

**Brancheonderzoek
kantoorvakhandel 2008**

Het 'Brancheonderzoek kantoorvakhandel 2008' is een uitgave van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) en Novaka Organisatie Kantoorbranche. Het onderzoek is verricht door EIM bv (Zoetermeer). Voor vragen over dit onderzoek kunt u contact opnemen met Renate de Vree van het HBD, e-mail r.devree@hbd.nl, telefoonnummer 070 338 56 07 of met Hans van Schaijk van Novaka, e-mail info@novaka.nl, telefoonnummer 020 664 55 21.

Het HBD maakt zich sterk voor een gezonde detailhandel, waarin het goed ondernemen en werken is. In het HBD werken samen: MKB-Nederland, Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH), FNV Bondgenoten en CNV Dienstbond.

Dit rapport en andere HBD-publicaties zijn te downloaden op de website: www.hbd.nl

Copyright © 2009 Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Het HBD hecht veel belang aan de verspreiding van kennis over de detailhandel. U mag dan ook gedeeltes uit deze publicatie overnemen, mits met bronvermelding. Het integraal reproduceren van de inhoud van deze publicatie is echter alleen toegestaan met schriftelijke toestemming van het HBD.



Hoofdbedrijfschap Detailhandel
Nieuwe Parklaan 72 – 74
Postbus 90703
2509 LS Den Haag
T (070) 338 56 00
F (070) 338 57 11
E info@hbd.nl
I www.hbd.nl

Novaka Organisatie Kantoorbranche
De Lairessestraat 109
1071 NX Amsterdam
T (020) 664 55 21
F (020) 675 23 46
E info@novaka.nl
I <http://www.novaka.nl>

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting en conclusies	5
1 Inleiding	7
1.1 Doelstelling	7
1.2 Brancheafbakening	7
1.3 Responsverantwoording	8
1.4 Opbouw	8
2 Omvang van de branche	9
2.1 Aantal ondernemingen	9
2.2 Werkzame personen	9
2.3 Brancheomzet	10
3 De branche in cijfers	11
3.1 Persoonskenmerken	11
3.2 Bedrijfskenmerken	14
3.3 Omzet	18
3.4 Verkoop	22
3.5 Aantal werkzame personen	23
3.6 Deelname aan organisaties	26
3.7 Ontwikkeling van omzet, bedrijfsresultaat en personeelsbestand	28
4 Thema: ICT-toepassingen	33

Managementsamenvatting en conclusies

In 2008 bedraagt het aantal bedrijven binnen de kantoorvakhandel 1.470. Specifiek gaat het om 510 Business-to-Business bedrijven, 725 Business-to-Consumer bedrijven en 235 bedrijven zonder winkel of showroom. Verder hebben de bedrijven gezamenlijk een totale omzet gerealiseerd van afgerond € 2.650.000.000 in 2007. Het aantal werkzame personen binnen de kantoorvakhandel bedraagt 13.000 in 2008. Uitgedrukt in voltijdsequivalenten komt het aantal werkzame personen neer op 10.300.

Belangrijke resultaten:

- Dooreengenoemen zijn in de afgelopen drie jaar voornamelijk bedrijven zonder winkel of showroom opgericht.
- Meer dan 85 procent van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel heeft één vestiging. Het aantal bedrijven binnen de kantoorvakhandel met meer dan één vestiging is in de afgelopen drie jaar afgenomen.
- Vergeleken met 2005 is het aantal bedrijven binnen de kantoorvakhandel dat geen gebruik maakt van een winkel of showroom toegenomen in 2008. Bij de bedrijven die wel gebruik maken van een winkel of showroom is een tendens van schaalvergroting waarneembaar ten opzichte van 2005.
- Ten opzichte van 2005 is het aantal eenmanszaken binnen de kantoorvakhandel toegenomen met 4,7 procentpunten. Daarentegen is het aantal BV's met 7 procentpunten afgenomen.
- Bijna de helft (47,7 procent) van de ondernemers die een indicatie van de eigen omzet heeft gegeven, heeft in 2007 een omzet gerealiseerd die ligt tussen de € 500.000 en € 1.500.000 exclusief BTW.
- Ten opzichte van 2005 wordt de zeer negatieve invloed van factoren (economische situatie, concurrentie door branchevreemde bedrijven en via internet) op de bedrijfsomzet sterker ervaren.
- Bijna 70 procent van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel maakt gebruik van internet of een website om producten te verkopen. Daarnaast vormen de verkoop van producten via een winkel en via fax of telefonische verkoop belangrijke verkoopkanalen.
- Een groot deel van de branche bestaat uit kleinschalige bedrijven: in 75 procent van de bedrijven zijn niet meer dan 10 personen werkzaam. Ten opzichte van 2005 is de reeds eerder genoemde tendens van schaalvergroting waarneembaar.
- Een meerderheid van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel geeft aan aangesloten te zijn bij een inkooporganisatie. Ten opzichte van 2005 is er echter sprake van een afname van 18 procentpunten. Daarentegen is er sprake van een toename van het aantal bedrijven met 10 procentpunten, dat zich aangesloten heeft bij een franchiseorganisatie.
- Bijna 70 procent van de ondernemers binnen de kantoorvakhandel is van mening dat een brancheorganisatie werkgeversbelangen dient te behartigen. Daarnaast wordt het verstrekken van informatie door de brancheorganisatie als een belangrijke dienst beschouwd.
- Ondernemers binnen de kantoorvakhandel zijn over het algemeen optimistisch met betrekking tot de verwachte ontwikkeling van de winst, het bedrijfsresultaat en het personeelsbestand in de komende twee jaar.

- Bijna alle bedrijven (97,7 procent) binnen de kantoorvakhandel maken gebruik van elektronisch bankieren. Daarnaast beschikt een meerderheid van de ondernemers over een eigen website, echter op dit punt lopen de B2C bedrijven wat achter.
- Met betrekking tot de toekomst verwacht meer dan de helft van de ondernemers binnen de kantoorvakhandel dat de inzet van ICT-toepassingen binnen het eigen bedrijf licht tot sterk zal groeien in de komende twee jaar.
- Ongeveer een vijfde van de ondernemers en voornamelijk ondernemers binnen de B2C bedrijven (27,5 procent) verwacht dat geautomatiseerde voorraadadministratie zal toenemen. Meer dan 25 procent van de ondernemers binnen de B2B bedrijven verwacht dat het aantal webwinkels zal toenemen in de komende twee jaar. Ten slotte verwacht 16 procent van de ondernemers binnen bedrijven zonder winkel of showroom meer gebruik te zullen maken van een eigen website.

1 Inleiding

Dit rapport beschrijft de resultaten van het brancheonderzoek in de kantoorvakhandel in opdracht van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel en NOVAKA. In 2006 heeft NOVAKA reeds onderzoek laten uitvoeren naar de structuur van de kantoorvakhandel. Dit onderzoek vormt een vervolg op het reeds verrichte onderzoek en dient naast het verschaffen van nieuwe inzichten, verdieping te geven aan de reeds verkregen informatie.

1.1 Doelstelling

Het doel van het onderzoek vormt het verschaffen van inzicht in de aanbodstructuur en de belangrijkste ontwikkelingen binnen de kantoorvakhandel. Hierbij worden de volgende kernvragen onderscheiden:

- *Hoe groot is de branche:* naar aantallen ondernemingen, vestigingen, omzet en werkgelegenheid?
- *Hoe divers is de branche:* naar bedrijfstypen rekening houdend met verschillen in hoofdactiviteit, doelgroep, assortiment en verkoopwijze?
- *Hoe coöperatief is de branche:* welke samenwerkingsmogelijkheden zijn er en hoe groot is deelname aan inkooporganisaties, franchiseorganisaties en belangenorganisaties?
- *Hoe succesvol is de branche:* in termen van ervaren knelpunten op het gebied van omzet en winstontwikkeling in de afgelopen jaren en welke verwachtingen bestaan er op dit gebied?
- *In hoeverre bestaat er behoefte aan belangenbehartiging, informatie en diensten:* wat verwacht de ondernemer van NOVAKA als brancheorganisatie?

