



Rabobank Cijfers & Trends

Sectorprognoses 2015

Economische groei breder gedragen *Ook consumentgerichte sectoren haken aan*

Na een broos economisch herstel in 2014 zal de Nederlandse economie in 2015 verder groeien. Die groei komt enerzijds voort uit een aantrekkende export en stijgende investeringen. Anderzijds zal ook de particuliere consumptie naar verwachting weer licht toenemen – voor het eerst sinds jaren. De economische groei wordt dus breder gedragen, waardoor zowel op het binnenland als op het buitenland gerichte sectoren profiteren. Vooral het afzetvolume in de industrie, groothandel en transport neemt toe. Dit heeft weer een positief effect op de zakelijke dienstverlening en de bouw.

Uitvoer belangrijkste groeimotor

De export is al geruime tijd de drijvende kracht achter het herstel van de Nederlandse economie. De economische groei in opkomende landen blijft hoog, maar zakt volgend jaar wel iets terug door een wat lagere groei in China. In de geïndustrialiseerde economieën zal de groei juist versnellen. Dat geldt met name voor de VS; in de eurozone trekt de groei wel aan maar slechts op bescheiden schaal. De Nederlandse exportgroei stijgt van 3,75% dit jaar naar 5,75% in 2015. Daarbij

profiteert de Nederlandse uitvoer van een verdere daling van de euro ten opzichte van de Amerikaanse dollar en het Britse pond. Het conflict in de Oekraïne en de spanningen in het Midden-Oosten zorgen wel voor toenemende risico's voor de Nederlandse export. Mochten de geo-politieke spanningen tot een fors lagere wereldhandelsgroei leiden, dan zal de open Nederlandse economie daar volgend jaar last van ondervinden.

Bescheiden groei binnenlandse bestedingen

Na jaren van daling neemt het beschikbare inkomen van huishoudens in 2014 weer licht toe. Dat komt onder andere door het vertraagde inflatietempo, lagere belastingen en lagere sociale premies. Aangezien een deel van de huishoudens echter nog kiest voor het opbouwen van vermogen of afbouwen van schulden, zal het particuliere consumptievolume dit jaar op jaarbasis nog krimpen. Desondanks zien wij nu al een lichte groei van de bestedingen in de detailhandel. Voor volgend jaar verwachten wij een consumptiegroei van 1% op jaarbasis, als gevolg van de aantrekkende werkgelegenheid, het herstel op de woningmarkt en het toegenomen consumentenvertrouwen. Vanuit historisch perspectief blijft de consumptiegroei volgend jaar overigens bescheiden. De inkomensgroei is beperkt en huishoudens zullen ook de komende jaren nog voorzichtig zijn in hun uitgaven.

De investeringsbereidheid van ondernemers is het afgelopen jaar verbeterd. Wij verwachten in 2015 een versnelling van de groei van de bedrijfsinvesteringen ten opzichte van 2014. Door een toename van de nieuwbouw en het aantrekkende aantal woningverkoop versnelt ook de groei van de woninginvesteringen. Hierdoor nemen de totale private investeringen (dus zowel bedrijfs- als woninginvesteringen) volgend jaar met 4,25% toe. Dit jaar was die groei nog 0,75%.

Tabel 1

Kerntabel Nederland			
jaar op jaar mutatie in %	2013	2014	2015
Bruto binnenlands product	-0,7	¾	1½
Particuliere consumptie	-1,6	-¼	1
Overheidsbestedingen	-0,6	½	-¾
Private investeringen	-4,1	¾	4¼
Uitvoer goederen en diensten	2,2	3¾	5¾
Invoer goederen en diensten	1,0	3¾	6
Consumentenprijzen	2,6	½	¾
Werkloosheid (%)	6,7	6¾	6½
Begrotingssaldo (% BBP)	-2,3	-2¾	-2¼
Staatsschuld (% BBP)	68,6	70¼	70½

