



Structuuronderzoek textielreinigingsbedrijven

drs. Dick Snel

Zoetermeer, mei 2004

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Hoofdbedrijfschap Ambachten en in samenwerking met de NETEX.

Copyright (c) 2004 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 is gedrukt op papier met milieukeurmerk.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
2	Branche-info	7
3	De branche in cijfers	9
3.1	Verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype	9
3.2	Aantal vestigingen	10
3.3	Rechtsvorm	10
3.4	Leeftijd van de ondernemingen	10
3.5	Wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen	11
3.6	Faciliteiten waarover het bedrijf beschikt	12
3.7	Soort vestigingspunt	12
3.8	Werkgelegenheid	13
3.9	Omzet	15
3.10	Omzetsamenstelling	16
3.11	Bedrijfsresultaat	17
3.12	Hoogst voltooide opleiding van de ondernemer	19
3.13	Wijze waarop de klanten met het bedrijf in contact komen	19
3.14	Problemen	20

1 Inleiding

Voor u ligt de rapportage inzake het structuuronderzoek in de textielreinigingsbranche. Dit onderzoek maakt deel uit van het BranchelInformatieSysteem (BIS) dat het Hoofdbedrijfschap Ambachten door EIM laat exploiteren.

De uitkomsten van dit onderzoek zijn gebaseerd op de antwoorden van ondernemers waarvan het bedrijf als textielreinigingsbedrijf bij het CRK staat ingeschreven. De gegevens van 266 van hen zijn in het rapport verwerkt. De ondernemers zijn in november 2003 telefonisch benaderd, nadat hun een schriftelijke vooraankondiging is toegestuurd.

2 Branche-info

Kenmerken branche

De stomerijbranche is onder te verdelen in twee segmenten: de warme winkel en het regiobedrijf.

De warme winkel is het beste te omschrijven als een stomerij op een centrale plek, vaak zijn ze te vinden in winkelcentra. Kenmerk van deze warme winkel is dat er op de locatie chemisch gereinigd wordt. Warme winkels maken vaak gebruik van enkele depots, waar de consument kleding kan brengen en ophalen. Hierbij valt te denken aan een depot in een supermarkt, op een treinstation of op andere locaties waar veel consumenten zijn. Het regiobedrijf daarentegen is een stomerij met veel depots (tussen de 20 en 60), waar de consument de kleding kan brengen en ophalen, en waar slechts gereinigd wordt op een centrale locatie in de regio.

Bij de warme winkel werken slechts enkele personeelsleden, terwijl er bij de regiobedrijven tot ca. 25 medewerkers in dienst kunnen zijn.

De branche bestaat voor het grootste gedeelte uit zelfstandige ondernemers, die onder eigen naam werken. Er zijn een aantal (franchise)ketens binnen de markt actief zoals Cristal Cleaning, Textielverwenners en Palthe.

De belangrijkste werkzaamheden binnen de stomerijbranche bestaan uit het chemisch reinigen van kledingstukken, zowel consumentenkleding als bedrijfskleding. Daarbij komt dat de 'finishing' van de kleding een arbeidsintensief traject is; het strijken, persen en eventueel verven van de artikelen.

De stomerijbranche wordt vertegenwoordigd door de branchevereniging Netex, de Nederlandse vereniging van Textielreinigers. Deze branchevereniging biedt haar leden een uitgebreid dienstenpakket en ondersteuning bij de diverse vormen van bedrijfsvoering.

Opleidingen

De textielreinigingsbranche kent een zelfstandig opleidingsinstituut, Stichting OTT genaamd. Deze stichting biedt een breed pakket aan branchespecifieke opleidingen aan: praktijkopleidingen zoals textielwarenkennis en detacheren, maar ook theorieopleidingen zoals sturen op cijfers en de Code van de Textielreiniger.

Toekomst van de textielreiniger en professionalisering van de branche

De trend is dat de omzet stagneert door o.a. veranderingen in kleedgedrag en kleedgewoonten van consumenten. Dit vraagt om een structurele vernieuwing in marketingconcepten van stomerijen, waarbij de klantvraag meer centraal staat in de bedrijfsvoering van vandaag en morgen.

De professionele textielreiniger zal zich meer richten op de vraag hoe de meerwaarde van zijn textielreinigingsbedrijf kan worden versterkt. Hoe het weer 'als nieuw' maken van andere, nieuwe categorieën kleding en textiel nieuwe impulsen aan omzet en rendement kan geven.

