

Structuuronderzoek natuursteenbedrijf 2010

juni 2010

In opdracht van:
Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA)

In samenwerking met:
Algemene Nederlandse Bond van Natuursteenbedrijven
CNV Vakmensen
FNV Bouw

Uitgevoerd door:
EIM
drs. W.D.M. van der Valk



HBA-publicatiereeksnr.: 459
ISBN: 978-90-5774-186-9
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

Algemene Nederlandse Bond van Natuursteenbedrijven
Postbus 40230
3504 AA Utrecht
Tel.: 030 2411022
E-mail: info@natuursteenbond-abn.nl
Internet: www.natuursteenbond-abn.nl



CNV Vakmensen
Postbus 2525
3500 GM Utrecht
Tel.: 030 75115007
E-mail: info@cnvvakmensen.nl
Internet: www.cnvvakmensen.nl



FNV Bouw
Postbus 520
3440 AM Woerden
Tel.: 0348 575575
E-mail: info@fnvbouw.nl
Internet: www.fnvbouw.nl



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

Copyright © 2010 HBA

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden vervaelvoudigd 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.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
2	Ontwikkelingen in de natuursteenbranche	7
3	De branche in cijfers	9
3.1	Aantal ondernemingen en verdeling naar bedrijfstype	9
3.2	Leeftijd van de ondernemingen	9
3.3	Wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen	10
3.4	Huisvestingsfaciliteiten	11
3.5	Werkgelegenheid	11
3.6	Opleiding	15
3.7	Omzet	17
3.8	Omzetsamenstelling	20
3.9	Bedrijfsresultaat	23
3.10	Gebruik van diensten van derden	25
3.11	Automatisering en website	26
3.12	Verkoopbevorderende activiteiten	27
3.13	Duurzaam ondernemen	28
3.14	Problemen	30

1 Inleiding

Dit rapport beschrijft de resultaten van het structuuronderzoek in de natuursteenbranche, dat is uitgevoerd binnen de kaders van het Branche Informatie Systeem, (BIS) dat het Hoofdbedrijfschap Ambachten door EIM laat exploiteren. Aan de uitvoering van het onderzoek is medewerking verleend door de brancheorganisatie ABN en de werknemersorganisaties FNV Bouw en CNV Vakmensen.

De uitkomsten van het onderzoek zijn gebaseerd op de antwoorden van ondernemers van wie de onderneming onder de rubriek 'natuursteenbedrijf' bij de afdeling Registratie en Heffing van het HBA staat ingeschreven.

In dit rapport zijn de gegevens van 276 geënquêteerde bedrijven verwerkt. De ondernemers zijn rond de jaarwisseling van 2009 op 2010 telefonisch benaderd, nadat hun een schriftelijke vooraankondiging was toegestuurd. Van de ondernemers van wie het mogelijk was om binnen de veldwerkperiode contact te hebben, was 70% bereid om aan het onderzoek mee te werken.

Het onderzoek, waarvan in dit rapport verslag wordt gedaan, is goeddeels een update van het structuuronderzoek dat in het najaar van 2005 is uitgevoerd en waarover in 2006 is gerapporteerd. Hierdoor is het mogelijk om voor de belangrijkste kengetallen de ontwikkeling te schetsen die zich in de afgelopen vier jaar heeft voorgedaan.

In de periode waarin de resultaten van de enquête werden geanalyseerd en gerapporteerd, bereikten de onderzoekers signalen dat de natuursteenbranche (nog verder) in zwaar weer aan het geraken was. Daarom is in de maand mei een aanvullende enquête uitgevoerd. Aan 100 bedrijven die aan het 'hoofdonderzoek' hun medewerking hadden verleend, is gevraagd wat zij van 2010 verwachten van de ontwikkeling van de omzet, de werkgelegenheid en het bedrijfsresultaat. De uitkomsten van deze aanvullende vraagstelling zijn op de daartoe geëigende plaatsen in dit rapport verwerkt.

2 Ontwikkelingen in de natuursteenbranche

Deze ambachtelijke bedrijfstak heeft al een aantal jaren te maken met sterk wijzigende marktomstandigheden en ingrijpende en structurele veranderingen, zoals:

- verplaatsing van de productie en de daaraan gekoppelde werkgelegenheid naar lagelonenlanden;
- verkleining van het draagvlak voor collectieve regelingen door afname van het personeelsbestand;
- hogere kwaliteitseisen van opdrachtgevers en behoefte aan grotere flexibiliteit;
- sterk toenemende concurrentie en een groot aantal nieuwe toetreders tot de markt;
- ingrijpende wijzigingen in de aard van de werkzaamheden, die door de inkoop van elders geproduceerde eindproducten een sterker detailhandelskarakter krijgen;
- een laag, en vooral praktijkgericht opleidingsniveau bij de ondernemers;
- de noodzaak om meer als ondernemer te opereren zonder het ambachtelijke vakmanschap te verliezen.

De natuursteenbranche vertoont een aantal kenmerken die typisch horen bij een kleine ambachtelijke bedrijfstak, zoals:

- sterk productiegericht en minder klant-, dienst- en/of servicegericht;
- de kleinschaligheid, waardoor mogelijkheden voor het in dienst nemen van stafmedewerkers beperkt zijn of meestal zelfs helemaal ontbreken;
- over de gehele branche gerekend een jaarlijks relatief grote in- en uitstroom van personeel. Een van de oorzaken is onvoldoende begeleiding en onvoldoende zicht op (loopbaan)perspectief;
- relatieve onbekendheid van de natuursteensector als werkgever. Het werken in de natuursteenbranche is voor veel personen pas een keuze die op latere leeftijd wordt gemaakt.

