

Klant- en conjunctuurafhankelijkheid in het MKB Metaal

Arjan Ruis
Karsten van den Berg
Joris Meijaard

Zoetermeer, december 2009

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with EIM bv. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of EIM bv. EIM bv does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Aanleiding	5
1.2	Crisis	5
1.3	Leeswijzer	9
2	Reactie op de crisis	11
3	Relatie met, kennis over en afhankelijkheid van afnemers	15
4	Innovatie	29
5	Resumé	35
5.1	Crisis in de metaalindustrie	35
5.2	Reactie op de crisis	35
5.3	Relatie met, kennis over en afhankelijkheid van afnemers	36
5.4	Innovatie	38
5.5	Belangrijkste bevindingen naar bedrijfsgrootte en -activiteit	39
Bijlage		
I	Uitsplitsing naar activiteit van het bedrijf	47

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Dit rapport is een vervolg op het onderzoek naar de afhankelijkheid van MKB-bedrijven in de metaalsector dat vorig jaar (2008) door EIM is uitgevoerd. In dat onderzoek lag de nadruk op de relatie met (grote) leveranciers en klanten en de mate waarin de MKB-bedrijven uit de metaalsector afhankelijk waren van beide partijen. Vlak na publicatie van de resultaten van dat onderzoek barstte de crisis in alle hevigheid los. Daarmee zijn de resultaten van het onderzoek verworden tot een momentopname. De momentopname betreft een hele andere economische omgeving dan de huidige. Daarom is besloten om begin 2009 opnieuw onderzoek uit te voeren. In dit onderzoek ligt de focus op de reactie van de bedrijven op de crisis en de mate waarin de dit de afhankelijkheid heeft veranderd. Het onderzoek is uitgevoerd middels een telefonische enquête, waarbij het grootste deel van de bedrijven dat is benaderd ook aan het onderzoek van vorig jaar heeft deelgenomen. Er wordt zoveel mogelijk een vergelijking tussen de situatie voor en 'na' de crisis gemaakt. Aan het onderzoek hebben alleen bedrijven uit het MKB (tot 100 werkzame personen) meegedaan. De belangrijkste subsectoren zijn *service en onderhoud, vervaardiging eindproducten, vervaardiging onderdelen en/of halffabricaten, en bepaalde bewerkingen*.

1.2 Crisis

De wereldwijde financiële en economische crisis, die zich in alle facetten toonde in de tweede helft van 2008, treft nagenoeg alle sectoren. De industrie, en dan vooral ook de metaalindustrie, is sterk getroffen en ook de vooruitzichten voor het komende jaar zijn negatief.

Dit jaar (2009) heeft de metaalindustrie te maken met een zwaar jaar. Een flinke daling van de investeringen door het bedrijfsleven en een sterk terugvallende export hebben grote invloed op de afzetontwikkeling van de metaalindustrie. In 2010 zal de sector zich naar verwachting herstellen, mede als gevolg van een lichte groei van de wereldeconomie. Naar schatting zal de afzet volgend jaar dan ook licht toenemen. De verwachte afzetontwikkeling van het MKB wijkt nauwelijks van die het grootbedrijf. Dit jaar zal de afzet in het MKB aanzienlijk afnemen. Volgend jaar zal de afzet in het MKB weer iets toenemen. Door de sterke afzetsdaling zal het aantal werkzame personen in de metaalindustrie dit jaar en met name volgend jaar sterk afnemen. De verwachting is dat het aantal werknemers in het MKB iets minder hard afneemt dan het aantal werknemers in het grootbedrijf.¹

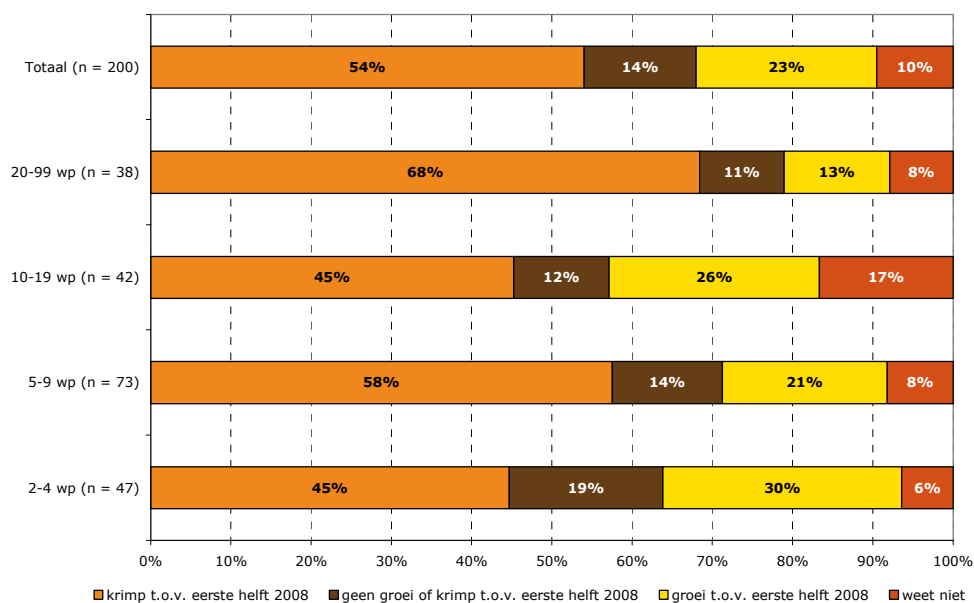
Grootste deel van de bedrijven ziet omzet dalen

Bovenstaand beeld wordt bevestigd door de telefonische enquête die in de zomer van 2009 is gehouden onder metaalbedrijven die ook in 2008 al hebben deelgenomen aan een onderzoek naar afhankelijkheid in de metaalsector. Meer dan de helft van de respondenten geeft aan dat de omzet in de eerste helft van 2009 is

¹ EIM, Prognose kerngegevens MKB, september 2009

gedaald t.o.v. de eerste helft van 2008. In het kleinbedrijf (minder dan 10 werkzame personen) lijkt de situatie vooralsnog wat beter te zijn dan in het middenbedrijf. Dit komt enerzijds omdat het kleinbedrijf over het algemeen flexibeler is en minder vaste kosten heeft. Anderzijds is het kleinbedrijf minder afhankelijk van export (zie ook Figuur 3 verderop). Door de dalende wereldhandel zijn met name de exporterende bedrijven al in een vroeg stadium geraakt door de crisis. Nu verslechtert ook de situatie op de binnenlandse markt.

Figuur 1 Omzet eerste helft 2009 t.o.v. eerste helft 2008, naar bedrijfsgrootte



NB: zie ook Figuur 23 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

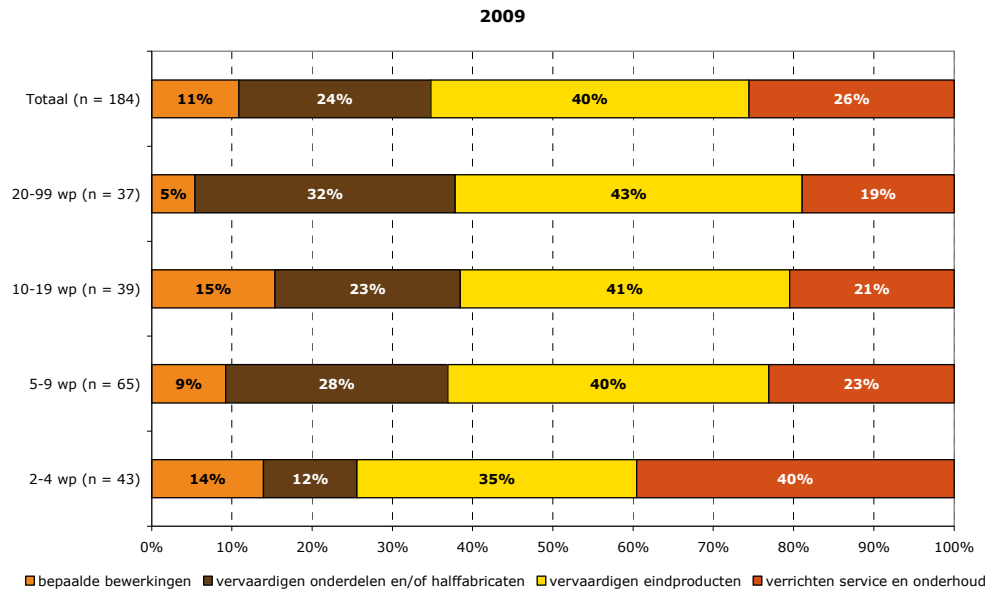
De ondernemers is verder gevraagd een inschatting te geven van de mate waarin de omzet is gewijzigd. Ongeveer een derde geeft aan dat de omzet in de eerste helft van 2009 met meer dan 20% is afgenomen in vergelijking met de situatie een jaar eerder (dit staat overigens niet in Figuur 1). Bij de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen is hiervan zelfs in ruim 40% van de gevallen sprake. Ongeveer een vijfde van de ondernemers heeft een daling van meer dan 30% ondervonden. Hier staat tegenover dat bijna 10% van de ondernemers zegt een stijging van de omzet met meer dan 20% te hebben gerealiseerd. Dit geldt echter alleen voor bedrijven tot 20 werkzame personen.

Per saldo zijn de bedrijven er dus fors op achteruit gegaan, maar zijn de kleine bedrijven (voorlopig) minder hard getroffen dan de grote bedrijven. Figuur 2 laat zien dat de kleine(re) bedrijven zich meer richten op service en onderhoud dan de grote(re) bedrijven. Hierdoor hebben deze bedrijven minder last van conjuncturele schommelingen. In crisistijd wordt over het algemeen minder snel besloten tot vervanging en eerder tot reparatie. Daar varen de bedrijven die zich richten op service en onderhoud wel bij.

Overigens heeft 8% van de bedrijven aangegeven een andere voornaamste activiteit te ontplooiën dan weergegeven in Figuur 2. Het betreft hier vooral bedrijf-

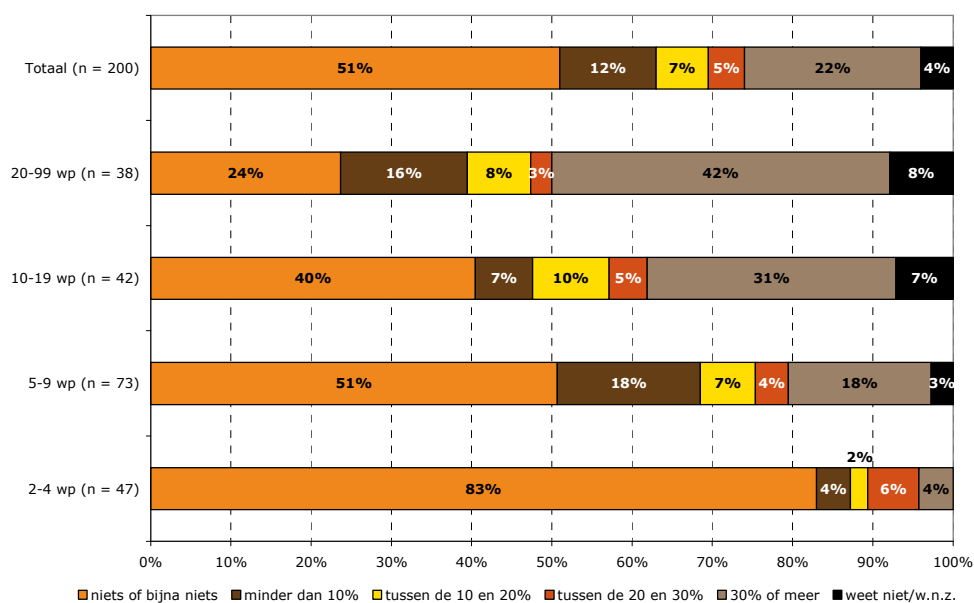
ven die zeggen 'van alles wat' te doen en niet echt één belangrijkste bezigheid hebben.

Figuur 2 Voornaamste bedrijfsactiviteit, naar bedrijfsgrootte



Bron: EIM, 2009

Figuur 3 Aandeel van de omzet dat wordt geëxporteerd, naar bedrijfsgrootte



NB: zie ook Figuur 24 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

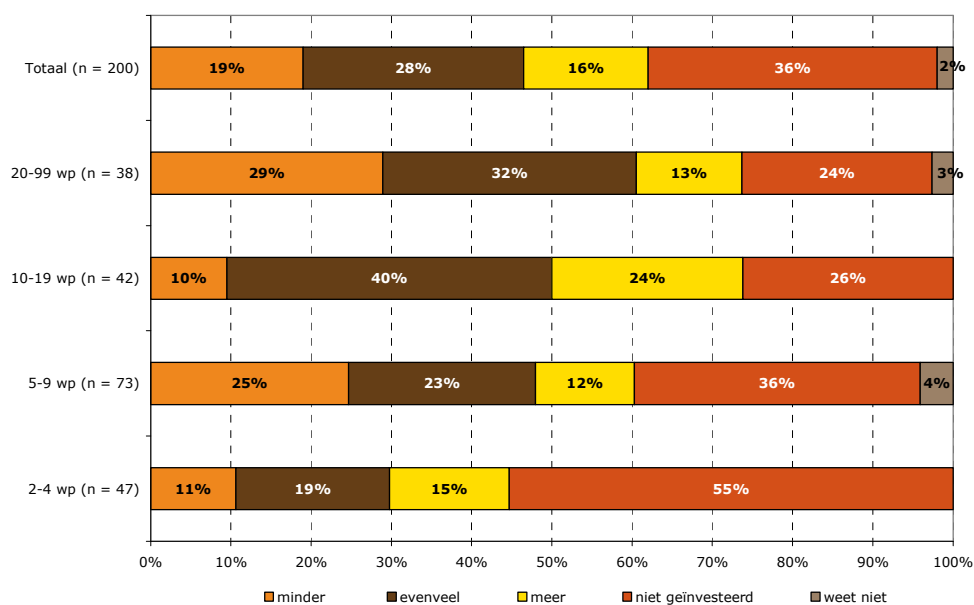
Een andere oorzaak is dat de kleine bedrijven minder exporteren dan de grote bedrijven. Gezien de sterk teruggelopen wereldhandel zien exporterende bedrijven/sectoren hun af- en omzet tot nu toe meestal harder afnemen dan bedrijven die niet of minder exporteren. Uit Figuur 3 blijkt dat de grote(re) bedrijven aanzienlijk meer exporteren dan de kleine(re) bedrijven en zodoende dus ook meer hinder van de crisis ondervinden. Na het inzakken van de buitenlandse markt verslechtert echter ook de binnenlandse markt, waardoor de impact van de crisis voor meer op het binnenland georiënteerde bedrijven zich wat later voor zal doen dan bij de bedrijven die zich meer op export richten.

Tot slot richten de kleine bedrijven zich vaker op consumenten/particulieren (zie ook Figuur 10 verderop) die, indien ze hun baan behouden, in eerste instantie minder hard worden geraakt door de crisis.

Investerings teruggelopen

Voor de totale groep bedrijven is het aandeel bedrijven dat in de eerste helft van 2009 *minder* heeft geïnvesteerd dan in de eerste helft van 2008, groter dan het aandeel bedrijven dat zegt *meer* geïnvesteerd te hebben (zie Figuur 4). De bedrijven met 2 tot 4 en met 10 tot 19 werkzame personen zijn hierop een uitzondering. Gemiddeld heeft ongeveer een kwart van de bedrijven evenveel geïnvesteerd als in dezelfde periode vorig jaar. Bij de bedrijven met meer dan 10 werkzame personen ligt dit aandeel wat hoger dan bij de overige bedrijven. Vooral de kleinere bedrijven geven aan helemaal niet geïnvesteerd te hebben. Het is echter niet duidelijk of dit eveneens het geval was in de eerste helft van 2008 en er dus sprake is van een daling van de investeringen of eenzelfde situatie als vorig jaar.

Figuur 4 Investerings eerste helft 2009 t.o.v. eerste helft 2008, naar bedrijfsgrootte



NB: zie ook Figuur 25 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

Op de vraag waarin men vooral heeft geïnvesteerd zegt het overgrote deel van de bedrijven te hebben geïnvesteerd in nieuwe machines en gereedschappen. Daarnaast is ook relatief vaak geïnvesteerd in nieuwe computers, personeel, opleidingen, het wagenpark en het bedrijfspand c.q. de fabriek.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zal worden ingegaan op de reactie van de bedrijven op het uitbreken van de crisis. In hoofdstuk 3 zal vervolgens de relatie met, kennis over en afhankelijkheid van de afnemers aan bod komen. Daarna zal in hoofdstuk 4 de nadruk liggen op het thema innovatie. In hoofdstuk 5 wordt ten slotte een beknopt overzicht weergegeven van de bevindingen van dit onderzoek.

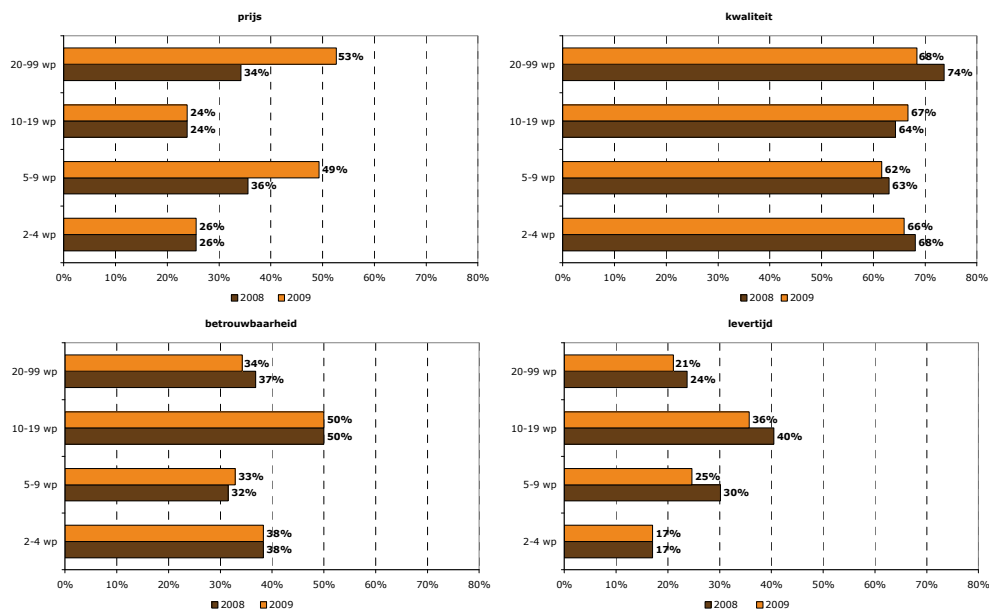
Tot slot, in dit rapport zal veelal een uitsplitsing worden gemaakt naar bedrijfsgrootte. Daarnaast is het ook mogelijk een uitsplitsing te maken naar de voornaamste activiteit van het bedrijf. Voor elk van de figuren waar dit mogelijk en relevant voor is, is dit gedaan. De meeste van deze figuren zijn echter opgenomen in bijlage I van dit rapport, zodat de hoeveelheid figuren niet ten koste gaat van de overzichtelijkheid van de hoofdtekst. Onder elk figuur staat een verwijzing naar het bijbehorende figuur in de bijlage.