Bron: CBS, Rabobank, september 2014

Groei in alle marktsectoren

Zoals in tabel 2 te zien is, zullen in 2015 meer sectoren profiteren van de economische groei dan in 2014. De op het buitenland gerichte sectoren (zoals de maakindustrie, de chemie, de groothandel en de logistiek) profiteren volgend jaar het meest van het economisch herstel. Zij zien hun afzetgroei toenemen onder aanvoering van een hogere economische groei in de geïndustrialiseerde landen. Het beeld in de dienstverlening is divers; conjunctuurafhankelijke sectoren als uitzendbureaus en bouwkundige dienstverleners groeien. Accountants en adviesbureaus blijven het daarentegen moeilijk houden nu kennis overal (online) toegankelijk is. Ook voor andere sectoren geldt dat internet een steeds grotere impact heeft. Veel ketens staan onder druk nu bijvoorbeeld de industrie rechtstreeks kan leveren aan de eindafnemer en de retailer direct kan afnemen bij de (buitenlandse) producent van zijn artikelen. Ook de logistiek pikt hier een graantje van mee. De groothandel ondervindt door deze ontwikkelingen toenemende concurrentie en prijsderving. Ondanks de volumetoename blijft de omzet van de groothandel daardoor onder druk staan. De ICT-sector profiteert ondertussen van het toenemende belang van digitalisering en automatisering. Doordat de particuliere consumptie volgend jaar toeneemt, profiteren ook de op de binnenlandse markt gerichte sectoren,

Tabel 2

Sectorontwikkelingen			
Volumemutaties per sector jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Industrie	-1,1	1,8	2,8
Bouw	-4,5	0	3
Automotive	-8	-3	2,5
Groothandel	-0,8	2	3,2
Detailhandel food	-1,8	1	1,2
Detailhandel non-food	-5,7	0,2	0,8
Horeca & recreatie	-1	0,8	1
Transport	-0,6	1	1,9
Zakelijke dienstverlening	-1,5	1	2
Gezondheidszorg	1,8	0,8	0,8

Bron: CBS, Rabobank, september 2014

zoals de detailhandel, horeca en automotive. Dit goede nieuws verzacht deels de pijn van de afgelopen jaren, maar de sectoren staan nog steeds voor fundamentele uitdagingen. Ook zij hebben te maken met toenemende concurrentie, met name door de opkomst van e-commerce en branchevervaging.

De aantrekkende woninginvesteringen zorgen vanaf 2015 voor een lichte opleving in de zwaar getroffen bouwsector. Deze sector wordt eveneens ondersteund door de verlenging (tot medio 2015) van het lage btw-tarief op arbeidskosten voor de verbouw en het onderhoud van woningen. Ook in de zorg is ondanks de overheidsbezuinigingen een kleine groei te verwachten.

Opgemerkt dient te worden dat de onzekerheden rond onze voorspellingen groot blijven, vooral vanwege geo-politieke spanningen in de Oekraïne en het Midden-Oosten.

In de volgende paragrafen wordt een korte visie op elke sector geschetst.



Industrie:

boost in techniek leidt tot evolutie van verdienmodellen

Bedrijven in de industrie laten naar verwachting in 2015 een verdere volumegroei zien. Deze groei zal vooral zijn weggelegd voor bedrijven die direct of indirect een relatie hebben met export. Internationale markten blijven vooralsnog kansrijker dan de thuismarkt.

Naast export is innovatie van cruciaal belang. Nederland heeft in veel branches binnen de industrie toonaangevende bedrijven. Deze bedrijven onderscheiden zich vooral doordat zij hun innovatie-inspanningen op peil houden, ook bij tegenwind. Wij zien innovatie (alsook samenwerking met andere bedrijven en kennisinstututen) als een essentiële voorwaarde voor groei in de sector en behoud van de goede positionering van Nederlandse bedrijven. Het ontwikkelen van duurzame producten zal bij die innovatie steeds vaker centraal staan. Technologische vooruitgang neemt toe dankzij innovaties op deelgebieden en de bijna grenzeloze technologische mogelijkheden, zoals nanotechnologie, 3D printing, sensortechnologie, composiet- en bio based-materialen en biotechnologie. Tegelijk tonen programma's als 'Smart Industry' of 'Industry 4.0' ongekende mogelijkheden op het gebied van productieautomatisering en communicatie. De smeerolie hierbij bestaat uit onder andere intelligente software en internet. Die nemen complexe processen over en koppelen machines, afdelingen en bedrijven aan elkaar. Dat machines en robots steeds meer de productie overnemen, zal zonder twijfel leiden tot een evolutie van verdienmodellen. Medewerkers kunnen zich daardoor steeds meer richten op hoogwaardige en innovatieve werkzaamheden. Voor ondernemers is het essentieel om de juiste competenties in huis te hebben en personeel te ontwikkelen.