Particuliere en zakelijke klanten hebben geheel eigen en vaak verschillende wensen. Voor beide geldt wel dat 'gemak' een belangrijke factor is, die een duidelijke meerwaarde brengt. Een voldoende schaalgrootte, kwaliteit en specialisatie van stomerijbedrijven zijn daarbij voorwaarden. Gemak kan worden bevorderd door bijvoorbeeld haal- en brengservice op het werk, het plaatsen van 24-uurs in- en uitgiftesystemen etc. Ook het ontwikkelen van specialismen zoals het reinigen van trouwjurken, motorhelmen,

tapijten of het brandwerend of waterdicht maken van artikelen zal de positie van veel textielreinigers versterken. Het al dan niet slagen van bovenstaande zal het succes van de individuele textielreiniger de komende jaren bepalen.

3 De branche in cijfers

3.1 Verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype

De branche omvat circa 430 ondernemingen, verdeeld naar vijf bedrijfstypen:

- de 'warme winkel': de onderneming bestaat uitsluitend uit vestigingen waar reinigingsmachines aanwezig zijn;
- de 'lauwe/koude winkel': de onderneming bestaat uitsluitend uit vestigingen waar textiel wordt opgemaakt (persen/strijken) en/of waar alleen sprake is van aanname en afgifte van textielartikelen. In dit winkeltype wordt niet gereinigd;
- het regiobedrijf: dit bedrijf reinigt textiel voor een groot aantal andere textielreinigingsbedrijven; de bedrijven die tot dit type worden gerekend kunnen behalve over de 'regiovestiging' ook beschikken over 'warme' en/of 'lauwe/koude winkelvestigingen';
- depotbedrijf; dit zijn bedrijven die bestaan uit afgiftebalies, waarvan het bedrijf zelf nauwelijks zeggenschap heeft over de inrichting e.d.;
- combinatiebedrijf: deze meervestigingsbedrijven hebben zowel 'warme' als 'lauwe/koude' winkels.

Een 'opgewogen' aantal van 6 bedrijven kon door gebrek aan informatie over de type-indeling niet aan de bedrijfstypen worden toegedeeld. De door hen verstrekte informatie is in de tabellen niet in een afzonderlijke kolom opgenomen, maar is wel in het branchetotaal verwerkt.

tabel 1 verdeling van de ondernemingen naar bedrijfstype

<i>bedrijfstype</i>	<i>aantal</i>	<i>percentage</i>
warme winkel	322	75
lauwe of koude winkel	12	3
regiobedrijf	45	10
depot	9	2
combinatie	37	9
niet aan een van de typen toe te rekenen	6	1
totaal	430	100

Bron: EIM, 2004.

De *warme winkel* is het meest voorkomende bedrijfstype, op afstand gevolgd door het *regiobedrijf* en het *combinatiebedrijf* (zie tabel 1).

In het vervolg van de rapportage wordt er, door het geringe aantal bedrijven, niet afzonderlijk gerapporteerd over de *lauwe of koude winkel* en het *depotbedrijf*. Evenals de gegevens van de bedrijven die niet ingedeeld kunnen worden, zijn de gegevens van de bedrijven van deze typen wel in de branchetotalen verwerkt.

3.2 Aantal vestigingen

De meeste ondernemingen in de textielreinigingsbranche hebben één vestiging: 79%. Bij het *regiobedrijf* beschikt de helft over meerdere vestigingen. Vanzelfsprekend hebben alle *combinatiebedrijven* meerdere vestigingen (zie tabel 2). In totaal omvat de branche ongeveer 900 vestigingen.

tabel 2 aantal vestigingen per onderneming; in procenten van het aantal ondernemingen

aantal vestigingen	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
1	92	53	0	79
2 tot en met 4	5	36	65	15
5 en meer	3	11	35	6
totaal	100	100	100	100
in aantallen vestigingen				
totaal aantal	420	300	150	900

Bron: EIM, 2004.