2 Reactie op de crisis

Toen in de tweede helft van 2008 duidelijk werd dat het economisch gezien de komende jaren flink zal tegenzitten, zagen de meeste bedrijven zich genoodzaakt zich te wapenen tegen de impact van de crisis. Hiervoor kunnen verschillende maatregelen worden genomen, zoals het naar beneden stellen van de prijzen, het reduceren van de kosten, het veranderen van concurrentiestrategie, het betreden van nieuwe markten, etc. Hierna zullen we verder ingaan op hoe bedrijven in de metaalsector hebben gereageerd op het sterk verslechterde economische klimaat.

Meer concurrentie op prijs, minder op levertijd

Figuur 5 Concurrentie op prijs, kwaliteit, betrouwbaarheid en levertijd, 2008-2009, naar bedrijfsgrootte*



*meerdere antwoorden mogelijk, percentages tellen derhalve niet op tot 100% per bedrijfsgrootte

NB: zie ook Figuur 26 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

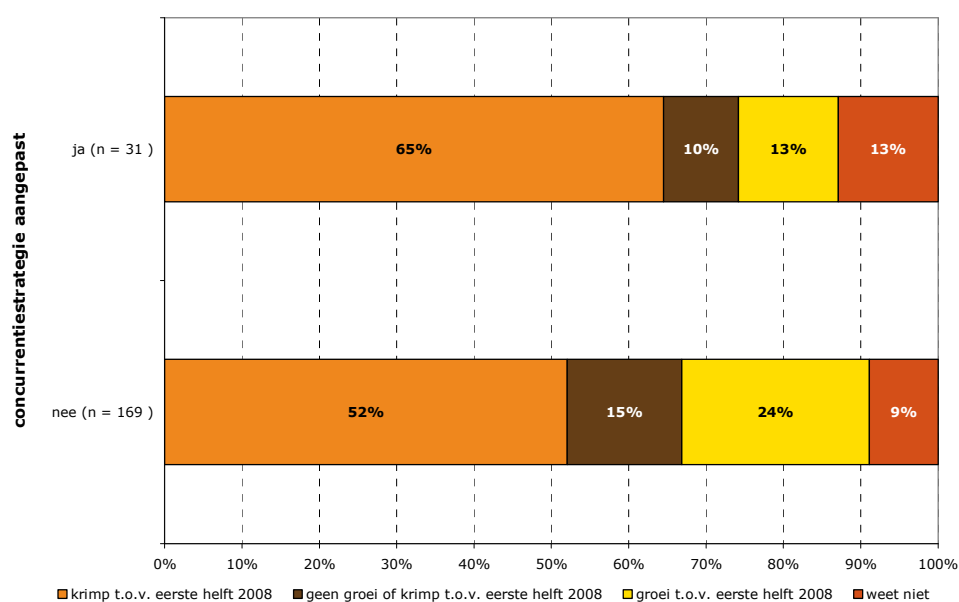
Bovenstaand figuur geeft weer op welke gebieden bedrijven in 2009 vooral concurreren en op welke gebieden dit vooral in 2008 werd gedaan. Het blijkt dat voor alle bedrijven geldt dat er zowel in 2008 als in 2009 vooral op kwaliteit wordt geconcurrerd. De vraag is echter in hoeverre bedrijven dit als concurrentiestrategie zien, aangezien kwaliteit toch vooral een voorwaarde is. Het minst wordt geconcurrerd op levertijd, hoewel de bedrijven met 10 tot 19 werkzame personen hier wel relatief vaak op concurreren. In vergelijking met 2008 wordt er door de grote(re) bedrijven vooral meer geconcurrerd op prijs. Op de onderdelen kwaliteit en betrouwbaarheid zijn niet of nauwelijks verschuivingen te zien. Verder valt op dat de kleinste bedrijven (2 tot 4 werkzame personen) hun con-

currentiestrategie nagenoeg niet hebben aangepast. Dit in tegenstelling tot de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen. Bedrijven die hebben aangegeven op iets anders dan prijs, kwaliteit, betrouwbaarheid of levertijd te concurreren (gemiddeld ongeveer 10% van de bedrijven), zeggen over het algemeen op flexibiliteit en bereikbaarheid te concurreren.

Bedrijven die hun concurrentiestrategie hebben aangepast presteren niet beter wat betreft omzet

Het blijkt niet zo te zijn dat bedrijven die hun concurrentiestrategie sinds het uitbreken hebben aangepast, gemiddeld minder omzetverlies hebben geleden dan de bedrijven die dit niet hebben gedaan, zie Figuur 6. In tegendeel, van de bedrijven die in 2009 een andere concurrentiestrategie hebben gekozen dan in 2008, geeft 65% aan de omzet te hebben zien dalen. Voor de bedrijven die hun concurrentiestrategie niet hebben aangepast, ligt dit aandeel op 52%. Bovendien is het gemiddelde omzetverlies groter onder eerstgenoemde groep dan onder laatstgenoemde.

Figuur 6 Aanpassing van de concurrentiestrategie versus verschil in omzet eerste helft 2009/eerste helft 2008



Bron: EIM, 2009

Ter illustratie, het aandeel bedrijven dat aangeeft dat de omzet met meer dan 20% is gedaald ligt op 48% voor de bedrijven die besloten hebben op andere fronten te concurreren. Dit aandeel is 'slechts' 31% voor de bedrijven die hun strategie niet hebben aangepast. Dit betekent echter niet per se dat het omschakelen naar een andere concurrentiestrategie zinloos (of verliesgevend) is. Het is namelijk waarschijnlijk dat juist de bedrijven die slecht presteren (of voorzien dat ze het in de nabije toekomst zwaar zullen krijgen) er voor kiezen om hun concurrentiestrategie aan te passen om zo het verlies nog enigszins te beperken. Bovendien hebben de genomen maatregelen waarschijnlijk pas op langere termijn effect en zijn dus niet direct merk- en meetbaar.

Kosten besparen populaire maatregel

Als reactie op de economische omstandigheden geven de meeste bedrijven aan zich te richten op het besparen van kosten, zie Tabel 1. Voor nagenoeg alle bedrijven is dit de meest genoemde maatregel, behalve voor de kleinste bedrijven (2 tot 4 werkzame personen), hoewel ook daar geldt dat 30% zich hiertoe genoodzaakt voelt.

Hiernaast worden het (nog) beter bedienen van bestaande klanten en het leveren van extra verkoopinspanningen relatief vaak genoemd. Wanneer er een vergelijking wordt gemaakt tussen de verschillende grootteklassen, dan valt op dat het naar beneden stellen van de prijzen een populaire maatregel is voor de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen, terwijl dit voor de bedrijven met minder dan 20 werkzame personen juist de minste voorkeur heeft. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de grote(re) bedrijven veelal relatief hoge vaste kosten hebben en deze willen dekken, waardoor een substantiële prijsverlaging niet altijd mogelijk/wenselijk is.

Tabel 1 Reactie op economische omstandigheden, naar bedrijfsgrootte*

<i>reactie ↓</i>	<i>bedrijfsgrootte →</i>	<i>2-4 wp</i>	<i>5-9 wp</i>	<i>10-19 wp</i>	<i>20-99 wp</i>	<i>totaal</i>
extra verkoopinspanningen		15%	22%	12%	34%	21%
prijzen naar beneden bijstellen		9%	11%	5%	29%	13%
nieuwe markten betreden		17%	19%	10%	16%	16%
nieuwe producten of diensten ontwikkelen		11%	16%	7%	11%	12%
bestaande klanten (nog) beter bedienen		15%	19%	26%	29%	22%
kosten besparen		30%	36%	45%	47%	39%
anders, te weten...		4%	15%	17%	3%	11%
niets, wij doen niet anders dan normaal		38%	19%	24%	8%	23%

* meerdere antwoorden mogelijk, percentages tellen derhalve niet op tot 100%

vet gedrukt zwart: twee meest genoemde antwoorden binnen een bepaalde bedrijfsgrootte

vet gedrukt rood: twee minst genoemde antwoorden binnen een bepaalde bedrijfsgrootte

NB: zie ook Tabel 2 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

Verder is het opmerkelijk dat de bedrijven met minder dan 20 werkzame personen (en dan vooral de kleinste bedrijven) relatief vaak aangegeven helemaal niets anders dan normaal te doen. Voor de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen geldt het omgekeerde. Voorbeelden van antwoorden uit de categorie 'anders, te weten...' zijn: *creatief denken en doen, meer acquisitie plegen, minder inkopen en het personeelsbestand inkrimpen.*

Aan de bedrijven is ook gevraagd hoe zij zich in de crisis van de concurrenten weten te onderscheiden en of hen dit helpt de crisis te doorstaan. De antwoorden van de respondenten waren veelal eenduidig en de sleutelwoorden zijn:

- prijs/kwaliteit

- betrouwbaarheid
- flexibiliteit
- service
- maatwerk
- korte levertijd
- specialisatie
- innovatie

Enkele opvallende/typerende antwoorden op de vraag hoe men zich in tijden van crisis weet te onderscheiden van de concurrent:

- *"Door kwaliteit en betrouwbaarheid en door heel sterk te innoveren."*
- *"Alle klanten, of ze nu groot of klein zijn, zijn belangrijk. Ik heb liever 10 kleine klanten, dan 2 grote klanten. Als er één wegvalt, voel ik daar niet veel van."*
- *"De levertijd is nu heel belangrijk."*
- *"Gewoon dag en nacht klaarstaan."*
- *"Flexibiliteit en kwaliteit. Openstaan voor kleinere klussen."*
- *"Dit bedrijf gaat momenteel beter dan ooit. Veel klanten kiezen nu voor reparatie in plaats van nieuw."*

3 Relatie met, kennis over en afhankelijkheid van afnemers

De meeste bedrijven hebben één klant die als belangrijkste klant/afnemer beschouwd kan worden. Het is nuttig om veel informatie van deze klant te hebben, zeker als de belangrijkste klant verantwoordelijk is voor een groot deel van de af- en omzet. Bij het eventueel wegvallen van de belangrijkste klant - iets waar in crisistijd natuurlijk meer rekening mee gehouden moet worden - kan het voortbestaan van het bedrijf in gevaar komen.

Een relevante vraag is hoe goed bedrijven in de metaalsector hun belangrijkste afnemer kennen. Hoe groot is die klant, wat is de omzet, hoeveel klanten heeft die klant weer, op welke afzetmarkt is hij/zij actief, etc. Hierna volgt een overzicht van de antwoorden op deze vragen voor diverse typen bedrijven in de metaalsector.

Bedrijven iets minder afhankelijk van belangrijkste klant wat betreft omzet

Een vergelijking van de omzet afkomstig van de belangrijkste klant in 2009 en in 2008, laat zien dat er per saldo geen sprake is van grote verschuivingen (zie Figuur 7). Over het algemeen geldt dat de bedrijven iets minder afhankelijk zijn van hun grootste klant zijn geworden als het gaat om omzet. Het aandeel bedrijven dat aangeeft 0 t/m 5%, 6 t/m 10% of 11 t/m 20% van de omzet bij de belangrijkste klant te genereren is licht toegenomen. Hier staat een kleine daling tegenover van het aandeel bedrijven dat meer dan 40% of zelfs meer dan 60% van hun omzet bij hun belangrijkste klant haalt.

Hieronder worden puntsgewijs de belangrijkste bevindingen naar bedrijfsgrootte en voornaamste bedrijfsactiviteit weergegeven.

Naar bedrijfsgrootte (zie Figuur 7)

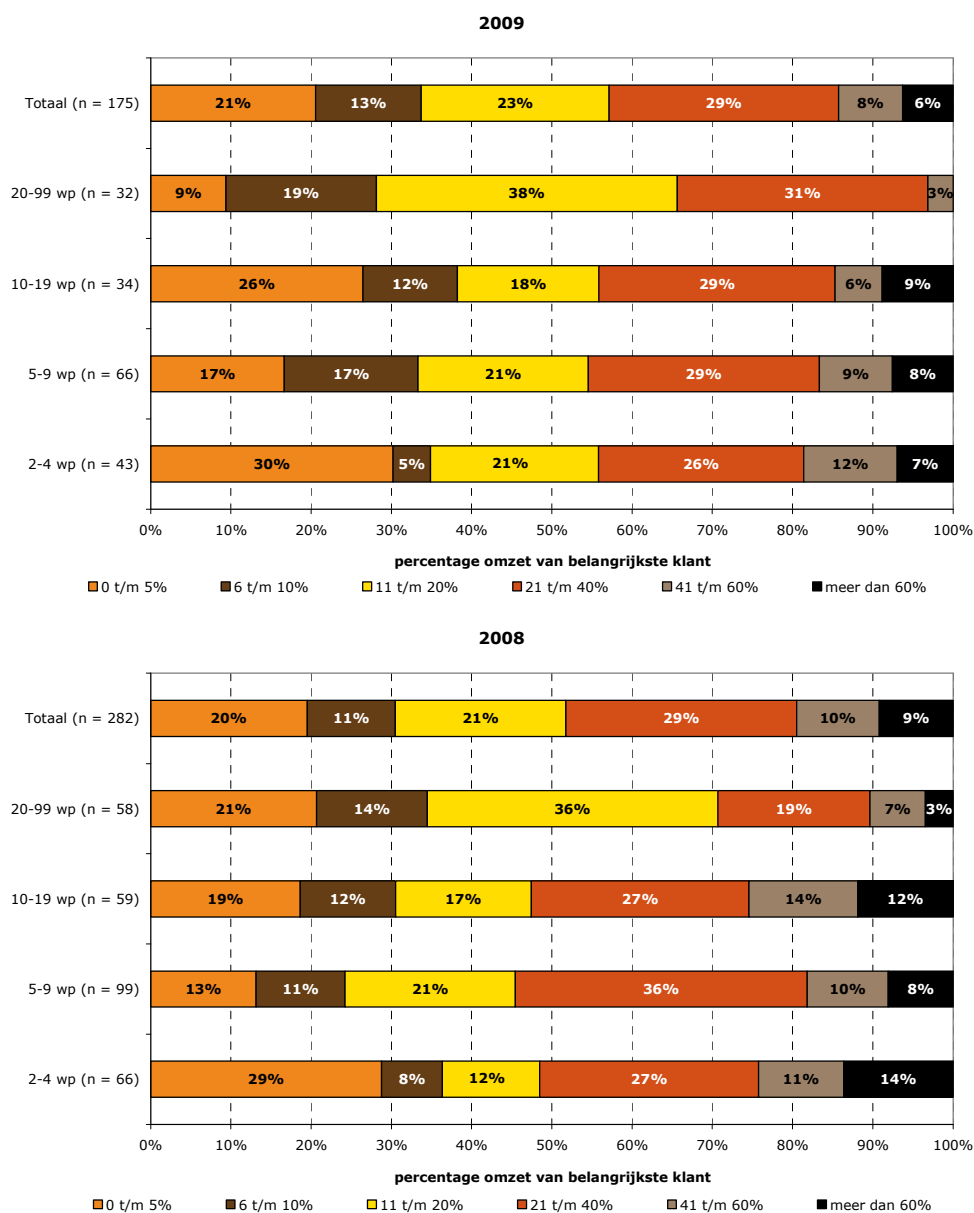
- De bedrijven tot 20 werkzame personen zijn, wat betreft hun omzet, vaker voor een groot deel afhankelijk van hun belangrijkste klant dan de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen. Voor meer dan 15% van hen geldt dat meer dan 40% afkomstig is van hun belangrijkste klant;
- Van de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen, heeft niemand aangegeven voor meer dan 60% van hun omzet afhankelijk te zijn van hun belangrijkste afnemer;
- Binnen de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen heeft er op zich een grote verschuiving plaatsgevonden. Het aandeel bedrijven dat 0 t/m 5% van hun omzet bij de belangrijkste klant realiseert is sterk afgenomen, tegenover een grote stijging van het aandeel bedrijven dat 21 t/m 40% van hun omzet bij de belangrijkste klant realiseert.

Naar voornaamste bedrijfsactiviteit (zie Figuur 27 in bijlage I)

- De bedrijven die zich concentreren op het verrichten van bepaalde bewerkingen of het vervaardigen van onderdelen en/of halffabricaten zijn afhankelijker van hun belangrijkste klant dan de bedrijven die eindproducten vervaardigen of service en onderhoud verrichten;

- De bedrijven die zich richten op het vervaardigen van onderdelen en/of half-fabricaten zijn in 2009 aanzienlijk minder afhankelijk van de belangrijkste klant dan een jaar geleden;
- Ook de bedrijven die bepaalde bewerkingen uitvoeren zijn minder afhankelijk van hun belangrijkste afnemer. Het aandeel bedrijven dat meer dan 40% of zelfs meer dan 60% van hun omzet bij de belangrijkste klant genereert is weliswaar gestegen, maar hier staat een forse daling van het aandeel bedrijven dat 21 t/m 40% van hun omzet bij de belangrijkste klant haalt tegenover. Deze daling komt grotendeels ten goede aan het aandeel bedrijven dat minder dan 20% van hun omzet bij de belangrijkste klant realiseert.

Figuur 7 Percentage van de omzet afkomstig van de belangrijkste klant, 2008-2009, naar bedrijfsgrootte



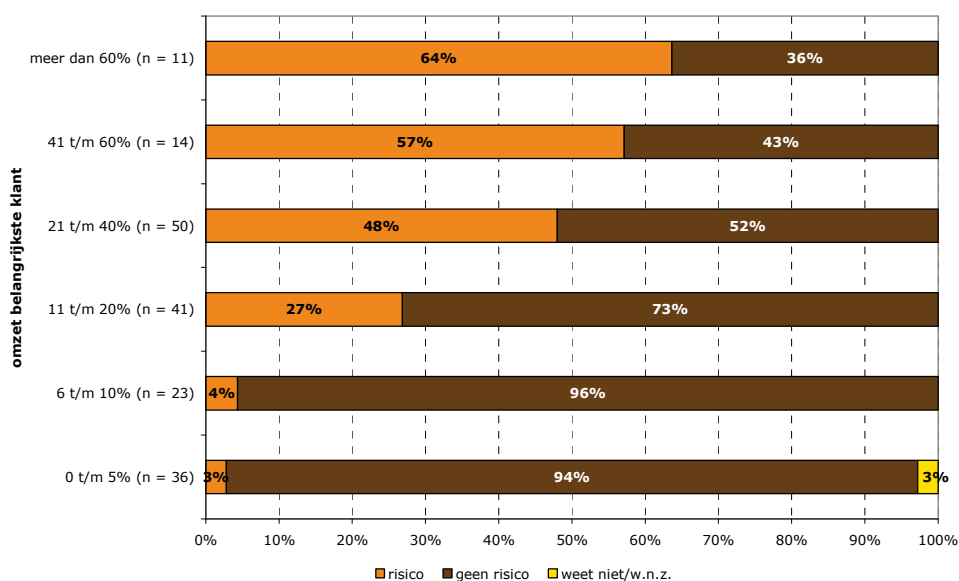
NB: zie ook Figuur 27 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

Voor alle bedrijven die meer dan 40% van hun omzet bij de belangrijkste klant genereren geldt dat ze hiermee een aanzienlijk risico lopen. Bij het wegvallen van deze klant is het niet ondenkbaar dat het bedrijf het hoofd niet meer boven water zal kunnen houden, tenzij er op korte termijn nieuwe klanten worden gevonden.

Eén op de acht bedrijven weet niet hoeveel procent van de omzet van de belangrijkste afnemer komt of wilde dit niet zeggen. Dit staat niet weergegeven in Figuur 7 en Figuur 27.