Tabel 3

Industrie			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Voedings- en genotmiddelenindustrie	3	0,7	1,5
Metaal- en elektrotechnische industrie	-1,6	2,5	3,5
Chemie	-3	2,7	3,5
Overige industrie	-1	0,3	1,2

Groothandel: kies de juiste uitgangspositie

Groothandels zijn actief in verschillende ketens en afhankelijk van het specifieke sentiment in deze ketens. De vooruitzichten voor groothandels verschillen dan ook sterk. Het overkoepelende beeld is echter dat de sector niet volledig profiteert van het economisch herstel. Er is een volumestijging, maar de omzetten lopen terug. Prijs- en margedalingen in de groothandel zijn hiervoor verantwoordelijk. Verder worden



functies van de groothandel overgenomen door klanten, bijvoorbeeld de detailhandel, die hiermee hun marge willen verbeteren. Groothandels lopen het gevaar hierdoor deels te worden uitgeschakeld. Ook andere spelers, waaronder logistieke dienstverleners, nemen functies over. Het is belangrijker dan ooit dat groothandels toegevoegde waarde leveren in de keten en zich daarmee profileren. Alleen zo kunnen zij optimaal profiteren van de economische groei. Neem groothandels in bouwmaterialen: die kunnen een rol pakken als logistiek regisseur van het bouwproces. Alleen door toegevoegde waarde te leveren kan de groothandel een dominante speler zijn en overleven. Grenzen tussen en functies binnen de ketens zijn aan het vervagen. Groothandels in consumentengoederen moeten samenwerken met detailhandels en producenten om waarde te creëren, hetzij door het leveren van logistieke diensten, hetzij door bijvoorbeeld het voorraadbeheer te optimaliseren.

Tabel 4

Groothandel			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Kapitaalgoederen	-1,5	2,5	4
Retail non-food	-1	1	2,5
Voedingsmiddelen en landbouwproducten	2,2	2,5	3
Bouwmaterialen	-5	0,5	3

Zakelijke dienstverlening: nieuwe tijden, andere mensen

Vrijwel alle dienstverlenende bedrijven profiteren in 2015 van de aantrekkelijke economie. Steeds meer ondernemers gaan over op *outsourcing*, bijvoorbeeld van juridische en administratieve zaken, ICT en HRM. Bedrijven willen zich richten op hun kernactiviteiten. Dienstverleners die zich onderscheiden met specifieke kennis en expertise en hun klanten ontzorgen, profiteren van deze trend. Dit geldt niet alleen voor zakelijke dienstverleners maar ook voor facilitaire en aan de bouw gerelateerde dienstverleners. Zij zullen hun klanten maatwerkoplossingen moeten bieden en daarbij alle ketenpartners betrekken. Het uit de ICT afkomstige 'as a



Franchise: moderniseer de manier van samenwerking.

Evenwichtige samenwerking en een onderscheidende formule zijn de basis voor succesvolle franchise. De huidige tijd met een relatief lage economische groei en structurele veranderingen (bijvoorbeeld in het koopgedrag van de consument) vragen om flexibele formules die kunnen meebewegen en voorsorteren op veranderingen in de bedrijfsomgeving. Franchisegevers én franchisenemers moeten daarom samen nadenken over de houdbaarheid van de eigen formule en de gevolgen voor het samenwerkings- en businessmodel. Blijven doen wat je altijd deed en her en der wat schaven aan de formule is niet genoeg. Echte vernieuwing in de manier van samenwerking is noodzakelijk om het franchisemodel toekomstbestendig te maken. Hard franchise lijkt hier meer geschikt voor te zijn dan soft franchise, omdat bij deze manier van samenwerken veranderingen sneller door te voeren zijn.

Service'-verdienmodel is in opkomst. Dit concept, vervangt steeds vaker het traditionele uurtje-factuurkje en zorgt voor betere klantbinding. Ook factureren op basis van behaalde resultaten wordt steeds meer gemeengoed. Hiermee wordt ingespeeld op de vraag om meer transparantie.

Dienstverleners zullen grenzen moeten verleggen op het gebied van personeel. *Upgrading* van werkzaamheden, bijvoorbeeld via digitalisering, is in de hele sector zichtbaar. Daarnaast doen in alle branches hoogopgeleide zelfstandigen hun intrede die met hun specifieke kennis en flexibiliteit tegemoet komen aan de vraag uit de markt. In een diensteneconomie is goed gekwalificeerd en klantgericht personeel een vereiste om onderscheidend te zijn. Dienstverleners zullen moeten investeren in personeel om het verschil te maken in 2015.

