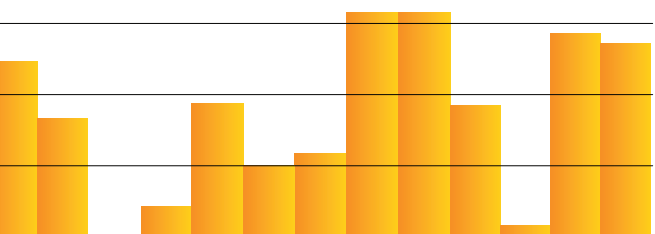


BAROMETER Q1 2015

METAAL & TECHNIEK

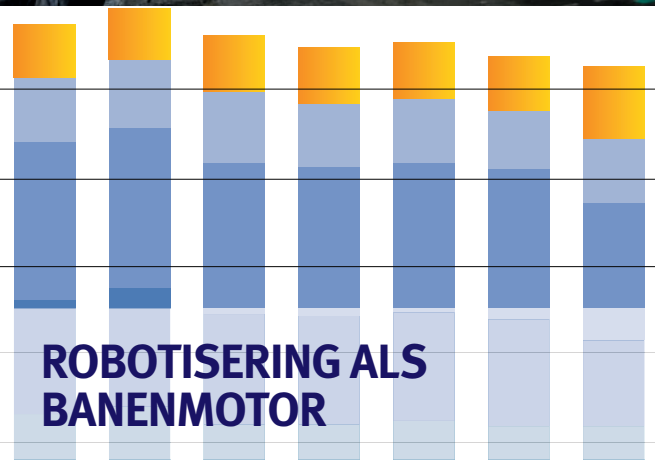
VAKBLAD VOOR HET MKB IN DE METAAL



VERWACHTINGEN STIJGEN



ZOEKTOCHT NAAR VAKMAN



ROBOTISERING ALS BANENMOTOR

Kansen zien en pakken

De laatste maanden wordt het economisch nieuws positiever; het consumentenvertrouwen neemt toe, de export verbetert verder en we lijken eindelijk een periode van economische malaise achter ons te laten. We gaan met zijn allen op weg naar een betere toekomst, zo is het algemeen gevoelen.

En mede daarom ben ik enigszins verbaasd over de uitkomst van deze Economische Barometer over het eerste kwartaal van 2015. Zeker, de uitkomst is niet slecht te noemen, maar echt heel positief zijn de deelnemers aan deze Barometer nu ook weer niet. Het lijkt er op dat de prijsconcurrentie nog altijd heel groot is en dat opdrachtgevers lang wachten met het verstrekken van opdrachten.

Ook de seriegroottes zijn blijvend kleiner dan voor aanvang van de economische malaise en de steeds kortere levertijden moeten eigenlijk alleen maar korter worden. Dat is het spanningsveld waarbinnen de ondernemer van vandaag moet opereren. Kortom; er wordt veel flexibiliteit van die ondernemer gevraagd en er komt weinig zekerheid voor terug. Dat is de realiteit, waarmee we moeten leven. Toch ben ik optimistisch als ik lees dat uit een onderzoek naar de industrie bij onze oosterburen blijkt dat de digitalisering van de maakindustrie in Duitsland zal leiden tot maar liefst 390.000 nieuwe arbeidsplaatsen gedurende de komende 10 jaar. Door slimmer te produceren en slimmer samen te werken, liggen er dus enorme mogelijkheden. Het biedt grote kansen voor onze maakindustrie, maar dan moeten we met elkaar die kansen



wel pakken. En dat begint met een stukje bewustzijn. Welke mogelijkheden zijn er, wat komt er op mij als ondernemer af. Welke ontwikkelingen zijn interessant om te volgen en waar moet ik echt iets mee doen? Het zijn allemaal vragen waar u als ondernemer een antwoord op zoekt. Als u antwoorden wilt, zult u de ontwikkelingen moeten volgen. Als Metaalunie doen wij u een handreiking: kijk regelmatig op onze website www.teqnow.nl, daar vindt u veel informatie over ontwikkelingen, bijeenkomsten, lezingen en alles wat u verder kan helpen bij het maken van uw keuzes.

Bert Jaarsma,
Directeur Organisatie
Koninklijke Metaalunie

Dit katern verschijnt elk kwartaal in Metaal & Techniek en is gebaseerd op de Economische Barometer; het kwartaalonderzoek onder leden van Koninklijke Metaalunie naar de economische stand van het MKB-metaal.

