branche meer dan gemiddeld verzekerd ten opzichte van andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

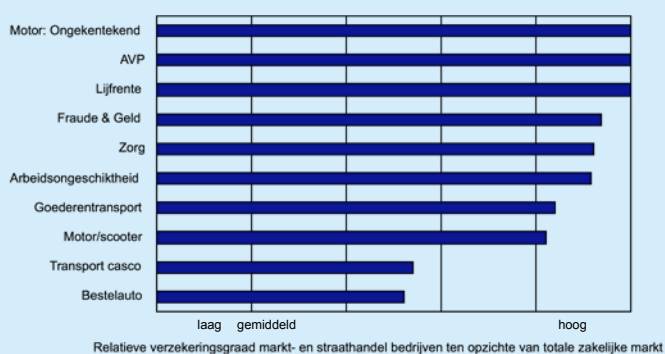
Trends & ontwikkelingen

- De markt is competitief maar de marges zijn tot op heden aantrekkelijk.
- Er komen steeds meer regels waaraan ook marktkooplui moeten voldoen. Het gaat bijvoorbeeld om voorschriften van de Keuringsdienst van Waren, de brandweer of het Bevoegd Gezag.

Risico's

- Schaalvergroting en de strengere eisen ten aanzien van de bedrijfsvoering kunnen gevolgen hebben voor de bedrijfsaansprakelijkheid.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen markt- en straathandel bedrijven



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- In de ambulante handel komen technologische vernieuwingen weinig voor.
- Criminaliteit binnen de detailhandel is een belangrijk probleem voor ondernemers. Dat vraagt om voortdurende waakzaamheid en snel en adequaat ingrijpen bij calamiteiten.

Risico's

- Ontwikkelingen op het gebied van motorrijtuigen en goederentransport kunnen invloed hebben op de betreffende verzekeringen.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schade niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige verzekeringen.
- Goede fraude & geld verzekeringen kunnen belangrijke oplossingen bieden.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Motor (ongekentkend), particuliere aansprakelijkheid, lijfrente, fraude & geld, zorg en arbeidsongeschiktheid verzekeringen zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Ook de verzekeringen voor goederentransport en motor & scooter worden vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- Centrale Vereniging Ambulante Handel (CVAH)
- Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD): publieke koepelorganisatie voor de detailhandel

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Bedrijven in de branche hebben over het algemeen weinig personeel. Veel bedrijven behoren tot de zelfstandigen of hebben hooguit enkele werknemers. In veel gevallen zijn dat familieleden of vrienden. Personeel is daardoor niet echt een probleem in de branche.
- Personeel op de markt moet vaak lang staan. Dit kan negatieve gevolgen hebben voor het houding- en bewegingsapparaat.

Risico's

- Marktkooplui en hun personeel (vaak naaste familie en vrienden) lijken in vergelijking met personeel in veel andere branches vrij goed te zijn verzekerd.
- Arbeidsongeschiktheid- en zorgverzekeringen zijn de belangrijkste personeelsverzekeringen.
- Er is geen algemeen verplicht gestelde bedrijfstakpensioenfonds. Werkgevers die het levensmiddelenbedrijf uitoefenen in de vorm van markt-, straat- en rivierhandel zijn uitgesloten van deelname aan de Stichting Bedrijfspensioenfonds voor het Levensmiddelenbedrijf.
- Goede risicobeheersing leidt tot vermindering van het ziekteverzuim en arbeidsongeschiktheid. Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren. Werkgevers die een erkende branche-RI&E uitvoeren hoeven deze niet door een arbodienst te laten toetsen.
- Zelfstandigen missen een wettelijk vangnet voor ziekte en arbeidsongeschiktheid. Een specifiek aanbod voor zelfstandigen kan toegevoegde waarde leveren, bijvoorbeeld op het gebied van bedrijfsaansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente.
- Er is een cao voor de ambulante handel.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en brancheorganisaties.

Postorderbedrijven en webwinkels

De markt

Postorderbedrijven zijn onderdeel van de detailhandel. Binnen deze groep zijn webwinkels bedrijven die hun producten of diensten uitsluitend via internet verkopen. De branche is in de laatste decennia sterk opgekomen omdat consumenten steeds vaker uit catalogi en online zijn gaan bestellen. Het aantal zelfstandigen dat vanuit het eigen huis een webwinkel is begonnen, is de laatste jaren explosief gestegen.

Figuur 1. Aantal postorderbedrijven verdeeld over werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Postorderbedrijven	2.880	270	25	20	10	5	10	3.220
Totaal	2.880	270	25	20	10	5	10	3.220

Bron: CBS, maart 2007

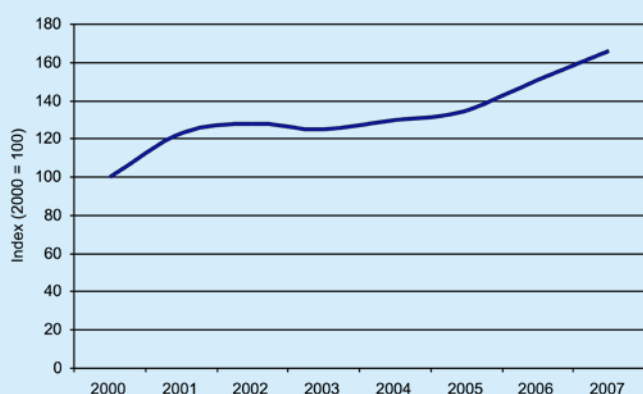
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- In de VS ontstonden aan het begin van de vorige eeuw al postorderbedrijven. In Nederland zijn bedrijven als Neckermann en Wehkamp sinds begin jaren vijftig actief.
- Het aantal postorderbedrijven is de afgelopen jaren vooral door de opkomst van internet flink gestegen. In het tweede kwartaal van 2007 vormden postorderbedrijven zelfs de grootste stijger binnen de detailhandel en in de laatste twee jaar is het aantal verdubbeld.
- Het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) gaat uit van 7.230 winkels en Thuiswinkel.org gaat zelfs uit van 10.000 à 20.000 thuiswinkelbedrijven.
- Het gros van de nieuwkomers in de sector heeft nauwelijks of geen personeel.
- De toepassing van ICT in de postorderbranche is groter dan in de gevestigde detailhandel. Ook in het gebruik van elektronische klantenbestanden lopen postorder- en internetbedrijven voorop.
- Veel bedrijven beschikken over een elektronisch klantenbestand en slaat daarin e-mailadressen en mobiele telefoonnummers van klanten op. Deze gegevens worden gebruikt om directe berichten aan de klant te kunnen sturen.

Feiten en cijfers

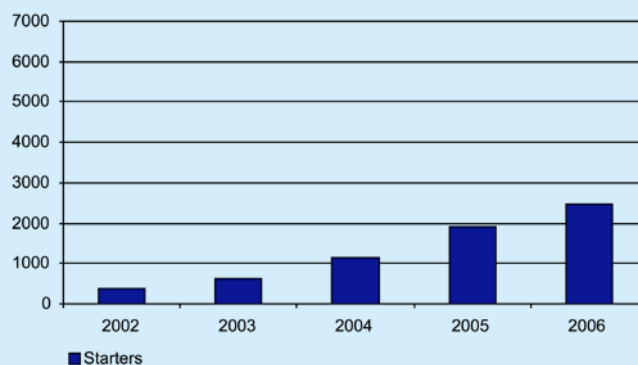
- De branche van postorderbedrijven en webwinkels bestaat uit ruim 3.200 bedrijven.
- Bijna 2.900 bedrijven, veruit het grootste deel van de bedrijven, zijn Zelfstandigen Zonder Personeel, ofwel zzp'ers.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met bijna 300 bedrijven een redelijk grote groep.
- Slechts ongeveer 50 bedrijven uit deze groep hebben meer dan 10 werknemers.
- In 2006 waren er ongeveer 2.500 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2007 circa € 2,1 miljard

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij postorderbedrijven



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Postorderbedrijven - aantal starters (2002-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij postorderbedrijven en webwinkels in de periode 2000-2007.

De postorderbranche is tussen 2000 en 2006 flink gegroeid en sinds 2006 zelfs explosief.

In totaal wordt in 2007 naar verwachting circa € 2,1 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een grote bedrijfsdynamiek met een snel stijgend aantal starters. In 2002 waren er enkele honderden starters per jaar en in 2006 was dit aantal reeds toegenomen tot circa 2.500 per jaar.

Het aantal bedrijven in de branche verdubbelt dus in korte tijd. Verwacht wordt dat die groei voorlopig doorzet.