De brancheorganisatie ABN en de werknemersorganisaties FNV Bouw en CNV Vakmensen werken al geruime tijd en op verschillende manieren samen om de natuursteenbedrijven en de mensen die daar werken te ondersteunen. Die samenwerking krijgt vorm in de Commissie Natuursteenbedrijf van het HBA, het Sociaal Fonds Natuursteen en in de Raad van Toezicht van het Centrum Natuursteen. Het achterliggende motief is dat een aantal zaken in deze kleinschalige bedrijfstak alleen collectief kan worden aangepakt en vanuit de overtuiging dat de branche van zijn eigen kracht moet uitgaan en proactief moet reageren op de ontwikkelingen.

Dit structuuronderzoek is een voorbeeld van een brancheoverstijgend initiatief van het HBA, waar ook de natuursteenbranche van profiteert. Dit onderzoek levert een grote hoeveelheid actuele informatie op, die in combinatie met andere informatiebronnen gebruikt moet worden om het beleid vast te stellen en dit optimaal aan te laten sluiten op de behoeften van de natuursteenbedrijven.

Algemene Nederlandse Bond van Natuursteenbedrijven (ABN)

3 De branche in cijfers

3.1 Aantal ondernemingen en verdeling naar bedrijfstype

De branche omvat circa 640 ondernemingen, verdeeld over vier bedrijfstypen (zie tabel 1):

- het natuursteenbedrijf met een accent op particuliere consumenten als afnemer: meer dan 50% van de omzet wordt rechtstreeks in opdracht van particulieren gerealiseerd;
- het natuursteenbedrijf met een accent op professionele opdrachtgevers: meer dan 50% van de omzet komt voort uit opdrachten van partijen als aannemers, het particuliere bedrijfsleven en projectontwikkelaars;
- het natuursteenbedrijf met een accent op collega-natuursteenbedrijven: meer dan 50% van de omzet wordt in opdracht van collega-bedrijven van binnen de branche gerealiseerd;
- de overige natuursteenbedrijven: bedrijven met andere of minder sterke accenten dan de hiervoor beschreven bedrijfstypen.

Ten opzichte van 2005 is het aantal ondernemingen in de branche gelijk gebleven. Wel is het aantal bedrijven met een accent op particuliere consumenten met circa 30 afgenomen en het aantal bedrijven bij de andere typen toegenomen. Het is aannemelijk dat deze verschuiving het resultaat is van het sterk afgenomen belang dat particuliere consumenten in de brancheomzet hebben (zie hiervoor tabel 17).

Rond de 40 natuursteenbedrijven tellen meer dan 1 vestiging. Het aantal meervestigingsbedrijven is daarmee ten opzichte van vier jaar geleden flink toegenomen. Het totale aantal vestigingen in de branche bedraagt circa 700.

Tabel 1 Verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype 2009 en 2005 tussen haakjes ()

<i>Bedrijfstype</i>	<i>aantal bedrijven</i>	<i>percentage</i>
accent op particuliere consumenten	300 (330)	47 (51)
accent op professionele opdrachtgevers	200 (180)	31 (28)
accent op collega-natuursteenbedrijven	55 (50)	9 (8)
overige bedrijven (geen of minder uitgesproken accent)	85 (80)	13 (13)
Totaal	640 (640)	100 (100)

Bron: EIM, 2010.

3.2 Leeftijd van de ondernemingen

Gemiddeld zijn de bedrijven maar liefst 25 jaar oud. Eén bedrijfstype springt er op dit punt uit: de bedrijven met een accent op collega-natuursteenbedrijven hebben een gemiddelde leeftijd van 'slechts' zes jaar (zie tabel 2). Overigens wordt de gemiddelde leeftijd sterk beïnvloed door een tamelijk beperkt aantal bedrijven die al langer dan 75 jaar bestaan.

Tabel 2 Leefstijfsverdeling van de ondernemingen; tussen haakjes () de resultaten van het onderzoek over 2005

leeftijd	accent op				totaal
	professionele particuliere consumenten	opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
0 t/m 5 jaar	28	23	55	40	30 (37)
6 t/m 10 jaar	17	21	25	9	18 (19)
11 t/m 20 jaar	21	24	15	20	21 (15)
21 t/m 30 jaar	10	8	5	8	9 (5)
31 t/m 40 jaar	3	6	0	3	3 (4)
41 t/m 50 jaar	5	0	0	3	4 (3)
51 t/m 75 jaar	6	3	0	8	4 (5)
ouder dan 75 jaar	10	15	0	9	11 (12)
totaal	100	100	100	100	100 (100)
jaartal/aantal jaren					
gemiddeld startjaar	1983	1980	2003	1987	1984
gemiddelde leeftijd	26	29	6	22	25

Bron: EIM, 2006, 2010.

3.3 Wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen

Twintig procent van de bedrijven is overgenomen van familie en ruim 60% is door de huidige ondernemer zelf opgericht. Alle in het onderzoek betrokken bedrijven met een accent op collega-natuursteenbedrijven zijn door de huidige eigenaar zelf opgericht (zie tabel 3).