1.2 Brancheafbakening

De kantoorvakhandel omvat een veelheid aan gespecialiseerde bedrijven, die of primair kantoor- en schoolbenodigdheden (inclusief kantoorartikelen, kantoormeubelen en/of kantoor machines) leveren aan de *consument* dan wel aan het *bedrijfsleven* als eindgebruiker. De eerste groep van kantoorvakhandelaren wordt normaliter tot de *Business-to-Consumer* (B2C) bedrijven gerekend en de tweede groep tot de *Business-to-Business* (B2B) bedrijven. Volgens de SBI-classificatie van het CBS omvat de kantoorvakhandel tevens bedrijven die reparatie en onderhoud van kantoormeubelen en machines ter hand nemen. Deze bedrijven worden echter in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten. Hiervoor is gekozen omdat de focus op handelsondernemingen ligt en het aantal reparatie- en onderhoudsbedrijven afneemt. Verder behoren winkels in tweedehands en antiquarische boeken niet tot de kantoorvakhandel. Dit geldt eveneens voor bedrijven in de ambulante handel en winkels die uitsluitend via internet verkopen (webwinkels). Verder zijn niet in het onderzoek meegenomen de grote internationaal opererende bedrijven, te weten: Lyreco, Office Centre (onderdeel van Staples) en Office Depot. Het gehele onderzoek is daarmee primair gericht geweest op de kleine en middelgrote bedrijven in de beide branches. Onder klein en middelgroot vallen alle bedrijven met maximaal 99 personeelsleden in loondienst.¹

¹ In de onderzoekssteekproef zitten twee bedrijven die 100 of meer werkzame personen in loondienst hebben. Deze zijn in de verdere beschouwingen meegenomen.

1.3 Responsverantwoording

Het onderzoek is primair gebaseerd op telefonische enquêtes die in het najaar van 2008 zijn afgenomen onder kantoorvakhandelaren. Voorafgaand aan deze enquêtes zijn de zeer grote ondernemingen zowel schriftelijk als telefonisch door NOVAKA benaderd. Voorgesteld is om het onderzoek te baseren op effectief 300 kantoorvakhandelaren, gelijkelijk verdeeld naar (150) vakhandelaren die in hoofdzaak actief zijn op de consumentenmarkt en (150) vakhandelaren die primair actief zijn op de bedrijvenmarkt. Per onderscheiden groep zijn de deelnemers aan de enquête op aselechte wijze getrokken, uit het door NOVAKA verstrekte ledenbestand (circa 300 leden) en de DMCD van DataSelect. In totaal zijn er 1076 ondernemers benaderd waarvan 300 effectieve waarnemingen. Zo hebben bijvoorbeeld 179 kantoorvakhandelaren geweigerd deel te nemen aan de telefonische enquête en zijn 243 bedrijven benaderd die volgens de definitie niet tot de kantoorvakhandel behoren.

Deze 300 kantoorvakhandelaren zijn op basis van omzet naar doelgroep, registratie bij de Kamers van Koophandel en wel of geen gebruik van een winkel of showroom, onderverdeeld in de volgende drie bedrijfstypen:

- *Business-to-Business (aantal 108)*: omzet wordt voor 50 procent of meer gerealiseerd door de verkoop van producten c.q. levering van diensten aan het bedrijfsleven.
- *Business-to-Consumer (aantal 142)*: omzet wordt voor 50 procent of meer gerealiseerd door de verkoop van producten c.q. levering van diensten aan de consument.
- *Bedrijven zonder winkel/showroom (aantal 50)*: bedrijven die aangeven hebben geen gebruik te maken van een winkel of showroom om hun producten te verkopen. Dit bedrijfstype bevat webshops en bedrijven die gebruik maken van een afhaalpunt.

1.4 Opbouw

In dit rapport worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. Hoofdstuk twee vormt een overzicht van de kantoorvakhandel op macro-niveau. Hierin wordt de totale omvang van de branche qua aantal bedrijven, omzet en werkgelegenheid in voltijdsequivalenten in beeld gebracht. In hoofdstuk drie wordt de structuur van de kantoorvakhandel besproken. Inzicht wordt verschaft in zaken als kenmerken van de kantoorvakhandelaar en het bedrijf, omzet, verkoop en specialisaties. Daarnaast worden ontwikkelingen en verwachtingen met betrekking tot de omzet, winst en het personeelsbestand besproken. Aangezien ICT-toepassingen steeds meer voorkomen binnen de kantoorvakhandel is deze ontwikkelingstendens meegenomen in het onderzoek. In hoofdstuk vier wordt ingegaan op de huidige en verwachte inzet van ICT-toepassingen. Ten slotte worden de resultaten –voor zover mogelijk- vergeleken met de resultaten die voortgekomen zijn uit het onderzoek in 2006.

2 Omvang van de branche

2.1 Aantal ondernemingen

De kantoorvakhandel (zoals gedefinieerd in dit onderzoek) omvat volgens de Kamers van Koophandel 1.957 ondernemingen in 2007 en bevat de volgende vier bedrijfstypen:

- 336 winkels in kantoor- en schoolbenodigdheden (= B2C)
- 723 winkels in kantoor- en schoolbenodigdheden, boeken en tijdschriften (= B2C)
- 433 groothandels in kantoormachines (= B2B)
- 465 groothandels in kantoormeubelen (= B2B)

De uitvoering van het onderzoek omvat een controle op het adressenbestand van de Kamers van Koophandel. Hiertoe zijn 1.076 (55 procent) van de ingeschreven bedrijven benaderd. Hieruit blijkt dat 32 procent van de oorspronkelijke Business-to-Business bedrijven niet gerekend kunnen worden tot de kantoorvakhandel. Voor de Business-to-Consumer bedrijven gaat dit op voor 29 procent. Dit leidt tot de volgende gecorrigeerde totaalwaarden (zie tekstkader):

Omvang van de branche: aantal ondernemingen in 2008	
Business-to-Business bedrijven:	510
Business-to-Consumer bedrijven:	725
Bedrijven zonder winkel/showroom:	235
<i>Totaal aantal ondernemingen</i>	<i>1470</i>

Bij dit onderzoek zijn 108 Business-to-Business en 142 Business-to-Consumer bedrijven betrokken, die ongeveer een vijfde van het werkelijke totaal vertegenwoordigen.

2.2 Werkzame personen

In 2008 zijn er circa 13.000 personen werkzaam binnen de kantoorvakhandel. Binnen de Business-to-Business bedrijven en Business-to-Consumer bedrijven zijn respectievelijk 6.250 en 6.000 personen werkzaam. Het aantal werkzame personen binnen de bedrijven zonder winkel of showroom bedraagt circa 750.

Omvang van de branche: aantal werkzame personen in 2008	
Business-to-Business bedrijven:	6.250
Business-to-Consumer bedrijven:	6.000
Bedrijven zonder winkel/showroom:	750
<i>Totaal aantal werkzame personen</i>	<i>13.000</i>

Het aantal werkzame personen uitgedrukt in voltijdsequivalenten (fte) bedraagt circa 10.300. Opvallend is dat het verschil tussen Business-to-Business bedrijven en Business-to-Consumer bedrijven aanmerkelijk groter wordt wanneer het aantal werkzame personen wordt uitgedrukt in voltijdsequivalenten. De verklaring hiervoor vormt het feit dat binnen de Business-to-Consumer bedrijven meer personen parttime werkzaam zijn.

Omvang van de branche: aantal werkzame personen in 2008 (in fte)	
Business-to-Business bedrijven:	5.500
Business-to-Consumer bedrijven:	4.200
Bedrijven zonder winkel/showroom:	600
<i>Totaal aantal werkzame personen</i>	<i>10.300</i>

2.3 Brancheomzet

Totale brancheomzet

Voor de Business-to-Business bedrijven bedraagt de omzet circa € 1.800 miljoen en voor de Business-to-Consumer bedrijven circa € 700 miljoen. De bedrijven zonder winkel of showroom hebben in 2007 een omzet gerealiseerd van circa € 150 miljoen. Op basis hiervan kan de brancheomzet in 2007 worden vastgesteld.