Verwachtingen stijgen

Het goede economische nieuws waarop we bijna dagelijks getrakteerd worden, is nog niet terug te vinden in de uitkomsten van de Metaalunie Economische Barometer voor het MKB-metaal. Terwijl we met zijn allen hopen op een stevige economische opleving, stelt de in het eerste kwartaal gerealiseerde omzet toch wat teleur. Wel maakt de Barometer duidelijk dat de ondernemers positiever vooruit kijken naar het tweede kwartaal. Opvallend is de matige beoordeling van de buitenlandse orderportefeuille door de machinebouwers. Daar staat tegenover dat de metaalwaren-bedrijven weer veel positiever zijn.

Het MKB-metaal laat in het eerste kwartaal van 2015 groei zien, maar met een wat lager percentage dan in het laatste kwartaal van 2014. Met alle positieve signalen op zak was de verwachting dat er een grotere versnelling zou zijn. Het bedrijfsresultaat werd dan ook door de ondernemers lager beoordeeld. Zowel de grotere (+25) als de kleinere bedrijven in het MKB-metaal lieten dezelfde vergelijkbare scores zien. Ondernemers houden wel moed, de verwachtingen voor het tweede kwartaal stegen.

Welke factoren in het MKB-metaal vertraagden de economische versnelling? Een lagere waarde-

ring van het bedrijfsresultaat en opvallend genoeg behoorde ook de export daarbij. Dat terwijl de afgelopen tijd koppen in de kranten langskwamen als 'Nederlandse export in de lift'. Volgens het CBS was de stemming onder de ondernemers in de industrie de afgelopen drie maanden slechter dan de maanden ervoor. Het producentenvertrouwen ligt echter nog ruim boven het gemiddelde van de afgelopen twintig jaar. De industriële ondernemers in Duitsland zijn echter in maart opnieuw wat positiever geworden. Aangezien Duitsland een belangrijke afzetmarkt voor de Nederlandse industrie is, zal

dit een positief effect geven aan het MKB-metaal. De vraag is echter of dat al in het tweede kwartaal te zien is. Mogelijk zien we dat dan terug in een beter gevulde orderportefeuille voor naar Duitsland exporterende bedrijven en de daaraan toeleverende industrie.

ARBEIDSMARKT

Het aantal bedrijven dat meer mensen in dienst heeft stijgt, 15% heeft meer vast personeel in dienst en 18% heeft meer flexibel personeel in dienst. Het aantal openstaande vacatures is in het eerste kwartaal van 2015 onveranderd. Drie van de tien deelnemers aan de Barometer heeft op dit moment gemiddeld anderhalve vacature openstaan.

De metaalwarenbedrijven hebben de meeste openstaande vacatures. De verspanende bedrijven en de landbouwdealerbedrijven hebben de meeste moeite om openstaande vacatures binnen een halfjaar in te vullen.

BINNENLANDSE MARKT

De ontwikkeling van de orderpositie (7%) en de waardering ervan voor de komende periode (12%) zijn per saldo voorzichtig positief. Dit is gelijk aan het vierde kwartaal van 2014.

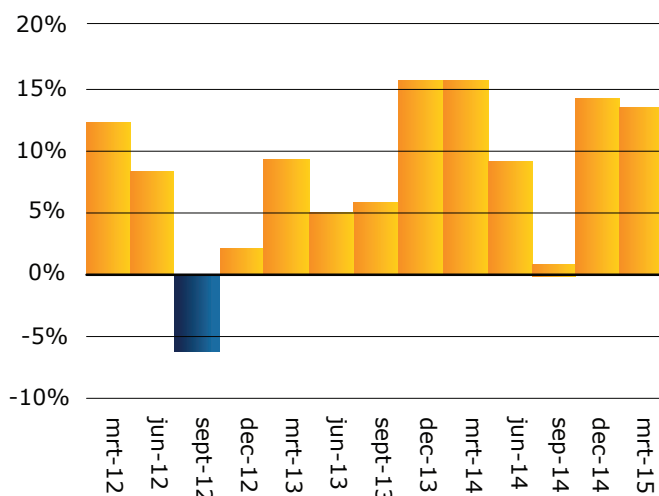
Ook de huidige waardering van de binnenlandse orderpositie is hetzelfde, één op de drie ondernemers kwalificeert deze als gunstig en één op de vier als ongunstig.

