



Structuuronderzoek parketbedrijven 2005

december 2005

In opdracht van:
Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA)

In samenwerking met:
Centrale Branchevereniging Wonen (CBW)
Vereniging van Parketvloeren Leveranciers (VPL)
Vereniging van Parketvloerenleggersbedrijven (VPVP)

Uitgevoerd door:
EIM
drs. D. Snel



HBA-publicatiereeksnummer: 373
ISBN: 90-5774-1245
Prijs: €10,00 excl. verzendkosten

Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA)
Postbus 895
2700 AW Zoetermeer
Tel.: 079 3161111
E-mail: hba@hba.nl
Internet: www.hba.nl

Centrale Branchevereniging Wonen (CBW)
Postbus 762
3700 AT Zeist
Tel.: 030 6973100
E-mail: info@cbw.org
Internet: www.cbw.org



Vereniging van Parketvloeren Leveranciers (VPL)
Postbus 3500
5203 DM 's-Hertogenbosch
Tel.: 073 5992350
E-mail: info@vplparket.nl
Internet: www.vplparket.nl



Vereniging van Parketvloerenleggersbedrijven (VPVB)
Postbus 582
2700 AN Zoetermeer
Tel.: 079 5939966
E-mail: info@vpvb.nl
Internet: www.vpvb.nl



EIM
Postbus 7001
2701 AA Zoetermeer
Tel.: 079 3413634
E-mail: info@eim.nl
Internet: www.eim.nl

Copyright © 2006 HBA

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder de schriftelijke toestemming van de uitgever, het Hoofdbedrijfschap Ambachten.

Deze publicatie wordt gedrukt op papier met milieukeurmerk.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
2	Kenmerken en aandachtspunten parketbranche	7
3	De branche in cijfers	9
3.1	Verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype	9
3.2	Aantal vestigingen, faciliteiten en oppervlakte	10
3.3	Leeftijd van de ondernemingen	12
3.4	Wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen	13
3.5	Vestigingspunt	14
3.6	Werkgelegenheid	15
3.7	Omzet	18
3.8	Omzetsamenstelling en afnemers	21
3.9	Gebruik van oplosmiddelhoudende producten	22
3.10	Bedrijfsresultaat	23
3.11	Opleiding ondernemer	25
3.12	Wijze waarop de klanten met het bedrijf in contact komen	26
3.13	Problemen	27

1 Inleiding

Voor u ligt de rapportage inzake het structuuronderzoek in de parketbranche. Dit onderzoek is uitgevoerd in het kader van het BranchelInformatieSysteem (BIS) dat het Hoofdbedrijfschap Ambachten door EIM laat exploiteren. De brancheorganisaties CBW, VPL en VPVB hebben hun medewerking aan het onderzoek verleend. De uitkomsten van dit onderzoek zijn gebaseerd op de antwoorden van ondernemers waarvan het bedrijf als parketvloerenleggersbedrijf of parketvloerenleverancier bij het CRK staat ingeschreven. De gegevens van 290 van hen zijn in het rapport verwerkt. De ondernemers zijn in oktober 2005 telefonisch benaderd, nadat hun een schriftelijke vooraankondiging was toegestuurd.

2 Kenmerken en aandachtspunten parketbranche

Branche in kaart

Dit onderzoek, dat in het najaar van 2005 is uitgevoerd, brengt de parketbranche in kaart. Het is gebaseerd op gegevens van bedrijven die volgens het register van het Centraal Registratiekantoor van het Hoofdbedrijfschap Ambachten en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel actief zijn in de branche. Het gaat om bedrijven in de detailhandel van parket-, laminaat- en kurkvloeren en om bedrijven die zich hoofdzakelijk toeleggen op het leggen van zulke vloeren. Volgens het onderzoek omvat de branche 1240 van zulke bedrijven.

De Centrale Branchevereniging Wonen (CBW), de Vereniging van Parketvloeren Leveranciers (VPL) en de Vereniging van Parketvloerenleggersbedrijven (VPVB) hebben hun medewerking verleend aan dit onderzoek. Deze brancheorganisaties constateren dat naast de onderzochte bedrijven nog andere ondernemingen actief zijn in de branche. Het betreft vooral bedrijven die parket 'erbij doen'. Ondanks deze beperking geeft het onderzoek tal van verhelderende inzichten in de branche. Het ligt in de bedoeling het onderzoek periodiek te herhalen zodat ontwikkelingen zichtbaar worden. Op die manier kunnen de brancheorganisaties de vinger aan de pols houden en kunnen bedrijven zichzelf spiegelen aan de ontwikkelingen in de branche.