Figuur 8 Risico t.a.v. het percentage omzet afkomstig van de belangrijkste klant, naar percentage omzet van de belangrijkste klant (2009)



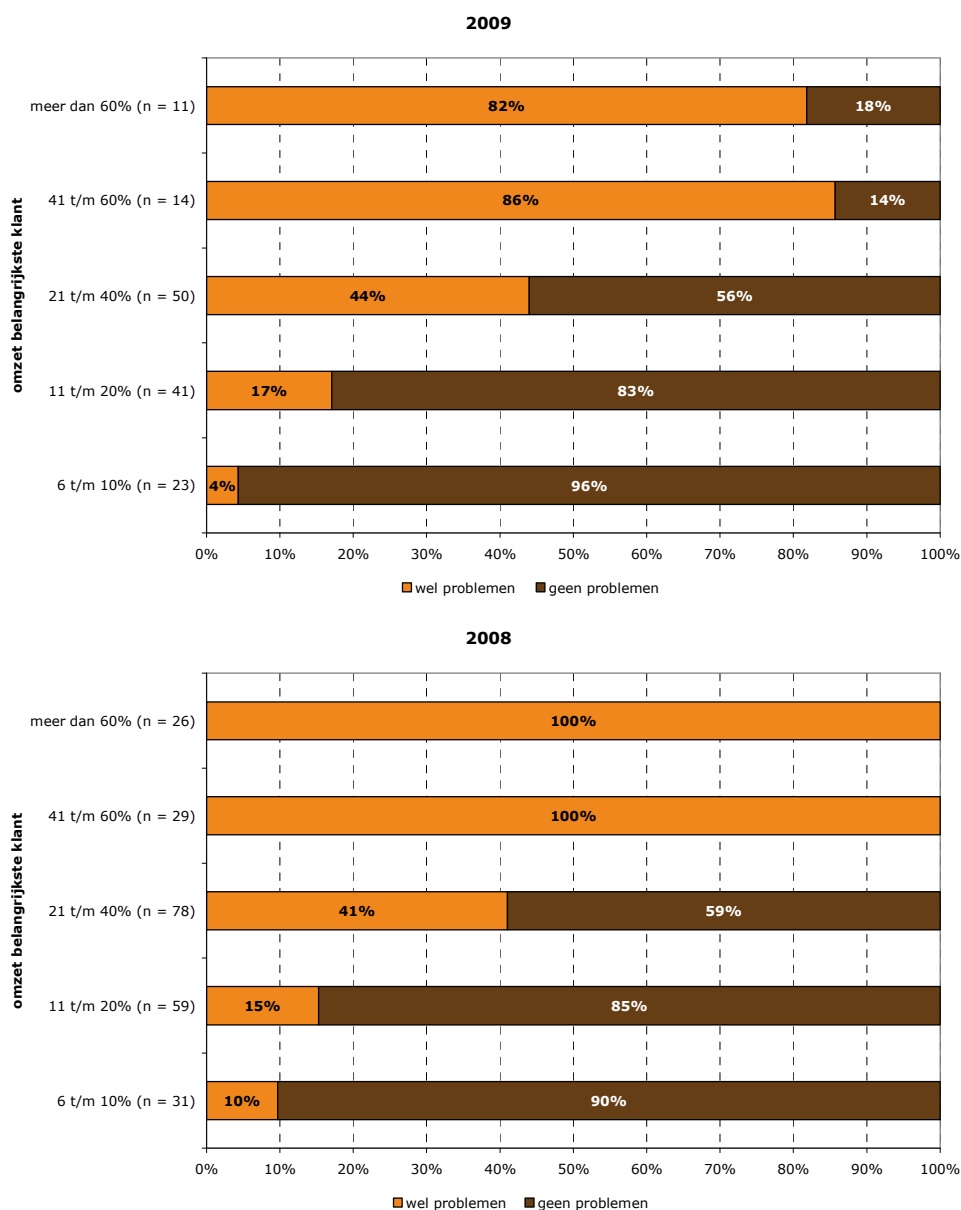
Bron: EIM, 2009

Figuur 8 laat zien of bedrijven vinden dat ze een risico lopen ten aanzien van de afhankelijkheid van de belangrijkste klant. Geheel volgens verwachting geeft een groter deel van de bedrijven hierop een bevestigend antwoord naarmate het percentage van de omzet groter wordt dat komt van die belangrijkste afnemer. Toch vindt slechts iets meer dan de helft van de bedrijven waarvan de omzet voor meer dan 40% afkomstig is van hun belangrijkste klant dat ze een risico loopt. Van de bedrijven waarvan de omzet voor meer dan 60% afkomstig is van de belangrijkste klant, is ongeveer tweederde van mening dat men risico loopt. Dit terwijl het wegvallen van deze klant, waarschijnlijk toch aanzienlijke gevolgen zal hebben voor het bedrijf (zie ook Figuur 9 verderop).

Sterk afhankelijke bedrijven voorzien minder problemen bij wegbliven belangrijkste klant dan vorig jaar

Aan bedrijven is gevraagd of ze in de problemen komen indien de belangrijkste klant wegblift. Het overgrote deel van de bedrijven die meer dan 40% van hun omzet bij de belangrijkste klant behalen zal hierdoor naar eigen zeggen in de problemen komen. Toch verschilt het beeld van 2009 met dat van 2008. In 2008 was namelijk nog 100% van deze bedrijven van mening in de problemen te komen bij het wegvallen van de belangrijkste klant. Voor wat betreft de overige bedrijven zijn de verschillen tussen 2008 en 2009 veel geringer.

Figuur 9 Komt het bedrijf in de problemen als belangrijkste klant wegblijft (2008-2009, naar relatief belang van de klant*)?



* vraag niet gesteld aan de categorie bedrijven met 0 t/m 5% omzet van belangrijkste klant.

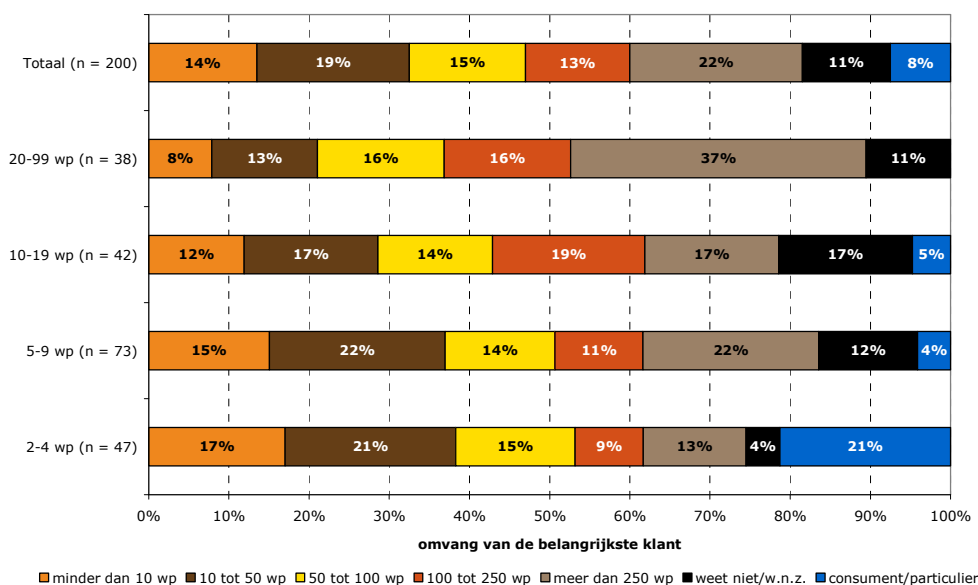
Bron: EIM, 2009

Van de bedrijven die meer dan 40% van hun omzet bij de belangrijkste klant behalen zegt dus ruim 80% in de problemen te komen indien deze klant wegblijft, terwijl 'slechts' ongeveer 60% (Figuur 8) van hen aangeeft risico te lopen ten aanzien van het percentage omzet dat bij de belangrijkste klant wordt verkregen. Dit betekent dus dat een deel van deze bedrijven het wegblijven van de belangrijkste klant niet erg waarschijnlijk acht. Een langdurige relatie met de belangrijkste afnemer, zelfs ten tijde van crisis, kan hier een verklaring voor zijn.

Voor de bedrijven die minder dan 40% van hun omzet bij de belangrijkste klant halen is de inschatting van het risico (Figuur 8) en het antwoord op de vraag of men in de problemen komt bij het wegvallen van de belangrijkste klant (Figuur 9) meer in lijn met elkaar.

Kleine bedrijven leveren aan relatief kleine klanten

Figuur 10 Omvang van de belangrijkste klant, naar bedrijfsgrootte (2009)



NB: zie ook Figuur 28 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

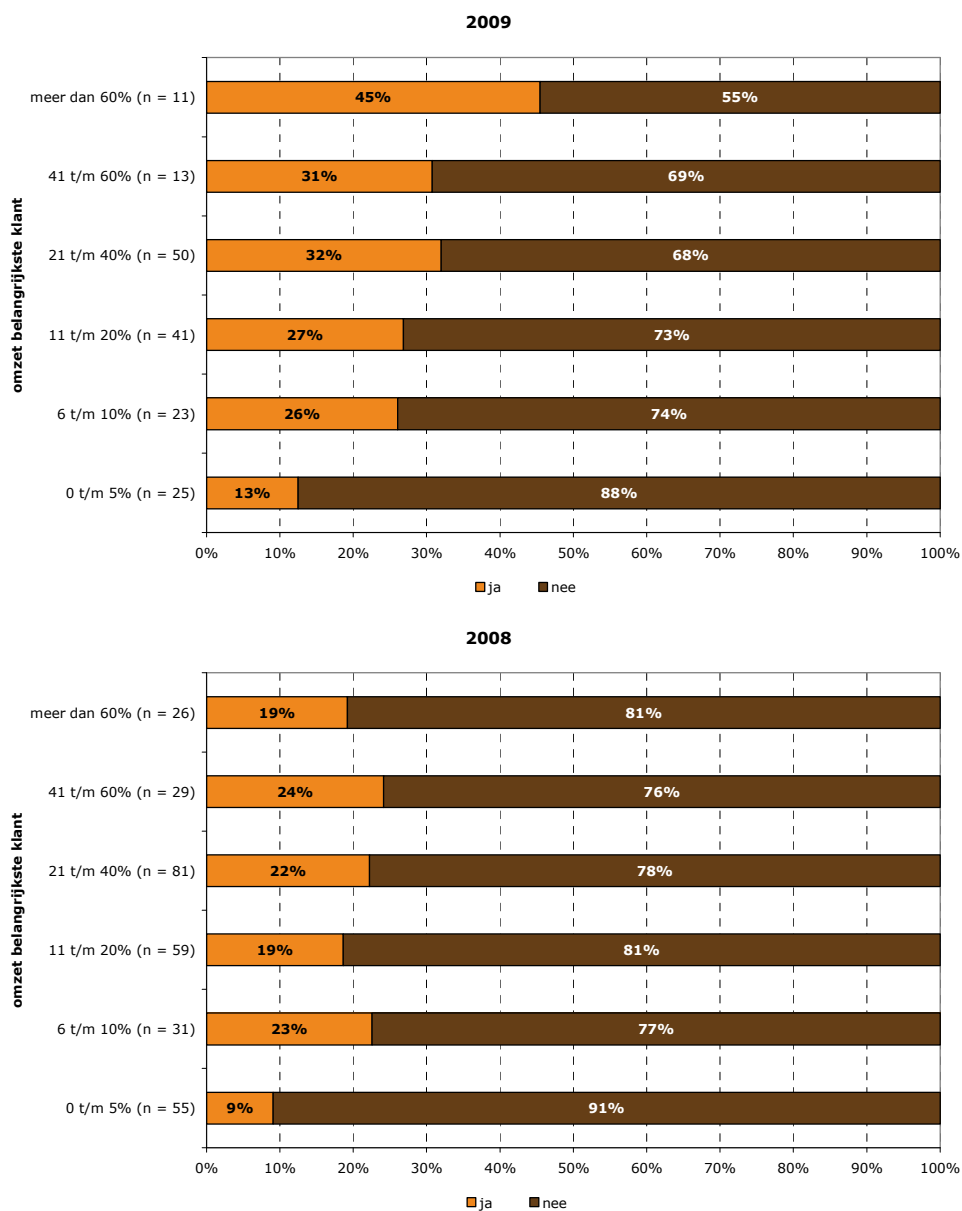
Een overzicht van de omvang van de belangrijkste klant is weergegeven in Figuur 10. Het blijkt dat de belangrijkste klant van kleine(re) bedrijven gemiddeld minder werknemers heeft dan de belangrijkste klant van de grote(re) bedrijven. Over het algemeen zijn de belangrijkste klanten groter dan de bedrijven zelf. De bedrijven met 2 tot 4 werkzame personen kennen als belangrijkste klant vooral bedrijven met minder dan 50 werkzame personen en particulieren/consumenten. Voor bedrijven met 5 tot 19 werkzame personen geldt min of meer hetzelfde, zij het dat hun belangrijkste klant veel minder vaak bestaat uit particulieren/consumenten en juist wat vaker uit bedrijven met meer dan 100 werkzame personen. De belangrijkste afnemers van bedrijven met meer dan 20 werkzame personen, zijn veelal bedrijven die groter zijn dan zichzelf. Particulieren/consumenten komen hier niet in voor. Het betreft voor een groot gedeelte bedrijven met meer dan 250 werkzame personen.

Kennis over aantal afnemers belangrijkste klant sterk verbeterd

Zowel vorig jaar (2008) als dit jaar is de bedrijven gevraagd of ze enig idee hebben hoeveel afnemers hun belangrijkste klant heeft. Daar waar vorig jaar zo'n 80% van de bedrijven hier geen idee van had, is dit in 2009 sterk verbeterd. Met name de bedrijven die voor wat betreft hun omzet voor een groot deel afhanke-

lijk zijn van hun belangrijkste klant, geven vaker aan te weten hoeveel afnemers hun belangrijkste klant heeft.

Figuur 11 Weet het bedrijf hoeveel afnemers de belangrijkste klant heeft (2008-2009, naar percentage van de belangrijkste klant)?



Bron: EIM, 2009

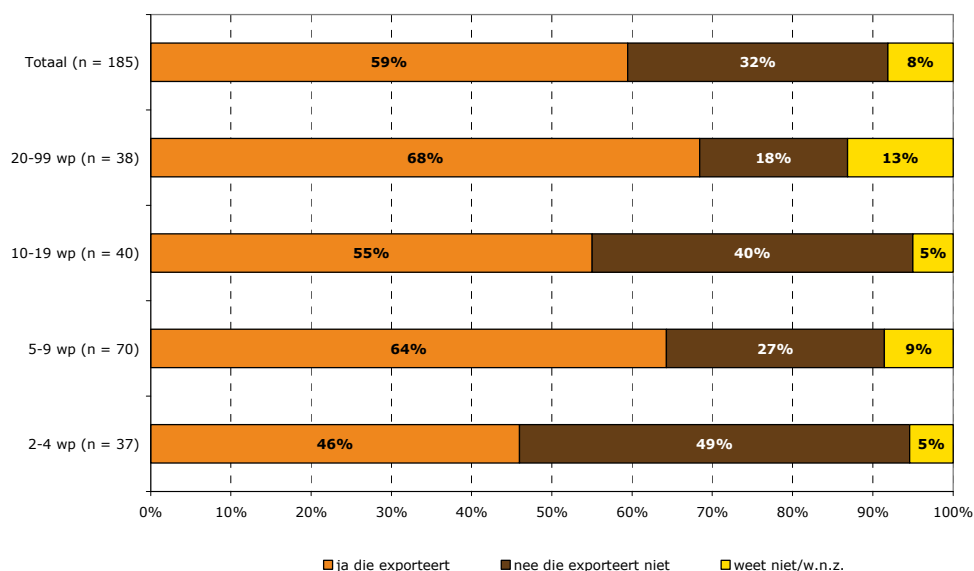
Desondanks is het zorgelijk dat van de bedrijven wiens omzet voor meer dan 20% afkomstig is van hun belangrijkste klant het overgrote deel (55-69%) niet weet hoeveel afnemers hun belangrijkste klant heeft. Dit maakt het lastig voor bedrijven om hun klanten op juiste waarde in te schatten.

De bedrijven is daarnaast ook gevraagd of men weet in welke afzetmarkt de belangrijkste afnemer actief is. Nagenoeg alle bedrijven hebben aangegeven dit te

weten. De afzetmarkten die het vaakst zijn genoemd zijn *transport*, *food*, en *agri*, hoewel meer dan 60% van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste afnemer op een andere afzetmarkt actief is. Er is dus geen sprake van een sterke concentratie in bepaalde afzetmarkten.

Meer export bij belangrijkste klant grote(re) bedrijven

Figuur 12 Exporteert belangrijkste klant (naar bedrijfsgrootte)?



NB: zie ook Figuur 29 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

De belangrijkste klant van de grote(re) bedrijven exporteert gemiddeld vaker dan die van de kleine(re) bedrijven. Dit maakt de grote(re) bedrijven op dit moment relatief kwetsbaar, aangezien de export fors is afgenomen sinds het begin van de crisis. De grote(re) bedrijven exporteren niet alleen zelf meer dan de kleine(re) bedrijven (zoals reeds is aangegeven in paragraaf 1.2, Figuur 3), maar ook hun belangrijkste klant exporteert over het algemeen vaker. Uit Figuur 12 blijkt sowieso dat de metaalsector gevoelig is voor een dalende wereldhandel, aangezien bijna 60% van de belangrijkste klanten exporteert. Minder export voor de belangrijkste klant betekent automatisch ook minder vraag vanuit die belangrijkste klant. Momenteel is export kwetsbaar, gezien het mondiale karakter van de crisis. In 'normale' tijden kan exporteren echter juist als risicospreiding dienen.

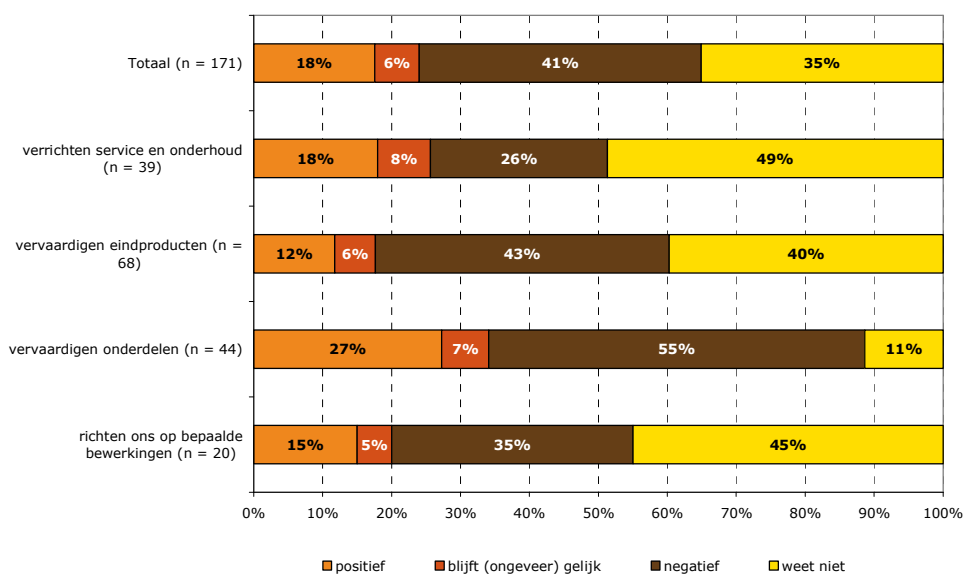
Omzetontwikkeling belangrijkste klant niet rooskleurig

Het blijkt dat ook de belangrijkste klanten veelal gebukt gaan onder de impact van de crisis. De meeste bedrijven schatten in dat hun belangrijkste klant minder omzet dan een jaar geleden. De bedrijven die zich richten op het vervaardigen van onderdelen kunnen veel beter een inschatting van de omzetontwikkeling van hun belangrijkste klant maken dan de overige bedrijven. Slechts 11% van hen zegt niet weten of de omzet van de belangrijkste klant is toe- of afgenomen,

terwijl dit percentage voor de overige bedrijven op 40% of meer ligt. Zeker voor de sterk afhankelijke bedrijven is informatie over de omzetontwikkeling van de belangrijkste afnemer cruciaal. Het blijkt dat meer dan de helft van de bedrijven die 41 t/m 60% van hun omzet bij de belangrijkste klant genereren, geen inschatting kan maken van de omzetontwikkeling van die klant (dit staat overigens niet weergegeven in Figuur 13).