Omvang van de branche: totale omzet exclusief BTW in 2007	
Business-to-Business bedrijven:	€ 1.800.000.000
Business-to-Consumer bedrijven:	€ 700.000.000
Bedrijven zonder winkel/showroom:	€ 150.000.000
Totale omzet:	€ 2.650.000.000

Brancheomzet verdeeld naar productgroepen

Onderstaand kader toont de samenstelling van de omzet naar productgroepen voor de kantoorvakhandel. Meer dan 20 procent van de omzet wordt gegenereerd via de verkoop van kantoormeubels en overige kantoorinrichting aan bedrijven. Daarentegen levert het verstrekken van ICT- en automatiseringdiensten aan bedrijven een bescheiden bijdrage aan de totale omzet.

Omvang van de branche: omzetsamenstelling exclusief BTW in 2007	
<u>Verkoop aan consumenten van:</u>	
Kantoorbenodigdheden/-meubelen, computers	€ 440.000.000
Boeken	€ 370.000.000
Hobbyartikelen, tabak, loterij, tijdschriften, wenskaarten	€ 370.000.000
<u>Verkoop aan bedrijven van:</u>	
Kantoorbenodigdheden	€ 370.000.000
Kantoormeubels, overige kantoorinrichting	€ 570.000.000
Kantoormachines, computers	€ 280.000.000
ICT-/automatiseringsdiensten	€ 40.000.000
<u>Omzet uit andere specialisatie</u>	€ 210.000.000
Totaal:	€ 2.650.000.000

3 De branche in cijfers

3.1 Persoonskenmerken

Leeftijd

De modale leeftijdscategorie van de kantoorvakhandelaren is 40 tot 50 jaar. Wanneer wordt gekeken naar de verschillende bedrijfstypen, dan blijkt dat dit eveneens geldt voor ondernemers binnen bedrijven zonder winkel of showroom en voor ondernemers binnen de B2B bedrijven. Daarnaast ligt de leeftijd van veel ondernemers binnen de B2C bedrijven tussen de 50 en 60 jaar. Dooreengenomen zijn ondernemers binnen B2B bedrijven het jongst.

Tabel 1 Leeftijd van ondernemers naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Leeftijd</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
20 tot 30 jaar	3,7	1,4	0,0	2,0
30 tot 40 jaar	20,4	18,3	10,0	17,7
40 tot 50 jaar	38,0	33,8	48,0	37,7
50 tot 60 jaar	22,2	35,9	22,0	28,7
60 tot 70 jaar	13,9	9,2	16,0	12,0
70 tot 80 jaar	0,0	0,0	2,0	0,3
80 tot 90 jaar	0,0	0,7	0,0	0,3
weet niet/w.n.z.	1,9	0,7	2,0	1,3
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Werkervaring als zelfstandig ondernemer

Bijna een vijfde van de ondernemers binnen de kantoorvakhandel heeft 5 tot 10 jaar werkervaring als zelfstandig ondernemer. Dit geldt eveneens voor ondernemers binnen bedrijven zonder winkel of showroom en voor ondernemers binnen de B2C bedrijven. Meer dan 15 procent van de ondernemers binnen de B2B bedrijven heeft 1 tot 5 jaar of 15 tot 20 jaar werkervaring. Dooreengenomen hebben ondernemers binnen bedrijven zonder winkel of showroom de minste werkervaring als zelfstandig ondernemer.

Tabel 2 Werkervaring als zelfstandig ondernemer naar bedrijfstype

Werkervaring	Bedrijfstype			Totaal
	Business-to-Business	Business-to-Consumer	Bedrijven zonder winkel/showroom	
	in procenten van het aantal bedrijven			
nauwelijks/geen	3,7	0,0	0,0	1,3
1 tot 5 jaar	17,6	16,2	12,0	16,0
5 tot 10 jaar	13,0	19,0	26,0	18,0
10 tot 15 jaar	13,9	16,9	10,0	14,7
15 tot 20 jaar	17,6	12,0	28,0	16,7
20 tot 25 jaar	12,0	13,4	14,0	13,0
25 tot 30 jaar	7,4	8,5	2,0	7,0
30 tot 35 jaar	5,6	6,3	6,0	6,0
35 tot 40 jaar	2,8	4,2	2,0	3,3
40 tot 45 jaar	2,8	2,8	0,0	2,3
45 tot 50 jaar	0,9	0,7	0,0	0,7
50 tot 55 jaar	0,9	0,0	0,0	0,3
weet niet/w.n.z.	1,9	0,0	0,0	0,7
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Werkervaring in de branche

Wanneer wordt gekeken naar het aantal jaren werkervaring in de branche dan blijkt, dat de meeste ondernemers meer werkervaring hebben in de branche dan als zelfstandig ondernemer. Bijna een kwart van de ondernemers heeft 20 tot 25 jaar werkervaring in de branche. Hieruit kan worden opgemaakt dat veel ondernemers voorheen als werknemer binnen de kantoorvakhandel werkzaam zijn geweest.

Tabel 3 Werkervaring in de kantoorvakhandel naar bedrijfstype

<i>Werkervaring</i>	<i>Bedrijfstype</i>			<i>Totaal</i>
	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	
	in procenten van het aantal bedrijven			
nauwelijks/geen	0,9	0,0	0,0	0,3
1 tot 5 jaar	7,4	8,5	8,0	8,0
5 tot 10 jaar	7,4	14,1	2,0	9,7
10 tot 15 jaar	9,3	9,9	6,0	9,0
15 tot 20 jaar	20,4	8,5	18,0	14,3
20 tot 25 jaar	19,4	21,8	34,0	23,0
25 tot 30 jaar	10,2	11,3	4,0	9,7
30 tot 35 jaar	5,6	11,3	12,0	9,3
35 tot 40 jaar	9,3	4,9	8,0	7,0
40 tot 45 jaar	6,5	7,0	8,0	7,0
45 tot 50 jaar	1,9	0,7	0,0	1,0
50 tot 55 jaar	0,0	1,4	0,0	0,7
weet niet/w.n.z.	1,9	0,7	0,0	1,0
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

3.2 Bedrijfskenmerken

Jaar van oprichting

Ongeveer een vijfde van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel is opgericht tussen 1990 en 2000. Daarnaast zijn er vele bedrijven opgericht tussen 2000 en 2005. Dooreengenomen zijn in de afgelopen drie jaar voornamelijk bedrijven zonder winkel of showroom opgericht. De kanttekening dient hierbij geplaatst te worden dat ondernemers het jaar genoemd zouden kunnen hebben waarin ze het bedrijf hebben overgenomen. Hierdoor zou een vertekend beeld kunnen zijn ontstaan.

Tabel 4 Periode wanneer het bedrijf is opgericht naar bedrijfstype

Periode	Bedrijfstype			Totaal
	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	
	in procenten van het aantal bedrijven			
2005 t/m 2008	7,4	9,9	16,0	10,0
2000 tot 2005	13,0	15,5	28,0	16,7
1990 tot 2000	22,2	16,9	28,0	20,7
1980 tot 1990	13,9	12,0	16,0	13,3
1970 tot 1980	11,1	2,8	6,0	6,3
1960 tot 1970	4,6	6,3	0,0	4,7
1950 tot 1960	1,9	6,3	0,0	3,7
1940 tot 1950	0,0	2,1	2,0	1,3
1930 tot 1940	9,3	4,9	0,0	5,7
1920 tot 1930	3,7	5,6	2,0	4,3
1910 tot 1920	3,7	1,4	0,0	2,0
1900 tot 1910	2,8	3,5	2,0	3,0
voor 1900	1,9	7,7	0,0	4,3
weet niet/w.n.z.	4,6	4,9	0,0	4,0
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Aantal vestigingen

Meer dan 85 procent van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel heeft één vestiging. Het aantal bedrijven binnen de kantoorvakhandel met meer dan één vestiging is in de afgelopen drie jaar afgenomen. In 2005 heeft 16,3 procent van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel aangegeven meer dan één vestiging te hebben, tegenover 12,3 procent in 2008. Dit impliceert een afname van 4 procentpunten. Doorgaans gaat het om twee tot drie vestigingen en in zeer beperkte mate hebben bedrijven binnen de kantoorvakhandel vier of meer vestigingen. Dooreengenomen hebben B2B bedrijven de meeste vestigingen.