Ondernemers in de postorder/internetbranche zijn relatief jong: 29% jonger dan 30 jaar, 41% is tussen 30 en 40 jaar en 30% is 40 jaar of ouder. Van de totale detailhandel is slechts 10% jonger dan 30 jaar.

Volgens cijfers van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) heeft inmiddels ruim 88% van de Nederlanders internettoegang en is het dagelijkse internetgebruik gestegen van 68% in 2005 tot 79% in 2007. In 2007 heeft 58% van de Nederlanders een aankoop via internet gedaan, tegen 46% in 2005 en de frequentie van online kopen neemt ook toe. De totale Nederlandse thuiswinkelmarkt bestaat uit internet en de overige kanalen

catalogus, post, televisie en telefoon. Online bestedingen zijn sinds 2000 bijna verzesvoudigd terwijl zij bij overige kanalen met circa 30% zijn gedaald.

Met name online bestedingen aan consumentenelektronica als telefoons, tv's, mp3-spelers en camera's groeien snel (een stijging van 34%). Kleding en schoenen waren goed voor een stijging van 15% ten opzichte van 2005 en aan computerhardware voor een stijging van 19%. Met 225% is speelgoed de grootste stijger ten opzichte van 2005.

Tweedehands artikelen worden het vaakst gekocht: 13% van alle internetaankopen in 2006 tegen 6% in 2004. De groei is vooral te danken aan het gemak van de handel tussen consumenten onderling via sites als Marktplaats, Speurders en E-Bay. Andere producten die veel online worden gekocht, zijn boeken, cd's, dvd's, video's, vakantiehuizen, vliegtickets en bovenkleding. Ten opzichte van 2004 is verder vooral het marktaandeel van speelgoed, schoenen en erotica toegenomen.

Het kopen via internet is vooral populair onder 25- tot 35-jarigen (80%) en personen met hoger onderwijs (79%). Mannen shoppen iets vaker online dan vrouwen, maar dat verschil wordt ieder jaar kleiner. Onder niet-werkzame mensen, ouderen en mensen met een lager onderwijsniveau zijn relatief weinig online kopers. Ook voor hen geldt echter dat de groep online kopers ieder jaar groeit.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 8,8%, wat hoger is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Postorderbedrijven en webwinkels

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en pensioen.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Verzekeringen voor ongevallen inzittenden, WEGAM, computer & elektronica en pensioen worden in deze branche vaker afgesloten dan gemiddeld in de markt.
- Over het algemeen zijn bedrijven in de branche minder verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

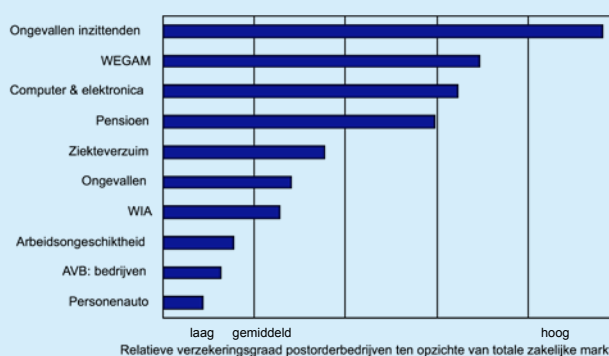
Trends & ontwikkelingen

- De markt van postorderbedrijven is sterk in ontwikkeling door de opkomst van internet.
- Veel mogelijkheden zijn daarom nog maar net ontdekt. Het valt te verwachten dat er in de komende jaren nog een flinke ontwikkeling volgt.
- In beperkte mate is er al sprake van schaalvergroting. Hierdoor kan het risicoprofiel van bedrijven veranderen.
- Het is waarschijnlijk dat de wet- en regelgeving voor een branche die zó sterk in ontwikkeling is, de komende jaren zal veranderen. Hoe exact, is afhankelijk van de aard van die ontwikkelingen.

Risico's

- Door de toename in bedrijfsomvang en -complexiteit én de steeds strengere eisen ten aanzien van de bedrijfsvoering, zullen de eisen aangaande bedrijfsaansprakelijkheid veranderen. Hoe precies is moeilijk te voorspellen.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen postorderbedrijven



Bron: Delta Lloyd Datakluis * Beperkte steekproef

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Het gebruik van internettechnologie is een belangrijke motor voor groei van de branche.
- Voor consumenten is het gemakkelijk om catalogi te bekijken en bestellingen te doen op momenten dat het hen uitkomt.
- Het feit dat alles elektronisch wordt gedaan en vastgelegd, biedt ook goede mogelijkheden om veel andere bedrijfsprocessen efficiënt te automatiseren.
- Verder zijn er maar weinig technologische vernieuwingen in deze branche.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen nieuwe risico's met zich meebrengen en ertoe leiden dat de dekking van huidige verzekeringen tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- De computer- en elektronicaverzekeringen zijn belangrijk voor deze branche, met name als het gaat om data- en softwaredekking.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Ongevallen inzittenden, WEGAM, computer & elektronica en pensioen zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Ziekteverzuim-, ongevallen- en WIA-verzekeringen worden vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- **Thuiswinkel.org**: branchevereniging voor webwinkels
- **Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD)**: publieke koepelorganisatie voor de detailhandel

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Veel producten worden thuisbezorgd, waardoor het personeel veel onderweg is.
- Er zijn relatief veel zzp'ers actief in deze branche.

Risico's

- Aangezien veel producten worden thuisbezorgd, zijn verzekeringen als ongevallen inzittenden en WEGAM belangrijk.
- Personeel in de thuiswinkelbranche is niet ondergebracht in een specifieke cao.
- Er is geen verplicht bedrijfstakpensioenfonds in deze branche.
- Zelfstandigen missen een wettelijk vangnet voor ziekte en arbeidsongeschiktheid. Een specifiek aanbod voor zelfstandigen kan toegevoegde waarde leveren, bijvoorbeeld op het gebied van bedrijfsaansprakelijkheid, arbeidsongeschiktheid en lijfrente.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en brancheorganisaties.

Horeca

- 1 Hotels en pensions**
- 2 Restaurants, snackbars en catering**
- 3 Café's**



Hotels en pensions

De markt

Hotels en pensions zijn een onderdeel van de horeca. Ook hotel-restaurants en conferentiecentra worden hier tot de branche gerekend. Deze groep bedrijven biedt overnachtingsmogelijkheden en faciliteiten voor het houden van vergaderingen, conferenties en andere bijeenkomsten.

Figuur 1. Aantal hotels en pensions verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Hotel-restaurants	150	460	275	240	200	60	45	1.430
Hotels, pensions, conferentie-oord	485	290	80	45	35	10	0	945
Totaal	635	750	355	285	235	70	45	2.375

Bron: CBS, maart 2007

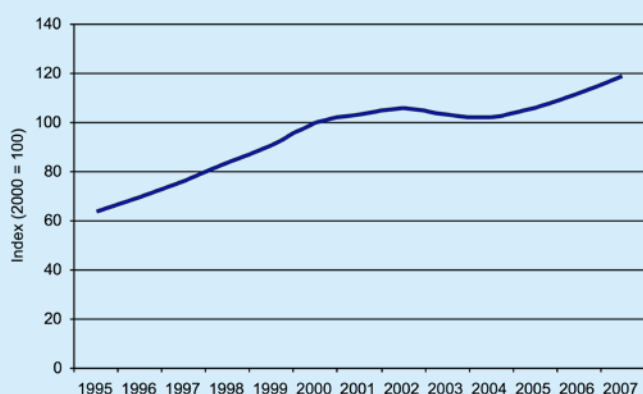
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Als gevolg van de welvaartstijging zijn hotels en pensions voor meer mensen betaalbaar geworden. Het bezoek neemt dan ook toe.
- Binnen deze branche zijn bepaalde niches in opkomst. Bed & breakfasts bijvoorbeeld bieden bezoekers een authentieke beleving op vaak bijzondere plekken.
- De zakelijke markt is een groeiemarkt met een toenemend aantal congressen, conferenties en andere bijeenkomsten.
- Veel buitenlandse bezoekers komen niet alleen voor vrijetijdsbezoeken naar steden als Amsterdam, maar ook voor zakelijke bezoeken. Steden zijn daardoor economisch veel afhankelijker van de horeca dan andere regio's.
- De faciliteiten die hotels hun gasten bieden, met name die op het gebied van 'wellness', worden steeds verder uitgebreid.
- Nederlandse gasten kiezen voor hun korte vakanties steeds vaker buitenlandse bestemmingen, terwijl vanuit het buitenland juist gasten toestromen voor een korte vakantie in Nederland.
- Als gevolg van de grotere afhankelijkheid van buitenlands bezoek ontstaat een sterkere relatie met de ontwikkeling van de wereldeconomie, vooral met de economie in de landen van herkomst van de buitenlandse gasten. Een zwakke dollar heeft bijvoorbeeld invloed op het aantal Amerikaanse toeristen en hotelbezoekers in Nederland.
- Steeds meer hotels gaan op in grote, soms internationale ketens.
- Kleinere hotels en pensions verdwijnen, terwijl grotere juist in omvang uitbreiden. Het middensegment lijkt van deze ontwikkeling het meest te profiteren. Low budget hotels blijven stabiel of nemen iets af in aantal.
- Het aantal dure hotels blijft de laatste tijd min of meer constant.