Tabel 3 Wijze waarop de onderneming in eigendom is verkregen

omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
zelf opgericht	58	61	100	71	64
overgenomen van familie	24	18	0	23	20
overgenomen van vroegere werkgever	6	4	0	6	5
overgenomen van andere partij	11	15	0	0	10
anders	1	2	0	0	1
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

3.4 Huisvestingsfaciliteiten

Een overgrote meerderheid van de bedrijven beschikt over een kantoorruimte, zo'n 80% over een opslagruimte en ruim tweederde over een werkplaats. Bedrijven die zich op collega-natuursteenbedrijven richten, beschikken beduidend minder dan gemiddeld over dit soort huisvestingsfaciliteiten (zie tabel 4).

Tabel 4 Huisvestingsfaciliteiten waarover het bedrijf beschikt

omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
kantoorruimte	89	94	65	89	88
opslagruimte	79	89	57	86	81
werkplaats	68	87	30	66	70

Bron: EIM, 2010.

3.5 Werkgelegenheid

Qua werkgelegenheid zijn de bedrijven 'tweetoppig' verdeeld. Iets meer dan 60% telt niet meer dan 3 werkzame personen, bij de op collega's gerichte bedrijven telt zelfs 87% niet meer dan 2 werkzame personen. Maar ook 23% van de bedrijven omvat 6 of meer werkzame personen; een op de negen zelfs 10 of meer (zie tabel 5).

De branche bood in 2009 werkgelegenheid aan ruim 3.500 personen, die in dat jaar goed waren voor een totaal van ongeveer 3.200 arbeidsjaren. Ten opzichte van

2005 is de werkgelegenheid licht toegenomen. Parttime arbeid komt niet veel voor, en naar verhouding nog het meest bij de bedrijven met een accent op particuliere consumenten. Over de periode 2008-2010 wijzigt de (verwachte) werkgelegenheid niet noemenswaardig (zie tabel 6). Voor de komende 3 jaar, gerekend vanaf het najaar van 2009, verwacht ongeveer 30% van de bedrijven een toename van de werkgelegenheid en ruim de helft geen verandering (zie tabel 9).

Ruim 80% van de werkgelegenheid in de branche wordt ingenomen door mannen (zie tabel 10).

42% van de bedrijven heeft in 2008 personeel ingeleend, uitzendkrachten ingezet of samengewerkt met ZZP'ers. In totaal betrof dit circa 190 manjaar. Ook uitleen van personeel komt wel voor, maar qua omvang is dit een verwaarloosbaar verschijnsel.

Ten tijde van het onderzoek (najaar 2009) waren er bij 7% van de bedrijven vacatures. In totaal ging dat om ongeveer 50 banen.

Tabel 5 Bedrijfsomvang in aantallen werkzame personen (per 1 september 2009)

aantal werkzame personen	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
1	32	17	52	31	29
2	25	15	35	26	23
3	11	11	0	12	10
4	7	9	4	5	7
5	8	9	5	6	8
6 t/m 9	11	16	4	9	12
10 en meer	6	23	0	11	11
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Tabel 6 Aantal werkzame personen (2008 en 2009; verwachting voor 2010) en verdeling naar fulltime en parttime krachten (2009); werkgelegenheid 2009 omgerekend naar volledige arbeidsjaren*

omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
in aantallen werkzame personen					
fulltimers (32 uur of meer per week)	910	1.645	90	350	2.995
parttimers (12 t/m 31 uur per week)	215	160	5	80	460
parttimers (minder dan 12 uur per week)	50	45	10	15	120
totaal 2009	1.175	1.850	105	445	3.575
waarvan direct betrokken bij de omzet uit natuursteen	1.015	1.460	105	285	2.865
totaal 2005	1.870	910	120	540	3.440
totaal 2008	1.190	1.930	110	455	3.685
totaal 2009	1.175	1.850	105	445	3.575
verwachting 2010	1.180	1.765	125	455	3.525
in volledige arbeidsjaren					
werkgelegenheid 2005	1.660	850	100	490	3.100
werkgelegenheid 2009	1.030	1.730	95	390	3.245

* Alle aantallen afgerond op (veelvouden van) 5.

Bron: EIM, 2010.

Tabel 7 Ontwikkeling van het aantal werkzame personen in de periode 2008-2009

het aantal werkzame personen is:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
toegenomen	9	12	4	6	9
gelijk gebleven	79	65	92	77	75
afgenomen	11	23	4	17	15
weet niet/wil niet zeggen	1	0	0	0	1
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Tabel 8 Verwachte ontwikkeling van het aantal werkzame personen in de periode 2009-2010

het aantal werkzame personen zal:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toenemen	7	3	13	13	7
gelijk blijven	86	77	87	79	83
afnemen	7	20	0	8	10
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

tabel 9 Verwachte ontwikkeling van de werkgelegenheid in de komende 3 jaar (gemeten vanaf najaar 2009), in procenten van het aantal bedrijven

de werkgelegenheid zal:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toenemen	31	29	26	34	30
gelijk blijven	58	49	65	49	55
afnemen	5	6	0	6	5
weet niet/w.n.z.	6	16	9	11	10
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

De natuursteenbranche is een echte 'mannenbranche'. Slechts iets meer dan 15% van de werkzame personen is een vrouw (die vermoedelijk in een ondersteunende functie actief is). In de leeftjidsverdeling ligt een 'piek' in de leeftjidsklasse 35 t/m 44 jaar (zie tabel 10).

