



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Sectorprognoses 2014

Groei in exportgerichte, krimp in consumentgerichte sectoren

Uit recessie in tweede helft van 2013

Terwijl in de opkomende markten sprake is van een lichte groei-
vertraging trekt de economische groei in de VS, VK en Japan
aan. In het eurogebied kwam de recessie in het 2e kwartaal na
anderhalf jaar ten einde. Nederland blijft vooralsnog iets achter
bij deze positieve ontwikkeling. Toch is de verwachting dat ook
Nederland in de tweede helft van 2013 de recessie achter zich
laat, vooral op grond van een aantrekkende export.

Export drijvende kracht

De Nederlandse economie drijft in deze fase van de conjunctuur
sterk op de internationale handel. Stemningsindicatoren
wijzen op een versnelling van de economische groei bij onze
belangrijkste handelspartners. Hierdoor kan het Nederlandse
exportvolume volgend jaar sterk aantrekken (+5%). Het invoer-
volume neemt met 4,5% toe. Belangrijk is dat niet alleen de
wederuitvoer bijdraagt aan de totale exportgroei, maar ook
de binnenlands geproduceerde uitvoer meer gaat bijdragen.

De in Nederland gecreëerde toegevoegde waarde van hier
geproduceerde producten is immers veel groter, waardoor de
bijdrage aan het BBP-volume ook groter is.

Binnenlandse dynamiek onvoldoende voor krachtig herstel

Het volume van de particuliere consumptie ligt ruim onder
het niveau van begin 2008. Dit jaar zal het reëel beschikbaar
inkomen van huishoudens net als in 2012 afnemen door
dalende reële lonen, een daling van de werkgelegenheid en
hogere directe belastingen. Volgend jaar zullen deze factoren
eveneens een drukkend effect hebben op het reëel beschikbaar
inkomen, maar de impact zal minder groot zijn. Na een verwachte
krimp van 2% in 2013 daalt het particuliere consumptievolume
in 2014 met 1½%. De zwakke binnenlandse dynamiek remt ook
de private investeringen (bedrijfsinvesteringen en investeringen
in woningen). Naar verwachting neemt het investeringsvolume
volgend jaar met ¼% toe. Omdat 70% van de economische
activiteit nog altijd bepaald wordt door de binnenlandse



bestedingen kan er per saldo vooralsnog geen sprake zijn van een krachtig economisch herstel. Voor volgend jaar wordt mede daarom een nulgroei voorzien (zie tabel 1).

Tabel 1

Kerntabel Nederland			
jaar op jaar mutatie in %	2012	2013	2014
Bruto binnenlands product	-1,3	-1¼	0
Particuliere consumptie	-1,6	-2	-1½
Overheidsbestedingen	-0,8	-1¼	-¾
Private investeringen	-4,6	-9½	¼
Uitvoer goederen en diensten	3,2	1¾	5
Invoer goederen en diensten	3,3	-¾	4½
Consumentenprijzen	2,8	2¾	1½
Werkloosheid (%)	5,3	6¾	7½
Begrotingssaldo (% BBP)	-4,1	-3	-3¼
Staatsschuld (% BBP)	71,3	75	77½

Bron: CBS, Rabobank, september 2013

Ontwikkelingen verschillen per sector

Tabel 2 geeft een overzicht van de volumeontwikkeling per sector. Duidelijk is dat exportgerichte sectoren (industrie, groothandel en transport) volgend jaar profiteren van de aantrekkende economische groei bij onze belangrijkste handelspartners. De sterke verbetering in de inkoopmanagersindex van de maakindustrie de afgelopen maanden is een eerste teken hiervan. De afzet trekt het sterkste aan in zeer export gerichte sectoren als de chemische industrie en de metaalindustrie. Ook de groothandel, die iets meer dan de helft van de toegevoegde waarde uit de uitvoer van goederen en diensten haalt, profiteert in de komende periode van de aantrekkende buitenlandse vraag. Het beeld binnen de transportsector is divers. Het deel van de sector dat is gericht op de internationale markt, vooral bedrijven die zich bezig houden met vervoer over water en door de lucht, profiteert van de aantrekkende exportgroei in de tweede helft van dit jaar en volgend jaar. Het meer op het binnenland gerichte deel van de sector, zoals bedrijven die zich bezig houden met transport ten behoeve van de bouw en de retail, kent ook in 2014 geen volumegroei. Logistieke dienstverleners en koeriersbedrijven profiteren wel van de opkomst van e-commerce.

