

HBD

Hoofdbedrijfschap
Detailhandel



Samenvatting
Structuur in de markt
Structuuronderzoek ambulante handel

Nieuw onderzoek: Structuur in de markt

Genuanceerd beeld ambulante handel anno 2011

Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) deed een grootschalig onderzoek naar de positie van de ambulante handel in Nederland anno 2011. De resultaten zijn te lezen in het rapport *Structuur in de markt*. Behalve veel opvallende feiten en cijfers levert het onderzoek een interessante verdeling op in vier soorten ambulante ondernemers. Het rapport concludeert dat het van doorslaggevend belang is dat gemeenten en eigenaren en exploitanten van winkels en winkelcentra de waarde inzien van de ambulante handel voor het functioneren van het winkelapparaat in steden en dorpen. De ambulante handel is van economisch belang én geeft kleur. Investeren in vernieuwing van de markt moet daarom prioriteit krijgen. Naar aanleiding van het onderzoek doet het HBD een dringende oproep aan de Nederlandse gemeenten om voor de ambulante handel, net als voor de gevestigde detailhandel, een visie te ontwikkelen. *Structuur in de markt* verschaft daarvoor alle noodzakelijke basisinformatie.

Het rapport, dat tot stand kwam op basis van enquêteresultaten van een brede groep ondernemers, schetst een uitgebreid beeld van de economische structuur van de ambulante handel als bedrijfstak en presenteert een breed scala aan kengetallen. Er komen verschillende ondernemings- en ondernemerskenmerken aan bod, zoals tijdsbesteding, leeftijd van onderneming en ondernemer, aantal verkoopmedewerkers en het gebruik van eigen kramen of verkoopwagens. Ook geeft de publicatie inzicht in de economische factoren als omzet(ontwikkeling) en bedrijfsresultaat.

Om recht te doen aan de sterke verscheidenheid binnen de ambulante handel, worden de onderzoeksresultaten hoofdstuksgewijs beschreven voor de drie belangrijkste ambulante verkoopvormen: de warenmarkt, de standplaats en venten/braderieën/jaarmarkten. Daarnaast maakt het rapport onderscheid in vier ambulante ondernemersprofielen: de fulltime markthandelaar, de parttime markthandelaar, de standplaatsondernemer en de braderieondernemer.

Aantal ondernemingen

In totaal zijn er in Nederland ruim 18.000 ondernemingen economisch actief in de ambulante handel. Ter vergelijking: in de gevestigde detailhandel zijn

De ambulante handel is volop in beweging. De uitdaging is om het ondernemerschap verder te professionaliseren en te innoveren. Vernieuwing is nodig om de kritische consument goed te kunnen blijven bedienen. Ook gemeenten spelen hierbij een cruciale rol. Onder het motto 'De markt van morgen' experimenteert het HBD, samen met de Centrale Vereniging voor Ambulante Handel (CVAH) en verschillende andere partijen, al enige tijd met nieuwe organisatievormen voor de markt. Bij het vormgeven van die vernieuwingen komen de inzichten uit het rapport goed van pas.

www.demarktvanmorgen.nl

dat er 108.000 en in de branche webwinkels/post-orderbedrijven zo'n 16.000. Daarnaast zijn er ondernemers die wel geregistreerd of ingeschreven staan voor de ambulante handel, maar op dit moment om verschillende redenen niet actief zijn.

Omzetcijfers

De totale omzet van de ambulante handel wordt op basis van de enquêteresultaten becijferd op € 2,6 miljard, waarvan € 1,8 miljard aan food. Ter vergelijking: de totale detailhandel in Nederland zette in 2009 en 2010 circa € 94,3 miljard om. Daarmee is de ambulante handel goed voor een kleine drie procent van de totale omzet.

Onder ondernemers die actief zijn op warenmarkten wordt de hoogste omzet per onderneming gerealiseerd in food: € 230.000, tegen een beduidend lagere € 60.000 in textiel en € 40.000 in 'overig non-food'. Op standplaatsen blijven ondernemers in bloemen en planten hun collega-standplaatshouders ver voor, met een gemiddelde omzet boven de € 300.000 per ondernemer. De omzet bij de andere branchegroepen ligt daar onder de € 100.000.

