

Randstad: Nederland achterop

■ Omzet uitzendconcern stijgt ■ Frankrijk inmiddels belangrijkste markt

Van onze redactie economie

DIEMEN – Frankrijk heeft Nederland verdrongen als belangrijkste markt van uitzendconcern Randstad. Het afgelopen kwartaal waren er dagelijks gemiddeld 93.300 uitzendkrachten via het bedrijf aan het werk, in Nederland slechts 87.800.

Terwijl in andere landen de vraag naar uitzendkrachten een vlucht neemt, blijft Nederland achterop, blijkt uit de jongste cijfers van Randstad over het derde kwartaal. In vergelijking met dezelfde periode in 2009 daalde de omzet in Nederland met een procent, waar die in Frank-

rijk met 18 procent toenam. Duitsland, de derde markt voor het op een na grootste uitzendconcern ter wereld, groeit zelfs nog harder. De vraag naar uitzendkrachten nam er toe met 40 procent. Ook in de Verenigde Staten lag de omzet flink hoger.

De totale omzet van het concern, dat actief is in 44 landen, steeg naar 3,8 miljard euro en lag daarmee 19 procent hoger dan tijdens dezelfde periode in 2009. De nettowinst bedroeg 72,3 miljoen euro, bijna 20 procent meer dan een jaar eerder. Randstad overweegt nu weer dividend uit te keren aan aandeelhouders.

In 2008 zijn die uitkeringen stopgezet vanwege de slechte resultaten als gevolg van de crisis.

Op de thuismarkt is de situatie, net als in het eerste halfjaar, nog steeds niet florissant. Het aantal uitzendkrachten dat via Randstad in Nederland aan de slag is, blijft ten opzichte van vorig jaar afnemen. Het effect aan deze krimp is volgens topman Ben Noteboom wel in zicht. De positieve trend heeft zich ook deze maand voortgezet. „Omdat Nederland vooral een diensteneconomie is, kwam de grote dip later dan in de landen met veel industrie”, lichte hij gisteren toe. De echte verbetering

zal volgens Noteboom wel enige tijd op zich laten wachten. Maar hij ziet na de opleving in de industrie in een aantal regio's ook de vraag naar dienstverlenend personeel, zoals in de administratieve sector en ICT, inmiddels aantrekken.

De koepel van uitzendondernemingen ABU constateert dat het herstel doorzet. Sinds mei groeit de omzet licht in de hele branche, volgens de laatste ABU-cijfers. Vooral de vraag naar uitzendkrachten in de industrie en technische sector is gestegen. Koploper is de provincie Limburg. Ook in Noord-Brabant zit het uitzendwerk weer in de lift.



Randstad-filiaal in Enschede. Het concern (totaalomzet 3,8 miljard euro) heeft inmiddels meer uitzendkrachten in Frankrijk dan in Nederland. FOTO ANP



vijf vragen

Adviseur kan beter strak pak dragen

Adviseurs en marketeers die hun omzet willen opkrikken, doen er goed aan te investeren in een chique maatpak.

Wetenschappelijk onderzoek wijst uit: hoe duurder het pak van de adviseur, hoe eerder de klant geneigd is diens advies op te volgen. Zelfs als die adviseur geen snars afweet van het onderwerp.

Volgende week promoveert Stefanie Tzioti (1984) aan de Erasmus Universiteit Rotterdam op de manier waarop mensen zich bij adviezen laten leiden door uiterlijk vertoon. Expertise is niet de grootste drijfveer om advies van iemand aan te nemen. Integendeel, het lijkt erop dat mensen zich veel eerder laten leiden door een maatpak en een auto van het juiste merk.

1 Kleren maken de man, dat is toch niet nieuw?

„Enerzijds is het inderdaad weinig verrassend. Mijn veronderstelling was dat mensen geneigd zijn eerder advies aan te nemen van adviseurs in een net pak dan van een onverzorgder type. Dat blijkt te kloppen. Opvallend is wel dat mensen dat nog steeds doen zelfs als bekend is dat die adviseur helemaal niks van het onderwerp afweet.”

2 Hoe heeft u dat onderzocht?

„Ik heb studenten gebruikt als proefpersonen en aan hen onder meer adviezen voorgelegd over prepaid mobiele telefoons. Dat is een onderwerp waar je studenten niks over kunt wijsmaken. Ze kunnen prima zelf bedenken wat de voordeeligste belbundels zijn. Toch bleken ze beïnvloedbaar, puur door uiterlijk vertoon. Als je studenten een voorbeeldadvies voorlegt van een adviseur in een duur maatpak met een snelle Maserati op de oprijlaan, nemen ze dat eerder aan dan hetzelfde advies van een adviseur in een spijkerbroek met trui, die voorrijdt in zijn Golfje. Zelfs als de adviseur in het nette pak helemaal geen expertise heeft.”

3 Dus het advies aan adviseurs is: gauw investeren in een maatpak?

„Dat zou je kunnen concluderen. Al geldt dat vermoedelijk niet voor alle marketeers en adviseurs. Neem een merk als Apple. Dat doet er alles aan om hip en creatief over te komen. Als je bij die doelgroep adviezen wil verkopen, werkt het misschien beter om juist een valse spijkerbroek te dragen. Dat zou ik nog wel verder willen onderzoeken.”