Kenmerken

Het onderzoek onderscheidt drie soorten bedrijven. Ten eerste het leggersbedrijf (450 bedrijven) dat zich specialiseert in het leggen van vloeren. Ongeveer tweederde van deze bedrijven bestaat uit zelfstandigen zonder personeel. Ten tweede het verkoopbedrijf (200 bedrijven), dat vooral gericht is op het verkopen van vloeren. En ten derde het gemengd bedrijf (575 bedrijven) dat parket zowel verkoopt als legt. Hoewel de twee laatste categorieën bedrijven wat groter zijn, overheerst toch het kleinbedrijf: in 92% van de bedrijven werken niet meer dan vijf mensen. Slechts 2% heeft meer dan twee vestigingen. De branche kent voorts veel jonge bedrijven: 41% is niet ouder dan vijf jaar.

Over de omzetontwikkeling zijn de ondernemers positiever dan een jaar geleden: over 2004 spreekt 21% van een afname en 39% van een groei van de omzet; voor 2005 geldt dat voor 13% (afname) en 49% (groei van de omzet) van de ondernemers.

Knelpunten

Uit het onderzoek komt naar voren dat bijna de helft van de ondernemers (47%) de concurrentie als probleem ervaart; daarvan vindt 17% het een groot probleem. Voorzover dit van buiten de branche komt, zal het antwoord volgens de brancheorganisaties moeten liggen in nog meer nadruk op kwaliteit en op maatwerk voor de klant. Kwaliteit van het product, kwaliteit van de montage, transparantie van rechten en plichten naar de klant.

Een belangrijk kwaliteitsaspect is de vakbekwaamheid. Het onderzoek wijst uit dat 28% van de ondernemers het een probleem vindt vakbekwaam personeel aan te trekken: een relatief hoge score. Dit onderstreept het belang van goede (aanvullende) opleidingen.

Kwaliteit, klantgerichtheid en branchebeleid

Het beleid van de brancheorganisaties sluit aan op de in het onderzoek gesignaleerde knelpunten. De in HBA-verband tot stand gekomen legvoorschriften en het opstellen van een branchecode versterken het kwaliteitsbeleid, zowel wat betreft het leggen van vloeren als wat de bedrijfsvoering aangaat. Beide kunnen ook bijdragen aan de noodzakelijke imagoverbetering van de branche bij de klant. De realisatie van algemene leveringsvoorwaarden en een geschillencommissie kan dit vertrouwen bij de consument eveneens versterken.

De combinatie van vakmanschap, technische innovatie, ondernemerschap en maatwerk voor de klant zal in hoge mate de toekomst van de branche bepalen.

Centrale Branchevereniging Wonen (CBW)

Vereniging van Parketvloeren Leveranciers (VPL)

Vereniging van Parketvloerenleggersbedrijven (VPVB)

3 De branche in cijfers

3.1 Verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype

De branche omvat circa 1.200 ondernemingen¹, verdeeld naar drie bedrijfstypen:

- 'gespecialiseerd parketvloerenleggersbedrijf': ten minste 90% van de omzet komt voor rekening van het leggen van parket en houten vloeren en de verkoop van onderhoudsmiddelen; in het vervolg wordt dit type aangeduid als 'leggersbedrijf';
- 'gespecialiseerde leverancier van parket, kurk- en houten vloeren'; deze bedrijven realiseren minstens 70% van de omzet uit de verkoop van deze vloeren; in het vervolg wordt dit type aangeduid als 'verkoopbedrijf';
- 'gemengd bedrijf'; deze bedrijven hebben een minder zwaar accent dan de hiervoor genoemde typen bedrijven. Wel bestaat de omzet voor meer dan 50% uit de verkoop van parket, kurk- en houten vloeren en/of het leggen van parket en houten vloeren.

Bedrijven die meer dan 10%, maar minder dan de helft van de totale omzet uit verkoop en/of leggen van parket realiseren, worden niet als afzonderlijke type in de rapportage opgenomen, maar zijn wel in de branchetotalen verwerkt. In totaal gaat het hierbij om circa 15 bedrijven, die de verkoop/het leggen van parket combineren met bijvoorbeeld de verkoop van keukens en/of andere soort vloeren en vloerbedekking.

Het leggersbedrijf en het gemengd bedrijf zijn aan te merken als ambachtelijk bedrijf. In het vervolg van dit rapport zal duidelijk worden dat deze typen in hun bedrijfsvoering sterk verschillen van het verkoopbedrijf. Het totaal van het leggersbedrijf en het gemengd bedrijf is daarom in dit rapport als sub-totaal onder de naam '**ambachtelijk bedrijf**' opgenomen.

De verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype is weergegeven in tabel 1.

tabel 1 verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype

<i>bedrijfstype</i>	<i>aantal</i>	<i>percentage</i>
leggersbedrijf	450	36
gemengd bedrijf	575	47
subtotaal ambachtelijk bedrijf	1.025	83
verkoopbedrijf	200	16
overige bedrijven	15	1
totaal	1.240	100

Bron: EIM, 2005.

¹ Dit aantal ligt lager dan het aantal ondernemingen dat bij het CRK als detailhandel in parket-, laminaat- en kurkvloeren of als parketvloerenleggersbedrijf staat ingeschreven. Dit heeft te maken met het in dit onderzoek gehanteerde criterium dat de bedrijven meer dan 10% van de omzet uit verkoop van parket, laminaat en kurkvloeren en/of uit het leggen van parket moeten behalen. Daarnaast bleken diverse bedrijven inmiddels gestopt te zijn en/of geheel andere activiteiten uit te oefenen.

3.2 Aantal vestigingen, faciliteiten en oppervlakte

Vrijwel alle ondernemingen hebben niet meer dan één vestiging. Met name bij het 'gemengd bedrijf' zijn er ondernemingen met meerdere (doorgaans 2) vestigingen (zie tabel 2). Vanwege de aard van de werkzaamheden van de bedrijven die onder de verschillende bedrijfstypen vallen, is het niet verwonderlijk dat het 'gemengd bedrijf' en het 'verkoopbedrijf' over een verkoop- of presentatieruimte beschikken (zie tabel 3). Bij het 'leggersbedrijf' heeft een op de drie een dergelijke ruimte.

tabel 2 aantal vestigingen per onderneming, in procenten van het aantal bedrijven

aantal vestigingen	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
1	96	88	92	93	92
2	2	10	6	4	6
meer dan 2	2	2	2	3	2
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

tabel 3 beschikking over faciliteiten, in procenten van het aantal bedrijven

faciliteit	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
presentatie- of winkel- ruimte	33	75	57	90	62
werkplaats	32	41	37	41	39
andere ruimte, zoals opslag of kantoor	52	64	59	65	60

Bron: EIM, 2005.

De gemiddelde oppervlakte van de presentatie- of winkelruimten bedraagt 175 m². De grootste groep bedrijven heeft een oppervlakte van 100 m² of meer (zie tabel 4). De gemiddelde totale bedrijfsoppervlakte bedraagt 230 m², uiteenlopend van 120 m² bij het 'leggersbedrijf' (exclusief de bedrijven die in het geheel geen bedrijfsruimte hebben, maar 'vanuit huis' werken) tot 360 m² bij het 'verkoopbedrijf'.

tabel 4 verdeling naar oppervlakte van de verkoopruimte, in procenten van het aantal bedrijven dat daarover beschikt, verdeling naar totale bedrijfsoppervlakte, in procenten van het totale aantal bedrijven, en gemiddelde en doorsnee-oppervlakte¹ van faciliteiten waarover het bedrijf beschikt

oppervlakte verkoopruimte in m ²	bedrijfstype				totaal
	leggersbe- drijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
	in procenten van het aantal bedrijven met verkoopruimte				
tot 20 m ²	0	1	1	0	1
20 m ² - 49 m ²	29	23	25	18	23
50 m ² - 99 m ²	33	25	27	17	24
100 m ² of meer	38	51	47	65	52
totaal	100	100	100	100	100
	in procenten van het totale aantal bedrijven				
totale bedrijfsoppervlakte in m ²					
0	27	0	11	0	9
1 tot 20 m ²	17	10	13	3	11
20 m ² - 49 m ²	14	16	15	8	14
50 m ² - 99 m ²	17	16	16	13	16
100 m ² of meer	25	58	45	76	50
totaal	100	100	100	100	100
	in m ² oppervlakte (bedrijven mét faciliteit)				
gemiddelde oppervlakte verkoopruimte in m ²	110	175	160	215	175
doorsnee-oppervlakte verkoopruimte in m ²	65	100	90	140	100
gemiddelde oppervlakte werkplaats in m ²	180	160	165	215	170
doorsnee-oppervlakte werkplaats in m ²	60	75	60	55	60
gemiddelde oppervlakte overige ruimte in m ²	40	100	80	115	85
doorsnee-oppervlakte overige ruimte in m ²	20	45	30	50	30
gemiddelde oppervlakte totale bedrijfsruimte in m ²	120	265	205	360	230
doorsnee-oppervlakte totale bedrijfsruimte in m ²	25	150	75	210	95

Bron: EIM, 2005.