Tabel 5 Aantal vestigingen per bedrijf naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Aantal vestigingen</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
1	87,0	86,6	92,0	87,7
2	7,4	5,6	6,0	6,3
3	1,9	3,5	2,0	2,7
4	0,0	2,8	0,0	1,3
5	0,9	0,0	0,0	0,3
6	0,0	1,4	0,0	0,7
8	0,9	0,0	0,0	0,3
14	0,9	0,0	0,0	0,3
15	0,9	0,0	0,0	0,3
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Vestigingslocatie

Ongeveer een derde van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel is in het centrum of op een bedrijven- of industrieterrein gevestigd. Meer dan de helft van de B2C bedrijven is in het centrum gevestigd, terwijl ongeveer twee derde van de B2B bedrijven op een bedrijven- of industrieterrein is gevestigd. Een uitzondering hierop vormen de bedrijven zonder winkel of showroom. Bijna de helft van deze bedrijven is gevestigd in een straat met overwegend woningen.

Tabel 6 Locatie waar bedrijf of bedrijven overwegend gevestigd zijn naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Locatie</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
straat met overwegend woningen	5,6	8,5	48,0	14,0
winkelgebied op wijkniveau	5,6	31,0	0,0	16,7
centrum	18,5	54,2	4,0	33,0
bedrijven- of industrieterrein	66,7	2,1	40,0	31,7
anders	3,7	4,2	8,0	4,7
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Vloeroppervlakte

Bij meer dan de helft van de bedrijven ligt het vloeroppervlak van de winkel of showroom tussen de 100 en 300 m². B2B bedrijven beschikken doorgaans over een aanzienlijk grotere winkel of showroom dan B2C bedrijven.

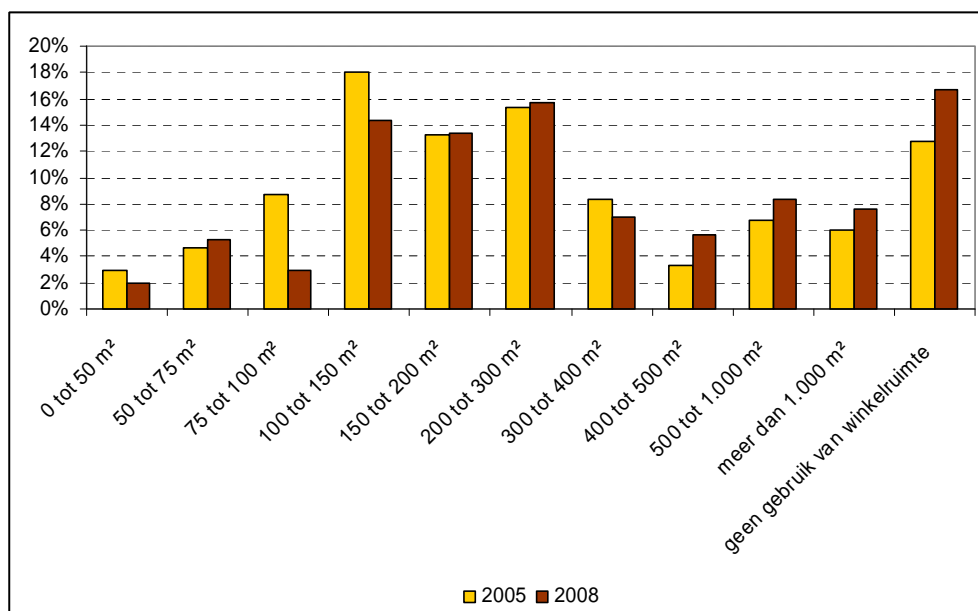
Tabel 7 Vloeroppervlakte van winkel of showroom in m² naar bedrijfstype

<i>Vloeroppervlakte</i>	<i>Bedrijfstype</i>		
	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Totaal</i>
	in procenten van het aantal bedrijven		
minder dan 50 m ²	1,9	2,8	2,4
tussen 50 en 75 m ²	9,3	4,2	6,4
tussen 75 en 100 m ²	4,6	2,8	3,6
tussen 100 en 150 m ²	11,1	21,8	17,2
tussen 150 en 200 m ²	11,1	19,7	16,0
tussen 200 en 300 m ²	5,6	28,9	18,8
tussen 300 en 400 m ²	6,5	9,9	8,4
tussen 400 en 500 m ²	12,0	2,8	6,8
tussen 500 en 1.000 m ²	16,7	4,9	10,0
meer dan 1.000 m ²	19,4	1,4	9,2
weet niet/w.n.z.	1,9	0,7	1,2
totaal	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Vergeleken met 2005 is het aantal bedrijven binnen de kantoorvakhandel dat geen gebruik maakt van een winkel of showroom toegenomen in 2008. Bij de bedrijven die wel gebruik maken van een winkel of showroom is een tendens van schaalvergroting waarneembaar ten opzichte van 2005.

Figuur 1 Vloeroppervlakte van winkel of showroom in 2005 en 2008 in procenten van het aantal bedrijven



Bron: EIM, 2008.

Rechtsvorm

Een vennootschap onder firma (VOF), een besloten vennootschap (BV) of eenmanszaak zijn de meest gebruikelijke rechtsvormen van bedrijven binnen de kantoorvakhandel. Opvallend is dat bijna 60 procent van de B2B bedrijven een BV als rechtsvorm heeft, terwijl bijna de helft van de B2C bedrijven een VOF als rechtsvorm heeft. Bij de bedrijven zonder winkel of showroom is de eenmanszaak als rechtsvorm licht dominant.

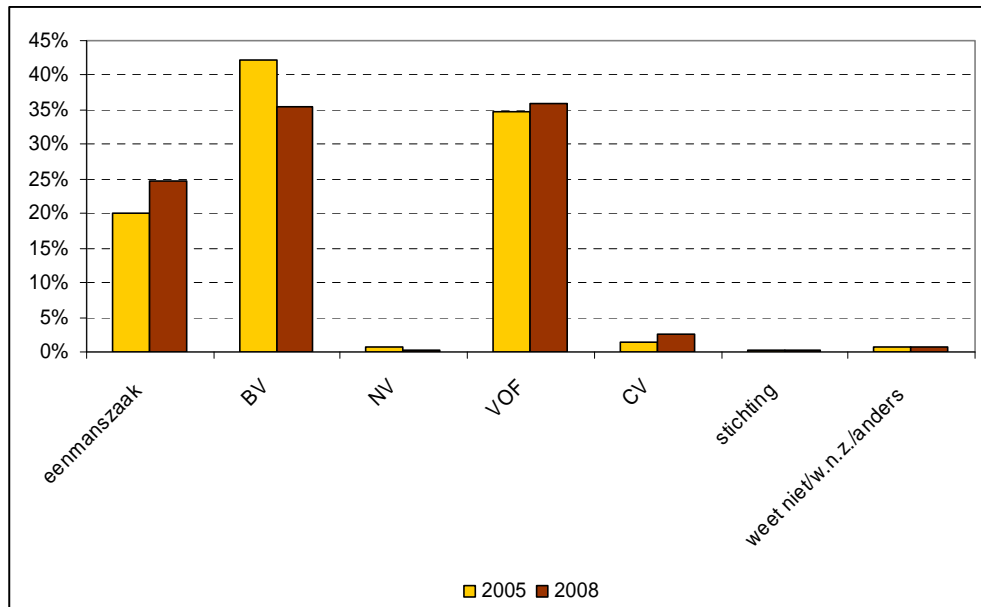
Tabel 8 Rechtsvorm van het bedrijf naar bedrijfstype

Rechtsvorm	Bedrijfstype			
	Business-to-Business	Business-to-Consumer	Bedrijven zonder winkel/showroom	Totaal
in procenten van het aantal bedrijven				
eenmanszaak	14,8	27,5	38,0	24,7
BV	58,3	19,0	32,0	35,3
NV	0,9	0,0	0,0	0,3
VOF	23,1	49,3	26,0	36,0
CV	1,9	2,8	4,0	2,7
stichting	0,0	0,7	0,0	0,3
weet niet/w.n.z.	0,9	0,7	0,0	0,7
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Ten opzichte van 2005 is het aantal eenmanszaken binnen de kantoorvakhandel toegenomen met 4,7 procentpunten. Daarentegen is het aantal BV's met 7 procentpunten afgenomen.