Tabel 5

Zakelijke dienstverlening			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Accountants	-1,4	-0,2	0
ICT dienstverlening	-0,3	3,5	5
Uitzendbureaus	-2	3,5	5
Bouwkundige dienstverlening	-3,8	1	2,5

Detailhandel non-food: kennis over de klant slimmer gebruiken

De retail zal slim gebruik gaan maken van het feit dat alles en iedereen met elkaar verbonden is, ook wel *'Connected Everything'* genoemd. Dit wordt mogelijk gemaakt door de toepassing van nieuwe technologieën, zoals het slimme gebruik van *'Big Data'*, *'Internet of Things'*, sensortechnologie en *3D printing*. Organisaties kunnen zich in deze nieuwe fase onderscheiden door op alle fronten flexibel te zijn. Die flexibiliteit draait vooral om het centraal stellen van de klant; dat zal de sector nog meer dan nu moeten doen. Drie bewegingen zijn hierbij essentieel: (1) van 'centraal' naar 'lokaal', waarbij *'one size fits all'* niet meer passend is, (2) van 'kanalen



naar 'grenzeloos', waarbij alle kanalen door elkaar heen lopen en (3) van 'massa-aanbod' naar 'maatwerk', want de klant wil geen standaardproduct meer. Als de retailer de consument wil helpen om het onuitputtelijke aanbod te vertalen naar een voor hem relevante selectie is kennis over de klant nodig. Zijn koopgedrag en smaakvoorkeuren zijn daarom cruciaal, evenals de vaardigheid van de retailer om deze kennis (*'Big Data'*) om te zetten in nieuwe, relevante, op maat gesneden proposities (*'Smart Data'*). Retailers kunnen serviceproposities ontwikkelen die de klant tijd en moeite besparen. Verder kunnen zij hem – in samenwerking met anderen – de mogelijkheid bieden om producten op maat te kopen, bijvoorbeeld via *3D printing*.

Detail- en groothandel food: Nederland gidsland

De wereldwijde voedselproductie moet fors toenemen om aan de toenemende vraag te voldoen. Nederland kan op het gebied van food gidsland zijn. Er zijn interessante



exportkansen en kennis dient een onderdeel te zijn in het verdienmodel. De *supply chain* moet efficiënt worden ingericht om verspilling te minimaliseren. Het risico op schaarste van grondstoffen is namelijk reëel. In Nederland zal verder de calorieconsumptie stabiliseren. De manier waarop voedsel wordt geconsumeerd wijzigt bovendien drastisch, waardoor interessante nichemarkten ontstaan. Dat effect wordt versterkt door innovatieve technologie. Door de opkomst van *online* verkoop van *food* ontstaat er een oneindig breed assortiment. Er vindt een herverdeling plaats tussen A-merken, B-merken en nichemerken. De macht in de keten verschuift van de supermarkt naar de finale consument.

Tabel 6

Detailhandel			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Supermarkten	-1,1	1,3	1,5
Speciaalzaken food	-5,9	-0,2	0,2
Non-food winkels	-5,7	0,2	0,8
Internetwinkels en postorderbedrijven	8,7	9	9

Transport: kansen voor de logistieke regisseur

Ook in de transportsector zien wij dat ontwikkelingen in deelmarkten kunnen verschillen. Over het algemeen neemt het wegvervoer in volume toe; niet alleen door het aantrekken van de export, maar ook door een hogere bedrijvigheid in de



consumentgerichte sectoren. De tarieven stijgen eveneens, maar blijven wel achter bij de volumeontwikkeling. De concurrentie is nog steeds fors en rendement is alleen haalbaar door een hoge bedrijfsefficiëntie, het bieden van aanvullende logistieke diensten en het bundelen van ladingstromen door samenwerking.

In het reguliere internationale wegvervoer van A naar B speelt Nederland geen rol meer, maar met een prima geografische ligging, hoogopgeleid personeel en een uitstekende ICT-infrastructuur zijn er zeker kansen voor allround logistieke dienstverleners. We zien de (middel)grote bedrijven groeien, evenals het aantal zzp'ers. Het middensegment verliest de slag, tenzij men in een niche opereert. De binnenvaart profiteert eveneens van hogere volumes, maar de overcapaciteit blijft deze branche parten spelen, waardoor de tarieven ook hier onder druk blijven staan. De taxibranche lijdt intussen onder de bezuinigingen van de overheid op het contractvervoer die in 2015 een verder negatief effect zullen hebben. Tot slot profiteren de post- en koeriersbedrijven ook in 2015 weer fors van de groeiende onlineverkoop.