¹ De doorsneewaarde is het middelste getal in een reeks. In de reeks van 15 getallen 1,2,2,2,3,3,4,4,4,5,6,6,6,7,8 vormt het achtste getal (de 4 dus) de doorsnee-waarde. In veel gevallen geeft de doorsnee een beter beeld van 'wat zo te doen gebruikelijk is' dan het rekenkundig gemiddelde.

3.3 Leeftijd van de ondernemingen

De grootste groep bedrijven is nog nauwelijks 5 jaar actief. 8% van de bedrijven is in 2005 gestart (circa 100 bedrijven). De gemiddelde leeftijd van de bedrijven in de parketbranche ligt op 10 jaar. In tabel 5 is te zien dat bij het 'leggersbedrijf' naar verhouding de meeste jonge bedrijven te vinden zijn.

tabel 5 leeftijdsverdeling van de ondernemingen, in procenten van het aantal bedrijven

leeftijd	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd be- drijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
0 t/m 5 jaar	45	40	42	36	41
6 t/m 10 jaar	23	22	22	35	24
11 t/m 20 jaar	22	25	24	20	23
21 t/m 40 jaar	9	11	10	6	10
41 jaar en ouder	1	2	2	3	2
totaal	100	100	100	100	100
gemiddeld startjaar	1996	1994	1995	1994	1995

Bron: EIM, 2005.

3.4 Wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen

De meeste bedrijven zijn door de huidige ondernemer zelf opgericht. Bij het 'verkoopbedrijf' is ook vaak sprake van overname van vroegere werkgever of een andere partij (zie tabel 6).

tabel 6 wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen, in procenten van het aantal bedrijven

omschrijving	bedrijfstype				totaal
	leggers- bedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoop- bedrijf	
	in procenten van het aantal bedrijven				
zelf opgericht	88	81	84	80	84
overgenomen van familie	4	7	6	3	5
overgenomen van vroegere werkgever	5	6	6	8	6
overgenomen van andere partij	0	4	2	9	3
anders/weet niet	3	2	2	0	2
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

3.5 Vestigingspunt

De locatie van de parketbedrijven loopt tussen de typen bedrijven sterk uiteen. Het 'leggersbedrijf' werkt veelal vanuit de eigen woning. De bedrijven van dit type hebben in de meeste gevallen geen winkelruimte; ze houden zich voornamelijk bezig met het leggen van parket en zijn dus op locatie actief. Het 'verkoopbedrijf' daarentegen is met z'n winkel- en presentatieruimte vaak te vinden in winkelgebieden en op bedrijven-/industrieterreinen (zie tabel 7).

tabel 7 vestigingspunt van het bedrijf, in procenten van het aantal bedrijven

omschrijving	bedrijfstype				totaal
	leggers- bedrijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoop- bedrijf	
	in procenten van het aantal bedrijven				
in een straat met overwegend woningen	56	46	51	23	46
in een winkelgebied op wijkniveau	9	3	6	20	9
in het belangrijkste winkelgebied van de plaats	6	15	11	20	12
op een bedrijven- of industrieterrein	9	20	15	30	17
anders	20	16	17	7	16
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

3.6 Werkgelegenheid

In tabel 8 is te zien dat de ondernemers in het 'leggersbedrijf' overwegend als zelfstandige zonder personeel actief zijn (64%). In het 'gemengd bedrijf' en het 'verkoopbedrijf' werken in ongeveer 60% van de gevallen twee of meer personen.

tabel 8 bedrijfsomvang in aantallen werkzame personen (1 september 2005), in procenten van het aantal bedrijven

aantal werkzame personen	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoopbedrijf	
	in procenten van het aantal bedrijven				
1	64	38	49	42	48
2	16	30	24	27	24
3 tot en met 5	17	21	20	20	20
6 of meer	3	11	7	11	8
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

tabel 9 aantal werkzame personen (per 1 september 2005) en verdeling naar fulltime en parttime krachten, verdeling naar geslacht en naar leeftijd

type arbeidskrachten	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
	in aantallen werkzame personen				
fulltimers (32 uur of meer per week)	665	1.455	2.120	510	2.660
parttimers (12 t/m 31 uur per week)	130	260	390	90	485
parttimers (minder dan 12 uur per week)	35	50	85	35	120
totaal	830	1.765	2.595	635	3.265
	in volledige arbeidsjaren ('krachten')				
werkgelegenheid	740	1.595	2.335	560	2.930
	in procenten van totaal				
man	80	81	81	80	81
vrouw	20	19	19	20	19
totaal	100	100	100	100	100
jonger dan 25 jaar	5	8	7	6	7
25 tot en met 34 jaar	22	27	26	30	27
35 tot en met 44 jaar	34	35	34	38	35
45 tot en met 54 jaar	27	19	21	17	20
55 tot en met 64 jaar	11	10	11	7	10
65 jaar en ouder	1	1	1	2	1
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

In totaal waren bij de 1.240 bedrijven op 1 september 2005 bijna 3.300 personen actief. Het merendeel was op fulltimebasis werkzaam (81%) (zie tabel 9). Omgerekend in fulltime-equivalenten bedroeg de werkgelegenheid een kleine 3.000 krachten.

