

Grafimediabranche  
economische ontwikkeling  
rapportage over 2016

**goc**

advies, training & onderzoek  
voor de creatieve sector

**creëert toekomst**



# Grafimediabranche Economische ontwikkeling Rapportage over 2016

## Colofon

Opdrachtgever: A&O Fonds Grafimedia

Uitvoering en uitgave: GOC

Auteur: Drs. Jos Teunen

© GOC, januari 2017

Contactgegevens:

GOC

Postbus 347, 3900 AH Veenendaal

Telefoon: 0318 - 53 91 11

E-mail: [info@goc.nl](mailto:info@goc.nl)

Internet: [www.goc.nl](http://www.goc.nl)

De informatie in deze publicatie is volledig gebaseerd op officiële bronnen uit CBS Statline en GOC survey onderzoek onder grafische bedrijven. Bij alle cijfers zijn de bronnen vermeld. Alle informatie is met de grootste zorgvuldigheid verzameld, bewerkt en gepresenteerd. Overname van gegevens uit deze publicatie is toegestaan onder vermelding van "*Bron: Grafimediabranche Economische ontwikkeling 2016. GOC, Veenendaal*". Bronvermelding is verplicht.



## Inhoud

1. Introductie en methodologische verantwoording .....	5
2. Samenvatting .....	7
3. Aantal en soort bedrijven .....	10
4. Mutaties in bedrijven .....	12
5. Productie capaciteit en benuttingsgraad .....	16
6. Productievolume .....	17
7. Orderpositie .....	23
8. Concurrentie .....	25
9. Economisch klimaat en belemmeringen .....	27
10. Producenten Prijs Index (PPI) .....	29
11. Import en export .....	30
12. Investerings .....	36
13. Industrial Confidence Indicator .....	37
14. Banen en arbeidsvolume .....	40
15. Bedrijfsfinancieën .....	41
16. Verwachting t.o.v. omzet, personeelssterkte en investeringen .....	45



## 1. Introductie en methodologische verantwoording

In deze publicatie wordt een groot aantal economische gegevens gepresenteerd die door het CBS worden verzameld en ter beschikking worden gesteld. KvK, CBS en VNO-NCW hebben eind 2006 afgesproken intensief te gaan samenwerken op het gebied van informatieverzameling over de economische ontwikkeling binnen branches. VNO-NCW heeft aangegeven daarin ook MKB Nederland te willen betrekken, zodat een zo breed mogelijke “coalitie” ontstaat. In 2008 werden de eerste cijfers van de ‘COEN-enquête’ beschikbaar gesteld.

### *Methodologie van dataverzameling*

De informatie verkrijgt het CBS zoveel mogelijk uit registraties van de Belastingdienst. Aanvullende informatie wordt verkregen door onderzoek onder de bedrijven. Bedrijven met 50 of meer werkzame personen ontvangen allemaal een vragenlijst, onder de kleinere bedrijven wordt een steekproef getrokken. De steekproefomvang varieert sterk per bedrijfstak omdat het aantal bedrijven in elke bedrijfstak anders is. In totaal worden ruim 42 duizend bedrijven benaderd. Dit is ongeveer 6 procent van de totale Nederlandse bedrijvenpopulatie.

Toegepast op de Grafimediabranche betekent dit dat alle bedrijven met meer dan 50 werkzame personen benaderd worden en een steekproef van de rest.

Het CBS controleert de van de bedrijven ontvangen gegevens op plausibiliteit. De cijfers worden ondermeer vergeleken met die van voorgaande maanden of kwartalen en met die van dezelfde maand of kwartaal van een jaar eerder. Als deze controlegegevens ontbreken of onvoldoende duidelijkheid geven, wordt een vergelijking gemaakt met gemiddelden van de overige bedrijven die zich in dezelfde groep bevinden (combinatie van branche en bedrijfsgrootte). Als inconsistenties worden aangetroffen in het cijfermateriaal worden deze geautomatiseerd of handmatig gecorrigeerd. Handmatige correctie gebeurt om efficiencyredenen bijna uitsluitend bij de grootste bedrijven, dit gezien het belang van de cijfers van deze bedrijven voor het uiteindelijke totaalcijfer binnen de branche waartoe ze behoren.

De enquêtegegevens van de responderende bedrijven worden opgehoogd naar het totale aantal bedrijven in een branche in de verslagperiode. Voor bedrijven waarvan (nog) geen respons is ontvangen of registratiegegevens zijn verkregen wordt per bedrijf een inschatting gemaakt. Bij deze inschatting wordt gebruik gemaakt van gegevens uit voorgaande waarneemperiodes en ontwikkelingen binnen de branche. De uitkomsten van het onderzoek worden pas gepubliceerd nadat deze zijn beoordeeld op plausibiliteit. Om de plausibiliteit van de uitkomsten vast te stellen worden onder andere de volgende controles uitgevoerd:

- Tijdreeksanalyse (consistentie in de tijd);
- Kengetallenanalyse (verhouding tussen variabelen);
- Confrontatie met uitkomsten uit andere bronnen.

### *De grafimediabranche binnen de CBS-conjunctuurenquête*

Voor iedere branche blijft uiteindelijk de belangrijkste vraag in hoeverre de CBS-enquête informatie over de eigen branche oplevert. Bepalend daarvoor is de omvang van de branche in het aantal deelnemende bedrijven en de afbakening van de branche zoals deze door het CBS wordt gemaakt. Indien het aantal deelnemende bedrijven te laag is worden de bedrijven samengevoegd onder een grotere eenheid, bijvoorbeeld de industrie. Het is dan niet mogelijk om binnen de industrie verder uit te splitsen naar kleinere branches. Belangrijkste reden daarvoor is de betrouwbaarheid van de gegevens. Indien bij uitsplitsing het aantal respondenten onder een kritisch minimum (25 waarnemingseenheden) komt worden geen uitgesplitste gegevens meer gegeven en moet worden uitgeweken naar een lager detailleringniveau. Deze detaillering geldt met name voor de samenstelling van de branche en de uitsplitsing naar grootteklasse van de bedrijven. Wat betreft de

branche-indeling valt de grafimediabranche binnen de totale industrie. De uitsplitsingshiërarchie is dan van categorie C Industrie, naar SBI2008-code 18 Grafische Industrie die bestaat uit Drukkerijen en reproductie van geluid, beeld en software, naar SBI-code 181 Drukkerijen en diensten daarvoor. Soms wordt ook een combinatie gemaakt met de papier- en kartonindustrie (SBI-code 17). Uiteraard hebben wij steeds geprobeerd zoveel mogelijk informatie te krijgen op het niveau van de SBI-code 181 omdat deze het meest overeenkomt met de samenstelling van de grafimediabranche. Hierin zitten alle drukkerijen maar ook de prepress-bedrijven en grafische nabewerkings-bedrijven.

#### *Benchmark*

De in dit rapport gepresenteerde cijfers leveren een beeld op van de economische ontwikkeling binnen de grafimediabranche als geheel, maar zijn in de vorm waarin ze gepresenteerd worden ook zeer goed bruikbaar voor een benchmarkvergelijking met andere branches en voor individuele bedrijven met het gemiddelde van hun eigen branche. Om dit mogelijk te maken zijn de cijfers in een aantal tabellen, bijvoorbeeld over de bedrijfsfinanciën, in verhoudingspercentages uitgedrukt en niet in absolute aantallen.

#### *Vervallen informatie*

In het vorige rapport (2015) werden ook gegevens over de rentabiliteit, liquiditeit en de solvabiliteit van bedrijven gepresenteerd. De informatieverzameling van deze gegevens is echter door CBS stopgezet. De laatst beschikbare gegevens hierover dateren van 2013 en staan in het rapport van 2015. Daarvoor in de plaats zijn nu balansgegevens over de branche opgenomen. Deze balansgegevens zijn omgezet naar percentages waardoor individuele bedrijven zich ermee kunnen vergelijken.

## 2. Samenvatting

De bedrijfseconomische gegevens die in deze rapportage worden gepresenteerd zijn voor een groot deel gebaseerd op de Conjunctuurenquête van het CBS. In de tabellen wordt informatie gegeven die specifiek is samengesteld voor de grafimediabranche. Voor de CBS-cijfers betekent dit dat soms kan worden uitgesplitst naar grootteklasse maar niet naar specifieke hoofdactiviteiten als drukkerijen, prepressbedrijven, nabewerkingsbedrijven en kartonnagedrukkerijen. De CBS-cijfers zijn vaak gemeten over maanden of kwartalen en niet over jaren. Hierdoor kunnen seizoensinvloeden sterk van invloed zijn. Om de seizoensinvloed te neutraliseren zijn de gegevens overgezet naar jaargemiddelden.

### *Bedrijven*

Uit de tellingen van bedrijven over meerdere jaren blijkt een sterke daling van het aantal bedrijven met personeel terwijl het aantal zzp'ers tamelijk stabiel is gebleven. Hierdoor neemt het aandeel van zzp'ers in de branche duidelijk toe waardoor de branche steeds meer een MKB-karakter krijgt. Het aantal zzp'ers vormt inmiddels ruim de helft (54%) van het totaal aantal geregistreerde ondernemingen. Het aandeel van zzp'ers in de totale werkgelegenheid is eind 2016 opgelopen tot 9%. De stabiliteit in aantal zzp'ers tijdens de jaren van economische crisis betekent tevens dat hun volume geen goede graadmeter vormt voor de economische ontwikkeling van een branche. De ontwikkeling van het aantal bedrijven met personeel en het aantal werknemers in loondienst zijn dat wel. Laten we de zzp'ers buiten beschouwing dan bestaat tweederde van de bedrijven uit het kleinbedrijf (<10wp) en 80% bestaat uit drukkerijen. Het aantal prepress- en nabewerkingsbedrijven is ongeveer even groot. Door de crisis is het aantal bedrijfsoprichtingen sterk teruggelopen en het aantal faillissementen sterk gestegen maar dalen de afgelopen jaren ook weer. Dit geldt zowel voor het absoluut aantal faillissementen als in percentage van het totaal aantal bedrijven. Vergeleken met de industrie en de totale economie ligt het percentage faillissementen nog wel hoger. Het percentage bedrijfsbeëindigingen is gedurende de crisis niet sterk veranderd. Het percentage fusies en overnames is wel toegenomen, met name in de eerste periode van de economische crisis.

In de afgelopen jaren zijn zowel het aantal bedrijven met een te ruime productiecapaciteit als het aantal bedrijven met een te krappe productiecapaciteit toegenomen. Dit duidt erop dat het voor bedrijven moeilijker is geworden hun productiecapaciteit snel aan te passen bij fluctuaties in de omzet. Dit zien we ook terug in groei van de flexibele schil in personeelsbestand dat door bedrijven wordt aangehouden. Ondanks forse krimp in aantal bedrijven en werkgelegenheid, en daarmee totale productiecapaciteit binnen de branche, daalt de benuttingsgraad van het beschikbare productiepotentieel binnen de branche. Dit duidt op een hardnekkige structurele overcapaciteit binnen de branche ondanks alle reorganisaties en bedrijfssluitingen. De ontwikkeling in het productievolume is minder stabiel geworden hetgeen duidt op een afnemende stabiliteit binnen de branche. Deze stabiliteit is groter in de industrie en het saldo tussen groei minus krimp is in de industrie ook gunstiger. Het saldo is in 2016 negatief voor de grafimedia terwijl deze veel positiever is voor de industrie.

De ontwikkeling van de orderpositie weerspiegelt het verschil tussen de grafimedia en de industrie. De orderpositie verbetert voor de industrie in 2016 maar verslechtert voor de grafimedia. De buitenlandse orderpositie is voor de grafimedia in de afgelopen twee jaar sterk verbeterd maar verbetert in 2016 niet verder. In de industrie heeft een groter deel van de bedrijven een buitenlandse orderpositie dan in de grafimediabranche.



### *Concurrentieanalyse*

Een groot deel van de grafische bedrijven geeft aan dat hun concurrentiepositie op de binnenlandse markt gelijk is gebleven. Het aandeel bedrijven dat een verbetering meldt groeit maar ook het aandeel bedrijven dat een verslechtering meldt. Het saldo is wel iets positiever dan in 2015 en de jaren daarvoor. Hetzelfde effect treedt ook op voor de buitenlandse markt.

In de afgelopen drie jaar ervoeren minder bedrijven een verdere verslechtering van het economische klimaat in Nederland, maar dit vertaalde zich maar deels in een verbetering van het klimaat. Zorgelijk is dat in 2016 het aandeel van bedrijven met een verdere verbetering van het economische klimaat weer terugliep. Ook verwachten de meeste bedrijven niet dat het klimaat in de nabije toekomst veel beter gaat worden.

Het aandeel bedrijven dat geen belemmeringen bij hun bedrijfsontwikkeling ervaart is ongeveer een derde en is iets teruggelopen t.o.v. 2015. Als belangrijkste belemmering voor een goede bedrijfsontwikkeling wordt nog steeds door veel bedrijven gewezen op het uitblijven van voldoende vraag naar grafische producten. Het verschil met de gehele industrie en het totaal van Nederlandse bedrijven is opmerkelijk groot. Als tweede belemmering wordt nog steeds genoemd de beperkte financiële mogelijkheden om te kunnen investeren.

### *Investerings*

In de afgelopen twee jaar heeft er een groei plaatsgevonden in het volume van de investeringen. De investeringen groeien vooral in de tweede helft van het jaar. Dat geldt ook voor voorgaande jaren. Aan het begin van een jaar zijn grafische bedrijven niet bereid hun investeringen uit te breiden. Ongeveer een derde van het geïnvesteerde bedrag wordt gebruikt voor vervanging van bestaande machines en installaties, bijna de helft voor uitbreiding van het machinepark en 14% voor verhoging van de efficiency. Omdat met vervangingsinvesteringen altijd efficiëntere productieapparatuur wordt aangeschaft, betekent dit tevens vaak uitbreiding van productiecapaciteit. Dit verklaart de toename van de concurrentie binnen de branche terwijl er toch sprake is van inkrimping in het aantal bedrijven en banen. Tellen we vervanging en uitbreiding samen dan is in 2016 bijna 85% van de investeringen gericht op nieuwe productiemiddelen.

### *Omzet*

De totale netto omzet binnen de grafische industrie wordt door CBS in 2013 berekend op 3,964 miljard Euro en in 2014 3,776 miljard Euro. Dat is 82% respectievelijk 78% van de netto omzet in 2009. De inkoopwaarde vertegenwoordigt 41% van de totale bedrijfskosten. De personele kosten maken 29% uit van de totale bedrijfskosten. Deze verhoudingen zijn redelijk stabiel over de jaren. Het gemiddelde bedrijfsresultaat in 2014 was 4,6% van de totale opbrengst. In 2013 was dit 4,4% en in 2012 was dit slechts 3,1%. Deze percentages gelden als tamelijk slecht binnen de Nederlandse economie. De gemiddelde omzet per FTE van de totale werkgelegenheid in de branche is in 2014 179.000 Euro.

De terugloop van de omzet uit verkoop van goederen en diensten is in 2015 gestabiliseerd en het lijkt erop dat dit in 2016 stabiel is gebleven. De omzet over 2016 is berekend over de maanden januari t/m november, dus het kan nog beter blijken te zijn geweest. Uit de gegevens blijkt dat er in de eerste helft van 2016 een verbetering ten opzichte van de eerste helft 2015 heeft plaatsgevonden, maar dat deze verbetering in de tweede helft niet doorgezet heeft. De verbetering komt volledig door meer export. De omzet op de binnenlandse markt is niet toegenomen ten opzichte van 2014 en 2015. De omzetcijfers uit verkoop worden bevestigd door wat bedrijven in de conjunctuurenquête melden over het verloop van hun productie in termen van gelijk blijven, toe- of afname.