De vooruitzichten voor het tweede kwartaal zijn beduidend positiever dan de afgelopen kwartalen. Eén op de drie verwacht een beter tweede kwartaal, terwijl 'slechts' één op de acht ondernemers een slechter tweede kwartaal verwacht. Aan de bouw toeleverende bedrijven zijn somber over het afgelopen kwartaal, maar verwachten een veel betere nabije toekomst.

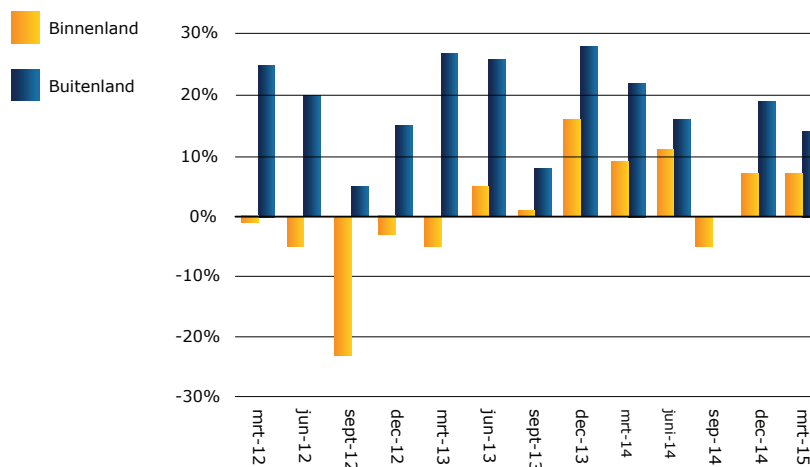
EXPORT

Onlangs werd bekend dat Afrika steeds belangrijker wordt voor de Nederlandse export. Onder-

Stand van het MKB-metaal
(1e kwartaal 2015)



Ontwikkeling orderpositie



zoek onder leden van Koninklijke Metaalunie, het MKB-metaal, liet enige tijd terug zien dat van de totale export uit het MKB-metaal slechts 4% naar Afrika gaat. Bij bedrijven die dat doen beslaat de export naar Afrika wel gemiddeld 30% van hun totaal. Bedrijven die de weg naar Afrika hebben gevonden zijn daar doorgaans ook succesvol.

Het aandeel export is vanuit het MKB-metaal vanaf 2008 tot nu met zo'n 30% toegenomen. Directe export is tegenwoordig circa 17% van de totale export, dit was 7 jaar geleden gemiddeld 12%.

De helft van de deelnemende bedrijven aan de Barometer exporteert. Deze bedrijven hebben een gemiddelde grootte van 20 fte. Bedrijven die exporteren, zetten gemiddeld 36% van hun omzet in het buitenland af. Opvallend in het eerste kwartaal van 2015, onder de toeleveranciers aan de bouw exporteren veel bedrijven. Deze bedrijven leveren hoofdzakelijk aan het binnenland.

De ontwikkeling, beoordeling en de verwachting voor het tweede kwartaal scoren allemaal wat lager dan in het vierde kwartaal, maar zijn nog steeds positief. Over de hele linie wordt de buitenlandse orderpositie beter beoordeeld dan de binnenlandse orderpositie. De positieve verwachtingen worden ondersteund door recente cijfers van het CBS, zij rapporteren dat de omstandigheden voor de export in april verder verbeterd zijn.

Machinebouwers zijn doorgaans positiever dan toeleverende bedrijven. Opvallend dit kwartaal is dat de machinebouwers de buitenlandse orderpositie beduidend minder positief beoordelen dan de toeleverende bedrijven.

ORDERPORTEFEUILLE

De gemiddelde werkvoorraad is afgenomen ten opzichte van het vierde kwartaal en ligt weer op

het niveau van het derde kwartaal, gemiddeld 7,7 weken.

PRIJSONTWIKKELING

De verkoopprijzen zijn net als precies een jaar gelden onveranderd. Net zoveel ondernemers hebben hun prijzen weten te verhogen (één op acht) als er ondernemers zijn die hun prijzen moesten verlagen.

Het CBS rapporteerde over maart dat voor de sectoren machinebouw, metaalproducten en transportmiddelen een toename van de verkoopprijzen in de eerste maanden van 2015 geldt. Dit blijkt echter niet uit de Barometer. Wel is (per saldo) de prijsneergang tot stilstand gekomen. In de verspaning is de prijsdruk in het eerste kwartaal van 2015 groot. Meer ondernemers moesten in die sector hun verkoopprijzen verlagen.