Door het dalende particuliere consumptievolume blijven sectoren die het moeten hebben van de binnenlandse bestedingen het volgend jaar moeilijk houden. De detailhandel ziet de afzet in 2014 wederom krimpen. Hierbij dient te worden opgemerkt dat de detailhandel food hier minder last van heeft dan de detailhandel non-food. Ook andere sectoren die vooral gericht zijn op de binnenlandse markt, zoals de horeca en bouw, zien hun afzet in 2014 nog dalen, maar de krimp zal in 2014 lager uitvallen dan dit jaar. Door stabilisatie van de transactie aantallen en mogelijk in 2014 stabilisatie van het aantal bouwvergunningen zijn de vooruitzichten voor de bouw volgend jaar iets beter dan dit jaar, maar van een productiegroei zal nog geen sprake zijn. De afzet in de automotive groeit volgend jaar naar verwachting licht, na dit jaar fors te zijn gedaald als gevolg van de aanpassing van de BPM per 1 januari 2013 en de geringe koopbereidheid van consumenten. In de zakelijke dienstverlening is volgend jaar nog sprake van een lichte krimp van de afzet door de zwakke vraag naar diensten vanuit andere sectoren. De afzet van de gezondheidszorg neemt in 2014, net als in voorgaande jaren, naar verwachting toe.

Bij dit alles dient opgemerkt te worden dat de onzekerheden rond onze voorspellingen nog groot zijn en ook niet-conjuncturele aspecten (bijvoorbeeld regelgeving) of structurele ontwikkelingen (bijvoorbeeld overbewinkeling in de detailhandel door internetverkoop) het groeipad van een sector kunnen beïnvloeden. In de volgende sectorhoofdstukken wordt een 'sfeerbeeld' per sector gegeven.

Tabel 2

Sectorontwikkelingen			
	2012	2013	2014
Industrie	-0,6	-1,7	1,2
Bouw	-7,5	-6	-1,2
Automotive	-4	-12	0,2
Groothandel	-0,6	-0,3	1,3
Detailhandel food	-0,2	-1,1	0
Detailhandel non-food	-4,6	-5,2	-3,5
Horeca & R	-0,7	-1,2	-0,5
Transport	-0,3	-0,8	0,2
Zakelijke Dienstverlening	-0,8	-1,8	-0,5
Gezondheidszorg	2,5	1,8	1,4

Volumemutaties per sector (% j-o-j)

Bron: CBS, Rabobank, september 2013





Industrie: grijp kansen in het buitenland

Bedrijven in de industrie kunnen in 2014 profiteren van de stuwende kracht in de Nederlandse economie: de export. Dit uit zich onder andere in een verwachte volumegroei in de vroegcyclische branches, zoals de chemie. Maar ook de Metalekro, die een groot gedeelte van haar producten direct of indirect afzet in het buitenland, kan hiervan meeprofiteren. Industriële bedrijven die afhankelijk zijn van de dynamiek op de binnenlandse markt (bouwgerelateerde, consumentgerichte en grafische industrie) zullen het ook het komende jaar lastig hebben.

Om profijt te hebben van de kansen die het buitenland te bieden heeft, is naast een sterke exportgerichtheid ook investeren in innovatie onverminderd belangrijk. Een continue focus op het bedenken en ontwikkelen van nieuwe producten zorgt ervoor dat Nederlandse bedrijven sneller vernieuwingen op de markt brengen dan hun buitenlandse concurrenten. Kansen liggen hierbij met name in het op de markt brengen van duurzamere producten. Een belemmerende factor bij groei en innovatie is het dreigend tekort aan technici. Gelukkig stijgt het aantal leerlingen dat zich inschrijft voor een bètastudie weer sinds jaren; één van de louterende effecten van de crisis. Op korte termijn biedt dit naar verwachting echter onvoldoende soelaas voor de bedrijven in de sector.