Verscheidenheid

De ambulante handel kenmerkt zich door een grote verscheidenheid. Zo zijn er ondernemers die alleen op de markt staan én ondernemers die de markt combineren met andere vormen van ambulante handel of detailhandel, of met betaalde activiteiten buiten de detailhandel. Tweederde van de ambulante ondernemers brengt zijn waren via één verkoopvorm aan de man: op de warenmarkt, op een standplaats,

op braderieën of door venten. Een derde maakt gebruik van meerdere kanalen. De warenmarkt is voor de ambulante handel de belangrijkste verkoopplaats. Een derde van de ondernemers staat uitsluitend op warenmarkten. Daarnaast komt de combinatie van verkoop op de warenmarkt en op standplaatsen of braderieën betrekkelijk vaak voor.

Sterk kenmerk

Die diversiteit kunnen we zien als een sterk kenmerk van de branche. Enerzijds richting klant: op de markt heb je geen last van de uniformisering waarmee veel binnensteden kampen; iedere markt is weer anders. Anderzijds richting (potentiële) marktondernemers: de markt kan een broedplaats zijn voor talentvolle, creatieve ondernemers, in verschillende verkoopkanalen en met een variabele tijdsinvestering. Werken aan professionalisering van de markt betekent dan ook niet automatisch streven naar meer fulltime ambulante handelaren. Ook parttime ondernemers kunnen een marktonderneming professioneel neerzetten. Belangrijker hierbij is de invulling van het ondernemerschap. Passie, vernieuwing en onderscheiding vormen hierin belangrijke pijlers. In vergelijking met de gevestigde detailhandel laat de ambulante handel zich, net als de internethandel, goed combineren met andere betaalde activiteiten. De urenbelasting is in belangrijke mate afhankelijk van het aantal markten waar men staat.

Vier profielen van handelaren

Het rapport concludeert dat de *gemiddelde* ambulante handelaar niet bestaat. Wel blijkt het mogelijk de ambulante ondernemers in te delen in vier profielen: de fulltime markthandelaar, de parttime markthandelaar, de standplaatsondernemer en de braderieondernemer:

De fulltime markthandelaar

Gezichtsbepalend en van fundamenteel belang voor de warenmarkt. Deze ondernemer staat 50 weken per jaar vijf dagen per week op vijf verschillende markten, werkt 66 uur per week in de onderneming, waarvan 42 uur in de verkoop, en is vrijwel volledig gericht op de warenmarkt. Tweederde van deze handelaren handelt in food, meestal vanuit een verkoopwagen. De omzet bedraagt gemiddeld ruim € 340.000. Tweevijfde van de fulltimers zag de omzet de laatste jaren dalen, bij een derde daalde ook de winstmarge. Zo'n 8 procent rapporteert verlies. Ruim de helft van deze groep denkt dat de onderneming er over drie jaar nog ongeveer hetzelfde uitziet; 20 procent verwacht groei, 20 procent krimp en 8 procent verwacht de onderneming te staken. Ondanks economische tegenwind is deze ondernemer over het algemeen succesvol en ziet hij of zij de toekomst met vertrouwen tegemoet

De parttime markthandelaar

Staat een kleine 40 weken per jaar één of twee dagen op één à twee warenmarkten, meestal in een

gehuurde kraam. Per week besteedt deze ondernemer 22 uur aan de ambulante onderneming, waarvan 12,5 uur aan verkoop. De helft van deze groep is ook op standplaatsen en vooral op braderieën actief. Tweederde werkt ook buiten de ambulante handel, in een baan in loondienst of een eigen winkel of groothandel. De helft van de parttimers handelt in 'overige non-food'. De omzet op de warenmarkt bedraagt ca. € 39.000. Bij ruim de helft nam de omzet af, bij een wat kleiner deel ook de winstmarge. Een vijfde deel van deze ondernemers draait met verlies. De verwachtingen zijn weinig positief, de helft verwacht een (verdere) daling. Een kwart verwacht over drie jaar te zijn gestopt en een kwart verwacht groei, mede door uitbreiding van het aantal uren.