Tabel 7

Transport			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Beroepsgoederenvervoer over de weg	-0,8	0,8	2
Binnenvaart	-0,7	0,8	1,5
Koeriersdiensten (exclusief post)	3	3,1	3,3
Opslag en logistieke dienstverlening	-0,5	1,2	1,8

Horeca & recreatie: kaf wordt van het koren gescheiden

Na jaren van recessie, waarin de consument de hand op de knip hield, profiteert de sector horeca & recreatie momenteel van een gestage groei. De stijgende consumentenbestedingen hebben een direct positief effect op de vraag in de sector. En tegelijkertijd groeit jaarlijks het aantal buitenlandse toeristen dat Nederland aandoet. Wel is de hele sector weersafhankelijker geworden. Dit is een gevolg van de sterk verzadigde markt waardoor consumenten keuze genoeg hebben en steeds later boeken of reserveren. Slechter weer in Nederland leidt automatisch tot minder bezoek aan horeca en vraag naar verblijfsrecreatie. Review- en boekingsites geven ondertussen steeds meer inzage in aanbod, prijs en kwaliteit. Daardoor krijgen die sites een steeds grotere machtspositie in de keten.

De pijn zit hem vooral in de explosieve toename van het aanbod in nagenoeg alle branches; die stijging leidt tot structurele prijserosie. Ook verschuift een deel van de vraag naar branchevreemde aanbieders zoals retailers of multifunctionele landbouw. Desondanks zijn er nog steeds



bedrijven die excelleren in kwaliteit en performance. Het middensegment met een standaardproduct en prijs heeft het zwaarder dan ooit. Consumenten zoeken naar producten met een bijzondere beleving of emotionele lading, dan wel naar een scherpe *pricing*. Ligging en concept worden steeds belangrijker en dus komt het aan op de kwaliteiten van de ondernemer en het vermogen om te blijven innoveren en investeren.

Tabel 8

Horeca & recreatie			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Hotels	1,2	1,5	2
Restaurants	0,5	0,8	1
Café's	-9	0	-1,5
Vakantieparken	0,7	1	0,5

Automotive & mobiliteit: lichte stijging in een sterk bewegende markt

Na een lastig 2014 zal de sector in 2015 een lichte volumestijging laten zien, vooral door aantrekkende verkopen van nieuwe auto's. Belangrijkste aanjagers van die stijging zijn het verwachte herstel van de koopkracht en het consumentenvertrouwen. Het belang van mobiliteit voor de samenleving is en blijft groot, al worden mobiliteitsbehoeften veelzijdiger ingevuld. Het bezit van een auto is bijvoorbeeld niet meer vanzelfsprekend. De (auto)markt is door het internet transparant geworden. Dat verandert het keuzeproces en aankoopgedrag bij klanten. Klanten verleggen ook steeds vaker hun grenzen, bijvoorbeeld door in het buitenland voordeliger te tanken of de auto van hun dromen zelf te importeren. De sector kent veel innovaties: hybride en elektrische aandrijving (met batterij of met waterstof) dragen bij aan een beter milieu en een betere leefomgeving, vooral in verstedelijkte gebieden. Veiligheidstechnieken kunnen aanrijdingen voorkomen en worden steeds beter en betaalbaarder. Met zelfrijdende auto's worden bovendien al

proeven gedaan. Deze technologieën zorgen samen met het veranderend consumentengedrag voor veel beweging in de sector. Voor ondernemers een uitdagende tijd om de grenzeloze klant te blijven volgen en vooral om een rendabele exploitatie te houden. Om succesvol te zijn moet de dienstverlening rondom mobiliteitsproducten optimaal zijn en volledig aansluiten op de behoeften van de consument. Hierbij is het verstandig om slimme combinaties van diensten te creëren, al dan niet met partners.