3.3 Rechtsvorm

Bij de op grotere schaal opererende *regiobedrijven* en *combinatiebedrijven* zijn relatief veel bedrijven die de BV of NV als rechtsvorm hebben. In de gehele branche heeft één op de vijf bedrijven de BV of NV als rechtsvorm (zie tabel 3).

tabel 3 rechtsvorm van de onderneming, in procenten van het aantal bedrijven

rechtsvorm	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
eenmanszaak, VOF, CV	84	62	66	79
BV of NV	16	38	34	21
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

3.4 Leeftijd van de ondernemingen

De gemiddelde leeftijd van de bedrijven in de textielreinigingsbranche bedraagt 23 jaar. Ruim een kwart is betrekkelijk jong en is nog maar hooguit 5 jaar actief. Daartegenover is 15% meer dan 40 jaar oud.

tabel 4 leeftijdsverdeling van de ondernemingen, in procenten van het aantal bedrijven

leeftijd	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
1 t/m 5 jaar	24	27	17	26
6 t/m 10 jaar	14	11	19	14
11 t/m 20 jaar	20	7	20	17
21 t/m 40 jaar	30	22	36	28
41 jaar en ouder	12	33	8	15
totaal	100	100	100	100
gemiddeld startjaar	1982	1973	1983	1981
doorsnee-startjaar ¹	1987	1979	1986	1987

Bron: EIM, 2004.

3.5 Wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen

In de meeste gevallen heeft de huidige eigenaar een bestaand bedrijf overgenomen, hetzij van familie, hetzij van de vroegere werkgever of een andere partij. Een kwart van de ondernemers heeft het textielreinigingsbedrijf zelf opgericht (zie tabel 4).

tabel 5 wijze waarop het bedrijf in eigendom is verkregen, in procenten van het aantal bedrijven

leeftijd	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
zelf opgericht	21	32	27	24
overgenomen van familie	30	64	26	34
overgenomen van vroegere werkgever	15	0	21	14
overgenomen van andere partij	30	2	21	25
anders	4	2	5	3
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

¹ 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 zevende getal (de 4 dus) de doorsnee-waarde. In veel gevallen, waaronder de beschouwing van de bedrijfsomzetten, geeft de doorsnee een beter beeld van de centrale tendentie dan het rekenkundig gemiddelde.

3.6 Faciliteiten waarover het bedrijf beschikt

De meerderheid van de textielreinigingsbedrijven beschikt over zowel een bedrijfs- als een winkelruimte. Bij het *regiobedrijf* zijn naar verhouding minder bedrijven met een winkelruimte, daarentegen is bij deze bedrijven wel een kantoorruimte aanwezig. Bij de kleinschaliger opererende *warme winkel* is in de meeste gevallen geen kantoorruimte aanwezig (zie tabel 5).

tabel 6 faciliteiten waarover het bedrijf beschikt, in procenten van het totaal aantal bedrijven; en verdeling naar aantal reinigingsmachines waarover het bedrijf beschikt

faciliteiten	bedrijfstype			
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	totaal
in procenten van het aantal ondernemingen				
kantoorruimte	36	98	73	45
winkelruimte	90	61	100	87
bedrijfsruimte	96	100	95	93
aantal reinigingsmachines				
in procenten van het aantal ondernemingen				
0	0	0	0	5
1	63	11	27	51
2	22	30	24	22
meer dan 2	15	59	49	22
totaal	100	100	100	100
in aantallen reinigingsmachines				
totaal aantal reinigingsmachines	620	390	140	1.150

Bron: EIM, 2003.

In de *warme winkel* is veelal één reinigingsmachine aanwezig. De andere typen bedrijven, die grootschaliger en/of met meerdere vestigingen werken, beschikken in de meeste gevallen over meerdere reinigingsmachines (zie tabel 5).

3.7 Soort vestigingspunt

Tussen de typen bedrijven is een groot verschil in locatiekeuze. De *warme winkel* en het *combinatiebedrijf* zijn meer gericht op de particuliere markt en moeten voor de consument binnen 'handbereik' liggen en hebben daarom gekozen voor vestiging in een woonwijk of winkelgebied. Het *regiobedrijf* is meer op de zakelijke markt georiënteerd en is veelal te vinden op een bedrijven- of industrieterrein.

tabel 7 vestigingspunt van (de hoofdvestiging van) het bedrijf, in procenten van het aantal bedrijven

omschrijving	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
in een straat met overwegend woningen	22	9	3	19
in een winkelgebied op wijkniveau	45	7	28	40
in het belangrijkste winkelgebied van de plaats	24	13	27	23
op bedrijven- of industrieterrein	5	67	42	15
anders	4	4		3
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