Feiten en cijfers

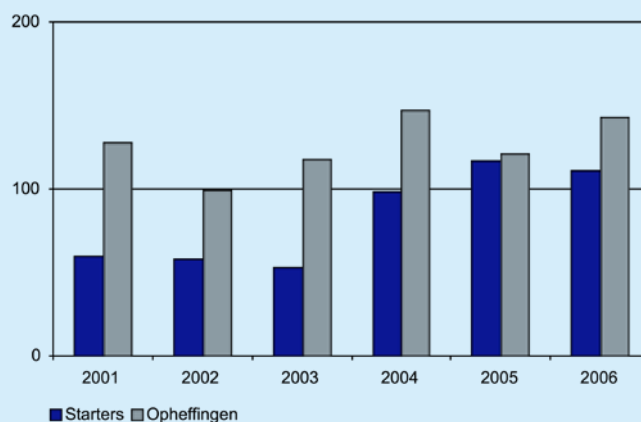
- De branche van hotels en pensions bestaat uit circa 2.400 bedrijven.
- Ruim 600 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 1.100 bedrijven een grote groep.
- Ruim 600 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- Hotel-restaurants vormen de grootste groep bedrijven binnen deze branche.
- In 2006 waren er circa 100 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2007 bedroeg circa € 3,4 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij hotels en pensions



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Hotels en pensions aantal starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij hotels en pensions in de periode 1995-2007.

De branche is conjunctuurgevoelig en heeft in economisch minder goede tijden vaak te kampen met terugval in het aantal gasten.

In de periode 2001-2004 heeft de branche stilgestaan en is hier en daar zelfs gekrompen. Ten opzichte van de totale markt heeft de recessie voor deze branche iets langer geduurd. De branche groeit inmiddels weer flink.

In totaal werd in 2007 circa € 3,4 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een beperkte bedrijfsdynamiek. Het aantal bedrijfsbeëindigingen in de branche had tussen 2001 en 2006 de overhand.

Dit beeld komt overeen met de moeizame tijd die de branche heeft doorgemaakt tijdens de recessie die volgde op het hoogtepunt in 2000. Ook door de schaalvergroting in de branche is het aantal opheffingen relatief groot.

Startende ondernemers in deze branche zijn ten opzichte van de markt wat ouder en vaker vrouw: 85% is ouder dan 34 en 54% is vrouw.

De meeste hotels bevinden zich in het driesterrensegment (42%). De meeste kamers echter bevinden zich in het viersterrensegment (47%)

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 11%, wat aanzienlijk hoger is dan het marktgemiddelde (6,3%). Bedrijven in deze branche maken dus meer winst dan gemiddeld.

Hotels en pensions

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, personenauto en leven.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Met name verzekeringen op het gebied van fraude & geld, leven en WEGAM worden in deze branche vaker gesloten dan gemiddeld in de zakelijke markt.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche meer dan gemiddeld verzekerd ten opzichte van andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

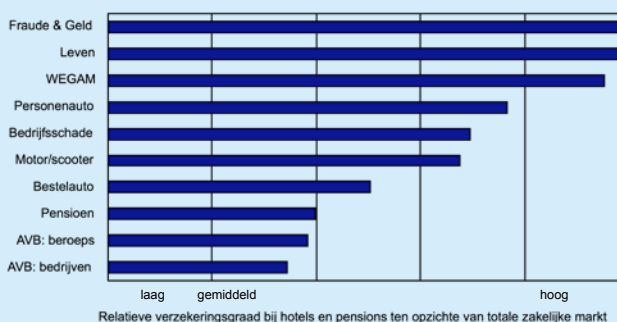
Trends & ontwikkelingen

- Binnen de branche is de laatste jaren duidelijke schaalvergroting zichtbaar.
- Het luxesegment is duidelijk in trek. Er is een toename van kapitaalkrachtige consumenten met veel vrije tijd en geld en een uitgesproken behoefte aan 'beleving' van luxe en comfort. Daarom breiden veel hotels en pensions hun faciliteitenaanbod uit, bijvoorbeeld met wellnesscentra.
- Onder senioren bestaat vraag naar aanvullende zorgdiensten en -faciliteiten. Men is bereid daarvoor te betalen.
- Hotels concentreren zich steeds meer op hun kernactiviteiten en kiezen voor sale-and-lease-back constructies met vastgoedinvesteerders.
- Hotels en pensions hebben te maken met strengere wet- en regelgeving, bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid.
- Vanaf juli 2008 wordt de horeca rookvrij.

Risico's

- Schaalvergroting en uitbreiding van faciliteiten leidt tot meer en veranderende risico's. Het betreft vooral brand- en technische verzekeringen, maar ook aansprakelijkheid (bijvoorbeeld legionelladekking).
- De strengere eisen op het gebied van veiligheid kunnen tot betere preventie en een lagere schadelast leiden. Hierdoor kunnen verzekeringnemers scherpere premies bedingen.
- Het aanbieden van zorgdiensten leidt tot een heel ander risicoprofiel op het gebied van bedrijfsaansprakelijkheid.
- Door nieuwe financieringsconstructies zoals sale-and-lease-back kan de verantwoordelijkheid voor bepaalde risico's bij andere partijen komen te liggen.
- Het instellen van een rookverbod kan leiden tot lagere brandrisico's en positieve effecten op de gezondheid.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen hotels en pensions



Bron: Delta Lloyd Datakluis * Beperkte steekproef

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Internet wordt voor klanten steeds belangrijker bij het vinden van een hotel, pension of conferentiecentrum. Een goede presentatie via een optimaal toegankelijke website is daarom van groot belang, evenals goede mogelijkheden om via internet snel een verblijf te boeken.
- De bezettingsgraad is minder goed voorspelbaar geworden, doordat consumenten impulsiever zijn geworden. Zij vinden het leuk om 'last minute' een hotel te boeken.
- Mensen willen moderne technologische faciliteiten op de kamer, zoals een internetverbinding. Dergelijke voorzieningen worden meegewogen bij de keuze voor een verblijf.
- Het grootste deel van betalingen bij hotels vindt giraal of met creditcard plaats. Klanten gaan er tegenwoordig van uit dat deze faciliteiten standaard beschikbaar zijn.
- Technische installaties nemen binnen hotels en pensions in aantal en complexiteit toe.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Verzekeringen voor fraude & geld, leven en WEGAM bieden belangrijke aanknopingspunten.
- Verzekeringen voor personenauto en bedrijfsschade worden ook vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
- Bedrijfschap Horeca en Catering
- Nederlandse Hotel Classificatie (NHC)

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen ertoe leiden dat de dekking van de huidige computer- en elektronicaverzekeringen tekortschiet. Analyse moet uitwijzen welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die (nog) niet zijn afgedekt. Dit kan uitbreiding of aanvulling van het verzekeringsaanbod noodzakelijk maken.
- Een goede bedrijfsschadeverzekering kan bescherming bieden tegen de risico's van afzeggingen of storingen in het reserveringssysteem.
- Toename van het aantal technische installaties kan invloed hebben op technische verzekeringen, bijvoorbeeld machinebreukverzekeringen.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Hotels en pensions kennen een groot personeelsverloop en hebben relatief veel parttime personeel in dienst.
- Horeca heeft te maken met relatief veel personeel van niet-Nederlandse afkomst.
- Vast personeel binnen de horeca kent een relatief laag ziekteverzuim. Het aantal WAO/WIA- uitkeringen per 100 verzekerden is het laagste van alle sectoren in Nederland.

Risico's

- De branche kent een aantal specifieke beroepsziekten, zoals bijvoorbeeld rugklachten. Preventie, reïntegratie en goede WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Het hoge aandeel parttimers zorgt ervoor dat er een specifieke vraag is op het gebied van inkomensverzekeringen. Oproepkrachten kunnen vaak niet worden verzekerd.
- Er is een verplicht bedrijfstakpensioenfonds Horeca & Catering in deze branche. De verplichte basisverzekering betreft een pensioenregeling die de gelegenheid biedt individueel bij te sparen tegen fiscaal gunstige voorwaarden.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van het Bedrijfschap Horeca en Catering, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is een algemeen verbindend verklaarde cao voor het horecabedrijf.

