

# schoonmaakbedrijven

- » Prijs-kwaliteitverhouding is belangrijk, maar selectie op prijs neemt toe
- » Toegevoegde waarde creëren met een totaalconcept van facilitaire diensten
- » Schoonmaak is een commodity; dit werkt switchgedrag in de hand

## Branchebeschrijving

De schoonmaakbranche kan worden opgesplitst in 2 verschillende segmenten: reiniging van gebouwen (zoals kantoorpanden en onderwijsgebouwen, inclusief glazenwassen, gevelreiniging en schoorsteenvegen) en overige reiniging (waaronder schoonmaak van transportmiddelen en industriële installaties). Overkoepelende

organisaties zijn de OSB (werkgevers) en de RAS (arbeidsverhoudingen), de Vereniging Schoonmaak Research (VSR) en het opleidingsinstituut SVS. De OSB is de werkgeversorganisatie van de branche. De OSB heeft met een ledenaantal van 500, een aandeel van circa 80% van de totale omzet.

## Trends en ontwikkelingen

Na 3 zeer magere jaren van omzetgroei, liet 2012 toch nog een groei in omzet zien. De omzet nam op jaarbasis met 1,1% toe. Hierbij valt op dat vooral de vraag naar schoonmaakdiensten het liet afweten. Die vraag daalde met 1%; dit werd onder meer veroorzaakt door versobering van (bestaande) contracten en een toenemende leegstand van kantoorruimtes. Maar er waren meer oorzaken. Ook de sterke efficiency in (kantoor)ruimtegebruik - door de toegenomen automatisering, flexwerkplekken, innovatieve kantoorconcepten en thuiswerken - zorgde voor een afnemende vraag naar schoonmaakdiensten. Ondertussen is het verkrijgen van nieuwe opdrachten niet eenvoudiger geworden. De prijs-kwaliteitverhouding is een belangrijk criterium voor opdrachtgevers bij het kiezen van hun schoonmaak-

bedrijf. Maar de uiteindelijke prijs blijkt steeds vaker de doorslaggevende factor te zijn. Dit tot ongenoegen van veel (vooral kleinere) partijen, die zo de druk op de marges verder zien toenemen. De financiële positie van bedrijven verzwakt hierdoor. Het aantal faillissementen was in 2012 relatief hoog, maar is desondanks met 16% afgenomen. Multiserviceconcepten - waarbij schoonmaak, beveiliging en/of catering worden gebundeld - blijven belangrijk. Het is een manier om toegevoegde waarde te bieden met een totaalconcept van facilitaire diensten. Maar er zijn ook spelers die goede resultaten behalen met een primaire focus op schoonmaken. Kleinere bedrijven blijven de regionale specialisten. Zij zoeken soms ook samenwerking met al dan niet branchevreemde partijen.

## Onze visie

De schoonmaakmarkt is verzadigd. Hoewel de uitbestedingsgraad van bedrijven circa 65% is (en jaarlijks toeneemt), krimpt de markt voor schoonmaakbedrijven. Bedrijven die gespecialiseerd zijn in schoonmaakbemiddeling - zonder eigen diensten in beheer en alles extern ingekocht - zijn in opkomst. Schoonmaakdiensten blijven een onmisbare component in de bedrijfsvoering. In crisistijd zijn het echter vaak de ondersteunende diensten die het moeten afleggen; bedrijven kijken of er een efficiencyslag is te maken. Bedrijven die schoonmaakdiensten afnemen zijn relatief minder loyaal aan hun toeleverancier. De dienst wordt gezien als een commodity; dit werkt switchgedrag in de hand. Schoonmaakbedrijven hebben geen tot weinig marktmacht. Hierdoor

gebeurt het regelmatig dat bestaande contracten worden opengebroken, en onderhevig zijn aan verdere versobering en prijsdruk. Gevolg is dat bedrijven meer vierkante meters moeten schoonmaken, in aanzienlijk minder tijd. De druk op medewerkers neemt toe. Dit gaat uiteindelijk ten koste van de kwaliteit; het opleidings- en trainingstraject komt namelijk ook in het gedrang. De rol van schoonmaakbedrijven verandert doordat opdrachtgevers efficiënter omgaan met hun (kantoor) ruimte. ABN AMRO Economisch Bureau verwacht dat de vraag naar multiserviceconcepten verder toeneemt. Dit betekent concreet dat er meer synergie te realiseren valt.