Tabel 10 Aantal werkzame personen 2009 verdeeld naar geslacht en leeftijd*

omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega- natuursteen- bedrijven	overige bedrij- ven (accent n.v.t.)	
in aantallen werkzame personen					
vrouwen	255	255	15	95	620
mannen	920	1.595	90	350	2.955
totaal	1.175	1.850	105	445	3.575
leeftijd:					
t/m 24 jaar	65	180	5	55	305
25 t/m 34 jaar	190	395	5	95	685
35 t/m 44 jaar	355	685	40	160	1.240
45 t/m 54 jaar	335	425	45	75	880
55 t/m 64 jaar	205	160	10	50	425
65 jaar en ouder	25	5	0	10	40
totaal	1.175	1.850	105	445	3.575

* Alle aantallen afgerond op (veelvouden van) 5.

Bron: EIM, 2010.

3.6 Opleiding

Algemene opleiding van de ondernemer

De grootste groep ondernemers, 35%, heeft middelbaar onderwijs als hoogst voltooide algemene opleiding. Vergeleken met andere branches in het ambacht is er sprake van een relatief hoog opleidingsniveau (zie tabel 11).

Tabel 11 Hoogst voltooide algemene opleiding van de ondernemer

opleiding	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
lagere school, basisschool	4	2	13	14	6
LBO, LTS, MAVO, MULO, VMBO	27	18	26	20	23
MBO, MTS	30	44	44	29	35
HAVO, VWO	15	11	13	11	13
HBO, HTS	18	20	4	23	18
universiteit	4	4	0	3	4
anders/weet niet	2	1	0	0	1
Totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Vakgerichte opleiding van de ondernemer

Ongeveer 40% van de ondernemers heeft een vakgerichte opleiding gevolgd. Als opleidingsplaats wordt het Centrum Natuursteen het vaakst genoemd (zie tabel 12).

Tabel 12 Vakgerichte opleiding van de ondernemer

omschrijving	totaal
in procenten van het aantal ondernemers	
heeft een vakgerichte opleiding gevolgd	
ja	42
nee	58
totaal	100
de vakgerichte opleiding is gevolgd*:	
binnen het eigen bedrijf of een ander bedrijf	8
bij het Centrum Natuursteen	27
(nog) ergens anders	12

* Sommige ondernemers hebben op meerdere plaatsen een vakgerichte opleiding gevolgd; daarom telt het totaal van de opleidingsplaatsen op tot meer dan de 42% ondernemers die een vakgerichte opleiding hebben gevolgd.

Bron: EIM, 2010.

Van de werknemers in de branche hebben er circa 700 een vakgerichte opleiding gevolgd. Ook nu wordt het Centrum Natuursteen het vaakst genoemd als opleidingsplaats (zie tabel 13).

Tabel 13 Plaats waar de vakgerichte opleiding van de werknemers plaatsvond*

Omschrijving	totaal
	in procenten van het aantal ondernemingen met werknemers die een vakgerichte opleiding hebben gevolgd
de vakgerichte opleiding is gevolgd:	
binnen het eigen bedrijf of een ander bedrijf	23
bij het Centrum Natuursteen	69
(nog) ergens anders	19
weet niet	6

* Het totaal van de percentages in tabel 13 telt op tot meer dan 100, omdat verschillende werknemers binnen één bedrijf hun opleiding op verschillende plaatsen gevolgd kunnen hebben.

Bron: EIM, 2010.

3.7 Omzet

Wat omzetgrootte betreft laten de bedrijven een vrij sterke spreiding zien, met concentraties tussen de € 125.000,- en € 500.000,-, en bij de bedrijven met accenten op professionele opdrachtgevers ook boven de € 1.000.000,-. De gegevens in tabel 14 spreken wat dat betreft voor zich.

In 2008 bedroeg de brancheomzet circa 420 miljoen euro exclusief BTW. Hierbij moet bedacht worden dat 10% van de brancheomzet bestaat uit uitbesteed werk.

Voor 2009 wordt, ten opzichte van 2008, een teruggang van de omzet verwacht van ruim 6% (zie tabellen 14, 15 en 16).

Voor 2010 verwacht 20% van de bedrijven een (verdere) lichte afname van de omzet en 11% zelfs een sterke afname (zie tabel 17).

Tabel 14 Omzetspreiding 2008, omzetten 2007 en 2008, en verwachting voor 2009 (alles exclusief BTW)

omzetklasse x 1.000 euro	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	colleganatuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
minder dan 25	8	1	9	6	6
25 tot 50	7	3	13	0	5
50 tot 75	9	2	17	5	7
75 tot 100	4	5	0	3	4
100 tot 125	7	7	9	6	7
125 tot 250	17	11	26	17	16
250 tot 375	11	13	13	29	14
375 tot 500	14	9	0	5	10
500 tot 750	8	14	4	6	9
750 tot 1.000	7	6	0	3	6
1.000 tot 1.500	3	11	5	14	7
1.500 of meer	5	18	4	6	9
Totaal	100	100	100	100	100
in duizenden euro's					
gemiddelde omzet 2004	528	644	327	956	598
gemiddelde omzet 2007	439	964	266	774	633
gemiddelde omzet 2008	441	993	273	874	657
doorsnee omzet 2004*	188	370	154	313	249
doorsnee omzet 2008	240	438	143	300	300
in miljoenen euro's					
totale omzet 2004	174	116	16	77	383
totale omzet 2007	132	192	15	66	405
totale omzet 2008	132	198	15	74	419
totale omzet 2009 (verwachting)	121	188	15	69	393

* De doorsneewaarde is het middelste getal in een reeks. Bijvoorbeeld: 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 doorsneewaarde. In veel gevallen, waaronder de beschouwing van omzetten, geeft de doorsneewaarde een beter beeld van 'wat te doen gebruikelijk is' dan het rekenkundige gemiddelde, dat sterk beïnvloed kan worden door uitschieters.