Duurzaamheid

Trends & ontwikkelingen

- Hotels en pensions zijn in het algemeen tamelijk grote energieverbruikers en dragen dus bij aan CO₂-uitstoot. Nieuwe regelgeving, bijvoorbeeld ten aanzien van elektriciteitsverbruik, CO₂-uitstoot en andere milieu-effecten, kan van invloed zijn op de bedrijfsvoering.
- Duurzaamheid is een thema dat hotels en pensions nieuwe kansen biedt om zich van concurrenten te onderscheiden.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Bedrijfschap Horeca en Catering en brancheorganisaties.

Restaurants, snackbars en catering

De markt

Restaurants, snackbars en cateringbedrijven zijn onderdeel van de horeca. Ook andere gelegenheden die op consumptie zijn gericht, zoals lunchrooms en ijssalons, worden tot de branche gerekend.

Figuur 1. Aantal restaurants, snackbars, catering verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Restaurants	1.160	6.045	1.815	865	240	20	5	10.150
Cafetaria's, lunchrooms, snackbars	2.460	4.920	595	195	145	30	5	8.350
Catering	1.310	585	120	70	35	10	5	2.135
Kantines	345	360	30	25	10	5	10	785
Ijssalons	75	200	25	5	0	0	0	305
Totaal	5.350	12.110	2.585	1.160	430	65	25	21.725

Bron: CBS, maart 2007

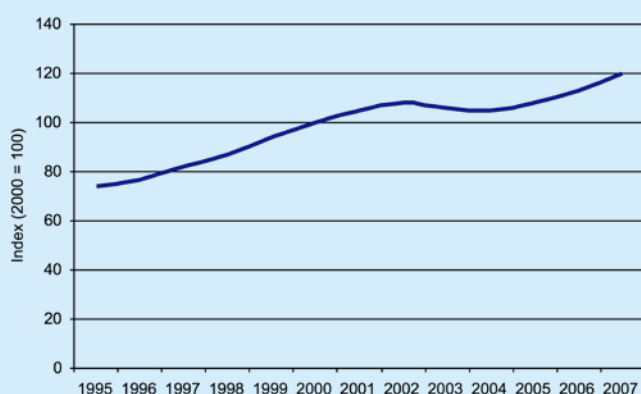
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- De branche profiteert van de langetermijntrend van toenemende welvaart. Er is een ontwikkeling naar meer consumptie buitenshuis, onder andere als gevolg van een groeiend aantal eenpersoonshuishoudens.
- Veel retailbedrijven hebben de markt van buitenshuisconsumptie ontdekt. Zij gaan zelf steeds meer horecafuncties uitoefenen, bijvoorbeeld door restaurants of coffeecorners te openen in winkels en winkelcentra.
- Deze vorm van branchevervaging is een gevolg van de wens van klanten snel toegang te krijgen tot eetgelegenheden en betekent geduchte concurrentie voor bestaande horeca.
- Restaurants ondervinden ook concurrentie van supermarkten. Die spelen steeds meer in op het conveniencesegment met luxe, maar gemakkelijk te bereiden eenpersoonsmaaltijden.
- De economische recessie na de millenniumwisseling, de introductie van euro en de (vermeende) prijsstijgingen in de horeca die daarop volgden, hebben de laatste jaren geleid tot een flinke terugval.
- De restaurantsector is, veel meer dan de drank- en fastfoodsector, gevoelig voor bijvoorbeeld de koers van de dollar. Koersschommelingen kunnen direct van invloed zijn op de zakelijke en internationale deelmarkt.
- Er komen steeds meer restaurants met een buitenlandse keuken waar een ander type gerechten (bijvoorbeeld tapas, sushi, dimsum et cetera) wordt aangeboden.
- Deze ontwikkeling sluit aan bij de vraag van klanten naar unieke 'beleving'. Naast de consumptie zelf worden nieuwe vormen van entertainment steeds belangrijker.
- De huidige groei in de branche zal naar verwachting voortduren, maar de rendementen staan onder druk door stijgende inkooprijzen. Ondernemers moeten daarom kritisch op de kosten blijven letten en inspelen op de snel veranderende wensen van de consument.

Feiten en cijfers

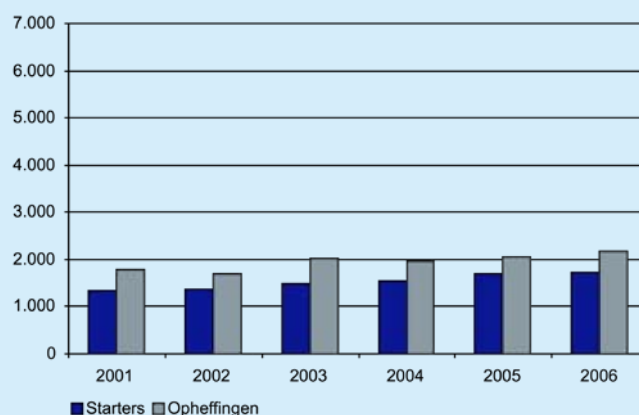
- De branche van restaurants, snackbars en catering bestaat uit circa 22.000 bedrijven.
- Ruim 5.300 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 14.000 bedrijven een grote groep.
- Ruim 1.700 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- Restaurants vormen de grootste groep bedrijven binnen deze branche.
- In 2006 telde de branche circa 2.200 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2007 bedroeg circa € 9,0 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij restaurants, snackbars, catering



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Restaurants, snackbars, catering aantal starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij restaurants in de periode 1995-2007.

De branche is conjunctuurgevoelig en heeft in economisch minder goede tijden te kampen met stagnatie in omzetgroei.

Rond het jaar 1995 was er sprake van een lichte groeivertraging. In de periode 2002-2005 heeft de branche vrijwel stilgestaan en is hier en daar zelfs gekrompen.

Daarmee heeft de groeivertraging voor deze branche wat langer geduurd dan voor veel andere branches. Inmiddels groeit de branche weer fors en duidelijk sneller dan de economie als geheel. Het lijkt alsof er een flinke inhaalslag wordt gemaakt door consumenten. In totaal werd in 2007 een omzet van ongeveer € 9,0 miljard gemaakt.

De branche kent een grote bedrijfsdynamiek, waarbij het aantal starters al jarenlang kleiner is dan het aantal bedrijfsopheffingen. Dat wijst er op dat er steeds meer professionals uit de branche hun bedrijfsactiviteiten staken of in dienst van derden voortzetten. Ondanks afname van het aantal bedrijven is er toename van het aantal verkooppunten door sterke groei van fastfoodketens.

Startende ondernemers in deze branche zijn ten opzichte van de markt relatief wat ouder en wat vaker vrouw: 60% van hen is ouder dan 34 en 39% van hen is vrouw.

Er zijn inmiddels meer buitenlandse restaurants (53%), dan Nederlandse of Franse (47%). Het grootste segment is Chinees-Indische restaurants (18%), gevolgd door Italiaanse (9%). De snelst groeiende segmenten zijn Zuid-Europees, Thais en Japans. Er zijn in totaal 81 restaurants met één of meer Michelinsterren.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 10,5%, wat aanzienlijk hoger is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Restaurants, snackbars en catering

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn bedrijfsaansprakelijkheid en bedrijfsschade.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Met name verzekeringen op het gebied van brand (koelschade), bedrijfsschade en milieuaansprakelijkheid worden in deze branche vaker gesloten dan gemiddeld.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

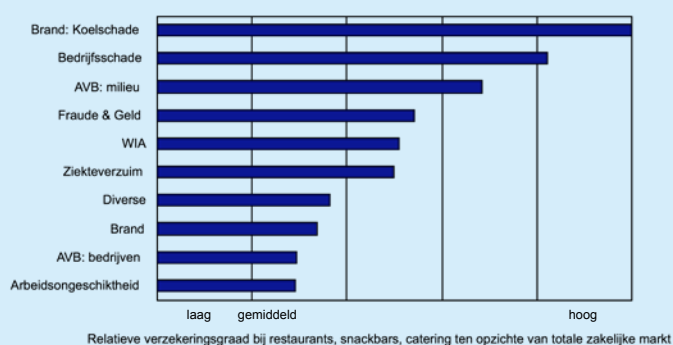
Trends & ontwikkelingen

- Consumenten zijn steeds meer op zoek naar exotische restaurants met voedingsproducten uit verre landen. Dat leidt ertoe dat het aantal restaurants met een buitenlandse keuken blijft groeien.
- Daarnaast vertonen consumenten steeds meer belangstelling voor gezonde en (toch) lekkere voeding. Zij lijken bereid daarvoor meer te betalen. Hier kunnen restaurants slim op inspelen.
- Binnen het luxesegment is een sterke toename van kapitaalcrachtige consumenten met veel vrije tijd, geld en een uitgesproken behoefte aan luxe, comfort en unieke 'beleving'.
- De gast is meer volwassen en veeleisender geworden, wat zich uit in een kritischer opstelling. Loyaliteit is en minder vanzelfsprekend geworden.
- Overheden stellen steeds zwaardere eisen aan hygiëne, arbomaatregelen et cetera.
- Bij sommige gasten is sprake van een groeiende behoefte aan openheid over de inkoop en bereiding van voedsel. Op sommige plaatsen wint de open keuken aan populariteit.
- Vanaf juli 2008 wordt de horeca rookvrij.

