



a&ofondsgrafimediabranche

Grafimedia in cijfers 2015



/ KIEM



Dienstenbond



Inhoud

Branche in cijfers

- 5 Ontwikkeling bedrijven
- 6 Soorten bedrijven
- 7 Mutaties in bedrijven
- 8 Faillissementen
- 9 Poducentenprijsindex (PPI) grafimediabranche
- 10 Omzetontwikkeling in 2014
- 11 Indexering van omzetontwikkeling
- 12 Bedrijfsresultaat in 2014
- 13 Ontwikkeling in het bedrijfsresultaat in 2014
- 14 Import en export van grafische producten

KVGO-ledenbedrijven in cijfers

- 17 KVGO ledenbedrijven
- 18 KVGO ledenbedrijven naar provincie

Arbeidsmarkt in cijfers

- 21 Leeftijdsopbouw grafische werknemers in 2000 en 2015
- 22 Grafische werkloosheid
- 23 Werkloze grafici naar leeftijdsklasse en werkloosheidsduur
- 24 Nieuwe WW-uitkeringen grafimediabranche
- 25 Percentage bedrijven met vacatures en totaal aantal vacatures
- 26 Kanalen van personeelswerving binnen grafimediabranche
- 27 Ziekteverzuim binnen de grafimediabranche

Colofon

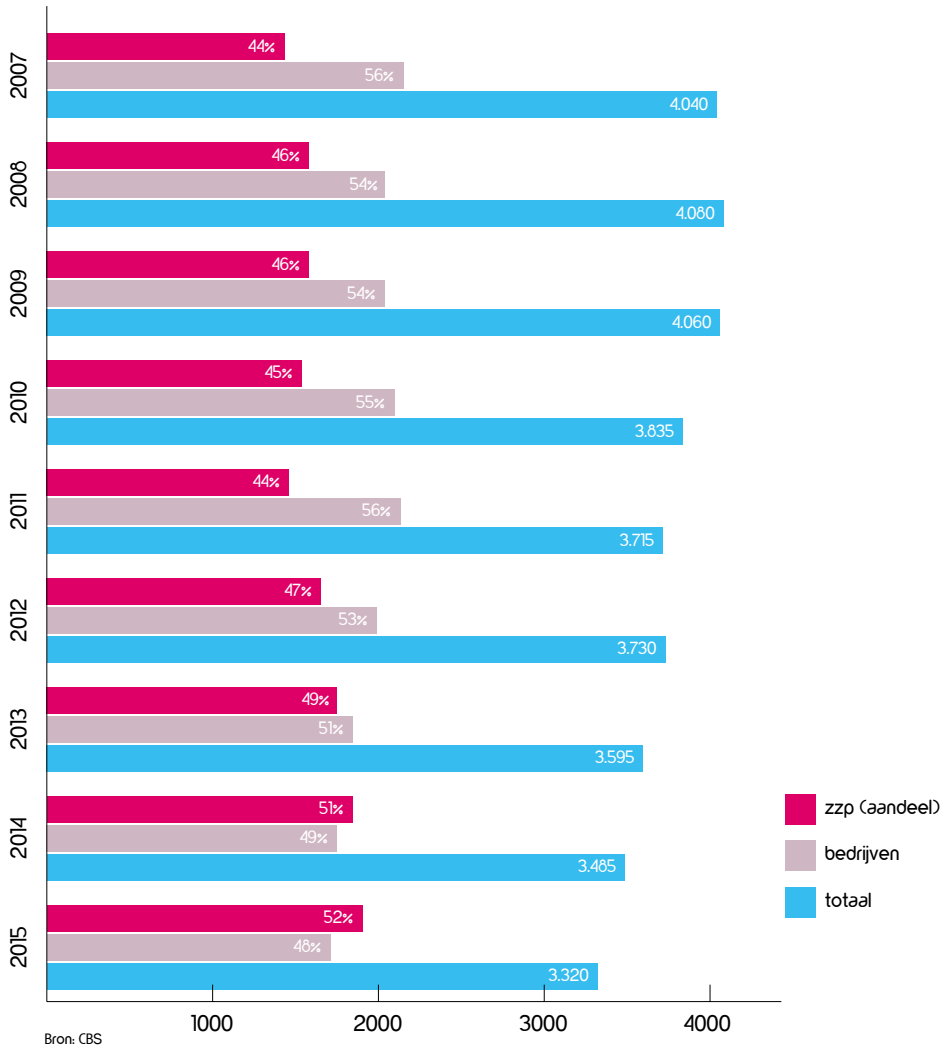


Branche in cijfers

Ontwikkeling bedrijven

Aantal bedrijven grafische industrie (SBI2008 181)

ingeschreven bij de Kamers van Koophandel in 1e kwartaal.



Soorten bedrijven

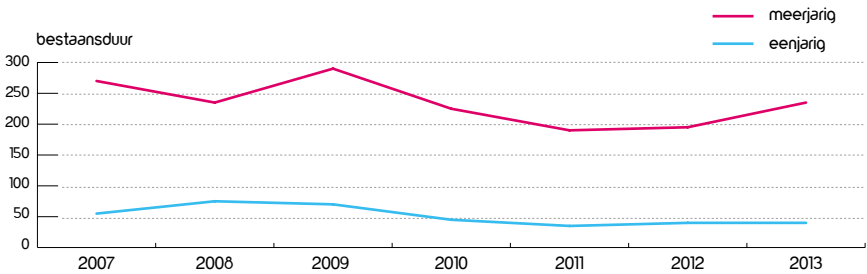
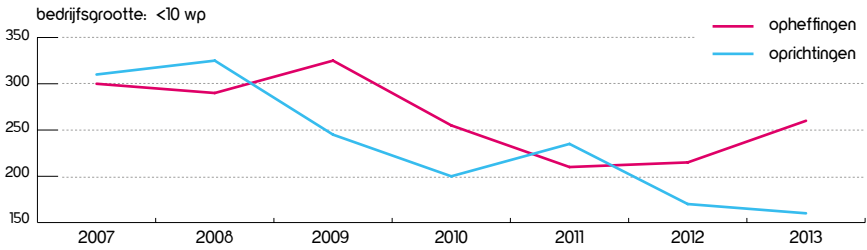
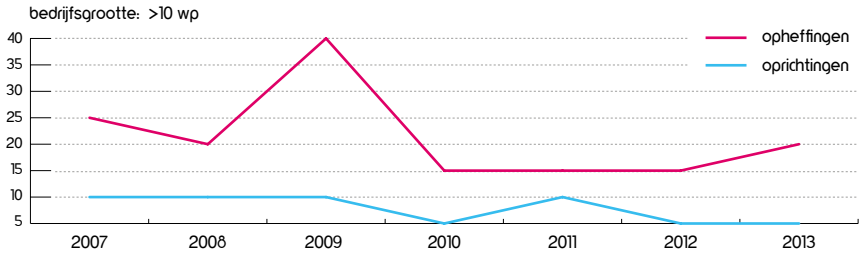
Bedrijven naar hoofdactiviteit en grootteklasse per
1-1-2015 ingeschreven bij de Kamers van Koophandel.