De bedrijven die eindproducten vervaardigen zijn het minst positief over de omzetontwikkeling van hun belangrijkste klant, dat wil zeggen, de verhouding tussen het aandeel bedrijven dat inschat dat de omzet is gedaald en het aandeel bedrijven dat inschat dat de omzet is gestegen is het hoogst voor deze groep bedrijven.

Figuur 13 Inschatting omzet belangrijkste klant t.o.v. een jaar geleden, naar voornaamste bedrijfsactiviteit

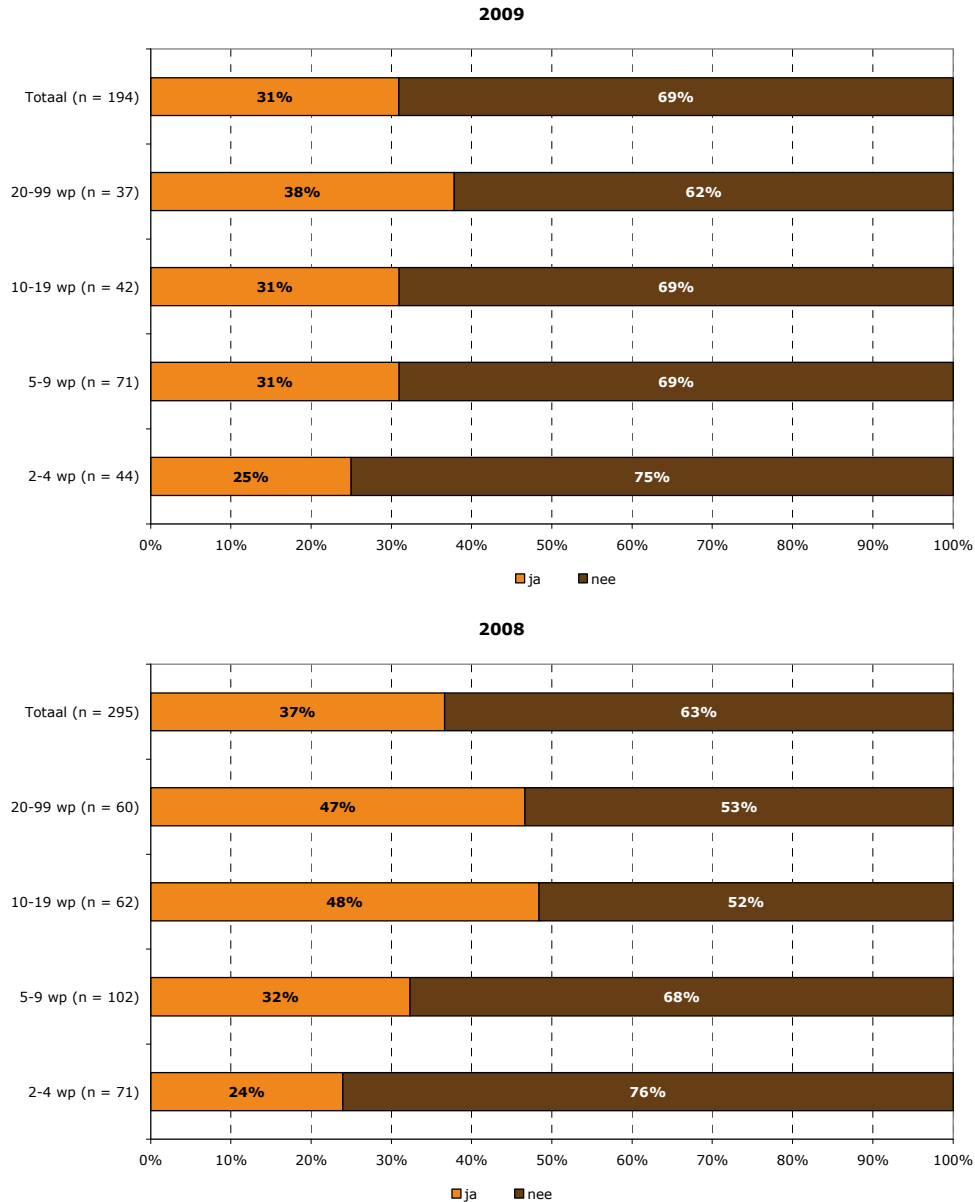


Bron: EIM, 2009

Van de bedrijven die hebben aangegeven dat de omzet van hun belangrijkste klant het afgelopen jaar is toegenomen, weet meer dan de helft niet met hoeveel de omzet is toegenomen. Ongeveer een derde van hen zegt dat de omzet met minder dan 20% is toegenomen. De rest begroot de omzetstijging op meer dan 20%. Van de bedrijven die hebben aangegeven dat de omzet van hun belangrijkste klant het afgelopen jaar is afgenomen, weet ongeveer een derde niet met hoeveel de omzet is afgenomen. Ruim 40% schat in dat de omzet tot maximaal 30% is afgenomen, ongeveer een kwart van de bedrijven zegt dat de omzet met meer dan 30% is afgenomen.

Belangrijkste klant is minder afhankelijk ten opzichte van een jaar geleden

Figuur 14 Is de belangrijkste klant afhankelijk van u als leverancier (2008-2009, naar bedrijfsgrootte)?



NB: zie ook Figuur 30 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

Zowel vorig jaar als dit jaar is bedrijven gevraagd of hun belangrijkste afnemer afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 was 37% van de bedrijven hier nog van overtuigd. Dit aandeel is in 2009 nog 31%. Zoals hierboven al is genoemd, zijn de bedrijven zelf ook iets minder afhankelijk geworden van hun belangrijkste klant (zie Figuur 7). De afhankelijkheid is dus van beide kanten minder geworden. Vooral bij de bedrijven met 10 tot 19 werkzame personen is een

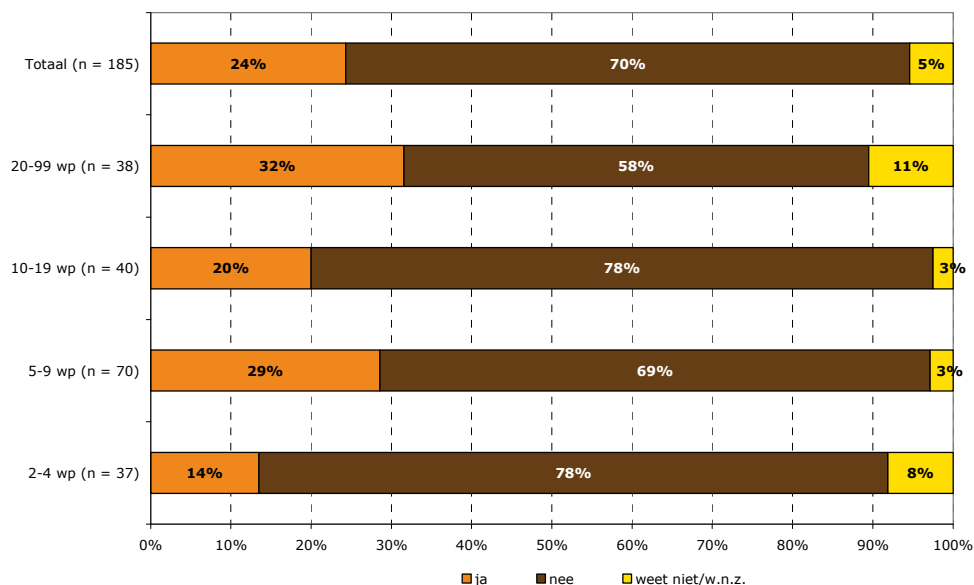
sterke daling van de afhankelijkheid van de belangrijkste afnemers waargenomen. Ook bij de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen is dit het geval, zij het in iets mindere mate.

Enkele opvallende/typerende antwoorden op de vraag of de belangrijkste afnemer afhankelijk is van het bedrijf als leverancier:

- "Er zijn andere aanbieders op de markt, maar niemand is meer onmisbaar. Het gaat meer om vertrouwen opgebouwd in de jaren."
- "Omdat wij onderdelen maken waarvan wij de enige leverancier zijn."
- "Omdat er zat andere bedrijven zijn die ook zitten te springen om opdrachten. Er is dus genoeg concurrentie."
- "Er zijn helaas meer bedrijven die hetzelfde doen als wij."
- "Montagebedrijven schieten als paddenstoelen uit de grond, voor ons 10 anderen."
- "De volledige productie draait op onze machines."

Een kwart van de bedrijven levert meer dan 20% van de afzet aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen

Figuur 15 Levert uw bedrijf meer dan 20% van de afzet (direct/indirect) aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen (naar bedrijfsgrootte)?



NB: zie ook Figuur 31 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

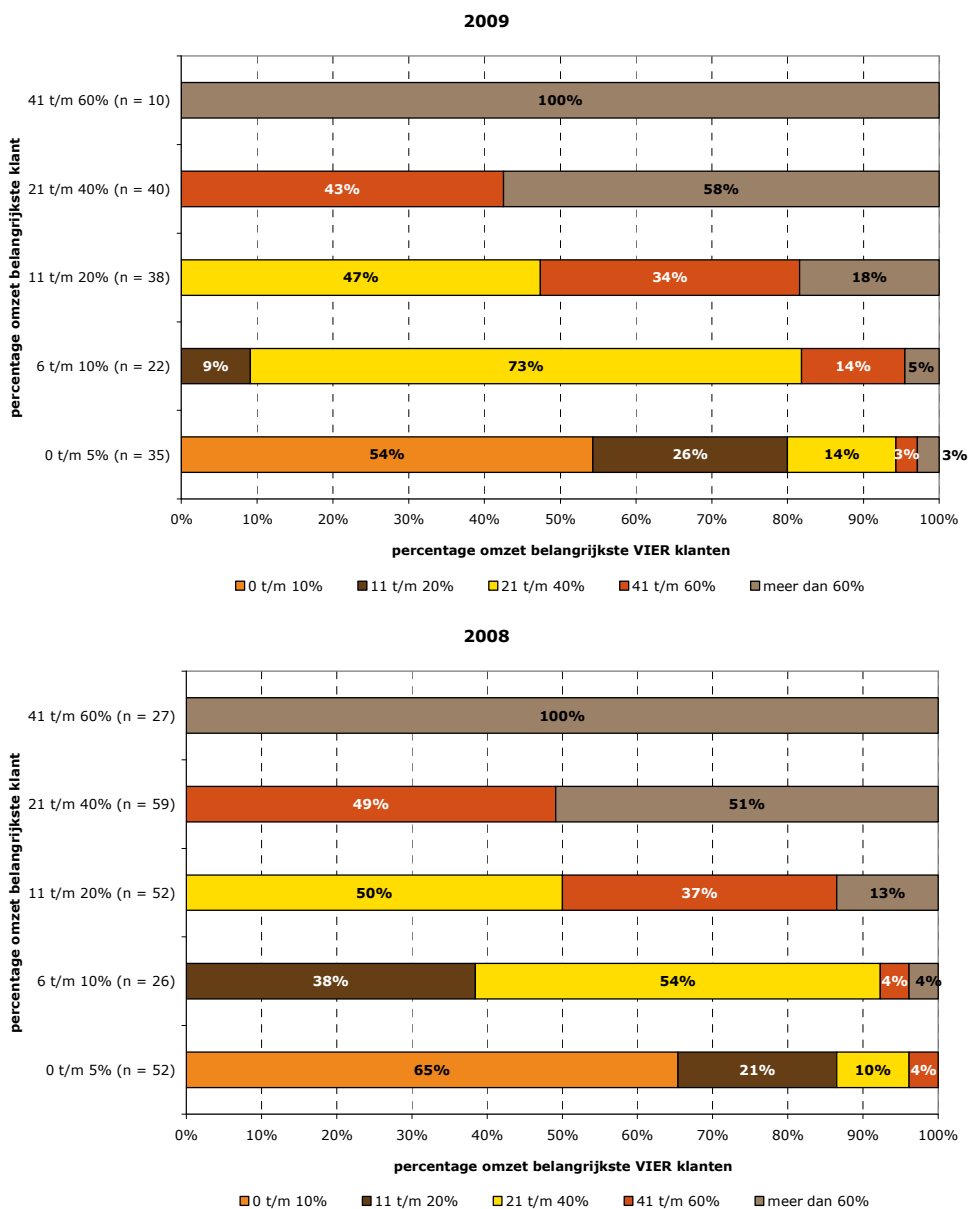
In Figuur 15 is een overzicht gegeven van het aandeel bedrijven dat meer dan 20% van de afzet direct of indirect levert aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen. Voor de totale groep bedrijven geldt dat ongeveer een kwart van hen meer dan 20% van de afzet aan zo'n soort bedrijf levert. Bij de grote(re) bedrijven komt dit gemiddeld iets vaker voor dan bij de kleine(re) bedrijven. Het gaat hier overigens niet specifiek om de belangrijkste klant, hoe-

wel dit veelal wel het geval zal zijn, aangezien minimaal 20% van de afzet naar de betreffende klant gaat. Bovenstaand figuur is in lijn met wat eerder is aangegeven, namelijk dat de omvang van de belangrijkste klant toeneemt naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt (zie Figuur 10). Grotere bedrijven leveren vaker aan grote afnemers, dan kleine bedrijven dat doen. Als afnemers werden onder andere de bekende multinationals genoemd, zoals Shell, ExxonMobil, Coca Cola, Philips en Siemens.

Iets meer dan 60% van de bedrijven zegt meer dan 40% van de afzet aan één specifieke branche/afzetmarkt te leveren (dit staat overigens niet weergegeven in Figuur 15). Deze bedrijven leveren het vaakst aan de sectoren *agri*, *transport* en *food*, maar ook hier geldt zo'n 60% van de bedrijven voor een groot gedeelte aan een andere sector levert.

Bedrijven iets afhankelijker van vier belangrijkste klanten wat betreft hun omzet

Figuur 16 Percentage van de omzet afkomstig van de belangrijkste VIER klanten, gegeven het percentage van de omzet bij de belangrijkste klant



Bron: EIM, 2009

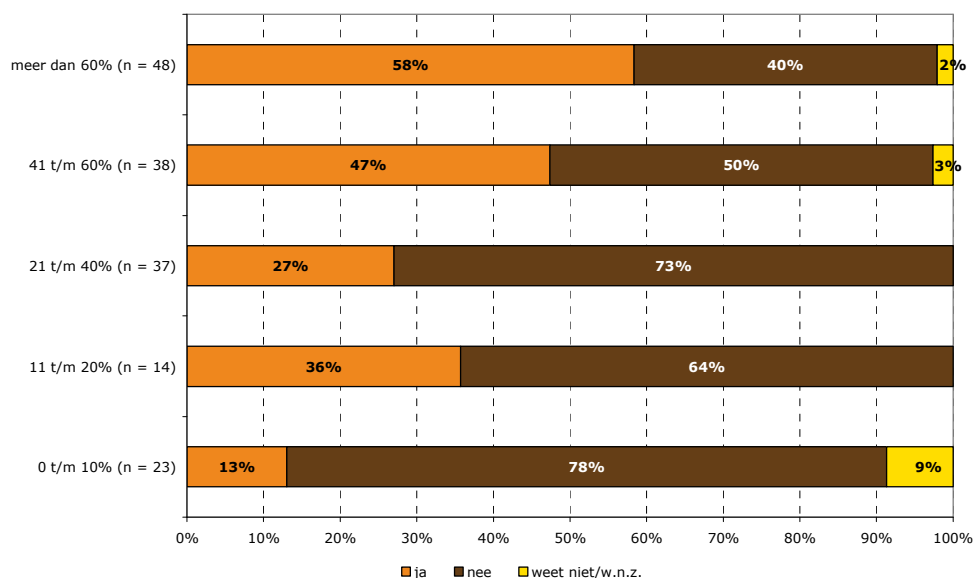
Figuur 16 laat zien in welke mate bedrijven qua omzet afhankelijk zijn van hun vier belangrijkste klanten. Het figuur maakt de omzetspreiding van bedrijven inzichtelijk, gegeven de omzet die gerealiseerd wordt bij de belangrijkste klant. Het blijkt dat bedrijven die tot 10% van hun omzet genereren bij hun belangrijkste klant, een goede spreiding hebben van de omzet bij de belangrijkste vier klanten. Meer dan 80% van hen, haalt tot 40% van de omzet bij de belangrijkste vier klanten. Voor de bedrijven die 11 tot 20% van hun omzet bij de belangrijkste

ste klant realiseren, ligt dit aandeel op 47%. De bedrijven die meer dan 20% omzet behalen bij hun belangrijkste afnemer, zijn sterk afhankelijk van hun belangrijkste vier klanten. Het moge verder duidelijk zijn dat de bedrijven die meer dan 60% van hun omzet bij de belangrijkste klant halen, per definitie meer dan 60% van hun omzet bij de belangrijkste vier klanten halen. Deze groep bedrijven is dan ook niet opgenomen in bovenstaand figuur.

Indien een vergelijking wordt gemaakt tussen 2008 en 2009 dan is een lichte stijging van de afhankelijkheid van de vier belangrijkste afnemers te constateren. Dit terwijl de afhankelijkheid van de belangrijkste klant juist iets is afgenomen (zie Figuur 7). Dit geldt voor alle bedrijven, ongeacht het percentage van de omzet dat bij de belangrijkste klant wordt gehaald.

De meeste bedrijven die tot 40% van hun omzet halen bij hun belangrijkste vier klanten vinden niet dat ze hiermee risico lopen, zie Figuur 17. Van de bedrijven die meer dan 60% van hun omzet realiseren bij hun belangrijkste vier afnemers, is ongeveer 6 op de 10 van mening hier risico mee te lopen. De percentages liggen over het algemeen wat lager dan de percentages t.a.v. de omzet die bij de belangrijkste klant wordt gegenereerd (zie Figuur 8), wat op zich klopt. Alleen de bedrijven die 11 tot 20% van hun omzet bij de belangrijkste vier klanten halen, vormen hierop een uitzondering. Meer dan een derde van hen zegt risico te lopen ten aanzien van het percentage omzet van de vier belangrijkste klanten.