Risico's

- Door de toename in bedrijfsomvang en -complexiteit én de toename van meer exotische restaurants en bijbehorende producten kan invloed hebben op de (product) aansprakelijkheid van restaurants.
- De vraag naar meer luxe, comfort, en 'beleving' stelt steeds hogere eisen aan bedrijven en brengt vaak extra risico's met zich mee.
- Het instellen van een rookverbod kan het brandrisico verlagen en positieve effecten hebben op de gezondheid.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen restaurants, snackbars, catering



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Internet wordt voor klanten steeds belangrijker bij het vinden en vergelijken van restaurants en het maken van een reservering. Een goede presentatie via een optimaal toegankelijke website is daarom van groot belang.
- Relatief nieuw zijn de vergelijkende websites waarop eetgelegenheden worden beoordeeld en vergeleken door klanten en potentiële klanten. Goede reclame op internet is van invloed op de omzetcijfers.
- Het grootste deel van betalingen bij restaurants vindt giraal of met creditcard plaats. Klanten gaan er tegenwoordig van uit dat deze faciliteiten standaard beschikbaar zijn.
- In een markt met een groeiend aanbod wordt onderscheidend vermogen door formulemanagement en branding steeds belangrijker.

Risico's

- Een goede bedrijfsschadeverzekering kan bescherming bieden tegen de risico's van afzeggingen of storingen in het reserveringssysteem.
- Storingen in betalingsapparatuur kunnen omzetverlies betekenen. Goede elektronica- en apparatuurverzekeringen en/of bedrijfsschadeverzekeringen bieden hiervoor dekking.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Brand (koelschade), bedrijfsschade en milieuaansprakelijkheid verzekeringen bieden belangrijke aanknopingspunten.
- Fraude & geld, WIA- en ziekteverzuimverzekeringen worden ook vaker gesloten dan gemiddeld.

Belangrijke organisaties

- Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
- Bedrijfschap Horeca en Catering
- Nederlandse Hotel Classificatie (NHC)

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Restaurants kennen relatief veel parttime medewerkers en een groot personeelsverloop. Telkens als nieuw personeel moet worden ingewerkt, legt dit extra druk op de organisatie.
- Het personeel werkt vaak laat, op onregelmatige uren en moet veel fysieke inspanningen leveren.
- Horeca heeft steeds vaker te maken met personeel van niet-Nederlandse afkomst.
- Er is een toenemend tekort aan vakkundig keukenpersoneel. Dit leidt tot extra werkdruk in de keukens van restaurants.

Risico's

- Preventie, reïntegratie en goede ziekteverzuim- en WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Er is een verplicht bedrijfstakpensioenfonds Horeca & Catering in deze branche. De verplichte basisverzekering betreft een pensioenregeling die de gelegenheid biedt individueel bij te sparen tegen fiscaal gunstige voorwaarden.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van het Bedrijfschap Horeca en Catering, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is een algemeen verbindend verklaarde cao voor het horecabedrijf.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Bedrijfschap Horeca en Catering en brancheorganisaties.

Café's

De markt

Café's, bars en discotheken zijn een onderdeel van de horeca. Het is een veelvormige groep etablissementen, van de 'kroeg op de hoek' tot moderne discotheken, zowel in steden als, steeds meer, op het platteland.

Figuur 1. Aantal café's verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Café's en bars	2.361	5.140	720	324	85	9	0	8.639
Coffeeshop	334	727	102	46	12	1	0	1.222
Discotheek	75	163	23	10	3	0	0	274
Totaal	2.770	6.030	845	380	100	10	0	10.135

Bron: CBS, maart 2007

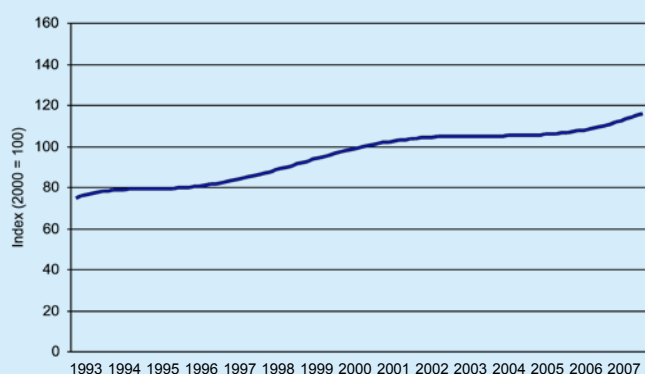
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- De traditionele kroeg is een uitstervend fenomeen. Steeds meer mensen hebben voldoende geld te spenderen en willen méér dan alleen een biertje of een wijntje aan de bar.
- Om diezelfde reden zijn uitgaansgelegenheden in opkomst die inspelen op 'beleving' en lifestyle.
- De branche heeft een lokaal karakter. De relatie met internationale economische ontwikkelingen is daardoor minder direct.
- Er worden grote, moderne uitgaansgelegenheden ontwikkeld op locaties buiten de stadscentra, niet alleen in de periferie maar ook op het platteland.
- Dit segment ondervindt ook concurrentie van allerlei (grootschalige) dance- en muziek-evenementen.
- Leveranciers van dranken zijn sterk geconcentreerd en hebben daardoor een relatief sterke invloed en onderhandelingsmacht. Vaak zijn zij eigenaar van het pand. De café-exploitanten hebben dan te maken met een verplichte afname van de merken van de betreffende leverancier.

Feiten en cijfers

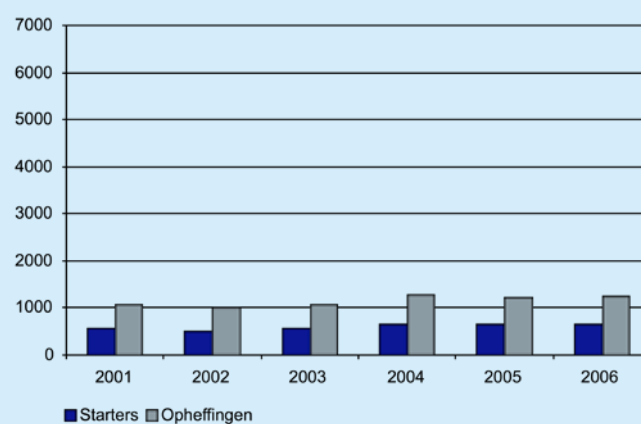
- De branche van café's bestaat uit ruim 10.000 bedrijven.
- Bijna 2.800 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met bijna 7.000 bedrijven een grote groep.
- Ongeveer 500 bedrijven uit deze groep bedrijven heeft meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen de branche wordt gevormd door café's en bars.
- In 2006 waren er circa 600 starters.
- De gerealiseerde omzet in 2007 bedroeg circa € 2,8 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij café's



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op kwartaalcijfers)

Figuur 3. Café's aantal starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij café's in de periode 1993-2007.

Rond de jaren 1994 en 1995 was sprake van duidelijke groeivertraging. Ook in de periode 2002-2005 heeft de branche beperkte omzetgroei gekend als gevolg van de economische recessie vlak na de millenniumwisseling. Daarnaast speelden in die periode de introductie van euro en de (vermeende) prijsstijgingen in de horeca de branche parten.

Inmiddels houdt de omzetgroei in de branche weer gelijke tred met de economie. Het lijkt of de consumenten een inhaalslag maken. In totaal werd in 2007 circa € 2,8 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een grote bedrijfsdynamiek, waarbij het aantal starters al jarenlang kleiner is dan het aantal bedrijfsopheffingen. Het verschil bedraagt ongeveer 500. Steeds meer ondernemers in de branche sluiten kortom hun deuren. Desondanks is er nog wel omzetgroei in de branche, wat erop wijst dat de grotere uitgaansgelegenheden voldoende groeien om de opheffingen van kleinere bedrijven ruimschoots te compenseren.

Startende ondernemers in deze branche zijn ten opzichte van de markt relatief wat ouder en vaker vrouw: 60% van hen is ouder dan 34 en 38% van hen is vrouw.