De meerderheid van de in de branche werkzame personen is van het mannelijke geslacht (ongeveer 80%). De meeste werkzame personen zijn tussen de 25 en 45 jaar. Het 'leggersbedrijf' wijkt iets af van het algemene beeld met een groter aandeel arbeidskrachten in de leeftijd 45 – 54 jaar.

In de periode september 2004-september 2005 is de werkgelegenheid bij 92% van de bedrijven per saldo niet veranderd. In deze periode heeft 12% van de bedrijven nieuw personeel aangetrokken en bij 10% van de bedrijven heeft personeel het bedrijf verlaten (zie tabel 10 en tabel 11). Per saldo is de werkgelegenheid van 2004 op 2005 met ongeveer 70 personen toegenomen.

tabel 10 personeel aangetrokken tussen september 2004 en september 2005, in procenten van het aantal bedrijven

heeft nieuw personeel aangetrokken	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
ja	7	16	12	11	12
nee	93	84	88	89	88
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

tabel 11 personeel bedrijf verlaten tussen september 2004 en september 2005, in procenten van het aantal bedrijven

heeft personeel zien vertrekken	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
ja	7	10	9	14	10
nee	93	90	91	86	90
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

Voor 2005 verwachten de meeste bedrijven dat de omvang van de werkgelegenheid niet zal veranderen. 16% verwacht een toename van het personeelsbestand. Per saldo zal de werkgelegenheid bij de huidige parketbedrijven met zo'n 320 personen toenemen.

tabel 12 verwachte ontwikkeling van de werkgelegenheid in 2005, in procenten van het aantal bedrijven

de personeelsomvang zal:	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
toenemen	10	18	15	22	16
gelijk blijven	82	75	78	78	77
afnemen	2	2	2	0	2
weet niet/wil niet zeggen	6	5	5	0	5
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

In tabel 13 is te zien dat in het 'gemengd bedrijf' en het 'verkoopbedrijf' veel bedrijven gebruik maken van inleen- en uitzendkrachten. Het 'leggersbedrijf' daarentegen verhuurt zich juist nogal eens aan de andere typen bedrijven.

tabel 13 gebruik van diensten van personen die niet vast aan het bedrijf verbonden zijn in 2004, in procenten van het aantal bedrijven

gebruik van inleen/ uitzendkrachten	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbe- drijf	
	in procenten van het aantal bedrijven				
ja	18	52	37	56	40
nee	82	48	63	44	60
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

3.7 Omzet

De brancheomzet wordt voor 2004 geraamd op ongeveer 350 miljoen euro, exclusief BTW. In tabel 14 komt het verschil in activiteiten tussen de bedrijfstypen duidelijk tot uiting. De omzet van het 'leggersbedrijf' bestaat voor een belangrijk deel uit arbeidsloon, waardoor de omzet van dit type bedrijf ver achterblijft bij de omzet van het 'verkoopbedrijf', waar de omzet voor een belangrijk deel bestaat uit handelsverkoop. 60% van het 'leggersbedrijf' realiseert een omzet die niet boven de 75.000 euro uitkomt, tegenover 70% van het 'verkoopbedrijf' die een omzet van 100.000 euro of meer behaalt. De gemiddelde omzet van deze typen bedrijven bedraagt respectievelijk 130.000 en 540.000 euro. Het 'gemengd bedrijf' ligt hier tussenin.

Niet rekening houdend met mutaties in het aantal ondernemingen is de omzet in 2004 ten opzichte van 2003 met bijna 4% toegenomen. Voor 2005 wordt een omzettoename met 6,5% geraamd. Het 'verkoopbedrijf' en het 'gemengd bedrijf' zijn in dit opzicht iets optimistischer dan het 'leggersbedrijf'.