3.8 Werkgelegenheid

In slechts één op de tien bedrijven is één persoon werkzaam. 30% telt 6 of meer werkzame personen (zie tabel 8). Het *regiobedrijf* en het *combinatiebedrijf* werken grootschaliger dan de *warme winkel*.

tabel 8 bedrijfsomvang in aantallen werkzame personen, in procenten van het aantal bedrijven

aantal werkzame personen	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
1	10	0	0	11
2	29	0	3	24
3 tot en met 5	41	18	25	35
6 en meer	20	82	72	30
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

tabel 9 aantal werkzame personen (2003) en verdeling naar fulltime-, parttime- en hulpkrachten, verdeling naar geslacht en naar leeftijd

type arbeidskrachten	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in aantallen werkzame personen				
fulltimers (32 uur of meer per week)	970	425	325	1.820
parttimers (12 t/m 31 uur per week)	405	295	215	930
hulpkrachten (minder dan 12 uur per week)	150	50	5	210
totaal	1.525	770	545	2.960
man	40	34	28	36
vrouw	60	66	72	64
totaal	100	100	100	100
jonger dan 45 jaar	48	61	67	55
45 jaar en ouder	52	39	33	45
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

De branche telt in totaal bijna 3.000 werkzame personen, die in 2003 goed waren voor een arbeidsvolume van 2.300 arbeidsjaar.

Tweederde van de in de branche werkzame personen is vrouw. Meer dan de helft (55%) is jonger dan 45 jaar (zie tabel 9).

tabel 10 ontwikkeling van het aantal werkzame personen in de periode 2002-2003, in procenten van het aantal bedrijven

het aantal werkzame personen is:	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
toegenomen	7	20	30	10
gelijk gebleven	75	33	57	69
afgenomen	18	47	13	20
weet niet/wil niet zeggen	0	0	0	1
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

Bij 10% van de bedrijven heeft in 2003 een groei van de werkgelegenheid plaatsgevonden. Met name bij veel *regiobedrijven* nam de werkgelegenheid af. Het aantal personen is per saldo in 2003 met 80 afgenomen.

Ook in 2004 zal de werkgelegenheid iets afnemen.

tabel 11 verwachte ontwikkeling van de werkgelegenheid in 2004, in procenten van het aantal bedrijven

het aantal werkzame personen zal:	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
toenemen	5	15	16	7
gelijk blijven	85	59	46	77
afnemen	8	26	30	13
weet niet/wil niet zeggen	2	0	8	3
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

3.9 Omzet

De totale brancheomzet bedroeg in 2002 naar schatting circa 145 miljoen euro, exclusief BTW. In tabel 12 is het verschil in schaalgrootte tussen de verschillende bedrijfstypen duidelijk te zien. De gemiddelde en de doorsnee-omzet liggen bij het *regiobedrijf* en het *combinatiebedrijf* beduidend hoger dan bij de *warme winkel*.

tabel 12 omzetspreiding, in procenten van het aantal bedrijven; totaalomzet 2002

omzetklasse x 1.000 euro	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
minder dan 25	1	0	0	1
25 tot 50	7	0	3	6
50 tot 75	10	0	0	10
75 tot 100	11	0	0	9
100 tot 125	16	0	0	13
125 tot 250	36	15	36	32
250 tot 375	10	11	22	10
375 tot 500	5	20	3	6
500 tot 750	2	18	14	5
750 tot 1.000	1	9	17	3
1.000 tot 1.500	0	18	0	2
1.500 of meer	1	9	5	3
totaal	100	100	100	100
gemiddelde omzet x 1.000 euro	235	855	635	335
doorsnee-omzet x 1.000 euro ¹	130	510	365	150

Bron: EIM, 2004.

¹ 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 zevende getal (de 4 dus) de doorsnee-waarde. In veel gevallen, waaronder de beschouwing van de bedrijfsomzetten, geeft de doorsnee een beter beeld van de centrale tendentie dan het rekenkundig gemiddelde.

tabel 13 ontwikkeling van de omzet in de periode 2001-2002, in procenten van het aantal bedrijven

de omzet is:	bedrijfstype			
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	totaal
	in procenten van het aantal ondernemingen			
toegenomen	28	61	35	32
gelijk gebleven	23	11	19	21
afgenomen	42	28	43	39
weet niet/wil niet zeggen	7	0	3	8
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

tabel 14 verwachte ontwikkeling van de omzet in de periode 2002-2003, in procenten van het aantal bedrijven

de omzet zal:	bedrijfstype			
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	totaal
	in procenten van het aantal ondernemingen			
toenemen	14	22	30	17
gelijk blijven	26	16	27	24
afnemen	56	62	43	54
weet niet	4	0	0	5
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

Eén derde van de bedrijven zag in 2002 de omzet nog groeien. Voor 2003 was men aanzienlijk pessimistischer (zie tabel 13 en tabel 14). De meerderheid voorzag een lagere omzet dan in 2002. Op grond van de verwachtingen van de ondernemers voor 2003, wordt er een omzetsdaling geraamd van ruim 3%.