Hoofdactiviteit	Grootteklasse bedrijf (werkzame personen)							totaal
	zzp	2-<5	5-<10	10-<20	20-<50	50-<100	100+	
Prepressbedrijven	365	100	25	15	15	5	0	525
Drukkerijen	990	660	290	165	105	25	20	2.265
Verpakkingsdrukkerijen	10	5	0	5	5	0	0	25
Grafische afwerking	350	90	30	20	15	5	0	505
TOTAAL	1.715	855	345	205	140	35	20	3.320

Bron: CBS

Mutaties in bedrijven

Oprichtingen, opheffingen en fusies grafische bedrijven.

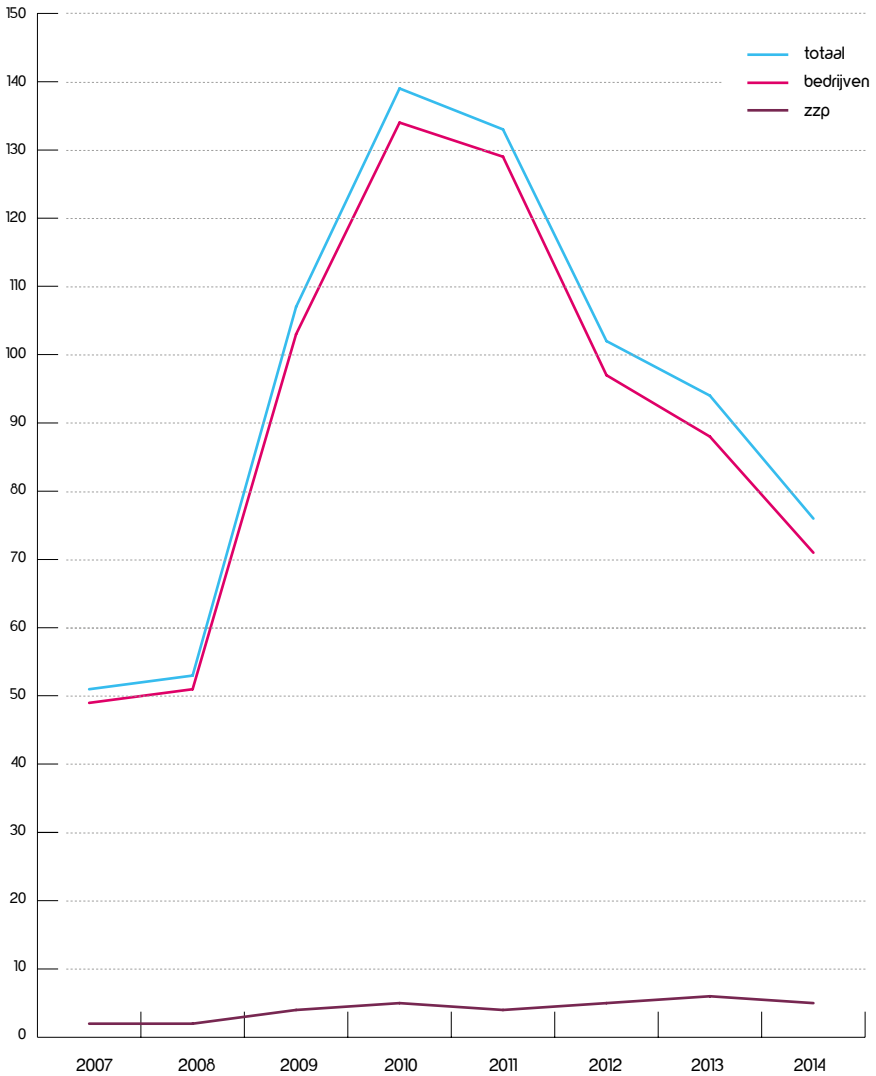


	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Oprichtingen totaal	320	335	260	205	240	175	165
Opheffingen totaal	325	310	360	270	225	235	275
Fusies en overnames	15	20	15	35	40	40	30

