

Managementsamenvatting VVNH

Conjunctuurmeting VVNH en Hibin najaar 2018

In deze tweede ronde van 2018 namen 24 VVNH-leden deel aan de conjunctuurmeting, evenveel als in de voorjaarsronde. Samen met 46 Hibin-leden komt het totaal aantal respondenten op 70. De verwachtingen voor komend jaar blijven over het algemeen positief. Het aandeel van de woningbouw in de omzet neemt toe. Dat geldt ook voor het aandeel van zzp'ers/klusbedrijven, hoewel het aandeel van (grotere) aannemers nog wel veel groter blijft.

Verdeling omzet

Het aandeel van renovatie en onderhoud blijft iets groter dan het aandeel nieuwbouw. Hardhout heeft het grootste aandeel in de omzet van de respondenten met ruim 50% van de totale omzet, gevolgd door naaldhout en plaatmaterialen (beide ongeveer 20%).¹

Nieuw in deze ronde is een vraag over distributiekanaal. De VVNH-respondenten realiseren het grootste deel van hun omzet door leveringen aan klanten uit hun eigen voorraad/magazijn (meer dan de helft van de omzet). Ongeveer een kwart wordt via de via de respondenten verkocht, maar rechtstreeks door de fabrikant geleverd aan de eindklant. Bijna 20% wordt door de klanten zelf afgehaald.

Segmenten

Het grootste deel van de omzet wordt nog steeds gerealiseerd in de woningbouw, vergeleken met het voorjaar neemt het aandeel van dat segment in de totale omzet toe (van 41% naar 46%), zeker als ook het interieur (keukens en sanitair, van 10% naar 11%) en de tuinsector (van 5% naar 7%) worden meegerekend.

Het aandeel van grond-, weg- en waterbouw neemt af (van 17% in het voorjaar tot 11% nu). Het aandeel van utiliteitsbouw (11%) is vergelijkbaar met het voorjaar en met 2017. Overige productgroepen, vooral de toelevering van halffabricaten aan de houtverwerkende industrie, dalen van ongeveer 12% in voorjaar tot 8% in het najaar van 2018.

Klantgroepen

De VVNH-leden realiseren het overgrote deel van de omzet (>95%) door verkoop aan professionele klanten, waarbinnen het aandeel van (grotere) aannemers (bijna 80%) nog steeds veel groter is dan zzp'ers/klusbedrijven. Het aandeel van zzp'ers/klusbedrijven neemt wel wat toe (van 17% in het voorjaar tot 21% in het najaar). Waar in 2017 nog net niet de helft van de respondenten verkoop via internet had, is dat in 2018 gestegen naar 60%. Het aandeel van internetverkoop in de omzet blijft wel klein en daalt van ruim 4% in het voorjaar tot ruim 2% in het najaar. Ten opzichte van geheel 2017 blijft dat nog wel een stijging voor geheel 2018.

Verwachtingen

De verwachtingen voor 2018 zijn positief met een verwachte omzetgroei van gemiddeld ruim 3%. Dit is iets positiever dan in het voorjaar toen de gemiddelde verwachting nog net iets onder de 3% bleef. Ook voor de bruto winstmarge (met gemiddeld bijna 3%) zijn de verwachtingen nog iets positiever dan in het voorjaar (met ruim 2%). Hoewel een deel van de respondenten komend jaar wel (flinke) uitbreiding van het personeelsbestand verwacht, komen de verwachtingen gemiddeld toch op een min of meer stabiel (of slechts zeer licht stijgend) personeelsbestand uit.

De stelling dat de situatie op de arbeidsmarkt het groeipotentieel beperkt is deze ronde voor het eerst voorgelegd. Ruim 40% van de VVNH-respondenten is het (zeer) eens met die stelling, terwijl ongeveer de helft er neutraal tegenover staat.

Voor komend jaar zien de respondenten vergroting van de bedrijfsomvang, scherpere prijsconcurrentie en hogere arbeidsproductiviteit (procesinnovatie) als belangrijkste veranderingen. Kwaliteit van personeel en arbeidsmarkt blijft daarbij op de eerste plaats staan bij de grootste uitdagingen, gevolgd door duurzaamheid, logistiek en ketensamenwerking.

¹ Daarbij moet aangetekend worden dat hardhout relatief duur is, waardoor kleinere hoeveelheden al een grotere bijdrage aan de omzet kunnen leveren. Bovendien is het beeld mogelijk verder vertekend door enkele in hardhout gespecialiseerde respondenten.



Kansen en bedreigingen

Als grootste kansen zien de VVNH-respondenten de eigen kennis en deskundigheid, gevolg door de groei van de markt in het algemeen en de kansen om meer service en toegevoegde waarde te bieden voor klanten.

Toenemende prefabricage met meer directe leveringen door fabrikanten wordt weer als belangrijkste dreiging gezien, gevolgd door (prijs)concurrentie met andere handelaren.