3.10 Omzetsamenstelling

De meeste omzet wordt gegenereerd uit het reinigen van 'overige bovenkleding'. Bij het *regiobedrijf* wordt behalve uit het reinigen van bovenkleding ook naar verhouding veel omzet behaald uit reinigen van overig textiel (zie tabel 15).

De 'overige omzet' bestaat voornamelijk uit tapijtreiniging en wassen van textiel (natwas).

tabel 15 gemiddelde omzetsamenstelling naar activiteiten, in procenten van de totaalomzet (gewogen met de omzet)

activiteit	bedrijfstype			
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	totaal
in procenten van de totaalomzet				
reinigen van leer en suède	3	3	6	3
reinigen van overige bovenkleding	60	44	77	57
overige reinigingsomzet	8	31	10	14
kledingreparatie	2	2	2	2
overige omzet	27	20	5	24
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

Particulieren vormen voor de totale branche de belangrijkste klantengroep. Voor het *regiobedrijf* is dat, anders dan bij de andere typen textielreinigers, het bedrijfsleven.

tabel 16 gemiddelde omzetsamenstelling naar klantengroepen, in procenten van de totaalomzet (gewogen met de omzet)

klantensoort	bedrijfstype			
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	totaal
in procenten van de totaalomzet				
particulieren	59	41	76	55
gezondheidszorg en overheid	6	8	10	7
bedrijfsleven	31	50	13	34
nog andere klanten	4	1	1	4
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

3.11 Bedrijfsresultaat

tabel 17 ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in de periode 2001-2002, in procenten van het aantal bedrijven

het bedrijfsresultaat is	bedrijfstype			
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	totaal
in procenten van het aantal ondernemingen				
toegenomen	24	52	41	28
gelijk gebleven	28	15	27	26
afgenomen	41	33	24	37
weet niet/wil niet zeggen	7	0	8	9
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

tabel 18 mate van tevredenheid over het bedrijfsresultaat in 2002, in procenten van het aantal bedrijven

de ondernemer is	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
zeer tevreden	13	25	22	15
tamelijk tevreden	50	42	33	47
tamelijk ontevreden	25	29	20	25
zeer ontevreden	8	4	22	8
weet niet/wil niet zeggen	4	0	3	5
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

Er is een grote groep bedrijven die ontevreden is over het behaalde bedrijfsresultaat in 2002. 37% van de bedrijven werd in 2002 geconfronteerd met afname van het resultaat. In lijn met de omzetontwikkeling zijn de verwachtingen voor 2003 negatief (zie tabel 17, tabel 18 en tabel 19).

tabel 19 verwachte ontwikkeling van het bedrijfsresultaat in de periode 2002-2003, in procenten van het aantal bedrijven

het bedrijfsresultaat zal	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
toenemen	13	33	40	17
gelijk blijven	33	13	18	29
afnemen	48	54	42	48
weet niet/wil niet zeggen	6	0	0	6
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

3.12 Hoogst voltooide opleiding van de ondernemer

tabel 20 hoogst voltooide opleiding van de ondernemer, in procenten van het aantal bedrijven

opleiding	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
lagere school	8	9	8	8
LTS, LBO	17	24	8	17
MAVO, HAVO, MULO	42	26	14	38
MTS	7	0	11	6
overig MBO	7	9	17	8
VWO	2	6	6	4
HTS	2	4	3	2
overig HBO	4	13	11	6
Technische Universiteit	1	0	0	1
overige universiteit	3	0	5	2
anders	7	9	17	8
totaal	100	100	100	100

Bron: EIM, 2004.

