

Omzetgroei moet van uitbreiding activiteiten komen

De omzet van de uitzendbranche krabbelt weer op. Verdere groei is afhankelijk van economische ontwikkelingen, structurele factoren en een uitbreiding van de activiteiten. De verwachte economische groei vormt een beperkte stimulans voor de markt van uitzendbureaus. Structurele factoren zoals het afnemend belang van uitzendkrachten hebben een blijvend negatief effect op de uitzendmarkt. De markt van uitzendbureaus kan worden vergroot door een uitbreiding van de activiteiten. Hierbij gaat het om het aanbieden van oplossingen aan bedrijven voor hun problemen op arbeidsgebied. Het kost echter tijd om deze omslag te maken. Al met al verwacht ABN AMRO een omzetgroei bij uitzendbureaus van 3% in 2014 en 4% in 2015.

Hoe heeft de uitzendmarkt zich ontwikkeld?

Na twee jaar te zijn gedaald neemt zowel de omzet als het aantal uitzenduren van uitzendbureaus in het laatste kwartaal van 2013 en het eerste kwartaal van 2014 toe. Opvallend is dat het BBP in het eerste kwartaal van 2014 krimpt, terwijl de uitzendbranche betere cijfers laat zien. Bedacht moet echter worden dat de krimp van de economie in die periode werd veroorzaakt door eenmalige factoren zoals het lagere energieverbruik als gevolg van de milde winter – zie [hier](#) voor meer informatie. Zonder deze eenmalige factoren zou de economische groei op ongeveer 0 zijn uitgekomen.

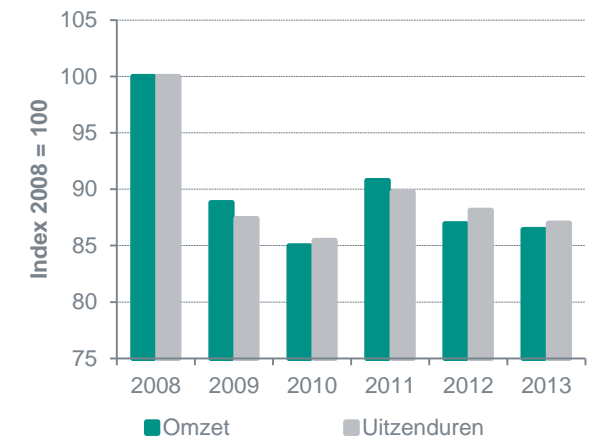
Omzet, uitzenduren en BBP



Bron: CBS

Het recente herstel in de uitzendbranche sluit een hectische periode met pieken en dalen af, waarbij het dal in het recessiejaar 2009 wel zeer diep was. Uiteindelijk kwamen omzet en uitzenduren in 2013 ver uit onder het niveau van het topjaar 2008. De omzet lag in 2013 14% onder die van 2008, het aantal uitzenduren 13%.

Niveau omzet en uitzenduren, 2008 - 2013



Bron: CBS

Waar is verdere groei uitzendmarkt van afhankelijk?

Of de markt van uitzendondernemingen verder groeit, is afhankelijk van economische factoren, structurele factoren en een uitbreiding van de activiteiten.

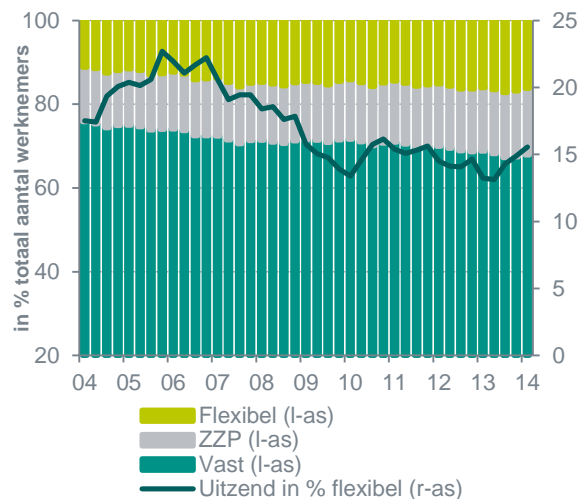
Economische factoren

Een groeiende economie werkt positief uit op de vraag naar uitzenduren. Bij een groei van de economie boven de twee à drie procent versnelt de groei van de vraag naar uitzenduren. Na het recessiejaar 2013, verwachten wij echter op de korte termijn een economische groei die daar duidelijk onder ligt. ABN AMRO verwacht namelijk dat de Nederlandse economie met 0,5% groeit in 2014 en met 1,5% in 2015. Verder zijn bedrijven nog voorzichtig met het aantrekken van nieuwe arbeidskrachten, deels vanwege de lage economische groei en deels vanwege geopolitieke spanningen zoals in Oekraïne. Bedrijven zetten eerst hun bestaande werknemers efficiënter in voordat ze nieuwe mensen aantrekken. Het UWV stelde onlangs dat het aantal banen nog dit jaar afneemt om in 2015 weer toe te nemen, hoewel in beperkte mate. Hierbij is nog geen rekening gehouden met het onlangs naar buiten gekomen plan van de overheid om de belasting op arbeid te verlagen. Dit moet nieuwe banen opleveren. Al met al verwachten wij dat economische ontwikkelingen een licht positief effect op de uitzendmarkt zullen uitoefenen.