Figuur 17 Risico t.a.v. het percentage omzet afkomstig van de vier belangrijkste klanten, naar percentage omzet van de vier belangrijkste klanten (2009)



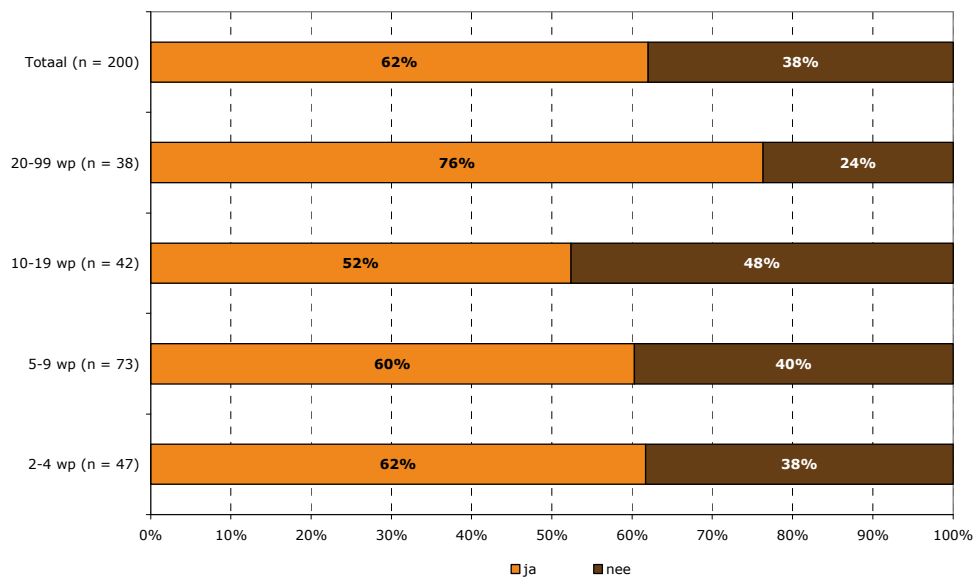
Bron: EIM, 2009

4 Innovatie

Grote(re) bedrijven innovatiever dan kleine(re) bedrijven

Iets meer dan 60% van de bedrijven heeft aangegeven nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen. Bij de bedrijven met 10 tot 19 werkzame personen is dit aandeel met 52% het laagst. Voor de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen geldt dat zelfs meer dan driekwart van de bedrijven nieuwe producten, diensten of bewerkingen ontwikkelt. De grote(re) bedrijven zijn innovatiever dan de kleine(re) bedrijven, zo blijkt uit Figuur 18.

Figuur 18 Ontwikkelt uw bedrijf nieuwe producten, diensten of bewerking (naar bedrijfs-grootte)?



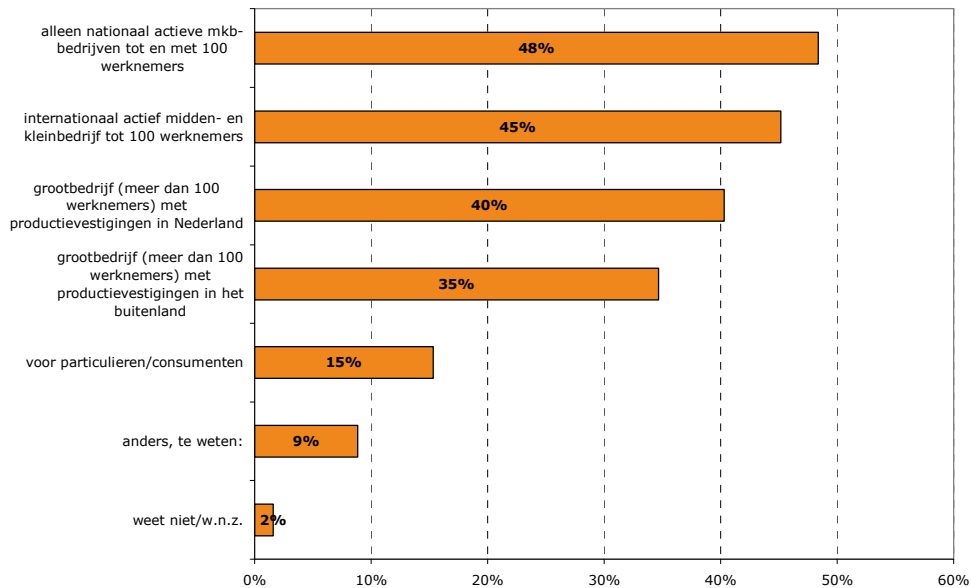
NB: zie ook Figuur 32 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

Van de bedrijven die hebben aangegeven te innoveren zegt ongeveer tweederde de innovatie zelf te initiëren. De overige bedrijven geven aan dat de klant de innovatie initieert. De situatie verschilt nauwelijks tussen de kleine(re) en de grote(re) bedrijven en ook vergeleken met vorig jaar is er op dit gebied niet veel veranderd.

Grootste deel innovaties voor nationaal actieve MKB-bedrijven

Figuur 19 Voor wie ontwikkelt u producten*?



* meerdere antwoorden mogelijk, percentages tellen derhalve niet op tot 100%

Bron: EIM, 2009

De meeste innovaties worden ontwikkeld voor MKB-bedrijven. Bijna de helft van de bedrijven die innoveren, doet dit voor nationaal en/of internationaal actieve MKB-bedrijven, zie figuur 19. De ontwikkeling van nieuwe producten, diensten of bewerkingen voor het grootbedrijf komt iets minder vaak voor. Toch zegt nog meer dan een derde van de bedrijven te innoveren voor het grootbedrijf met productievestigingen in het buitenland. In 10% van de gevallen is er ook een grote multinational afhankelijk van de innovatie. Dit betreft dan voornamelijk bekende bedrijven als Philips en Shell. Een klein deel van de bedrijven (15%) geeft aan voor particulieren/consumenten te innoveren. Dit zijn vooral de bedrijven met minder dan 20 werkzame personen. Voor de bedrijven met 2 tot 4 werkzame personen ligt dit aandeel zelfs op 35% (dit staat overigens niet weergegeven in Figuur 19).

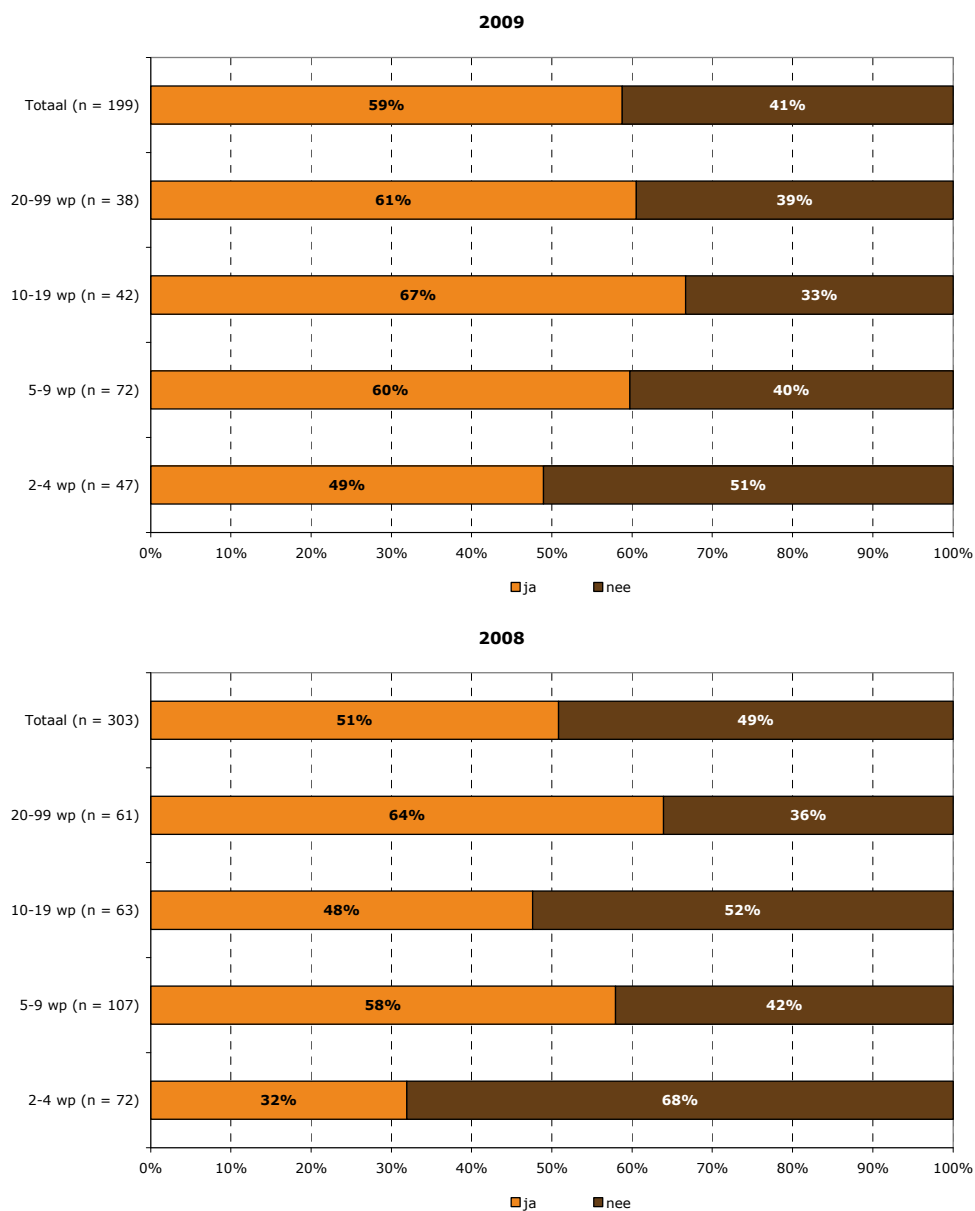
Meer producten op basis van specificatie belangrijkste klant(en)

Bedrijven maken in 2009 meer producten op specificatie van de belangrijkste klanten dan in 2008 (59% t.o.v. 51%, zie Figuur 20). Vooral bij de bedrijven met 2 tot 4 en 10 tot 19 werknemers is een grote stijging terug te zien. In 2009 zijn de verschillen tussen de bedrijfsgrootten afgenomen ten opzichte van 2008. Over het algemeen geldt dat het middenbedrijf (meer dan 10 werkzame personen) vaker producten op specificatie van de klant maakt dan het kleinbedrijf.

Ongeveer driekwart van de bedrijven is betrokken geweest bij de ontwikkeling van die producten. Ook in 2008 was dit het geval. In vergelijking met 2008 zijn in 2009 echter meer kleine bedrijven (minder dan 10 werkzame personen) en minder middelgrote bedrijven bij de ontwikkeling betrokken geweest, waardoor

er in 2009 nauwelijks meer verschillen zijn tussen de verschillende grootteklassen.

Figuur 20 Producten op basis van specificatie belangrijkste klant(en), 2008-2009, naar bedrijfsgrootte



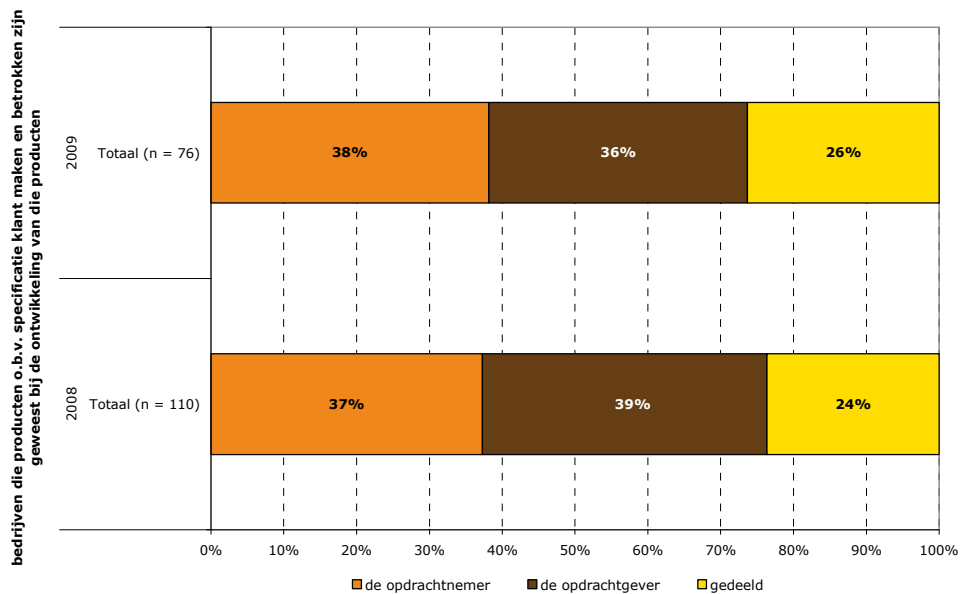
NB: zie ook Figuur 33 in bijlage I

Bron: EIM, 2009

Bijna 40% van de bedrijven geeft aan tot 50% van hun producten volledig op specificatie van de klant te maken, dat wil zeggen dat men geen inbreng heeft in uitvoering, materiaalkeuze, etc. Ongeveer een derde van de bedrijven zegt zelfs 100% van de producten volledig op specificatie van de klant te maken. Helaas is het niet mogelijk om hier een vergelijking te maken met 2008, aangezien de informatie hierover voor dat jaar ontbreekt.

Gelijkwaardige verdeling van het intellectuele eigendom

Figuur 21 Bezit van intellectuele eigendom van vernieuwende producten, 2008-2009

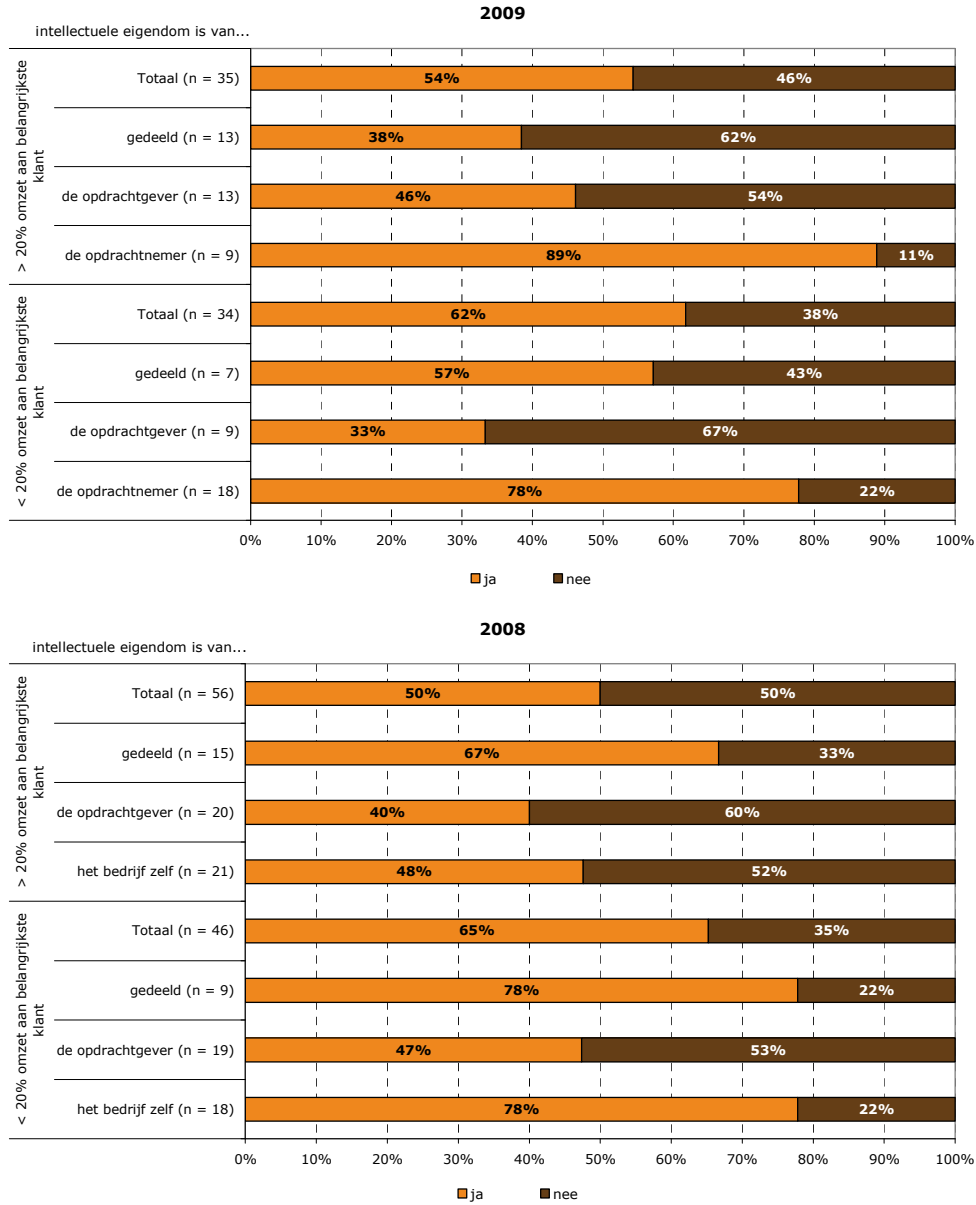


Bron: EIM, 2009

Zoals hierboven is gebleken werken bedrijven betrekkelijk vaak samen met, of in opdracht van, hun klanten om nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen. Het intellectuele eigendom hiervan rust in iets meer dan een derde van de gevallen bij de opdrachtnemer, zie Figuur 21. Het intellectuele eigendom is in iets meer dan een derde van de gevallen bij de opdrachtgever in bezit. Bij iets meer dan een kwart van de bedrijven is het intellectuele eigendom gedeeld tussen de opdrachtnemer en de opdrachtgever. Wat dat betreft is er dus sprake van een evenwichtige verdeling van het intellectuele eigendom. Tussen 2008 en 2009 is er nagenoeg geen verschuiving waar te nemen. Gezien het geringe aantal waarnemingen binnen iedere grootteklasse is het niet zinvol om een verdere uitsplitsing naar bedrijfsgrootte te maken.

Levering aan derden vaak niet toegestaan

Figuur 22 Mogelijkheid tot levering aan derden, 2008-2009, naar bezit intellectueel eigendom en percentage omzet belangrijkste klant



Bron: EIM, 2009

Het is niet altijd toegestaan nieuwe producten, diensten of bewerkingen aan derden te leveren. In zowel 2008 als in 2009 was dit voor bijna de helft van de bedrijven niet toegestaan. Dit komt vaker voor bij bedrijven die meer dan 20% van hun omzet aan de belangrijkste klant leveren (het bovenste gedeelte van iedere figuur). Dit geldt zowel in 2008 als in 2009. Vooral voor bedrijven die meer dan 20% van hun omzet bij de belangrijkste klant halen en niet beschikken over het intellectuele eigendom is dit een risicovolle situatie. In het laatste geval zijn deze bedrijven 'locked-in' bij hun belangrijkste klant.

5 Resumé

In de vorige hoofdstukken zijn allerlei resultaten gepresenteerd uit de telefonische enquêtes uit 2008 en 2009 onder MKB-bedrijven in de metaalindustrie. In dit hoofdstuk staan de belangrijkste bevindingen op een rij. Hierbij worden ook de resultaten zoals weergegeven in bijlage I meegenomen.

5.1 Crisis in de metaalindustrie

Omzet

- Kleine bedrijven tot nu toe minder hard getroffen, grootste daling van de omzet bij bedrijven met 20 tot 99 werkzame personen;
- Bedrijven die zich richten op het vervaardigen van onderdelen en/of halffabricaten zijn het meest geconfronteerd met een daling van de omzet, bedrijven die zich daarentegen bezighouden met het verrichten van service en onderhoud het minst.

Export

- Aanzienlijk meer export bij de grote(re) bedrijven dan bij de kleine(re) bedrijven. Van de bedrijven met minder dan 5 werkzame personen exporteert ruim 80% niet;
- Bedrijven die zich voornamelijk concentreren op het vervaardigen van eindproducten exporteren relatief veel. Bij bijna de helft van deze bedrijven wordt meer dan 30% van de omzet geëxporteerd. Bedrijven gericht op service en onderhoud en bepaalde bewerkingen exporteren relatief weinig;
- Exporterende bedrijven zijn momenteel erg kwetsbaar, gezien het mondiale karakter van de crisis en de sterk teruggelopen wereldhandel. De impact op de binnenlandse markt is wat later merkbaar.