Figuur 2 Rechtsvorm van het bedrijf in 2005 en 2008 in procenten van het aantal bedrijven



Bron: EIM, 2008.

3.3 Omzet

Totale omzet

Bijna de helft (47,7 procent) van de ondernemers die een indicatie van de eigen omzet heeft gegeven, heeft in 2007 een omzet gerealiseerd die ligt tussen de € 500.000 en € 1.500.000 exclusief BTW. Dooreengenomen wordt de hoogste omzet gerealiseerd binnen B2B bedrijven. Slechts een zeer beperkt aantal bedrijven binnen de kantoorvakhandel realiseert een omzet van meer dan € 10.000.000.

Figuur 3 Totale omzet exclusief BTW in 2007 naar bedrijfstype in procenten van het aantal bedrijven



Bron: EIM, 2008.

Omzetsamenstelling

Het verschil tussen de bedrijfstypen wordt duidelijk zichtbaar, wanneer naar de samenstelling van de omzet wordt gekeken. Bedrijven zonder winkel of showroom vertonen duidelijke overeenkomsten met B2B bedrijven op het gebied van omzetsamenstelling. Ten opzichte van B2B bedrijven genereren bedrijven zonder winkel of showroom echter meer omzet uit ICT- en automatiseringsdiensten en overige specialisaties.

Tabel 9 Omzetsamenstelling in 2007

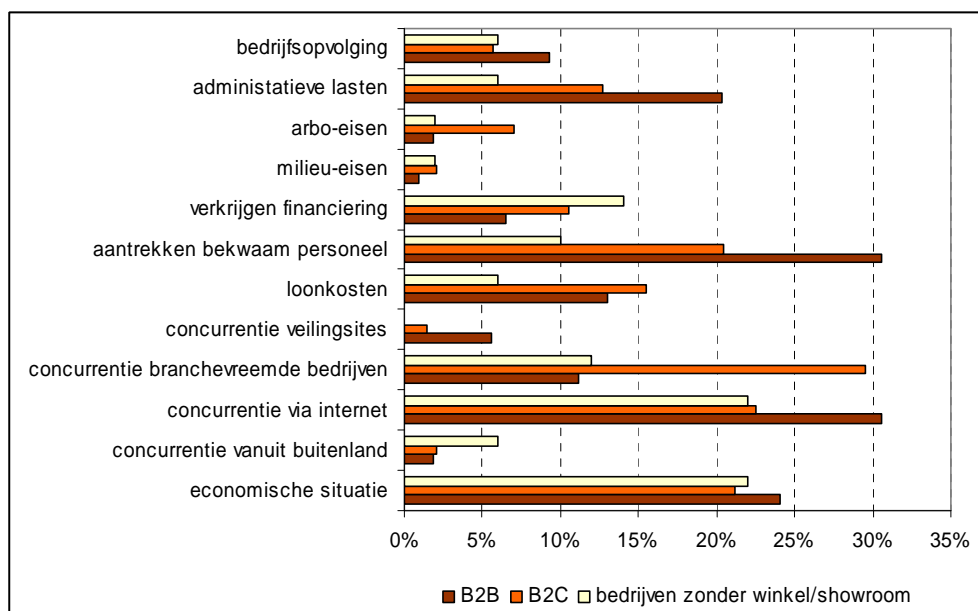
Verkoop van:	Bedrijfstype		
	Business-to-Business	Business-to-Consumer	Bedrijven zonder winkel/showroom
	gemiddeld percentage van de omzet		
kantoorbenodigdheden/-meubelen, computers aan consumenten	6,1	28,1	8,4
boeken aan consumenten	0,1	29,3	3,8
hobbyartikelen, tabak, loterij, tijdschriften, wenskaarten aan consumenten	0,9	29,5	2,4
kantoorbenodigdheden aan bedrijven	24,9	4,8	14,2
kantoormeubels en overige kantoorinrichting aan bedrijven	42,9	0,6	30,6
kantooromachines en computers aan bedrijven	17,8	0,3	20,6
ICT-/automatiseringsdiensten aan bedrijven	1,2	0,1	6,6
omzet uit andere specialisatie	6,1	7,3	13,5
totaal	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Invloed van externe factoren op de bedrijfsomzet

Meer dan een kwart van de ondernemers binnen de kantoorvakhandel geeft aan dat concurrentie via internet een zeer negatieve invloed heeft op de bedrijfsomzet. Daarnaast heeft de economische situatie, het aantrekken van bekwaam personeel en concurrentie van branchevreemde bedrijven (zoals Action) een zeer negatieve invloed op de bedrijfsomzet, volgens meer dan 20 procent van de ondernemers. Voor B2B bedrijven vormen concurrentie via internet en het aantrekken van bekwaam personeel de grootste problemen, terwijl concurrentie van branchevreemde bedrijven het grootste probleem vormt voor B2C bedrijven. De bedrijven zonder winkel of showroom geven aan dat voornamelijk de economische situatie en concurrentie via internet een zeer negatieve invloed hebben op de bedrijfsomzet.

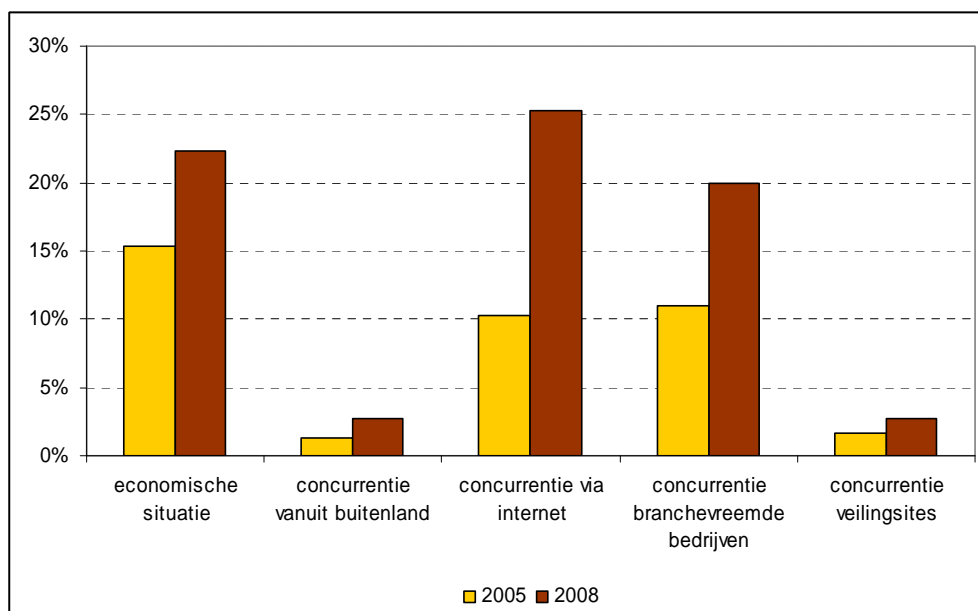
Figuur 4 Factoren die een zeer negatieve invloed hebben op de bedrijfsomzet naar bedrijfstype in procenten van het aantal bedrijven



Bron: EIM, 2008.