### *Prijsindexcijfers*

Vanaf 2010 daalt het prijsniveau van grafische producten op de binnenlandse markt terwijl dit op de buitenlandse markt juist gestegen is. Dit betekent dat het voor bedrijven aantrekkelijk wordt om meer actief te worden op de buitenlandse markt. De cijfers laten ook zien dat er op de binnenlandse markt vanaf het begin van de economische crisis (2008) een sterke prijserosie heeft plaatsgevonden. De gemiddelde prijzen voor grafische producten zijn inmiddels met zo'n 8,5%-punten gedaald. In 2016 zet deze ontwikkeling zich versterkt door. De binnenlandse prijzen verslechteren verder en de buitenlandse verbeteren. Vergeleken met de industrie heeft de grafmediabranche vooral op de binnenlandse markt met een veel slechtere prijsontwikkeling te maken, ondanks dat ook de prijzen voor industriële producten de laatste jaren onder druk staan.

### *Import en export*

Bij de import en export hebben we voor het eerst een onderscheid kunnen maken tussen import voor de Nederlandse markt en wederuitvoer, en hetzelfde geldt voor de export. De verhouding tussen wederuitvoer en in Nederland geproduceerde goederen is gedurende de crisis duidelijk verbeterd. Inmiddels bestaat de export voor 75% uit in Nederland geproduceerde goederen. De groeiende export werkt dus gunstig uit voor de Nederlandse grafische bedrijven. De handelsbalans tussen import voor de Nederlandse markt en export voor de buitenlandse markt is in de afgelopen vijf jaar sterk verbeterd en heeft ook een positief saldo: 439 miljoen Euro in 2014 en 252 miljoen in 2015. Het saldo van de handelsbalans loopt overigens wel wat terug. De totale exportwaarde van in Nederland geproduceerde goederen is in 2015 880 miljoen Euro.

Onze belangrijkste handelspartners zijn Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk. De totale importwaarde vanuit China is ongeveer gelijk aan die vanuit de VS en blijft ruim onder die van de belangrijkste Europese handelspartners. Niet bekend is welk deel van de import uit al deze landen voor de Nederlandse markt bestemd is en voor wederuitvoer. Het zou daarom kunnen zijn dat import uit China meer impact op de Nederlandse productie heeft dan invoer uit de VS. Het belangrijkste exportproduct in 2015 was algemeen drukwerk en als tweede boeken. Bij de import is dit hetzelfde al zijn de verhoudingen wel anders. Grootste daler in zowel import als export is de categorie boeken, grootste stijger bij import is tijdschriften en bij export algemeen drukwerk. Gedetailleerde informatie is terug te vinden in de verschillende tabellen in het hoofdstuk import en export.

### *Verwachtingen*

Uit eerdere analyse omtrent de verwachtingen van ondernemers omtrent de ontwikkeling van hun productie bleek deze vooral samen te hangen met de ervaringen in het afgelopen kwartaal. Het blijkt achteraf niet altijd een betrouwbaar beeld op te leveren van de reële ontwikkeling van de productie. In de vorige publicatie zijn we daar uitgebreid op ingegaan. Daarom geven we nu niet over omzet en personeelssterkte per kwartaal steeds korte termijn terug- en vooruitblik, maar wel een langere termijn verwachting voor het komende jaar. Dat is gedaan over de jaren 2015, 2016 en 2017. Daarbij wordt steeds een vergelijk gemaakt met de industrie en geheel Nederland. De conclusie is dat grafische bedrijven minder verwachtingen hebben over een toename van de omzet, de personeelssterkte en hun investeringen. Vooral de verwachting over de ontwikkeling van de personeelssterkte en investeringen is afwijkend negatiever, en dit geldt ook voor 2017.

### 3. Aantal en soort bedrijven

Het aantal geregistreerde bedrijven in de grafmediabranche met meer dan één werkzame persoon loopt al lange tijd structureel terug, terwijl het aantal zelfstandige beroepsbeoefenaren na krimp telkens weer groeit. In tabel 1 is te zien dat het aantal zzp'ers in de jaren 2010 en 2011 en in 2015 terugliep, maar daarna weer groeide. Door de sterke afname van het aantal bedrijven (>1 wp) loopt ondanks de groei van het aantal zzp'ers het totaal aantal geregistreerde bedrijven eveneens structureel terug. Bij indexering van deze ontwikkeling zien we dat het aantal zzp'ers eind 2016 weer bijna gelijk is met dat in 2007. Het aantal bedrijven groter dan 1 wp is echter gekrompen tot 64% van dat in 2007. Zzp'ers vormen inmiddels meer dan de helft (54%) van het totaal aantal bedrijven binnen de branche. In 2000 was dit nog slechts 28%. In verhouding tot de totale werkgelegenheid in de branche vormen zzp'ers begin 2016 9% terwijl dit in 2008 nog maar 5,4% was. Hun belang in de totale werkgelegenheid neemt dus eveneens toe.

Begin 2016 bestond ruim tweederde deel (68%) van alle bedrijven uit drukkerijen (tabel 2). Prepressbedrijven en grafische afwerkingsbedrijven vormen ieder ongeveer 16% van het totaal. Opmerkelijk is dat het aantal prepressbedrijven lager is dan het aantal afwerkingsbedrijven. Laten we het aantal zzp'ers buiten beschouwing dan zien we dat 80% van de bedrijven uit drukkerijen bestaat en 10% uit prepressbedrijven, en eveneens 10% uit afwerkingsbedrijven. 83% van de bedrijven behoort tot het kleinbedrijf (<10 wp). Slechts 1,7% van de bedrijven is groter dan 50 werkzame personen. Zelfs als we de zzp'ers buiten de telling laten behoort nog steeds tweederde deel (66%) van de bedrijven tot het kleinbedrijf. Dit maakt dat de grafische bedrijfstak een kleinschalige bedrijfsstructuur heeft.

In tabel 3 wordt het aantal bedrijven (vestigingen) naar hoofdactiviteit uitgesplitst naar provincie. Hieruit blijkt dat Zuid- en Noord-Holland de meeste grafische bedrijven hebben, beide provincies ongeveer 19% van het totaal. Noord-Brabant komt op de derde plaats met 16% en Gelderland met 13% van de bedrijven. De meeste prepressbedrijven en afwerkingsbedrijven zitten in Noord-Holland.

Tabel 1 Ontwikkeling aantal grafische bedrijven

Aantal bedrijven grafische industrie (SBI2008 181) ingeschreven bij KvK in 1e kwartaal

Jaar	zzp	bedrijven	totaal	aandeel	index 2007=100		
				zzp	zzp	bedrijven	totaal
2007	1.765	2.275	4.040	44%	100	100	100
2008	1.860	2.220	4.080	46%	105	98	101
2009	1.870	2.190	4.060	46%	106	96	100
2010	1.740	2.095	3.835	45%	99	92	95
2011	1.650	2.065	3.715	44%	93	91	92
2012	1.740	1.990	3.730	47%	99	87	92
2013	1.750	1.845	3.595	49%	99	81	89
2014	1.765	1.720	3.485	51%	100	76	86
2015	1.715	1.605	3.320	52%	97	71	82
2016	1.725	1.510	3.235	53%	98	66	80
16-4kw	1.735	1.460	3.195	54%	98	64	79

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 2 Hoofdactiviteit en grootteklasse bedrijven

Bedrijven naar hoofdactiviteit en grootteklasse per 1-1-2016 ingeschreven bij de Kamers van Koophandel

SBI	Hoofdactiviteit	Grootteklasse bedrijf (werkzame personen)						Totaal			
		zzp	2-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100+	N	excl. zzp %	%
1813	Prepressbedrijven	355	100	20	15	15	0	0	505	15,6%	9,9%
1812	Drukkerijen	995	625	280	155	100	35	20	2.205	68,2%	80,1%
1814	Grafische afwerking	370	85	25	20	15	0	0	525	16,2%	10,3%
181	Totaal	1.725	810	325	190	130	35	20	3.235	100%	
		53,3%	25,0%	10,0%	5,9%	4,0%	1,1%	0,6%	100%		
181	Totaal excl. zzp	-	47,1%	18,9%	11,0%	7,6%	2,0%	1,2%	1.510		100%

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 3 Bedrijven naar provincie

Aantal vestigingen per 1-1-2016

Provincie	Prepress- bedrijven	Drukkerijen	Afwerkings- bedrijven	Totaal	Aandeel
Groningen	25	70	20	115	3,3%
Friesland	15	85	15	115	3,3%
Drenthe	10	60	10	80	2,3%
Overijssel	25	195	40	260	7,4%
Flevoland	15	35	15	65	1,8%
Gelderland	70	325	55	450	12,7%
Utrecht	55	180	50	285	8,1%
N-Holland	130	400	130	660	18,7%
Z-Holland	100	455	115	670	19,0%
Zeeland	5	55	15	75	2,1%
N-Brabant	70	425	60	555	15,7%
Limburg	15	165	25	205	5,8%
Totaal	535	2.450	550	3.535	100%

Bron= tellingen uit CBS Statline

#### 4. Mutaties in bedrijven

Mutaties in het aantal bedrijven worden veroorzaakt door nieuwe inschrijvingen (oprichtingen), fusies en overnames, opheffingen en faillissementen. In tabel 4 zijn deze mutaties over de afgelopen negen jaar in beeld gebracht. Voor zover mogelijk wordt het aantal mutaties verder uitgesplitst naar de grootteklasse van de bedrijven. De meeste mutaties vonden in 2015 plaats door opheffingen van bedrijven. Tellen we het aantal opheffingen, fusies en overnames en faillissementen bij elkaar op dan zijn er in 2015 zo'n 291 bedrijven uitgeschreven bij de Kamer van koophandel. Daar tegenover staan 140 nieuwe inschrijvingen. Uit de tabel blijkt dat er relatief veel starters en stoppers zijn onder de zelfstandige beroepsbeoefenaren (zzp'ers). Het aantal faillissementen was in 2010 het hoogst en loopt daarna ieder jaar terug.

Omdat ook het totaal aantal bedrijven terugloopt hebben we alle aantallen omgerekend naar percentage van het totaal aantal bedrijven (binnen iedere grootteklasse) aan het begin van een jaar (tabel 5). De totaal-percentages zijn voor iedere categorie berekend over het aantal bedrijven exclusief zzp'ers. Dit is gedaan omdat zzp'ers anders het totaalbeeld té sterk hadden beïnvloed. Het aantal bedrijfsopheffingen was in 2015 3,8% van het totaal aantal bedrijven. Dat is redelijk overeenkomstig met het aandeel in 2014. Het percentage faillissementen neemt evenals het totaal aantal faillissementen sinds 2010 af. Van 6,4% in 2010 naar 3,6% in 2015.

Vergelijken we deze cijfers met de totale industrie en de totale economie in Nederland dan zien we wel duidelijke verschillen (tabel 6). Al deze cijfers zijn berekend over het aantal bedrijven exclusief zzp'ers. Het percentage opheffingen en faillissementen is in de grafimediabranche structureel hoger dan in de totale industrie en in de totale Nederlandse economie. Het percentage oprichtingen is daar en tegen weer relatief laag. Het percentage fusies en overnames ligt precies tussen het landelijk gemiddelde en dat van de totale industrie in.

De ontwikkeling van het percentage faillissementen over de periode 2000-2015 is voor de grafimediabranche, de industrie en de totale economie in grafiek 1 uitgezet. Hieruit is te zien dat de industrie alleen gedurende de crisisjaren 2008 t/m 2013 duidelijk in negatieve zin afweek van het landelijk gemiddelde. De grafimediabranche wijkt al sinds 2001 structureel in negatieve zin af van zowel het beeld in de industrie als het landelijke beeld. Gedurende de crisisjaren zien we deze negatieve afwijking nog eens sterk toenemen.

Uit deze cijfers kan geconcludeerd worden dat de grafimediabranche structureel sterker onder druk staat dan de industrie in zijn geheel, en gedurende de economische crisis ook nog eens veel zwaarder werd getroffen.

Tabel 4 Aantal mutaties in bedrijven

Bedrijfsomvang	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Oprichtingen									
- zzp'ers	210	205	200	155	150	145	110	100	120
- bedrijven 2-9 wp	75	65	45	30	55	30	25	20	15
- bedrijven 10-49 wp	10	5	10	5	5	5	0	0	5
- bedrijven 50+ wp	0	0	0	0	0	0	0	0	0
totaal	295	280	255	190	210	180	140	120	140
Fusies en overnames									
- zzp'ers	5	0	0	5	5	5	0	5	5
- bedrijven 2-9 wp	5	10	5	15	5	10	10	15	5
- bedrijven 10-49 wp	5	5	5	20	20	20	15	10	10
- bedrijven 50+ wp	0	0	0	5	5	5	5	0	5
totaal	15	20	15	50	40	40	30	35	30
Opheffingen									
- zzp'ers	165	170	190	175	160	145	170	165	135
- bedrijven 2-9 wp	90	70	105	65	65	70	75	40	45
- bedrijven 10-49 wp	15	10	25	10	15	15	15	15	15
- bedrijven 50+ wp	5	5	10	5	0	0	5	5	0
totaal	275	255	330	255	245	235	260	220	200
Faillissementen									
- zzp'ers	2	2	4	5	4	5	6	5	3
- bedrijven	49	51	103	134	129	97	88	71	58
totaal	51	53	107	139	133	102	94	76	61

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 5 Bedrijfsmutaties in procenten

Bedrijfsomvang	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Oprichtingen									
- zzp'ers	11,9%	11,0%	10,7%	8,9%	9,1%	8,3%	6,3%	5,7%	7,0%
- bedrijven 2-9 wp	4,8%	4,2%	2,9%	2,0%	3,7%	2,0%	1,8%	1,6%	1,3%
- bedrijven 10-49 wp	1,7%	0,9%	1,9%	1,0%	1,0%	1,2%	0,0%	0,0%	1,4%
- bedrijven 50+ wp	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
totaal excl. zzp	3,7%	3,1%	2,5%	1,7%	2,9%	1,8%	1,4%	1,2%	1,3%
Fusies en overnames									
- zzp'ers	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
- bedrijven 2-9 wp	0,3%	0,6%	0,3%	1,0%	0,3%	0,7%	0,7%	1,2%	0,4%
- bedrijven 10-49 wp	0,9%	0,9%	0,9%	4,1%	4,1%	4,7%	3,8%	2,7%	2,9%
- bedrijven 50+ wp	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	6,3%	6,3%	5,9%	0,0%	9,1%
totaal excl. zzp	0,4%	0,7%	0,5%	1,9%	1,5%	1,8%	1,6%	1,5%	1,3%
Opheffingen									
- zzp'ers	9,3%	9,1%	10,2%	10,1%	9,7%	8,3%	9,7%	9,3%	7,9%
- bedrijven 2-9 wp	5,7%	4,5%	6,8%	4,3%	4,3%	4,7%	5,5%	3,1%	3,8%
- bedrijven 10-49 wp	2,6%	1,8%	4,7%	2,0%	3,1%	3,5%	3,8%	4,1%	4,3%
- bedrijven 50+ wp	4,0%	4,3%	8,3%	4,8%	0,0%	0,0%	5,9%	7,1%	0,0%
totaal excl. zzp	4,8%	3,8%	6,4%	3,8%	3,9%	4,3%	5,1%	3,5%	3,8%
Faillissementen									
- zzp'ers	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%
- bedrijven	2,2%	2,3%	4,7%	6,4%	6,2%	4,9%	4,8%	4,1%	3,6%

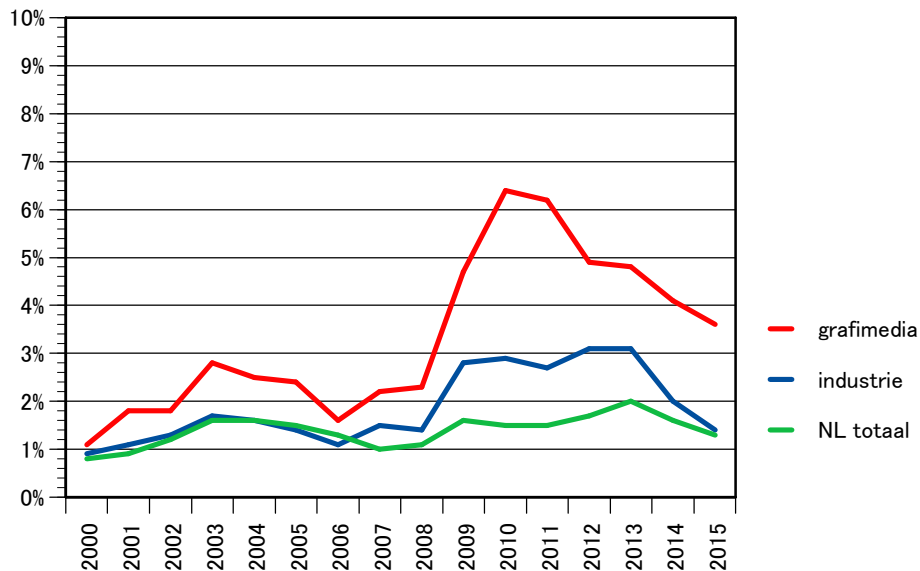
Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 6 Bedrijfsmutaties grafimedia vergeleken met industrie en totale economie