De standplaatsondernemer

Staat per week op vier standplaatsen en besteedt 69 uur aan de onderneming, waarvan 46 uur aan verkoop, in hoofdzaak vanuit een verkoopwagen met koeling. Een klein deel is ook actief buiten de ambulante handel, vooral in een eigen winkel. Ruim de helft van deze ondernemers staat ook op een warenmarkt en is daarom niet echt goed te onderscheiden van markthandelaren. Een vijfde staat ook op braderieën. Tachtig procent handelt in food, voor het overige in bloemen en planten en 'overige non-food'. De gemiddelde omzet op standplaatsen ligt op circa € 150.000, de totale individuele omzet van deze ondernemers binnen de ambulante handel bedraagt ruim € 290.000 per jaar. Bij bijna de helft daalde de omzet, bij ruim een derde ook de winstmarge. Over het algemeen zijn de winstmarges goed, in een derde van de gevallen meer dan 30 procent. Er zijn ongeveer twee keer zoveel ondernemers die een kleinere omzet verwachten dan die een stijging van de omzet verwachten. Daar staat tegenover dat deze ondernemers duidelijk vaker groei van de onderneming verwachten dan krimp. Een op de tien denkt over drie jaar te zijn gestopt.

De fulltime standplaatsondernemer lijkt op de fulltime marktondernemer wat betreft omzet, gewerkte uren en branche. Wel zijn de standplaatsondernemers wat optimistischer over de groei van de onderneming. Met goede standplaatsen is, ondanks economische tegenwind, een goede winstmarge te behalen.

De braderieondernemer

Veel ondernemers in de ambulante handel zijn ook actief op braderieën en jaarbeurzen en staan op 38 braderieën en jaarmarkten per jaar. Deze braderieondernemers zijn over het algemeen ook actief in de overige ambulante handel, vooral op warenmarkten. Ze besteden in totaal 55 uur per week aan hun ambulante onderneming, waarvan ongetwijfeld een groot deel buiten de braderieën om. Veertig procent heeft bezigheden buiten de ambulante handel, hoofdzakelijk in een eigen winkel. De braderieondernemers zetten gemiddeld € 150.000 per jaar om, waarvan

€ 33.000 op braderieën. Een ruime meerderheid zag de omzet dalen, bij de helft liep de winstmarge terug. Een kwart zegt verlies te lijden. De omzetverwachtingen zijn niet positief, ruim de helft verwacht een daling. Niettemin is er ook optimisme: een kwart denkt dat de onderneming zal groeien. Een op de tien ondernemers denkt over drie jaar te zijn gestopt.

Waarde inzien

Het rapport concludeert dat het van doorslaggevend belang is dat gemeenten en eigenaren en exploitanten van winkels en winkelcentra de waarde inzien van de bijdrage die de ambulante handel levert aan het functioneren van het winkelapparaat in de steden en dorpen. De ambulante handel is van economisch belang én geeft kleur aan steden en

dorpen. Investeren in vernieuwing van de markt blijft daarom prioriteit nummer een.

De algemeen geldende opvatting dat de ambulante handel ernstig onder druk staat, wordt in het rapport genuanceerd. De uitkomsten van het structuuronderzoek laten zien dat bijna driekwart van de ambulante ondernemers in 2009 nog winst maakte, ondanks de recordkrimp van de economie. Tegenover een groep stoppers staat een aanzienlijk grotere groep ondernemers die de komende jaren juist wil inzetten op groei.

Wilt u meer weten over de feiten, cijfers en trends in de ambulante handel? Download dan gratis het rapport *Structuur in de markt*, via www.hbd.nl/ambulantehandel

Het HBD maakt zich sterk voor een gezonde detailhandel, waarin het goed ondernemen en werken is. In het HBD werken samen: MKB-Nederland, Raad Nederlandse Detailhandel, Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH), FNV Bondgenoten en CNV Dienstenbond.

Deze en andere publicaties van het HBD zijn beschikbaar op www.hbd.nl/publicaties

Ontwerp en vormgeving:
QuantesArtoos

Copyright © 2011
Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Het HBD hecht veel belang aan de verspreiding van kennis over de detailhandel. U mag dan ook gedeeltes uit deze publicatie overnemen, mits met bronvermelding.

Het integraal reproduceren van de inhoud is echter alleen toegestaan met schriftelijke toestemming van het HBD.

Postbus 90703
2509 LS Den Haag
T (070) 338 56 00
E info@hbd.nl
I www.hbd.nl