tabel 14 omzetspreiding in 2004; totaalomzet 2003, 2004 en verwachting voor 2005 (exclusief BTW)

omzetklasse x 1.000 euro	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoopbe- drijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
minder dan 25	15	12	13	8	12
25 tot 50	16	5	9	14	11
50 tot 75	29	5	16	6	14
75 tot 100	7	8	8	0	6
100 tot 125	10	19	15	5	13
125 tot 250	8	20	15	9	14
250 tot 375	7	9	9	13	9
375 tot 500	4	8	6	18	8
500 tot 750	2	5	3	9	5
750 of meer	2	9	6	18	8
totaal	100	100	100	100	100
in euro's					
gemiddelde omzet 2004	130.000	295.000	225.000	540.000	275.000
doorsnee-omzet* 2004	55.000	140.000	110.000	295.000	110.000
in miljoenen euro's					
totale omzet 2003	59	163	222	105	337
totale omzet 2004	60	170	230	110	350
verwachte totale omzet 2005	63	181	244	117	373

* De doorsnee-waarde is het middelste getal in een reeks. In de reeks van 15 getallen 1,2,2,2,3,3,4,4,4,5,6,6,6,7,8 vormt het achtste getal (de 4 dus) de doorsnee-waarde. In veel gevallen, waaronder de beschouwing van de bedrijfsomzetten, geeft de doorsnee een beter beeld van 'zo te doen gebruikelijk is' dan het rekenkundig gemiddelde.

Bron: EIM, 2005.

De omzetontwikkelingen op brancheniveau zijn de resultante van de ontwikkelingen bij de individuele ondernemingen (zie tabel 15 en tabel 16). In 2004 heeft bijna 40% van de bedrijven een omzetstijging gerealiseerd. Daartegenover is er een forse groep bedrijven die met een omzetsdaling is geconfronteerd (21%). De ontwikkeling bij het 'leggersbedrijf' was het minst gunstig. Voor 2005 zijn de bedrijven optimistisch gestemd: de helft van de bedrijven verwacht een omzettoename. Het 'verkoopbedrijf' voorziet een gunstiger ontwikkeling dan de andere typen.

tabel 15 ontwikkeling van de omzet in de periode 2003-2004, in procenten van het aantal bedrijven

de omzet is	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoop- bedrijf	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toegenomen	30	44	38	44	39
gelijk gebleven	28	22	25	23	24
afgenomen	25	18	21	20	21
weet niet/wil niet zeggen/ niet van toepassing	17	16	16	13	16
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

tabel 16 ontwikkeling van de omzet in de periode 2004-2005, in procenten van het aantal bedrijven

de omzet zal naar verwachting	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoop- bedrijf	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toenemen	44	49	47	55	49
gelijk blijven	28	29	29	27	28
afnemen	14	16	14	7	13
weet niet/wil niet zeggen/ niet van toepassing	14	6	10	11	10
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

3.8 Omzetsamenstelling en afnemers

De accentverschillen in de omzetsamenstelling tussen de bedrijfstypen komen in tabel 17 duidelijk tot uitdrukking. Dat is logisch, immers de typologie is op de omzetsamenstelling gebaseerd.

tabel 17 gemiddelde omzetsamenstelling naar activiteiten, in procenten van de totaal-omzet (gewogen met de omzet)

activiteit	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachtelijk bedrijf	verkoopbedrijf	
	in procenten van de totaalomzet				
ambachtelijke omzet	94	52	63	11	46
omzet uit de verkoop van vloerbedekking	2	40	30	87	47
overige omzet	4	8	7	2	7
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

In tabel 18 wordt de verdeling van de brancheomzet uit de verkoop van vloerbedekking gespecificeerd naar type vloerbedekking.

tabel 18 gemiddelde omzetsamenstelling naar type vloerbedekking, in procenten van de verkoopomzet van vloerbedekking (gewogen met de omzet uit verkoop van vloerbedekking)

type vloerbedekking	in procenten
lamelparket	15
tapis parket	20
massief parket	18
laminaat	21
planken en brede vloerdelen	18
kurk	3
overige vloerbedekking	5
totaal	100

Bron: EIM, 2005.

3.9 Gebruik van oplosmiddelhoudende producten

Doordat parket voornamelijk in het ambachtelijk bedrijf wordt verwerkt, is het niet verwonderlijk dat hier naar verhouding veelvuldig gewerkt wordt met oplosmiddelhoudende producten: ongeveer een op de drie bedrijven maakt hiervan gebruik. Oplosmiddelen komen vooral voor in parketlijmen, voegkitten en oliën en wassen (zie tabel 19).