Investeringsen

- Minder investeringen in de eerste helft van 2009 ten opzichte van de eerste helft van 2008, met name bij bedrijven met meer dan 20 werkzame personen. Van de bedrijven met minder dan 5 werkzame personen geeft meer dan de helft aan helemaal niet geïnvesteerd te hebben;
- Investeringsen nauwelijks teruggelopen bij de service- en onderhoudsbedrijven. Grootste afname bij bedrijven die onderdelen en/of halffabricaten vervaardigen.

5.2 Reactie op de crisis

Concurrentiestrategie

- In vergelijking met vorig jaar meer concurrentie op prijs, minder concurrentie op levertijd. Veruit de meeste bedrijven concurreren op kwaliteit. Vooral de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen hebben hun concurrentiestrategie aangepast, dit in tegenstelling tot de bedrijven met minder dan 5 werkzame personen;
- Grote stijging van het aantal bedrijven dat zegt vooral op prijs te concurreren bij de bedrijven die zich richten op het vervaardigen van onderdelen en/of halffabricaten. Een groot deel van de bedrijven die bepaalde bewerkingen verrichten concurreert op levertijd. Dit speelt nauwelijks bij de bedrijven die

eindproducten maken;

- Bedrijven die hun concurrentiestrategie hebben aangepast hebben gemiddeld vaker en meer omzetverlies geleden dan de bedrijven die hun concurrentiestrategie niet hebben aangepast.

Reactie op economische omstandigheden

- Kosten besparen blijkt een populaire maatregel onder alle bedrijven;
- Veel grote bedrijven (meer dan 20 werkzame personen) hebben hun prijzen naar beneden bijgesteld. Bij de kleine(re) bedrijven geniet deze maatregel zeer weinig voorkeur. Veel van deze bedrijven geven bovendien aan helemaal niets anders dan anders te doen, iets wat bij de grote(re) bedrijven nauwelijks wordt genoemd;
- Bedrijven die zich richten op service en onderhoud zeggen vooral niet anders dan normaal te doen. Bij de bedrijven die eindproducten maken is dit veel minder vaak het geval;
- De service- en onderhoudsbedrijven en de bedrijven die zich concentreren op het vervaardigen van onderdelen en halffabricaten geven slechts zelden aan nieuwe markten te betreden als reactie op de crisis. Bij de bedrijven die bepaalde bewerkingen uitvoeren is dit juist een relatief populaire maatregel.

5.3 Relatie met, kennis over en afhankelijkheid van afnemers

Afhankelijkheid van belangrijkste klant wat betreft omzet

- Bedrijven zijn in 2009 iets minder afhankelijk van hun belangrijkste klant dan in 2008;
- Slechts iets meer dan de helft van de bedrijven die meer dan 40% van hun omzet bij de belangrijkste klant realiseren vindt dat ze hier risico mee loopt. Dit terwijl ruim 80% van hen aangeeft in de problemen te komen indien de belangrijkste klant weg zou vallen. Een deel van hen acht het derhalve niet waarschijnlijk dat de belangrijkste klant weg zal blijven;
- De bedrijven met minder dan 20 werkzame personen zijn wat betreft hun omzet voor een groter deel afhankelijk van hun belangrijkste afnemer, dan de bedrijven met meer dan 20 werkzame personen;
- Bedrijven die zich vooral richten op het vervaardigen van onderdelen en/of halffabricaten zijn voor een groot deel van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Dit geldt in iets mindere mate ook voor de bedrijven die zich vooral concentreren op het uitvoeren van bepaalde bewerkingen.

Omvang van de belangrijkste klant

- Kleine bedrijven leveren aan relatief kleine afnemers, vooral aan bedrijven met minder dan 50 werkzame personen. Daarnaast wordt ook relatief vaak geleverd aan consumenten/particulieren;
- Bedrijven met meer dan 20 werkzame personen leveren voor een groot gedeelte aan bedrijven met meer dan 250 werkzame personen;
- Service- en onderhoudsbedrijven leveren veelal aan relatief kleine bedrijven en aan particulieren/consumenten. Ook de bedrijven die zich voornamelijk bezighouden met het verrichten van bepaalde bewerkingen leveren aan relatief kleine afnemers;
- De bedrijven die zich vooral concentreren op het vervaardigen van onderdelen en/of halffabricaten of op het produceren eindproducten hebben relatief grote afnemers. Meer dan 40% van hen levert aan bedrijven met meer dan 100 werkzame personen.

Aantal afnemers belangrijkste klant

- In vergelijking met 2008 is de kennis over het aantal afnemers van de belangrijkste klant sterk verbeterd. Met name de bedrijven die voor wat betreft hun omzet voor een groot deel afhankelijk zijn van hun belangrijkste klant, geven vaker aan te weten hoeveel afnemers hun belangrijkste klant heeft;
- Ondanks de toegenomen kennis over het aantal afnemers van de belangrijkste afnemer, blijft het zorgelijk dat van de bedrijven die meer dan 20% van hun omzet realiseren bij hun belangrijkste klant het overgrote deel niet weet hoeveel afnemers hun belangrijkste klant heeft.

Export belangrijkste klant

- Bijna 60% van de belangrijkste klanten exporteert. Dit maakt de metaalindustrie momenteel ook indirect kwetsbaar voor een dalende wereldhandel;
- De belangrijkste afnemers van de grote(re) bedrijven exporteren gemiddeld vaker dan die van de kleine(re) bedrijven;
- De belangrijkste afnemers van service- en onderhoudsbedrijven exporteren relatief weinig, die van bedrijven die zich voornamelijk richten op het vervaardigen van onderdelen en/of halffabricaten exporteren relatief veel.

Omzetontwikkeling belangrijkste klant

- Het grootste deel van de bedrijven geeft aan dat de omzet van hun belangrijkste klant is afgenomen ten opzichte van vorig jaar;
- De (geschatte) gemiddelde afname van de omzet is groter dan de gemiddelde toename van de omzet van de belangrijkste afnemer;
- Van de bedrijven die voornamelijk eindproducten vervaardigen zegt een opvallend groot aandeel een inschatting van de omzetontwikkeling van de belangrijkste klant te kunnen maken;
- Ruim een derde van de bedrijven weet niet of de omzet van de belangrijkste klant is toe- of afgenomen.

Afhankelijkheid belangrijkste klant

- In 2009 geeft 31% van de bedrijven aan dat hun belangrijkste klant (sterk) afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 lag dit aandeel op 37%;
- Vooral bij de bedrijven met meer dan 10 werkzame personen is een scherpe daling van de afhankelijkheid van de belangrijkste klant geconstateerd;
- De bedrijven die zich vooral concentreren op het verrichten van bepaalde bewerkingen en de service- en onderhoudsbedrijven, laten een flinke daling van de afhankelijkheid van de belangrijkste afnemer zien.

Levering aan grootbedrijf met productievevestigingen in meerdere landen

- Een kwart van de bedrijven geeft aan dat meer dan 20% van hun afzet direct dan wel indirect wordt geleverd aan een grootbedrijf met productievevestigingen in meerdere landen;
- Bij de grote(re) bedrijven komt dit gemiddeld iets vaker voor dan bij de kleine(re) bedrijven;
- Dit komt relatief vaak voor bij bedrijven die voornamelijk onderdelen en/of halffabricaten vervaardigen. Bedrijven die zich vooral bezighouden met het verrichten van bepaalde bewerkingen leveren relatief weinig aan het grootbedrijf met productievevestigingen in meerdere landen.

Afhankelijkheid van belangrijkste vier klanten wat betreft omzet

- De afhankelijkheid van bedrijven van hun belangrijkste vier klanten is licht toegenomen in 2009 ten opzichte van 2008;
- Bedrijven die tot 10% van hun omzet bij de belangrijkste klant realiseren hebben een goede spreiding van de omzet bij de belangrijkste vier klanten;
- De bedrijven die meer dan 20% omzet behalen bij hun belangrijkste afnemer, zijn eveneens sterk afhankelijk van hun belangrijkste vier klanten;
- Van de bedrijven die meer dan 40% van hun omzet bij de belangrijkste vier behalen, is gemiddeld iets meer dan de helft van mening dat ze hiermee risico loopt.

5.4 Innovatie

Ontwikkeling nieuwe producten, diensten of bewerkingen

- Meer dan 60% van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- Ongeveer 2/3 van hen zegt de innovatie zelf te initiëren, bij de overige bedrijven wordt de innovatie door de klant geïnitieerd;
- De meeste innovaties worden gedaan voor MKB-bedrijven. Er wordt vaker voor nationaal actieve MKB-bedrijven geïnnoveerd dan voor internationaal actieve MKB-bedrijven;
- Bedrijven met minder dan 5 werkzame personen innoveren vooral voor particulieren/consumenten;
- Grote(re) bedrijven zijn gemiddeld genomen innovatiever dan kleine(re) bedrijven;
- Bedrijven die zich vooral richten op het vervaardigen van eindproducten zijn relatief innovatief. De bedrijven die zich voornamelijk concentreren op service en onderhoud innoveren relatief weinig.

Producten op basis van specificatie belangrijkste klant(en)

- In 2009 maken gemiddeld meer bedrijven producten op basis van een specificatie van de belangrijkste klant dan in 2008;
- Ongeveer driekwart van de bedrijven is betrokken geweest bij de ontwikkeling van die producten. Ook in 2008 was dit het geval;
- Bijna 40% van de bedrijven geeft aan tot 50% van hun producten volledig op specificatie van de klant te maken. Ongeveer een derde van de bedrijven zegt zelfs 100% van hun producten op die manier te maken;
- De verdeling van het intellectuele eigendom van deze producten is gelijkwaardig (ruim een derde bedrijf zelf, ruim een derde opdrachtgever, een kwart gedeeld);
- Bedrijven met meer dan 10 werkzame personen maken gemiddeld vaker producten op basis van een specificatie van de belangrijkste klant dan bedrijven met minder dan 10 werkzame personen;
- Vooral bedrijven die onderdelen en/of halffabricaten vervaardigen, maken producten op basis van een specificatie van de belangrijkste klant. Bij de service- onderhoudsbedrijven is dit veel minder vaak het geval. Bovendien is dit bij deze bedrijven sterk afgenomen in 2009.

Levering aan derden

- Zowel in 2008 als in 2009 is het voor iets minder dan de helft van de bedrijven niet toegestaan nieuwe producten, diensten of bewerkingen aan derden te leveren;
- Dit komt gemiddeld vaker voor bij bedrijven die meer dan 20% van hun omzet aan de belangrijkste klant leveren, dan bij bedrijven die minder dan 20% van hun omzet aan de belangrijkste klant leveren;
- Met name voor innovaties waarbij de opdrachtgever beschikt over het intellectuele eigendom geldt dat levering aan derden niet vaak is toegestaan.

5.5 Belangrijkste bevindingen naar bedrijfsgrootte en -activiteit

In deze laatste paragraaf worden tot slot de belangrijkste bevindingen uit de vorige hoofdstukken naar bedrijfsgrootte en voornaamste bedrijfsactiviteit gepresenteerd. Hierdoor zal hier en daar hetzelfde worden genoemd als hierboven, maar het maakt het makkelijker om de belangrijkste resultaten voor iedere type bedrijf in te zien.

5.5.1 Naar bedrijfsgrootte

bedrijven met 2 tot 4 werkzame personen

- Bijna de helft van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Daar staat tegenover dat 30% een omzetsijging heeft meegemaakt;
- Ruim 80% van de bedrijven zegt niets of bijna niets te exporteren. Slechts 4% exporteert meer dan 30% van de omzet;
- Een kleine meerderheid van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Het aandeel bedrijven dat aangeeft in de eerste helft van 2009 *meer* dan in de eerste helft van 2008 te hebben geïnvesteerd, is iets groter dan het aandeel bedrijven dat zegt *minder* te hebben geïnvesteerd;
- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. Daarnaast wordt ook betrouwbaarheid relatief vaak genoemd. Op levertijd wordt het minst gecconcurrereerd. Tussen 2008 en 2009 hebben zich nagenoeg geen wijzigingen qua concurrentiestrategie voorgedaan;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft bijna 40% van de bedrijven aan niet anders dan normaal te doen. In 30% van de gevallen is het besparen van kosten genoemd. Nieuwe producten of diensten ontwikkelen en het naar beneden stellen van de prijzen zijn de minst populaire maatregelen;
- Iets minder dan de helft van de bedrijven is voor meer dan 20% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Voor ongeveer een vijfde van de bedrijven geldt dat men meer dan 40% van de omzet bij de belangrijkste afnemer realiseert. Ten opzichte van 2008 zijn de bedrijven minder afhankelijk geworden van hun belangrijkste klant;
- De meeste bedrijven leveren aan relatief kleine klanten. Bijna 40% van de bedrijven levert aan afnemers met minder dan 50 werkzame personen. Daarnaast levert ruim 20% van de bedrijven aan consumenten/particulieren. Aan bedrijven met meer dan 100 werkzame personen wordt relatief weinig geleverd;
- Voor iets minder dan de helft van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;

- Driekwart van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. Ook in 2008 was dit het geval;
- Ongeveer één op de zeven bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievevestigingen in meerdere landen te leveren;
- Ruim 60% van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- De helft van de bedrijven maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. In 2008 gold dit nog maar voor een derde van de bedrijven.

bedrijven met 5 tot 9 werkzame personen

- Bijna 60% van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Ongeveer een vijfde zegt daarentegen een omzetsijging te hebben meegemaakt;
- De helft van de bedrijven zegt niets of bijna niets te exporteren. Bijna één op de vijf bedrijven exporteert meer dan 30% van de omzet;
- Ongeveer een derde van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Een kwart van de bedrijven heeft *minder* geïnvesteerd in de eerste helft van 2009 dan in de eerste helft van 2008. Slechts 12% zegt *meer* te hebben geïnvesteerd;
- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. Daarnaast wordt ook relatief vaak op prijs geconcurrereerd. In vergelijking met 2008 wordt vooral meer op prijs en minder op levertijd geconcurrereerd;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft ruim een derde van de bedrijven aan kosten te besparen. Ook het leveren van extra verkoopinspanningen is relatief vaak genoemd. Nieuwe producten of diensten ontwikkelen en het naar beneden stellen van de prijzen zijn de minst populaire maatregelen;
- Iets minder dan de helft van de bedrijven is voor meer dan 20% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Voor ongeveer een zesde van de bedrijven geldt dat men meer dan 40% van de omzet bij de belangrijkste afnemer realiseert. Ten opzichte van 2008 zijn de bedrijven minder afhankelijk geworden. Het beeld is bijna identiek aan dat van de bedrijven met minder dan 5 werkzame personen;
- De meeste bedrijven leveren aan relatief kleine klanten (tot 50 werkzame personen). Toch heeft ook één op de vijf bedrijven een bedrijf met meer dan 250 werkzame personen als belangrijkste afnemer. Aan particulieren/consumenten wordt nauwelijks geleverd;
- Voor ongeveer tweederde van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;
- Ruim tweederde van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. Ook in 2008 was dit het geval;
- Iets minder dan een derde van de bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievevestigingen in meerdere landen te leveren;
- 60% van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- 60% van de bedrijven maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. Ook in 2008 was dit het geval.

bedrijven met 10 tot 19 werkzame personen

- Iets minder dan de helft van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Ongeveer een kwart zegt daarentegen een omzetstijging te hebben meegemaakt;
- 40% van de bedrijven zegt niets of bijna niets te exporteren. Bijna één op de drie bedrijven exporteert meer dan 30% van de omzet;
- Ongeveer een kwart van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Slechts 10% van de bedrijven heeft *minder* geïnvesteerd in de eerste helft van 2009 dan in de eerste helft van 2008. Een kwart zegt *meer* te hebben geïnvesteerd;
- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. Daarnaast wordt ook relatief vaak op betrouwbaarheid en levertijd geconcurrereerd. In vergelijking met 2008 is de situatie niet veel veranderd;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft bijna de helft van de bedrijven aan kosten te besparen. Ook het (nog) beter bedienen van de bestaande klant is relatief vaak genoemd. Nieuwe producten of diensten ontwikkelen en het naar beneden stellen van de prijzen zijn de minst populaire maatregelen;
- Iets minder dan de helft van de bedrijven is voor meer dan 20% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Voor ongeveer een zesde van de bedrijven geldt dat men meer dan 40% van de omzet bij de belangrijkste afnemer realiseert. Ten opzichte van 2008 zijn de bedrijven minder afhankelijk geworden. Het beeld is redelijk gelijk aan dat van de bedrijven met minder dan 10 werkzame personen;
- Een groot deel van de bedrijven levert aan relatief grote klanten (meer dan 100 werkzame personen). Toch levert ook bijna één op de drie bedrijven een bedrijf tot 50 werkzame personen. Aan particulieren/consumenten wordt nauwelijks geleverd;
- Voor iets meer dan de helft van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;
- Ruim tweederde van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 was dit nog maar voor de helft van de bedrijven het geval;
- Één op de vijf bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievervestigingen in meerdere landen te leveren;
- Iets meer dan de helft van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- Tweederde van de bedrijven maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. In 2008 gold dit nog maar voor iets minder dan de helft van de bedrijven.

bedrijven met 20-99 werkzame personen

- Meer dan tweederde van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Slechts 13% zegt daarentegen een omzetstijging te hebben meegemaakt;
- Driekwart van de bedrijven geeft aan te exporteren. Ruim 40% exporteert zelfs meer dan 30% van de omzet;
- Ongeveer een kwart van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Bijna één op de drie bedrijven heeft *minder* geïnvesteerd in de eerste helft van 2009 dan in de eerste helft van 2008. Slechts 13% zegt *meer* te hebben geïnvesteerd;

- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. Daarnaast wordt ook relatief vaak op prijs geconcurrereerd. Op levertijd wordt het minst geconcurrereerd. In vergelijking met 2008 concurreren veel meer bedrijven op prijs;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft ruim een derde van de bedrijven aan kosten te besparen. Ook het leveren van extra verkoopinspanningen is relatief vaak genoemd. Nieuwe producten of diensten ontwikkelen en 'niet anders dan normaal doen' zijn de minst populaire maatregelen. In vergelijking met de overige bedrijven is daarnaast erg vaak gekozen voor het naar beneden stellen van de prijzen;
- Tweederde van de bedrijven is tot 20% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Geen van de bedrijven is voor meer dan 60% afhankelijk van de belangrijkste afnemer en slechts 3% van de bedrijven realiseert meer dan 40% van de omzet bij de belangrijkste afnemer. Ten opzichte van 2008 zijn de bedrijven iets afhankelijker geworden;
- Meer dan de helft van de bedrijven levert aan relatief grote klanten (meer dan 100 werkzame personen). Bedrijven met minder dan 10 werkzame personen gelden zelden als belangrijkste klant, particulieren/consumenten helemaal nooit;
- Voor tweederde van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;
- Ruim 60% van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 was dit nog maar voor de helft van de bedrijven het geval;
- Één op de drie bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen te leveren;
- Driekwart van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- Ongeveer 60% van de bedrijven maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. In 2008 lag dit percentage iets hoger.