Sector	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Oprichtingen									
Grafimedia	3,7%	3,1%	2,5%	1,7%	2,9%	1,8%	1,4%	1,2%	1,3%
Industrie	4,9%	4,4%	2,7%	2,1%	3,0%	2,4%	2,2%	2,1%	2,0%
NL totaal	8,5%	8,3%	5,5%	5,0%	5,6%	4,4%	4,1%	3,8%	3,6%
Fusies en overnames									
Grafimedia	0,4%	0,7%	0,5%	1,9%	1,5%	1,8%	1,6%	1,5%	1,3%
Industrie	0,8%	0,8%	0,7%	1,5%	1,4%	1,6%	1,5%	1,4%	1,6%
NL totaal	0,5%	0,5%	0,5%	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	0,9%	1,0%
Opheffingen									
Grafimedia	4,8%	3,8%	6,4%	3,8%	3,9%	4,3%	5,1%	3,5%	3,8%
Industrie	3,9%	3,2%	4,8%	3,2%	3,0%	3,3%	3,5%	2,7%	2,8%
NL totaal	6,6%	5,4%	7,2%	5,2%	4,4%	4,8%	5,0%	3,8%	3,7%
Faillissementen									
Grafimedia	2,2%	2,3%	4,7%	6,4%	6,2%	4,9%	4,8%	4,1%	3,6%
Industrie	1,5%	1,4%	2,8%	2,9%	2,7%	3,1%	3,1%	2,0%	1,4%
NL totaal	1,0%	1,1%	1,6%	1,5%	1,5%	1,7%	2,0%	1,6%	1,3%

Bron= tellingen uit CBS Statline

Grafiek 1 Ontwikkeling percentage faillissementen  
Faillissementen als percentage van totaal aantal bedrijven, excl. zzp'ers



Bron: tellingen uit CBS StatLine

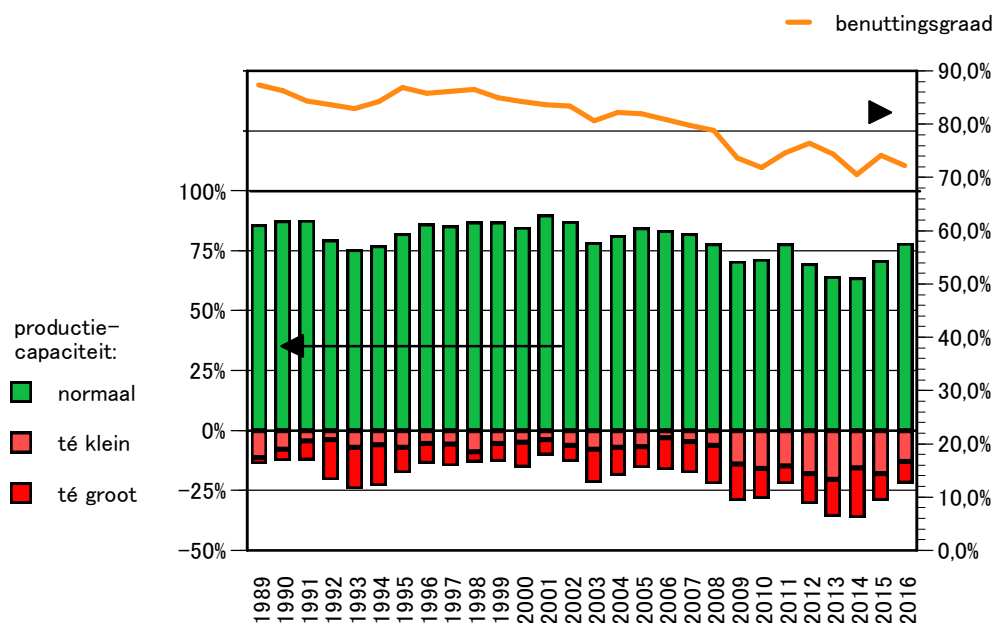


## 5. Productie capaciteit en benuttingsgraad

In de conjunctuurenquête van het CBS wordt aan bedrijven gevraagd welke verhouding hun productiecapaciteit heeft ten opzichte van hun gemiddelde orderpakket. Iets meer dan driekwart van de grafische bedrijven geeft in 2016 aan dat de productiecapaciteit 'normaal' is (grafiek 2). Een kleine kwart geeft aan dat de productiecapaciteit té groot dan wel té klein is. In beide gevallen wordt dit in onderstaande grafiek als ongewenst geïnterpreteerd en dus in rood weergegeven. Over een lange tijdreeks is goed te zien wanneer een economische terugval veroorzaakt dat een afwijkende productiecapaciteit optreedt. Tot 2003 schommelt een normale productiecapaciteit rond 80%. Alleen in de economische laagconjunctuur 1992-1994 en 2003-2004 zien we dat een groter deel van de bedrijven een té grote capaciteit meldt. Vanaf de crisis in 2008 zien we dat een steeds groter deel van de bedrijven een 'niet normale' productiecapaciteit meldt. Voor een deel hebben bedrijven hun productiecapaciteit om financiële redenen moeten afbouwen. Zij doen dit door een krappe bezetting aan te houden. Door schommelingen in de omzet vertaalt dit zich gemakkelijk in een 'té krappe' capaciteit. Bedrijven zijn echter terughoudend in het vergroten van hun productiecapaciteit omdat zij onzeker zijn over de toekomstige ontwikkelingen. In de afgelopen twee jaar, 2015 en 2016, zien we enig herstel van een normaal geachte productiecapaciteit ontstaan.

Daarnaast is aan bedrijven gevraagd naar de benuttingsgraad van hun productiecapaciteit. Dit is in de grafiek weergegeven in de vorm van een lijn. Deze lijn moet uitgelezen worden op de rechter schaalverdeling (y-as). Duidelijk is te zien dat de benuttingsgraad vanaf midden jaren negentig structureel terugloopt van zo'n 88% naar zo'n 72% in 2016. Het oplopen van de benuttingsgraad in 2011 en 2012 heeft te maken met de vermindering in productiecapaciteit die daaraan vooraf ging. De structurele verlaging van de benuttingsgraad in combinatie met de eveneens structurele vermindering van de werkgelegenheid laat tevens zien dat er sprake is van sterke productiviteitstoename en daarmee het verder groeien van overcapaciteit bij grafische bedrijven.

— Grafiek 2 Productiecapaciteit en benuttingsgraad in grafimediabranche



Bron: tellingen uit CBS StatLine

## 6. Productievolume

De ontwikkeling van het maandelijks productievolume wordt door CBS geregistreerd in de vorm van een index voor de omzet uit verkoop goederen en diensten aan consumenten en bedrijven excl. btw en productgebonden belastingen, waarbij de gemiddelde maandelijks productie over 2010 op 100 is gesteld. Dit houdt in dat de omzet over geheel 2010 door 12 wordt gedeeld. Omdat het productieverloop in werkelijkheid niet gelijkmatig over de maanden verdeeld is varieert het indexcijfer dus sterk over de maanden. De maanden van elk jaar kunnen dus alleen goed vergeleken worden met de overeenkomstige maanden van eerdere jaren. Jaren kunnen alleen met elkaar vergeleken worden door per jaar het gemiddelde over alle maanden te berekenen, net zoals in het normjaar 2010 gedaan is. In onderstaande grafieken waarbij jaren en niet maanden met elkaar vergeleken worden is deze laatste methode steeds toegepast.

Dat er behoorlijke variatie over het verloop van het jaar optreedt is te zien in grafiek 3A. Indien het productieverloop volkomen stabiel over de 12 maanden zou plaatsvinden dan zou de grafieklijn precies horizontaal op de 100 van januari tot december lopen. De variatie tussen de maanden is niet over één specifiek jaar berekend maar over alle jaren vanaf 1990 t/m 2015. Hierdoor worden toevallige schommelingen die in een specifiek jaar kunnen opgetreden geneutraliseerd. Dit was bijvoorbeeld het geval in 2008 toen in oktober ineens de economische bankencrisis omsloeg in een totale economische crisis. Dit verstoorde het 'normale' patroon waarin de productie in een jaar verloopt. Om een meer geneutraliseerde berekening te maken is de productie index van ieder afzonderlijk jaar op 100% gesteld en zijn de maandelijks indexcijfers tegen dit jaar-gemiddelde afgezet. Deze berekening is alleen toegepast op grafiek 3A.

Het maandelijks productieverloop in de grafimediabranche is tevens vergeleken met dat in de totale industrie. Hieruit kan een aantal conclusies getrokken worden. (1) Het productieverloop in beide sectoren varieert per maand waarbij er duidelijke pieken en dalen zijn die grotendeels in beide sectoren gelijktijdig optreden. (2) In tegenstelling tot de industrie heeft de grafimediabranche een sterke productiepiek aan het eind van het jaar, en zakt dan weer sterk in aan het begin van een nieuw jaar. (3) Dit betekent dat de range waarover het productieverloop plaatsvindt binnen de grafimediabranche (28,6) veel groter is dan in de industrie (16,6). Dit betekent dat het voor grafische bedrijven belangrijk is om op een flexibele manier hun productiecapaciteit te kunnen uitbreiden en inkrimpen.

In grafiek 3B is de variatie over de verschillende maanden van het jaar gladgestreken door een jaargemiddelde te berekenen. Hierdoor kunnen we het productieverloop over de jaren eenvoudiger zichtbaar maken. Over het jaar 2016 is dit t/m november gedaan omdat december nog niet beschikbaar was. Hierdoor kan het jaargemiddelde nog iets hoger uitvallen.

Uit de grafiek blijkt dat de omzet vanaf 2008 sterk is teruggelopen, zich in 2010 en 2011 weer herstelt heeft, maar daarna opnieuw is gaan teruglopen. Vanaf 2015 is de teruggang gestabiliseerd maar nog niet gaan herstellen. In 2016 is er ook nog geen duidelijke verbetering waar te nemen. Om meer gedetailleerd de omzetontwikkeling per maand te kunnen beoordelen zijn vervolgens de maand index-cijfers over 2014, 2015 en 2016 weergegeven. Dit is gedaan voor de totale grafische omzet (grafiek 3C), de omzet voor de binnenlandse markt (grafiek 3D) en voor de buitenlandse markt (grafiek 3E). De verschillen tussen de totale omzetten per maand in 2016 versus die in 2014 en 2015 is ook nog uitvergroot in grafiek 3F te zien.

Uit grafiek 3C blijkt dat alleen in de eerste helft van 2016 sprake is geweest van een wat hoger productievolume (omzet), maar dat dit zich in de tweede helft niet heeft gecontinueerd. Bij uitsplitsing naar productie voor de binnenlandse markt en buitenlandse markt (grafieken 3D en 3E) zien we dat de in grafiek 3C geconstateerde toename geheel voor rekening van de export komt en

niet of nauwelijks voor de interne markt. In grafiek 3F kunnen we zien dat de verschillen tussen 2016 en 2015 voornamelijk optraden in de maanden mei, juni en augustus, en dat oktober weer een slechte maand was.

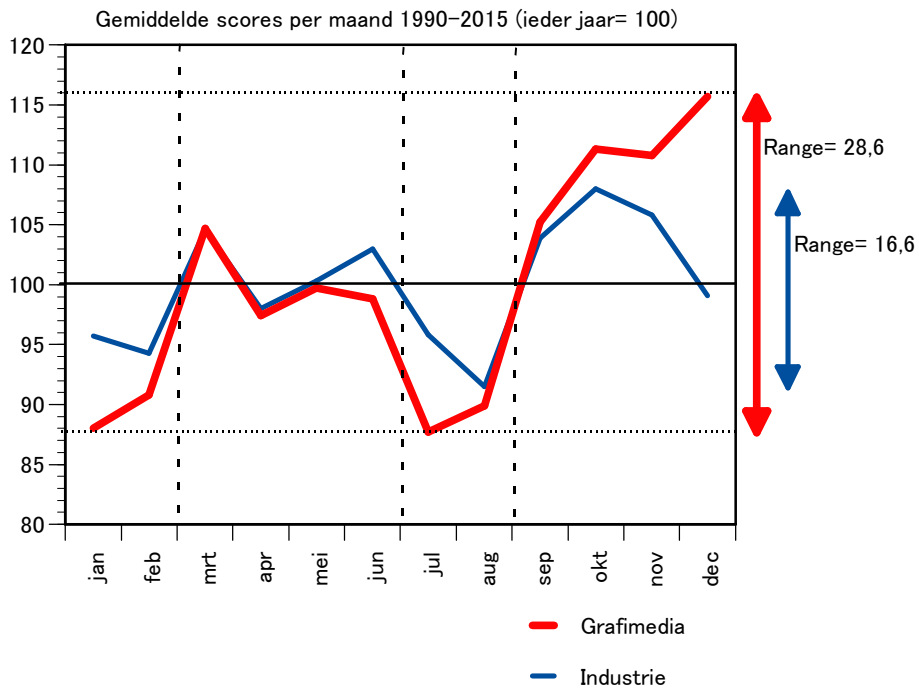
Grafiek 4 geeft weer wat bedrijven bij de conjunctuurenquête gemeld hebben over het verloop van hun productievolume in de afgelopen maanden. Deze kwartaalcijfers zijn ook weer omgerekend naar jaargemiddelden. Het gaat om de verhouding tussen bedrijven die een toename, krimp of afname van hun productie melden.

In de grafiek valt allereerst op dat het aandeel van bedrijven met een stabiele productieontwikkeling de afgelopen 20 jaar is teruggelopen van boven 60% naar rond 50%. Toegenomen zijn zowel het aandeel bedrijven met een krimpend productievolume als het aandeel bedrijven met een groeiend productievolume. Dat beide categorieën bedrijven zijn toegenomen duidt op een afnemende stabiliteit binnen de branche.

Grafiek 5 laat hetzelfde patroon voor de totale industrie zien. Vergelijk tussen de twee grafieken laat zien dat het aandeel van bedrijven met een stabiele ontwikkeling in productievolume in de industrie groter is dan in de grafimediabranche en ook minder is afgenomen in de loop der jaren. Het saldo 'krimp-min-groei' is in de afgelopen jaren voor de totale industrie ook gunstiger geweest dan voor de grafimediabranche. Dit is te zien als we de zwarte 'saldo-lijn' van beide grafieken met elkaar vergelijken.

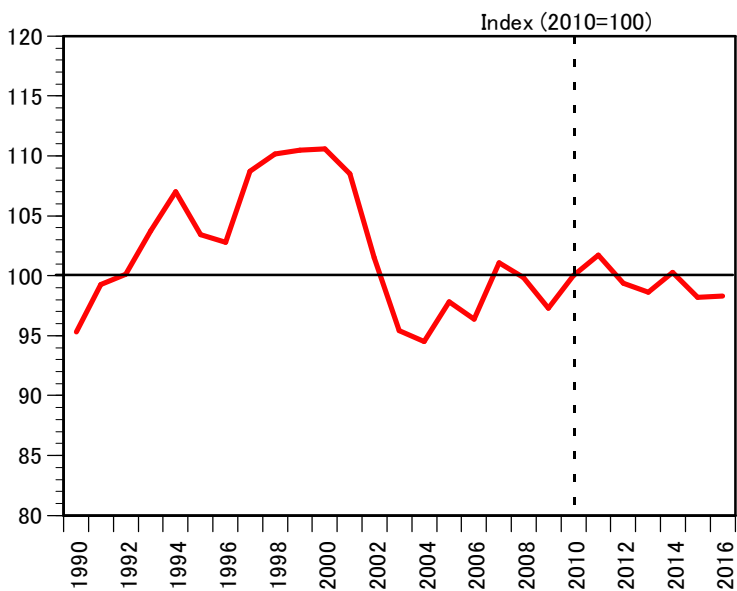
In zowel grafiek 4 als grafiek 5 is bij beide 'saldo-lijnen' ook goed te zien welk effect een economische crisis heeft op de groei en krimp binnen sectoren. In beide gevallen zien we de 'saldo-lijn' in het begin van de economische crisis fors naar beneden gaan. Dit betekent dat meer bedrijven krimpen dan groeien. Daarmee vormt deze 'saldo-lijn' een soort productie-barometer voor branches.