Ten opzichte van 2005 wordt de zeer negatieve invloed van factoren op de bedrijfsomzet sterker ervaren. In 2005 ervaart 15,3 procent van de ondernemers de invloed van de economische situatie op de bedrijfsomzet als zeer negatief, terwijl dit percentage 22,3 bedraagt in 2008. Tevens wordt de negatieve invloed van concurrentie door branchevreemde bedrijven sterker ervaren. Ten opzichte van 2005 is er sprake van een toename van 9 procentpunten. Verder is de aanzienlijke toename van 15 procentpunten ten opzichte van 2005 zeer opvallend, met betrekking tot de ervaren negatieve invloed van concurrentie via internet door ondernemers.

Figuur 5 Factoren die een zeer negatieve invloed hebben op de bedrijfsomzet in 2005 en 2008 in procenten van het aantal bedrijven

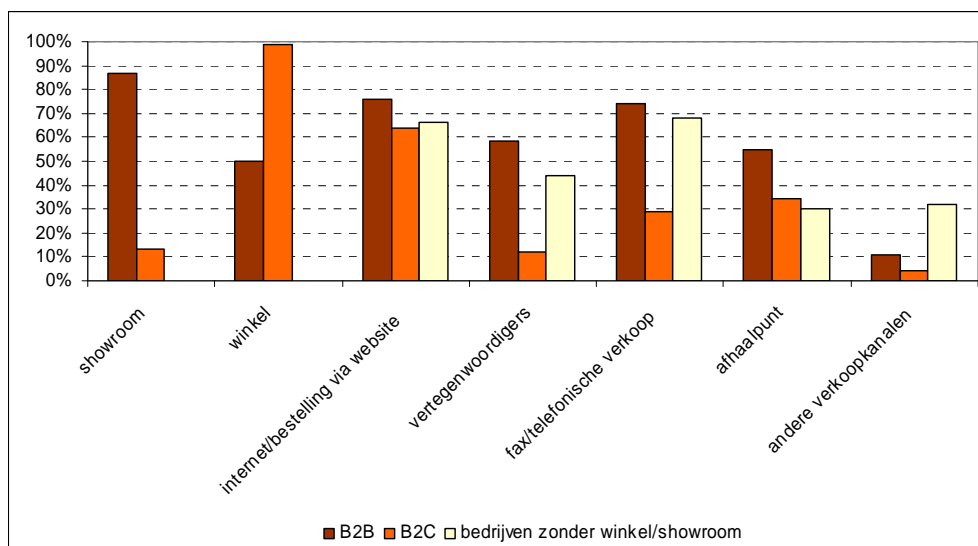


Bron: EIM, 2008.

3.4 Verkoop

Bijna 70 procent van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel maakt gebruik van internet of een website om producten te verkopen. Daarnaast vormen de verkoop van producten via een winkel en via fax of telefonische verkoop belangrijke verkoopkanalen. Voor de B2B bedrijven vormt de verkoop van producten via een showroom het belangrijkste verkoopkanaal. Daarnaast vormen internet en fax of telefonische verkoop belangrijke verkoopkanalen. Daarentegen vormt voor B2C bedrijven een winkel veruit het belangrijkste verkoopkanaal. De bedrijven zonder winkel of showroom zijn enigszins vergelijkbaar met B2B bedrijven wat betreft de keuze voor bepaalde verkoopkanalen. Voor deze bedrijven vormen internet en fax of telefonische verkoop de belangrijkste verkoopkanalen. Verder maken B2B bedrijven en bedrijven zonder winkel of showroom aanzienlijk meer gebruik van vertegenwoordigers om hun producten te verkopen, dan B2C bedrijven. Ten slotte geven voornamelijk ondernemers binnen bedrijven zonder winkel of showroom (32 procent) aan, gebruik te maken van een ander verkoopkanaal. Bijvoorbeelden hiervan zijn: verkoop van producten via een beurs, op verzoek van de klant op een specifieke locatie, sponsoring, dropshipment en direct marketing.

Figuur 6 Verkoopkanalen van ondernemers in de kantoorvakhandel naar bedrijfstype in procenten van het aantal bedrijven



Bron: EIM, 2008.

3.5 Aantal werkzame personen

Totaal aantal werkzame personen

Een groot deel van de branche bestaat uit kleinschalige bedrijven: in 75 procent van de bedrijven zijn niet meer dan 10 personen werkzaam. Daarnaast telt de branche echter ook groot aantal bedrijven waarin 10 tot 20 personen werkzaam zijn. Dooreengenoemen bevinden de grotere bedrijven zich onder de B2B bedrijven. Verder komen onder de bedrijven zonder winkel of showroom de meeste zelfstandigen zonder personeel (ZZP'ers) voor. Ten opzichte van 2005 is de reeds eerder genoemde tendens van schaalvergroting waarneembaar. In 2008 is het aantal bedrijven met minder dan 5 werkzame personen afgenomen, ten gunste van het aantal bedrijven met 5 tot 10 werkzame personen.

Tabel 10 Aantal werkzame personen per bedrijf naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Werkzame personen</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
1 (ZZP'er)	4,6	3,5	26,0	7,7
2 tot 5	36,1	22,5	56,0	33,0
5 tot 10	26,9	47,9	12,0	34,3
10 tot 20	14,8	19,0	6,0	15,3
20 tot 30	8,3	3,5	0,0	4,7
30 tot 40	1,9	2,1	0,0	1,7
40 tot 50	3,7	0,7	0,0	1,7
50 of meer	3,7	0,7	0,0	1,7
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Aantal fulltime werkzame personen

In 65 procent van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel werken 1 tot 5 personen fulltime. Dit gaat eveneens op voor alle onderscheiden bedrijfstypen. Dooreengenomen werken de meeste personen fulltime binnen de B2B bedrijven.

Tabel 11 Aantal fulltime (30 uur of meer per week) werkzame personen per bedrijf naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Aantal fulltime</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
geen	0,0	2,8	6,0	2,3
1 tot 5	50,9	76,8	62,0	65,0
5 tot 10	19,4	9,2	2,0	11,7
10 tot 20	10,2	5,6	4,0	7,0
20 tot 30	6,5	1,4	0,0	3,0
30 tot 40	2,8	0,0	0,0	1,0
40 tot 50	1,9	0,0	0,0	0,7
50 of meer	3,7	0,0	0,0	1,3
weet niet/w.n.z.	4,6	4,2	26,0	8,0
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Aantal parttime werkzame personen

In ongeveer de helft van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel werken 1 tot 5 personen parttime. Dit gaat eveneens op voor alle onderscheiden bedrijfstypen. Dooreengenomen werken de minste personen parttime binnen bedrijven zonder winkel of showroom.

Tabel 12 Aantal parttime (minder dan 30 uur per week) werkzame personen per bedrijf naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Aantal parttime</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
geen	22,2	9,9	30,0	17,7
1 tot 5	57,4	45,8	40,0	49,0
5 tot 10	12,0	29,6	4,0	19,0
10 tot 20	1,9	9,2	0,0	5,0
20 tot 30	0,0	0,7	0,0	0,3
30 tot 40	0,0	0,7	0,0	0,3
50 of meer	1,9	0,0	0,0	0,7
weet niet/w.n.z.	4,6	4,2	26,0	8,0
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Gemiddelde omzet per fte

Binnen de kantoorvakhandel bedraagt de gemiddelde omzet (exclusief BTW) per werkzame persoon uitgedrukt in voltijdsequivalenten (fte) € 260.000. De hoogste gemiddelde omzet per fte wordt behaald binnen de Business-to-Business bedrijven. Bedrijven zonder winkel of showroom vormen op dit gebied de middenmoot.

Tabel 13 Gemiddelde omzet exclusief BTW per fte in 2007

<i>Bedrijfstype</i>			
<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
€ 320.000	€ 170.000	€ 280.000	€ 260.000

Bron: EIM, 2008.