De belangrijkste reden om met oplosmiddelhoudende producten te werken, is dat deze producten beter van kwaliteit zijn en/of een beter resultaat geven, genoemd door 51% van degenen die met deze producten werken. 20% geeft aan dat deze producten gemakkelijker in gebruik zijn en in meer situaties toepasbaar zijn.

tabel 19 gebruik van oplosmiddelhoudende producten, in procenten van het aantal bedrijven

<i>omschrijving</i>	<i>in procenten van aantal bedrijven</i>
werkt niet met oplosmiddelhoudende producten	71
werkt wel met oplosmiddelhoudende producten	29
waarvan met:	
voorstrijk-, vochtscherm- en egalisatieproducten	35
parketlijmen	68
voegkitten	66
parketlakken	49
oliën en wassen	60
reinigingsmiddelen	31

Bron: EIM, 2005.

3.10 Bedrijfsresultaat

Ruim 40% van de bedrijven heeft in 2004 een hoger bedrijfsresultaat gerealiseerd dan in 2003. Bijna 20% van de bedrijven werd echter geconfronteerd met een lager resultaat (zie tabel 20). Bijna driekwart (72%) van de bedrijven is tamelijk tot zeer tevreden over het in 2004 behaalde resultaat (zie tabel 21).

tabel 20 ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in de periode 2003-2004, in procenten van het aantal bedrijven

het bedrijfsresultaat is	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
toegenomen	38	45	42	38	41
gelijk gebleven	30	22	25	24	26
afgenomen	17	18	18	22	18
weet niet/wil niet zeggen/ niet van toepassing	15	15	15	16	15
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

tabel 21 tevredenheid over het bedrijfsresultaat van 2004, in procenten van het aantal bedrijven

de ondernemer is	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
zeer tevreden	19	25	22	17	21
tamelijk tevreden	49	55	52	45	51
tamelijk ontevreden	11	11	11	16	12
zeer ontevreden	10	1	6	9	6
weet niet/wil niet zeggen	11	8	9	13	10
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

In tabel 22 is te zien dat de verwachtingen over de ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in 2005, net als bij de omzetverwachting, positiever zijn dan de ontwikkeling in 2004. Ook hier zijn de 'verkoopbedrijven' optimistischer gestemd.

tabel 22 ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in de periode 2004-2005, in procenten van het aantal bedrijven

<i>het bedrijfsresultaat zal naar verwachting</i>	<i>bedrijfstype</i>				<i>totaal</i>
	<i>leggersbedrijf</i>	<i>gemengd bedrijf</i>	<i>ambachte- lijk bedrijf</i>	<i>verkoopbedrijf</i>	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toenemen	42	53	48	57	49
gelijk blijven	31	24	27	26	27
afnemen	14	17	16	4	14
weet niet/wil niet zeggen	13	6	9	13	10
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2005.

3.11 Opleiding ondernemer

In tabel 23 wordt een overzicht gegeven van de hoogst voltooide opleiding van de ondernemer. De meeste ondernemers hebben een 'overig MBO'-opleiding als hoogst afgemaakte opleiding, gevolgd door ruim 20% die een LTS/LBO- of MAVO-, HAVO- of MULO-opleiding hebben afgerond.

Tussen het ambachtelijk en het niet-ambachtelijk bedrijf is een duidelijk verschil te zien: in het ambachtelijk bedrijf ligt een zwaar accent op de LTS/LBO-opleiding, terwijl bij het niet-ambachtelijk bedrijf veel ondernemers de 'overige MBO'-opleiding hebben afgerond.

tabel 23 hoogst voltooide opleiding van de ondernemer*, in procenten van het aantal bedrijven

opleiding	bedrijfstype				totaal
	leggersbedrijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoopbedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
lagere school	8	3	5	3	5
LTS, LBO	24	27	25	10	23
MAVO, HAVO, MULO	24	17	20	27	21
MTS	4	5	5	3	4
overig MBO	25	26	26	37	28
VWO	3	2	3	7	3
HTS	3	2	2	2	2
overig HBO	6	13	10	11	10
universiteit	0	4	2	0	2
anders/weet niet wil niet zeggen	3	1	2	0	2
totaal	100	100	100	100	100

* De in deze tabel weergegeven namen van opleidingen wijken af van de hedendaagse benamingen. Er is voor gekozen de benaming van de opleiding te hanteren zoals gangbaar was tijdens de scholingsperiode van de ondernemer. De lagere school komt overeen met de basisschool van nu. De LTS, LBO en MAVO vormen het tegenwoordige VMBO.

Bron: EIM, 2005.