BEDRIJFSRESULTAAT

Het bedrijfsresultaat is in het eerste kwartaal gelijk gebleven. Bij net zoveel ondernemers is het bedrijfsresultaat toegenomen als er ondernemers zijn waar dit is afgenomen. Uitzondering zijn de metaalwarenbedrijven. Bij veel van hen is het bedrijfsresultaat in het eerste kwartaal wel toegenomen.

Ook bij het bedrijfsresultaat geldt dat de verwachtingen beduidend beter zijn dan in voor-

gaande kwartalen. Eén op de drie ondernemers verwacht in het tweede kwartaal een beter bedrijfsresultaat, terwijl één op de zes een slechter resultaat verwacht.

In het vierde kwartaal van 2014 gaf meer dan 60% van de bedrijven aan winst te maken. Nu ligt het aantal bedrijven dat winst maakt weer op hetzelfde niveau als een jaar geleden, 56%.

INVESTERINGSVERWACHTING

Ook voor nu geldt dat er meer ondernemers zijn die verwachten minder te zullen gaan investeren in het komende halfjaar dan dat er ondernemers zijn die verwachten meer te gaan investeren.

De kapitaalintensieve metaalwarenbedrijven vormen een uitzondering. Terwijl 13% van hen verwacht minder te gaan investeren geeft 30% van hen aan dit juist meer te willen gaan doen.

Uitschieter naar beneden zijn de eveneens kapitaalintensieve verspanende bedrijven. Hiervan geeft bijna de helft aan het komende halfjaar juist minder te zullen investeren in machines. •

In de grafieken worden de positieve en negatieve antwoorden of het saldo weergegeven. De antwoorden geven geen absolute indicatie.

ONDERNEMEN

BEELD: MARTIJN VAN DAM/
MARCEL DE GRAAF/SANDER VAN
DER TORREN

PERSONEELSWERVING:

Zoektocht vakman loopt via school en netwerk

De nieuwe technologische ontwikkelingen die de komende jaren op het MKB-metaal afkomen en de wetenschap dat medewerkers langer zullen moeten doorwerken, maakt de werving van nieuw personeel nog lastiger. Uiteraard wordt gekeken naar competenties die vandaag en morgen nodig zijn, maar andere, niet met een diploma uit te drukken capaciteiten zijn ook belangrijk.

Het is een zoektocht naar een vakman of -vrouw die vanuit de huidige situatie in staat is mee te groeien in een bedrijf dat nog slimmer en sneller produceert. Diezelfde vakmens moet ook in staat zijn om met plezier langer en gezonder door te kunnen werken. Maar hoe vind je als



*Tjeu en Marie-Anne
Verhoeven: "Goede
vakmensen lopen niet
overal zomaar rond."*

ondernemer zo'n vakman 2.0 in de nabije omgeving van het bedrijf?

Onderzoek onder Metaalunieleden wijst uit dat mkb-metaalbedrijven grotendeels via bestaande netwerken nieuw personeel vinden. Ook het uitzendbureau wordt nog veel gebruikt om de juiste vakman te vinden. Maar Tjeuvo en Marie-Anne Verhoeven, neef en nicht en samen de directie vormend van Verhoeven Constructie bv uit Zevenbergen (West-Brabant) maken vooral gebruik van hun contacten met ROC's en andere opleidingscentra. "Ik heb jarenlang in de Metaalunie-onderwijscommissie van dit district gezeten en heb dus veel te maken gehad met onderwijsinstellingen", vertelt Tjeuvo. "Op een gegeven moment maak je contact met die scholen en opleidingscentra in de regio. Als je veel met ze praat, heb je al snel leerlingen te pakken. Dat is af en toe een beetje geven en nemen: wij zijn bereid om ook jongeren met een rugzakje op te nemen. Een goede samenwerking met een school zorgt ervoor dat je de leeftijdsopbouw van het personeel goed kunt reguleren." "Heel af en toe maken we gebruik van uitzendkrachten", vult Marie-Anne aan. "En een enkele keer plaatsen we een vacature in een huis-aan-huisblad. Dat levert wel reacties op maar dat zijn meestal niet de passende personen. We hebben hier weleens met een timmerman aan tafel gezeten die best wilde leren lassen... Dan hebben we toch liever een leerling die we zelf opleiden. Werven via social media is voor ons niet interessant, ik denk niet dat we deze vakmensen via LinkedIn bereiken."