5.5.2 Naar voornaamste bedrijfsactiviteit

Verrichten van bepaalde bewerkingen

- De helft van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Één op de vijf zegt daarentegen een omzetsijging te hebben meegemaakt;
- Ruim tweederde van de bedrijven geeft aan niet of bijna niets te exporteren. Geen van de bedrijven exporteert meer dan 30% van haar omzet;
- Bijna de helft van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Een kwart van de bedrijven heeft *minder* geïnvesteerd in de eerste helft van 2009 dan in de eerste helft van 2008. Één op de vijf zegt *meer* te hebben geïnvesteerd;
- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. Daarnaast wordt ook vaak op levertijd geconcurrereerd. Op prijs wordt het minst geconcurrereerd. In vergelijking met 2008 concurreren bedrijven iets meer op kwaliteit en prijs en iets minder op levertijd;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft 40% van de bedrijven aan kosten te besparen. Ook het (nog) beter bedienen van bestaande klanten is relatief vaak genoemd. Nieuwe producten of diensten ontwikkelen en het naar beneden stellen van de prijzen zijn de minst populaire maatregelen;
- Iets meer dan de helft van de bedrijven is tot 20% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Ruim een kwart van de bedrijven is zelfs

voor meer dan 40% afhankelijk van de belangrijkste afnemer. Ten opzichte van 2008 zijn de bedrijven minder afhankelijk geworden;

- 40% van de bedrijven levert aan relatief kleine klanten (tot 50 werkzame personen). Bedrijven met minder dan 10 werkzame personen doen echter nooit dienst als belangrijkste klant. Hetzelfde geldt voor particulieren/consumenten;
- Voor 60% van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;
- Ruim een derde van de bedrijven schat in dat de omzet van de belangrijkste klant is afgenomen t.o.v. een jaar geleden. 15% van de bedrijven schat echter in dat de omzet is toegenomen. Opvallend is dat bijna de helft van de bedrijven geen inschatting kan maken van de omzetontwikkeling van de belangrijkste klant;
- 60% van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 was dit nog maar voor 44% van de bedrijven het geval;
- Slechts 15% van de bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen te leveren;
- Tweederde van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- Ruim tweederde van de bedrijven maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. In 2008 lag dit percentage iets lager.

Vervaardigen onderdelen en/of halffabricaten

- Ruim tweederde van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Ongeveer één op de zes bedrijven zegt daarentegen een omzetstijging te hebben meegemaakt;
- Iets meer dan 40% van de bedrijven geeft aan niet of bijna niets te exporteren. Van de bedrijven die wel exporteren, exporteert het grootste deel tot 10% van haar omzet. Één op de zes bedrijven exporteert meer dan 30% van haar omzet;
- Iets minder dan 40% van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Ruim een kwart van de bedrijven heeft *minder* geïnvesteerd in de eerste helft van 2009 dan in de eerste helft van 2008. Één op de zeven zegt *meer* te hebben geïnvesteerd;
- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. In vergelijking met 2008 concurreren bedrijven veel meer op prijs en iets minder op kwaliteit, betrouwbaarheid en levertijd;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft bijna de helft van de bedrijven aan kosten te besparen. Ook het (nog) beter bedienen van bestaande klanten en leveren van extra verkoopinspanningen zijn relatief vaak genoemd. Nieuwe producten of diensten ontwikkelen, het naar beneden stellen van de prijzen en het betreden van nieuwe markten zijn de minst populaire maatregelen;
- Het overgrote deel van de bedrijven is voor 10 tot 40% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Geen van de bedrijven zegt voor minder dan 5% van hun omzet afhankelijk te zijn van de belangrijkste afnemer. Ten opzichte van 2008 zijn de bedrijven minder afhankelijk geworden;
- Ongeveer één op de drie bedrijven levert aan relatief kleine klanten (tot 50 werkzame personen). Iets meer dan 40% van de bedrijven heeft een bedrijf met meer dan 100 werkzame personen als belangrijkste klant. Particulieren/consumenten gelden nooit als belangrijkste klant;

- Voor ongeveer driekwart van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;
- Meer dan de helft van de bedrijven schat in dat de omzet van de belangrijkste klant is afgenomen t.o.v. een jaar geleden. Een kwart van de bedrijven schat echter in dat de omzet is toegenomen. In vergelijking met de overige bedrijven kunnen opvallend veel bedrijven een inschatting maken van de omzetontwikkeling van de belangrijkste klant;
- Iets meer dan de helft (52%) van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 lag dit percentage iets hoger (58%);
- Iets minder dan één op de drie van de bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen te leveren;
- Ongeveer tweederde van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- Het grootste deel van de bedrijven (84%) maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. In 2008 lag dit percentage iets hoger (89%).

vervaardigen eindproducten

- Iets meer dan de helft van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Ongeveer een kwart van de bedrijven zegt daarentegen een omzetstijging te hebben meegemaakt;
- Één op de drie bedrijven geeft aan niet of bijna niets te exporteren. Van de bedrijven die wel exporteren, exporteert het grootste deel tot meer dan 30% van haar omzet;
- Iets minder dan een derde van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Iets minder dan een kwart van de bedrijven heeft *minder* geïnvesteerd in de eerste helft van 2009 dan in de eerste helft van 2008. Één op de zeven zegt *meer* te hebben geïnvesteerd;
- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. Op levertijd wordt nauwelijks geconcurrereerd. In vergelijking met 2008 concurreren bedrijven iets meer op prijs;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft bijna de helft van de bedrijven aan kosten te besparen. Ook het leveren van extra verkoopinspanningen is relatief vaak genoemd. Het naar beneden stellen van de prijzen en 'niet anders dan normaal doen' zijn de minst populaire maatregelen;
- 40% van de bedrijven is tot 10% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Slechts 8% van de bedrijven zegt voor meer dan 40% van hun omzet afhankelijk te zijn van de belangrijkste afnemer. Ten opzichte van 2008 is er niet veel veranderd;
- De omvang van de belangrijkste klant varieert sterk. De meeste bedrijven hebben echter een bedrijf met meer dan 250 werkzame personen als belangrijkste klant.;
- Voor iets minder dan tweederde van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;
- Ruim 40% van de bedrijven schat in dat de omzet van de belangrijkste klant is afgenomen t.o.v. een jaar geleden. Slechts 12% schat in dat de omzet is toegenomen. Opvallend is verder dat 40% van de bedrijven geen inschatting kan maken van de omzetontwikkeling van de belangrijkste klant;
- 70% van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 lag dit percentage iets lager;

- Een kwart van de bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen te leveren;
- Ongeveer driekwart van de bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- 60% van de bedrijven maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. In 2008 lag dit percentage iets lager.

verrichten service en onderhoud

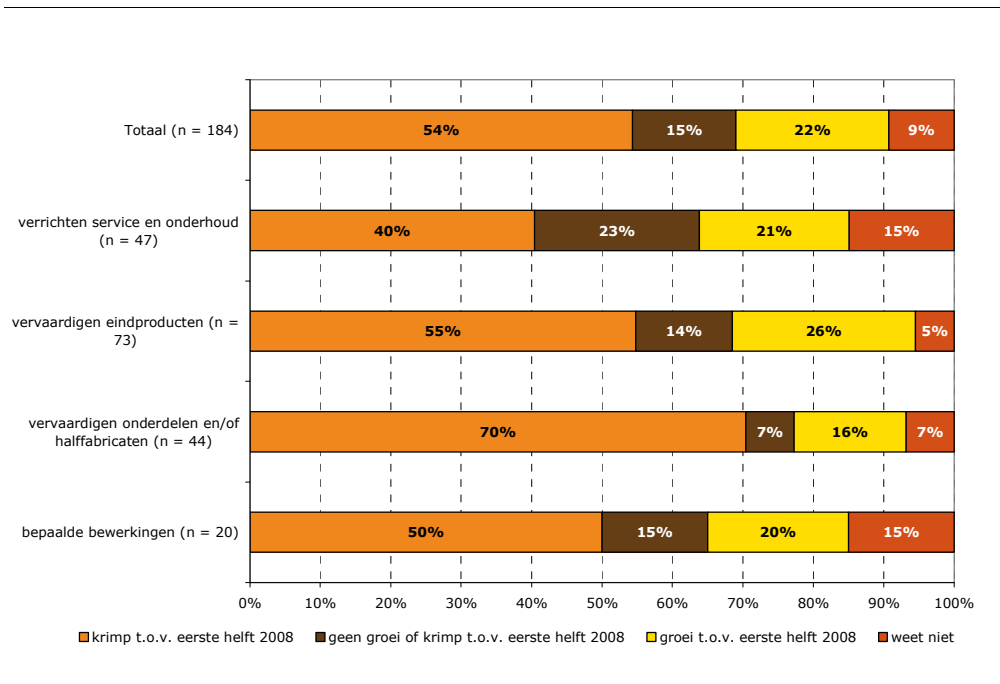
- 40% van de bedrijven heeft haar omzet in de eerste helft van 2009 t.o.v. de eerste helft van 2008 zien dalen. Ongeveer één op de vijf bedrijven zegt daarentegen een omzetsijging te hebben meegemaakt;
- Bijna 80% van de bedrijven geeft aan niet of bijna niets te exporteren. Iets minder dan 10% van de bedrijven exporteert meer dan 30%;
- Iets minder dan de helft van de bedrijven heeft in de eerste helft van 2009 niet geïnvesteerd. Slechts 4% van de bedrijven heeft *minder* geïnvesteerd in de eerste helft van 2009 dan in de eerste helft van 2008. 13% zegt *meer* te hebben geïnvesteerd;
- De meeste bedrijven geven aan op kwaliteit te concurreren. Daarnaast is ook prijs relatief vaak genoemd. Op levertijd wordt het minst geconcurrerd. In vergelijking met 2008 concurreren bedrijven vooral meer op prijs en iets minder op levertijd;
- Als reactie op de economische omstandigheden geeft 40% van de bedrijven aan niets anders dan normaal te doen. Ook het besparen van kosten is relatief vaak genoemd. Het betreden van nieuwe markten en het ontwikkelen van nieuwe producten op diensten zijn de minst populaire maatregelen;
- Meer dan de helft van de bedrijven is tot 10% van hun omzet afhankelijk van hun belangrijkste klant. Slechts 10% van de bedrijven zegt voor meer dan 40% van hun omzet afhankelijk te zijn van de belangrijkste afnemer. Ten opzichte van 2008 zijn de bedrijven iets minder afhankelijk geworden;
- De omvang van de belangrijkste klant varieert sterk. In iets minder dan de helft van de gevallen heeft de belangrijkste klant minder dan 50 werkzame personen. Verder zijn particulieren/consumenten relatief vaak de belangrijkste klant;
- Voor iets meer dan een derde van de bedrijven geldt dat de belangrijkste afnemer exporteert;
- Een kwart van de bedrijven schat in dat de omzet van de belangrijkste klant is afgenomen t.o.v. een jaar geleden. Iets minder dan één op de vijf schat in dat de omzet is toegenomen. Opvallend is verder dat de helft van de bedrijven geen inschatting kan maken van de omzetonwikkeling van de belangrijkste klant;
- Bijna 90% van de bedrijven heeft aangegeven dat de belangrijkste klant niet afhankelijk is van hen als leverancier. In 2008 lag dit percentage een stuk lager (78%);
- Één op de vijf bedrijven zegt meer dan 20% van de afzet (direct dan wel indirect) aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen te leveren;
- Slechts één op de drie bedrijven geeft aan nieuwe producten, diensten of bewerkingen te ontwikkelen;
- Een derde van de bedrijven maakt producten op basis van specificatie van de belangrijkste klant. Dit is twee keer zoveel als in 2008.

BIJLAGE I Uitsplitsing naar activiteit van het bedrijf

Hieronder zijn de figuren uit het rapport, indien relevant, uitgesplitst naar de voornaamste bedrijfsactiviteit weergegeven.

Omzet

Figuur 23 Omzet eerste helft 2009 t.o.v. eerste helft 2008, naar voornaamste bedrijfsactiviteit

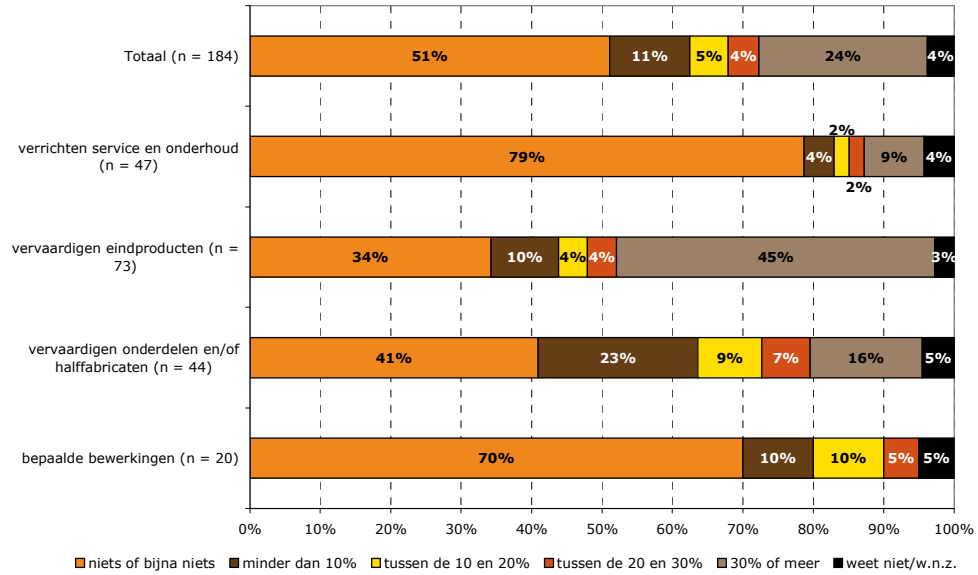


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 1.

Export

Figuur 24 Aandeel van de omzet dat wordt geëxporteerd, naar voornaamste bedrijfsactiviteit

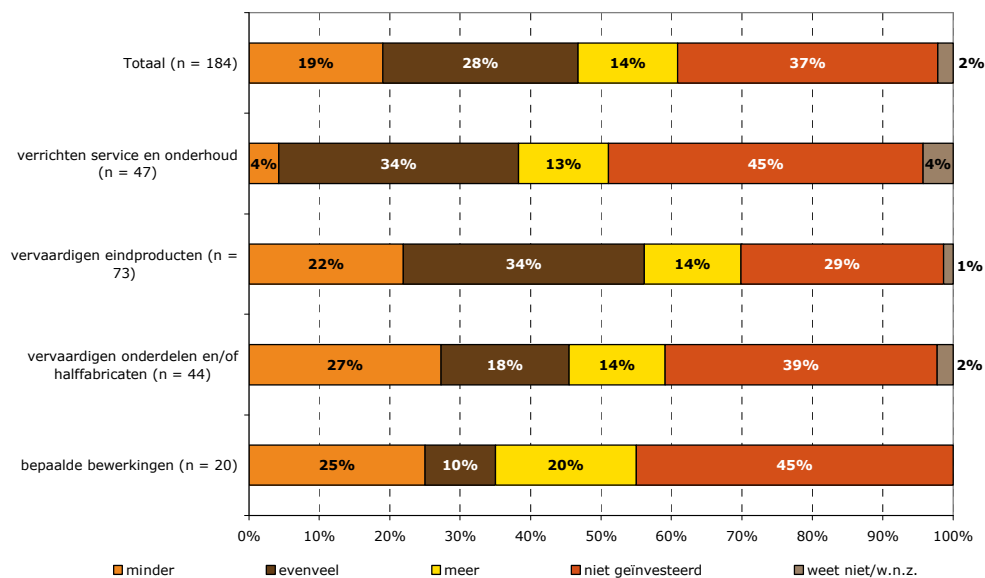


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 3.

Investeringsen

Figuur 25 Investeringsen eerste helft 2009 t.o.v. eerste helft 2008, naar voornaamste bedrijfsactiviteit

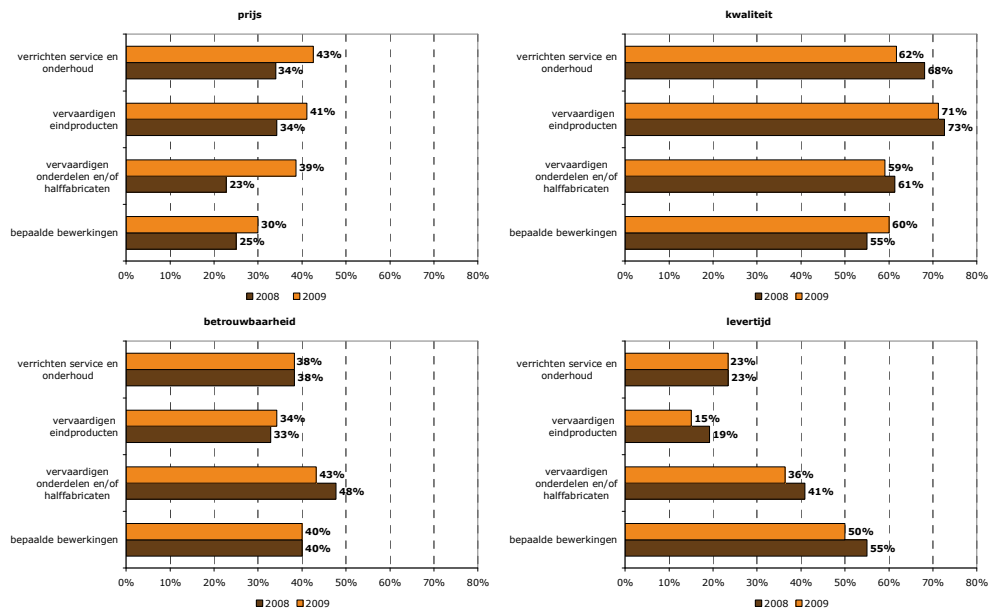


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 4.

Concurrentie

Figuur 26 Concurrentie op prijs, kwaliteit, betrouwbaarheid en levertijd, 2008-2009, naar voornaamste bedrijfsactiviteit*



*meerdere antwoorden mogelijk, percentages tellen derhalve niet op tot 100% per bedrijfsactiviteit

Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 5.