3.12 Wijze waarop de klanten met het bedrijf in contact komen

Mond-tot-mondreclame vormt de meest genoemde wijze waarop de klanten met de bedrijven in contact komen. Ook de Gouden Gids, internet en advertenties in huis-aan-huis- en regionale bladen spelen een belangrijke rol, met name bij het 'gemengd bedrijf' en het 'verkoopbedrijf'. Als andere manieren waarop de bedrijven opdrachten verkrijgen, worden onder meer genoemd 'via verkopende winkels en aannemers'.

tabel 24 wijze waarop de klanten, volgens de respondenten, met het bedrijf in contact komen, in procenten van het aantal bedrijven, meerdere antwoorden mogelijk

omschrijving	bedrijfstype				totaal
	leggersbe- drijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoopbedrijf	
	in procenten van het aantal bedrijven				
via advertenties in huis-aan-huisbladen	24	46	37	52	39
via advertenties in regionale bladen	19	39	30	39	31
via advertenties in landelijke dagbladen	3	4	3	3	3
advertenties in vakbladen/woonbladen	2	11	7	13	8
d.m.v. verspreiding van folders/mailing	5	3	4	9	5
d.m.v. mond-tot-mondreclame	97	98	97	97	97
via vakbeurzen/woonbeurzen	4	7	6	12	7
via de Gouden Gids	40	57	49	54	50
telefonische acquisitie	1	4	3	0	2
via internet	25	53	41	63	45
anders	13	4	8	11	8

Bron: EIM, 2005.

3.13 Problemen

De meest genoemde (grote en kleine) problemen hebben betrekking op de concurrentie, het omzetriveau en administratieve lasten. Ook het aantrekken van bekwaam personeel levert voor veel bedrijven problemen op. Naast de genoemde problemen in tabel 25, wordt ook het betalingsgedrag van klanten/opdrachtgevers veelvuldig genoemd als knelpunt in de bedrijfsvoering.

tabel 25 mate waarin een aantal aspecten van de bedrijfsvoering als een probleem wordt ervaren, in procenten van het aantal bedrijven

aspect en mate van probleem	bedrijfstype				totaal
	leggersbe- drijf	gemengd bedrijf	ambachte- lijk bedrijf	verkoop- bedrijf	
in procenten van het aantal bedrijven					
omzetriveau					
geen probleem	58	67	63	59	63
klein probleem	32	24	28	27	27
groot probleem	10	7	8	14	9
weet niet/wil niet zeggen	0	2	1	0	1
concurrentie					
geen probleem	51	53	53	55	53
klein probleem	32	31	31	27	30
groot probleem	17	16	16	18	17
loonkosten					
geen probleem	38	46	42	52	45
klein probleem	8	13	11	14	11
groot probleem	12	11	12	4	10
niet van toepassing	42	30	35	30	34
aantrekken van bekwaam personeel					
geen probleem	34	33	33	41	35
klein probleem	6	17	13	18	13
groot probleem	15	15	15	19	15
niet van toepassing	45	35	39	22	37
verkrijgen van financiering					
geen probleem	53	57	55	58	55
klein probleem	8	14	12	13	12
groot probleem	8	6	7	8	7
niet van toepassing	28	22	24	17	24
weet niet/wil niet zeggen	3	1	2	4	2
milieueisen					
geen probleem	67	66	67	73	68
klein probleem	18	14	16	13	15
groot probleem	8	13	11	4	9
niet van toepassing	7	6	6	10	7
weet niet/wil niet zeggen	0	1	*	0	1
arbo-eisen					
geen probleem	50	55	53	67	55
klein probleem	11	16	14	9	13
groot probleem	12	11	11	8	11
niet van toepassing	27	18	22	16	21

aspect en mate van probleem	<i>bedrijfstype</i>				totaal
	<i>leggersbe- drijf</i>	<i>gemengd bedrijf</i>	<i>ambachte- lijk bedrijf</i>	<i>verkoop- bedrijf</i>	
in procenten van het aantal bedrijven					
<i>administratieve lasten</i>					
geen probleem	71	61	65	73	66
klein probleem	18	23	21	15	20
groot probleem	11	15	13	12	13
niet van toepassing	0	1	1	0	1
<i>de locatie van het bedrijf</i>					
geen probleem	82	81	82	80	81
klein probleem	9	15	12	13	12
groot probleem	2	4	3	7	4
niet van toepassing	7	0	3	0	3
<i>bedrijfsopvolging</i>					
geen probleem	42	39	41	46	42
klein probleem	6	10	8	3	7
groot probleem	10	5	7	9	8
niet van toepassing	38	41	40	39	39
weet niet/wil niet zeggen	4	5	4	3	4
<i>kennis van het ondernemen</i>					
geen probleem	89	88	88	96	90
klein probleem	8	11	9	3	8
groot probleem	2	1	2	0	1
niet van toepassing	1	0	*	1	1
<i>andere problemen</i>					
ja	12	15	14	13	13
nee	88	85	86	87	87

* Minder dan 0,5%.

Bron: EIM, 2005.