GOED OPLEIDEN

Verhoeven wil leerlingen een kans geven. Tjeuvo: "Dat geldt met name voor de jongeren die een rugzakje hebben. We kunnen met zijn allen wel zeggen 'die jongens hebben altijd problemen dus laat maar', maar dan staan ze straks op straat en hebben we nog niemand. Uiteindelijk willen we ze goed opleiden en in dienst hou-

den, dat is wel de achterliggende gedachte. En zeker ook om van onderaf die aanwas te krijgen." Marie-Anne: "We hebben straks te maken met een uitstroom van een aantal mensen dat nu 50+ is. Als je nu niet zorgt dat er voldoende instroom is, heb je straks een probleem. Dan is het het handigste om met opleiden te beginnen." Daarnaast heeft het bedrijf soms de behoefte aan mensen met ervaring. Af en toe komt er 'toevallig' iemand langslopen die op zoek is naar werk. "Een andere keer hebben we een wervingsbureau ingeschakeld en die had precies de man met de juiste achtergrond in portefeuille", vertelt Marie-Anne. "Dat scheelde een langdurige ingewikkelde sollicitatieprocedure."

'Een docent is geen verkoper, de ondernemer moet contact leggen'

Wat ook helpt, is het eigen netwerk: "Mensen die bij ons werken, uiten zich positief over ons bedrijf. Als leerlingen het goed naar hun zin hebben, zingt dat rond op de school en is het niet moeilijk de volgende lichting te boeien. Dat werkt ook zo met familie en vrienden", zegt Tjeuvo. "Ons nieuwste personeelslid, een leerling, heb ik overgenomen van een collegabedrijf dat failliet was gegaan. Eigenlijk had ik voldoende leerlingen maar de vooruitzichten zijn goed. Gemiddeld lopen hier drie leerlingen rond, dat is voor ons precies goed te behappen. Dan kan de leermeester in de werkplaats ze ook het beste begeleiden."

OP MAAT

Een belangrijk aspect van goede werving is dat een bedrijf het liefst zoveel mogelijk een medewerker of leerling op maat wil. Leraren moeten op de hoogte zijn van de specifieke wensen met



Jon Sanders: "Werving begint bij een goede profilering."

betrekking tot leerlingen. "Het ene ROC is daar beter in dan het andere", erkent Tjeuvo. "Dat is echt docentgebonden. Als een docent echt interesse heeft in het bedrijf en een keer een rondje komt lopen, zit het wel goed. Dan pas hebben ze in de gaten welke mensen ze wel en ook juist niet hier kunnen plaatsen. Ikzelf kom ook regelmatig op scholen, bijvoorbeeld met diploma-uitreikingen. Zo houd je het contact. Het komt van beide kanten." Marie-Anne: "Het is een relatie waar je in moet blijven investeren". Tjeuvo denkt dat het koppelen aan scholen ook voor kleinere bedrijven werkt: "Docenten staan echt wel te springen om bedrijven en leerwerkplekken. Ook onder druk van verhalen in de media dat er meer samengewerkt moet worden tussen scholen en bedrijven. Een docent is geen verkoper, de ondernemer moet dat contact eerst leggen. Ook de ondernemer van een kleiner bedrijf kan dat: Je moet dat gewoon doen. Goede vakmensen lopen niet overal zomaar rond, ik ben blij dat wij deze contacten met scholen hebben."

WERVINGSMIDDEL

Vestigingsplaats kan ook een belangrijk criterium zijn bij welk wervingsmiddel een bedrijf inzet. Op enkele uitzonderingen na komen de



medewerkers van Verhoeven uit de directe omgeving. “Iedereen kan op de fiets naar het werk komen”, bevestigt Marie-Anne. “Ik merk ook wel dat als we uitzendkrachten inhuren uit een andere streek, ze zien dat het er hier net iets anders aan toe gaat dan boven de rivieren.” Tjeuvo: “Mensen die we vast in dienst nemen, hebben we liever uit deze omgeving. Het heeft ook geen zin om uit Eindhoven helemaal hier naar toe te komen rijden, dan ben je al zoveel bedrijven voorbij gereden die ook allemaal mensen nodig hebben.”