Industrie	2012	2013	2014
w.v.			
Voedingsmiddelenindustrie	-0,6	0,4	0,5
Metalekro	-2,4	-5,7	1,5
Chemie	3,9	-1,5	1,7
Overige industrie	-0,3	-1	0,2

Volumemutaties per sector (% j-o-j)

Bouw: ketensamenwerking kan bijdragen aan herstel

De situatie in de bouw blijft zorgelijk. Ook dit jaar is sprake van een sterke daling van de bouwproductie, zowel in de woningbouw, utiliteitsbouw als GWW. Omdat er vooralsnog geen substantieel vertrouwensherstel is bij zowel consumenten als bedrijven krimpt de bouwproductie ook in 2014. Wel zal het tempo en de mate waarin de productie daalt door de lichte verbetering van de conjunctuur afnemen. Vanaf 2015 kan de bouwproductie naar verwachting weer aantrekken, waarbij een terugkeer naar productieniveaus van vóór de financiële crisis voorlopig niet realistisch lijkt.

Diverse partners in de bouwketen pleiten reeds jaren voor meer samenwerking. Door alle geledingen (van architect tot afbouwbedrijf) te betrekken vanaf het eerste voornemen tot nieuwbouw

moet het mogelijk zijn een beter ontwerp tegen lagere kosten te realiseren. Winst kan worden behaald in o.a. een betere coördinatie, gebruik van meer prefab en minder faal- en opleverkosten. Diverse 'tools', zoals DBFM(O), LEAN, BIM (Building in Modelling), 3D-ontwerp en modulair/industriële/flexibel bouwen kunnen de samenwerking in de keten ondersteunen. Ook voor PPS (Publiek Private Samenwerking) lijkt er meer plaats te komen; er zijn initiatieven om ook kleinere projecten vanaf € 25 mln. in deze vorm te realiseren. Positieversterking kan verder worden gerealiseerd door aandacht voor duurzaam bouwen, binnenstedelijk bouwen, collectief particulier opdrachtgeverschap (CPO) en veranderende wensen van doelgroepen.

Bouw	2012	2013	2014
w.v.			
Woningbouw	-9,5	-9	-1,6
Utiliteitsbouw	-7,5	-5	-1,1
Grond-, water- en wegenbouw	-6	-3,5	-0,7
Installatiebedrijven	-6	-4,5	-0,8

Volumemutaties per sector (% j-o-j)



Groothandel: kan de smeerolie van de keten zijn

Groothandelsbedrijven zijn zeer divers en zijn sterk afhankelijk van het sentiment in de finale markt. Het perspectief voor groothandel in industriële- en food producten is goed. De stemming in de markten verbetert en veel bedrijven hebben profijt van hun exportgerichte en innovatieve oriëntatie. Vooral de groothandelsbedrijven die integreren in de supply chain en goed samenwerken met voor- of achterliggende schakels zijn succesvol. Middels 'cross overs' die in beginsel branche vreemd kunnen zijn, kunnen inventieve oplossingen worden gecreëerd. Vanuit het exportvolume is wederuitvoer door de groothandel interessant. Wederuitvoer doet echter een groot beroep op de infrastructuur en levert een relatief geringe bijdrage aan het BBP. Zowel voor Nederland als het individuele groothandelsbedrijf is het daarom vaak beter en 'lucratiever' om in Nederland geproduceerde goederen in het buitenland te vermarkten. De groothandel beschikt daartoe over de benodigde kennis en expertise. De Nederlandse handel heeft mondiaal ook een uitstekende naamsbekendheid in de export van agrarische producten. Het is interessant om te zien dat deze handelsbedrijven steeds vaker exotische producten succesvol importeren voor de Europese markt.

Groothandelsbedrijven die afhankelijk zijn van een binnenlandse vraag bevinden zich in een lastige fase. Herstel in de bouw laat



op zicht wachten. In de keten van non food retail staat de marge onder druk en is de retailer dominant. Om te overleven dient het groothandelsbedrijf daarom op alle onderdelen 'lean' en flexibel te zijn.

Essentieel is het leveren van toegevoegde waarde in de keten. De groothandel kan bijvoorbeeld partijen in de keten ontzorgen in de omni-channel distributie. De interne organisatie van een groothandelsbedrijf dient daartoe wel te worden uitgerust met een geavanceerd management informatie systeem omdat de informatie die dan met derden moet worden gedeeld digitaal, transparant en uniform moet zijn. Aandacht voor 'human capital' wordt ook steeds belangrijker. De vereiste competenties van medewerkers wijzigen door de verdere automatisering van processen en meer internationale focus van veel bedrijven.