Bron: CBS

Faillissementen

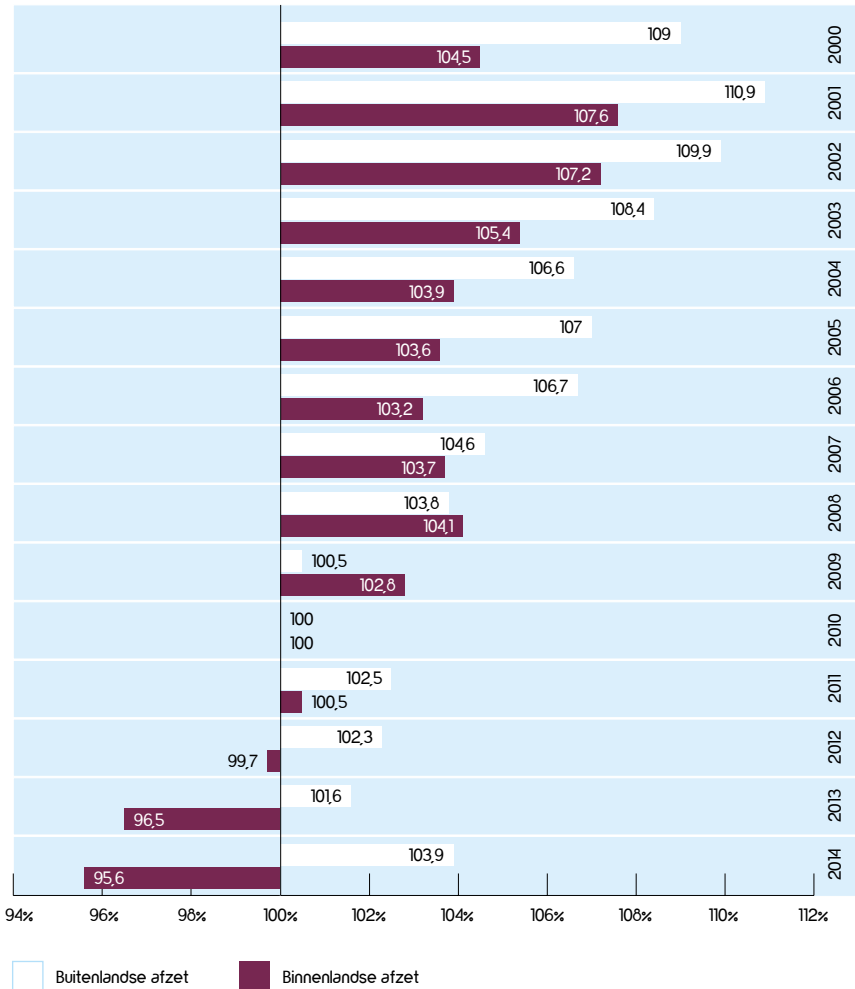
Uitgesproken faillissementen binnen de grafimediabranche.



Bron: CBS

Poducentenprijsindex (PPI) grafimediabranche

De marktprijs die producenten van grafische producten gemiddeld ontvangen voor hun goederen en diensten, uitgesplitst naar de binnenlandse - en buitenlandse afzet.

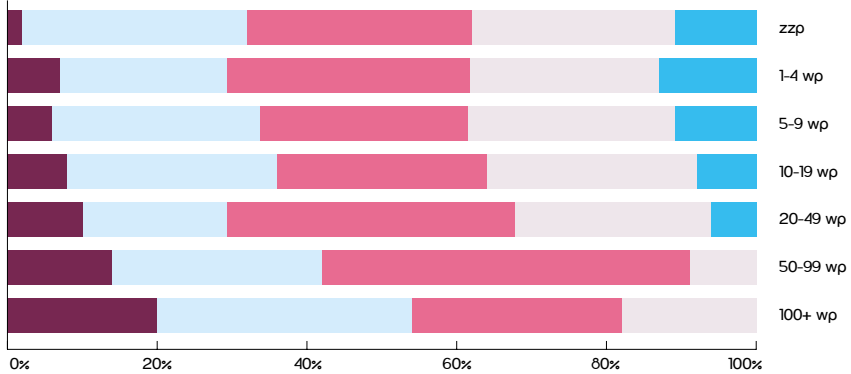


Bron: CBS

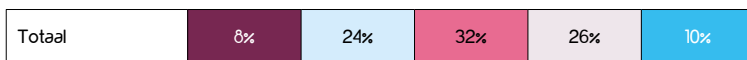
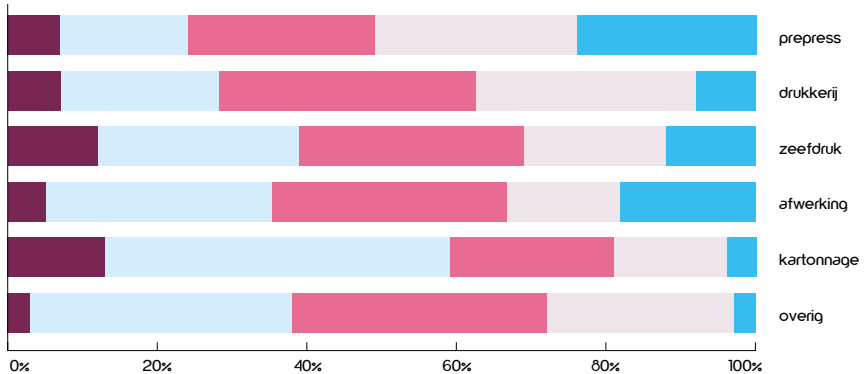
Omzetontwikkeling in 2014

De ontwikkeling van de omzet bij grafische bedrijven gedurende het afgelopen jaar 2014 ten opzichte van 2013. Deze informatie is uitgesplitst naar de grootteklasse en de hoofdactiviteit van grafische bedrijven.

Grootteklasse bedrijf



Hoofdactiviteit bedrijf



sterk toegenomen
 licht toegenomen
 gelijk gebleven
 licht afgenomen
 sterk afgenomen

Bron: GOC Economisch onderzoek (enquête, respons grafimedia-bedrijven N= 539)

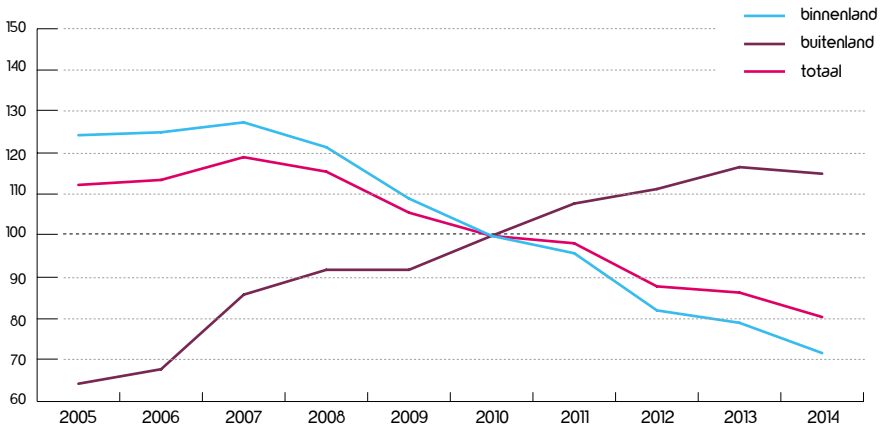
Indexering van omzetontwikkeling

De indexering geeft een vergelijk ten opzichte van een normjaar. In dit geval 2010 (2010= 100). Daardoor is het mogelijk een vergelijk tussen verschillende sectoren te maken. In dit geval tussen de omzetontwikkeling in de totale Nederlandse industrie en de grafimedia.