Reactie op economische omstandigheden

Tabel 2 Reactie op economische omstandigheden, naar voornaamste bedrijfsactiviteit*

reactie ↓	bedrijfsactiviteit →	verv.		service		totaal
		bep. bew,	ond & halfFabr.	verv. eindpr.	& on-derh.	
extra verkoopinspanningen		20%	25%	25%	15%	22%
prijzen naar beneden bijstellen		10%	11%	12%	15%	13%
nieuwe markten betreden		25%	7%	16%	11%	15%
nieuwe producten of diensten ontwikkelen		5%	11%	15%	6%	11%
bestaande klanten (nog) beter bedienen		30%	25%	18%	21%	22%
kosten besparen		40%	48%	45%	23%	40%
anders, te weten...		5%	11%	15%	4%	10%
niets, wij doen niet anders dan normaal		25%	18%	12%	38%	22%

* meerdere antwoorden mogelijk, percentages tellen derhalve niet op tot 100%

vet gedrukt zwart: twee meest genoemde antwoorden binnen een bepaalde bedrijfsactiviteit

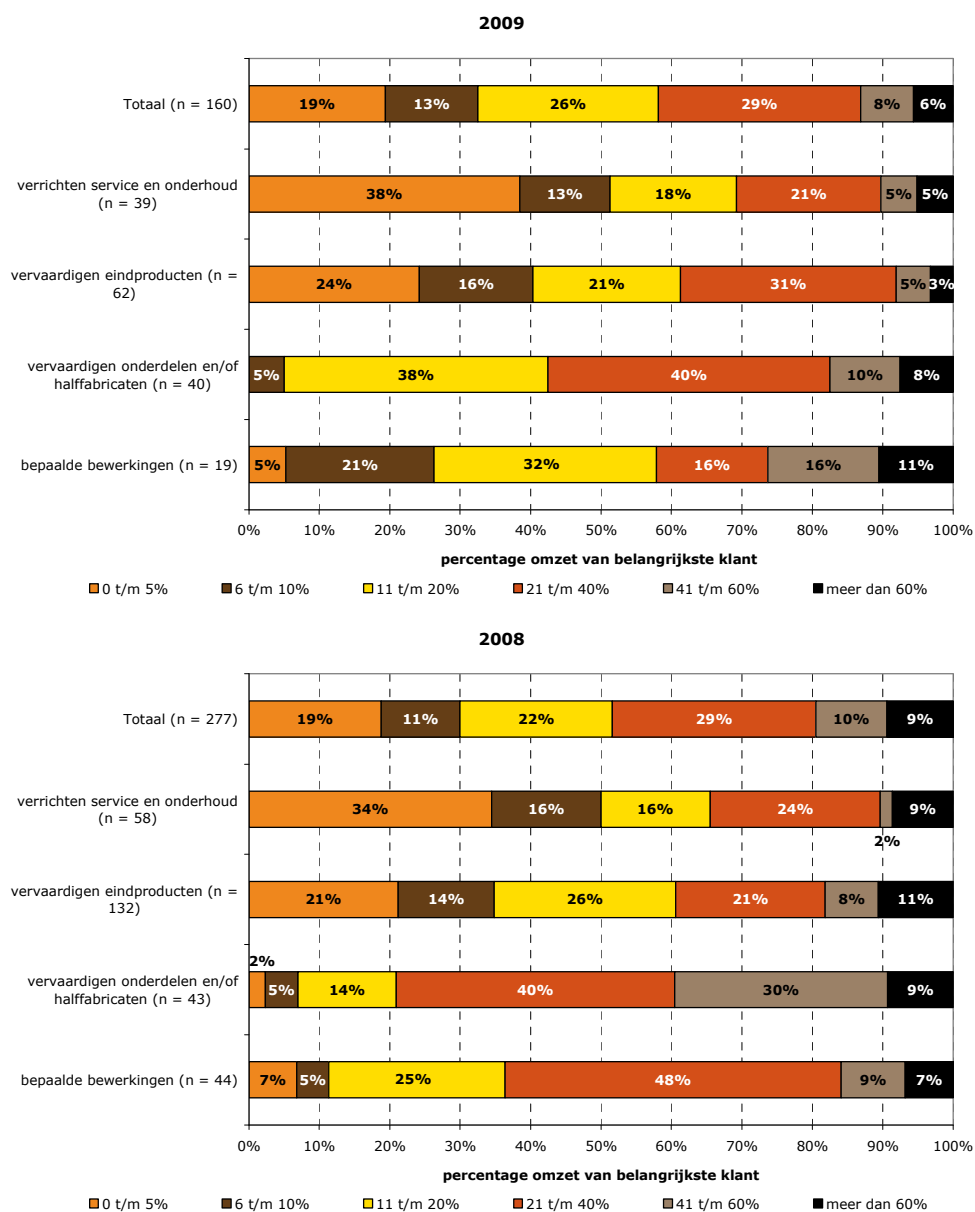
vet gedrukt rood: twee minst genoemde antwoorden binnen een bepaalde bedrijfsactiviteit

Bron: EIM, 2009

Zie ook Tabel 1.

Percentage omzet afkomstig van de belangrijkste klant

Figuur 27 Percentage van de omzet afkomstig van de belangrijkste klant, 2008-2009, naar voornaamste bedrijfsactiviteit

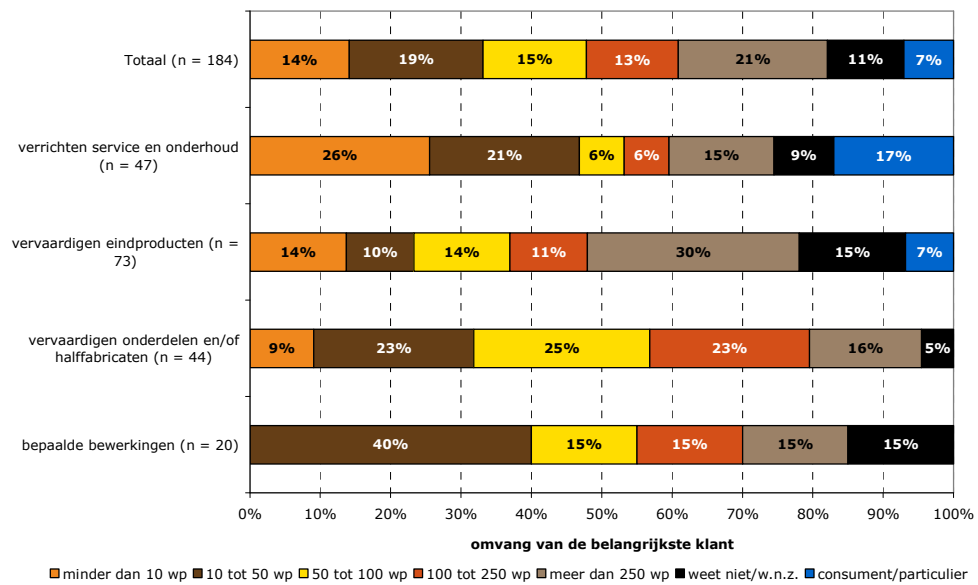


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 7.

Omvang van de belangrijkste klant

Figuur 28 Omvang van de belangrijkste klant, naar voornaamste bedrijfsactiviteit (2009)

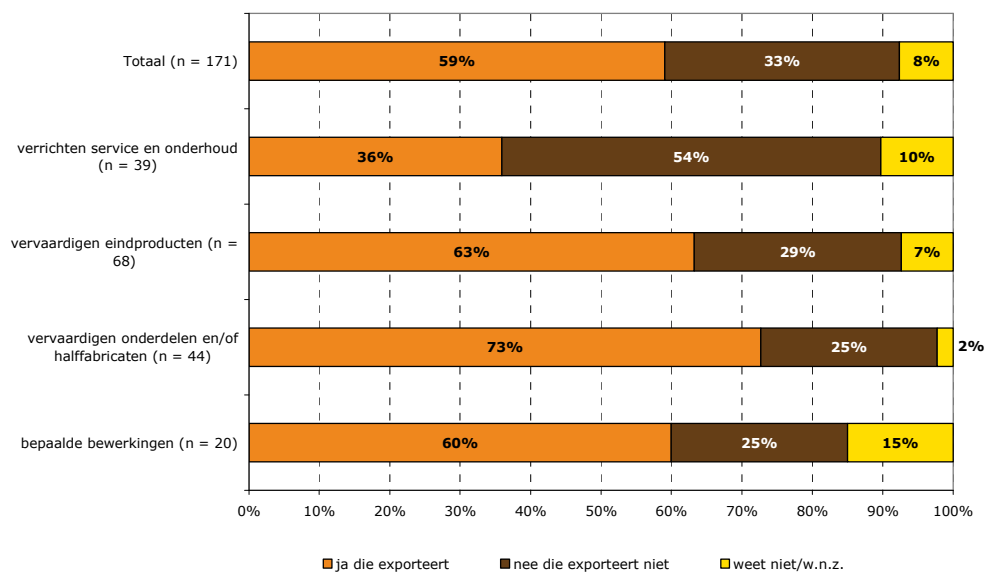


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 10.

Export belangrijkste klant

Figuur 29 Exporteert belangrijkste klant (naar voornaamste bedrijfsactiviteit)?

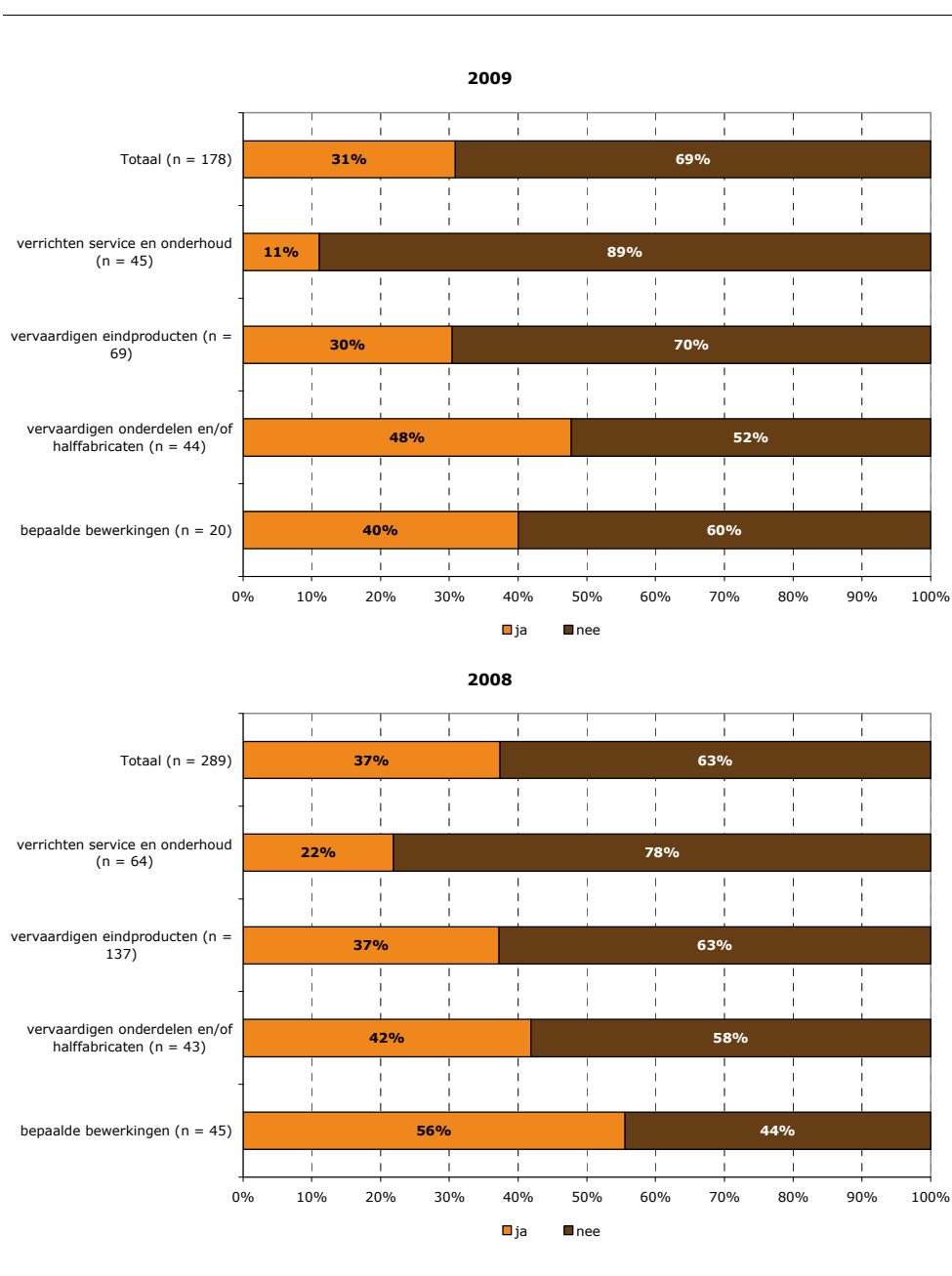


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 12.

Afhankelijkheid van belangrijkste afnemer

Figuur 30 Is de belangrijkste klant afhankelijk van u als leverancier (2008-2009, naar voornaamste bedrijfsactiviteit)?

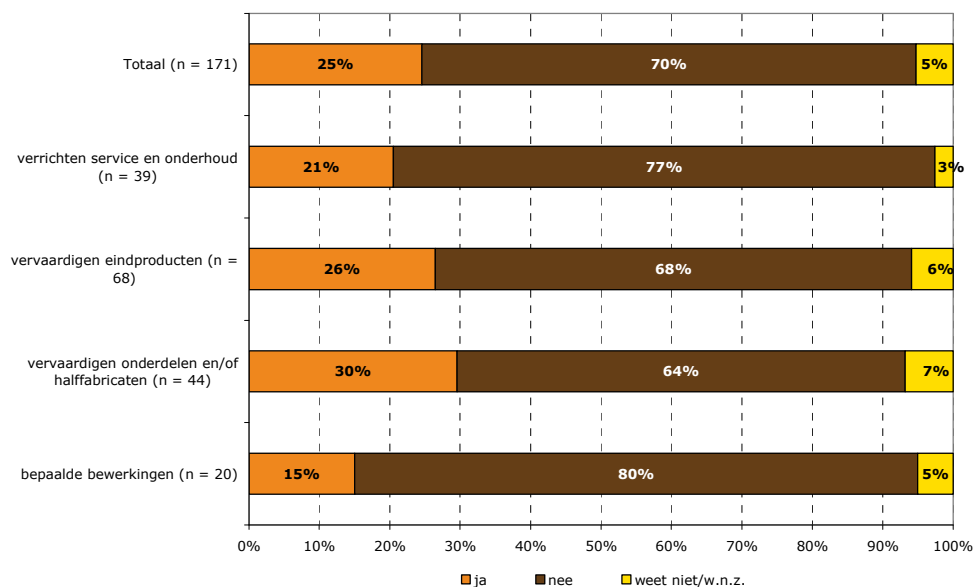


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 14.

Meer dan 20% van de afzet aan grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen

Figuur 31 Levert uw bedrijf meer dan 20% van de afzet aan een grootbedrijf met productievestigingen in meerdere landen (naar voornaamste bedrijfsactiviteit)?

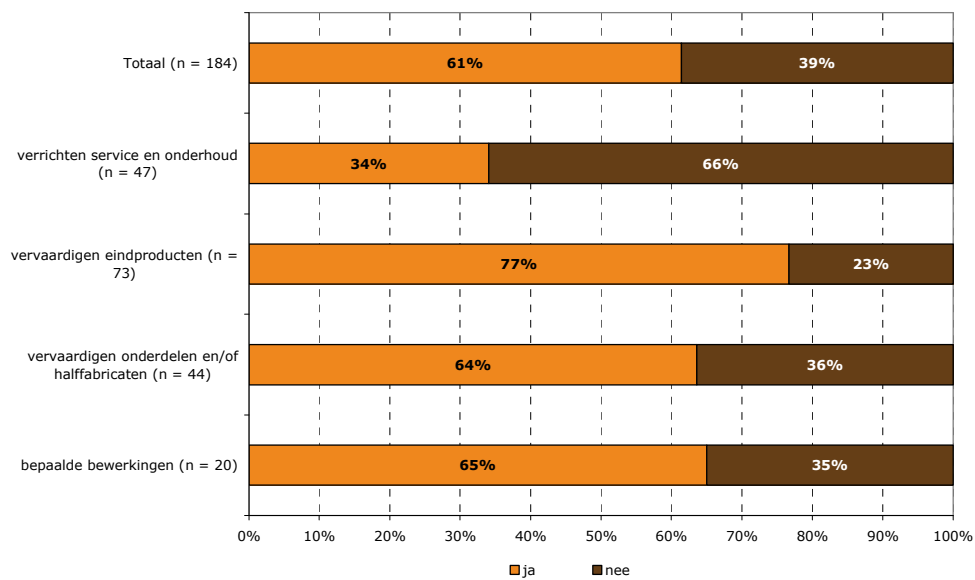


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 15.

Ontwikkeling nieuwe producten, diensten of bewerkingen

Figuur 32 Ontwikkelt uw bedrijf nieuwe producten, diensten of bewerking (naar voor-
naamste bedrijfsactiviteit)?

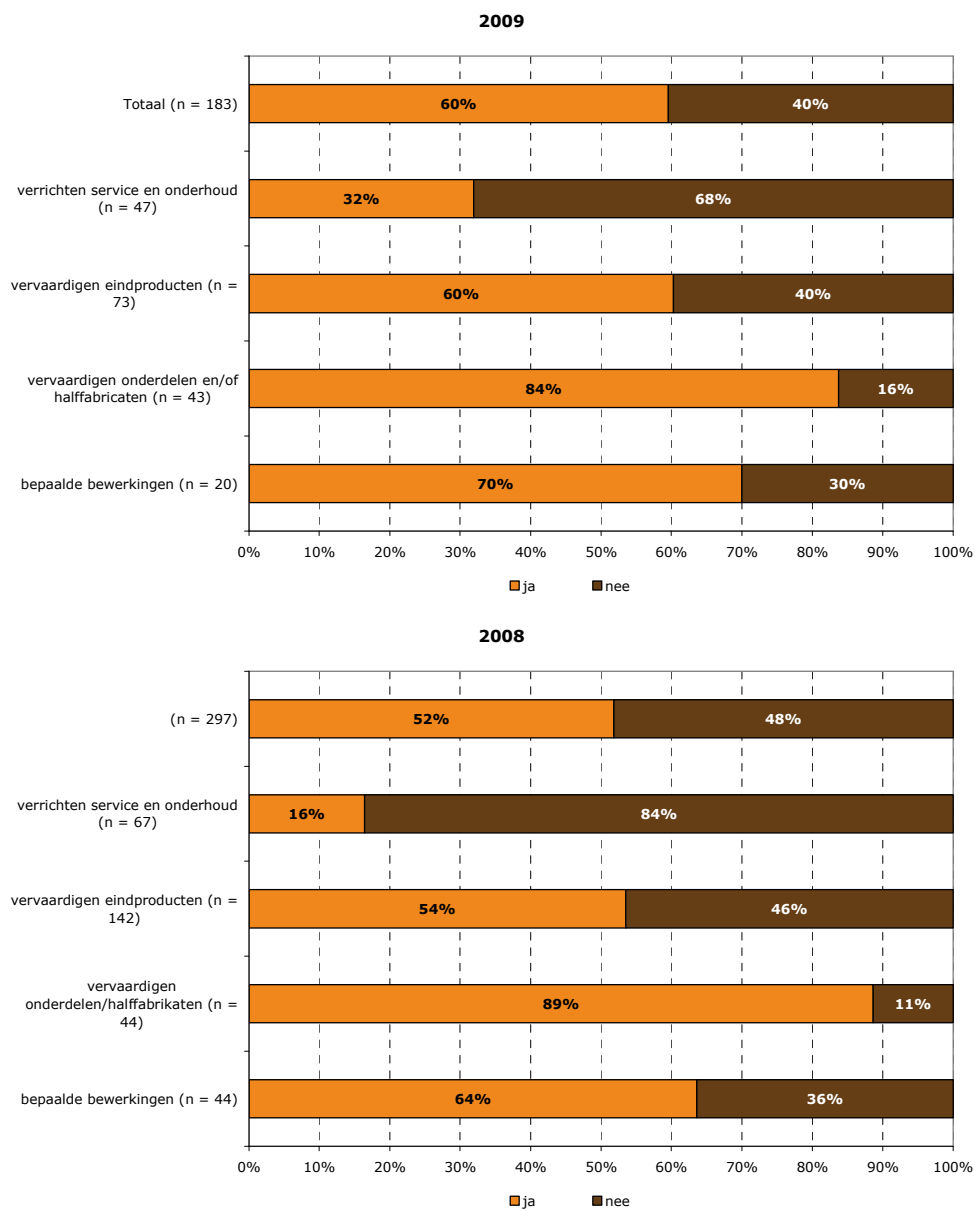


Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 18.

Producten op basis van specificatie belangrijkste klant(en)

Figuur 33 Producten op basis van specificatie belangrijkste klant(en), 2008-2009, naar voornaamste bedrijfsactiviteit



Bron: EIM, 2009

Zie ook Figuur 20 in hoofdstuk 4.