Grafiek 3A Gemiddelde maandelijkse productieverloop over het jaar



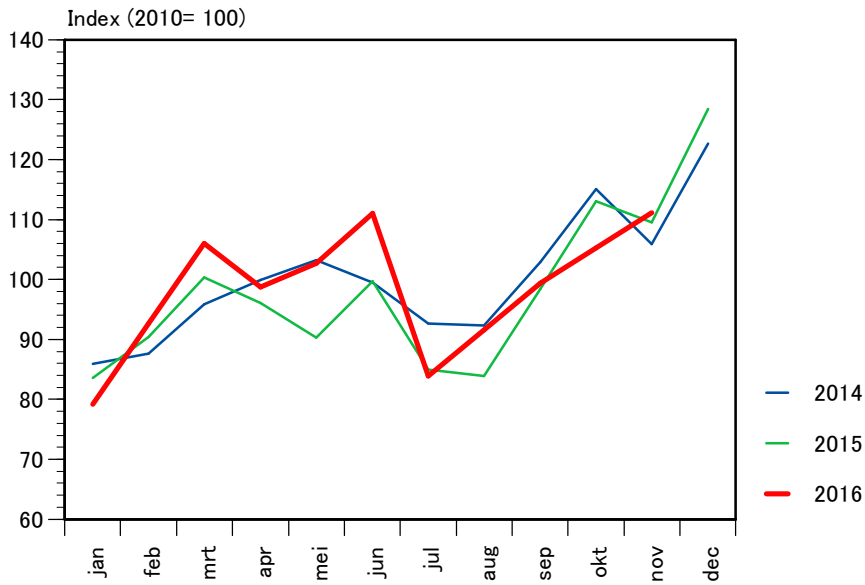
Bron: gegevens productie index CBS, bewerking GOC

Grafiek 3B Ontwikkeling totale jaarlijkse omzet grafimedia 1990–2016



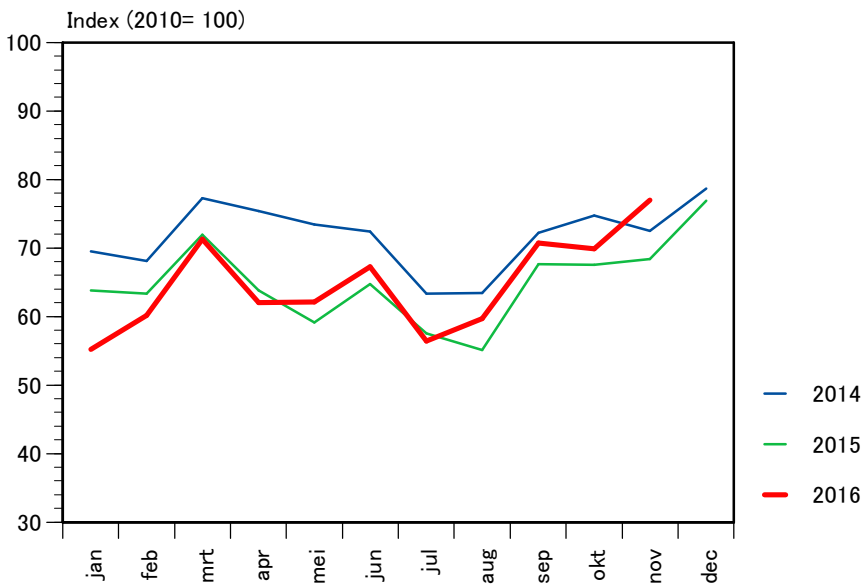
Bron: CBS Statline

Grafiek 3C Ontwikkeling totale maandelijks omzet grafimedia 2014, 2015 en 2016



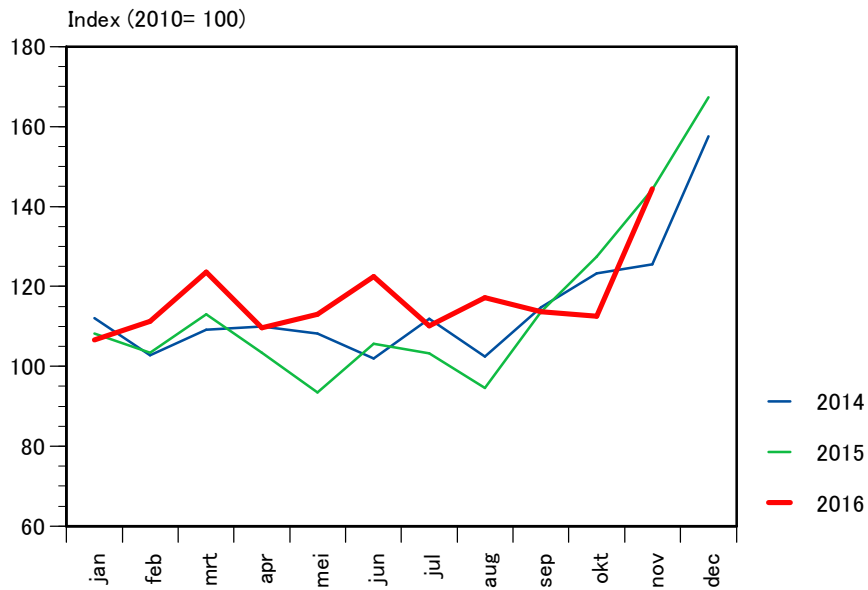
Bron: CBS Statline

Grafiek3D Ontwikkeling binnenlandse maandelijks omzet grafimedia 2014, 2015 en 2017



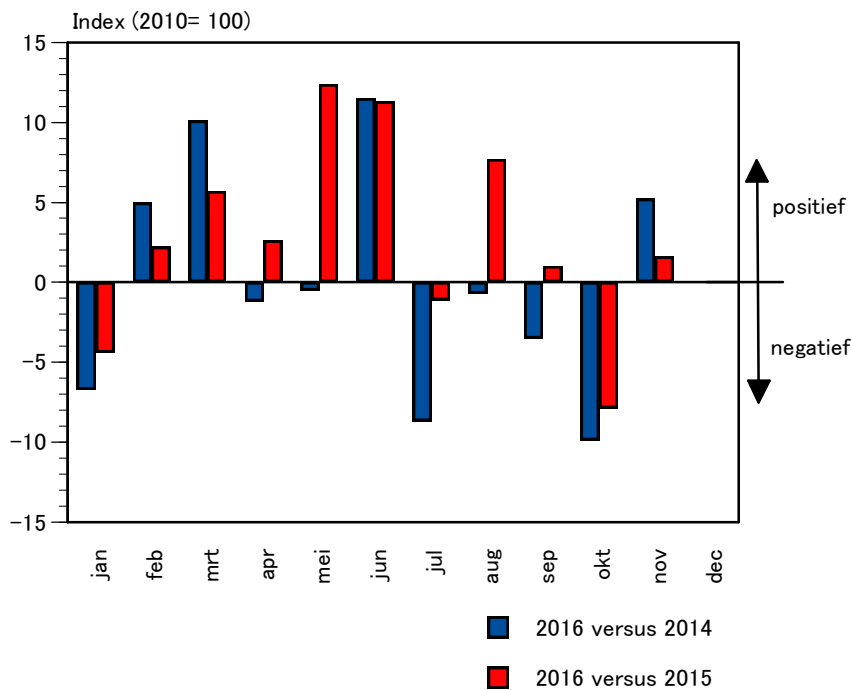
Bron: CBS Statline

Grafiek 3E Ontwikkeling buitenlandse maandelijkse omzet grafimedia 2014, 2015 en 2016



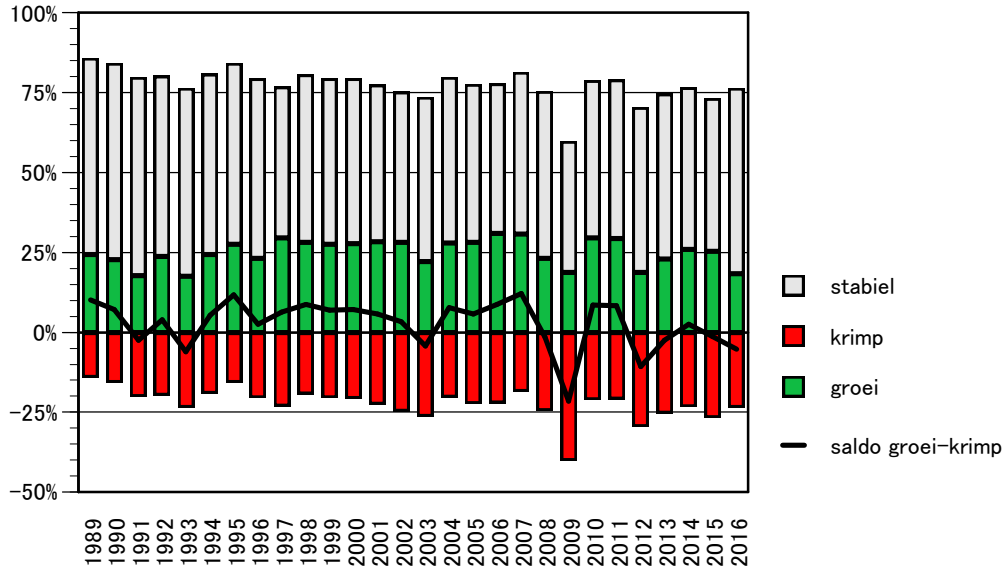
Bron: CBS Statline

Grafiek 3F Maandelijks omzet grafimedia 2016 versus 2014 en 2015



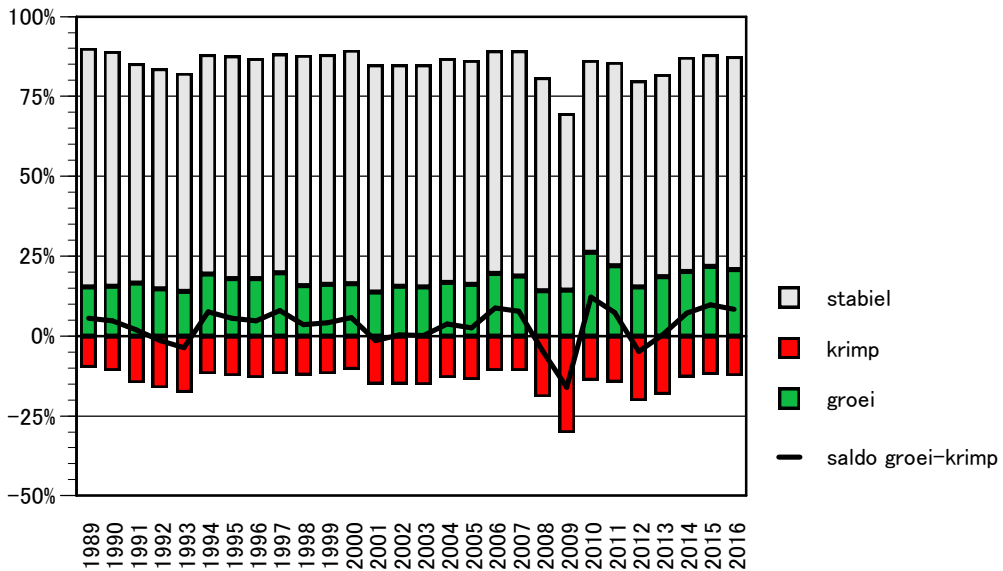
Bron: CBS Statline

Grafiek 4 Ontwikkeling productievolume grafmediabranche



Bron: tellingen uit CBS StatLine

Grafiek 5 Ontwikkeling productievolume industrie



Bron: tellingen uit CBS StatLine

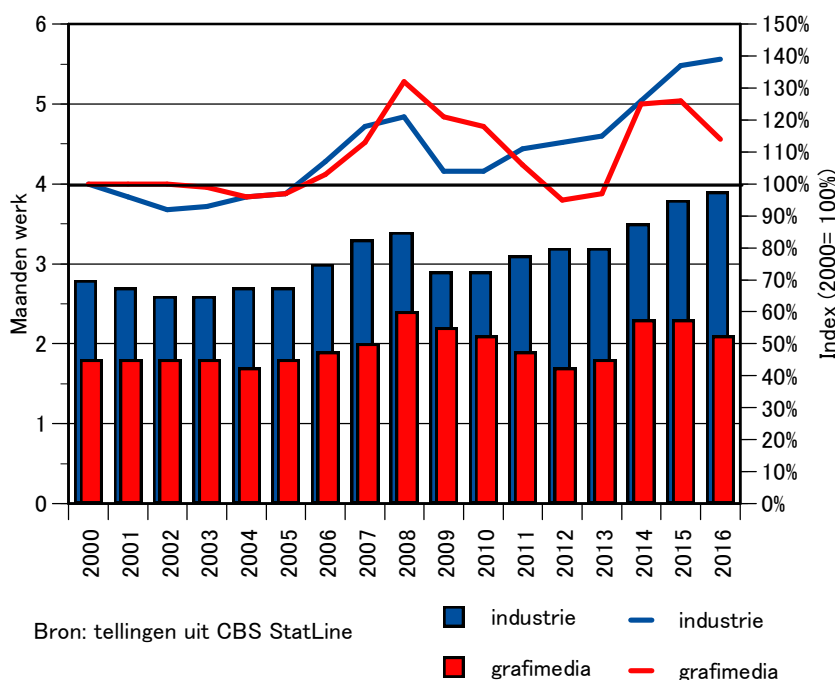
## 7. Orderpositie

De orderpositie laat eveneens zien waar branches onderling overeenkomen of verschillen. De rode en blauwe kolommen in grafiek 6 laten het aantal maanden werk zien dat bedrijven gemiddeld hebben. Ook hier wordt gewerkt met jaargemiddelden. Duidelijk te zien is dat over alle jaren de grafische bedrijven een veel kortere orderpositie hebben dan bedrijven in de totale industrie. Gemiddeld ligt de orderpositie van grafische bedrijven onder 2 maanden werk, en binnen de totale industrie is dit ongeveer 3 maanden. Daarbij is te zien dat de orderpositie van grafische bedrijven gedurende de economische crisis sterker verslechterde dan in de gehele industrie, en dat de industrie zich inmiddels sterk herstelt heeft terwijl de grafische opnieuw inzakt. In de industrie is in de afgelopen drie jaar zelfs een sterke verbetering van de orderpositie te zien, terwijl deze trend niet zichtbaar is bij de grafimediabranche.

De rode en blauwe lijnen bovenin de grafiek indexeren de cijfers uit de kolommen. Daarbij is het jaar 2000 op 100% gesteld. Duidelijk is te zien dat in de afgelopen jaren de ontwikkeling in de grafimediabranche steeds sterker is gaan afwijken van die in de totale industrie. De neergang tijdens de economische crisis zet in de grafimediabranche veel langer door in het verkorten van de orderpositie die bedrijven hebben.