Bron: EIM, 2010.

Tabel 15 Ontwikkeling van de omzet 2008 t.o.v. 2007

de omzet is:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrach-gevers	collega-natuursteen-bedrijven	overige bedrijven (acc-n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toegenomen	43	53	63	50	49
gelijk gebleven	29	31	25	31	30
afgenomen	25	13	6	13	18
weet niet/wil niet zeggen	3	3	6	6	3
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Tabel 16 Verwachte ontwikkeling van de omzet 2009 t.o.v. 2008

de omzet zal:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrach-gevers	collega-natuursteen-bedrijven	overige bedrijven (acc-n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toenemen	22	28	45	27	26
gelijk blijven	22	26	25	30	25
afnemen	54	45	25	43	47
weet niet/wil niet zeggen	2	1	5	0	2
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Tabel 17 Verwachte ontwikkeling van de omzet 2010 t.o.v. 2009

de omzet zal:	<i>accent op</i>				<i>totaal</i>
	<i>particuliere consumenten</i>	<i>professionele opdrachtgevers</i>	<i>collega-natuursteen-bedrijven</i>	<i>overige bedrijven (acc n.v.t.)</i>	
	in procenten van het aantal bedrijven				
sterk toenemen	10	3	0	8	7
licht toenemen	23	17	37	29	23
gelijk blijven	43	30	31	25	35
licht afnemen	7	37	19	25	20
sterk afnemen	10	13	13	8	11
weet niet/wil niet zeggen	7	0	0	5	4
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

3.8 Omzetsamenstelling

Grafmonumenten waren vier jaar geleden nog goed voor een derde deel van de brancheomzet. Dat aandeel is inmiddels teruggelopen naar iets meer dan 20%. De op particuliere consumenten gerichte bedrijven realiseren hier nog altijd gemiddeld 45% van de omzet uit, maar vier jaar terug was dat 60%. Wat verder opvalt, is de meer dan verdubbeling van het belang van aanrechtbladen. Met bijna de helft van de omzet zijn handelsactiviteiten vooral van belang voor de bedrijven met een sterk accent op collega-bedrijven (zie tabel 18).

Tabel 18 Gemiddelde omzetsamenstelling naar activiteiten; gemiddelde omzetsamenstelling 2005 tussen haakjes ()

activiteit	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
	in procenten van de totaalomzet				
grafmonumenten	45	10	10	7	21 (33)
urnenmonumenten	5	2	0*	2	3 (4)
aanvullend werk en onderhoud grafmonumenten	7	2	0*	2	3 (4)
bouwwerken gevels	1	18	6	2	9 (3)
bouwwerken vloeren	14	14	25	7	13 (14)
bouwwerken interieurwerk	5	16	5	11	11 (9)
bouwwerken aanrechtbladen	9	12	4	50	18 (7)
bouwwerken dorpels en neuten	5	12	1	6	8 (6)
onderhoud en renovatie van natuurstenen vloeren	2	1	1	2	2 (2)
restauratie	0*	5	0*	1	3 (1)
handelsactiviteiten	2	6	48	5	6 (12)
overige omzet	5	2	0*	5	3 (5)
totaal	100	100	100	100	100 (100)

* Minder dan 0,5%.

Bron: EIM, 2010.

In tabel 19 komt het belang van de diverse klantengroepen tot uitdrukking. Niet verrassend zijn de verschillen tussen de bedrijfstypen; de bedrijven zijn immers op basis van dit criterium aan de diverse bedrijfstypen toegedeeld. Wel valt op dat het belang van particuliere consumenten sterk is afgenomen. Een verband met het afgenomen belang van grafmonumenten lijkt voor de hand te liggen. Vooral het belang van aannemers als klant is toegenomen.

Tabel 19 Gemiddelde omzetsamenstelling naar soorten klanten; tussen haakjes () de resultaten van het onderzoek over 2005

klantengroep	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
in procenten van de totaalomzet					
gemeentes/overheid	2	9	0*	2	5 (2)
collega-natuursteenbedrijven	2	2	85	3	5 (6)
aannemers	10	52	4	18	31 (20)
particulier bedrijfsleven, inclusief projectontwikkelaars	3	22	2	3	12 (15)
particuliere consumenten	82	11	9	17	35 (49)
overige klanten	1	4	0	57	12 (8)
totaal	100	100	100	100	100 (100)

* Minder dan 0,5%.

Bron: EIM, 2010.

Vier jaar geleden was de optelsom van binnenlandse en buitenlandse tussenhandel nog goed voor 70% van de waarde van de inkoop. Dit belang is in de afgelopen vier jaar met circa 10 procentpunten afgenomen, terwijl eigen rechtstreekse import sterk is toegenomen (zie tabel 20).