Bijna de helft van de café's (45%) heeft een beperkt vloeroppervlak van 50-100 m². Discotheken zijn daarentegen aanzienlijk groter: circa 66% van de bedrijven heeft een vloeroppervlak groter dan 200m².

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van bijna 16%, wat flink hoger is dan het marktgemiddelde (6,3%). Bedrijven in deze branche maken dus relatief veel winst.

Café's

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en bedrijfsschade.
- In figuur 4 is weergegeven welk type verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Met name verzekeringen op het gebied van bedrijfsschade, particuliere aansprakelijkheid en ziekteverzuim worden in deze branche vaker gesloten dan gemiddeld in de zakelijke markt.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche gemiddeld verzekerd ten opzichte van andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

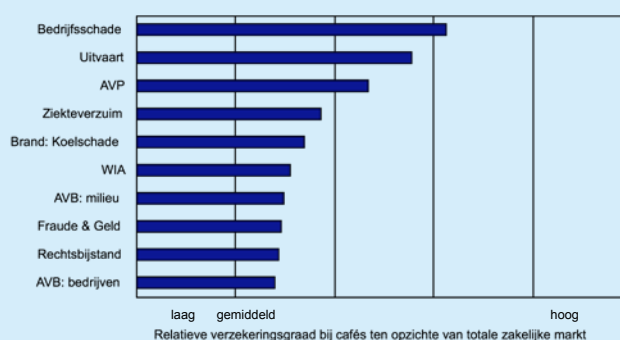
Trends & ontwikkelingen

- Overheden stellen steeds zwaardere eisen aan hygiëne, arbomaatregelen et cetera.
- Binnen het segment van discotheken is een afname van het aantal zaken te zien, maar door schaalvergroting neemt het totale vloervolume toe.
- Pure horecabedrijven worden steeds minder zichtbaar. Wel ontstaat meer samenwerking met bedrijven buiten de branche rondom thema-activiteiten.
- De branche heeft te maken met zeer complexe regelgeving rond vergunningen. Om een en ander te vereenvoudigen zijn verschillende initiatieven in het leven geroepen.
- Vanaf juli 2008 wordt de horeca rookvrij.

Risico's

- De toegenomen behoefte aan exotische uitgaansgelegenheden en heftiger belevingen kan zijn weerslag hebben op de aansprakelijkheid van dergelijke horecagelegenheden.
- De toegenomen behoefte aan meer luxe, comfort en beleving stelt steeds zwaardere eisen aan bedrijven en brengt vaak extra risico's met zich mee.
- Het instellen van een rookverbod kan het brandrisico verlagen en positieve effecten hebben op de gezondheid.
- Evenementenverzekeringen worden steeds belangrijker voor de branche.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen café's



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- In veel horecagelegenheden wordt technologie ingezet, bijvoorbeeld voor het mobiel opnemen van bestellingen.
- Ook worden tapinstallaties geautomatiseerd, waardoor er minder verspild wordt.

Risico's

- De inzet van technologie leidt tot afhankelijkheden in de bedrijfsvoering.
- Een tapverzekering biedt bescherming tegen bedrijfsschade als gevolg van defecte installaties.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Verzekeringen voor bedrijfsschade, particuliere aansprakelijkheid en ziekteverzuim bieden belangrijke aanknopingspunten.
- Verzekeringen voor WIA en koelschade worden ook vaker gesloten dan gemiddeld.
- Milieuaansprakelijkheid kan een interessant verzekeringsgebied zijn.

Belangrijke organisaties

- Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
- Bedrijfschap Horeca en Catering

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Café's kennen relatief veel parttime medewerkers en een groot personeelsverloop. Telkens als nieuw personeel moet worden ingewerkt, legt dit extra druk op de organisatie.
- Horeca heeft steeds vaker te maken met personeel van niet-Nederlandse afkomst. Deze krachten zijn vooral werkzaam in de backoffice (schoonmaak, keuken et cetera).
- Vast personeel binnen de horeca kent een relatief laag ziekteverzuim. Het aantal WAO/WIA-uitkeringen per 100 verzekerden is zelfs het laagste van alle sectoren in Nederland.
- Het personeel werkt vaak laat, op onregelmatige uren en verricht veel fysieke arbeid.

Risico's

- De branche kent een aantal specifieke beroepsziekten, waaronder alcoholverslaving. Preventie, reïntegratie en goede WIA-verzekeringen zijn in de branche steeds belangrijker.
- Er is een verplicht bedrijfstakpensioenfonds Horeca & Catering in deze branche. De verplichte basisverzekering betreft een pensioenregeling die de gelegenheid biedt individueel bij te sparen tegen fiscaal gunstige voorwaarden.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van het Bedrijfschap Horeca en Catering, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is een algemeen verbindend verklaarde cao voor het horecabedrijf.

Duurzaamheid

Trends & ontwikkelingen

- Duurzaamheid is een thema dat de horeca nieuwe kansen biedt.
- Stijgende energiekosten zetten aan tot investeringen in energiezuinige verlichting en apparatuur. Met het oog op duurzaamheid wordt ook bewuster nagedacht over openingstijden.
- Duurzaamheid heeft een plaats binnen maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). In deze branche krijgt dit invulling door bijvoorbeeld verantwoord frituren, zorg voor milieu, Convenant Overgewicht, Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan et cetera.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Bedrijfschap Horeca en Catering en brancheorganisaties.

Groothandel

1 Kleding en textiel

2 Computers en randapparatuur



Kleding en textiel

De markt

Groothandels in kleding, mode en textiel vormen een onderdeel van de groothandel. Deze bedrijven verkopen in het algemeen aan de detailhandel maar in toenemende mate openen groothandels hun deuren ook voor eindconsumenten.

Groothandels op het gebied van kleding, mode en textiel verkopen producten als:

- algemene dames- en herenkleding
- sportkleding en vrijetijdskleding
- merkkleding en speciale collecties.

Figuur 1. Aantal groothandels in kleding en textielwaren verdeeld over werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Groothandel mode-artikelen	100	60	10	5	0	0	0	175
Groothandel schoeisel	105	110	25	20	15	5	0	280
Groothandel onderkleding	75	40	10	10	5	0	0	140
Groothandel werkkleding	135	95	20	10	10	0	0	270
Groothandel bovenkleding	1.085	680	100	70	45	20	5	2.005
Groothandel textielwaren alg. assortiment	155	90	10	10	5	0	0	270
Totaal	1.655	1.075	175	125	80	25	5	3.140

Bron: CBS, maart 2007

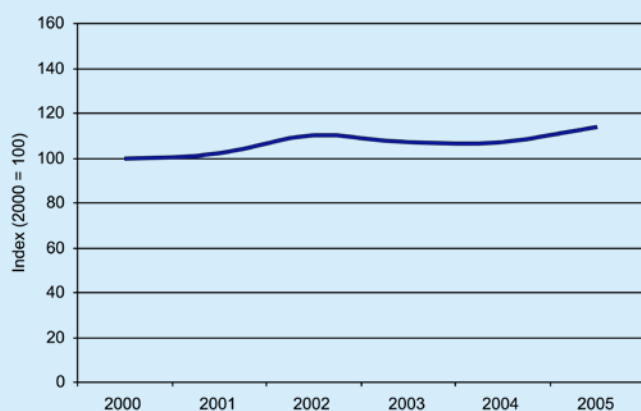
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- De omzetten in deze branche nemen toe als gevolg van de economische groei in de afgelopen jaren en de bereidheid van consumenten meer uit te geven aan kleding en mode.
- De omzetgroei is vooral te danken aan volumestijgingen, de prijsontwikkelingen zijn minder sterk.
- Dit is deels het gevolg van de groeiende macht van grootwinkelbedrijven, globalisering, de toenemende beschikbaarheid van goedkoop geproduceerde kleding en toenemende prijstransparantie.
- Kleding en mode wordt ook steeds meer via internet verkocht, soms rechtstreeks door de fabrikanten aan consumenten en soms door fabrikanten aan de detailhandel.
- Brancheervaging is ook hier aan de orde: detailhandelbedrijven vergroten hun schaal en hun greep op het ontwerpen van collecties en de productie, terwijl fabrikanten en groothandels steeds vaker 'outlets' openen waarmee ze de consument direct bedienen.
- Groothandels en kleinere detaillisten dreigen het slachtoffer te worden van deze ontwikkelingen: kleinere detaillisten omdat ze onvoldoende inkoop-schaal hebben en zich tot het uiterste moeten inspannen om consumenten nog een reden te geven om in hun winkels te kopen, en groothandels omdat ze het risico lopen om gepasseerd te worden.
- Partijen die willen overleven moeten hun strategie aanpassen. Ze moeten greep houden op hun eigen keten (door de rol van 'ketenregisseur' in te vullen) of zeer efficiënt invulling geven aan de groothandelstaken die producent of detaillist graag uitbesteden.
- Het sneller wisselen van collecties leidt ook tot steeds kortere doorlooptijden en stelt meer eisen aan voorraadbeheer en logistiek. Hierdoor worden logistieke ketens complexer. ICT wordt steeds meer ingezet om aan de moderne wensen te kunnen voldoen ('ketendigitalisering').