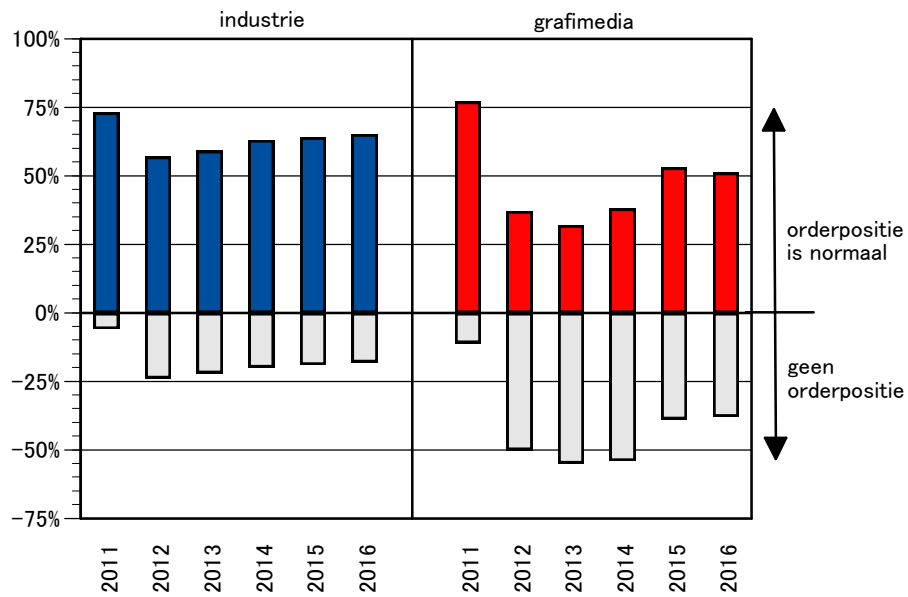
Bij vergelijking van de buitenlandse orderpositie (grafiek 7) valt op dat het percentage bedrijven dat geen buitenlandse orderpositie heeft in de grafimediabranche tweemaal zo groot is dan in de totale industrie. De orderpositie in de grafimediabranche is in 2012 ook harder onderuit gegaan dan in de industrie, en herstelt zich ook niet even goed als in de industrie het geval is. Wel is de export in 2015 en 2016 voor de grafische bedrijven duidelijk verbeterd. Het is afwachten of deze trend in het komend jaar blijft doorzetten.

Grafiek 6 Ontwikkeling orderpositie in maanden werk





Grafiek 7 Ontwikkeling buitenlandse orderpositie



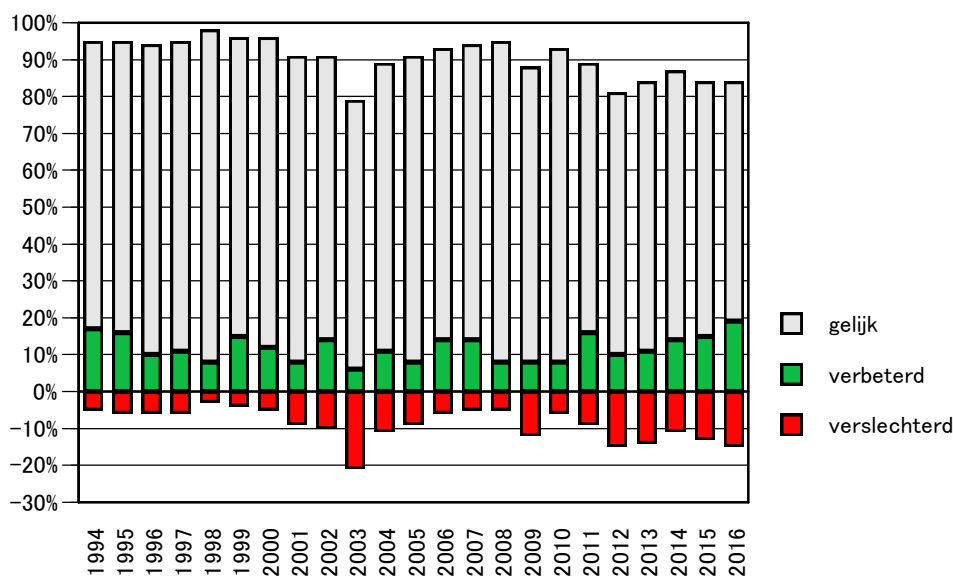
Bron: tellingen uit CBS StatLine

## 8. Concurrentie

Een groot deel van de grafische bedrijven geeft aan dat hun concurrentiepositie op de Nederlandse markt in de afgelopen kwartaal niet is veranderd. In grafiek 8 is te zien dat dit ook in het verleden al zo was. In de afgelopen jaren is te zien dat er binnen de branche zowel meer verbetering als verslechtering van de concurrentiepositie werd ervaren. Het beeld is in dit opzicht dus niet eenduidig slecht of goed te noemen. Wel positief is dat het saldo van verbetering versus verslechtering in de jaren 1014 t/m september 2016 weer doorslaat naar de positieve kant.

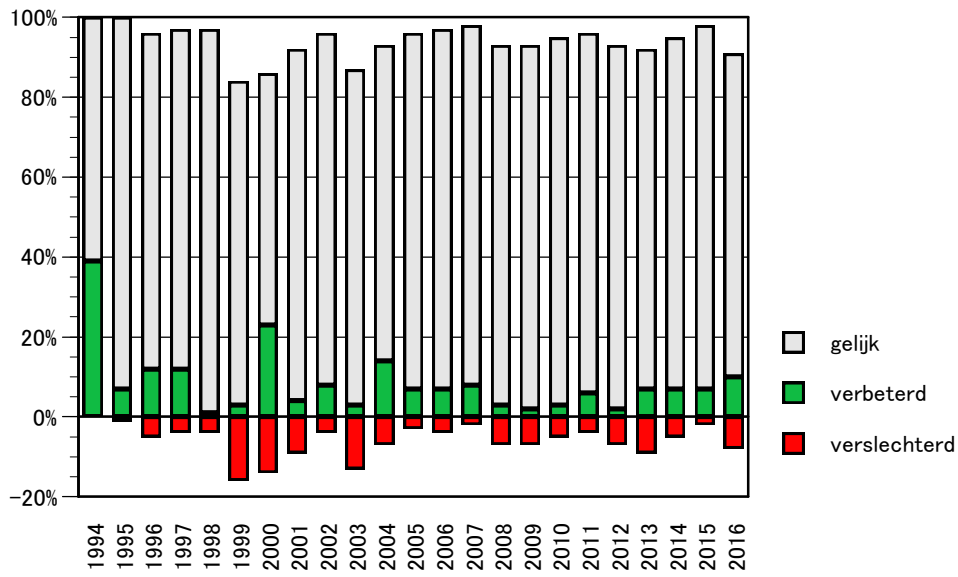
In grafiek 9 wordt een zelfde beeld gegeven van de concurrentiepositie op de Europese markt. Deze gegevens betreffen uitsluitend bedrijven die actief zijn op de Europese markt. Het aandeel van bedrijven dat geen verandering ervaart is nog groter dan op de Nederlandse markt. Bij de bedrijven die wel verandering constateren zien we ook hier een toename van zowel verbetering als verslechtering. Ook is het saldo verbetering versus verslechtering positief.

Grafiek 8 Ontwikkeling concurrentiepositie op de Nederlandse markt



Bron: tellingen uit CBS StatLine

Grafiek 9 Ontwikkeling concurrentiepositie op de Europese markt



Bron: tellingen uit CBS StatLine

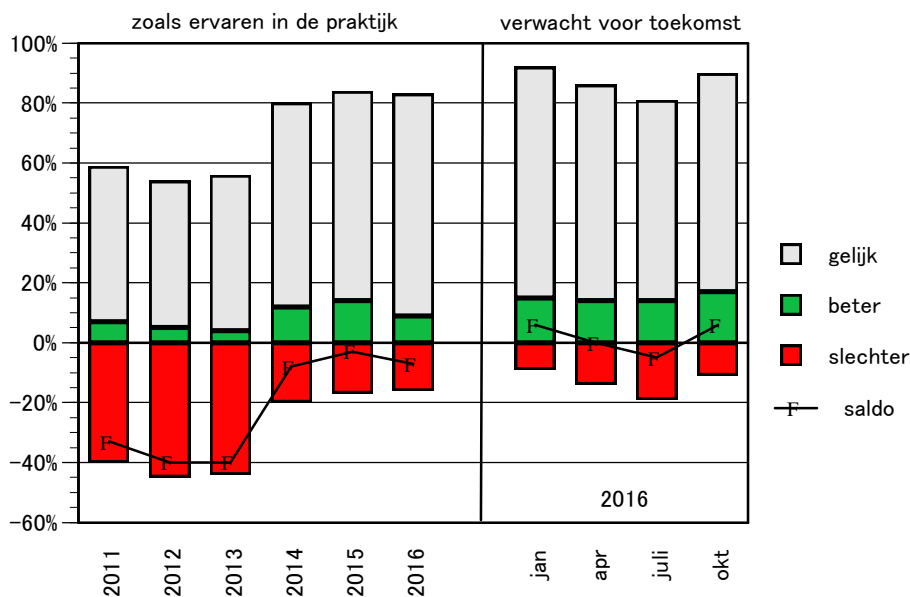
## 9. Economisch klimaat en belemmeringen

De gegevens omtrent de ontwikkeling van het economisch klimaat worden door CBS pas vanaf 2011 verzameld. Daarbij wordt aan bedrijven gevraagd een opgave te doen over hun ervaring over de afgelopen 3 maanden, en over hun verwachting voor de komende 3 maanden. In grafiek 10 worden beide gegevens in beeld gebracht. De verwachting wordt alleen over de peilmomenten van het lopende jaar 2016 gegeven. Vanaf 2014 zien we een duidelijke verbetering van het ervaren economische klimaat ontstaan binnen de grafimediabranche. De voortdurende spiraal van verslechtering wordt dan doorbroken door een lichte toename van het aantal bedrijven dat een verbetering constateert en een sterke afname van het aantal bedrijven dat een verdere verslechtering constateert. Het is echter nog niet zo dat het saldo van beide positief is. Het saldo verslechtert zelfs weer iets in 2016. Het gaat hierbij om gemiddelden over een jaar.

Bij de verwachting voor de toekomst geven we de cijfers per kwartaal in 2016. Aan het begin van 2016 is de verwachting meer positief gestemd, maar deze verwachting verslechtert steeds verder naarmate het jaar vordert. In oktober verbetert deze situatie enigszins, maar dat blijkt ook samen te hangen met het productieverloop over het jaar. Over alle peiljaren blijkt het laatste kwartaal altijd beter te scoren wat betreft het verwachte economisch klimaat dan de voorgaande kwartalen.

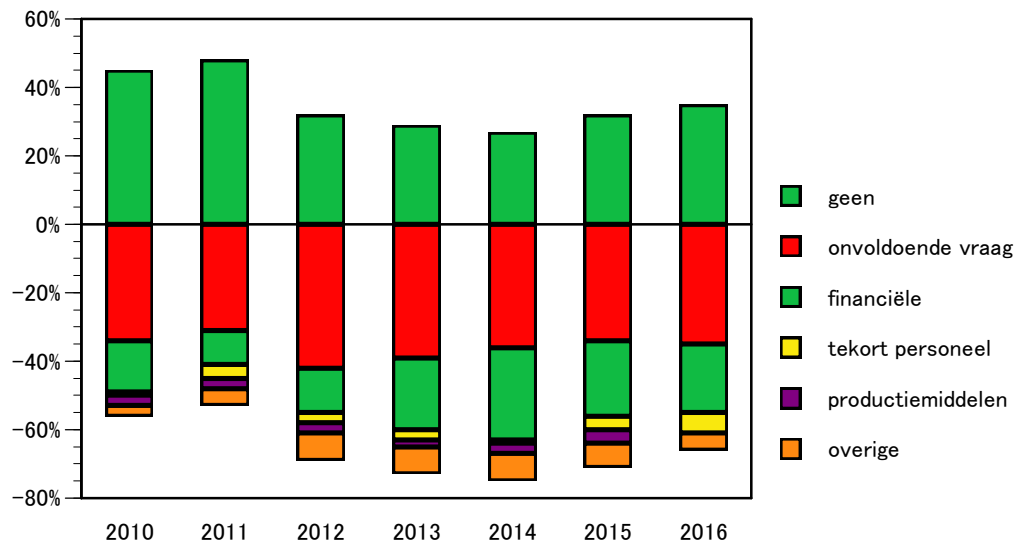
In grafiek 11 worden de door bedrijven ervaren belemmeringen bij hun bedrijfsontwikkeling weergegeven. Daarbij staat aan de positieve kant het percentage bedrijven dat geen belemmeringen ervaart. Dit percentage verslechterde tussen 2012 en 2014 vooral ten gevolge van onvoldoende vraag vanuit de markt en vervolgens ook door het ontbreken van de benodigde financiële middelen voor verdere ontwikkeling. Het lijkt erop dat beide aspecten in 2015 en 2016 iets verbeteren, maar het ziet er nog steeds zorgwekkend uit. Meer dan 60% van de bedrijven ervaart belemmeringen voor het verder kunnen ontwikkelen van hun bedrijf.

Grafiek 10 Ontwikkeling van het economisch klimaat



Bron: tellingen uit CBS StatLine

Grafiek 11 Ervaren belemmeringen bij bedrijfsontwikkeling



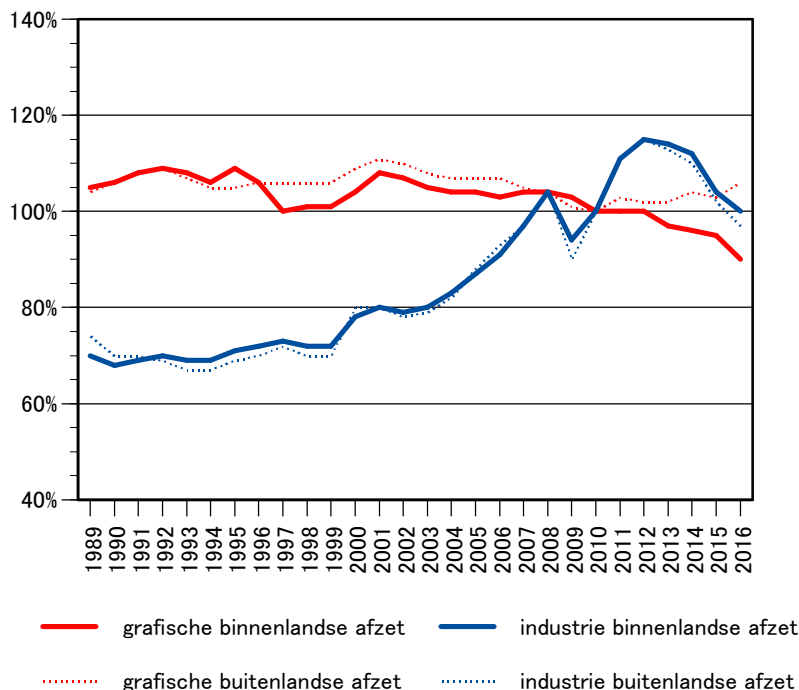
Bron: tellingen uit CBS StatLine

## 10. Producenten Prijs Index (PPI)

In grafiek 12 wordt voor de grafmediabranche en de totale industrie de index gegeven van de ontwikkeling van prijzen die producenten krijgen voor hun producten. Daarbij wordt een onderverdeling gemaakt naar de ontwikkeling op de binnenlandse markt (dikke lijn) en de buitenlandse markt (stippellijn). Bij de indexering is het prijsniveau voor beide sectoren en markten in het jaar 2010 op 100% gesteld. Door deze indexering kunnen de ontwikkeling van verschillende prijsniveaus met elkaar vergeleken worden.

Voor de grafmediabranche zien we vooral vanaf 2001 een voortdurende verslechtering optreden van de producentenprijzen op zowel de binnenlandse als de buitenlandse markt. Deze verslechtering loopt door voor de binnenlandse markt maar herstelt vanaf 2011 voor de buitenlandse markt. Dit betekent dat de binnenlandse markt voor grafische bedrijven nog steeds verslechtert wat betreft het prijsniveau. Dezelfde verslechtering zien we vanaf 2013 ook optreden voor de prijzen van industriële producten, zowel op de binnenlandse als de buitenlandse markt. Daar staat tegenover dat tot 2013 de prijzen voor industriële producten voortdurend groeide, waardoor de uitgangspositie toch beter is om deze (tijdelijke?) daling te kunnen opvangen.

Grafiek 12 Ontwikkeling prijzen die producenten krijgen voor hun producten en diensten (PPI; index 2010=100%)



Bron: tellingen uit CBS StatLine

## 11. Import en export

Met betrekking tot de import en export van grafische producten zijn veel gedetailleerde gegevens verzameld. Het CBS ontleend deze gegevens aan de in- en uitvoerregistraties van de belastingdienst t.b.v. btw-verrekeningen. Voor verschillende grafische producten gelden verschillende btw-tarieven. Vandaar dat deze producten gedetailleerd worden geregistreerd.