## Kerngegevens

Omzetgroei 2012: **1,1%**  
Aantal schoonmaakbedrijven: **11.020**  
► groei vergeleken met 2011: **7,4%**

Aandeel bedrijven <5 werknemers: **84,9%**  
Aantal vestigingen: **11.530**  
Aantal vestigingen per bedrijf: **1,05**

**Actuele sectorprognoses vindt u in onze publicatie 'Prognoses economie en sectoren'**

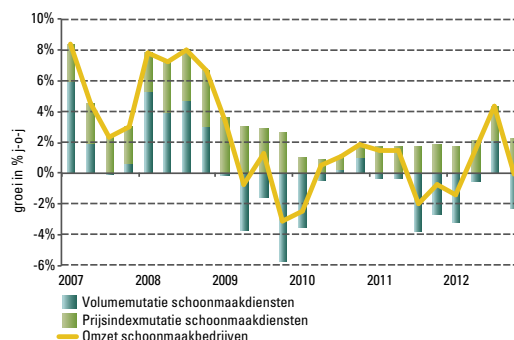
## Websites

[www.osb.nl](http://www.osb.nl)  
[www.servicemanagement.nl](http://www.servicemanagement.nl)  
[www.vsr-org.nl](http://www.vsr-org.nl)  
[www.alleschoonmaakbedrijven.nl](http://www.alleschoonmaakbedrijven.nl)

## Prijs stijgt, maar volume blijft achter

Bron: CBS

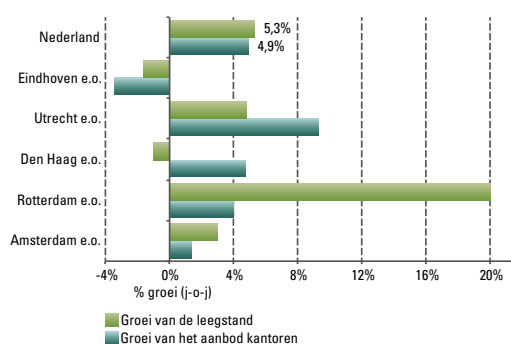
- ▶ In 2012 nam de omzet voor schoonmaakbedrijven met 1,1% toe. Hoewel dit een gematigde groei is, blijkt het toch een aanzienlijke verbetering in vergelijking met de voorgaande 3 jaren. Tijdens die periode groeide de omzet met gemiddeld 0,1% jaar-op-jaar.
- ▶ Omzetgroei is een resultante van prijs- en volumeontwikkelingen. De toename van de prijs kon de omzet sinds het tweede kwartaal van 2009 op peil houden. De vraag naar schoonmaakdiensten nam - onder invloed van een versoering van contracten voor schoonmaak en andere facilitaire diensten - af.



## Aanbod en leegstand van kantoren neemt toe

Bron: DTZ Zadelhoff

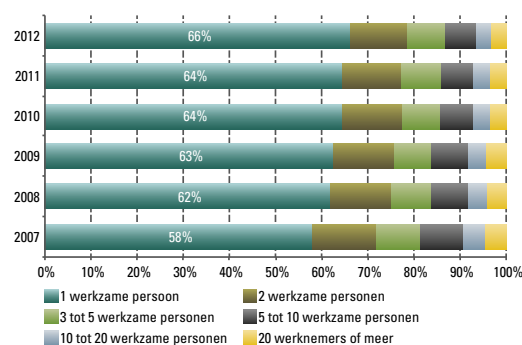
- ▶ Een van de oorzaken van de teruglopende vraag naar schoonmaak is de oplopende leegstand van kantoren. Dit is een structureel probleem; veel schoonmaakbedrijven hebben hier last van.
- ▶ In 2012 nam zowel het aanbod van Nederlandse kantoorpanden als de leegstand toe. Van de 5 grootste steden verslechterde de situatie in Rotterdam het sterkst; de leegstand in de Maasstad nam met 20% toe. Door het grote aanbod worden steeds meer kantoren verbouwd tot appartementen, hotel, studentenkamers of winkels.



## Branche versnipperd verder

Bron: CBS

- ▶ Ondanks de slechte marktomstandigheden neemt het aantal bedrijven jaarlijks toe. Tussen 2007 en 2012 groeide het aantal bedrijven met meer dan 40% (tot 19.665). Dit kwam vooral door de sterke groei van het aantal bedrijven met 1 werkzame persoon.
- ▶ De branche is kleinschalig en versnipperd jaarlijks verder. De marktomstandigheden worden uitdagender op het moment dat het aantal bedrijven verder groeit, terwijl de vraag naar schoonmaakdiensten juist daalt. Dit zorgt voor een toenemende druk op marges en omzet per bedrijf.



## Autonome groei van schoonmaakbedrijven blijft moeilijk

Bron: Service Management

- ▶ In 2012 werd schoonmaakbedrijf Hago Nederland het miljoenencontract van NedTrain gegund; hierdoor zag Hago Nederland zijn omzet sterk groeien. Ook Schoongroep Nederland had een goed jaar achter de rug. Deze samenwerking van 20 bedrijven op regionaal niveau plukte de vruchten van zijn succesvolle formule.
- ▶ ISS zag omzet en personeelsbestand dalen, onder meer een gevolg van het afstoten van activiteiten. Desondanks nam de arbeidsproductiviteit van ISS met 18% toe. Bij Hago Nederland daalde de arbeidsproductiviteit juist (met 2%).