Groothandel			
	2012	2013	2014
w.v.			
Kapitaalgoederen	-1,1	-2	1,5
Retail non food	-2,2	-1,6	-1,3
Voedingsmiddelen en landbouwproducten	2,8	2	2
Bouwmaterialen	-7,5	-5	-1

Volumemutaties per sector (% j-o-j)

Transport: een sector in beweging

De slechte binnenlandse economie en vertraging van de groei in opkomende landen speelt de sector parten. Het te vervoeren volume vertoont de afgelopen jaren een redelijk vlak verloop en ook voor 2014 zijn de groeivoorzichten mager. Er is sprake van grote verschillen per branche. In het wegtransport lijken vraag en aanbod weer meer in evenwicht en stijgen de tarieven licht. Daarentegen kampt de binnenvaart nog altijd met een forse overcapaciteit en blijft herstel van de tarieven uit. Logistiek dienstverleners en koeriersbedrijven profiteren van de opkomst van e-commerce en de luchtvaart groeit door het nog steeds toenemend aantal passagiers.

Naast beperkingen door prijsdruk en 'magere' vervoervolumes staat de sector voor andere uitdagingen. Door het hoge tempo van vergrijzing van Nederlandse chauffeurs is er sprake van een arbeidstekort. De inzet van buitenlandse chauffeurs kan een oplossing zijn, waarbij aandacht nodig is voor kwaliteitseisen als kennis, ervaring en communicatie. Verder liggen duurzaam-

heidsvraagstukken niet alleen op het vlak van schonere motoren. Ook door slimmer (samen) te werken en gebruik te maken van multimodaal vervoer kan de CO₂ uitstoot worden verminderd.

De stijgende vraag naar fijnmazige distributie van zowel B2C als B2B stelt hogere eisen aan de interne organisatie van transportbedrijven. Een verdere professionaliseringsslag is onontkoombaar. Kansen zijn er voor logistiek dienstverleners en vervoerders die in staat zijn hun klant te ontzorgen door het overnemen van grote delen van het logistieke proces, zoals planning, warehousing, ompakken en retouren afhandelen. Ook op langere termijn zijn er marktontwikkelingen die nieuwe eisen stellen aan de vorm van distributie en organisatie van het bedrijf. Denk bijvoorbeeld aan de opkomst en inzet van 3D-printers in de productie. Dit kan een revolutie veroorzaken in de wereldwijde goederenstromen doordat er meer lokaal geproduceerd gaat worden.

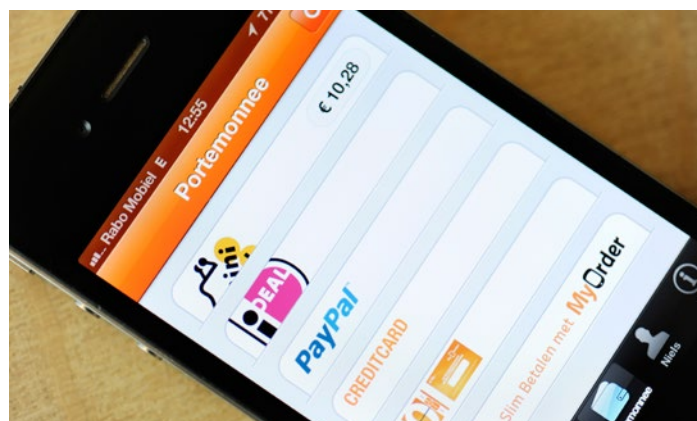
Transport			
	2012	2013	2014
w.v.			
Beroepsgoederenvervoer over de weg	-1,4	-1,6	0,2
Binnenvaart	-3	-1,5	0,1
Koeriersdiensten (excl. post)	3,3	3,4	3,6
Opslag en logistieke dienstverlening	1,8	-0,5	0,4

Volumemutaties per sector (% j-o-j)

Detailhandel: creativiteit maakt in 2014 het verschil

De Nederlandse retailmarkt heeft het moeilijk doordat de consument nog altijd de hand op de knip houdt. Daar waar de food sector een redelijk stabiel beeld laat zien, is het de non-food sector een stuk lastiger om het hoofd boven water te houden. Er zijn echter nog altijd kansen waar creatieve ondernemers op in kunnen springen.

Een forse groei van de online markt is zeer waarschijnlijk. In combinatie met de technologische ontwikkelingen en de nieuwe generatie die helemaal vertrouwd is met online kopen gaat dit voor een revolutie zorgen. Dit wordt versterkt doordat het fysieke retail landschap in Nederland redelijk vlak is met weinig echt onderscheidende formules die uitnodigen om fysiek te gaan winkelen. Traditionele retailers hebben een grote achterstand op andere spelers qua kennis en vaardigheden op het gebied van online en zijn vaak te klein om dit écht op te pakken. Samenwerking met collega retailers of gelijkgestemden binnen een formule is noodzakelijk om aan te haken.