Tabel 20 Gemiddelde verdeling van de waarde van de inkoop naar soorten inkoopkanalen; tussen haakjes () de resultaten van het onderzoek over 2005

inkoopkanaal	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
in procenten van de totale inkoopwaarde					
binnenlandse tussenhandel	53	29	33	66	43 (50)
buitenlandse tussenhandel	21	17	10	5	16 (20)
eigen rechtstreekse import	21	47	36	21	34 (22)
collega-bedrijven	4	4	11	4	4 (3)
andere kanalen	1	2	0*	3	2 (5)
er is geen inkoop	0*	1	10	1	1 (*)*
totaal	100	100	100	100	100 (100)

* Deze antwoordrubriek was in het onderzoek over 2005 niet opgenomen.

Bron: EIM, 2010.

Tabel 21 geeft aan vanuit welke landen het verhandelde natuursteen afkomstig is. Europa gaat aan kop, direct gevolgd door China en India.

Tabel 21 Landen waaruit de verhandelde natuursteen afkomstig is (meerdere antwoorden mogelijk).

land van herkomst	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteen-bedrijven	overige bedrijven (accident n.v.t.)	
	in procenten van het aantal ondernemingen				
China	71	56	74	56	65
India	68	43	35	54	58
Vietnam	8	15	13	17	12
Turkije	16	21	21	12	17
andere landen in Azië	6	10	5	9	8
Brazilië	20	26	16	32	24
andere landen in Noord- en Zuid-Amerika	5	9	5	9	7
Europa	65	83	53	74	71
Afrika	26	25	21	29	26
overige landen	11	8	0	15	9

Bron: EIM, 2010.

3.9 Bedrijfsresultaat

De gerealiseerde en de verwachte ontwikkeling van het bedrijfsresultaat liggen ongeveer in lijn met de ontwikkelingen van de omzet (zie de tabellen 22 en 24). Over het totaal bezien is 84% van de ondernemers tevreden over het in 2008 behaalde bedrijfsresultaat. Het meest tevreden zijn de ondernemers van de bedrijven die veelal in opdracht van collega-bedrijven werken (zie tabel 23). Voor 2010 verwacht ruim een kwart van de ondernemers een (verdere) verslechtering van het bedrijfsresultaat, waarvan 12% een sterke afname verwacht (zie tabel 25).

Tabel 22 Ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in 2008 t.o.v. 2007

het bedrijfsresultaat is:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toegenomen	45	48	56	50	47
gelijk gebleven	28	39	31	31	32
afgenomen	25	12	0	16	18
weet niet/wil niet zeggen	2	1	13	3	3
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Tabel 23 Mate van tevredenheid over het bedrijfsresultaat in 2008

over het bedrijfsresultaat 2008 is de ondernemer:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
zeer tevreden	22	28	19	31	26
tamelijk tevreden	58	56	75	53	58
tamelijk ontevreden	16	13	6	16	14
zeer ontevreden	3	3	0	0	2
weet niet/wil niet zeggen	1	0	0	0	0*
totaal	100	100	100	100	100

* Minder dan 0,5%.

Bron: EIM, 2010.

Tabel 24 Verwachte ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in 2009 t.o.v. 2008

het bedrijfsresultaat zal:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
toenemen	24	35	40	33	30
gelijk blijven	25	21	40	21	25
afnemen	49	43	15	43	43
weet niet/wil niet zeggen	2	1	5	3	2
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Tabel 25 Verwachte ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in 2010 t.o.v. 2009

het bedrijfsresultaat zal:	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
sterk toenemen	13	0	6	13	9
licht toenemen	20	30	31	25	24
gelijk blijven	47	23	44	33	37
afnemen	7	27	6	25	15
sterk afnemen	10	17	13	4	12
weet niet/wil niet zeggen	3	3	0	0	3
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

3.10 Gebruik van diensten van derden

Ruim 90% van de bedrijven heeft in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de diensten van een of meerdere personen of organisaties. Vooral de boekhouder/accountant wordt genoemd als een partij waarop een beroep is gedaan. Ook nog vrij vaak worden 'collega-ondernemers' genoemd, gevolgd door 'de bank' (zie tabel 26).

Tabel 26 Personen en organisaties van wier diensten het afgelopen jaar gebruik is gemaakt; meerdere antwoorden mogelijk

omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
accountant of boekhouder	88	90	74	91	88
belastingadviseur	22	17	9	37	21
Belastingdienst	9	16	17	14	13
bank	27	42	22	40	33
Kamer van Koophandel	18	18	17	26	19
brancheorganisatie	15	32	9	26	21
collega-ondernemer(s)	32	46	57	40	40
anders	4	1	0	3	3
niemand, geen instanties	10	6	9	6	8

Bron: EIM, 2010.

3.11 Automatisering en website

Vrijwel alle bedrijven maken gebruik van een of meer automatiseringstoepassingen zoals genoemd in tabel 27. Bij de toepassingen scoren e-mail, internet en 'elektronisch bankieren' het hoogst en 'werkplanning' het minst hoog, maar toch ook altijd nog 43%.

Tabel 27 Automatiseringstoepassingen waar het bedrijf gebruik van maakt; meerdere antwoorden mogelijk

omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
tekstverwerking	74	79	52	83	75
e-mail	95	95	91	97	95
internet	94	95	96	94	95
administratie	85	87	78	80	84
werkplanning	40	50	30	40	43
elektronisch bankieren	91	93	96	94	92
geen van deze toepassingen	2	2	0	0	2

Bron: EIM, 2010.