GOEDE PROFILERING

Jon Sanders, consultant arbeidsmarkt in het districten Oost en Gelre, bevestigt het belang van het vinden van de juiste man/vrouw. “Werving begint bij een goede profilering”, vindt hij. “Bedenk goed wie je zoekt. Door doorstroming

van eigen medewerkers te stimuleren, kun je op zoek naar relatief gemakkelijker te vinden mensen voor lagere functies.” Een pakkende en onderscheidende vacaturetekst die past bij de doelgroepen is volgens Sanders een must: “En vermijd vooral clichés. Kijk naar de functieomschrijving in de advertentie: is deze wel aantrekkelijk en duidelijk?” Als wervingskanalen noemt Sanders krant, internet, eigen website, studentblaadjes, open sollicitaties, beurzen, netwerk (medewerkers, leveranciers en klanten). “Laat medewerkers zelf in hun netwerk vragen of er interesse is om te komen werken. Zorg voor zichtbaarheid en bekendheid in de markt. Wanneer de naamsbekendheid en het imago groter is, willen mensen eerder werken bij uw organisatie! Denk aan open dagen, rondleidingen, nieuwsberichten en medewerkers als ambassadeur. Je kunt ook het (uitzend) netwerk

laten weten welk soort kandidaten ze altijd door mogen sturen. Maar kijk ook naar de mogelijkheden van stagiaires en vakantiekrachten als toekomstige werving.”

SOCIAL MEDIA

Het gebruik van social media heeft onder Metaalunieleden het gebruik van gedrukte media inmiddels verdrongen. Ook hier stelt Sanders dat gericht werven belangrijk is. “Op welk sociaal media kanaal bevindt je doelgroep zich? LinkedIn heeft een ander bereik dan Facebook en Twitter. Werkzoekenden zoeken steeds gericht”, vertelt hij. “Zorg voor goede bedrijfsprofielpagina’s op de diverse social media kanalen en stem ze op elkaar af. Ondernemers kunnen ook ‘innovatief’ werven. Via Facebook is het mogelijk advertenties gericht bij bepaalde groepen onder de aandacht te brengen.”•

ANALYSE

Robotisering als banenmotor

TEKST: ROB VAN DER WERFF

‘Door automatisering en robotisering verdwijnen er de komende jaren tussen de 2 à 3 miljoen banen. Met name de mbo-doelgroep zal hard worden geraakt.’ Dit stond vorig jaar op alle nieuwssites na het uitkomen van een rapport van Deloitte. Dat robotisering niet alleen banen kost maar ook werkgelegenheid oplevert blijkt uit een rapport ‘Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries’ van de Boston Consulting Group (BCG) dat onlangs is gepubliceerd.



In het rapport van BCG worden de gevolgen van de digitale revolutie voor de komende vijf tot tien jaar voor de Duitse economie geïnventariseerd. BCG ziet onder andere de volgende voordelen voor de Duitse Maakindustrie:

PRODUCTIVITEIT

Door de invoering van Smart Industry door de maakindustrie de komende vijf tot tien jaar, zal de productiviteit van de sector sterk toenemen. Door nieuwe productietechnieken kan het materiaalverbruik met wel 20% afnemen hetgeen een efficiency verbetering oplevert van 5 tot 8%. Voor de metaalbewerkingsindustrie voorspelt BCG een efficiencyverbetering van wel 20 tot 30%.

Een andere uitkomst uit het onderzoek is dat een groei van werkgelegenheid in de maakindustrie mogelijk is van 6% in de komende 10 jaar. Voor engineering bedrijven kan dit zelfs oplopen tot 10%.

INVESTERINGEN

De invoering van Smart Industry zal gepaard gaan met grote investeringen in met name ICT. Wat voor Duitsland geldt, zal ook voor Nederland mogelijk moeten zijn. Maar, uiteraard zal de tweede industriële revolutie niet vanzelf gaan. Voor de werkgelegenheid geldt dat de huidige personele bezetting niet dezelfde is als die de maakindustrie over vijf tot tien jaar nodig heeft. Omdat Smart Industry ook een digitale revolutie is, zal de vraag naar software ontwikkelaars, en IT specialisten op het gebied van mechatroniek sterk toenemen.

WAARSCHUWING

Naast het goede nieuws waarschuwt BCG de Duitse toeleveranciers ook. Op dit moment zijn zij net als hun Nederlandse collega's hoogwaardige toeleveranciers aan de agro-, voedingsmiddelen-, automotive- en verpakkingenindustrie. Omdat systemen steeds intelligenter worden zal de sector hierin mee moeten groeien. Doen ze dit niet dan zullen de toeleveranciers markt-

aandeel verliezen ten gunste van de gespecialiseerde ICT-bedrijven. Wil de maakindustrie in Nederland profileren van de voordelen die BCG voor de Duitse economie schetst als gevolg van Industry 4.0, en willen we de werkgelegenheid in Nederland laten groeien in plaats van afnemen, dan zal de sector sterk moeten inzetten op het opleiden van personeel van de toekomst. •

Aantal werknemers per sector