Industrie



Grafimedia

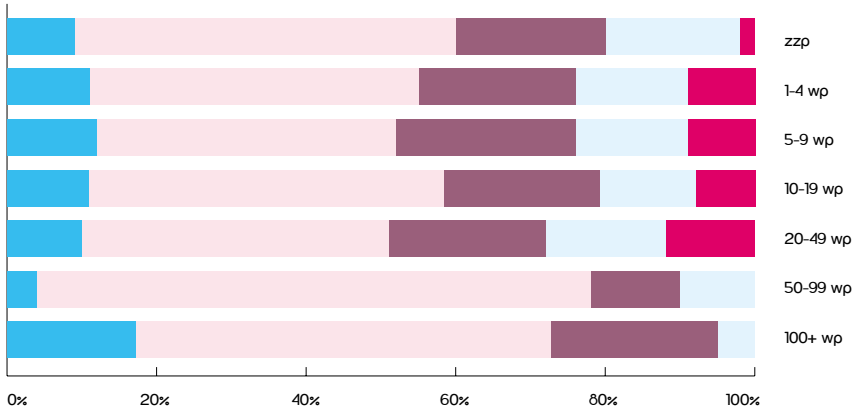


Bron: CBS

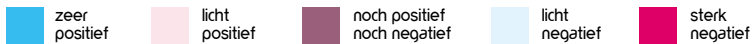
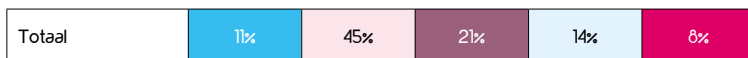
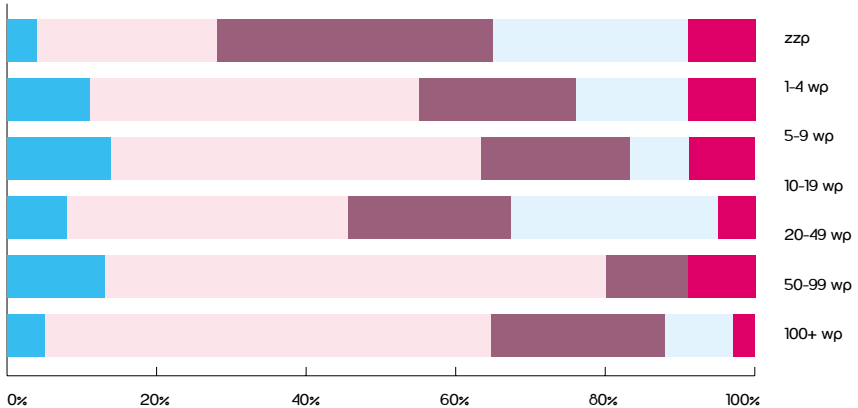
Bedrijfsresultaat in 2014

Economisch bedrijfsresultaat grafische bedrijven in 2014.

Grootteklasse bedrijf



Hoofdactiviteit bedrijf



Bron: GOC Economisch onderzoek (enquête, respons grafimedia-bedrijven N= 539)

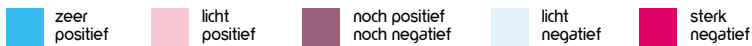
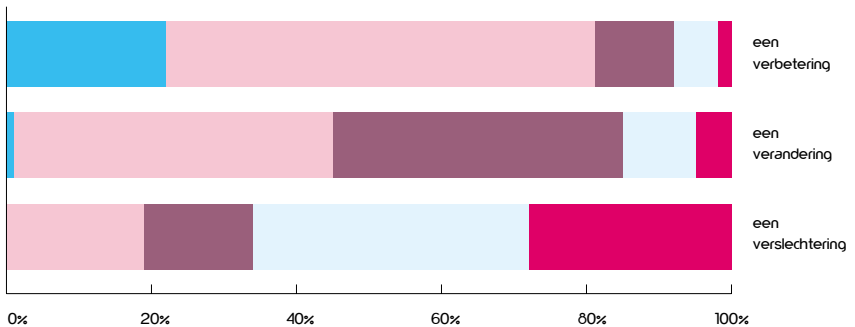
Ontwikkeling in het bedrijfsresultaat in 2014

De behaalde bedrijfsresultaten van grafische bedrijven in 2014 vergeleken met de ontwikkeling van dit bedrijfsresultaat ten opzichte van het jaar daarvoor (2013).