Structurele factoren

Positief voor de uitzendbranche is dat het aandeel van werknemers met een vaste arbeidsrelatie in het totale Nederlandse werknemersbestand al een tijd afneemt. Het aandeel van werknemers met een flexibele arbeidsrelatie en van zelfstandigen of ZZP'ers neemt juist toe.

Samenstelling werknemersbestand



Bron: CBS

Vervelend voor de uitzendbranche is dat het aandeel van uitzendkrachten in het totale bestand van flexibele werknemers daalt. Het aandeel van de overige flexibele arbeidskrachten zoals oproepkrachten, werknemers met een tijdelijk dienstverband en vaste werknemers

zonder vaste uren stijgt daarentegen.

Ongunstig is ook dat ZZP'ers zich niet zo gauw laten bemiddelen via uitzendbureaus.

Het toenemend belang van flexibele werknemers voor bedrijven wordt gevoed door hun toenemende behoefte aan wendbaarheid. Bedrijven willen zich snel kunnen aanpassen aan veranderende marktomstandigheden. Ongunstig voor de uitzendmarkt is dat niet alleen het aandeel van uitzendkrachten in de flexibele schil afneemt, maar dat bedrijven ook hun bestand aan flexibele arbeidskrachten zelf willen beheren. Hierdoor dreigen uitzendbureaus buiten spel te worden gezet. Een andere structurele factor is de druk op het aantal banen als gevolg van nieuwe technologie en automatisering. Vooral in beroepen waarvoor geen hoge opleiding nodig is, verdwijnt het aantal banen. Tot slot staan de tarieven van het traditioneel plaatsen van uitzendkrachten onder druk omdat deze activiteit steeds meer als bulk wordt beschouwd. Dit heeft geen invloed op het aantal uitzenduren maar wel op de omzet. Samenvattend kan worden gesteld dat structurele ontwikkelingen een grote bedreiging vormen voor de ontwikkeling van de uitzendmarkt.

Uitbreiding van activiteiten

De magere economische vooruitzichten en het doorzetten van structurele ontwikkelingen zijn

geen goede voedingsbodem voor een duurzame groei van de markt van uitzenders.

Uitzendbureaus reageren daar op verschillende manieren op. Denk aan het verlagen van de kosten, het opzoeken van nieuwe doelgroepen en specialisatie naar afnemerstype. Het punt is echter dat met deze strategieën de uitzendmarkt niet wordt vergroot, maar dat het meer gaat om een herverdeling van een markt die onder druk staat. Daarom gaan er steeds meer stemmen op om de activiteiten van uitzendbureaus uit te breiden. Het komt er op neer dat de kennis die uitzendbureaus in huis hebben, meer te gelde moet worden gemaakt. Gedacht moet dan worden aan het bieden van oplossingen aan bedrijven voor diverse uitdagingen op arbeidsgebied. Denk aan het aantrekken en het opleiden van arbeidskrachten, het organiseren van de uitstroom van werknemers en het beheer van de flexibele schil, niet alleen wat betreft de effectiviteit maar ook de kosten daarvan. Diverse uitzendbureaus zijn die weg al opgegaan.

Vooruitzichten omzet uitzendbureaus

De economische groei op de korte termijn vormt een beperkte stimulans voor de uitzendmarkt. Het plan van de overheid om de werkgelegenheid te stimuleren is een opsteker, hoewel nog niet bekend is wanneer en hoeveel nieuwe banen dit oplevert. Negatieve structurele ontwikkelingen zoals het afnemend belang van

uitzendkrachten zullen de markt parten blijven spelen. De markt van uitzendbureaus kan worden vergroot door uitbreiding van de activiteiten in de richting van het aanbieden van oplossingen voor arbeidsproblemen van bedrijven. Op basis van hun kennis kunnen uitzendbureaus bedrijven werk uit handen nemen dan wel van advies dienen op het gebied van arbeid gerelateerde kwesties. Hiertoe zal de relatie met bedrijven moeten worden verstevigd. Het zal echter tijd kosten om zich de rol van zakenpartner aan te meten.

Al met al verwacht ABN AMRO dat na een daling van ongeveer 0,5% in 2013, de omzet van uitzendbureaus in 2014 met 3% stijgt en in 2015 met 4%.

Economisch Bureau Nederland

Eric Huliselan

Tel. +31 20 628 2138

Eric Huliselant@nl.abnamro.com

Commercieel Contact | Sector Advisory

Han Mesters (Sector Banker)

tel: +31 20 343 3219

Han Mesters@nl.abnamro.com

Lees meer van het Economisch Bureau op: <https://insights.abnamro.nl/>

Het Economisch Bureau is ook actief op twitter. [Klik hier](#) om onze tweets te volgen.

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie, die op zorgvuldige wijze in onze analyses en prognoses zijn verwerkt. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd.

Tekst is afgesloten op 12 juni 2014.

© ABN AMRO, juni 2014

Deze publicatie is alleen bedoeld voor eigen gebruik. Het gebruik van tekstdelen en/of cijfers is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van deze publicatie is niet toegestaan, behalve indien hiervoor schriftelijk toestemming is gekregen van ABN AMRO.