4 Dit onderzoek riekt wel naar ondersteuning van handel in gebakken lucht.

„Zelf zie ik het meer als een advies aan de consument. Een waarschuwing dat we ons soms laten leiden door irrationele factoren als het uiterlijk en voorkomen van een adviseur. Zie het als een bewustwordingscampagne.”

5 En na de promotie? Aan de slag als consultant in kledingadviezen?

„Nee hoor, liever wil ik vervolgonderzoek gaan doen. Bijvoorbeeld of er bepaalde kleding- of automerken zijn die het nog beter doen dan andere. Maar mocht ik ooit nog een keer als adviseur aan het werk gaan, dan zorg ik in ieder geval dat ik een mooi pak draag.”

Bram Logger

UWV kampt met tekort aan verzekeringsartsen WIA

Van onze redactie economie

AMSTERDAM – Uitkeringsinstantie UWV heeft moeite om genoeg verzekeringsartsen te vinden die mensen beoordelen op arbeidsongeschiktheid. De achterstanden bij de aanvragen van een WIA-uitkering uit 2009 zijn daardoor nog steeds niet ingelopen.

In bijna de helft van de gevallen lukt het niet op tijd het recht op een uitkering voor (gedeeltelijke) arbeidsongeschiktheid vast te stellen, meldde het UWV gisteren. Het aantal WIA-aanvragen is sterk gestegen. Inmiddels hebben ruim 100.000 mensen zo'n uitkering. Vorig jaar moest een nieuw werkproces worden uitgesteld. Gevolg: vertraging in beoordelingen van claims.

Inmiddels zijn maatregelen genomen om wachttijden weg te werken. Zo huurt de instantie extra artsen en arbeidsdeskundigen in, stimuleert ze overwerken en probeert ze medewerkers op te leiden tot verzekeringsarts. Ook herbeoordelingen worden soms opgeschort.

Bij de uitvoering van de oude en

nieuwe Wajong voor jonggehandicapten zijn er ook achterstanden. Eind augustus wachtten bijna zesduizend mensen nog op een beschikking. 40 procent van de aanvragen voor een nieuwe Wajong-uitkering is afgewezen. De instroom lijkt daarvoor af te nemen, maar het is nog te vroeg voor conclusies, aldus een woordvoerder. Voor het merendeel van de nieuwe Wajongers wordt een plan opgesteld om hen naar werk te begeleiden. Ongeveer 1800 jonggehandicapten vonden met hulp van het UWV een baan. De instantie heeft dit jaar ook dertig regionale werkgeversservicepunten Wajong ingericht waar werkgevers terecht kunnen met vragen over de Wajong.

Ondanks het nog broze economisch herstel is het UWV erin geslaagd veel meer werkzoekenden aan de slag te helpen dan vorig jaar. In de eerste acht maanden vonden zo ruim 218.000 mensen een baan, 58.000 meer dan in 2009. Via de mobiliteitscentra konden 7700 mensen van werk naar werk worden begeleid, zonder dat zij een beroep hoefden te doen op een uitkering.

Wessanen wil Europees koploper worden in biologische voeding

Van onze redactie economie

AMSTERDAM – Bij voedingsmiddelenbedrijf Wessanen is de operationele winst in het derde kwartaal gedaald met 70 procent naar 1,6 miljoen euro. De onderneming maakte extra kosten voor de promotie van de Wessanen-producten.

Het 250 jaar oude bedrijf, ontstaan in de Zaanstreek, richt zich vooral op het maken en verkopen van biologische producten zoals Zonnatura, Allos en Ekoland. Na aftrek van belasting en rente bleef 1 miljoen winst over. De omzet steeg van 171 miljoen euro naar 173,4 miljoen.

Wessanen handhaaft de verwachting dat het bedrijfsresultaat voor de tweede helft van 2010 rond nul uitkomt.

Het concern verandert dit jaar in een bedrijf dat zich richt op de Europese biologische voedingsmiddelenmarkt, maar de onderneming behoudt ook de snackactiviteiten, zoals Beckers-kroketten. Vorig jaar stootte Wessanen de Noord-Amerikaanse distributietak af. Dit onderdeel, Tree of Life, was goed voor de

helft van de totale omzet.

In Europa wil de onderneming de grootste producent van biologische voeding worden. Op termijn voorziet Wessanen weer een omzet van een miljard euro in onder meer Frankrijk, de Benelux, Groot-Brittannië en Duitsland. Eerder dit jaar trad een nieuwe bestuursvoorzitter aan, Piet Hein Merckens, afkomstig van

Kwartaalwinst daalt met 70 procent door promotieactiviteiten

Douwe Egberts. Hij volgde Ad Veenhof op die met ruzie vertrok.

Het lage consumentenvertrouwen speelt Wessanen nog parten, zei financieel directeur Frans Eelkman Rooda gisteren.

Het bedrijf zal ook het lopende kwartaal fors blijven investeren in promotieacties en andere marketingactiviteiten. „We willen onze merken versterken en uitbouwen”, aldus Eelkman Rooda.