Resultaat in 2014



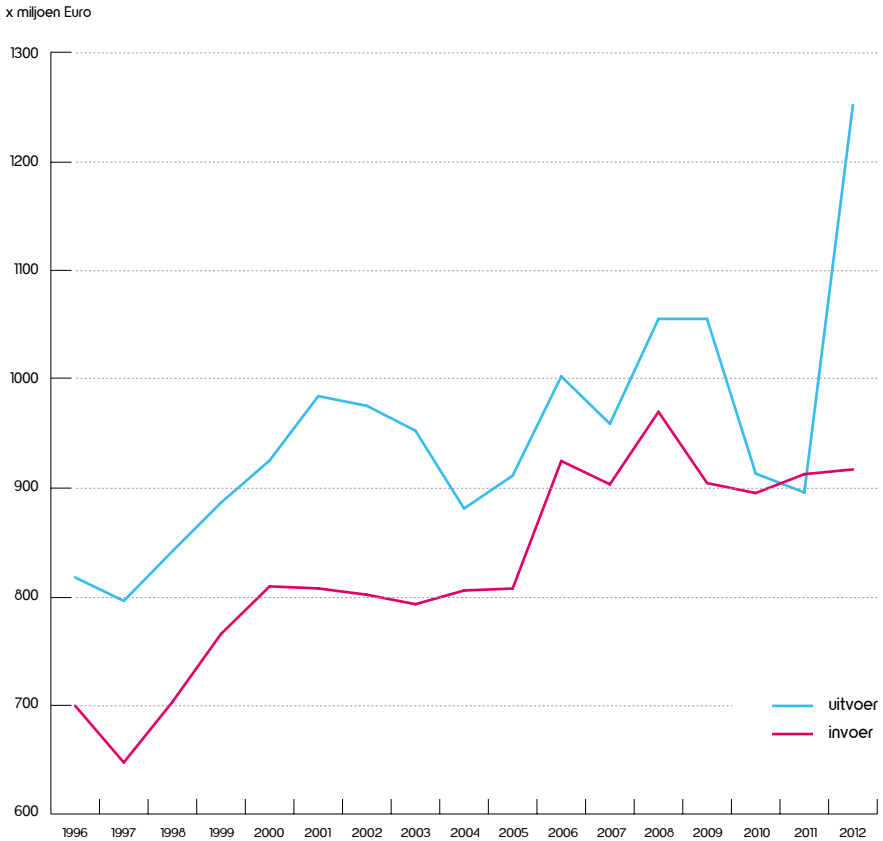
Bedrijfsresultaat 2014 t.o.v. 2013



Bron: GOC Economisch onderzoek (enquête, respons grafmediabedrijven N= 539)

Import en export van grafische producten

De import (invoerwaarde) van in het buitenland geproduceerde grafische producten (bijv. boeken) en de export (uitvoerwaarde) naar het buitenland van grafische producten, die in Nederland zijn vervaardigd.



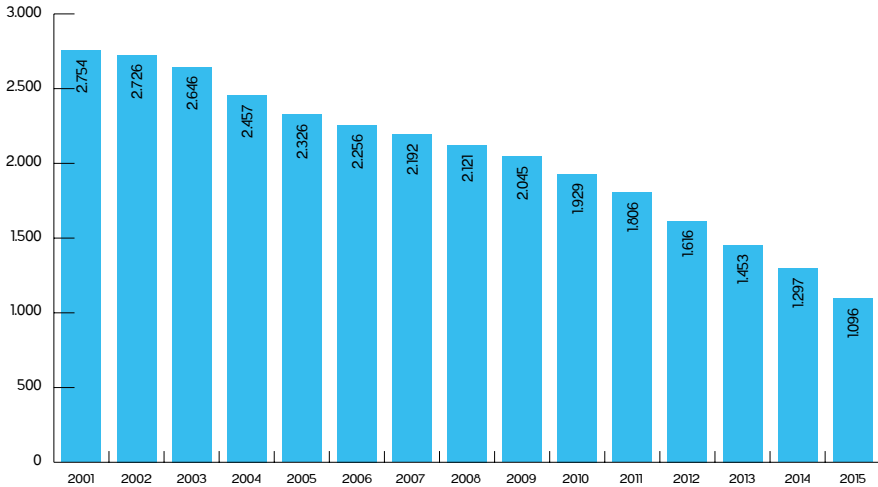


KVGO ledenbedrijven in cijfers

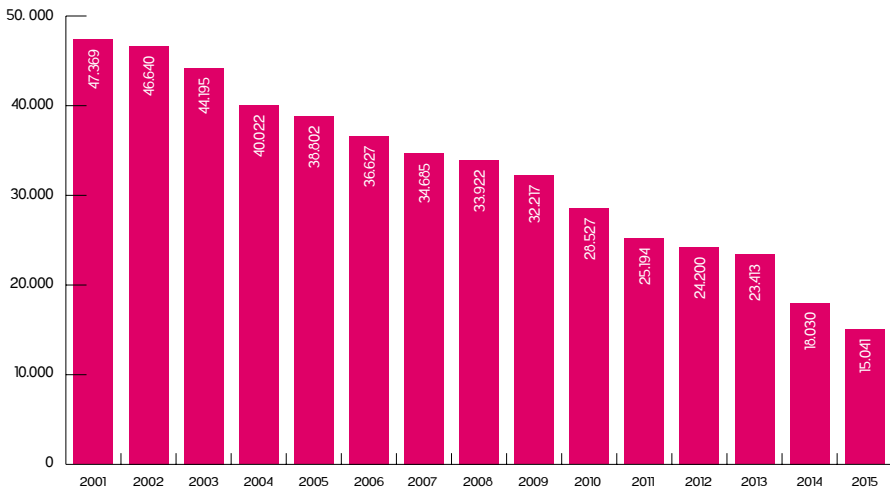
KVGO ledenbedrijven

Het aantal ledenbedrijven van de werkgeversorganisatie Koninklijke KVGO en het aantal werkzame personen bij deze bedrijven.

Stand per 1 januari - Bedrijven



Stand per 1 januari - Werkzame personen



Bron: KVGO

KVGO ledenbedrijven naar provincie

Provincie	Stand per 1 januari - Bedrijven				Stand per 1 januari - Werkzame personen (wp)			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Groningen	51	43	41	35	704	598	486	433
Friesland	70	59	52	47	847	756	650	601
Drenthe	37	33	28	24	350	285	275	180
Overijssel	118	99	94	79	2.448	2.385	1.751	1.523
Gelderland	198	175	163	133	3.305	2.988	2.472	2.016
Flevoland	43	42	37	24	487	442	406	246
Utrecht	140	109	101	87	2.043	1.987	1.486	1.192
Noord-Holland	282	280	253	223	3.424	3.856	3.362	3.111
Zuid-Holland	321	295	225	184	4.542	4.407	2.239	1.652
Zeeland	22	18	18	14	246	156	146	117
Noord-Brabant	244	218	206	182	4.214	4.065	3.527	3.117
Limburg	90	82	79	64	1.590	1.488	1.230	853
Totaal	1.616	1.453	1.297	1.096	24.200	23.413	18.030	15.041