Feiten en cijfers

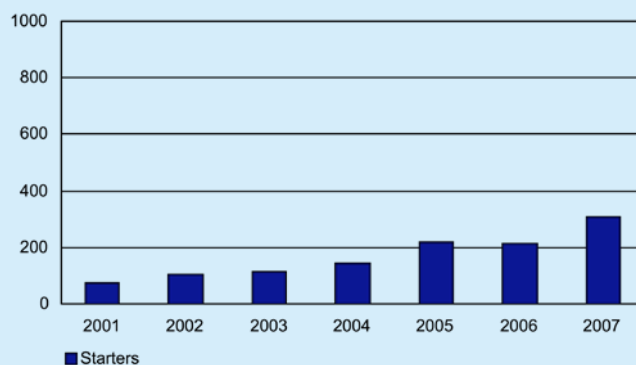
- De branche van groothandels in kleding, mode en textiel bestaat uit circa 3.100 bedrijven.
- Ruim 1.600 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met 1.250 bedrijven een aanzienlijke groep.
- In deze groep groothandels hebben 235 bedrijven meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door groothandels in bovenkleding.
- In 2007 telde de branche ongeveer 300 starters.
- De behaalde omzet bedroeg in 2005 circa € 10,6 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij groothandels in kleding en textielwaren



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Groothandels - aantal starters (2001-2007)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij groothandels in kleding en textielwaren in de periode 2000-2005.

Er is sprake van sterke conjunctuurafhankelijkheid, want in economische zwakkere tijden kopen consumenten minder kleding en dus de detailhandel ook minder kleding in bij groothandels.

De branche groothandels in kleding en textielwaren groeit beperkt.

In totaal werd er in 2005 ongeveer € 10,6 miljard omzet gerealiseerd.

De sector groothandel kent een beperkte bedrijfsdynamiek waarbij het aantal starters stijgend is.

Startende ondernemers in deze sector zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en vaker vrouw: 59% is ouder dan 34 en 45% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 5,8%, wat iets lager is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Kleding en textiel

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, personenauto en bedrijfsaansprakelijkheid.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- ANW-hiaat, schade inzittenden en WIA zijn relatief veelgesloten verzekeringen.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

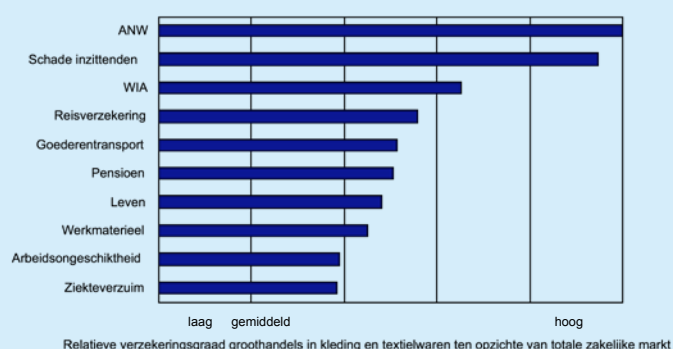
Trends & ontwikkelingen

- Er treedt schaalvergroting op, waardoor het risicoprofiel van bedrijven verandert.
- Bedrijven moeten aan steeds meer regels voldoen, bijvoorbeeld op last van de brandweer of het Bevoegd Gezag.

Risico's

- De toename in complexiteit en strengere eisen ten aanzien van de bedrijfsvoering kunnen impact hebben op de bedrijfsaansprakelijkheid.
- Brandverzekeringen zijn erg belangrijk in de branche en moeten wellicht worden uitgebreid, bijvoorbeeld wanneer het assortiment verandert.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen groothandels in kleding en textielwaren



Bron: Delta Lloyd Datakluis * Beperkte steekproef

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Binnen de eigen bedrijfsvoering wordt de inzet van ICT-systemen steeds belangrijker.
- Criminaliteit binnen de groothandel is een probleem voor ondernemers. Een en ander vereist voortdurende waakzaamheid en snel en adequaat ingrijpen bij calamiteiten.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen nieuwe risico's met zich meebrengen en er toe leiden dat de dekking van huidige verzekeringen, bijvoorbeeld goederentransport, tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- De afhankelijkheid van elektronica en apparatuur heeft invloed op de bedrijfsschadeverzekering.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige verzekeringen.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- ANW-hiaat, schade inzittenden en WIA verzekeringen zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Ook de reisverzekering, goederentransport-, pensioen-, levens- en werkmaterieelverzekeringen worden vaker gesloten dan gemiddeld in de markt.

Belangrijke organisaties

- MODINT, Ondernemersorganisatie voor Mode, Interieur en Textiel, brancheorganisatie
- Nederlands Verbond van de Groothandel
- Vereniging Sociaal Comité van Werkgevers in de Groothandel in Textielgoederen en aanverwante Artikelen (SCTX)

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Deze branche kent relatief weinig, vaak laag geschoold personeel.
- Dat heeft als voordeel dat een krappe personeelsmarkt weinig impact heeft op de branche;
- Bedrijven hebben veel tijdelijke krachten en een groot personeelsverloop.

Risico's

- Er is geen verplicht bedrijfstakpensioenfonds in deze branche.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mbk-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van MKB-Nederland, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is een algemeen verbindend verklaarde cao groothandel in textielgoederen en aanverwante artikelen. Hierin wordt werkgevers aangeraden een WIA-hiaat- en WIA-excedentverzekering te sluiten voor hun werknemers.

Duurzaamheid

Trends & ontwikkelingen

- Binnen de branche neemt de aandacht toe voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, voor gezondheid, duurzaamheid en milieu. Bedrijven die geen rekening houden met het milieu en met arbeidsomstandigheden tijdens de productie van kleding lopen kans op imagoschade.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Computers en randapparatuur

De markt

Groothandels in computers en randapparatuur vormen een onderdeel van de groothandel. Deze bedrijven verkopen in het algemeen aan de detailhandel maar in toenemende mate openen groothandels hun deuren ook voor eindconsumenten.

Groothandels op het gebied van computerrandapparatuur verkopen producten zoals:

- laptops en desktops
- computerspellen en speelcomputers
- randapparatuur.

Figuur 1. Aantal groothandels in computers en randapparatuur verdeeld over werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Groothandel computers en -randapparaten	2.025	1.090	260	195	135	45	35	3.785
Totaal	2.025	1.090	260	195	135	45	35	3.785

Bron: CBS, maart 2007

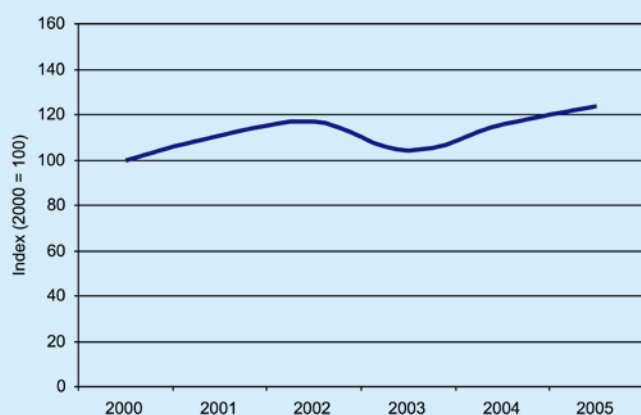
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Na een periode van snelle groei in de verkoop van computers en computerrandapparatuur treedt nu en in de komende jaren afvlakking op. Dit wordt onder andere veroorzaakt doordat op veel plaatsen al computers aanwezig zijn en veel van de nieuwe generatie computerapparatuur veel langer meegaat dan vorige generaties.
- Er is een verschuiving van de vraag van desktops naar laptops, waarbij laptops meestal ter aanvulling worden aangeschaft.
- Ook zullen nieuwe technologische ontwikkelingen in de computerwereld steeds weer impulsen geven aan de vraag naar computers en –randapparatuur.
- Er is sprake van branchevervaging tussen detailhandel en groothandel in computerapparatuur. Er is sprake van voorwaartse integratie: fabrikanten verkopen hun producten rechtstreeks aan eindklanten en passeren zo de groothandel passeren.
- Daardoor en door de prijsconcurrentie tussen computerfabrikanten komen de marges in de branche steeds meer onder druk te staan.
- Bij veel computergebruikers, zowel consumenten als bedrijven, bestaat behoefte aan meer after- sales service om problemen bij het gebruik van computerapparatuur te helpen oplossen. Dit biedt kansen voor bedrijven die zich meer als dienstverlener (willen) positioneren.
- De relatief gunstige economische omstandigheden in de laatste jaren hebben zich niet voor alle bedrijven in de sector vertaald naar mooie winstcijfers. Alleen de bedrijven die echt meerwaarde bieden, kunnen het competitieve voordeel daarvan in klinkende munt omzetten.
- De belangrijkste factoren die een rol spelen bij het succes van bedrijven in deze branche zijn kwaliteit en schaalgrootte. Dankzij dat laatste kan de prijs laag worden gehouden.