3.6 Deelname aan organisaties

Aansluiting bij inkoop- of franchiseorganisatie

Een meerderheid van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel geeft aan aangesloten te zijn bij een inkooporganisatie. Ten opzichte van 2005 is er echter sprake van een afname van 18 procentpunten. Daarentegen is er sprake van een toename van het aantal bedrijven met 10 procentpunten, dat zich aangesloten heeft bij een franchiseorganisatie.

Tabel 14 Aansluiting bij een inkooporganisatie naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Aansluiting:</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
ja	54,6	71,8	20,0	57,0
nee	45,4	28,2	80,0	43,0
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Tabel 15 Aansluiting bij een franchiseorganisatie naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Aansluiting:</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
ja	7,4	42,3	14,0	25,0
nee	92,6	57,7	86,0	75,0
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Aansluiting bij brancheorganisatie

Ongeveer 50 procent van de bedrijven binnen de kantoorvakhandel is aangesloten bij een brancheorganisatie². Ongeveer een kwart de bedrijven heeft aangegeven lid te zijn van brancheorganisatie Novaka. Voornamelijk B2B bedrijven zijn hierbij aangesloten.

² Hierbij is geabstraheerd van de mogelijkheid dat bedrijven zijn aangesloten bij meer dan één brancheorganisatie.

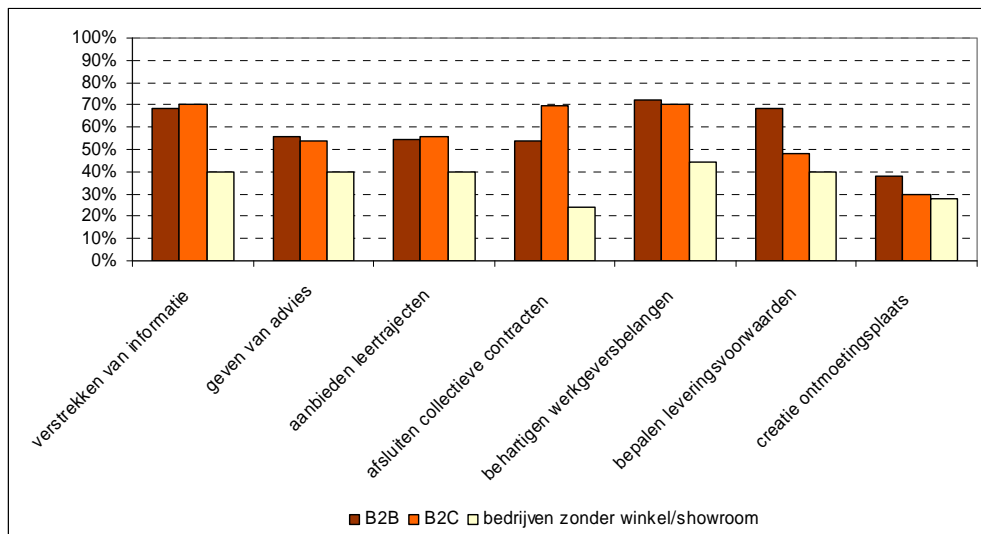
Tabel 16 Aansluiting bij een brancheorganisatie naar bedrijfstype

Aansluiting:	Bedrijfstype			Totaal
	Business-to-Business	Business-to-Consumer	Bedrijven zonder winkel/showroom	
in procenten van het aantal bedrijven				
ja	45,4	71,1	10,0	51,7
<i>te weten:</i>				
Novaka	38,9	19,0	4,0	23,7
Koninklijke Nederlandse Boekverkopers Bond	1,9	45,1	2,0	22,3
anders	4,6	7,0	4,0	5,7
nee	54,6	28,9	90,0	48,3
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Bijna 70 procent van de ondernemers binnen de kantoorvakhandel is van mening dat een brancheorganisatie werkgeversbelangen dient te behartigen. Daarnaast wordt het verstrekken van informatie door de brancheorganisatie als een belangrijke dienst beschouwd. Dit gaat eveneens op voor alle onderscheiden bedrijfstypen. Verder hechten ondernemers binnen B2B bedrijven veel waarde aan het bepalen van de leveringsvoorwaarden en ondernemers binnen B2C bedrijven aan het afsluiten van collectieve contracten.

Figuur 7 Enigszins tot zeer belangrijke diensten van brancheorganisaties naar bedrijfstype in procenten van het aantal bedrijven



Bron: EIM, 2008.

3.7 Ontwikkeling van omzet, bedrijfsresultaat en personeelsbestand

Ontwikkeling afgelopen twee jaar

Over de afgelopen twee jaar is de branche optimistisch gestemd. Een meerderheid van de bedrijven (64,6 procent) binnen de kantoorvakhandel geeft aan dat de omzet in de afgelopen twee jaar licht tot sterk gegroeid is. Tevens geeft een meerderheid van de bedrijven (61,0 procent) aan dat het bedrijfsresultaat licht tot sterk gegroeid is. Het personeelsbestand is volgens meer dan tweederde van de bedrijven stabiel gebleven in de afgelopen twee jaar. Verder zijn de B2B bedrijven optimistischer dan de B2C bedrijven met betrekking tot de ontwikkeling van de omzet, het bedrijfsresultaat en het personeelsbestand in de afgelopen twee jaar. Verder is voornamelijk de omzet van bedrijven zonder winkel of showroom sterk gegroeid in de afgelopen twee jaar.

Tabel 17 Ontwikkeling van de omzet in de afgelopen twee jaar naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Omzet</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
sterk gegroeid	34,3	21,1	42,0	29,3
licht gegroeid	36,1	36,6	30,0	35,3
stabiel gebleven	24,1	28,9	14,0	24,7
licht gedaald	3,7	7,0	6,0	5,7
sterk gedaald	0,9	4,9	8,0	4,0
weet niet/w.n.z.	0,9	1,4	0,0	1,0
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Tabel 18 Ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in de afgelopen twee jaar naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Bedrijfsresultaat</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
sterk gegroeid	28,7	14,1	32,0	22,3
licht gegroeid	41,7	38,0	34,0	38,7
stabiel gebleven	22,2	21,8	16,0	21,0
licht gedaald	4,6	17,6	8,0	11,3
sterk gedaald	0,9	4,9	8,0	4,0
weet niet/w.n.z.	1,9	3,5	2,0	2,7
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Tabel 19 Ontwikkeling van het personeelsbestand in de afgelopen twee jaar naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Personeel</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
sterk gegroeid	6,5	2,8	10,0	5,3
licht gegroeid	19,4	13,4	6,0	14,3
stabiel gebleven	63,9	66,2	78,0	67,3
licht gedaald	6,5	12,7	0,0	8,3
sterk gedaald	2,8	4,2	2,0	3,3
weet niet/w.n.z.	0,9	0,7	4,0	1,3
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Ontwikkeling komende twee jaar

Tevens zijn de bedrijven binnen de kantoorvakhandel gunstig gestemd met betrekking tot de toekomst. Hierbij dient de kanttekening geplaatst te worden dat de meting voor de kredietcrisis heeft plaatsgevonden. Bijna de helft van de ondernemers verwacht dat de omzet en het bedrijfsresultaat in de komende twee jaar licht tot sterk zullen groeien. Tevens verwacht bijna driekwart van de ondernemers binnen de kantoorvakhandel dat het personeelsbestand in de komende twee jaar stabiel zal blijven. Wederom zijn B2B bedrijven optimistischer dan de B2C bedrijven met betrekking tot de verwachte ontwikkeling van de omzet, het bedrijfsresultaat en het personeelsbestand in de komende twee jaar.