Vier van de vijf bedrijven beschikt over een eigen website. Tussen de bedrijfstypen doen zich op dit punt nog wel verschillen van betekenis voor. De website

wordt vrijwel altijd gebruikt voor het verstrekken van algemene informatie over het bedrijf, maar toch ook regelmatig als 'online catalogus' en voor het doen van aanbiedingen aan klanten en als mogelijkheid om te bestellen (zie tabel 28).

Tabel 28 Bezit en toepassingen van een website; meerdere antwoorden mogelijk

omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
beschikt over een website	85	90	57	74	83
beschikt over een website die biedt:					
algemene informatie over het bedrijf	82	88	57	69	80
aanbiedingen voor klanten	24	23	9	11	21
onliner catalogus met productaanbod en productinformatie	44	28	46	31	31
mogelijkheid tot bestellen	23	18	23	27	18
mogelijkheid voor het afrekenen, bijvoorbeeld via een creditcard	3	4	0	3	3
anders	7	7	4	6	7

Bron: EIM, 2010.

3.12 Verkoopbevorderende activiteiten

85% van de bedrijven heeft in het afgelopen jaar een of meer verkoopbevorderende activiteiten ondernomen. Daarbij werd 'het sponsoren van verenigingen of evenementen' het meest genoemd, direct gevolgd door 'adverteren in de Gouden Gids' en 'adverteren in huis-aan-huisbladen'. Ook andere verkoopbevorderende activiteiten worden echter veelvuldig ondernomen (zie tabel 29).

Tabel 29 Verkoopbevorderende activiteiten die in het afgelopen jaar zijn uitgevoerd; meerdere antwoorden mogelijk

Omschrijving	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
adverteren in huis-aan-huisbladen	54	40	26	43	46
het plaatsen van advertenties in dagbladen	24	27	13	20	24
adverteren in de Gouden Gids	55	44	26	37	47
het huis aan huis verspreiden van folders	7	4	4	17	7
het uitvoeren van gerichte mailings per post	32	24	9	23	27
het sponsoren van verenigingen of evenementen	46	57	39	49	49
het opbellen van potentiële klanten	25	32	22	23	27
het bezoeken van potentiële klanten	25	38	30	34	31
verkoopbevordering via een website	44	35	26	29	38
verkoopbevordering via e-mail	16	13	17	11	15
geen van deze activiteiten	11	15	35	14	15

Bron: EIM, 2010.

3.13 Duurzaam ondernemen

Een op de acht bedrijven wordt regelmatig of heel vaak door hun afnemers gevraagd naar de duurzaamheid van hun producten. Het gaat daarbij dan om zaken als arbeidsomstandigheden en milieuaspecten bij de winning en verwerking van natuursteen. De bedrijven met een accent op particuliere opdrachtgevers krijgen deze vraag iets vaker gesteld dan de andere bedrijfstypen (zie tabel 30).

Bij 60% van de bedrijven maakt maatschappelijk verantwoord ondernemen deel uit van het bedrijfsbeleid. Binnen deze groep is dit onderwerp bij 22% schriftelijk vastgelegd in een beleidsplan (zie tabel 31).

Tabel 30 Frequentie waarmee afnemers vragen naar de duurzaamheid van de producten

frequentie	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
heel vaak	5	5	4	3	5
niet vaak maar wel regelmatig	10	4	4	3	7
soms	31	27	18	25	28
helemaal niet	53	64	70	63	59
weet niet/w.n.z.	1	0	4	6	1
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Tabel 31 Maatschappelijk verantwoord ondernemen als onderdeel van het bedrijfsbeleid

vraagstelling	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteenbedrijven	overige bedrijven (accent n.v.t.)	
in procenten van het aantal bedrijven					
Maakt maatschappelijk verantwoord ondernemen deel uit van uw bedrijfsbeleid?					
ja	59	61	44	71	60
nee	38	35	52	29	37
weet niet/w.n.z.	3	4	4	0	3
totaal	100	100	100	100	100
Heeft u uw beleid t.a.v. maatschappelijk verantwoord ondernemen schriftelijk vastgelegd in een beleidsplan?	in procenten van het aantal bedrijven waarbij maatschappelijk verantwoord ondernemen deel uitmaakt van het bedrijfsbeleid				
ja	25	28	8	8	22
nee	75	70	92	88	77
weet niet/w.n.z.	0	2	0	4	1
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

Ruim 40% van de bedrijven is geïnteresseerd in samenwerking met een sectorinitiatief dat streeft naar een label voor duurzame natuursteen (zie tabel 32).

Tabel 32 Interesse in samenwerking met een sectorinitiatief dat streeft naar een label voor duurzame natuursteen

interesse?	accent op				totaal
	particuliere consumenten	professionele opdrachtgevers	collega-natuursteen-bedrijven	overige bedrijven (acc n.v.t.)	
	in procenten van het aantal bedrijven				
ja	41	52	17	43	42
nee	55	43	66	51	52
weet niet/w.n.z.	4	5	17	6	6
totaal	100	100	100	100	100

Bron: EIM, 2010.

3.14 Problemen

Veel meer bedrijven dan vier jaar geleden melden grote problemen in de omzet- en concurrentiesfeer en bij het werven van nieuwe klanten. Personeelsgerelateerde knelpunten (aantrekken van personeel, loonkosten) worden nog steeds vaak genoemd, maar nu toch beduidend minder vaak dan vier jaar terug (zie tabel 33).