Bij de exportgegevens hebben we onderscheid gemaakt tussen producten die in Nederland zijn geproduceerd (made in Holland) en producten die eerst ingevoerd en daarna weer uitgevoerd zijn (wederuitvoer c.q. transitio). Grafiek 13 geeft voor de totale grafische exportwaarde de verhouding weer tussen de export van in Nederland geproduceerde producten en de transitiohandel. In de grafiek is duidelijk te zien dat tussen de jaren 2003 en 2008 deze verhouding verslechterde voor de grafische productie van eigen bodem. Het aandeel wederuitvoer nam in deze periode toe van 28,7% tot 43,5%. Sindsdien is het aandeel van home-made-productie weer toegenomen van 56,5% naar 74,5% in 2015. In grafiek 14 is de ontwikkeling van de totale import en export inclusief de transitiohandel weergegeven en in grafiek 15 de import en export exclusief de transitiohandel. Uit grafiek 14 blijkt dat vooral de export sterk reageert op de economische ontwikkeling.

Niet alleen de verhouding tussen home-made-productie is sterk verbeterd, maar ook in absolute waarde toegenomen in geëxporteerde goederen van eigen bodem. Omdat gelijktijdig de import van grafische producten tijdens de crisisjaren is teruggelopen kruisen deze lijnen (waarden) zich in de loop van 2013. Daarna zien we zowel de export van home-made-producten als de import weer toenemen. Afgelopen jaar ontlieden de waarden van beiden elkaar niet veel. De ontwikkeling van de wederuitvoer blijft echter ver achter en verslechtert verder. Dit laatste is niet zo erg voor grafische productiebedrijven maar wel voor grafische handelsondernemingen die het voor een deel moeten hebben van transitiohandel.

Onder beide grafieken staan vijf tabellen waarin gedetailleerde informatie staat over import en export naar verschillende continenten en landen, en naar verschillende soorten producten die daarbij verhandeld worden. Tenslotte wordt per productgroep en naar continent de groei van de import en export gegeven.

In tabel 07 wordt de importwaarde uitgesplitst naar verschillende continenten en een aantal landen. Daarbij worden alleen de belangrijkste handelslanden (voor grafische producten) vermeld. Om ook nog een verschuiving aan te kunnen geven worden in de tabellen steeds twee jaartallen gegeven: 2008 en 2015. Namelijk het eerste en het laatste jaar waarover cijfers beschikbaar zijn. Naast de totale goederenwaarde in Euro's wordt ook het aandeel van ieder land binnen het eigen continent gegeven en het aandeel in het totaal van import of export. Hierdoor is gemakkelijk te zien welke landen onze belangrijkste handelsrelaties zijn m.b.t. grafische producten. Bijvoorbeeld is Duitsland belangrijker dan België, en China belangrijker dan de VS en Canada?

De importwaarde van grafische producten is in 2015 in totaal 923 miljoen Euro (tabel 07). 81% van deze import komt vanuit de Europese markt. Het belangrijkste importland voor grafische producten is Duitsland 25%, België 20% en het Verenigd Koninkrijk 11%. Als tweede continent is Azië 11% en daarna Amerika 8% van belang. De andere continenten hebben een marginaal aandeel in de Nederlandse grafische import. Van de individuele landen buiten Europa zijn de VS 7,8% en China 7,6% de belangrijkste landen. Van beide landen is het aandeel gegroeid.

Bij de exportwaarde gaat het in totaal om bijna 1,2 miljard Euro (tabel 08). 91% van de totale export vanuit Nederland gaat naar de Europese markt. De belangrijkste exportlanden zijn België 25%, Duitsland 19%, VK 14% en Frankrijk 10%. Het belangrijkste continent voor uitvoer buiten de EU is Amerika 4,4% en Azië 2,3%. Alle individuele landen buiten Europa spelen een zeer bescheiden rol. Alleen de VS komen boven 1% uit.

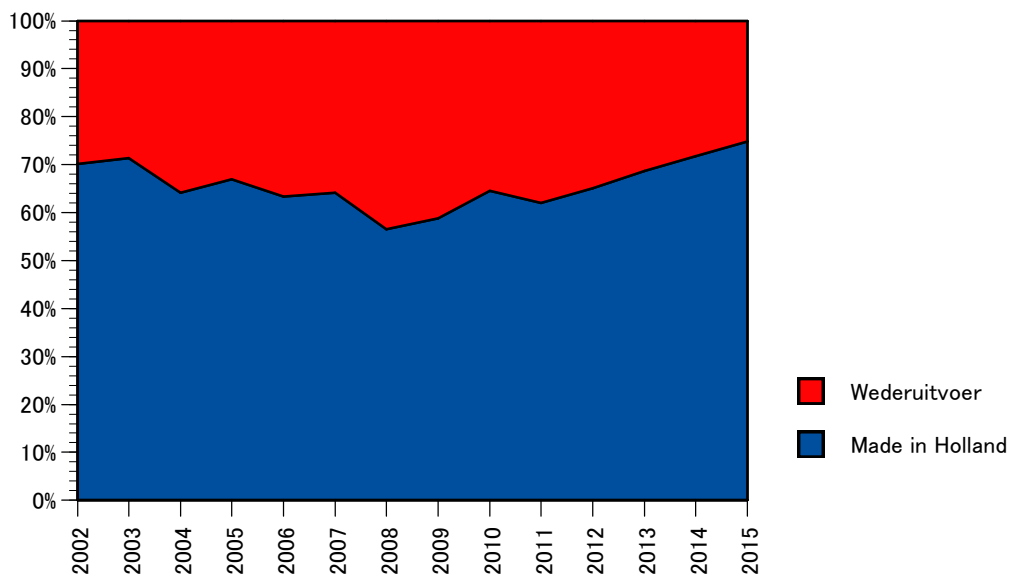
Bij uitsplitsing van de importwaarde naar soort product en continent vormt algemeen drukwerk de grootste categorie, direct gevolgd door boeken (tabel 09). Op de derde plaats komen de tijdschriften, en ver daaronder pas waardepapieren en speciaal drukwerk. Uit de tabel kan goed afgeleid worden uit welk land welke type producten wordt ingevoerd. Bijvoorbeeld de invoer van boeken komt voor een belangrijk deel uit Duitsland, België en de VK. Van alle landen buiten de EU worden de meeste boeken geïmporteerd vanuit de VS en pas op de tweede plaats vanuit China. De belangrijkste import vanuit de VS betreft boeken en daarna pas algemeen drukwerk. Vanuit China ligt dit precies andersom.

Hetzelfde geldt voor de export van grafische producten vanuit Nederland (tabel 10). Boeken en speciaal drukwerk worden voornamelijk geëxporteerd naar België terwijl algemeen drukwerk het meest naar Duitsland gaat. Waardepapieren worden vooral geleverd aan Amerika, maar daarbinnen weer niet aan de VS. De export naar Azië betreft in de eerste plaats algemeen drukwerk.

In tabel 11 worden de ontwikkelingen van de import en export per productgroep en naar continent gegeven. In de totale import- en exportwaarde is die van boeken tijdens de crisisjaren van 2008 t/m 2015 sterk gedaald. Binnen de Europese markt daalde daarnaast ook de export van tijdschriften en de import van speciaal drukwerk. Kijken we naar onze belangrijkste exportlanden binnen de EU dan is vooral de export van boeken naar het VK sterk teruggelopen en in mindere mate ook naar Duitsland. Bij de export van tijdschriften binnen de EU is sprake van een forse teruggang, maar weer niet naar onze belangrijkste exportlanden Duitsland, België en het VK. Wel loopt de uitvoer van waardepapieren naar deze landen terug. Onze handelsbalans binnen Europa is verslechterd met boeken en tijdschriften, maar verbeterd met algemeen drukwerk, waardepapieren en speciaal drukwerk. Met China is de handelsbalans verbeterd met betrekking tot boeken maar verslechterd met betrekking tot tijdschriften en algemeen drukwerk. We zien dus per continent en land verschillende verschuivingen in import en export en per productgroep ontstaan. Belangrijk daarbij is dat uit de gegevens van grafiek 14 blijkt dat binnen de export het aandeel made-in-Holland sterk gegroeid is en dat van de wederuitvoer is gedaald. Een belangrijk gevolg daarvan is dat een aanzienlijk deel van de negatieve verschuivingen in de export van boeken en tijdschriften op het conto komt van de wederuitvoer en veel minder op dat van de binnenlandse productie.

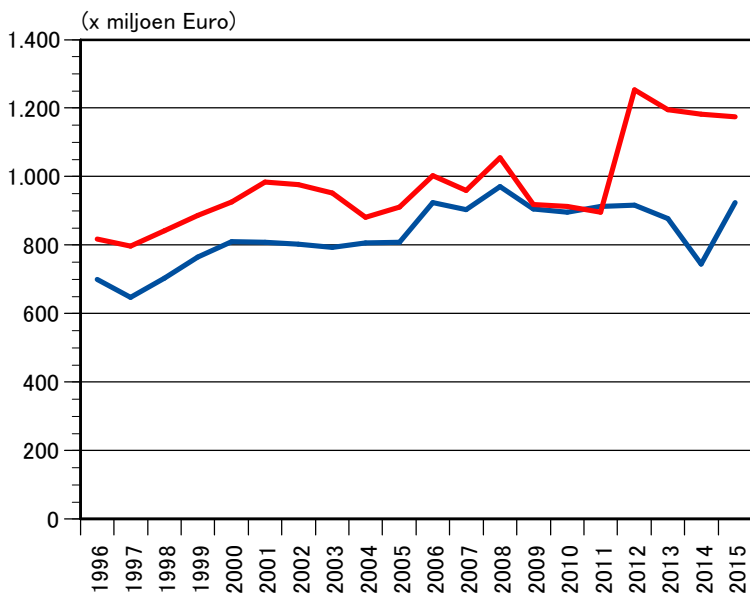


Grafiek 13 Verhouding export grafische producten tussen Nederlands product en wederuitvoer



Bron: tellingen uit CBS StatLine

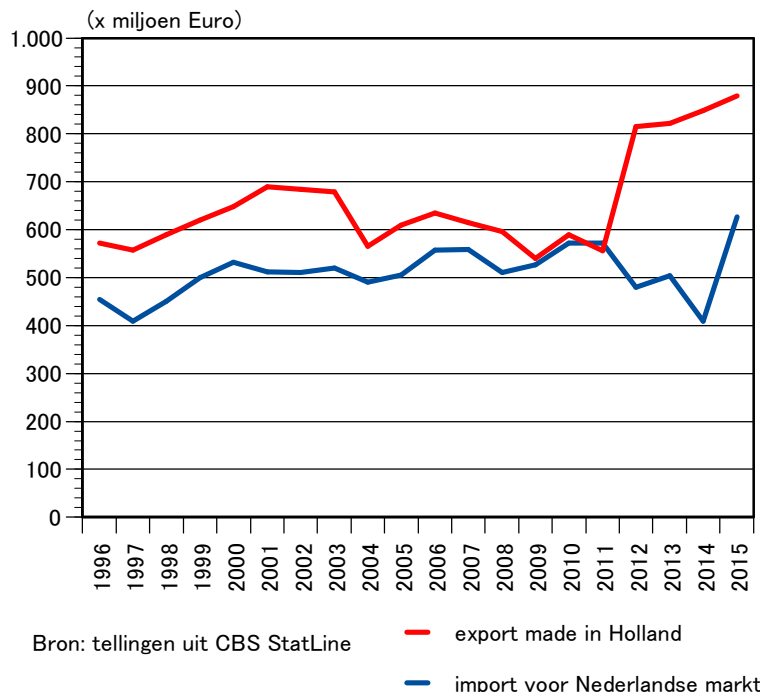
Grafiek 14 Ontwikkeling import en export inclusief transitohandel



Bron: tellingen uit CBS StatLine

— export  
— import

Grafiek 15 Ontwikkeling import en export exclusief transitohandel



Tabel 7 Importwaarde uitgesplitst naar continent en enkele landen

Continent/land	Waarde (x 1.000 Euro)		Aandeel in continent		Aandeel in totaal	
	2008	2015	2008	2015	2008	2015
Totaal Europa	799.333	744.877			82,4%	80,7%
- België	216.619	188.748	27,1%	25,3%	22,3%	20,4%
- Denemarken	4.555	10.088	0,6%	1,4%	0,5%	1,1%
- Duitsland	262.836	228.540	32,9%	30,7%	27,1%	24,8%
- Frankrijk	22.962	29.434	2,9%	4,0%	2,4%	3,2%
- Verenigd Koninkrijk	157.077	102.438	19,7%	13,8%	16,2%	11,1%
- Subtotaal 5 EU-landen	664.049	559.248	83,1%	75,1%	68,4%	60,6%
Totaal Afrika	848	494			0,1%	0,1%
Totaal Amerika	71.511	75.270			7,4%	8,2%
- VS	68.384	71.741	95,6%	95,3%	7,0%	7,8%
- Canada	2.098	1.482	2,9%	2,0%	0,2%	0,2%
Totaal Azië	98.005	102.132			10,1%	11,1%
- China	63.709	69.932	65,0%	68,5%	6,6%	7,6%
Totaal Oceanië	625	577			0,1%	0,1%
Totaal overige	6				0,0006%	-
Wereld	970.330	923.353			100%	100%

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 8 Exportwaarde uitgesplitst naar continent en enkele landen

Continent/land	Waarde (x 1.000 Euro)		Aandeel in continent		Aandeel in totaal	
	2008	2015	2008	2015	2008	2015
Totaal Europa	1.120.928	1.074.690			94,7%	91,4%
- België	262.312	295.865	23,4%	27,5%	22,2%	25,2%
- Denemarken	42.420	27.159	3,8%	2,5%	3,6%	2,3%
- Duitsland	184.483	221.662	16,5%	20,6%	15,6%	18,9%
- Frankrijk	132.109	121.024	11,8%	11,3%	11,2%	10,3%
- Verenigd Koninkrijk	157.878	162.564	14,1%	15,1%	13,3%	13,8%
- Subtotaal 5 EU-landen	779.202	828.274	69,5%	77,1%	65,9%	70,5%
Totaal Afrika	14.999	7.384			1,3%	0,6%
Totaal Amerika	22.908	51.849			1,9%	4,4%
- VS	12.910	17.906	56,4%	34,5%	1,1%	1,5%
- Canada	2.684	2.097	11,7%	4,0%	0,2%	0,2%
Totaal Azië	22.060	27.107			1,9%	2,3%
- China	3.474	2.357	15,7%	8,7%	0,3%	0,2%
Totaal Oceanië	2.259	14.307			0,2%	1,2%
Totaal overige	8				0,0007%	-
Wereld	1.183.165	1.175.339			100%	100%

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 9 Importwaarde uitgesplitst naar soort product en continent

Importwaarde x 1.000 Euro

Continent	Boeken		Tijdschriften		Algemeen		Waardepapier		Speciaal	
	2008	2015	2008	2015	2008	2015	2008	2015	2008	2015
Wereld	469.903	356.617	109.687	139.234	365.937	388.477	13.910	33.369	10.893	5.656
EU	372.860	264.732	102.542	133.380	307.372	312.918	8.284	30.462	8.275	3.385
- België	81.709	59.593	29.156	51.835	103.077	75.283	2.424	1.600	253	437
- Duitsland	106.422	76.234	32.655	34.575	117.727	114.006	32	1.640	6.000	2.085
- VK	102.784	50.832	27.252	19.104	22.708	30.217	4.159	2.048	174	237
Afrika	627	257	29	1	156	214	3	22	33	0
Amerika	41.827	42.770	6.635	5.555	16.686	25.211	5.457	1.217	906	517
- VS	40.450	40.886	6.624	5.547	14.988	23.986	5.451	831	871	491
Azië	54.141	48.516	438	279	41.587	49.965	163	1.666	1.676	1.706
- China	30.557	30.328	86	23	32.591	37.533	59	1.319	416	729
Oceanië	446	342	45	19	128	168	3	0	3	48

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 10 Exportwaarde uitgesplitst naar soort product en continent