Het bouwen van een omnichannel model, het zorgen voor voldoende onderscheidend vermogen, samenwerking in de keten en ver daarbuiten, flexibiliteit in het businessmodel en een actief beleid rond de winkelfortfolio zijn strategische thema's waar de retailer in 2014 een helder antwoord op moet formuleren.

Detailhandel			
	2012	2013	2014
w.v.			
Supermarkten	0,7	-0,5	0,3
Speciaalzaken Food	-4,4	-6,5	-2,8
Non-food winkels	-4,6	-6	-3,5
Internetwinkels en postorderbedrijven	9	8,7	8,4

Volumemutaties per sector (% j-o-j)



Horeca & recreatie: toenemend aanbod leidt tot stevige prijsconcurrentie

De sector Horeca & Recreatie ondervindt al enige jaren hinder van de laagconjunctuur in ons land. Zowel de consument als het bedrijfsleven is kritisch ten aanzien van haar uitgaven. Voor 2014 zal dit niet anders zijn waardoor de vraag in de gehele sector licht zal dalen. Tegelijkertijd is het aanbod in nagenoeg alle branches substantieel gestegen, waarbij er ook sprake is van toenemende concurrentie door branchevreemde partijen. Denk aan supermarkten die restaurants openen of particulieren die een kamer verhuren. Internettransparantie in combinatie met een verzadigde markt leiden tot stevige prijsconcurrentie en rendementen die onder druk blijven staan. Positief is dat de consument steeds vaker kiest voor een vakantie of dagje uit in eigen land. Ook het aantal buitenlandse toeristen dat Nederland aandoet groeit jaar op jaar. Voor met name de aanbieders van logies of dagrecreatie is dit goed nieuws. Ondernemers moeten blijven vernieuwen om voldoende onderscheidend te zijn. Het continue creëren van beleving in combinatie met een scherpe pricing en dus kostenbeheersing, is essentieel om in deze dynamische sector overeind te blijven. Samenwerkingsverbanden op het gebied van inkoop, promotie en arrangementen tussen ondernemingen die complementaire diensten leveren, bewijzen inmiddels hun waarde.

Horeca en recreatie			
	2012	2013	2014
w.v.			
Hotels	0,5	-0,6	-0,2
Restaurants	1,3	-0,6	-0,2
Café's	-4	-6,5	-3,3
Vakantieparken	0,2	-1,2	-0,4

Volumemutaties per sector (% j-o-j)



Automotive: hard onderuit door recessie

Ondernemers in de sector maken moeilijke tijden door. Sectorbreed dalen de omzetten, het meest bij auto-importeurs en merkdealers. Want vooral de verkoop van nieuwe personenauto's moet het ontgelden: naar verwachting daalt het aantal verkopen in 2013 met ruim 25%, zodat de teller van de registraties zal blijven steken op circa 375.000 nieuwe auto's.

2014 laat naar verwachting een zeer bescheiden herstel in volume en nauwelijks rendementsverbetering zien. Prijs lijkt vrijwel de enige drijfveer bij de consument en daardoor staan marges onder druk. Universele autobedrijven winnen terrein op de merkdealer op het gebied van onderhoud en reparatie aan auto's. Ook tankstations hebben last van de prijsbewuste consument. Die besteedt namelijk minder in de shop of zoekt de (onbemande) pomp op met de hoogste korting. En dan is er nog het goedkoper tanken in het buitenland, dat vooral tankstations in de grensgebieden treft.

Om succesvol te zijn is het voor auto-ondernemers vooral zaak de klant te blijven interesseren voor het eigen bedrijf, door proactief die klant te benaderen. Van belang daarbij: blij verrassen, zorg voor onderscheidend vermogen, zichtbaarheid in de markt en lever toegevoegde waarde tegen een goede prijs/kwaliteitsverhouding. Daarvoor is het nodig tijdig de kosten terug te brengen, het producten en dienstenaanbod 'fris en attractief' te houden en samenwerkingsvormen met partijen elders in de keten te bezien.