Feiten en cijfers

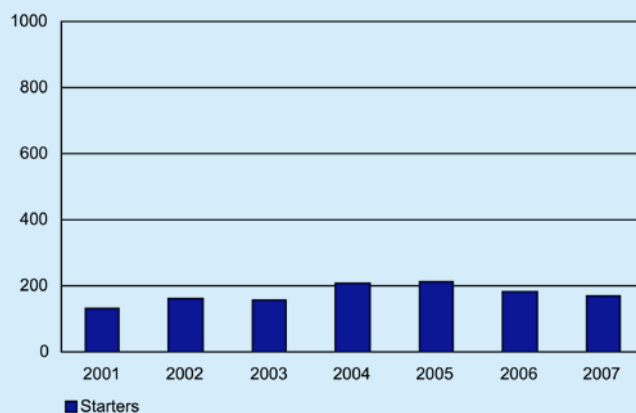
- De branche van groothandels in computers en randapparatuur bestaat uit bijna 3.800 bedrijven.
- Ruim 2.000 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met 1.350 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Ruim 400 bedrijven uit deze groep groothandels hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren een grote bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- In 2007 telde de branche circa 170 starters.
- De omzet bedroeg in 2005 ongeveer € 46,8 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij groothandels in computers en randapparatuur



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Groothandels - aantal starters (2001-2007)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij groothandels in computers en randapparatuur in de periode 2000-2005.

Er is sprake van sterke conjunctuurafhankelijkheid. In economische zwakkere tijden besteden consumenten minder aan duurzame goederen en kopen detailhandels ook minder in.

De branche groothandels in computers en randapparatuur groeit beperkt.

In totaal werd er in 2005 circa € 46,8 miljard omzet gerealiseerd.

De sector groothandel kent een beperkte bedrijfsdynamiek waarbij het aantal starters de afgelopen twee jaar gedaald is.

Startende ondernemers in deze sector zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en vaker vrouw: 59% is ouder dan 34 en 45% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 2,4%, wat lager is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Computers en randapparatuur

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn bedrijfsaansprakelijkheid, brand en pensioen verzekeringen.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Goederentransport, pensioen en computer en elektronica verzekeringen zijn relatief veelgesloten verzekeringen.
- In het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

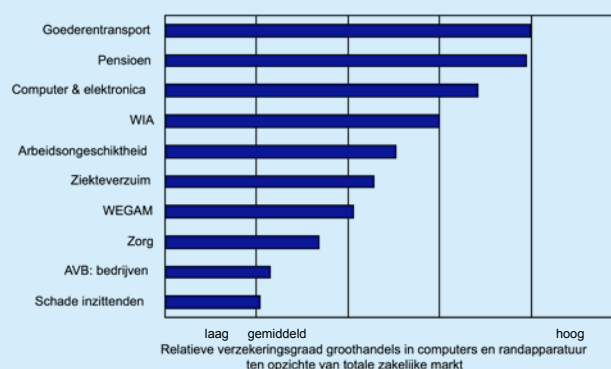
Trends & ontwikkelingen

- Er treedt schaalvergroting op waardoor het risicoprofiel van bedrijven verandert.
- Bedrijven moeten aan steeds meer regels voldoen, bijvoorbeeld op last van de brandweer of het Bevoegd Gezag.
- Computers en randapparatuur worden steeds meer via internet ingekocht.
- Binnen de branche neemt de aandacht toe voor gezondheid, duurzaamheid en milieu.

Risico's

- De toename in complexiteit en strengere eisen ten aanzien van de bedrijfsvoering kunnen impact hebben op bedrijfsaansprakelijkheid.
- Ook brandverzekeringen zijn erg belangrijk in de branche en moeten wellicht worden uitgebreid, bijvoorbeeld wanneer het assortiment verandert.

Figuur 4. Penetratie top-10 verzekeringen groothandels in computers en randapparatuur



Bron: Delta Lloyd Datakluis * Beperkte steekproef

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- Technologische ontwikkelingen zijn een belangrijke drijver van de markt voor computers en randapparatuur.
- Ook binnen de eigen bedrijfsvoering wordt de inzet van ICT-systemen steeds belangrijker.
- Criminaliteit binnen de groothandel is een probleem voor ondernemers, want computers en randapparatuur hebben een hoge attractiviteit. Een en ander vereist voortdurende waakzaamheid en snel en adequaat ingrijpen bij calamiteiten.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen nieuwe risico's met zich meebrengen en ertoe leiden dat de dekking van huidige verzekeringen zoals goederentransport tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- De afhankelijkheid van elektronica en apparatuur heeft impact op de bedrijfsschade- en computer- en elektronica-verzekeringen.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- Goederentransport, pensioen en computer & elektronica zijn belangrijke aanknopingspunten.
- Ook de WIA, arbeidsongeschiktheid, ziekteverzuim en WEGAM verzekeringen worden vaker gesloten dan gemiddeld in de markt.

Belangrijke organisaties

- Nederlands Verbond van de Groothandel
- Nederlandse Federatieve Vereniging voor de Groothandel op Elektrotechnisch Gebied (FEG)
- Werkgevers Technische Groothandel (WTG)

- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan ertoe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige verzekeringen.

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Deze branche kent relatief weinig, vaak laag geschoold personeel.
- Dat heeft als voordeel dat een krappe personeelsmarkt weinig impact heeft op de branche.
- De bedrijven hebben veel tijdelijke krachten en een groot personeelsverloop.

Risico's

- Er is geen verplicht bedrijfstakpensioenfonds in deze branche.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren.
- Voor mkb-bedrijven met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E van MKB-Nederland, waardoor niet langer de verplichting geldt om de RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- Er is geen cao in deze branche, waardoor werknemers geen aanspraak kunnen maken op collectieve afspraken.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM) en brancheorganisaties.

Disclaimer

De in deze brancherapporten verstrekte informatie is geen aanbod, een advies of een andere financiële dienst.

Inhoud

De door Delta Lloyd in deze brancherapporten verstrekte informatie is ontleend aan bronnen die Delta Lloyd betrouwbaar acht, maar voor de juistheid en volledigheid daarvan kan niet worden ingestaan. De brancherapporten zijn uitsluitend indicatief en vormen een betrouwbaar hulpmiddel om overzicht te krijgen in de trends en ontwikkelingen in branches en de gevolgen daarvan voor de risico's die een gemiddelde ondernemer, binnen zekere bandbreedtes, loopt. De brancherapporten kunnen niet worden beschouwd als vervanging van een advies op maat van een deskundige verzekeringsadviseur.

Aansprakelijkheid

Aan de uitkomsten van brancherapporten kunnen geen rechten worden ontleend. Delta Lloyd kan, gelet op het indicatieve karakter daarvan, niet garanderen dat de brancherapporten alle risico's blootleggen.

In overeenstemming met het bepaalde in artikel 9 van de samenwerkingsvoorwaarden tussen Delta Lloyd en de met deze verzekeraar samenwerkende assurantiebemiddelaars, mogen de brancherapporten niet worden gezien als een uitlating van Delta Lloyd aan cliënten van de bemiddelaar, maar als een uitlating aan de bemiddelaar. De brancherapporten laten onverlet de verantwoordelijkheid van de bemiddelaar voor zijn advies aan de cliënt, ook als de bemiddelaar daarbij gebruikmaakt van de brancherapporten.

Delta Lloyd aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor de gevolgen van beslissingen die worden genomen op basis van de informatie in de brancherapporten.

Verantwoordelijkheid

De informatie mag niet worden overgedragen, verveelvoudigd, bewerkt of verspreid. Ten aanzien van de inhoud van de brancherapporten bestaat geen overnemingsvrijheid; alle auteursrechten, ook die bedoeld in art.15 Auteurswet worden voorbehouden. Nederlands recht is van toepassing.

Delta Lloyd Verzekeringen
Postbus 1000
1000 BA Amsterdam
www.deltalloyd.nl

delta lloyd