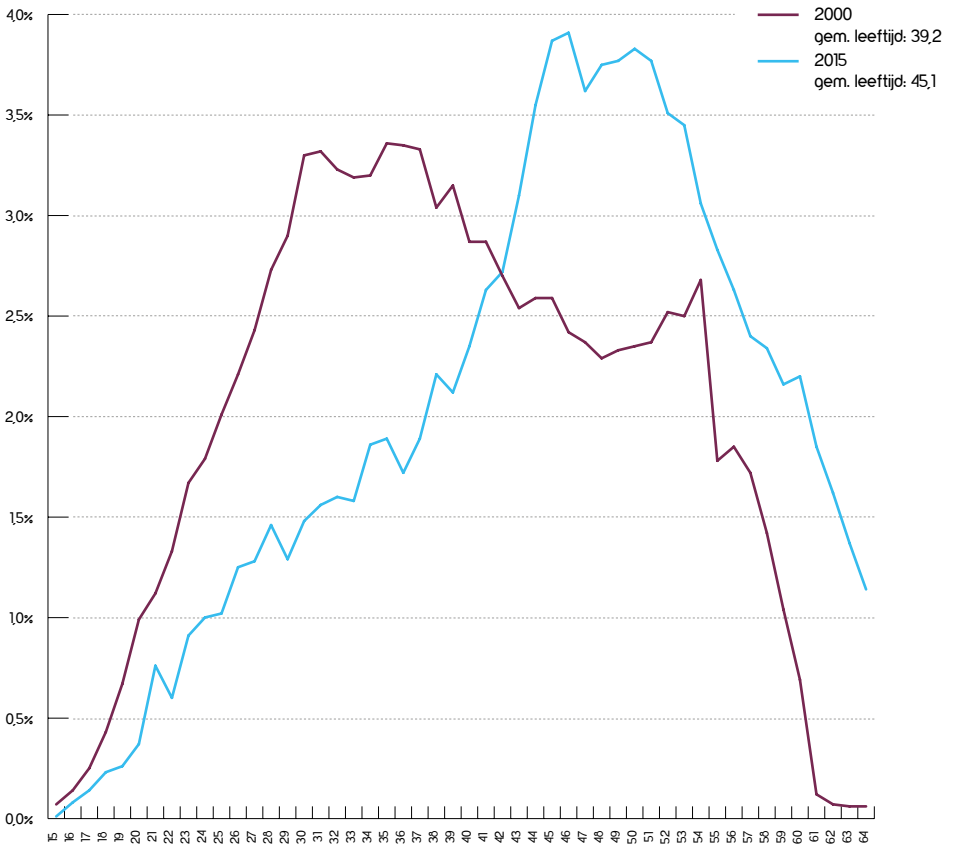
Bron: KVGO

Arbeidsmarkt in cijfers



Leeftijdsofbouw grafische werknemers in 2000 en 2015

Het grafisch bedrijfsfonds heeft van alle werknemers hun geboortedatum. Op basis hiervan is de leeftijdsopbouw ieder jaar precies in beeld te brengen. De grafiek laat duidelijk zien dat de leeftijdsopbouw tussen 2000 en 2015 sterk is verschoven naar minder jongeren en meer oudere grafici.

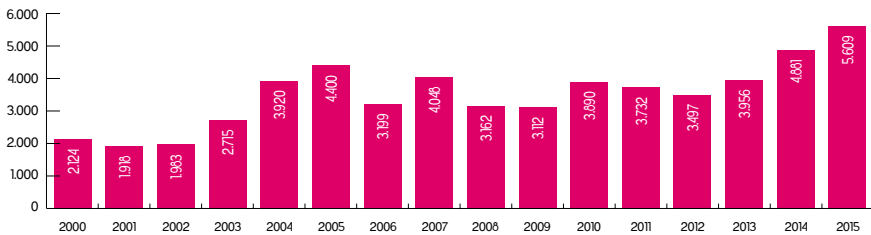


Bron: Timeos (Grafisch Bedrijfsfonds)

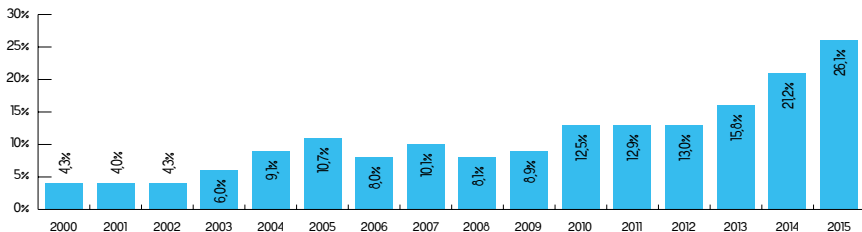
Grafische werkloosheid

Aantal niet-werkende werkzoekende (NWW) grafici ingeschreven bij het UWV. Door productiviteitsontwikkeling, de overgang naar digitale media en de economische crisis is de werkloosheid onder grafici zeer sterk gestegen. Omdat het aantal banen sterk terugloopt, stijgt het werkloosheidspercentage tot grote hoogte. Omdat met name oudere werkloze grafici weer moeilijk (volledig) aan het werk komen, daalt het percentage werkloze grafici met eenlopende WW-uitkering. Aan het begin van de economische crisis kreeg nog ruim 90% een WW-uitkering, eind 2014 is dit teruggelopen naar 71% (3.993 personen).

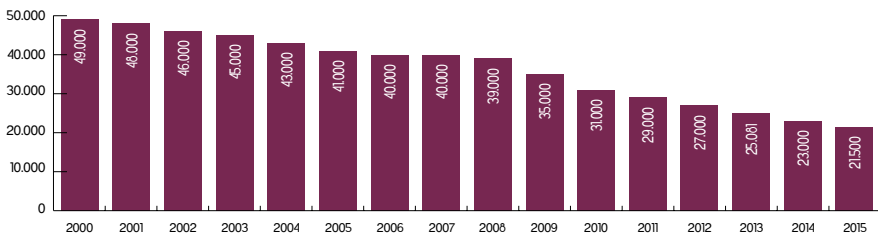
Werkloosheid graficiemediabranche in januari - NWW



Werkloosheid percentage



Werkgelegenheid



Bron: UWV Panorama

Werkloze grafici naar leeftijdsklasse en werkloosheidsduur

Jongere werkloze grafici hebben een (relatief) korte werkloosheidsduur in vergelijking met oudere werkloze grafici. Hoe hoger de leeftijd hoe langer de werkloosheid duurt. Oudere werkloze grafici komen dus moeilijker weer aan het werk.