Tabel 20 Verwachte ontwikkeling van de omzet in de komende twee jaar

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Omzet</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
sterk groeien	15,7	4,9	20,0	11,3
licht groeien	34,3	37,3	30,0	35,0
stabiel blijven	34,3	30,3	30,0	31,7
licht dalen	8,3	17,6	18,0	14,3
sterk dalen	1,9	3,5	0,0	2,3
weet niet/w.n.z.	5,6	6,3	2,0	5,3
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Tabel 21 Verwachte ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in de komende twee jaar

<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Bedrijfsresultaat</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
sterk groeien	15,7	5,6	20,0	11,7
licht groeien	38,9	38,7	28,0	37,0
stabiel blijven	28,7	28,9	32,0	29,3
licht dalen	9,3	17,6	18,0	14,7
sterk dalen	1,9	2,1	0,0	1,7
weet niet/w.n.z.	5,6	7,0	2,0	5,7
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Tabel 22 Verwachte ontwikkeling van het personeelbestand in de komende twee jaar

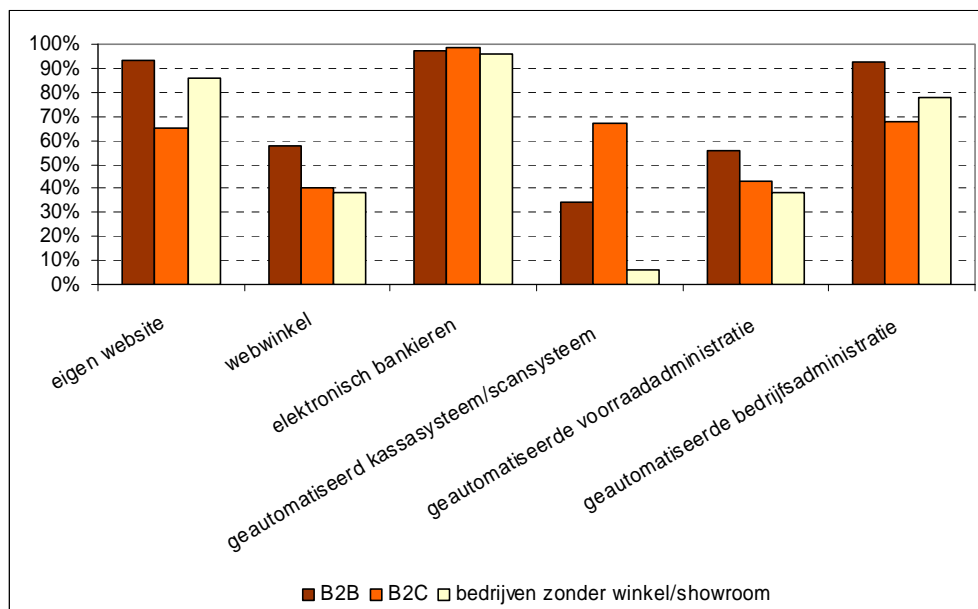
<i>Bedrijfstype</i>				
<i>Personeel</i>	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
in procenten van het aantal bedrijven				
sterk groeien	3,7	0,7	0,0	1,7
licht groeien	22,2	9,9	20,0	16,0
stabiel blijven	66,7	75,4	74,0	72,0
licht dalen	6,5	8,5	2,0	6,7
sterk dalen	0,0	0,7	0,0	0,3
weet niet/w.n.z.	0,9	4,9	4,0	3,3
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

4 Thema: ICT-toepassingen

Het gebruik van ICT-toepassingen binnen de kantoorvakhandel neemt toe. Bijna alle bedrijven (97,7 procent) binnen de kantoorvakhandel maken gebruik van elektronisch bankieren. Daarnaast beschikt een meerderheid van de ondernemers over een eigen website, echter op dit punt lopen de B2C bedrijven wat achter. Tevens maken veel B2C bedrijven (67,6 procent), bedrijven zonder winkel of showroom (78,0 procent) en voornamelijk B2B bedrijven (92,6 procent) gebruik van een geautomatiseerde bedrijfsadministratie. Logischerwijs wordt binnen de B2C bedrijven het meest gebruik gemaakt van geautomatiseerde kassa- en scansystemen.

Figuur 8 Gebruik van ICT-toepassingen in het bedrijf naar bedrijfstype in procenten van het aantal bedrijven



Bron: EIM, 2008.

Met betrekking tot de toekomst verwacht meer dan de helft van de ondernemers binnen de kantoorvakhandel dat de inzet van ICT-toepassingen binnen het eigen bedrijf licht tot sterk zal groeien in de komende twee jaar. Echter daarnaast verwacht een aanzienlijk aantal ondernemers (44,7 procent) dat de inzet van ICT-toepassingen stabiel zal blijven. Wederom zijn ondernemers binnen de B2B bedrijven wat optimistischer over de inzet van ICT-toepassingen in de komende twee jaar dan ondernemers binnen de B2C bedrijven. Meer dan de helft van de ondernemers binnen de B2B en B2C bedrijven verwacht een lichte tot sterke groei, terwijl meer dan de helft van de ondernemers binnen bedrijven zonder winkel of showroom verwacht dat de inzet van ICT-toepassingen in de komende twee jaar stabiel zal blijven.

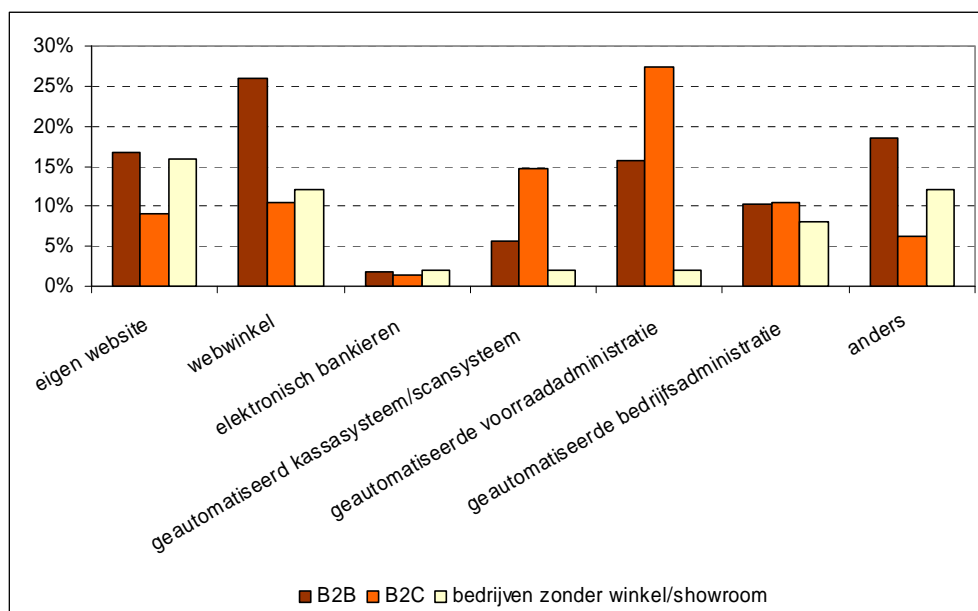
Tabel 23 Verwachtingen met betrekking tot het gebruik van ICT-toepassingen binnen het eigen bedrijf in de komende twee jaar naar bedrijfstype

<i>Bedrijfstype</i>				
	<i>Business-to-Business</i>	<i>Business-to-Consumer</i>	<i>Bedrijven zonder winkel/showroom</i>	<i>Totaal</i>
	in procenten van het aantal bedrijven			
sterke toename	20,4	14,1	4,0	14,7
lichte toename	38,0	39,4	36,0	38,3
stabiel	39,8	43,0	60,0	44,7
weet niet/w.n.z.	1,9	3,5	0,0	2,3
totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: EIM, 2008.

Ongeveer een vijfde van de ondernemers en voornamelijk ondernemers binnen de B2C bedrijven (27,5 procent) verwacht dat geautomatiseerde voorraadadministratie zal toenemen. Meer dan 25 procent van de ondernemers binnen de B2B bedrijven verwacht dat het aantal webwinkels zal toenemen in de komende twee jaar. Ten slotte verwacht 16 procent van de ondernemers binnen bedrijven zonder winkel of showroom meer gebruik te zullen maken van een eigen website.

Figuur 9 Percentage bedrijven dat een groei van het toekomstig gebruik van ICT-toepassingen verwacht in de komende twee jaar op de volgende terreinen:



Bron: EIM, 2008.