In tabel 20 wordt een overzicht gegeven van de hoogst voltooide opleiding van de ondernemer. Ruim de helft van de ondernemers heeft LTS, LBO, MAVO, HAVO of MULO als hoogste opleiding voltooid. Bij het *regiobedrijf* en het *combinatiebedrijf* is een aanzienlijk groter deel van de ondernemers hoger geschoold in vergelijking met de *warme winkel*.

3.13 Wijze waarop de klanten met het bedrijf in contact komen

tabel 21 wijze waarop de klanten met het bedrijf in contact komen, in procenten van het aantal bedrijven, meerdere antwoorden mogelijk

opleiding	bedrijfstype			totaal
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
via advertenties in huis-aan-huisbladen	28	36	38	29
via advertenties in regionale bladen	15	11	49	18
via advertenties in landelijke dagbladen	2	0	8	2
via advertenties in vakbladen/woonbladen	3	4	5	3
d.m.v. verspreiding van folders/mailing	17	40	30	21
d.m.v. mond-tot-mondreclame	98	91	95	96
via vakbeurzen/woonbeurzen	1	4	5	2
via de Gouden Gids	47	69	60	50
anders	11	30	32	14

Bron: EIM, 2004.

Mond-tot-mondreclame vormt in deze branche de meest genoemde manier waarop de klanten met de bedrijven in contact komen. Ook de Gouden Gids, advertenties in huis-aan-huisbladen en de verspreiding van folders en mailings worden in dit verband vrij vaak genoemd (zie tabel 21).

3.14 Problemen

tabel 22 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
	warme winkel	regiobedrijf	combinatie	
in procenten van het aantal ondernemingen				
<i>omzetniveau</i>				
geen probleem	37	44	37	38
klein probleem	42	37	32	40
groot probleem	19	19	31	20
niet van toepassing	2	0	0	2
<i>concurrentie</i>				
geen probleem	63	53	58	61
klein probleem	24	38	29	26
groot probleem	11	9	13	11
niet van toepassing	2	0	0	2
<i>loonkosten</i>				
geen probleem	34	17	21	32
klein probleem	18	18	22	17
groot probleem	32	65	57	37
niet van toepassing	14	0	0	13
weet niet/wil niet zeggen	2	0	0	1
<i>aantrekken van bekwaam personeel</i>				
geen probleem	32	45	54	36
klein probleem	13	13	8	12
groot probleem	27	40	35	29
niet van toepassing	27	2	3	22
weet niet/wil niet zeggen	1	0	0	1
<i>verkrijgen van financiering</i>				
geen probleem	53	60	55	55
klein probleem	12	24	11	14
groot probleem	13	9	21	13
niet van toepassing	19	7	13	16
weet niet/wil niet zeggen	3	0	0	2
<i>milieueisen</i>				
geen probleem	48	42	38	47
klein probleem	23	25	43	25
groot probleem	28	33	19	27
niet van toepassing	1	0	0	1

<i>aspect en mate van probleem</i>	<i>bedrijfstype</i>			<i>totaal</i>
	<i>warme winkel</i>	<i>regiobedrijf</i>	<i>combinatie</i>	
in procenten van het aantal ondernemingen				
<i>arbo-eisen</i>				
geen probleem	54	38	50	54
klein probleem	20	29	21	20
groot probleem	12	33	29	15
niet van toepassing	12	0	0	10
weet niet/wil niet zeggen	2	0	0	1
<i>administratieve lasten</i>				
geen probleem	57	48	66	57
klein probleem	26	28	21	26
groot probleem	14	24	13	15
niet van toepassing	2	0	0	1
weet niet/wil niet zeggen	1	0	0	1
<i>de locatie van het bedrijf</i>				
geen probleem	82	96	84	83
klein probleem	10	4	14	10
groot probleem	6	0	2	5
niet van toepassing	1	0	0	1
weet niet/wil niet zeggen	1	0	0	1
<i>bedrijfsopvolging</i>				
geen probleem	30	30	43	32
klein probleem	10	9	13	11
groot probleem	24	8	3	19
niet van toepassing	30	46	41	33
weet niet/wil niet zeggen	6	7	0	5
<i>kennis van het ondernemen</i>				
geen probleem				
klein probleem	89	89	92	89
groot probleem	9	9	3	8
niet van toepassing	0	2	5	2
	2	0	0	1

Bron: EIM, 2004.

De loonkosten en het aantrekken van vakbekwaam personeel vormen de belangrijkste problemen. Ook de milieueisen vormen voor een belangrijk deel van de branche een groot probleem (zie tabel 22).