Stand UWV 2015 januari ultimo

	<3 mnd	3-6 mnd	6-12 m	1-2 jr	2-3 jr	>3 jr
< 30 jaar	29,1%	21,8%	17,1%	18,1%	7,8%	6,1%
30-40 jaar	19,0%	16,5%	16,6%	26,7%	8,8%	12,4%
40-50 jaar	13,9%	9,8%	20,8%	24,6%	14,3%	16,6%
50-60 jaar	8,2%	7,2%	14,2%	27,6%	18,3%	24,5%
60+ jaar	4,8%	5,1%	13,2%	24,9%	19,9%	32,0%
totaal	13,2%	10,6%	16,5%	25,1%	14,9%	19,7%

Bron: UWV

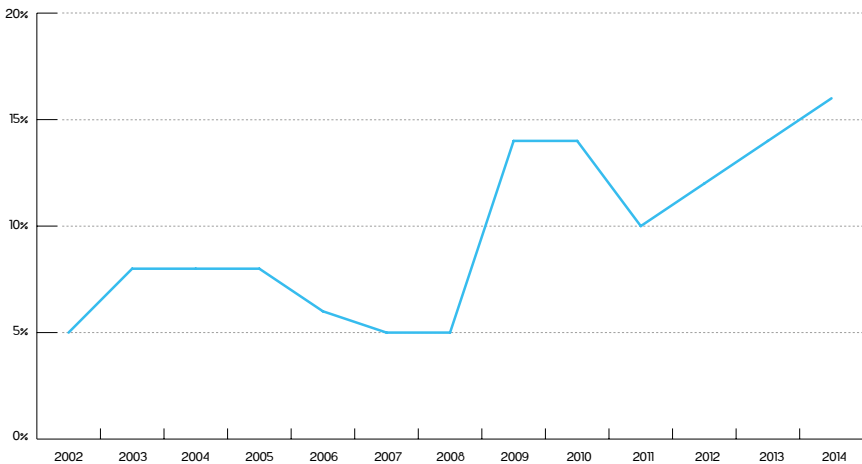
Nieuwe WW-uitkeringen grafmediabranche

Aantal nieuwe WW-uitkeringen ontslagwerkloosheid en het instroomrisico als instroompercentage van het totaal aantal verzekerden aan het begin van het jaar.

Instroom



Instroomrisico

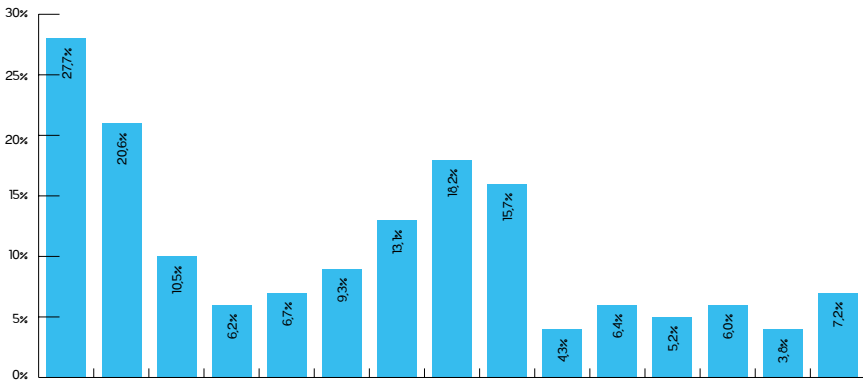


Bron: UWV Informatie sociale verzekeringen naar sectoren

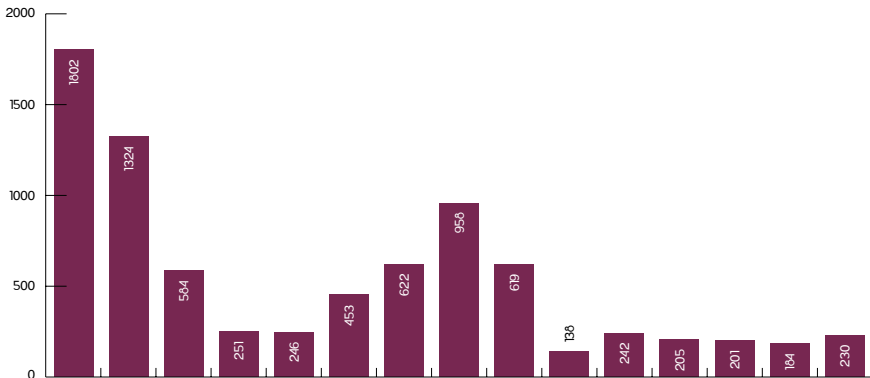
Percentage bedrijven met vacatures en totaal aantal vacatures

Tot en met 2013 liep het percentage grafische bedrijven met vacatures ieder jaar terug. Daardoor daalde ook het totaal aantal vacatures dat op de peildatum openstond. In de loop van 2014 zien we echter dat beide cijfers weer toenemen. Het blijft echter nog steeds ver onder het niveau van vóór het begin van de economische crisis (2008).