Tabel 9

Automotive			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Import van nieuwe auto's	-12	-2,5	2,5
Merkdealers	-8	-3,5	3
Tankstations	-3	-4	-1
Overige automotive	-4	1	1,8

Bouw: bouwbedrijven snakken naar betere tijden

Voor 2014 zal de woning- en utiliteitsbouw slechts een lichte opleving laten zien in het bouwvolume. Aannemers profiteren dit jaar namelijk maar beperkt van de aantrekkende economie. Een tekort aan werken en een marginale prijszetting stemmen vooralsnog somber. Veel bedrijven teren opnieuw in op hun financiële reserves en de nood is vooral hoog bij



ontwikkende woningbouwers. De utiliteitsbouw gaat nog gebukt onder een lastig investeringsklimaat. De prognose voor de lange termijn is gelukkig voorzichtig positief. De echte draai zal komen in de tweede helft van 2015, met een acceleratie in de jaren daarna. De woningmarkt gaat dan voorop, met een groei van 5% in de bouwproductie. Hier is ook de grootste inhaalslag te maken.

Ook het bedrijfsleven komt in beweging na jaren van stilstand; de verwachte volumestijging in de utiliteitsbouw van bijna 2% in 2015 betekent een breuk met voorgaande jaren en een lichtpuntje voor de sector. Belangrijke thema's voor de bouw zijn de transformatie van vooral kantoorpanden (om de hoge leegstand in te dammen), ketensamenwerking (onder andere om procesbeheersing te optimaliseren en faalkosten te verlagen) en 'LEGOLisering': het gebruik van uitgekende productiemethoden en logistiek (om zo kwalitatief hoogwaardige huisvesting te realiseren tegen lagere 'Total Costs of Ownership & Operation').

Tabel 10

Bouw			
Volumemutaties jaar op jaar in %	2013	2014	2015
Waarvan			
Woningbouw	-9	1,2	5,8
Utiliteitsbouw	-4	0,3	1,8
Grond-, water- en wegenbouw	-3	-0,6	1,8
Installatiebedrijven	-3,5	0	2

Gezondheidszorg: paradigmashift is noodzaak

Het huidige model van de Nederlandse gezondheidszorg is niet langer houdbaar: de jaarlijkse zorguitgaven nemen structureel toe, ver boven de groei van de totale economie. Om de vergrijzende samenleving te blijven voorzien van



hoogwaardige, toegankelijke en betaalbare zorg is een fundamentele systeemwijziging nodig: een 'paradigmashift'. Belangrijkste doelstelling moet zijn om de kwaliteit van leven van burgers en patiënten te bevorderen – en daarmee de vitaliteit en productiviteit van (lokale) gemeenschappen. Het helpt zeker als zowel bestaande zorginstellingen als nieuwe zorgondernemers daarbij grenzeloos denken over zorginnovaties.

Met een vergrijzende bevolking, steeds mondigere patiënten en nieuwe zorgtoepassingen, zal de vraag naar zorg ook in 2014 en 2015 toenemen. De vertaling van die vraag naar uiteindelijk zorgvolume zal echter onderdrukt worden door het verhoogd eigen risico voor de patiënt en de inkooprol van de zorgverzekeraars en gemeenten. Daarnaast zijn er de distributie van zorg vanuit de tweede naar de eerste lijn en een scherpere inkoop door zorgverzekeraars en gemeenten. Die ontwikkelingen zullen de prijs drukken, waardoor de omzetgroei in bepaalde zorgsectoren zelfs negatief kan uitvallen

Rabobank Cijfers & Trends

Al bijna veertig jaar biedt de Rabobank met haar kennisproducten betrouwbare branche-informatie aan ondernemers. Via de Rabo Kennis App maar ook via www.rabobank.nl/kennis is deze informatie vrij toegankelijk te raadplegen.

U vindt hier uitgebreide informatie over kansen en bedreigingen, perspectieven, trends, vooruitzichten, markt- en achtergrondinformatie in uw sector. Maar ook actuele macro-economische kennis en een tweewekelijks blog van de sectormanager. Met behulp van een benchmark kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met uw branchegenoten.



Rabo Kennis App

Speciaal voor ondernemers is de Rabo Kennis App ontwikkeld. Daarmee vergaart u snel en gemakkelijk kennis op macro-economisch en sectorniveau. Hierdoor blijft u op de hoogte van wat er speelt in uw sector zodat u beter kunt anticiperen op ontwikkelingen. De app is gratis beschikbaar voor iPad, Android en overige iOS.

Contactgegevens

Rabobank Nederland, Sectormanagement
kennis@rn.rabobank.nl | www.rabobank.nl/kennis