Exportwaarde x 1.000 Euro

Continent	Boeken		Tijdschriften		Algemeen		Waardepapier		Speciaal	
	2008	2015	2008	2015	2008	2015	2008	2015	2008	2015
Wereld	502.131	327.852	186.467	133.943	476.309	651.580	13.171	46.454	5.087	15.510
EU	469.814	299.597	179.429	133.184	454.259	605.127	12.636	22.487	4.790	14.295
- België	112.923	126.926	51.593	54.723	96.297	110.022	1.106	29	393	4.165
- Duitsland	68.730	63.326	13.247	22.367	99.582	132.546	1.872	845	1.052	2.578
- VK	77.716	34.361	19.866	23.754	56.223	103.281	2.296	345	1.777	823
Afrika	11.845	2.511	1.109	64	1.729	4.389	287	152	29	268
Amerika	9.878	16.539	2.300	337	10.506	11.699	69	22.954	155	320
- VS	6.011	10.990	195	29	6.512	6.348	69	247	123	292
Azië	9.983	7.342	3.470	289	8.325	18.021	180	861	102	594
- China	331	559	2.543	103	591	1.324		2	9	369
Oceanië	600	1.864	159	69	1.488	12.341		0	12	33

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 11 Groei of krimp import en export naar soort product en continent

Waarde x 1.000 Euro

Continent	Boeken		Tijdschriften		Algemeen		Waardepapier		Speciaal	
	Import	Export	Import	Export	Import	Export	Import	Export	Import	Export
Wereld	-113.286	-174.279	29.547	-52.524	22.540	175.271	19.459	33.283	-5.237	10.423
EU	-108.128	-170.217	30.838	-46.245	5.546	150.868	22.178	9.851	-4.890	9.505
- België	-22.116	14.003	22.679	3.130	-27.794	13.725	-824	-1.077	184	3.772
- Duitsland	-30.188	-5.404	1.920	9.120	-3.721	32.964	1.608	-1.027	-3.915	1.526
- VK	-51.952	-43.355	-8.148	3.888	7.509	47.058	-2.111	-1.951	63	-954
Afrika	-370	-9.334	-28	-1.045	58	2.660	19	-135	-33	239
Amerika	943	6.661	-1.080	-1.963	8.525	1.193	-4.240	22.885	-389	165
- VS	436	4.979	-1.077	-166	8.998	-164	-4.620	178	-380	169
Azië	-5.625	-2.641	-159	-3.181	8.378	9.696	1.503	681	30	492
- China	-229	228	-63	-2.440	4.942	733	1.260	2	313	360
Oceanië	-104	1.264	-26	-90	40	10.853	-3	0	45	21

Bron= tellingen uit CBS Statline

## 12. Investeringsen

In tabel 12 wordt de verwachte groei van investeringen in materiële vaste activa op twee tijdstippen van het jaar gegeven: een voorjaarsverwachting en een najaarsverwachting. Deze gegevens zijn beschikbaar vanaf september 2010. Tot 2013 liep de verwachte groei van de investeringen voortdurend fors terug. Vanaf 2014 zien we voor het eerst weer een verwachte groei van investeringen. In 2014 en 2015 zijn bedrijven aan het begin van het jaar negatief maar in de tweede helft van het jaar weer positief gestemd. In 2016 is de groeiverwachting van de investeringen weer verder toegenomen. Uit de cijfers valt op dat bedrijven in de tweede helft van het jaar aanmerkelijk positiever zijn dan aan het begin van het jaar. Dit kan te maken hebben met het eerder besproken productieverloop gedurende het jaar. Daaruit bleek dat de productie bij grafische bedrijven vanaf september altijd sterk gaat toenemen ten opzichte van het gemiddelde in het jaar (grafiek 3, hoofdstuk 6).

Het belangrijkste motief voor de investeringen is uitbreiding van productiecapaciteit. Bijna de helft van de bedrijven (47%) geeft in 2016 aan dat hun investeringen worden besteed aan uitbreiding. Ruim een derde (36%) van de bedrijven besteden hun investeringen aan vervanging van bestaande apparatuur. De investeringen in uitbreiding zijn in de afgelopen twee jaar duidelijk gegroeid terwijl de investeringen in de verbetering van de efficiency juist zijn afgenomen.

Tabel 12 Verwachte investeringen in materiële vaste activa m.b.t. verwachte groei  
Groeivolume: procentuele wijziging t.o.v. zelfde periode vorig jaar

	Groeivolume investeringen		Investeringsmotieven			
	Februari	September	Vervanging	Uitbreiding	Efficiency	Overige
2010	-	-44%	35%	41%	21%	3%
2011	-31%	-7%	33%	42%	22%	3%
2012	-18%	-14%	44%	35%	19%	2%
2013	24%	59%	36%	41%	19%	3%
2014	-16%	7%	42%	41%	15%	2%
2015	-20%	34%	26%	55%	15%	4%
2016	6%	46%	36%	47%	14%	3%

Bron= tellingen uit CBS Statline

### 13. Industrial Confidence Indicator

Vanuit de Europese Commissie is in de afgelopen jaren een standaard ontwikkeld om binnen alle Europese landen op een overeenkomstige manier het vertrouwen te meten dat (industriële) bedrijven hebben in de economie. De standaard wordt '*Industrial Confidence Indicator*' genoemd en wordt gevormd door drie onderliggende parameters die maandelijks worden bevestigd aan een vast panel van bedrijven in de belangrijkste branches. Dit geldt ook voor bedrijven in de Nederlandse grafische industrie. De drie onderliggende parameters zijn de vragen naar de verwachting die bedrijven hebben met betrekking tot de ontwikkeling van de bedrijvigheid in hun branche, het oordeel over hun orderpositie en voorraden product. Nu is dit laatste van minder belang voor de grafische bedrijven omdat deze bijna uitsluitend in opdracht van derden werken en de producten niet zelf aan de man hoeven te brengen.

In tabel 13 is de samenhang tussen de '*Industrial Confidence Indicator*' en de drie parameters voor de grafische branche en voor de totale industrie onderzocht. Daarvoor zijn voor iedere branche 275 maandelijkse scores over de periode januari 1994 t/m november 2016 geanalyseerd. Hieruit blijkt dat het oordeel over de orderpositie het sterkst samenhangt ( $\text{pmc}=0,860$ )<sup>1</sup> met de berekende '*Industrial Confidence Indicator*'. Dit geldt als een behoorlijk hoge mate van statistische samenhang. Als tweede geldt de samenhang met de verwachte bedrijvigheid ( $\text{pmc}=0,677$ ) en als minst samenhangende het oordeel over de voorraden. De samenhang is binnen de industrie nog een stuk hoger. Daar geldt zelfs een redelijk hoge samenhang met het oordeel over de voorraden. Ongeacht de sterkte van de samenhang is er in alle gevallen sprake van een significante (niet op toeval gebaseerde) samenhang.

Tussen de geconstrueerde berekening van de maandelijkse '*Industrial Confidence Indicator*' scores in beide sectoren blijkt eveneens een behoorlijk hoge samenhang te bestaan ( $\text{pmc}=0,697$ ). Dit betekent dat indien de score van de industrie bekend is daarvan redelijk betrouwbaar ook de score van de grafmediabranche is af te leiden.

In grafiek 16 is de samenhang tussen de '*Industrial Confidence Indicator*' en de drie parameters voor de grafmediabranche zichtbaar gemaakt. Duidelijk is in het patroon van alle lijnen te zien dat deze samenhangen, de ene lijn wat beter dan de andere. De sterkte van de samenhang is niet zozeer gelegen in de hoogte van de score in een jaar maar in het volgen van een overeenkomstig patroon (lineariteit). Daaruit is op te maken dat het patroon van parameter 2 'oordeel orderpositie' het best weerspiegeld wordt in het patroon van de '*Industrial Confidence Indicator*' (de blauwe ICI-curve).

De scores in grafiek 16 zijn gebaseerd op het jaargemiddelde over 12 maandelijkse scores. In grafiek 17 is het meer gedetailleerde patroon te zien van de maandelijkse scores op de '*Industrial Confidence Indicator*' van de grafmediabranche en van de industrie. Het patroon in grafiek 16 blijft herkenbaar in grafiek 17 maar wordt grilliger. In feite vindt er een modulatie plaats van de ICI-curve. Het grillige beeld laat zien dat er binnen een jaar toch een behoorlijke variatie optreedt. Deze variatie is groter in de grafmediabranche dan in de industrie. De curve van de grafmediabranche heeft een range van 46,7 (min= -28,2; max=18,5) de industrie een range van 32,9 (min=-23,5; max= 5,4). De statistische gestandaardiseerde afwijking (std.deviantie) van het rekenkundig gemiddelde is in de grafmediabranche 7,67 en in de industrie 5,43.

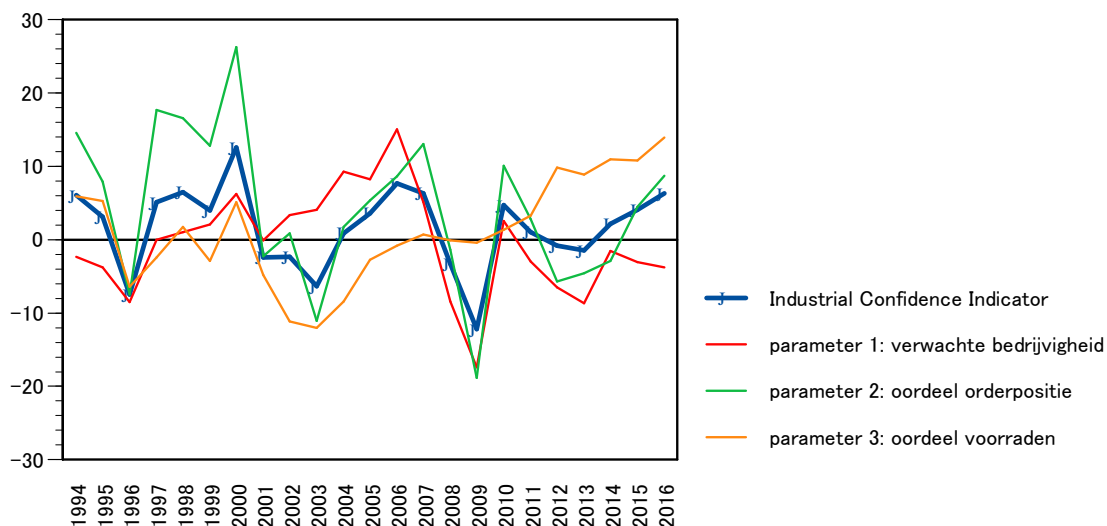
<sup>1</sup> Pmc staat voor Pearson Productmoment Correlatie en is een maat voor de sterkte van de samenhang tussen twee datareeksen (lineariteit). Bij geen samenhang is de waarde van de pmc 0, bij absolute samenhang is de pmc + of -1. Een waarde vanaf 0,6 of hoger geldt als een behoorlijke mate van samenhang.

Tabel 13 Statistische samenhang parameters Industrial Confidence Indicator  
 Correlatie over 275 maandelijkse scores op 4 indicatoren  
 Pearson Productmoment Correlatie (pmc)

Parameters	Industrial Confidence Indicator		
	pmc	Significantie	N
<u>Grafmediabranche</u>			
1 Verwachte bedrijvigheid	0,677	0,000	275
2 Oordeel orderpositie	0,860	0,000	275
3 Oordeel voorraden	0,479	0,000	275
<u>Industrie</u>			
1 Verwachte bedrijvigheid	0,887	0,000	275
2 Oordeel orderpositie	0,936	0,000	275
3 Oordeel voorraden	0,660	0,000	275
<u>Samenhang Grafimedia met Industrie</u>			
Ind. Confidence Indicators	0,697	0,000	275

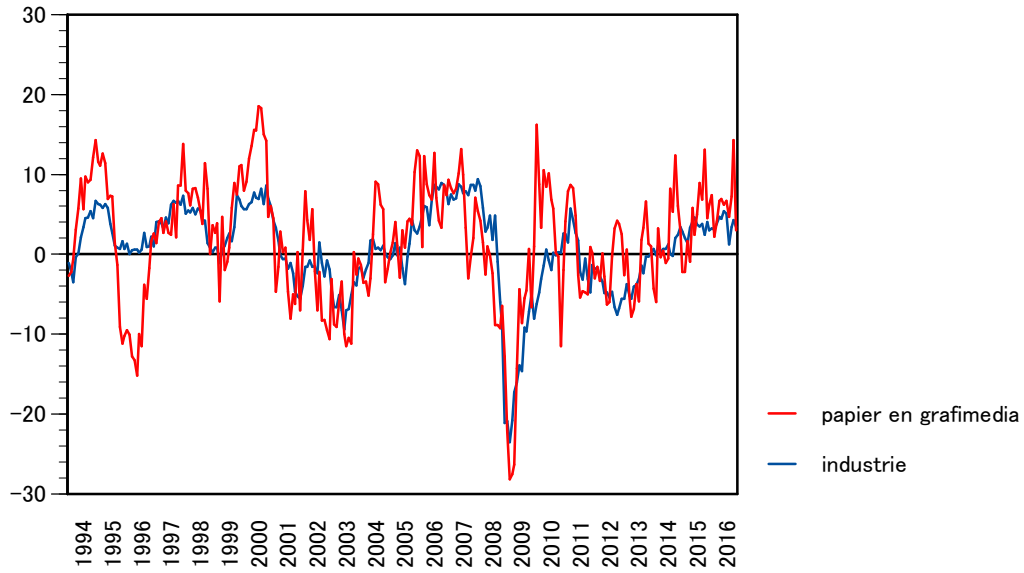
Bron= tellingen uit CBS Statline

Grafiek 16 Samenhang parameters Industrial Confidence Indicator binnen de Papier- en grafische industrie  
 Jaargemiddelden



Bron: tellingen uit CBS StatLine

Grafiek 17 Industrial Confidence Indicator: papier en grafische industrie versus industrie  
Maandelijks cijfers



Bron: tellingen uit CBS StatLine



## 14. Banen en arbeidsvolume

In tabel 14 wordt de ontwikkeling van het aantal banen voor werknemers, totaal aantal werkzame personen, en de daarbij behorende voltijdsequivalenten (FTE) weergegeven. Deze cijfers zijn slechts beschikbaar tot 2014. Toch geeft het een goed beeld van de ontwikkeling daarvan. Uit werkgelegenheidscijfers uit andere bron is bekend dat de neerwaartse werkgelegenheidsontwikkeling in de grafimediabranche zich ook in 2015 en 2016 voortzet. Van de verdere ontwikkeling van het arbeidsvolume in FTE's zijn geen recentere cijfers beschikbaar. In 2014 werkten er 25.300 personen in de branche, waarvan 22.000 werknemers. Dat is 70% van het aantal in 2009 (begin crisis). De verhouding tussen arbeidsvolume en banen is bij werknemers 87,7% en bij alle werkzame personen 83,4%. Ook deze percentages zijn gezakt t.o.v. 2009. Dit betekent dat er in 2014 in mindere mate in voltijd werd gewerkt dan in 2009 het geval was. Vergelijken we deze FTE-grad met andere branches dan zien we dat in 2014 de grafimediabranche redelijk te vergelijken is met de uitgeverijbranche, maar lager scoort dan gangbaar is in de industrie of de bouw. De grafimediabranche scoort weer hoger dan de reclamebranche. Daar wordt in sterkere mate in deeltijd gewerkt. Heel hoog is de FTE-grad in de papierindustrie 93%.