Automotive			
	2012	2013	2014
w.v.			
Import van nieuwe auto's	-3	-21	0,5
Merkdealers	-4,5	-9	0,5
Tankstations	-5	-4	-2,3
Overige automotive	-4	-3	-0,2

Volumemutaties per sector (% j-o-j)



Zakelijke Dienstverlening: ook nu nog volop kansen

Veel opdrachtgevers aan de zakelijke dienstverlening hebben ook in 2014 nog te maken met een relatief laag niveau van bedrijvigheid. Dit remt de vraag naar diensten. Toch zijn er kansen voor dienstverleners. De ICT-sector bijvoorbeeld biedt veel andere beroepsgroepen volop kansen om te innoveren. Dit geldt onder andere voor zakelijke dienstverleners als accountants en advocaten. Zij hebben te maken met een toenemende druk op de tarieven. ICT biedt hen de mogelijkheid om te differentiëren in distributie van diensten en daarmee een meer klantgerichte propositie in de markt te zetten, inclusief prijs-differentiatie.

Voor de uitzendbranche ligt er de uitdaging om de klant en de sector waarin zij actief is goed te (leren) kennen. Zo kan het uitzendbureau zich onderscheiden van haar concurrenten en optimaal inspelen op de wensen van de klant. Wanneer de economie verder aantrekt, kunnen zij hiervan de vruchten plukken. Architecten zijn in grote mate afhankelijk van de bouwsector en de vooruitzichten hiervoor staan nog in de min. Zij kunnen de concurrentiestrijd beter aan door nieuwe samenwerkingsmogelijkheden te creëren en zich te richten op andere markten zoals renovatieprojecten. Kansen voor dienstverleners dus die goed inspelen op de behoefte in de markt.

Zakelijke dienstverlening			
	2012	2013	2014
w.v.			
Accountants	-0,4	-1,4	-0,8
ICT dienstverlening	-0,3	-0,5	0,5
Uitzendbureaus	-4	-3,5	1,1
Bouwkundige dienstverlening	-3,8	-4,5	-2,2

Volumemutaties per sector (% j-o-j)

Gezondheidszorg: van snelle naar getemperde groei

Mondigheid van de patiënt, zorginnovaties en vergrijzing van de bevolking staan garant voor een consistente groei van de gezondheidszorg, maar de volumegroei vlakkt af. De groei wordt in 2013 en 2014 getemperd tot circa 1,5%.

Er zijn drie oorzaken voor de afvlakkende groei. Op de eerste plaats maakt de verhoging van het eigen risico van de basis-

verzekering (van € 220,- naar € 350,- in 2013) en de afgenomen bestedingskracht de patiënt meer bewust in haar zorgconsumptie. Op de tweede plaats draagt het politiek afgesloten zorgakkoord bij aan een beperkte groei van activiteiten in de tweede lijn (ziekenhuizen) en een uitbreiding van taken in de eerste lijn. Tot slot maken zorgverzekeraars scherpe prijs- en volumeafspraken in zowel de cure sector (medisch specialistische zorg) als de caresector (chronische en langdurige zorg). Bij een oplopende conjunctuur zal moeten blijken hoe duurzaam deze beperking van de groei is.

Zorgondernemers dienen meer inzicht te geven in hun toegevoegde waarde wat betreft zinnige en zuinige zorg. Zinnige zorg dient aan te sluiten op de doelstellingen van het zorgakkoord. Ondernemers moeten zuinige zorg verantwoorden naar zorgverzekeraars om een passend contract te houden.

Gezondheidszorg			
	2012	2013	2014
w.v.			
Gezondheidszorg cure	2,0	2,0	1,7
Overige zorg (care)	3,2	1,2	1,0

Volumemutaties per sector (% j-o-j)



Rabobank Cijfers & Trends

Al meer dan vijftig jaar biedt de Rabobank met haar kennisproducten betrouwbare branche-informatie aan ondernemers. Via de Rabo Kennis App maar ook via www.rabobank.nl/kennis is deze informatie vrij toegankelijk te raadplegen. U vindt hier uitgebreide informatie over kansen en bedreigingen, perspectieven, trends, vooruitzichten, markt- en achtergrondinformatie in uw sector. Maar ook actuele macro-economische kennis en een tweewekelijks blog van de sectormanager. Met behulp van een benchmark kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met uw branchegenoten.



Contactgegevens

Rabobank Nederland, sectormanagement
e-mail: kennis@rn.rabobank.nl