Tabel 33 Mate waarin een aantal aspecten van de bedrijfsvoering als een probleem wordt ervaren; tussen haakjes () de uitkomsten van het onderzoek over 2005, voor zover de onderwerpen overeenkomen

<i>aspect en mate van probleem</i>	<i>accent op</i>				<i>totaal</i>
	<i>particuliere consumenten</i>	<i>professionele opdrachtgevers</i>	<i>collega-natuursteenbedrijven</i>	<i>overige bedrijven (accent n.v.t.)</i>	
in procenten van het aantal bedrijven					
omzetniveau					
geen probleem	59	61	78	63	62 (73)
klein probleem	31	23	22	23	27 (19)
groot probleem	10	15	0	14	11 (6)
niet van toepassing	0	1	0	0	0 (1)
weet niet/wil niet zeggen	0	0	0	0	0 (1)
concurrentie van collega-natuursteenbedrijven					
geen probleem	41	41	61	68	47 (53)
klein probleem	37	39	26	23	35 (35)
groot probleem	21	20	13	6	18 (10)
niet van toepassing	1	0	0	3	1 (2)
concurrentie van alternatieven voor natuursteen					
geen probleem	76	57	78	66	69 (70)
klein probleem	15	36	18	20	22 (21)
groot probleem	7	7	4	11	7 (7)
niet van toepassing	2	0	0	3	2 (2)
werven van nieuwe klanten					
geen probleem	57	61	69	74	62 (70)
klein probleem	29	29	22	20	28 (24)
groot probleem	12	10	9	6	10 (5)
niet van toepassing	2	0	0	0	1 (1)
slaagkans van offertes					
geen probleem	62	43	83	71	59 (64)
klein probleem	29	46	13	20	32 (28)
groot probleem	6	10	4	6	7 (5)
niet van toepassing	3	1	0	3	2 (2)
loonkosten					
geen probleem	40	48	26	37	41 (43)
klein probleem	15	22	9	20	17 (17)
groot probleem	11	17	0	3	11 (16)
niet van toepassing	34	13	65	40	31 (23)
aantrekken van bekwaam personeel					
geen probleem	31	36	4	26	29 (32)
klein probleem	9	12	9	9	10 (11)
groot probleem	16	29	22	11	20 (27)
niet van toepassing	44	23	65	54	41 (30)

aspect en mate van probleem	<i>accent op</i>				totaal
	<i>particuliere consumenten</i>	<i>professionele opdrachtgevers</i>	<i>collega-na- tuursteen- bedrijven</i>	<i>overige be- drijven (ac- cent n.v.t.)</i>	
verkrijgen van financiering					
geen probleem					53 (57)
klein probleem	54	56	52	46	8 (11)
groot probleem	7	10	13	6	11 (7)
niet van toepassing	10	11	13	14	28 (24)
weet niet/wil niet zeggen	29	23	22	34	0 (1)
milieueisen					
geen probleem	75	71	87	80	75 (65)
klein probleem	10	21	4	17	14 (21)
groot probleem	3	7	0	0	4 (6)
niet van toepassing	12	1	9	3	7 (8)
Arbo-eisen					
geen probleem	59	54	65	43	56 (51)
klein probleem	10	22	0	25	15 (21)
groot probleem	4	11	0	3	6 (11)
niet van toepassing	27	13	35	29	23 (17)
administratieve lasten					
geen probleem	74	74	91	68	74 (63)
klein probleem	17	13	9	29	17 (22)
groot probleem	7	13	0	3	8 (14)
niet van toepassing	2	0	0	0	1 (1)
de open Europese markt					
geen probleem	83	78	78	66	79
klein probleem	8	11	4	14	10
groot probleem	4	9	9	9	6
niet van toepassing	5	2	9	11	5
bedrijfsopvolging					
geen probleem	51	55	39	43	50 (47)
klein probleem	7	4	9	3	6 (4)
groot probleem	4	7	0	3	4 (4)
niet van toepassing	37	33	43	51	38 (41)
weet niet/wil niet zeggen	1	1	9	0	2 (4)
de snelle ontwikkeling op computergebied					
geen probleem	87	90	83	74	86
klein probleem	8	9	9	23	10
groot probleem	4	1	4	3	3
niet van toepassing	1	0	4	0	1
de kwaliteit van de toeleveranciers van natuursteen					
geen probleem	71	56	78	68	66 (70)
klein probleem	23	36	22	20	26 (25)
groot probleem	5	7	0	6	6 (2)
niet van toepassing	1	1	0	6	2 (3)

aspect en mate van probleem	<i>accent op</i>				<i>totaal</i>
	<i>particuliere consumenten</i>	<i>professionele opdrachtgevers</i>	<i>collega-na- tuursteen- bedrijven</i>	<i>overige be- drijven (ac- cent n.v.t.)</i>	
de bezettingsgraad van de werkplaats					
geen probleem	66	83	57	62	70 (60)
klein probleem	10	10	4	9	9 (11)
groot probleem	2	1	0	3	2 (2)
niet van toepassing	22	6	39	26	19 (27)
de kennis en vakbe- kwaamheid van de medewerkers					
geen probleem	55	70	26	40	55 (57)
klein probleem	9	9	4	11	9 (11)
groot probleem	2	5	0	6	3 (3)
niet van toepassing	34	16	70	43	33 (29)
ander probleem					
ja	17	13	22	17	16 (16)

Bron: EIM, 2010.