Tabel 14 Ontwikkeling van banen en arbeidsvolume

x 1.000

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Banen</b>						
- Werknemers	31,2	30,0	28,6	25,6	24,6	22,0
- Werkzame personen	36,1	33,6	32,0	29,0	28,0	25,3
<b>Arbeidsvolume (FTE)</b>						
- Werknemers	28,1	26,1	24,9	22,1	21,4	19,3
- Werkzame personen	31,1	29,0	27,8	24,8	23,3	21,1
<b>FTE graad grafimediabranche</b>						
- Werknemers	90,1%	87,0%	87,1%	86,3%	87,0%	87,7%
- Werkzame personen	86,1%	86,3%	86,9%	85,5%	83,2%	83,4%
<b>FTE graad tussen branches in 2014</b>						
	Grafimedia	Papierind.	Uitgeverij	Reclame	Industrie	Bouw
- Werknemers	87,7%	93,8%	87,0%	83,6%	89,2%	91,9%
- Werkzame personen	83,4%	92,8%	82,3%	78,3%	88,4%	90,2%

Bron= tellingen uit CBS Statline

## 15. Bedrijfsfinanciën

De bedrijfsfinanciën zijn in hoofdcategorieën (tabel 15) en meer gedetailleerd (tabel 16) voor verschillende branches berekend. De totale bedrijfsopbrengsten bestaan voor 99,2% uit de netto omzet en voor 0,8% uit overige opbrengsten. De netto omzet bedroeg in 2014 3.744 miljoen Euro. Dit is 78% van de netto omzet in 2009. In tabel 15 is de totale bedrijfsopbrengsten in 2014 voor iedere branche op 100% gesteld en zijn de bedrijfskosten en het bedrijfsresultaat als een verhouding daarvan uitgedrukt. Daarmee wordt het mogelijk om de grafmediabranche te vergelijken met andere branches en kunnen individuele bedrijven zich met het branchegemiddelde vergelijken.

Tussen de verschillende branches bestaan grote verschillen in het aandeel van de diverse kostenposten in het totaal van de bedrijfskosten. In de grafmediabranche is het aandeel van de personele kosten relatief hoog in vergelijking met de totale industrie. Hetzelfde geldt voor de overige bedrijfskosten. Het bedrijfsresultaat is gegeven vóór belastingen. Voor de grafmediabranche is het bedrijfsresultaat vergelijkbaar met de industrie maar lager dan in de andere branches.

Bij uitsplitsing van de bedrijfskosten in grafiek 17 blijkt dat de grafmediabranche een vergelijkbare opbouw van de personeelskosten heeft als in de uitgeverij en duidelijk minder lijkt op de industrie. Voor de uitgeverijbranche en de reclamebranche zijn geen uitgesplitste gegevens beschikbaar over de opbouw van de inkoopwaarde van de omzet. Het gaat hier waarschijnlijk vooral over kosten van uitbesteed werk en inkoopwaarde diensten.

In tabel 17 worden de totale bedrijfsopbrengsten per eenheid van arbeid (per persoon en per FTE) voor de verschillende branches gegeven. In de grafmediabranche wordt een totale bedrijfsopbrengst (c.q. netto omzet) van 149.000 Euro per jaar per werkzaam persoon gerealiseerd. Per FTE van werkzame persoon is dit zelfs bijna 179.000 Euro. Deze cijfers komen nog het meest overeen met de bouw. In de reclamebranche zijn deze cijfers aanzienlijk lager en in de industrie hoger. Ook in de uitgeverijbranche wordt meer omzet per persoon en FTE gerealiseerd.

Tenslotte wordt in tabel 18 de gemiddelde verhoudingen tussen de balansposten gegeven. De balans bestaat uit bezittingen (activa) en waarmee deze gefinancierd zijn (passiva). De totaaltellingen van activa en passiva zijn altijd aan elkaar gelijk. In de tabel worden alle posten in een percentage van de totaaltelling uitgedrukt. Hierdoor is het mogelijk individuele bedrijfsgegevens te vergelijken met een branchegemiddelde over alle bedrijven. Deze gegevens zijn over de jaren 2011 t/m 2015 verzameld en doorgerekend. Hierdoor is het tevens mogelijk verschuivingen in belang van bepaalde posten te signaleren.

Enkele opmerkelijke verschuivingen tussen 2011 en 2015 zijn:

### Aan de activakant

- De vaste activa maakt grofweg 40% à 45% uit van het bezit van een bedrijf;
- Buitenlandse deelnemingen zijn sterk gegroeid van 2% naar 14% van het balanstotaal;
- Voorraden zijn gekrompen van 7% naar 3%;
- Vorderingen op handelsdebiteuren zijn sterk afgenomen van 18% naar 9%;
- Liquide middelen (liquiditeit) zijn afgenomen van 10% naar 7%;

### Aan de passivakant

- Het eigen vermogen (solvabiliteit) is sterk achteruit gegaan van 33% naar 18%;
- Langlopende schulden zijn sterk toegenomen van 27% naar 56%;
- Kortlopende schulden (kredieten) zijn afgenomen van 23% naar 17%;
- Schulden aan crediteuren zijn gehalveerd van 11% naar 5%.

Tabel 15 Bedrijfskosten en -resultaat als percentage van totale bedrijfsopbrengsten over 2014

<u>Bedrijfsfinanciën</u>	Grafimedia	Papierind.	Uitgeverij	Reclame	Industrie	Bouw
A. Bedrijfsopbrengsten	100%	100%	100%	100%	100%	100%
B. Bedrijfskosten						
1 Inkoopwaarde omzet	40,5%	57,8%	33,6%	51,5%	64,1%	55,1%
2 Personele kosten	28,5%	15,4%	29,4%	20,8%	13,7%	24,5%
3 Overige bedrijfskosten	21,9%	18,5%	17,9%	12,3%	15,5%	10,1%
4 Afschrijvingen op vaste activa	4,6%	2,8%	4,8%	1,4%	2,3%	2,0%
Totaal bedrijfskosten	95,4%	94,5%	85,7%	86,0%	95,5%	91,7%
C. Bedrijfsresultaat	4,6%	5,5%	14,3%	14,0%	4,5%	8,3%

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 16 Bedrijfskosten in detail over 2014

Kosten als percentage van totale bedrijfsopbrengsten

	Grafimedia	Papierind.	Uitgeverij	Reclame	Industrie	Bouw
Totale bedrijfsopbrengsten	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Bedrijfskosten</b>						
1 Inkoopwaarde omzet						
1.1 Inkoopwaarde grond- en hulpstoffen	32,3%	48,6%	.	.	50,2%	27,8%
1.2 Inkoopwaarde handelsgoederen	1,0%	8,4%	.	.	10,9%	0,7%
1.3 Kosten uitbesteed werk	6,5%	0,7%	.	.	2,3%	26,4%
1.4 Inkoopwaarde overige goederen & diensten	0,7%	0,0%	.	.	0,7%	0,2%
Totaal	40,5%	57,8%	33,6%	51,5%	64,1%	55,1%
2 Personele kosten						
2.1 Brutolonen	21,0%	10,9%	21,3%	15,4%	9,2%	16,2%
2.2 Sociale premies ten laste van werkgevers	5,0%	2,8%	4,8%	3,1%	2,3%	4,5%
- w.v. Sociale verzekeringspremies werkgever	3,3%	1,6%	3,1%	2,3%	1,3%	2,6%
- w.v. Premies pensioen, vut/ inkoopsummen	1,6%	1,1%	1,7%	0,8%	1,0%	1,8%
2.3 Overige sociale lasten	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,3%
2.4 Overige personele kosten	2,4%	1,6%	3,1%	2,1%	2,1%	3,6%
Totaal	28,5%	15,4%	29,4%	20,8%	13,7%	24,5%
3 Overige bedrijfskosten						
3.1 Kosten energieverbruik	1,5%	3,1%	0,3%	0,4%	1,8%	0,5%
3.2 Huisvestingskosten	3,0%	1,3%	1,7%	2,5%	1,2%	1,3%
3.3 Kosten apparatuur en inventaris	3,4%	2,4%	0,5%	0,6%	1,5%	1,1%
3.4 Kosten vervoermiddelen	1,0%	0,4%	0,7%	1,5%	0,5%	2,4%
3.5 Verkoopkosten	2,0%	0,6%	4,2%	1,1%	1,2%	0,6%
3.6 Communicatiekosten	0,5%	0,2%	0,6%	0,7%	0,1%	0,4%
3.7 Kosten van overige diensten	2,8%	2,9%	3,0%	1,5%	2,4%	1,2%
3.8 Niet eerder genoemde bedrijfskosten	7,7%	7,5%	6,9%	4,0%	6,8%	2,6%
Totaal	21,9%	18,5%	17,9%	12,3%	15,5%	10,1%
4 Afschrijvingen op vaste activa	4,6%	2,8%	4,8%	1,4%	2,3%	2,0%
Totaal bedrijfskosten	95,4%	94,5%	85,7%	86,0%	95,5%	91,7%

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 17 Totale bedrijfsopbrengsten per eenheid van arbeid over 2014

In Euro's

	Grafimedia	Papierind.	Uitgeverij	Reclame	Industrie	Bouw
Per baan van werkzaam persoon	149.249	379.639	175.981	105.367	381.244	151.981
Per FTE van werkzaam persoon	178.957	409.167	213.789	134.511	431.214	168.551

Bron= tellingen uit CBS Statline

Tabel 18 Gemiddeld aandeel van balansposten binnen de grafmediabranche

	2011	2012	2013	2014	2015
<u>Balans activa</u>					
- Vaste activa	40,7%	35,2%	50,7%	40,4%	45,9%
- Deelnemingen binnenland	4,5%	4,7%	3,5%	3,0%	2,8%
- Deelnemingen buitenland	2,1%	0,7%	0,4%	0,4%	14,0%
- Langlopende vorderingen	6,2%	6,5%	4,1%	22,0%	7,0%
- Voorraden	7,4%	7,9%	5,4%	4,0%	3,1%
- Kortlopende vorderingen	10,8%	11,3%	10,2%	14,0%	11,7%
- Handelsdebiteuren	17,8%	20,3%	16,3%	10,1%	8,7%
- Liquide middelen	10,4%	13,4%	9,2%	6,2%	6,9%
<u>Balans passiva</u>					
- Eigen vermogen	32,5%	27,6%	15,4%	28,9%	18,3%
- Belang van derden	0%	0%	0%	0,06%	0,14%
- Egalisatierekening	0%	0%	0%	0%	0,01%
- Voorzieningen	7,3%	7,4%	4,9%	4,3%	3,9%
- Langlopende schulden	26,6%	25,9%	48,8%	44,7%	55,5%
- Kortlopende schulden	22,9%	25,9%	21,5%	15,9%	17,0%
- Handelscrediteuren	10,7%	13,1%	9,4%	6,1%	5,2%
<u>Balanstotaal</u>	100%	100%	100%	100%	100%
Ondernemingsgroep (N)	1.905	1.871	1.812	1.712	1.633

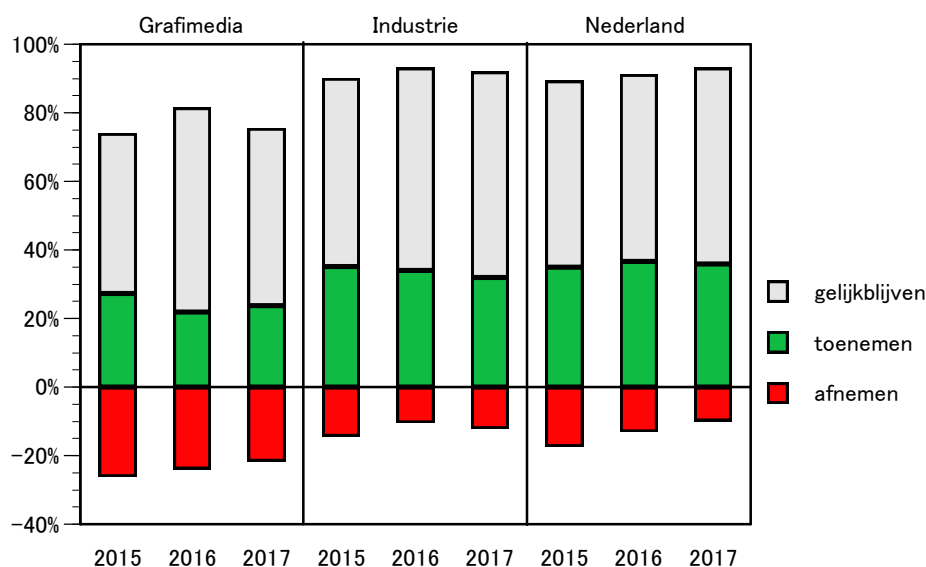
Bron= tellingen uit CBS Statline

## 16. Verwachting t.o.v. omzet, personeelssterkte en investeringen

In het vierde kwartaal vraagt CBS vanaf 2014 welke verwachtingen bedrijven hebben voor het komende jaar op het gebied van de ontwikkeling van hun omzet, hun personeelssterkte en hun investeringen. Op basis daarvan zijn er nu over de jaren 2015, 2016 en 2017 verwachtingen bekend. In onderstaande grafieken 18 t/m 20 worden deze verwachtingen voor de grafimediabranche, de industrie en de gehele Nederlandse economie excl. financieel en nutsbedrijven gegeven.

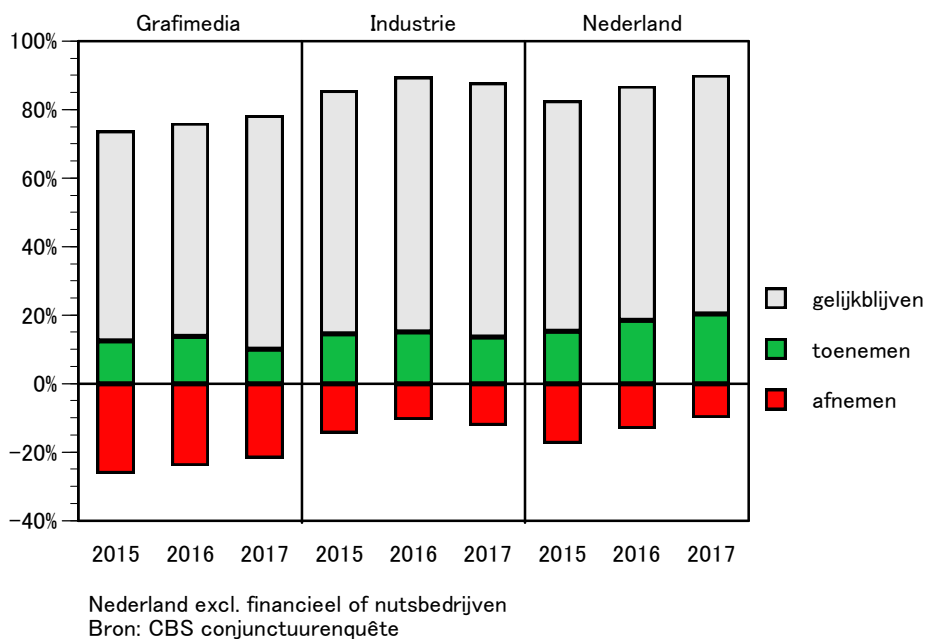
In alle drie de grafieken zien we allereerst dat bedrijven in de grafimediabranche in hun verwachtingen minder positief zijn dan bedrijven in de industrie en geheel Nederland. Deze lagere scores gelden voor ieder van de weergegeven onderwerpen en jaren. Over de omzetontwikkeling in 2016 waren grafische en industriële bedrijven minder optimistisch dan over 2015. In het algemeen zijn in Nederland bedrijven steeds minder negatief in hun verwachtingen voor het komende jaar, zo ook over 2017, terwijl dit niet het geval is voor de grafimedia en industrie. Verder valt op dat het aandeel bedrijven dat een omzetgroei verwacht in de grafimedia ongeveer even groot is als het aandeel dat een afname verwacht, terwijl dit voor de industrie en geheel Nederland veel positiever is. De verhouding toe- versus afname wordt negatiever in de grafimediabranche met betrekking tot de verwachting van de personeelssterkte, terwijl dit in de industrie ongeveer in evenwicht blijft en in geheel Nederland zelfs positief wordt over 2017. Met betrekking tot de verwachte investeringen zijn steeds meer bedrijven in de grafimediabranche negatief gestemd, terwijl dit niet geldt voor de industrie en geheel Nederland. Het belangrijkste bij al deze grafieken zijn steeds de verschuivingen tussen de jaren en de verhoudingen tussen de sectoren. Deze cijfers geven geen informatie of bedrijven veel of weinig investeren. Het geeft slechts een trend weer.

Grafiek 18 Verwachting over ontwikkeling omzet in 2015, 2016 en 2017



Nederland excl. financieel of nutsbedrijven  
Bron: CBS conjunctuurenquête

Grafiek 19 Verwachting over ontwikkeling personeelssterkte in 2015, 2016 en 2017



Grafiek 20 Verwachting over ontwikkeling investeringen in 2015, 2016 en 2017