% Bedrijven met vacatures



Totaal aantal vacatures

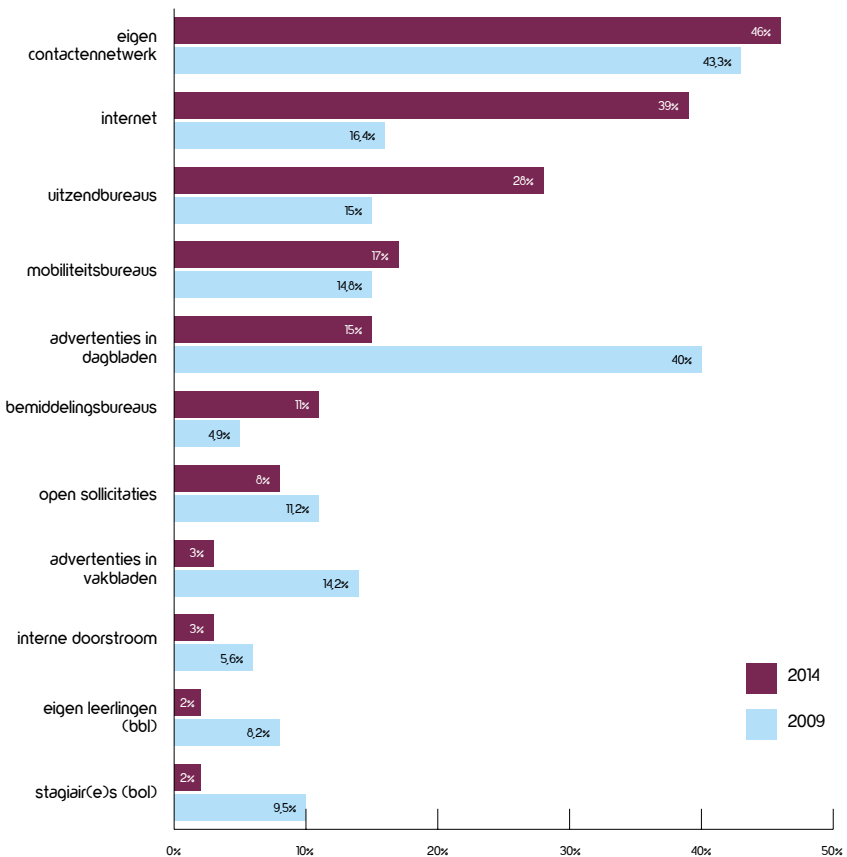


GOC Arbeidsmarktonderzoek (N= 782)

Kanalen van personeelswerving binnen grafimediabranche

Bijna de helft van de grafische bedrijven maakt gebruik van hun eigen contactennetwerk om naar personeel te zoeken. Het werven via internet komt op een goede tweede plaats. Het werven van personeel via uitzendbureaus laat zien dat de flexibele schil ook bij grafische bedrijven redelijk groot is. Een vergelijk met vijf jaar daarvoor (2009) laat grote verschillen zien in de wijze van personeelswerving van grafische bedrijven.

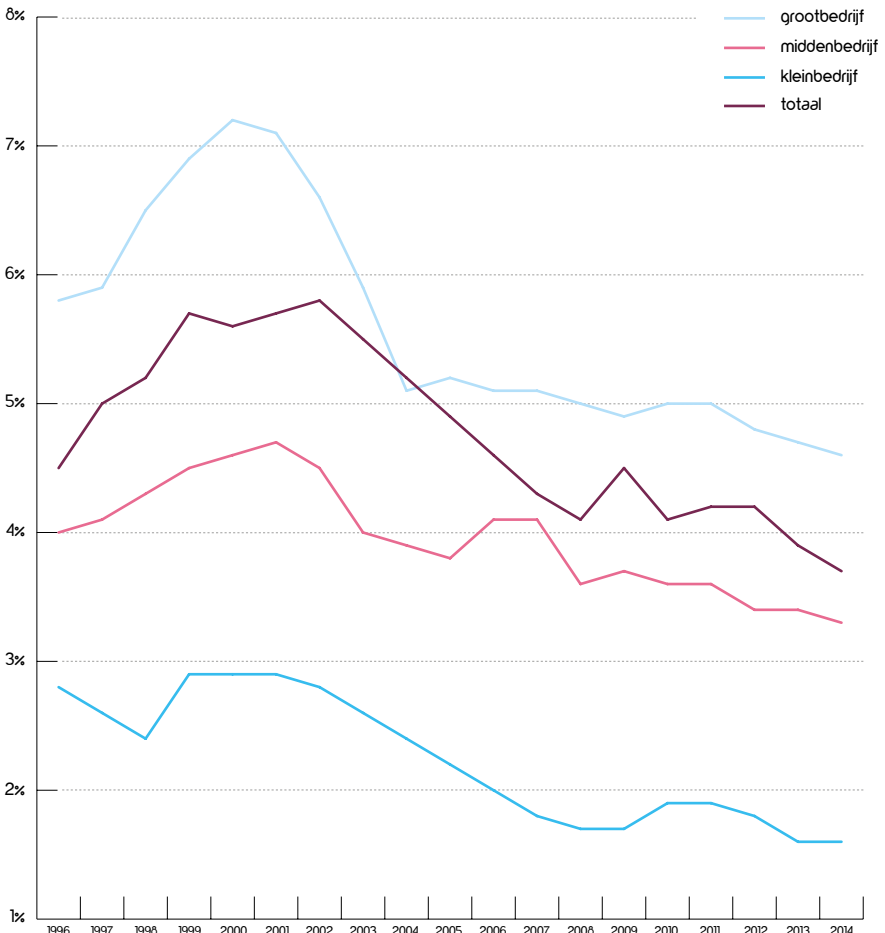
Percentage bedrijven dat gebruik maakt van een wervingskanaal



Bron: GOC Arbeidsmarktonderzoek 2014 (N= 782)

Ziekteverzuim binnen de grafmediabranche

In 2014 was het gemiddelde ziekteverzuim in de grafische industrie 3,7%. Het gemiddelde ziekteverzuim varieert sterk met de grootte van het bedrijf. Bij de grotere bedrijven (>100 wp) is het verzuim bijna driemaal zo hoog als bij het kleinbedrijf (<10 wp). Het gemiddelde ziekteverzuim loopt terug als gevolg van de economische crisis. Dit is een algemeen patroon dat in geheel Nederland optreedt en niet specifiek is voor de grafische industrie.



Bron: CBS

Colofon

Opdrachtgever:

A&O Fonds Grafmediabranche
Postbus 220, 1180 AE Amstelveen
www.aenofondsgrafimedia.nl

Uitvoering en uitgave:

GOC
Postbus 347, 3900 AH Veenendaal
(0318) 53 91 11
www.goc.nl

Auteur: Drs. Jos Teunen, GOC

Vormgeving: PXL, Veenendaal

Drukkerij: Torendruk, Nijkerk

© GOC, juli 2015

De informatie in deze publicatie is volledig gebaseerd op officiële bronnen als CBS en UWV, Grafische bedrijfsfondsen (Timeos) 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: Grafimedia in cijfers 2015. GOC, Veenendaal'. Bronvermelding is verplicht.





goc

www.goc.nl